

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ФІНАНСІВ ТА ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ І
СИСТЕМ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: "ЗАСТОСУВАННЯ FIGMA В РОЗРОБЦІ ВЕБДИЗАЙНУ САЙТУ
ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ"

Здобувача вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,
IV курсу, групи ЦДБ-20-1, спеціальності 122 «Комп'ютерні науки»,
освітня програма «Технології цифрового дизайну»



(підпис)

Юнчик Світлана
Петрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник



(підпис)

Погореловська І.Д., к.е.н.,
доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий
ступінь, вчене звання)

Керівник освітньо-
професійної програми



(підпис)

Ратушняк Т. В., к.ф.-м.н.,
доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий
ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту за рішенням кафедри комп'ютерних та інформаційних
технологій і систем протокол від «22» травня 2024 № 15

Завідувач кафедри



(підпис)

Філоненко Михайло
Миколайович, к.ф.-м.н.,
доцент

(прізвище, ім'я, по
батькові, науковий ступінь,
вчене звання)

Ірпінь – 2024

Реєстрація № 50

31.05.2024
(дата)



(підпис відповідальної особи)

Результати перевірки

до захисту
(до захисту, на доопрацювання)

22.05.2024
(дата)



(підпис)

Результат захисту

5 (відмінно)
(оцінка)

11.06.2024
(дата)



(підпис)

Голова комісії:



(підпис)

В.М. Франчук

Члени комісії:



(підпис)

М.М. Філоненко



(підпис)

С.М. Грищенко



(підпис)

В.О. Ніжегородцев

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.Б.: керівника, голови комісії членів комісії, секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
1. Зміст випускної роботи (якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	від 0 до 30	29		11.06.2024 Франчук В.М. <i>В.М.</i> Філоненко М.М. <i>М.М.</i> Грищенко С.М. <i>С.М.</i> Ніжгородцев В.О. <i>В.О.</i> Суховерхівка Л.П. <i>Л.П.</i>
2. Дотримання вимог щодо оформлення	від 0 до 10	8		
3. Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	від 0 до 5	4		
4. Рецензент	від 0 до 5	5		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	46		

Оцінювання кваліфікаційної роботи науковим керівником - 46 балів.

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

Оцінка за 100- бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.Б.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
92	A	5 (відмінно)	11.06.2024	Франчук В.М. <i>В.М.</i> Філоненко М.М. <i>М.М.</i> Грищенко С.М. <i>С.М.</i> Ніжгородцев В.О. <i>В.О.</i> Суховерхівка Л.П. <i>Л.П.</i>

ПРАВИЛА ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНОК ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	D	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	F X	2 (незадовільно)

Факультет фінансів та цифрових технологій
Кафедра комп'ютерних та інформаційних технологій і систем
Галузь знань: 12 «Інформаційні технології»
Спеціальність: 122 «Комп'ютерні науки»
Освітня програма: «Технології цифрового дизайну»

Затверджую

Завідувач кафедри  Філоненко М.М.

«23» листопада 2023

Завдання на кваліфікаційну роботу

здобувачу вищої освіти

Юнчик Світлані Петрівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи **“Застосування Figma в розробці вебдизайну сайту Інтернет-магазину”**

Затверджена наказом ректора від «20» жовтня 2023 № 1411

2. Строк здачі закінченої роботи «10» травня 2024

3. Цільова установка: застосування набутих знань, умінь в розробці веб-дизайну сайту.

Мета роботи: розробка веб дизайну сайту у середовищі FIGMA.

Об'єкт дослідження: сучасні технології та інструменти проєктування та розробки веб дизайну

Предмет дослідження: технології та інструменти розробки веб дизайну сайту інтернет-магазину.

База дослідження: інтернет-магазин

4. Вихідні дані до роботи: технології, методи та інструменти проєктування та розробки вебдизайну сайту.

5. Перелік графічного матеріалу: схема етапів розробки дизайну сайту, схеми модульної сітки сторінок сайту, схема макету головного екрану сайту, схема навігаційної структури сайту, презентація дипломної роботи.

6. Зміст кваліфікаційної роботи: Розділ 1. Теоретичні аспекти розробки веб дизайну інтернет магазину. 1.1. Зміст, мета та функції веб дизайну. 1.2. Інструменти та методи розробки веб дизайну інтернет магазину. Розділ 2. Проєктування веб дизайну сайту інтернет магазину. 2.1. Дослідження стилістики сайтів конкурентів. 2.2. Формування вимог до веб дизайну сайту інтернет магазину. Розділ 3. Розробка веб дизайну сайту інтернет магазину у середовищі Figma 3.1. Створення модульної сітки. 3.2. Розробка шаблонів головної та типової сторінки сайту

7. Календарний план виконання роботи

п/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	2	3	4
1	Вибір теми, підбір літературних джерел, формування структури кваліфікаційної роботи	15.10.2023	15.10.2023
2	I розділ (розкрити сутність і стан дослідження наукової проблематики роботи, після чого навести її загальну характеристику; огляд літератури за темою і вибір конкретних напрямів досліджень)	29.12.2023	29.12.2023
3	II розділ (аналіз експериментальної частини про методики досліджень)	15.02.2024	15.02.2024
4	III розділ (проведені теоретичні і (або) експериментальні дослідження та проектні рішення)	05.04.2024	05.04.2024
5	Висновки	01.05.2024	01.05.2024
6	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень наукового керівника	06.05.2024	06.05.2024
7	Отримання відгуку керівника	28.05.2024	28.05.2024
8	Отримання зовнішньої рецензії	30.06.2024	30.06.2024

8. Дата видачі завдання «23» листопада 2023

9. Керівник кваліфікаційної роботи


(підпис)

Погореловська
(прізвище, ініціали)

10. Керівник освітньо-професійної програми


(підпис)

Ратушняк Т.В.
(прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти


(підпис)

Юнчик С.П.
(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Юнчик С.П. “Застосування Figma в розробці вебдизайну сайту Інтернет-магазину”

Мета роботи - розробка веб дизайну сайту у середовищі FIGMA.

Завдання, які були виконанні для досягнення визначеної мети:

розкрито зміст, мету та функції веб дизайну;

проаналізовано ключові можливості інструментів та методів розробки веб дизайну;

досліджено стилістику сайтів конкурентів;

сформовано вимоги до веб-дизайну сайту інтернет-магазину;

розроблено у середовищі Figma макет дизайну головної та типової сторінок сайту інтернет магазину

Об’єкт дослідження: сучасні технології та інструменти проєктування та розробки веб дизайну .

Предмет дослідження: технології та інструменти розробки веб дизайну сайту інтернет-магазину.

База дослідження: інтернет-магазин.

Науково-практична значимість одержаних результатів: кваліфікаційна робота містить як теоретичні аспекти розробки веб-дизайну сайту, так і конкретні результати її виконання — розроблений у середовищі Figma веб-дизайн сайту Інтернет-магазину.

Кваліфікаційна робота містить 51 сторінка, -59 використаних джерел, 36 малюнків

Ключові слова: веб-дизайн, макет, прототип, figma, frame, components, prototype.

Рік виконання кваліфікаційної роботи 2023-2024

Рік захисту роботи 2024

ABSTRACT

Yunchyk S.P. "The use of Figma in the development of the web design of the website of the online store"

The purpose of the work is to develop the web design of the site in the FIGMA environment.

Tasks that were performed to achieve the specified goal:

the content, purpose and functions of web design are disclosed;

the key capabilities of web design, development tools and methods are analyzed;

the stylistics of competitors' sites were studied;

the requirements for the web design of the online store site were formed;

the design layout of the main and typical pages of the online store website was developed in the Figma environment

Research object: modern technologies and tools of web design design and development.

Research subject: technologies and tools for web design development of an online store website.

Research base: online store.

The scientific and practical significance of the obtained results: the qualification work contains both theoretical aspects of the development of the web design of the site, and specific results of its implementation - the web design of the site of the Internet store developed in the Figma environment/

The qualification work contains 51 pages, 59 used sources, 36 drawings

Keywords: web design, layout, prototype, figma, frame, components, prototype.

The year of performance of qualification work is 2023-2024

The year of job protection is 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ВЕБ ДИЗАЙНУ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ.....	
1.1. Зміст, мета та функції веб дизайну.	
1.2. Інструменти та методи розробки веб дизайну інтернет магазину.	
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТУВАННЯ ВЕБ ДИЗАЙНУ САЙТУ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ.....	
2.1. Дослідження стилістики сайтів конкурентів.	
2.2. Формування вимог до веб дизайну сайту інтернет магазину.....	
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ВЕБ ДИЗАЙНУ САЙТУ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ З ВИКОРИСТАННЯМ FIGMA.	
3.1. Створення модульної сітки.	
3.2. Розробка шаблонів головної та типової сторінки сайту.	
ВИСНОВКИ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	

ВСТУП

В епоху цифрових технологій Інтернет є основною платформою для обміну інформацією та спілкування і концепція хорошого веб-дизайну відіграє вирішальну роль в забезпеченні успіху веб-сайту. Дизайн вимагає гармонійного поєднання як візуальної привабливості, так і функціональності. Коли веб-сайт виглядає добре, але не пропонує інформації чи допомоги, яку шукає його аудиторія, сама по собі естетика не може компенсувати брак функціональності, і навпаки. Тому при розробці веб-дизайну необхідно враховувати два важливі аспекти: візуальну естетику та функціональність, які відіграють однаково важливу роль у тому, щоб веб-сайт був ефективним.

Актуальність теми: оскільки існує достатньо велика кількість методів та програмних засобів для розробки веб-дизайну сайтів, то їх дослідження з метою подальшого використання є актуальним для наукового пошуку та практичного застосування.

Орієнтуючись на актуальність обраної теми, було визначено **мету виконання** кваліфікаційної роботи - розробка веб дизайну сайту у середовищі FIGMA.

Завдання, які були виконанні для досягнення визначеної мети:

- розкрито зміст, мету та функції веб дизайну;
- проаналізовано ключові можливості інструментів та методів розробки веб дизайну;
- досліджено стилістику сайтів конкурентів;
- сформовано вимоги до веб-дизайну сайту інтернет-магазину;
- розроблено у середовищі Figma макет дизайну головної та типової сторінок сайту інтернет магазину

Об'єктом дослідження є сучасні технології та інструменти проєктування та розробки веб дизайну .

Предмет дослідження: технології та інструменти розробки веб дизайну сайту інтернет-магазину.

Методи дослідження: при написанні роботи були використані наступні методи: системний аналіз, який застосовувався при роботі з інформаційними ресурсами за темою дослідження; методи порівняння та аналогій були застосовані при дослідженні можливостей інструментів розробки веб дизайну; методи оцінювання застосовувалися при дослідженні стилістики сайтів конкурентів; методи групування – при формованні вимог до веб-дизайну сайту інтернет-магазину; за допомогою методу узагальнення були сформовані висновки.

База дослідження: інтернет-магазин.

Науково-практична значимість одержаних результатів: кваліфікаційна робота містить як теоретичні аспекти розробки веб-дизайну сайту, так і конкретні результати її виконання — розроблений у середовищі Figma веб-дизайн сайту Інтернет-магазину.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ВЕБ ДИЗАЙНУ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ.

1.1. Зміст, мета та функції веб дизайну.

Веб-дизайн починається з підходу до дизайну, орієнтованого на користувача, де основна увага приділяється створенню веб-сайту, який відповідає потребам і очікуванням цільової аудиторії. Розуміння цільової аудиторії має важливе значення для визначення елементів дизайну, вмісту та функцій, які сподобаються користувачам. Наприклад, веб-сайт, орієнтований на молодь, матиме інший естетичний дизайн та інтерфейс користувача порівняно з веб-сайтом, орієнтованим на літніх людей. Розробка з урахуванням взаємодії з користувачем є ще одним ключовим принципом хорошого веб-дизайну. Взаємодія з користувачем включає такі фактори, як легкість навігації, читабельність вмісту та візуальна привабливість[24].

Кожен дизайнер встановлює свої принципи роботи. За словами Дона Нормана, дослідника, дизайнера та експерта зі зручності використання, у його книзі «Проектування повсякденних речей» [23, с.123-137] є шість основ, зокрема:

- 1)Видимість: Розробляючи проект, дизайнери повинні переконатися, що найважливіші елементи на сторінці добре видно. Наприклад, якщо ви хочете, щоб користувачі заповнювали форму, заклик до дії для форми має бути помітним. Також можна створити кнопку, при натисканні на яку відвідувач автоматично переведе у відповідний розділ.
- 2)Зворотній зв'язок: Коли користувачі взаємодіють із вашим веб-сайтом, для них важливо отримувати постійний зворотний зв'язок від системи. Наприклад, коли клієнт виконує замовлення, ви можете додати додаткову сторінку для підтвердження дії.

- 3)Обмеження Щоб користувачі не розчаровувалися, необхідно ввести певні обмеження. Наприклад, ви можете створити кнопку, яка приведе вас до наступного кроку надсилання форми, але залишає її неактивною, доки всі необхідні поля не будуть заповнені належним чином.
- 4)Картографуванн: Цей принцип проектування підкреслює, що зв'язки між різними елементами системи повинні бути чіткими та зрозумілими. Наприклад, якщо у вашому тексті сказано, що посилання переведе користувачів на певну сторінку продукту, воно справді має вести на цю сторінку. Якщо користувач потрапить на сторінку поширених запитань, це призведе до плутанини.
- 5)Послідовність: Цей принцип полягає в підтримці узгодженого стилю в усій системі дизайну. Наприклад, якщо ви певним чином форматуєте свої картки продуктів, він має бути узгодженим для всіх елементів.
- 6)Доступність: За цим принципом дизайнери повинні створювати інтерфейси, які дають зрозуміти користувачам, які дії потрібні для досягнення певного результату. Наприклад, розробляючи кнопки для веб-сайту, вони повинні візуально вказувати, що на них можна натискати.

В епоху цифрових технологій, де Інтернет є основною платформою для обміну інформацією та спілкування, концепція хорошого веб-дизайну відіграє вирішальну роль в успіху веб-сайту. Добре розроблений веб-сайт не тільки приваблює відвідувачів, але й підтримує їх інтерес і заохочує їх до дії[27].

