

ВИПУСКНИЙ КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ПРОЕКТ

на тему:

Розробка інтернет-магазину продажу одягу «Стиль» м.Київ

Студента 4 курсу, 7 групи,
напряму підготовки 6.050103
«Програмна інженерія»

підпис студента

Фесюна Вадима
Вячеславовича

Науковий керівник
кандидат технічних наук,
доцент

підпис керівника

Рассамакін Володимир
Якович

Гарант освітньої програми
кандидат технічних наук,
доцент

підпис керівника

Цензура Микола
Олександрович

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ОПИС ТА АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ	4
1.1. Що собою представляє інтернет-магазин	4
1.2. Структура інтернет-магазину	7
1.3. Класифікація інтернет-магазинів	12
1.4. Технічне завдання на розробку інтернет-магазину продажу одягу.....	14
1.5. Висновки до розділу 1.....	16
РОЗДІЛ 2. ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ПРОДАЖУ ОДЯГУ	17
2.1. Вимоги до інтернет-магазину продажу одягу	17
2.2. Необхідні інструменти для розробки інтернет-магазину.....	18
2.3. Висновки до розділу 2.....	18
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ПРОДАЖУ ОДЯГУ	20
3.1. Розробка каркасу інтернет-магазину продажу одягу	20
3.2. Верстка інтернет-магазину продажу одягу.....	23
3.3. Реалізація динамічності сайту	24
3.4. Наповнення контентом інтернет-магазину одягу.....	25
3.3. Висновки до розділу 3.....	28
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	30

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>			
<i>Зм.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	<i>Розробка інтернет-магазину продажу одягу «Стиль» м.Київ</i>	<i>Стадія</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Зав. Каф.</i>	<i>Криворучко О.В.</i>	<i>Рассамкін В.Я.</i>	<i>Цензура М.О.</i>	<i>Розробив</i>		<i>Зміст</i>	2	30
<i>Керівник</i>	<i>Фесюн В.В.</i>	<i>Фесюн В.В.</i>			Зміст	<i>Факультет обліку, аудиту та інформаційних систем, 4 курс, 7 група</i>		

ВСТУП

В наш час, коли технології і інтернет проникають у кожен дім, люди все частіше роблять замовлення через інтернет. Це зручно, швидко та доступно всім, у кого є будь-який пристрій з можливістю виходу у всевітню мережу: ноутбук, планшет, смартфон, стаціонарний ПК тощо. Інтернет-магазини, в тому числі інтернет-магазини одягу, стають нам все більше й більше близькими, а ні ж офлайн-магазини, у які можна прийти та все власноруч оцінити. Будь-яка сучасна організація або бізнес не може обійтися без сайту. Побудова успішного бізнесу в будь-якій ніші вимагає постійного розвитку, тестування гіпотез і впровадження змін, які потенційно можуть вплинути на його зростання. Інтернет-торгівля є одним із найбільш динамічних сегментів економіки, демонструючи зростання навіть в умовах кризи.

Зараз, коли пройдений багаторічний шлях в сфері розробки і розвитку інтернет-магазинів, ми розуміємо, що головним питанням, яке не втрачає актуальності як для початківців, так і вже працюючих власників бізнесу в галузі e-commerce, є не «як створити інтернет-магазин». Ні, головним питанням, на яке необхідно отримати відповідь, є інше – як зробити свій інтернет-магазин відомим, успішним і прибутковим.

Функціональність та краса – це, звичайно, добре, але на чолі всього повинні бути зручність і зрозумілість. Увага до деталей – це обов'язкова умова, якої необхідно дотримуватися ще на етапі проектування, якщо ви хочете створити дійсно успішний і дружній до користувачів інтернет-магазин.

Об'єктом дослідження є діяльність інтернет-магазину.

Предмет дослідження: розробка інтернет-магазину продажу одягу «Стиль» м.Київ.

Мета: аналіз існуючих концепцій розробки веб-сайтів, проектування та розробка інтернет-магазину з продажу одягу.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>			
<i>Зм.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	<i>Розробка інтернет-магазину продажу одягу «Стиль» м.Київ</i>	<i>Стадія</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Зав. Каф.</i>		<i>Криворучко О.В.</i>				<i>В</i>	<i>3</i>	<i>30</i>
<i>Керівник</i>		<i>Рассмакін В.Я.</i>			Вступ	<i>Факультет обліку, аудиту та інформаційних систем, 4 курс, 7 група</i>		
<i>Гарант</i>		<i>Цензура М.О.</i>						
<i>Розробив</i>		<i>Фесюн В.В.</i>						

РОЗДІЛ 1. ОПИС ТА АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

1.1. Що собою представляє інтернет-магазин

Інтернет-магазин (англ. online shop или e-shop) — це різновид веб-сайту, що рекламує товар чи послугу, приймає замовлення на покупку, пропонує користувачу вибір варіанта розрахунку, способу отримання замовлення та виписує рахунок на оплату.