Хороший веб-дизайн – це такий, який ефективно передає мету веб-сторінки, забезпечує легку навігацію та взаємодію з користувачем, а також має привабливий і професійний вигляд[25].

. Ключові особливості хорошого веб-дизайну включають[8, с.12-17]:

1. Візуальна привабливість Якість фотографії, графіки та кольорова палітра може впливати на сприйняття дизайну користувачем.
2. Навігація Зручність та простота навігації по сайту може зробити користувачам легше знаходити те, що вони шукають.
3. Швидкість завантаження Швидкість сайту може впливати на сприйняття користувачів, оскільки люди не люблять чекати довго на завантаження сторінок.
4. Адаптивний дизайн Можливість коректного відображення сайту на різних пристроях (комп'ютерах, планшетах, смартфонах) та різних розмірах екранів.
5. Контент Якість та цікавість контенту також впливають на сприйняття веб-сайту користувачем.
6. Композиція та організація Правильна композиція елементів на сторінці може зробити її більш зрозумілою та привабливою для користувачів.
7. Бренд Відповідність дизайну до бренду та ідентичності компанії також може впливати на сприйняття користувачами.
8. Візуальна ієрархія Важливо, щоб інформація на сайті була представлена в логічній послідовності з використанням візуальних елементів (розмір шрифту, кольори, простір тощо), що вказували б на її значимість.
9. Взаємодія Можливість взаємодії з сайтом (наприклад, відгуки, функція пошуку, вибір мови тощо) також впливає на задоволення користувачів.
10. Специфіка аудиторії Розуміння цільової аудиторії допоможе створити дизайн, що краще відповідає їх

потребам та очікуванням.

- | | |
|--------------------------|--|
| 11. Технічні аспекти | Дизайн повинен бути оптимізований для пошукових систем (SEO), мобільних пристроїв, швидкості завантаження і безпеки, щоб забезпечити задоволення користувачів. |
| 12. Гаманець користувача | Розуміння вимог та очікувань цільової аудиторії допомагає створити дизайн, що відповідає їхнім потребам та намірам. |
| 13. Тип комунікації | Використання тексту, графіки, мультимедіа та інших елементів для ефективної комунікації з користувачами. |
| 14. Психологічні аспекти | Врахування психологічних аспектів сприйняття користувачів, таких як кольорова психологія, емоційна відгук на дизайн та інші фактори, що можуть впливати на їхню поведінку. |

Дизайн вимагає гармонійного поєднання як візуальної привабливості, так і функціональності. Коли веб-сайт виглядає добре, але не пропонує інформації чи допомоги, яку шукає його аудиторія, сама по собі естетика не може компенсувати брак функціональності, і навпаки. У результаті веб-дизайн охоплює два важливі аспекти: візуальну естетику та функціональність, які відіграють однаково важливу роль у тому, щоб ваш веб-сайт виділявся[26].

Візуальні елементи веб-дизайну[9, с.18-22]:

- > Різні шрифти та стилі тексту впливають на загальне візуальне сприйняття, тому вони можуть покращити читабельність, покращити взаємодію з користувачем і сприяти візуальній ідентичності бренду.
- > При правильному поєднанні різні відтінки можуть передавати інформацію, створювати естетику, впливати на сприйняття користувача.
- > Макети важливі для того, як контент буде структуровано та представлено користувачам. Завдяки точному розміщенню графіки дизайнери можуть досягти чудової загальної естетики та функціональності.

- > Іконки можуть представляти інформацію, дії та поняття у зрозумілий спосіб. Незважаючи на те, що піктограми розпізнаються на підсвідомому рівні, вони є чудовим способом полегшити навігацію веб-сайтом.
- > Логотипи є елементом, який може продемонструвати весь брз

Функціональні елементи веб-дизайну[6]:

- > Хороша навігація має важливе значення для позитивної взаємодії з користувачем, вона спрямовує відвідувачів до інформації, яку вони шукають, і дозволяє їм взаємодіяти з веб-сторінками.
- > Взаємодія з користувачем може включати: натискання, прокручування, заповнення форми тощо, надаючи відвідувачам способи налаштувати вміст, функції та функції веб-сайту.
- > При створенні веб-сайтів слід орієнтуватися на вибір графічних елементів, які не перевантажують веб-сторінки, щоб досягти більшої швидкості завантаження.
- > Хороший веб-дизайн включає створення логічної інформаційної ієрархії на веб-сайті для належної організації вмісту.
- > Сайт повинен мати можливість автоматично адаптуватися до різних пристроїв і розмірів екрана для кращої взаємодії з користувачем.

Хороший веб-сайт є важливою частиною онлайн-присутності в сучасному цифровому світі. Процес створення сайту вимагає детального планування та чіткого підходу до виконання всіх етапів [8, с. 15-18]. Етапи створення представлені на рис.1.2.



Рис 1.2. Етапи розробки дизайну сайту [43]

► Оцінка вартості та термінів реалізації проекту.

Створення сайту - це не тільки творчий, але і трудомісткий процес. Тому важливо з самого початку чітко розуміти, скільки часу і ресурсів знадобиться для його реалізації. Вартість і терміни залежать від багатьох факторів:

складності програмного забезпечення, кількості сторінок, дизайнерських рішень і, звичайно ж, створення унікального контенту.

► Концепція та функціональність сайту[44].

На цьому етапі відбувається те, що вирішує всю долю сайту - ви обираєте його тип. Приймаючи рішення, потрібно чітко мати ціль чи проблему, яку ви хочете вирішити. Вам потрібно щось продати, чи це просто інформація про вас як про людину та фахівця, чи будуть публікуватись цікаві статті на певну тему, чи це буде новинний портал. Все це впливає як на зовнішній вигляд сайту, так і на його структуру

► Технічне завдання[18].

Наступний етап – технічне завдання. Це точний порядок етапів роботи над сайтом, тому дуже важливо зробити його детальним і зрозумілим. Воно охоплює все, від функціональності до дизайну, і його важливість неможливо переоцінити. Від якості ТЗ безпосередньо залежить успіх всього проекту, типографіки, анімації, зображень і всіх візуальних елементів. Чим стильніший і модніший дизайн, тим більше у вас довіри. Дизайн є родзинкою та цікавинкою кожного сайту, що виділяє унікальність компанії. Сюди ж входить розробка графічних елементів, колірної гами, шрифтів, іконок[35].

► Прототипування та дизайн[33].

Розробка дизайну сайту починається з детального вивчення структури сайту, його функціональності та формату відображення на різних пристроях. Чим більш детальним і інформативним буде прототип, тим швидше і якісніше буде його впровадження. Група дизайнерів продумує концепцію з урахуванням сучасних тенденцій розвитку, стилю проекту, а також фірмових кольорів і елементів. Це дозволяє:

- > Наочно візуалізувати структуру сайту для програмістів;
- > Опрацювати елементи навігації та продумати підхід до однакового відображення дизайну на всіх можливих пристроях користувача;
- > Визначити основні етапи взаємодії відвідувача з інтернет-магазином.

Загалом прототип може бути графічним у вигляді діаграм, креслень і планів, а також інтерактивним.

Розробка та затвердження дизайну може відбуватися за кількома схемами[32]:

Перший варіант - погодження блоку. Кожен блок/сторінка затверджується окремо, а дизайн наступного не малюється без погодження попереднього. В остаточну версію не внесено жодних змін.

Другий варіант - відтворити дизайн усіх шаблонів сторінок і внести зміни, коли ви закінчите. Цей спосіб використовується найчастіше, але тут важливо пам'ятати, що дизайнер може обмежити кількість правок. На перший погляд це може прозвучати трохи неправильно з точки зору клієнта. Але ще раз нагадую, що хороший дизайнер (особливо якщо він має досвід роботи в UX) набагато краще розуміє, що він робить і для чого. Він чітко знає, які кольори і як їх поєднувати, які повинні бути відстані між елементами і як їх краще розташувати.

► Програмування та верстка[31].

На цьому етапі розробляється безпосередня функціональна частина сайту на основі готових дизайн-макетів. Для розширення його функціональності до нього додаються різні програмні модулі, корисні плагіни та скрипти. Також передбачена адаптація всіх сторінок до різних типів пристроїв і дозволів екрану, створення шаблонів для всіх категорій і розділів. Програмісти починають перетворювати прототип у статичний формат, виконуючи наступний алгоритм:

- > конвертувати графічний дизайн у код HTML, стилі CSS і сценарії JavaScript;
- > розробити інтерфейс користувача: текстові блоки, зображення, відео, кнопки, меню, форми;
- > написати програмні сценарії або заповнювати системні шаблони;
- > забезпечити інтерактивність і зберігання даних, обробку форм.

► Наповнення контентом

У команді розробників за контент відповідають контент-менеджер і копірайтер. Копірайтер створює текстовий матеріал, а контент-менеджер публікує його. Окрім текстів, це також можуть бути зображення та відео. Цей етап можна виконувати паралельно з іншими етапами створення сайту, головне чітко сформулювати завдання для виконавців. Якісний контент робить сайт повноцінним і привабливим для користувачів.

► Тестування

Перед остаточним запуском сайту всі його елементи проходять фінальне тестування. Фахівець з контролю якості складає план тестування і використовує чек-листи, які дозволяють чітко визначити помилки. Перевіряється як функціональна сторона роботи сайту, так і візуальне сприйняття та відповідність вимогам технічного завдання.

Це передбачає:

- > Перевірку функцій і можливостей;
- > Виявлення помилок і недоліків;
- > Кросбраузерне тестування для перевірки правильності відображення в різних браузерах;
- > Тестування на всіх можливих пристроях та екранах: комп'ютерах, ноутбуках, планшетах, смартфонах;
- > Перевірку безпеки та вразливості.

► Підбір домену

Коли сайт буде технічно готовий і успішно протестований, його слід завантажити на основний домен. При наявності певних побажань клієнт може вибрати хостинг сам, але зазвичай це робить компанія-розробник, яка може порекомендувати надійний хостинг. Перед завантаженням сайту проводиться фінальна перевірка, видаляються тимчасові файли, очищається база даних, перевіряється індексація сайту та інтеграція аналітичних систем. Вибір доменного імені важливий, адже від нього залежить позиціонування сайту. Після реєстрації домену та завантаження сайту на хостинг проект готовий до повноцінної роботи.

1.2. Інструменти та методи розробки веб дизайну інтернет магазину.

Вдалий веб-дизайн — це більше, ніж просто створення візуально приємного веб-сайту. Йдеться про створення онлайн-середовища, яке працює безперебійно, ефективно передає повідомлення вашого бренду та, зрештою, забезпечує результати[13].

1.2.1. Інструменти розробки веб дизайну[59].

Figma	Популярний онлайн-інструмент для створення прототипів та макетів сайтів та інтерфейсів користувача. Простий у використанні, з широким набором функцій та можливостей для співпраці.
Adobe XD	Ще один популярний інструмент для прототипування та макетування, з подібними функціями до Figma.
Sketch	Професійний векторний графічний редактор та інструмент для дизайну інтерфейсів користувача, розроблений спеціально для macOS. Він використовується дизайнерами для створення інтерфейсів для веб-сайтів, мобільних додатків, значків та інших цифрових продуктів
InVision	Інструмент, який дозволяє створювати інтерактивні прототипи з реалістичною анімацією.
Axure RP	Потужний інструмент для прототипування, який використовується для створення складних прототипів веб-додатків.

Інструменти для дизайну графіки[59].

Adobe Photoshop	Професійний інструмент для редагування зображень, який використовується для створення графіки, ілюстрацій та редагування фотографій.
Adobe Illustrator	Професійний інструмент для векторної графіки, який використовується для створення логотипів, іконок, ілюстрацій та інших графічних елементів.

GIMP	Безкоштовний інструмент для редагування зображень з подібними функціями до Photoshop.
Canva	Онлайн-інструмент для створення графіки, який використовується для створення публікацій у соціальних мережах, презентацій, інфографіки та інших візуальних матеріалів.
Affinity Designer	Альтернатива Adobe Illustrator з потужними можливостями для створення векторної графіки.
Principle	Інструмент для створення анімацій і прототипів з інтерактивними елементами.
Framer	Платформа для створення дизайнів і прототипів з можливістю кодування.
Font Awesome	Бібліотека іконок, яку можна використовувати в веб-дизайні.
IcoMoon	Інструмент для створення та редагування векторних іконок.

Інструменти для управління проектами та співпраці[59].

Jira	Популярний інструмент для управління проектами, який використовується для відстеження завдань, дедлайнів та прогресу.
Asana	Інструмент для управління проектами та співпраці, який використовується для створення завдань, делегування їх команді та відстеження прогресу.
Zeplin	Інструмент для співпраці між дизайнерами та розробниками, що дозволяє експортувати дизайни та генерувати специфікації.

Інструменти для тестування та аналітики[59].

BrowserStack	Інструмент для крос-браузерного тестування, який дозволяє тестувати веб-сайти на різних браузерах та пристроях.
--------------	---

Hotjar	Інструмент для візуалізації кліків та запитів користувачів, який дозволяє краще зрозуміти поведінку користувачів на сайті.
Crazy Egg	Інструмент для візуалізації теплових карт та відстеження кліків, який дозволяє виявити, на які елементи сайту користувачі звертають найбільше уваги.
Ahrefs	Інструмент для SEO-аналітики, який дозволяє досліджувати ключові слова, аналізувати конкурентів та відстежувати зворотні посилання.

З усіх проаналізованих варіантів інструментів для розробки веб-дизайну найбільш оптимальним у використанні та простим у функціоналі є Figma.



Рис. 1.1 Логотип інструменту Figma

Це потужний та багатофункціональний інструмент для дизайну інтерфейсів користувачів, який пропонує безліч переваг для дизайнерів[7]. Її безкоштовний план, простий у використанні інтерфейс, функції співпраці та прототипування роблять її чудовим вибором для дизайнерів будь-якого рівня [45].

Особливості[38]:

- Якщо порівнювати інструмент Figma проти Adobe [46], то головна відмінність - ціна. Figma безкоштовна для окремих користувачів. Потрібно платити лише за такі функції, як коворкінг. Adobe вимагає, щоб ви заплатили, перш ніж зможете ним користуватися. Figma також зберігає всю роботу в хмарі та синхронізується швидше, ніж Adobe, дозволяючи вам використовувати її

будь-де, якщо у вас є доступ до браузера. Figma також пропонує функції співпраці, а також велику спільноту для дизайнерів.

- Каркас (wireframe) дозволяє дизайнеру працювати з клієнтом або розробником і проходити через структуру веб-сайту, не відволікаючись на інші елементи, такі як кольори, зображення чи ілюстрації. Під час роботи з великими сайтами фреймінг допомагає дизайнеру визначити, які елементи слід включити на сторінку та які функції потрібно встановити для кожного розділу[51].

Хоча немає жорстких правил щодо того, де можна створювати каркаси, будь то каркас низької точності на папері чи високоякісний у програмному забезпеченні, на Figma ви можете створювати каркаси, використовуючи вже існуючі інструменти, які б використовували щоб створити свій остаточний веб-сайт. Можна також скористатися інструментом рамки, який має попередньо встановлені розміри для настільних і мобільних пристроїв, або створити власні розміри, додати сітки (стовпці та рядки) до свого каркасу та створити прямокутники, щоб позначити, де будуть розміщені елементи на сторінці.

- Творчий бриф (creative brief)— це документ, який використовується для окреслення ключових елементів і результатів творчої роботи. Це корисний документ, на який можна посилатися протягом усього процесу проектування та допомагає пояснити проект у міру його розвитку. Одним із перших кроків у розробці креативного завдання є визначення проблеми та цільової аудиторії. Виконуючи свій бриф на Figma, можете почати з додавання всіх людей, залучених до проекту. Функція спільної роботи тут допоможе краще та швидше створювати дизайн без потреби шукати відгуки деінде.

За допомогою FigJam команди можуть додавати брендинг, блок-схеми та шлях користувача. Команди також можуть створювати дошки настрою та дошки для мозкового штурму. Усе це синхронізується з хмарою Figma та може переглядатися в режимі реального часу співавторами вашого проекту.

- Дошки настрою (mood boards) це, по суті, візуальна панель із групи елементів, які визначають напрямок, у якому буде рухатися веб-сайт, що має вирішальне значення для дизайну веб-сайту. Отримавши креативне завдання, дизайнер створює початковий дизайн кнопок, кольорів, типографіки, ілюстрацій та неінтерактивних елементів, які визначатимуть веб-сайт. Незалежно від того, новачок ви чи експерт, створити мудборд на Figma надзвичайно легко та швидко. Платформа пропонує безліч шаблонів у спільноті, які допоможуть вам почати роботу.

- Figma підтримує різноманітні типи файлів, що робить її зручним для користувача під час проектування. Деякі з популярних розширень файлів, які він підтримує, це файли зображень (JPEG, PNG, SVG, HEIC, GIF), файли Sketch (.sketch) і файли Figma (.fig).

Інструмент також підтримує копіювання векторів із Adobe Illustrator. Можливо просто імпортувати їх із браузера файлів або перетягнути для зручного використання. Для користувачів Illustrator Figma збереже елементи та колір, створені вами в Illustrator, а також дозволить редагувати їх у самій Figma завдяки інструменту пера. Звичайно, доведеться експортувати проекти в різні формати, коли ваш дизайн буде готовий. Ви можете експортувати його у всіх стандартних форматах зображень, таких як JPEG, PNG, PDF і SVG. Ще краще те, що ви можете експортувати їх у 1x, 2x, 3x або будь-якому іншому розмірі, який ви виберете, разом із попереднім переглядом того, що ви екпортуєте. Охайно, правда? Інструмент експорту також чудово підходить для передачі розробникам або іншим дизайнерам, яким знадобляться файли SVG, PNG або JPG для довідки або для клієнтів[39].

- Однією з переваг Figma є велика спільнота, це свого роду публічний простір, де є можливість публікувати свої файли дизайну в Інтернеті, щоб інші могли їх використовувати, відтворювати та експериментувати. Завдяки цьому дизайнерам легше та швидше імпортувати загальні елементи дизайну та

інтегрувати їх у свої проекти, а не створювати їх з нуля, що часто займає багато часу.

- Плагіни створюються спільнотою та керуються Figma. Потрібно додати кілька значків у свій дизайн? Плагіни це мають. Потрібно додати зображення прямо в кадр? Готово. Плагінів, які ви можете знайти тут, дуже багато, і вони допомагають вам ефективніше проектувати.

Інструмент прототип (prototype) на Figma схожий на сучасний інструмент презентації. Це чудовий спосіб показати своїм співробітникам, як може виглядати веб-сайт і як користувач буде з ним взаємодіяти. Ви можете додати макет пристрою та дати йому реальний досвід. Це також чудовий спосіб створити план для вашого розробника. У цьому режимі можливо додавати власну анімацію до свого дизайну, налаштовувати його на свій смак, додавати GIF-файли, легко пов'язувати його з іншими кадрами та створювати бездоганний досвід, натискаючи цю кнопку відтворення. Також можете спостерігати за суб'єктом випробування під час дослідницьких сеансів, створювати слайди презентації та інтегрувати інструменти створення прототипів сторонніх розробників. Коли створюється прототип дизайну, ви фактично показуєте своїм співробітникам, як виглядає анімація, а потім обговорюєте та налаштовуєте її. Це, у свою чергу, заощадить незліченні години часу розробки. Це чудовий інструмент для використання, якщо ви працюєте в компанії, що швидко розвивається, постійно тестуєте, ітеруєте та проектуєте[50].

- Створення шаблону допоможе вам легко відтворити та підтримувати узгодженість на веб-сайті. Шаблони можуть містити вказівки щодо стилів шрифтів, кнопок, розділів і загальних елементів. Налаштувавши на сторінці потрібну сітку, ви можете почати додавати елементи на сторінку, наприклад заголовки, кнопку або інший тип і розмір шрифту. Панель інструментів у правій частині допоможе вам налаштувати кольори, які ви можете попередньо

встановити, і додати різні шрифти та розміри для різних заголовків або основної копії.

- У системі проектування дизайнери можуть створювати набір часто використовуваних елементів, таких як кнопки, розміри шрифтів, поля форми, декоративні елементи, колірні палітри та їхні шістнадцяткові коди. Цей стандарт допомагає підтримувати узгодженість дизайну веб-сайту чи програми. Це також спрощує передачу або співпрацю з іншими дизайнерами шляхом обміну або публікації. Завдяки своїм функціям система проектування може бути спільною, оновленою, узгодженою з кодом і легкою для розвитку.

- Клієнти, дизайнери та всі, хто бере участь у проекті, можуть зайти в будь-яку операційну систему чи браузер і спостерігати за вашим дизайном у режимі реального часу. Співпрацювачі можуть миттєво залишати свої відгуки за допомогою коментарів, вносити зміни або розміщувати приклади прямо біля дизайну. Це швидко, просто та заощаджує час.

Висновок

Процес проектування складається з багатьох рухомих частин. Окрім створення інтерфейсів, нам, як дизайнерам, потрібно співпрацювати з членами команди та клієнтами для створення систем, застосування зворотного зв'язку та послідовного повторення проектів, щоб забезпечити безперебійну роботу процесу до виходу кінцевого продукту[49].

Figma пропонує комплексне рішення, яке довгий час практично не існувало та представляє майбутнє дизайну та співпраці. Він зростає з моменту свого заснування та має рівень впровадження понад 60% за всіма напрямками. Програмне забезпечення має хороші шанси стати лідером у галузі дизайну за інструментами, які воно використовує.

1.2.2. Методи розробки дизайну веб-сайту для інтернет-магазину:

Метод Lean UX[3].

Фокусується на мінімізації витрат та максимізації цінності для користувачів. Включає швидке створення прототипів, тестування з користувачами та ітеративне вдосконалення. Lean UX гнучкий, що дозволяє вносити зміни протягом проекту, а також економити час та ресурси.

Переваги Lean UX:

Швидкість та гнучкість

Фокус на потребах користувачів

Ефективність використання ресурсів

Недоліки Lean UX:

Потребує чіткого бачення проекту та досвіду команди

Не підходить для проектів з чітко визначеними вимогами

Метод Design Thinking[16].

Цей метод фокусується на глибокому розумінні потреб користувачів. Процес включає в себе етапи емпатії, визначення проблеми, генерування ідей, створення прототипів та тестування. Це ітеративний підхід, де на кожному етапі активно залучаються користувачі для зворотного зв'язку та вдосконалення рішень. Основна мета Design Thinking — створювати інноваційні рішення, орієнтовані на людину, шляхом постійного експериментування та вдосконалення.

Переваги Design Thinking:

Користувача на першому місці, що гарантує створення дизайну, який дійсно їм потрібен

Стимулює творчість та нестандартне мислення, що призводить до інноваційних рішень

Передбачає співпрацю людей з різних сфер, що дає можливість отримати різні точки зору та нові ідеї

Недоліки Design Thinking::

Може бути досить часозатратним, адже він потребує глибокого дослідження та аналізу

Складним для команд, які не знайомі з його принципами

Не гарантує успіху, адже результат залежить від творчості та креативності команди

Метод Prototyping[16].

Стратегія розробки, яка передбачає створення прототипів або моделей продукту, створення інтерактивних макетів для тестування ідей і взаємодій до початку повноцінної розробки для оцінки його функціональності, дизайну та взаємодії з користувачем перед фінальною реалізацією. Інструменти, такі як Sketch, Figma або Adobe XD, дозволяють швидко створювати прототипи та отримувати зворотний зв'язок.

Переваги Prototyping:

Прототипи можна створювати швидко та легко, що дозволяє тестувати та вдосконалювати дизайн на ранніх етапах розробки

Прототипування допомагає клієнтам та розробникам краще зрозуміти один одного та узгодити бачення майбутнього сайту

Недоліки Prototyping:

Прототип не є функціональним сайтом, а лише його моделлю

Занадто детальний прототип може створити враження готового продукту, що призведе до розчарувань, коли клієнт зрозуміє, що це не так

Створення якісних прототипів вимагає вмінь інженерів та дизайнерів, що може бути викликом для команди розробників

Не завжди прототип може точно відображати усі аспекти фінального продукту, що може призвести до недооцінки обсягу робіт

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТУВАННЯ ВЕБ ДИЗАЙНУ САЙТУ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ.

2.1. Дослідження стилістики сайтів конкурентів.

Аналіз дизайну сайтів є важливим кроком у розвитку та удосконаленні власного сайту. Це допоможе із[30]:

Розумінням ринку

Аналіз конкурентів допоможе вам зрозуміти загальний стан ринку, в якому ви працюєте. Ви зможете дізнатися, хто ваші основні конкуренти, які товари та послуги вони пропонують, які у них ціни та яка їхня частка ринку. Це розуміння допоможе вам визначити свої сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози.

Розробити УТП

УТП - це те, що зробить ваш магазин унікальним і привабливим для потенційних клієнтів. Аналіз конкурентів допоможе вам розробити унікальну торгову пропозицію (УТП) для вашого магазину. Ви можете визначити, що відрізняє вас від ваших конкурентів, і чому клієнти повинні купувати у вас.

Визначити цільову аудиторію

Це дає змогу визначити свою цільову аудиторію. Ви можете зрозуміти, хто ваші ідеальні клієнти, які у них потреби та інтереси. Це допомагає створити маркетингові кампанії, які будуть ефективно охоплювати вашу цільову аудиторію.

Розробити цінову стратегію

Можливість порівняти ціни своїх конкурентів і визначити, які ціни є найкращими для ваших товарів та послуг.

Покращити SEO

Розробити контент-маркетингової стратегію

Зрозуміти, який тип контенту створюють конкуренти, і створити контент, який буде цікавим і корисним для цільової аудиторії.

Виявити нові можливості

Може допомогти виявити нові можливості для магазину, знайти нові продукти або послуги, які можна додати до свого асортименту, або виявити нові ринки, на які можна вийти.

Наступні кроки, щоб провести аналіз дизайну веб-сайтів[22]:

- 1.** Вибрати 3 сайти, які є основними конкурентами.
- 2.** Зібрати доступні інформаційні ресурси:
 - Звернути увагу на загальний дизайн, макет, колірну схему, типографіку, візуальні елементи та функціональність.
 - Соціальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram тощо).
 - Зробити знімки екрана: це допоможе зберегти інформацію для подальшого аналізу.
- 3.** Проаналізувати інформацію:
 - 1) Сильні та слабкі сторони кожного сайту, що подобається, а що не подобається.
 - 2) Як можна використати цю інформацію для покращення власного дизайну, які елементи можна запозичити у своїх конкурентів.
 - 3) Наскільки інформація актуальна та чи відповідає потребам користувачів.
- 4.** Оцінити дизайн[28]:
 - 1) Використання зображень, відео та інших медіа-елементів.
 - 2) Чи надається повний доступ до інформації.
 - 3) Наскільки веб-сайт виглядає привабливо та сучасно.
 - 4) Єдність стилю на всіх сторінках сайтів.
 - 5) Кольорова схема та типографіка.
 - 6) Перевірте наявність форм зворотного зв'язку.

При проведенні оцінки конкурентів створюється таблиця або матриця для порівняння ключових функцій і показників дизайну сайтів конкурентів.

Для порівняння було обрано сайти Apple, Spotify. Nike.

1) Apple(рис.2.1)

Будучи одним із найбільш впізнаваних брендів у світі, Apple має значний вплив не лише у світі технологій, а й у формуванні тенденцій веб-дизайну. З моменту заснування веб-сайт компанії постійно розвивався, щоб відображати постійно мінливі уподобання користувачів.