Вибравши необхідні товари або послуги, користувач має змогу на сайті вибрати метод оплати та доставки. Сукупність відібраних товарів, спосіб оплати та доставки представляє собою кінцеве замовлення, що оформляється на сайті шляхом повідомлення мінімально необхідної інформації про користувача (покупця). Інформація про покупця може зберігатися в базі даних магазину, якщо бізнес-модель магазину розрахована на повторні покупки або відправляється разово. В інтернет-магазинах, що розраховані на повторні покупки, також ведеться стеження за поверненням покупця і історія покупок. Стеження ведеться за допомогою методів веб-аналітики. Також часто при оформленні замовлення надається можливість повідомити деякі додаткові побажання від покупця продавцю. Інтернет-магазини створюються із застосуванням схем систем управління контентом сайту, які оснащені необхідними модулями. Відомі інтернет-магазини працюють на спеціально розроблених або адаптованих для них систем управління. Середні та малі магазини використовують типове комерційне або вільне програмне забезпечення. Система управління контентом сайту інтернет-магазину може бути готовим продуктом, що самостійно встановлюється на хостинг-площадку, може бути приватною розробкою веб-студії, що нею і обслуговується, або може бути програмним сервісом з абонентською платою.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>			
<i>Зм.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	<i>Розробка інтернет-магазину продажу одягу «Стиль» м.Київ</i>	<i>Стадія</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Зав. Каф.</i>		<i>Криворучко О.В.</i>				<i>Р1</i>	<i>4</i>	<i>30</i>
<i>Керівник</i>		<i>Рассамакін В.Я.</i>			<i>Розділ 1 Опис та аналіз інтернет-магазинів</i>	<i>Факультет обліку, аудиту та інформаційних систем, 4 курс, 7 група</i>		
<i>Гарант</i>		<i>Цензура М.О.</i>						
<i>Розробив</i>		<i>Фесюн В.В.</i>						

Потреби адміністраторів інтернет-магазину в складському, торговому, бухгалтерському та податковому обліку забезпечуються невидимою для користувачів частиною інтернет-магазину – бек-офісом. Економічно ефективною практикою створення інтернет-магазину є застосування спеціалізованих систем обліку. Після відправки замовлення з покупцем зв'язується продавець та уточнює місце і час, коли потрібно доставити замовлення. Доставка реалізується або власною кур'єрською службою, компанією, що надає послуги доставки, поштою – посылкою або бандероллю. Електронні товари, такі як програмне забезпечення або ключі до них, тексти, статті, фотографії, коди доступу або поповнення можуть передаватися електронними каналами – електронною поштою, доступом по FTP, доступом в захищену частину сайта. Але в цьому випадку слід бути обережним, так як довести неотримання товару електронним шляхом значно важче, ніж у випадку фізичної доставки. Сучасні інтернет-магазини часто завантажують свої товарні пропозиції в системи порівняння та підбору товарів, що дозволяє заохотити додатковий потік покупців.

Звичайно ж, говорячи про інтернет-магазини, не можна не сказати про особливості інтернет-магазинів, а їх існує декілька.

Економія часу

Основною перевагою інтернет-магазинів є економія часу. Швидше за все кожен при відвідуванні звичайного магазину стикався з ситуацією, коли необхідно знайти консультанта, потім дочекатися, коли принесуть потрібний товар і, врешті-решт, вистояти в черзі. Крім цього, необхідно дістатися до магазину, а це час, якого при нинішньому ритмі життя і так не вистачає. З інтернет-магазином таких проблем не буде, вам досить лише на сайті підібрати необхідний товар, після чого просто оформити замовлення. Максимум це займе кілька хвилин вашого часу.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		5

Доставка

До переваг можна віднести і доставку товарів. Кожен інтернет-магазин має службу доставки, що дає можливість клієнту отримати товар прямо не виходячи з дому. Не треба тягнути важкі ящики або пакети, витратити додаткові гроші на транспорт. Крім цього, в багатьох випадках, вартість доставки може входити у вартість товару, що дуже вигідно. Також не потрібно переживати про оплату, привезли товар, перевірили його і тільки потім заплатили. Ніхто не має права примусити вас купувати товар, який не відповідає заявленим характеристикам і опису.