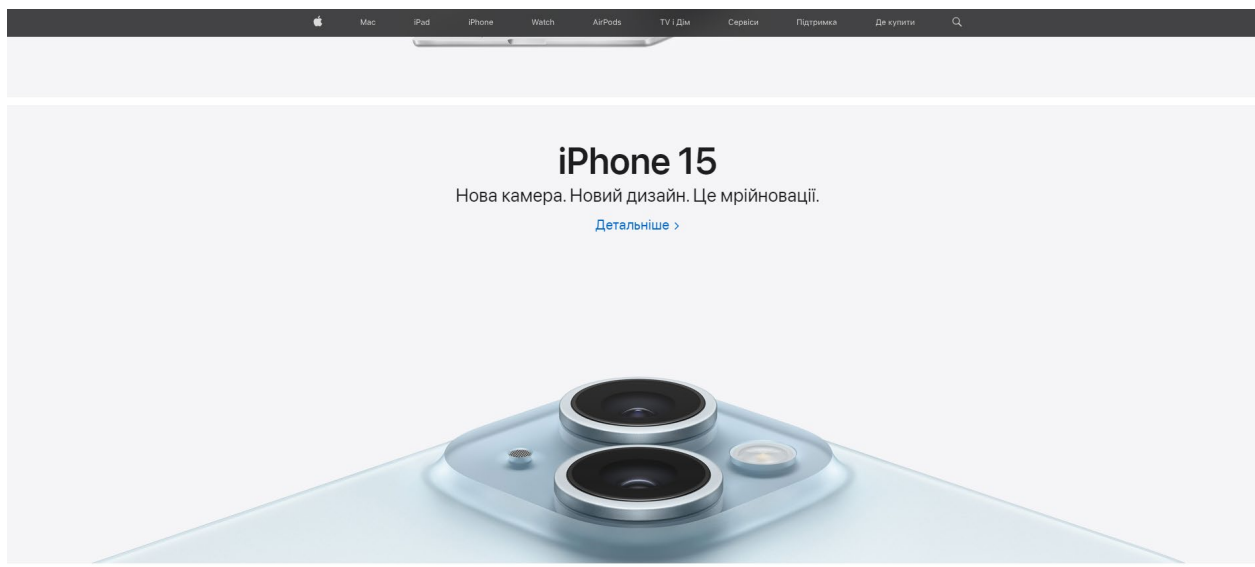


Рис 2.1. Головна сторінка сайту Apple.

Ознайомившись з актуальною версією сайту, можна відразу помітити його абсолютний мінімалізм. Інтерфейс уникає зайвих деталей і фокусується на неймовірно якісній графіці та основних функціональних елементах. Щоб досягти максимальної простоти, дизайнери Apple взяли на озброєння концепцію *negative space*. Домашня сторінка зазвичай містить велике зображення останнього продукту, слоган і кілька посилань на статті. Це дозволяє уникнути надлишку інформації для користувачів і спонукає їх досліджувати продукти. Apple також підтримує послідовність бренду. На їхньому веб-сайті представлені впізнавані шрифти, мінімалістичні значки та зображення продуктів, які розглядаються під різними кутами.

2) Spotify(рис.2.2)

Гасло Spotify «Музика для всіх» відображено в його веб-дизайні. Поточковий сервіс був створений, щоб допомогти користувачам зануритися в улюблені треки та відкрити нові. Щоб налаштувати користувача, Spotify аналізує музичні вподобання та налаштовує свої списки відтворення для кожного окремого слухача. Крім того, домашня сторінка містить такі розділи, як «Нові релізи» та «Топ-чарти», що полегшує пошук нової музики.

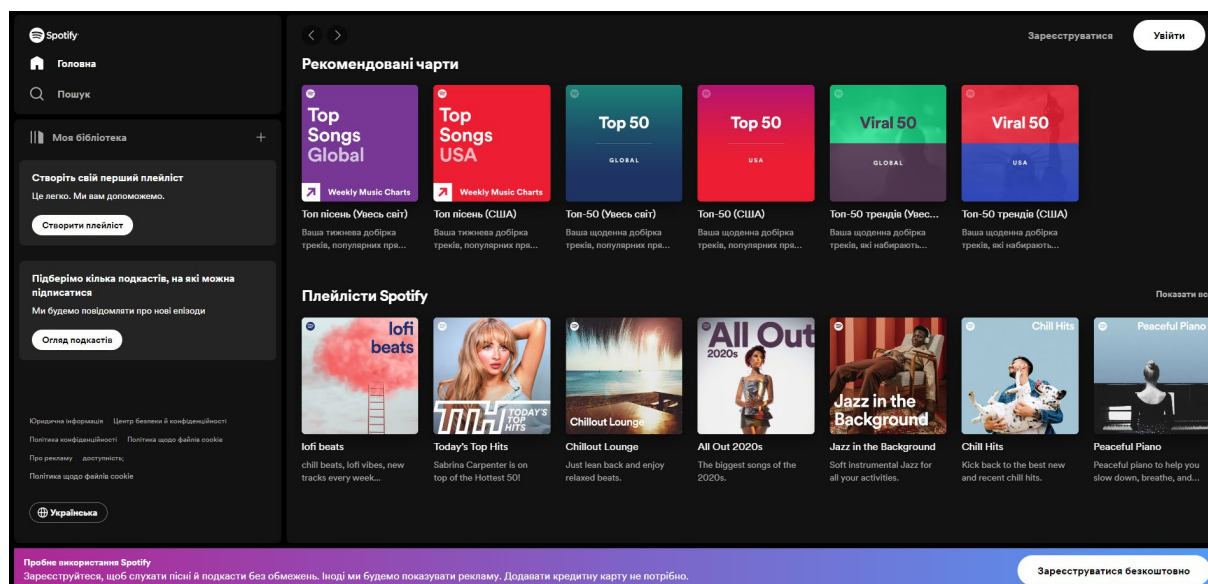


Рис 2.2. Головна сторінка сайту Spotify.

З точки зору естетики, Spotify обирає прості та мінімалістичні рішення. На веб-сайті в основному використовується темна кольорова палітра з яскравими контрастами, створеними елементами відтінків червоного, фіолетового та оранжевого. Крім того, ця музична платформа постійно переосмислює значення веб-дизайну.

3) Nike (рис.2.3)

Інтернет-магазин Nike приділяє особливу увагу зручності використання. Під час навігації категорією кросівок ви знайдете фільтри, адаптовані до різних потреб, таких як тренування, спосіб життя, прогулянки, гольф тощо.

Відвідавши картку товару, ви побачите якісні зображення товарів з різних ракурсів.

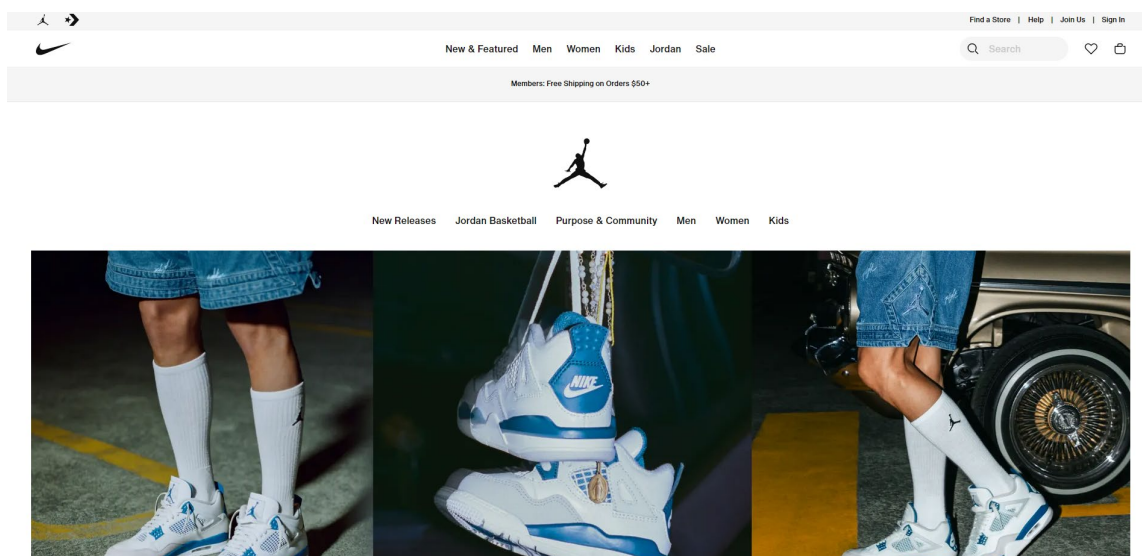


Рис 2.3. Головна сторінка сайту Nike.

Інтерфейс інтернет-магазину оформлений у чорно-білій колірній палітрі, де переважають світлі відтінки. Це дозволяє користувачам повністю зосередитися на процесі покупки, не відволікаючись на непотрібні елементи. Ще одна відмінна риса бренду – якісні сюжетні сюжети. У своїх маркетингових матеріалах Nike часто розповідає про спортсменів та їхні досягнення, що глибоко перегукується з філософією бренду.

1. Інтернет-магазин molliua.com (рис.2.4).

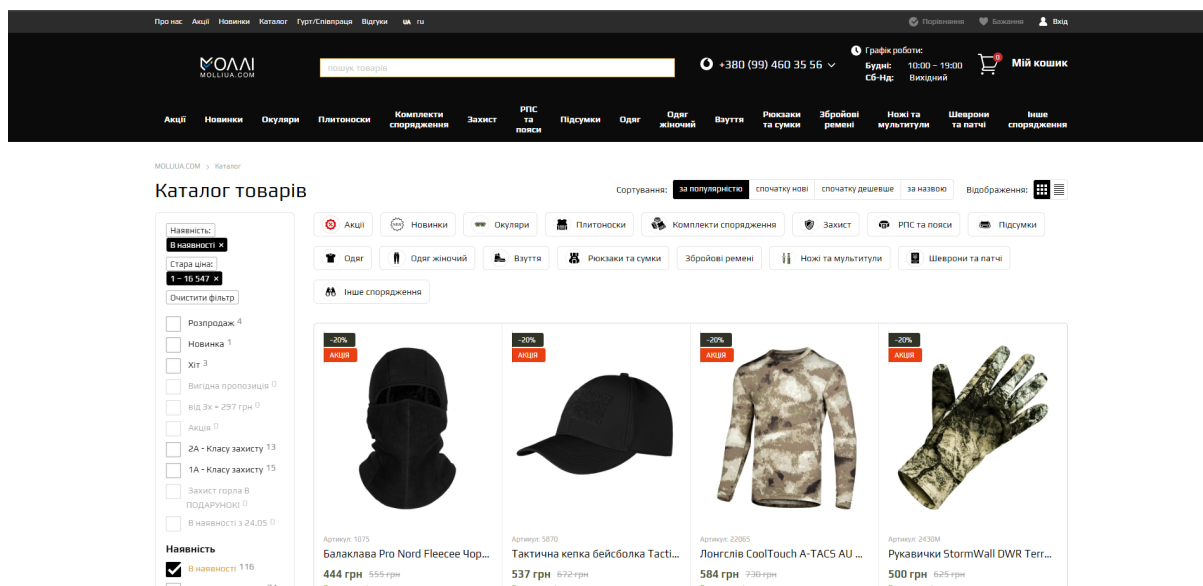


Рис 2.4. Інтернет-магазин molliua.com

Основні характеристики molliua.com [58]:

Дизайн: мінімалістичний, з чистими лініями та приємною кольоровою гамою; використання якісних фотографій товарів; зручне меню навігації.

Функціонал: широкий спектр фільтрів для пошуку товарів; можливість порівнювати товари; особистий кабінет для користувачів; різні способи оплати та доставки.

Інформація: детальні описи товарів та їх характеристик; відгуки про товари.

Додатково: багатомовний сайт, блог з корисними статтями, програма лояльності для постійних клієнтів.

2. Інтернет-магазин agressor.com.ua (рис.2.5).

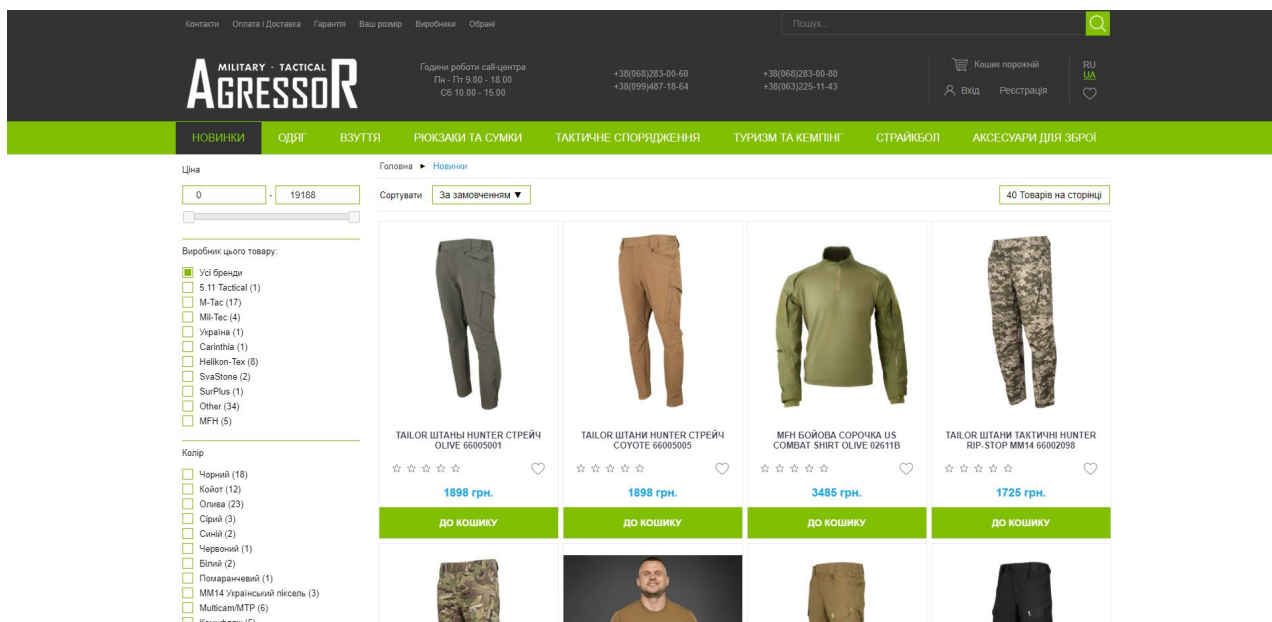


Рис 2.5. Інтернет-магазин agressor.com.ua

Його основні характеристики [57]:

Дизайн: динамічний з використанням яскравих кольорів та військової тематики; використання банерів та слайдерів; менш зручне меню навігації, порівняно з Molli.

Функціонал: фільтри для пошуку товарів за категоріями, брендами, ціною та іншими параметрами; можливість порівнювати товари; особистий кабінет для користувачів; різні способи оплати та доставки.

Інформація: детальні описи товарів та їх характеристик; відгуки про товари.

Додатково: багатомовний сайт, статті про військове спорядження; програма лояльності для постійних клієнтів.

3. Інтернет-магазин militarist.ua (рис.2.6).



Рис 2.6. Інтернет-магазин militarist.ua

Його основні характеристики [56]:

Дизайн: сучасний, з використанням темних кольорів та військової тематики; використання якісних фотографій товарів; зручне меню навігації.

Функціонал: широкий спектр фільтрів для пошуку товарів; можливість порівнювати товари; особистий кабінет для користувачів; різні способи оплати та доставки.

Інформація: детальні описи товарів та їх характеристик; відгуки про товари.

Додатково: багатомовний сайт, блог з корисними статтями, програма лояльності для постійних клієнтів.

Загальні висновки:

Molli має найкращий дизайн з трьох сайтів.

Агрессор має найдинамічніший дизайн, але менш зручну навігацію.

Мілітарист має сучасний дизайн та широкий спектр функціональних можливостей.

Щодо інформації:

Molli та Мілітарист надають детальні описи товарів та характеристики.

Агресор не має відгуків про товари.

Додатково:

Всі три сайти є багатомовними.

Molli та Мілітарист мають блоги з корисними статтями.

Агресор та Мілітарист мають програми лояльності для постійних клієнтів.

Який сайт найкращий, залежить від потреб та вподобань. Якщо важливий дизайн, то Molli - це найкращий вибір. Якщо важлива функціональність, то Мілітарист - це кращий вибір. Агресор може бути хорошим вибором, якщо подобається його динамічний дизайн та військова тематика.

Портрет потенційних клієнтів :

<i>Вік</i>	Молодь віком 17-20 років
<i>Ціль</i>	Придбання одягу та спорядження для активного відпочинку, туризму, страйкболу, пейнтболу, тощо. Пошук інформації про військову тематику, історію, зброю, тощо. Спілкування з іншими людьми, які цікавляться військовою тематикою.
<i>Інтереси</i>	Активний відпочинок, туризм, страйкбол, пейнтбол, тощо. Військова історія, зброя, військова техніка. Патріотизм, національна оборона.
<i>Складнощі</i>	Недосвідченість у виборі одягу та спорядження. Обмежений бюджет. Недолік інформації про товари та послуги магазину.
<i>Рішення</i>	Детальні описи товарів з фотографіями та відеооглядами. Таблиці розмірів та рекомендації щодо вибору одягу та спорядження. Можливість віртуальної примірки одягу. Доступні ціни та акції. Консультації менеджерів магазину.
<i>Вік</i>	Старші люди віком 20-40 років
<i>Ціль</i>	Придбання одягу та спорядження для професійної діяльності (військові, рятувальники, тощо). Пошук інформації про нові технології та розробки у військовій

	сфері.
<i>Інтереси</i>	Придбання сувенірів та подарунків на військову тематику. Професійна діяльність у військовій сфері. Військова техніка, зброя, бойові мистецтва.
<i>Складнощі</i>	Історія, політика, геополітика. Високі вимоги до якості одягу та спорядження. Необхідність у підтвердженні особистості для придбання деяких товарів.
<i>Рішення</i>	Недолік інформації про сумісність товарів. Сертифікати якості товарів. Можливість отримання дозволів та ліцензій на придбання певних товарів. Детальні описи товарів з технічними характеристиками. Таблиці сумісності товарів. Консультації фахівців магазину.

<i>Вік</i>	Користувачі поважного віку 50+ років
<i>Ціль</i>	Придбання одягу та спорядження для полювання, риболовлі, туризму. Пошук інформації про військову історію, зброю, тощо. Спілкування з іншими людьми, які поділяють їхні інтереси.
<i>Інтереси</i>	Полювання, риболовля, туризм. Військова історія, зброя, військова техніка.
<i>Складнощі</i>	Історія, культура, традиції. Недосвідченість у роботі з інтернет-магазинами. Необхідність у допомозі з вибором товарів.
<i>Рішення</i>	Недолік інформації про доставку та оплату товарів. Простий та зрозумілий інтерфейс сайту. Доступні способи оплати та доставки товарів. Можливість замовлення товару телефоном. Консультації менеджерів магазину.

Згідно з проведеним аналізом, можна зробити наступні висновки:

Інтернет-магазини на військову тематику мають значну цільову аудиторію, яка поділяється на три основні вікові групи:

1. **Молодь (20 років):** Ця група цікавиться активним відпочинком, туризмом, страйкболом, пейнтболом, а також військовою історією та зброєю. Їм важливо, щоб сайт був простим у користуванні, пропонував доступні ціни та якісну інформацію про товари.

Активно розвивати канали просування в соціальних мережах, таких як TikTok, Instagram, YouTube.

Співпрацювати з молодими блогерами та лідерами думок, які цікавляться військовою тематикою.

Запропонувати спеціальні ціни та акції для студентів та молодих людей.

Проводити конкурси та розіграші в соціальних мережах.

Створити спільноту в соціальних мережах, де молоді люди зможуть спілкуватися один з одним та з магазином.

2. Середній вік (20-40 років): Ця група цікавиться професійною діяльністю у військовій сфері, новими технологіями та розробками, а також сувенірами та подарунками на військову тематику. Їм важливо, щоб на сайті була представлена якісна продукція, а також детальна інформація про товари та послуги.

Створити інформативний блог на сайті магазину, де можна публікувати статті про військову тематику, новини, огляди товарів, тощо.

Проводити вебінари та онлайн-консультації з фахівцями у військовій сфері.

Співпрацювати з військовими організаціями та клубами.

Запропонувати програми лояльності для постійних клієнтів.

Надати можливість оптового замовлення товарів.

3. Старші (50+ років): Ця група цікавиться полюванням, риболовлю, туризмом, а також військовою історією та зброєю. Їм важливо, щоб сайт був простим у користуванні, пропонував доступні ціни та якісну інформацію про товари.

Створити друковані каталоги товарів, які можна розповсюджувати через спеціалізовані магазини та клуби.

Співпрацювати з ветеранськими організаціями.

Запропонувати консультації з вибору товарів по телефону.

Надати можливість оплати товарів готівкою при отриманні.

Створити розділ на сайті магазину з історичними довідками та спогадами про військову службу.

Для того, щоб бути успішним, інтернет-магазину на військову тематику важливо пропонувати широкий асортимент товарів, який відповідає потребам та інтересам всіх цільових аудиторій, забезпечити зручний та зрозумілий інтерфейс сайту, надавати детальну та якісну інформацію про товари та послуги, пропонувати доступні ціни та зручні способи оплати та доставки, забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів[48]. Важливо також постійно відстежувати нові тенденції та потреби ринку, щоб запропонувати своїм клієнтам найактуальніші та цікаві товари та послуги. Крім того, інтернет-магазину може бути корисно використовувати різні маркетингові інструменти для просування своєї продукції, наприклад, контекстну рекламу, SEO-оптимізацію, SMM, тощо. Дотримуючись цих рекомендацій, інтернет-магазин на військову тематику може значно збільшити свою аудиторію та обсяги продажів[47].

2.2. Формування вимог до веб дизайну сайту інтернет магазину.

Веб-дизайн став важливим елементом успіху будь-якого бренду. Хороший дизайн може покращити взаємодію з користувачем, оптимізувати позиції в пошукових системах і, зрештою, підвищити репутацію та дохід бренду[52]. Серед систем дизайну мінімалізм є найбільш переважним підходом до дизайну веб-сайту.

Мінімалізм в дизайні - це стиль або підхід, який підкреслює простоту і усуває зайві елементи. Мета полягає в тому, щоб створити відчуття порядку та ясності, використовуючи лише необхідні елементи для створення єдиного та візуально привабливого цілого. Ви можете досягти цього за допомогою геометричних форм, нейтральних кольорів і простих, лаконічних композицій[53].

Говорячи про основні риси даного напрямку, можна виділити наступні принципи мінімалізму[55]:

1. Створюючи мінімалістичний веб-сайт, важливо зосередитися на чистому та лаконічному інтерфейсі. Уникання перевантаження сайту занадто великою кількістю інформації, оскільки це може ускладнити його вивчення та використання.
2. Ефективне використання білого простору в мінімалістичному дизайні може допомогти створити чисту та сучасну естетику. Уважно розміщувати елементи на сторінці, наприклад зображення і текст. Це дозволяє оку швидко орієнтуватися на сторінці та робить вміст більш читабельним і привабливим.
3. Експерименти з різними комбінаціями кольорів, поки не знайдеться різноманіття, яке викликає достатній візуальний інтерес, але не настільки, щоб відволікати від повідомлення. Вибір кольорів, які відповідають бренду та повідомленню веб-сайту та є привабливими для цільової аудиторії. Зведення до мінімуму вибору кольорів може спростити процес проектування. Проста палітра кольорів створить відчуття порядку та балансу в дизайні та дозволить вмісту виділитися на тлі.
4. Чистий і сучасний шрифт, який не має занадто багато декоративних елементів. Такий підхід допоможе створити чистий і безладний вигляд і зробить текст легким для читання.
5. Створення візуальної ієрархії вмісту веб-сайту може допомогти відвідувачам легко та швидко керувати вашим сайтом. Ефективний контраст і поєднання кольорів, щоб привернути увагу до різних елементів. Використання вертикального вирівнювання та інших форм, розмірів та відстані від центру сторінки, щоб створити відчуття порядку та структури на сайті.
6. Мінімалістичний дизайн часто значною мірою покладається на невелику кількість зображень та інших візуальних елементів. Не ускладнювати дизайн і не додавати занадто багато елементів, таких як посилання та зображення. Зосередження на чіткості допоможе створити привабливий веб-сайт, простий у використанні[54].

7. Розробляючи мінімалістичний макет, переконатись, що всі елементи мають однакову вагу. Мінімалістичний сайт з асиметричною структурою може здаватися хаотичним і незавершеним. Натомість симетрія та баланс між елементами, щоб допомогти створити більш привабливий сайт, який не здається роз'єднаним і незбалансованим.
8. Мінімалістичні веб-сайти часто приховують навігацію та інші елементи, щоб надати користувачам більше простору на екрані. Цей підхід дозволяє відвідувачам вільно досліджувати сайт, а не показувати їм покажчики, які вказують їм, де вони знаходяться на сторінці та що вони можуть читати або робити. Переконатись, що все ще надається відвідувачам - простий спосіб навігації на веб-сайті та пошуку того, що їм потрібно.
9. Уникання захаращення сайту занадто великою кількістю маркетингових повідомлень, оскільки це може призвести до плутанини та перевантажити відвідувачів.

Мінімалізм - це підхід до дизайну, який пропонує естетичну тенденцію, яка цінує простоту, ясність і функціональність, один з найкращих і найбажаніших підходів на теперішньому ринку. Сучасні люди не мають багато часу, щоб переглядати цілі веб-сайти, тому їм потрібна інформація по суті, і надати її користувачеві з мінімалізмом є найкращим підходом до веб-дизайну[55].

Дизайн сайту повинен відповідати потребам та інтересам цільової аудиторії, яка включає молодь, людей середнього віку та старших. Кольори та символи, які асоціюються з військовою тематикою, наприклад, камуфляж, герби, тощо. Чіткі шрифти, які легко читаються, та прості макети, щоб не перевантажувати користувачів інформацією. Чітка та лаконічна інформацію про товари, послуги, доставку, оплату, тощо. Зручність для користування, щоб люди могли легко знаходити те, що їм потрібно, та робити покупки[29].

Функціональна частина сайту:

- Широкий асортимент товарів для різних цільових аудиторій (молодь, середній вік, старші).
- Можливість фільтрувати та сортувати товари за різними критеріями.
- Детальні описи товарів з фотографіями.
- Особистий кабінет для користувачів.
- Система відстеження замовлень.
- Можливість залишати відгуки про товари.
- Система донатів

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ВЕБ ДИЗАЙНУ САЙТУ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ З ВИКОРИСТАННЯМ FIGMA.

3.1. Створення модульної сітки.

На початку розробки дизайну сайту було створено прототип у вигляді ілюстрації на листку паперу, на якому зображено спрощений вигляд сайту, основні нюанси розміщення контенту на сайті, меню навігації та функціонал сайту. Після чого розпочалося формування відображення прототипу дизайну в інструменті Figma. Для початку було створено фрейм[40] завширшки 1440 пікселів (рис. 3.1), який буде слугувати основним полотном на якому буде власне створюватись дизайну сайту. Потім була створена розмірна сітка на макеті, за допомогою якої відбувається орієнтація щодо розташування контенту(рис. 3.3).

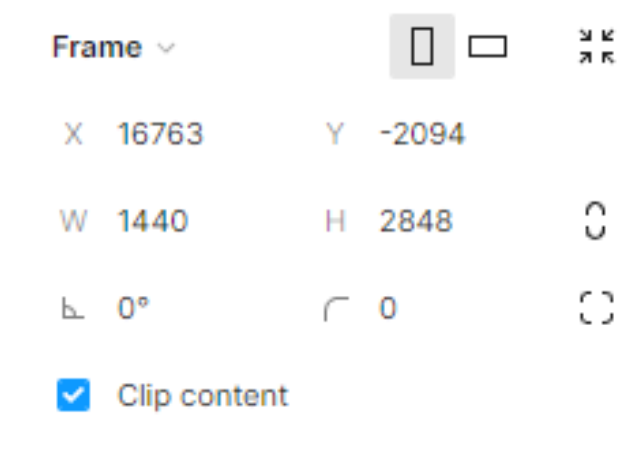


Рис. 3.1. Розміри макету головної сторінки сайту.

Вибір ширини сайту 1440 пікселів замість 1920 пікселів обумовлений кількома важливими міркуваннями, які включають зручність користувача, доступність контенту та адаптивність. По-перше, ширина 1440 пікселів забезпечує більш зручний і читабельний макет для користувачів на великих екранах.