Доступність

Маючи під рукою комп'ютер або телефон з доступом до інтернету, ви легко можете здійснити покупку. Не треба кудись їхати чи бігти, і навіть сидячи на робочому місці можна виділити пару хвилин для того, щоб зробити замовлення. Вже не потрібно думати про те, як за короткий час в обідню перерву збігати в магазин. Крім того, оформити замовлення можливо цілодобово. Це великий плюс, адже знайти офлайн-магазини, які працюють вночі, важко. А тут все для клієнта.

Низькі ціни

Ще однією, навіть більш важливою перевагою інтернет магазинів є порівняно низькі ціни на товар. У зв'язку з тим, що інтернет-магазин не витрачає кошти на оплату праці консультантів, касирів і всіляких службовців, немає потреби в оренді торгового залу, а це чималі гроші, – ціна товару в інтернет-магазині суттєво відрізняється від магазинної, і в деяких випадках дуже близька до оптової. Також в інтернеті ви не обмежені одним інтернет-магазином, є спеціальні сервіси, які можуть відразу надати ціни по декількох магазинах. Вам залишається лише уточнити усі тонкощі тих чи інших магазинів і обрати для себе найкращий.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		6

Відгуки клієнтів

Якісні описи товару і огляд усіляких характеристик. У звичайному магазині перед консультантами в першу чергу стоїть завдання продати товар, а потім вже турбота про клієнта. Вони вам якнайкраще розхвалють не дуже добрий товар і зароблять на вас. На відміну від звичайних, в інтернет-магазинах, для кожного товару або послуги, як правило, в описі знаходяться відгуки клієнтів, які дадуть вам чітке уявлення про якість і надійність товару.

Великий вибір асортименту

Великий вибір послуг, товарів і послуг. Звичайні магазини обмежені кількістю товару, що викликано прив'язкою до конкретного приміщення, чи то вітрина, чи торговий зал. Крім того, ви маєте доступ до інтернет-магазинів, розташованих в інших регіонах і навіть країнах, що дає можливість замовити товар з будь-якої точки світу. Звідси ви отримуєте необмежені можливості по вибору асортименту.

1.2. Структура інтернет-магазину

Створення інтернет-магазину – це суттєвий крок для розвитку бізнесу, який сприяє значному збільшенню продажів. Якщо ви вирішили створити інтернет-магазин, вам необхідно знати, якими функціями і властивостями повинен володіти інтернет-магазин. Створення інтернет-магазину має обов'язково супроводжуватися наступними функціями і властивостями:

Головна сторінка інтернет-магазину

Це основна сторінка сайту магазину, призначена для того, щоб відвідувач сайту міг зрозуміти, що це за сайт і чим він може бути йому корисний.

Головна сторінки інтернет-магазину складається з трьох основних частин:

- 1) Шапка (верхня частина сайту однакова для всіх сторінок)
- 2) Контентна частина:

									Аркуш
									7
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата	КНТЕУ 6.050103 07-25.БР				

- слайдер зображень
- категорії товарів
- популярні товари
- рекламні банери
- нові товари
- хіти продажів
- статті (новини)
- слайдер виробників
- SEO-опис інтернет магазину з заголовком H1
- підписка на розсилку

3) Футер (нижня частина сайту однакова для всіх сторінок)

Каталог товарів

Каталог товарів або категорії товарів – це сторінки інтернет-магазину зі списком категорій товарів і самих товарів. Призначені такі сторінки для того, щоб відвідувач сайту швидко знайшов потрібний товар, відсортувавши за категоріями або за додатковими параметрами.

На сторінках цього типу також, як і на головній, є шапка і футер. Додатково в тематичній частині можуть бути якісь блоки:

- навігація по сторінках
- категорії товарів
- сортування товарів
- список товарів
- фільтр товарів
- SEO-опис категорії

Тематична частина сторінки – це блоки з інформацією сторінки, які знаходяться між шапкою і футером сайту.

Каталог товарів потрібен для того, щоб людина серед сотень і тисяч товарів вашого магазину мала можливість швидко знайти за категоріями і іншим параметрам товар або групу з кількох товарів, які їй цікаві.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		8

Картка товару

Коли в списках товарів в категоріях відвідувач знайшов один або кілька товарів, він переходить на сторінку товару інтернет-магазину. Цей тип сторінок призначений для того, щоб людина детально дізналася про товар і вирішила, купувати його чи ні.