Якщо сайт буде занадто широким (1920 пікселів), користувачам доведеться робити багато горизонтальних рухів очима, що може бути незручно і втомливо. По-друге, більшість сучасних веб-сайтів використовують адаптивний дизайн, щоб забезпечити гарний вигляд на різних пристроях. Задана ширина є оптимальним значенням, яке дозволяє легко адаптуватися під екрани середніх та великих розмірів, зберігаючи при цьому зручність перегляду на менших екранах. По-третє, концентрація контенту в центральній частині екрану дозволяє легше досягти основної інформації без необхідності скролінгу або переміщення вбік. Це особливо важливо для забезпечення доброго користувацького досвіду. Нарешті, стандартизація дизайну на 1440 пікселів дозволяє дизайнерам та розробникам використовувати існуючі шаблони і компоненти, що полегшує процес створення і підтримки веб-сайту. Таким чином, ширина 1440 пікселів є збалансованим вибором, що поєднує зручність, доступність та ефективність адаптивного дизайну.

Використання сітки є важливим для створення добре структурованого макета. Коли сітка з'являється в меню праворуч, налаштувала параметри сітки відповідно до своїх уподобань. Figma дозволяє створювати сітки як для горизонтальних, так і для вертикальних адаптивних макетів, які автоматично регулюватимуться зі зміною розміру екрана.

Rows

Count

Color

12

2AC539

35%

Type

Height

Offset

Top

240

96

Gutter

48

Columns

Count

Color

6

6C1B9D

35%

Type

Width

Offset

Left

184

40

Gutter

24

Rows

Count

Color

1000

1B2E22

20%

Type

Height

Offset

Top

16

32

Gutter

0

Рис. 3.2 Розміри колонок та рядків макету.

Для розробки сайту була використана модульна сітка [36] з перетину рядків і 6 стовпців та вузьких рядків розміром 16 пікселів для коректного розміщення контенту на сайті (рис. 3.3).

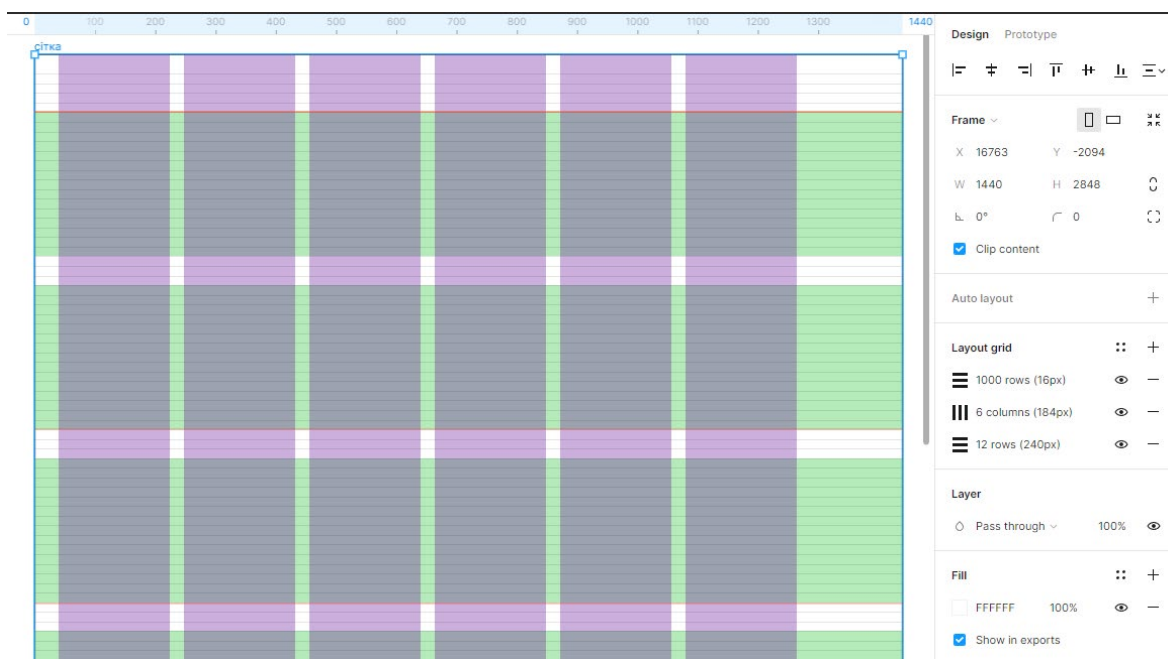


Рис. 3.3. Модульна сітка сайту.

Використання колонок у макеті допомагає розділити макет на чіткі секції, полегшуючи розміщення елементів та забезпечуючи узгодженість в усьому дизайні. Крім того, колонки підвищують читабельність контенту і допомагають створювати адаптивні макети, які добре виглядають на різних пристроях. Їх використання також спрощує спільну роботу, полегшуючи розуміння структури макета. Нарешті, вони допомагають створити візуальну гармонію та сприяють ефективній верстці веб-сторінок для розробників.

Верхня навігаційна панель - це елемент веб-дизайну, розташований зазвичай у верхній частині веб-сайту або програми. Вона містить набір посилань або іконок, які дозволяють користувачам швидко переходити до різних розділів сайту або виконувати певні дії. Верхня навігаційна панель часто

містить такі елементи, як основні категорії меню, пошукове поле, логотип компанії або бренду, а також додаткові корисні посилання, такі як контакти або вхід в обліковий запис. Цей елемент важливий для користувачів, оскільки він забезпечує зручний та швидкий доступ до основних розділів сайту. Оскільки люди зазвичай читають зліва направо, найпоширенішим порядком є додавання спочатку логотипу, а потім решти елементів[52].

У випадку з моїм основним завданням, було вирішено створити навігаційну панель з анімацією, щоб за допомогою перемикаючої кнопки змінювалось наповнення меню. Адже основною метою мінімалізму є простота, тому таким чином було зменшено візуальний шум на сайті та додана невеличка візуальна особливість. В якості перемикаючої кнопки(рис. 3.4) було створено дві невеликі ілюстрації у вигляді зброї. При натисканні на ці ілюстрації, вони будуть заміщувати одна одну, додатком до цього саме зображення зброї є співвлучним із військовим напрямком сайту.



Рис. 3.4. Ілюстрації кнопок.

Наступний розділ “Герой”, що являє собою візуальний механізм, який справляє перше враження на відвідувача сайту. Зазвичай цей блок розміщується у верхній частині сторінки, має великий розмір або займає значну частину екрану. Він може містити заголовок, основне зображення або відео, а також

важливі дії або посилання, які викликають користувачеву увагу і викликають його інтерес.

Герой може бути використаний для відображення ключового контенту, акцентування уваги користувача на певному продукті, послугі або повідомленні, а також для створення першого враження про веб-сайт або додаток, проте я вирішила що у моєму дизайні на цьому етапі буде розміщуватись зациклена стрічка новин на основі діяльності сайту у вигляді фотографій(рис. 3.5).

Так як дизайн розробляється для інтернет-магазину, користувач відвідує сайт щоб ознайомитись з товаром та в результаті щось придбати, тому було вирішено додати певний особливий візуальний та функціональний елемент на сайт - статичну зафіксовану бічну панель в якості корзини для користувача, що певною мірою скоротить шлях користувача до придбання товару [34].

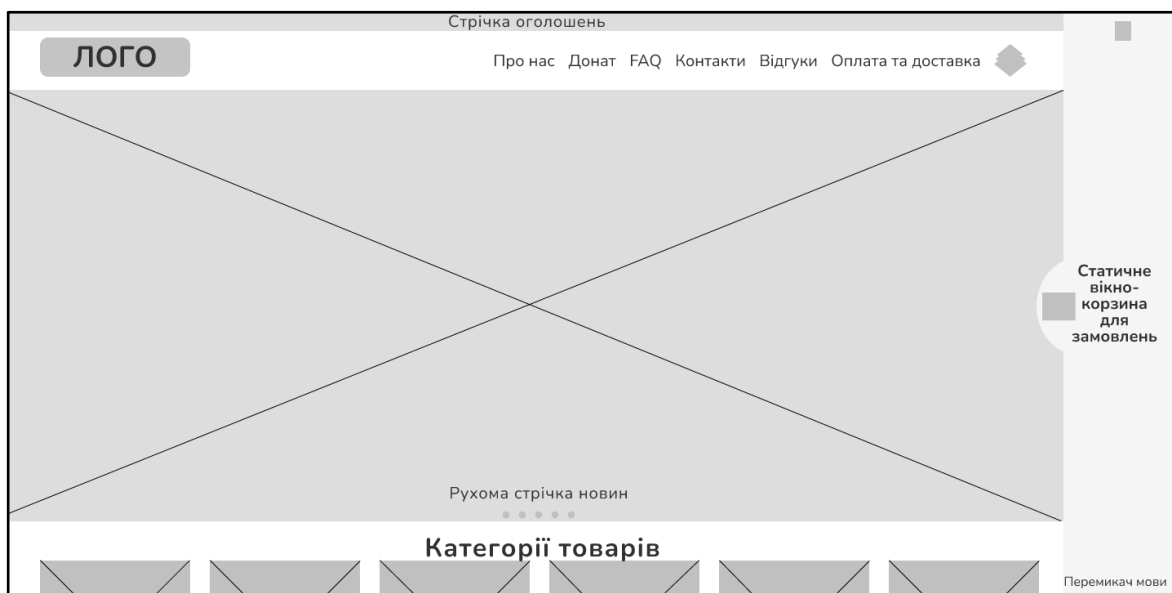


Рис. 3.5 Макет головного екрану сайту.

У наступному розділі буде розміщуватись навігаційна панель з категоріями товарів у вигляді карток (рис. 3.6) стає все популярнішою завдяки своїй візуальній привабливості та зручності використання. Цей стиль дозволяє

користувачам швидко і легко знайти потрібні категорії товарів, оскільки картки зазвичай містять зображення і короткий опис, що робить інформацію більш зрозумілою і доступною. Візуальні елементи, такі як картинки на картках, привертають увагу користувачів і полегшують навігацію, особливо на мобільних пристроях, де простота і швидкість взаємодії є критичними.

Тренд на використання карток в навігаційних панелях також пояснюється естетичними та функціональними перевагами. Картки дозволяють створювати чистий і організований інтерфейс, що сприяє кращій взаємодії з користувачем. Вони також легко адаптуються до різних розмірів екранів, забезпечуючи консистентний користувацький досвід на різних пристроях. Такий підхід сприяє підвищенню юзабіліті та задоволеності користувачів, що в кінцевому результаті позитивно впливає на конверсії і залучення аудиторії.



Рис. 3..6 Навігаційна панель з категоріями товарів.

Також не менш важливою частиною для збільшення залученості покупців є ознайомлення їх з актуальним товаром, коротким описом, посилання з його детальною характеристикою та велика помітна кнопка внизу - "Купити" (рис. 3.7).

Розміщення меню з актуальними товарами, такими як "Хіти продажів", "Новинки" та "Акції", на головній сторінці сайту інтернет-магазину має кілька важливих переваг.

Меню з категоріями "Хіти продажів" допомагає користувачам швидко знайти найпопулярніші товари, які вже користуються попитом у інших покупців. Це створює додаткову довіру до продуктів і стимулює до покупки, оскільки споживачі часто схильні обирати те, що вже отримало позитивні відгуки і добре продається.

Розділ "Новинки" забезпечує зручний доступ до нових товарів, що важливо для тих покупців, які шукають найсвіжіші пропозиції на ринку. Це допомагає інтернет-магазину демонструвати свою здатність постійно оновлювати асортимент і задовольняти сучасні тренди, що підвищує інтерес і залученість клієнтів.

Категорія "Акції" або "Знижки" приваблює ціновими перевагами, які можуть спонукати до негайних покупок. Відображення спеціальних пропозицій на головній сторінці робить їх більш помітними і доступними, що сприяє збільшенню продажів і зменшенню залишків товару.

Загалом, наявність цих категорій на головній сторінці допомагає швидко орієнтуватися в асортименті, покращує зручність навігації та підвищує шанси на успішну конверсію, задовольняючи потреби різних типів покупців.



Рис. 3.7 Розділ актуальних позицій серед товарів.

Наступний розділ “Виробники” (рис. 3.8). в якому буде представлено список найпопулярніших представників серед виробників, що також позитивно вплине на прихильність користувачів та їх залученість.

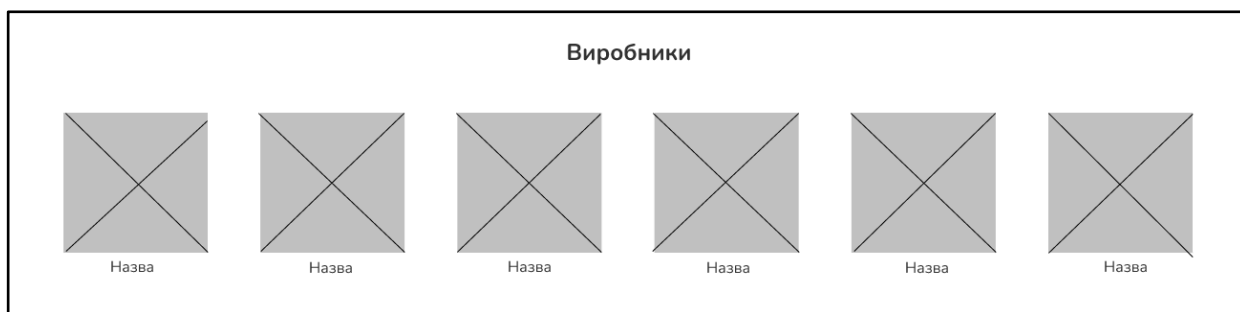


Рис. 3.8 Розділ “Виробники”.

Розділ відгуків та комунікації користувачів (рис. 3.9) з адміністраторами теж відіграє важливу роль, адже це має на мені підняти рівень довіри до магазину та показати клієнтам.

У цьому розділі розміщена форма заповнення "Залишити відгук", яка надає можливість клієнтам залишати свої враження та оцінки після придбання товарів. Форма включає поля для введення ім'я користувача або псевдоніму, електронної пошти (для зв'язку) та текстового поля для відгуку.