Для цього на таких сторінках, в тематичній частині, виводиться інформація про товар:

- зображення товару
- назва товару
- артикул (код товару)
- виробник
- наявність
- ціна
- характеристики
- опис
- відгуки
- вибір кольору, розміру, матеріалу і т.д. (в залежності від товару)
- інформація про доставку та оплату

Якщо відвідувачеві підходить співвідношення характеристик, ціни, дизайну товару і він довіряє вашому магазину, він додає товар в корзину і оформляє замовлення. Тому подбайте, щоб у вас були зрозумілий опис товару та переваги для придбання товару саме у вас.

Виробники, бренди, фабрики

Якщо у вашому асортименті є товари різних виробників (брендів або фабрик) і це може бути важливо для ваших потенційних покупців, цей тип сторінок вам також необхідний.

Це може бути важливо для таких сфер та категорій товарів як: меблі, одяг, електроніка, побутова техніка, керамічна плитка, електроінструменти, будматеріали.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		9

Зазвичай є 2 типу сторінок з виробниками: список виробників і список товарів обраного виробника.

Список виробників інтернет-магазину складається з шапки, списку виробників (зображення і назва), футера.

Список товарів обраного виробника подібний сторінці категорій і його тематична частина складається з:

- Опису виробника, бренду, фабрики
- Списку товарів обраного виробника
- Фільтрів товарів

Акції

Сторінка такого типу по дизайну і функціональності подібна каталогу товарів, за винятком того, що тут відображаються тільки акційні товари інтернет-магазину, у яких зазначено 2 ціни: основна (більша) і акційна (менша).

Зазвичай товари на такі сторінки потрапляють автоматично при вказівці додаткової ціни в адміністративній частині магазину OpenCart або іншій CMS, де можна вказати ціну по знижці і термін дії акційної ціни, по закінченню якого акція буде відключена.

Пошук по сайту

Пошук призначений для формування списку товарів по ключовому запиту користувача сайту, якщо асортимент великий і вибрати потрібний товар за категоріями і за допомогою фільтра складно.

Важливо, що для більшої частини магазинів з асортиментом до 500-1000 товарів, пошук і не потрібен, тому що ймовірність того, що він спростить пошук товару, невелика. А коли людина через пошук не знайде те, що шукала (товари по введеному слову може взагалі не показати), вона може взагалі відразу піти з сайту.

У таких випадках краще зробити зручну структуру категорій за якими користувач в будь-якому випадку щось знайде на сайті з тієї тематики, що він шукав.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		10

Сторінка пошуку подібна сторінкам із списками товарів і додатково містить поле для введення пошукового слова. Зазвичай пошук здійснюється за назвою, артикулом, описом товару.

Контактна інформація

Контактна інформація обов'язково повинна бути присутньою на будь-якому сайті, де продаються товари або послуги.

На сторінці "Контакти" потрібно розмістити максимально можливу кількість контактної інформації:

- телефони
- месенджери
- email
- адреси
- карту
- час роботи
- форму зворотного зв'язку
- зображення вашого офісу
- зображення вашої команди

Це потрібно для того, щоб людина могла зв'язатися з вами зручним йому способом, отримати консультацію, допомогу у виборі товару або іншу інформацію про вас, для підвищення довіри і здійснення покупки саме у вас.

Особистий кабінет

Цей розділ інтернет-магазину необхідний, якщо у вас великий асортимент товару, багато покупців, ви можете їм запропонувати переваги від їх особистого розділу в вашому інтернет-магазині.

Із зручностей можуть бути такі функції:

- збереження особистих даних клієнта (не потрібно щоразу вводити їх при оформленні замовлення)
- адреси доставки

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		11

- історія замовлень
- збережені списки бажань
- бонусні бали

Точно зрозуміти, чи потрібен вам особистий кабінет, допоможе реальний досвід продажів товарів вашої тематики офлайн або онлайн, а також ваше бачення. Якщо точно не впевнені, то з самого початку не варто витратитися на цю функціональність при створенні інтернет-магазину.

Текстові інформаційні сторінки

На сторінках такого типу зазвичай розташовується текстова інформація, яка може підвищити довіру до вас і дати відвідувачеві відповіді на основні питання перед покупкою.

Стандартні інформаційні сторінки:

- Про нас (Про магазин)
- Доставка і оплата
- Гарантія
- Питання та відповіді
- Повернення товару
- Політика конфіденційності

Ці сторінки продумуються під конкретну тематику товарів, виходячи з питань, які часто задають вам ваші клієнти. Вони потрібні для економії вашого часу і для скорочення часу оформлення замовлення вашими покупцями.

1.3. Класифікація інтернет-магазинів

Існує кілька систем класифікації інтернет-магазинів:

1. За методом роздрібного продажу товарів у мережі:

- інтернет-магазини
- web-вітрини
- торгові системи

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		12

- торгові ряди
- контентні проекти (споживацькі енциклопедії, системи інтернет-замовлень товарів тощо)

2. За бізнес-моделлю:

- повністю онлайнвий магазин
- суміщення офлайнного бізнесу з онлайнним (коли інтернет-магазин створюється на основі вже діючої реальної торгової структури)

3. За взаємовідносинами з постачальниками:

- магазини, які володіють власним складом (наявність реальних товарних запасів)
- магазини, що працюють за договорами з постачальниками (відсутність значних товарних запасів)

4. За ступенем автоматизації серед торгових систем електронних магазинів розрізняють web-вітрини, власне інтернет-магазини та торговельні інтернет-системи (TIS).

Web-вітрина – це сукупність товарного каталогу, системи навігації та оформлення замовлення з наступною передачею його менеджеру для оформлення. Той у свою чергу зв'язується зі складом, організовує доставку товару покупцеві, контролює процес оплати за товар. Паралельно ведеться рекламна робота, вивчення попиту, аналітична робота.

Робота Web-вітрини багато в чому нагадує посилкову торгівлю, проте замовлення на товар та ознайомлення з ним робиться через мережу Internet. В даному випадку web-вітрина є інструментом залучення покупця, інтерфейсом для взаємодії з ним та проведення маркетингових заходів.

Характерною рисою інтернет-магазину є повна автоматизація системи обробки замовлень, завдяки чому можна працювати індивідуально з кожним зареєстрованим клієнтом.

Спільною рисою для та інтернет-магазину та TIS є можливість здійснювати повний торговий цикл у режимі підключення до мережі. При цьому TIS додатково інтегрована в систему внутрішнього документообігу компанії.

					КНТЕУ 6.050103 07-25.БР	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		13

Неавтоматизованими для інтернет-магазину та TIS залишаються системи доставки товару.

Приблизна структура основних форм організації вітчизняних інтернет-магазинів представлена на Рис 1.1. Форми організації інтернет-магазинів в українському сегменті мережі Internet



Рис. 1.1. Форми організації Internet-магазинів в українському сегменті мережі Internet

1.4. Технічне завдання на розробку інтернет-магазину продажу одягу

Розробка інтернет-магазину продажу одягу передбачає собою наступне технічне завдання:

1. Загальні відомості
 - 1.1. Найменування системи: інтернет-магазин продажу одягу
 - 1.2. Повне найменування системи: інтернет-магазин продажу одягу «Стиль» м.Київ

1.3. Планові терміни початку та закінчення робіт: листопад 2018 – травень 2019

1.4. Потенційні користувачі:

- Люди, які цікавляться одягом та модою

2. Мета та призначення створення інтернет-магазину продажу одягу

2.1. Призначення інтернет-магазину продажу одягу

Інтернет-магазин продажу одягу призначений для реалізації потреб споживачів.

2.2. Мета створення інтернет-магазину продажу одягу

Метою створення інтернет-магазину продажу одягу є залучення нових покупців та збільшення обсягів продажу.

3. Функціональні вимоги

3.1. Інтернет-магазин повинен мати наступні сторінки:

- головна сторінка з шапкою, на якій буде відображений таймер з відліком часу до кінця розпродажу
- каталог товарів (web-вітрина) з можливістю сортування товарів за розміром, брендом, категоріями товарів, популярністю, за зменшенням або збільшенням ціни
- сторінка з контактною інформацією, на якій буде відображатися пошта, номер телефону, години роботи та адреса
- сторінка з інформацією про доставку та оплату
- корзина

4. Вимоги до інтерфейсу

4.1. Інтерфейс повинен мати наступні особливості:

- шапка з логотипом, яка дозволяє по кліку на неї перейти на головну сторінку
- футер з контактною інформацією
- бажана кольорова гамма повинна складатися з таких кольорів, як білий, сірий та чорний
- плавні анімації при скролінгу