Збоку від форми розміщене меню "Ваші відгуки та пропозиції", де будуть відображені всі раніше залишені відгуки користувачів. Це дозволить клієнтам переглядати та оцінювати відгуки інших покупців, що збільшує їхню довіру до магазину та допомагає їм прийняти рішення про покупку.

Такий розділ на головній сторінці створює враження про те, що магазин цінує думку своїх клієнтів і прагне до постійного вдосконалення своєї роботи, що впливає на позитивне сприйняття бренду та підвищує рівень довіри серед клієнтів.

Рис. 3.9. Розділ “Відгуки”.

Завершальний розділ на сайті - нижня навігаційна панель (рис. 3.10), де можна знайти посилання на контактні дані менеджерів магазину, графік роботи, розділ із частими питаннями та інше.

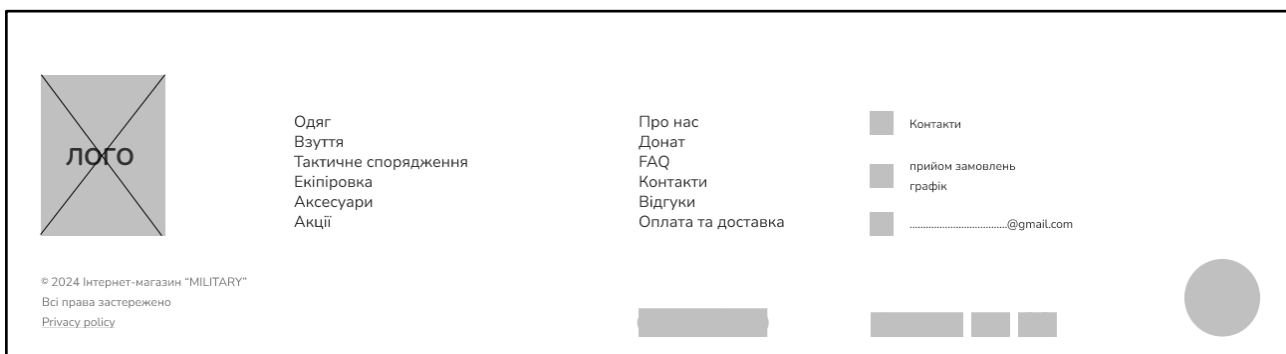


Рис. 3.10 Нижня навігаційна панель.

3.2. Розробка шаблонів головної та типової сторінки сайту.

Для фінальної розробки сайту та коректного відображення анімації, до частини елементів було застосовано функцію компоненти (components), що значно спростило процес роботи (рис. 3.11, рис. 3.12) .

Функція компонентів у дизайні веб-сайтів або додатків полягає в створенні повторюваних елементів, що можна використовувати на різних сторінках або в різних частинах додатку. Використання компонентів дозволяє забезпечити єдність у зовнішньому вигляді та користувацькому досвіді, спрощує управління змінами та забезпечує економію часу та ресурсів при розробці та підтримці веб-продукту.

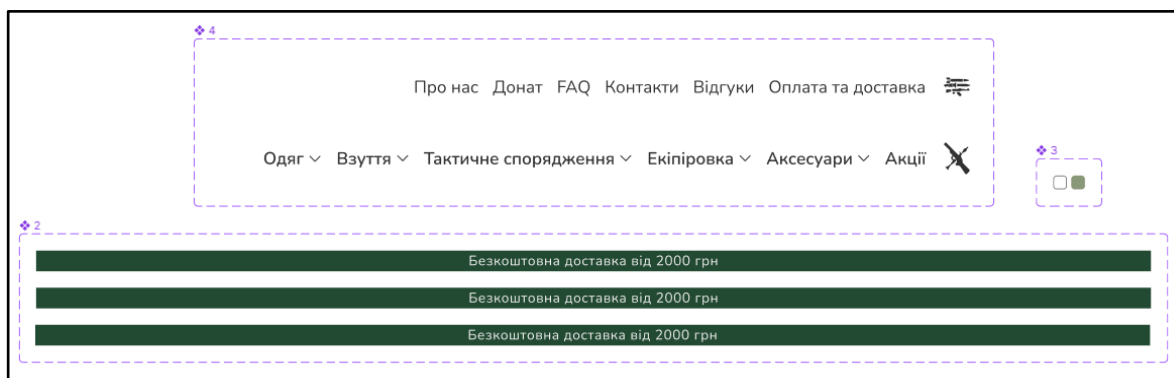


Рис. 3.11. Верхня навігаційна панель

Для цього було створено кілька фреймів та об'єднано їх за допомогою функції, додано анімацію та використано їх похідні копії в дизайні. Якщо потрібно буде щось доопрацювати в дизайні, це можна зробити в компонентах, тому що автоматично всі всі зміни в дизайні будуть автоматично відображатись й на копіях.

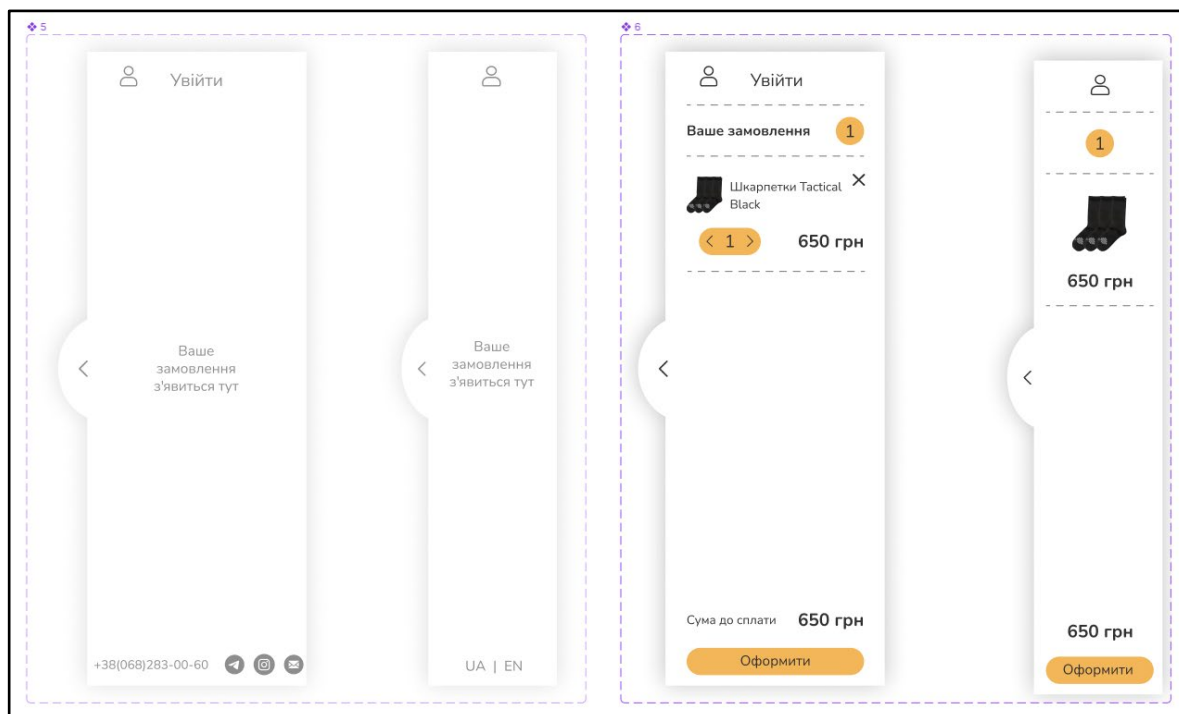


Рис. 3.12. Бічна фіксована панель, корзина покупця.

Також для пришвидшення роботи було створено об'єднані фрейми з основними кольорами, які будуть використовуватись на сайті, та іконки до карток товарів. Основна палітра включає відтінки сірих та зелених кольорів, які найчастіше зустрічаються в дизайні, що є актуально для військової тематики (рис.3.13).

Червоний колір було використано для привернення уваги користувачів, в ілюстрації серця біля фото товару, щоб покупець міг відмічати вподобаний товар. При цьому червоний явно належить до кольорів, що продають, він активно привертає увагу і створює ефект терміновості, що дозволяє ефективно використовувати його для привернення уваги до акцій, знижок, новинок, тому також застосувала цей колір до іконки “Акція”.

Блакитний колір використаний в іконці до карток для відображення наявності “різних кольорів” товару.

Жовтий колір в більшості застосувала для кнопок навігації по сайту, щоб зробити їх більш помітними та зрозумілими.

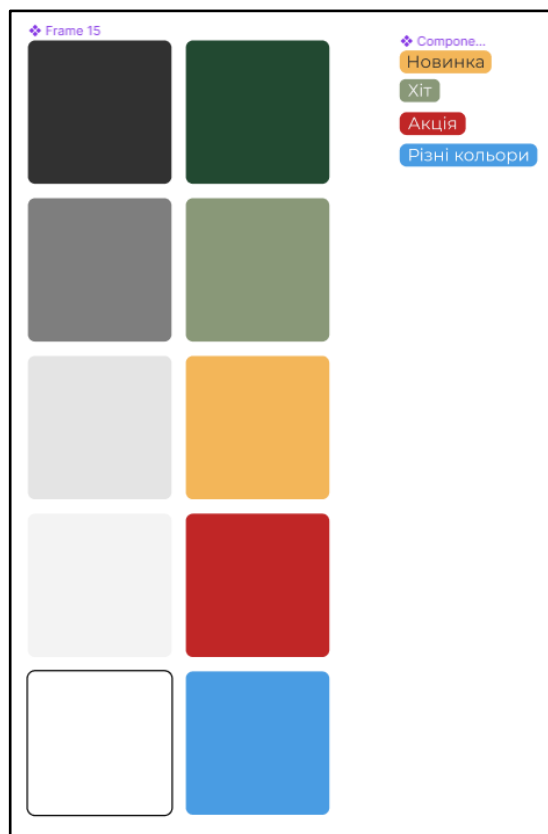


Рис. 3.13 Палітра кольорів. Іконки до карток.

Навігаційна панель розміщена верхній частині сторінки та містить основні категорії товарів і послуг. та лого. Вона відображається на світлому фоні та темним текстом для кращої видимості. Категорії відокремлені простором та іконками для більшої зрозумілості. Бічна панель-кошик для користувача розташована з одного боку екрану та містить інформацію про товари, які додані в корзину покупцем. Вона включає елементи керування, такі як кнопка “Увійти в акаунт”, "Оформити замовлення", також іконки для звязку з менеджерами сайту, а також можливість видалення товарів з корзини або зміни їх кількості.

Кошик також може відображати загальну суму замовлення та відобразити значок, що показує кількість товарів, які знаходяться у кошику.

Розділ "Герой" сторінки: Розділ "Герой" знаходиться у верхній частині сторінки та відображає основний акцентний контент. У випадку інтернет-магазину в зелених тонах це може бути промо-зображення акційного товару або спеціальної пропозиції, підкреслене зеленим фоном або елементами дизайну,

що вибиваються. Цей розділ призначений для привертання уваги користувачів та створення першого враження про продукт або бренд.

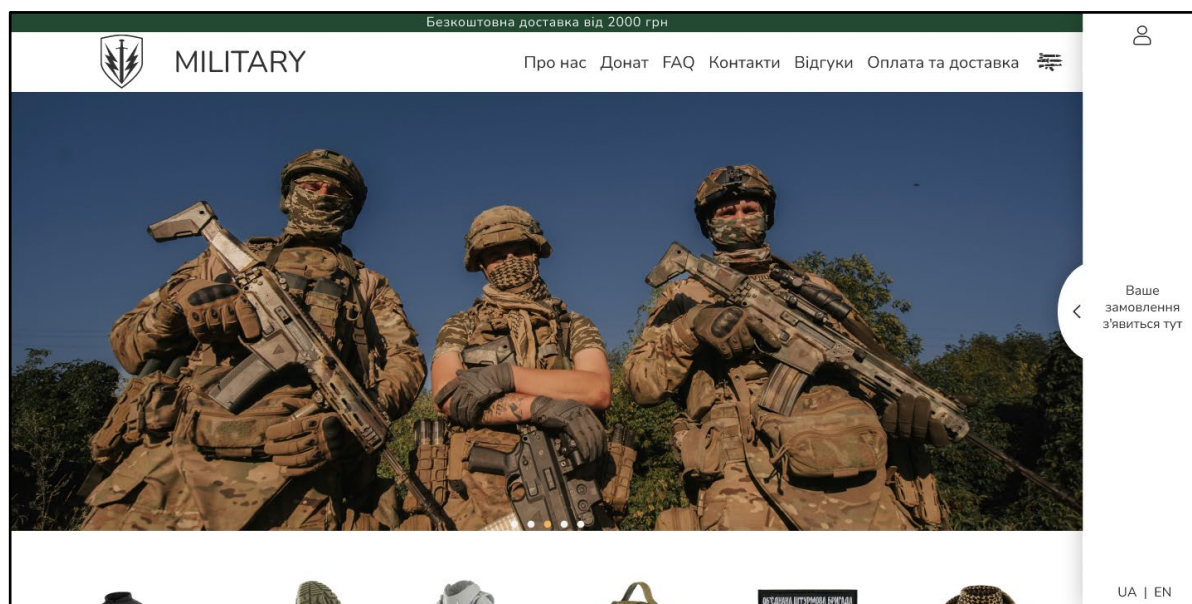


Рис. 3.14 Головний екран сайту.

Меню актуальних товарів на головній сторінці інтернет-магазину важливе для привертання уваги користувачів, збільшення продажів та покращення загального користувацького досвіду. Воно створює можливість швидкого доступу до популярних чи нових товарів, що стимулює їх перегляд та придбання. Показ актуальних товарів на головній сторінці сприяє зручному пошуку та забезпечує зручний інтерфейс для користувачів, що може позитивно вплинути на їх задоволеність та відданість бренду(рис. 3.15).

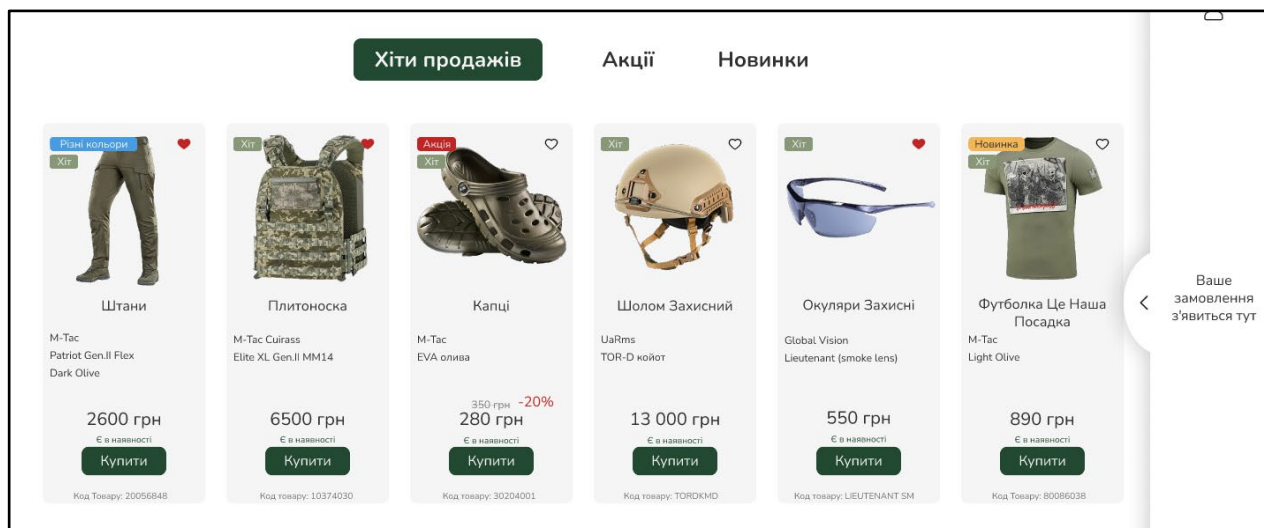


Рис. 3.15. Картки з популярними позиціями товарів.

Створення окремої сторінки "Донат" для Збройних Сил України на сайті інтернет-магазину (рис. 3.16) є важливим кроком для залучення фінансової підтримки та підвищення свідомості про потреби українських військових.

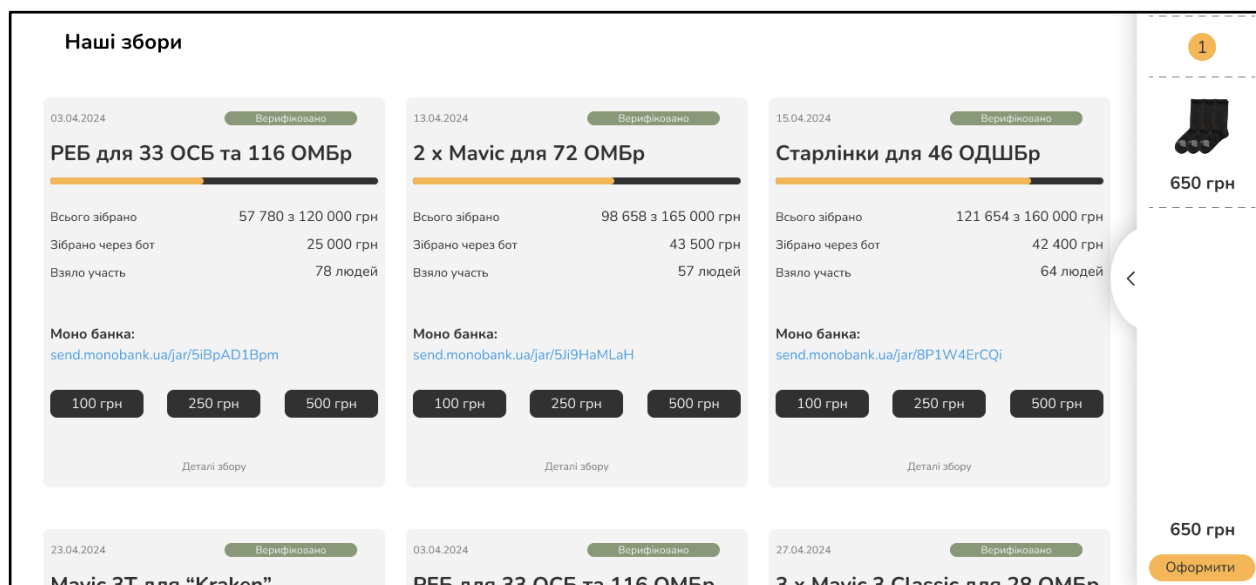


Рис. 3.16. Сторінку зі зборами коштів для ЗСУ.

Ця сторінка надає можливість відвідувачам активно долучитися до підтримки оборонної справи шляхом здійснення фінансових внесків, що допомагає забезпечити необхідні ресурси для виконання завдань Збройних Сил.

Окрім того, це є демонстрацією відповідальності та підтримки національної безпеки, а також може сприяти залученню громадської підтримки та участі в оборонній справі. Ця ініціатива відображає готовність компанії допомагати країні в складний час і підтримує важливу національну мету - захист України та її громадян.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було проведено детальне дослідження процесу розробки дизайну сайту Інтернет-магазину за допомогою інструменту Figma. У процесі дослідження були розглянуті сучасні тенденції у веб-дизайні, а також методи поліпшення користувацького досвіду.

Першочергово, виявлено, що використання інструменту Figma для розробки дизайну веб-сайтів є вкрай ефективним підходом. Його інтерфейс, функціонал та можливості сприяють швидкому та зручному створенню прототипів інтернет-магазинів з високим рівнем професійності.

Далі, аналізуючи сучасні тренди веб-дизайну, було визначено ключові аспекти, які необхідно враховувати при розробці дизайну Інтернет-магазину. Це включає в себе адаптивний дизайн, чітку навігацію, привабливість для користувача та оптимізацію для швидкості завантаження.

На основі отриманих даних було розроблено прототип дизайну Інтернет-магазину, який враховує всі вищезгадані аспекти. Цей прототип демонструє ефективність використання Figma для створення візуально привабливого та функціонального дизайну веб-сайтів.

У результаті, можна зробити висновок, що використання Figma є важливим етапом у процесі розробки дизайну Інтернет-магазинів. Він дозволяє розробникам створювати професійні та ефективні дизайни, які задовольняють потреби користувачів та відповідають сучасним вимогам веб-індустрії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білодід Ю.М., Поліщук О.П. Основи дизайну: навч. посібник. Київ : ПАРАПАН, 2017. 240 с.
2. Блінова Т.О., Порєв В.М. Комп'ютерна графіка. Київ: Юніор, 2019. 456 с.
3. Боксер П., і Сміт К., Designing for E-Commerce: Creating User Experiences that Convert. Нью-Йорк, Apress, 2021. 290 с.
4. Брюханова Г.В. Комп'ютерні дизайн-технології: навч. посібник для студ. в. навч. з. К. : Центр учбової літератури, 2018. 180 с.
5. Вайт А. Основи графічного дизайну, 3-є вид.. Київ : ArtHuss, 2023. 232 с.
6. Двірничук К.В., Вацек Д.О., Веб-програмування та веб-дизайн: навч. посіб.. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 472 с.
7. Дворжак В.В., Талах М.В., Ушенко Ю.О. Основи комп'ютерної графіки у Figma, навч. посіб.. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т ім. Федьковича, 2022. 258 с.
8. Джонсон Е., Створення успішного веб-сайту. Лос-Анджелес, Digital Design Press, 2023. 30 с.
9. Дойл Д., ст. Ключові особливості хорошого веб-дизайну: вид-я "Web Design Monthly". Сан-Франциско, Web Design Press, 2023. 25 с.
10. Емброуз Г., Оно-Біллсон Н. Основи. Графічний дизайн 01. Підхід і мова. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.
11. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 02. Дизайнерське дослідження. Пошук успішних креативних рішень. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.
12. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 03. Генерування ідей. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.
13. Зубик Л.В., Карпович І.М., Степаненко О.М. Основи сучасних web – технологій. част. 1. Рівне : НУВГП, 2016. 290 с.
14. Іваненко Т. Шрифтовий дизайн: основи. Харків : ХДАДМ, 2019. 144с.
15. Іттен Й Наука дизайну та форми. Київ : ArtHuss, 2021. 136 с.

- 16.Карлсон Д., і Пітерс С., E-Commerce UX: Designing Seamless Shopping Experiences. Чикаго, New Riders, 2020. 275 с.
- 17.Косів В. Магістерська робота з графічного дизайну: 100 вимог і порад. навч. посіб. Львів : Літопис, 2021. 112 с.
- 18.Купер А., Рейман Р., Кронін Д., About Face: The Essentials of Interaction Design." Індіанаполіс, Wiley, 2020. 720 с.
- 19.Лаптон Е., Філліпс Дж. Основи графічного дизайну 04 : Нові основи. Київ : ArtHuss, 2020. 262 с.
- 20.Маценко В.Г. Комп'ютерна графіка, навч. пос. Чернівці : Рута, 2019 343 с.
- 21.Мосіюк О.О. WEB- технології : навч. – метод. посібник, част 1. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2020. 56 с.
- 22.Ноддер К., Designing UX: Prototyping. Бірмінгем, SitePoint, 2019. 266 с.
- 23.Норман Д. Дизайн звичайних речей. КСД, 2023. 320 с.
- 24.Норман Д.Дизайн емоційного досвіду. ArtHuss, 2019, 304с.
- 25.Пасічник О.В., Пасічник В.В. Веб-дизайн : підручник. 2-е вид. стер. Львів: ПП “Магнолія 2006”, 2024. 520 с.
- 26.Пасічник В.В., Пасічник О.В., Угрин Д.І : підручник. кн. 1. Львів : “Магнолія 2006”, 2018. 335 с.
- 27.Петтон Дж., Ікономі П. Мапа історій користувача : Відкрий правдиву історію, створи саме той продукт. Київ : ArtHuss, 2022. 276 с.
- 28.Пічугін М. Ф. Комп'ютерна графіка, навч. пос.. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 348 с
- 29.Синєпуова Н. Композиція : тотальний контроль. Як створити дизайн без візуального сміття. Київ, ArtHuss, 2019. 240 с.
- 30.Трофіменко О.Г., Козін О.Б., Задерейко О.В. Веб-технології та веб-дизайн : навч. посіб.. Одеса : Фенікс, 2019. 284с.
- 31.Цеслів О.В. Основи програмування та веб-дизайн: навч. посіб. К., 2020. 149 с.
- 32.Чемерис Г. Ю. UX/UI дизайн : навч. посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. 290 с.

- 33.Швед А. В., Давиденко Є.О. Практичний web-дизайн : проектування, створення та супроводження web-вузла : навчальний посібник. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2019. 192 с.
- 34.Шнайдер Дж. Дизайн веб-інтерфейсів: Структура, Загальний вигляд, Стиль, Управління. Сан-Франциско, O'Reilly, 2018. 736 с.
- 35.Pereyra I. Universal Principles of UX: 100 Timeless Strategies to Create Positive Interactions between People and Technology. Rockport, 2023. 224 p.
- 36.Samara T. Making and Breaking the Grid, Third Edition: A Graphic Design Layout Workshop. Rockport, 2023. 256 p.
- 37.Вибір шрифтів URL:<https://ux.pub/uxp/vibir-shriftu-dlia-vashogho-dizainu-4ohf>
- 38.Чому Figma революційний інструмент для дизайнерів: ще 5 причин, 2021 URL:<https://designtalk.club/chomu-figma-revolutsijnyj-instrument-dlya-dyzajneriv-shhe-5-prychyn>
- 39.Що таке Figma: функції, інструменти та переваги, 2022 URL:<https://wezom.academy/ua/chto-takoe-figma-funktsii-instrumenty-ipreimuschestva/>
- 40.Як використовувати фрейми у Figma, 2023 URL:<https://www.figma.com/best-practices/groups-versus-frames/frames/>
- 41.Етапи розробки сайтів URL:<https://www.fishdigital.agency/etapi-rozrobki-saytu>
- 42.Етапи розробки сайтів URL:<https://galka.if.ua/rozrobka-veb-saytu-etapy-ta-osoblyvosti/>
- 43.Етапи розробки сайтів URL:<https://wedex.com.ua/blog/etapi-rozrobki-sajtu/>
- 44.Етапи розробки сайтів URL:<https://wezom.com.ua/ua/blog/etapy-razrabotki-internet-magazina>
- 45.Що таке фігма і навіщо вона потрібна? URL:<https://dan-it.com.ua/uk/blog/chto-takoe-figma-i-zachem-ona-nuzhna/>
- 46.Adobe XD vs Sketch vs Figma vs InVision URL:<https://www.creative-tim.com/blog/web-design/adobe-xd-vs-sketch-figma-invision/>

47. Важливість інтернет-магазину для вашого бізнесу

URL: <https://www.linkedin.com/pulse/unlocking-global-opportunities-importance-online-store-your-joavf/>

48. Важливість веб-сайтів для бізнесів

URL: <https://toomba.com/en/marketing/relevance-of-websites-for-business-growth/>

49. Введення в дизайн веб-сайту на Figma URL: <https://productiveshop.com/an-introduction-to-designing-a-website-on-figma/>

50. Як використовувати Figma для дизайну веб-сайтів

URL: <https://devrix.com/tutorial/how-to-use-figma-website-design/>

51. Як використовувати Figma для дизайну веб-сайтів

URL: <https://alphaefficiency.com/how-to-use-figma-for-web-design>

52. Дизайн лендінгу як профі на Figma

URL: <https://app.uxcel.com/lessons/figma-tricks-to-design-a-landing-page-900>

53. Мініمالізм у веб-дизайні

URL: <https://webtune.com.ua/statti/dyzajn/minimalizm-u-veb-dyzayni/>

54. Мініمالізм у веб-дизайні URL: <https://www.geeksforgeeks.org/minimalism-in-web-design/>

55. Мініمالізм у веб-дизайні та як його вдосконалити

URL: <https://site.pro/Blog/Minimalism-in-Website-Design/>

56. Militarist.ua URL: <https://militarist.ua/ua/>

57. Agressor.com.ua URL: <https://agressor.com.ua/ua>

58. Molliua.com URL: <https://molliua.com/>

59. Інструменти для розробки дизайну сайтів

URL: <https://radixweb.com/blog/web-development-tools>