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		15

- зміна фотографії з анімацією при наведенні курсором

1.5. Висновки до розділу 1

У цьому розділі було з'ясовано, що представляє собою інтернет-магазин, яку структуру та особливості він має. Були розглянуті характерні риси та переваги інтернет-магазинів перед звичайними офлайн-магазинами. Отже інтернет-магазин повинен бути інформативним, не повинен містити зайвої або непотрібної інформації, при цьому мати такий спосіб представлення товарів, який дозволить покупцеві з легкістю знайти те, що його цікавить, а також ненав'язливо спробувати зацікавити його чимось іншим, щоб магазин запам'ятався. Тоді при необхідності клієнт буде повертатися до нього знову і знову, а також буде радити його своїм друзям і близьким.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		16

РОЗДІЛ 2. ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ПРОДАЖУ ОДЯГУ

2.1. Вимоги до інтернет-магазину продажу одягу

Сучасний інтернет-магазин продажу одягу повинен мати зручний та інтуїтивно-зрозумілий інтерфейс з мінімумом елементів для того, щоб клієнт не губився серед багатьох елементів інтерфейсу. З кольоровою гамою все просто: чим менше кольорів – тим краще. В ідеалі це темні кольори шрифтів в поєднанні зі світлим фоном.

Оскільки більшість покупок онлайн створюються на мобільних пристроях інтернет-магазин повинен бути адаптивним, легко підлаштовуватися під будь-яку операційну систему, браузер, роздільну здатність. Немаловажним є те, наскільки сайт завантажений, тому що від цього насамперед залежить швидкість завантаження сторінок, а вона повинна бути максимально швидкою.

Насамперед, потрібно чітко опрацювати структуру сторінок і категорій інтернет-магазину, зробивши її максимально зрозумілою. Користувач повинен розуміти, де він зараз знаходиться і як йому знайти потрібний продукт. Якщо ж говорити про каталог товарів, то також важливо реалізувати продумані фільтри, за допомогою яких можна було б легко сортувати позиції так, як йому це зручно (ціна, популярність, властивості і т. п.). Контент повинен бути правильно розподілений на категорії, бренди та кольори для того, щоб користувач міг з легкістю підібрати для себе необхідний одяг по заданим параметрам.

Аналогічно, зверніть увагу на кошик та інші сторінки, які є складовими конверсійних дій користувача, таких як реєстрація, оформлення замовлення та інші. Все це потенційно здатне вплинути на прибуток інтернет-магазину, як в позитивній, так і в негативній формах.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>			
<i>Зм.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	<i>Розробка інтернет-магазину продажу одягу «Стиль» м.Київ</i>	<i>Стадія</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Зав. Каф.</i>	<i>Криворучко О.В.</i>					<i>Р2</i>	<i>17</i>	<i>30</i>
<i>Керівник</i>	<i>Рассамакін В.Я.</i>				<i>Розділ 2 Проектування інтернет-магазину продажу одягу</i>	<i>Факультет обліку, аудиту та інформаційних систем, 4 курс, 7 група</i>		
<i>Гарант</i>	<i>Цензура М.О</i>							
<i>Розробив</i>	<i>Фесюн В.В.</i>							

2.2. Необхідні інструменти для розробки інтернет-магазину

На сьогоднішній день існує дуже багато інструментів для розробки веб-сайтів: мов програмування, фреймворків, бібліотек, програмних засобів тощо. Для розробки сайтів використовують різні мови програмування: JavaScript, C#, PHP, Ruby, Perl тощо. Кожен з них має свої особливості, переваги та недоліки.

Для створення інтернет-магазину були обрані наступні інструменти та технології: HTML, CSS, JavaScript, Bootstrap, JQuery, MixItUp, Countdown.js, Adobe Photoshop, Sublime Text 3.

Для створення каркасу та макету сайту знадобиться графічний редактор, для цього якнайкраще підійде Adobe Photoshop. Це дуже функціональний софт для редагування та створення зображень, у якому є все необхідне для створення макетів та каркасів майбутнього інтернет-магазину.

Сторінки інтерфейсу розроблені стандартом HTML5 з використанням бібліотеки Bootstrap 3 для створення адаптивного дизайну, оформлення здійснюється за допомогою таблиць стилів CSS, для додавання динамічних елементів використовується мова програмування JavaScript та бібліотека JQuery, для реалізації таймеру використовується бібліотека Countdown, а для зручного та красивого вибору товарів за усілякими фільтрами використовується бібліотека MixItUp. Для написання коду використовується Sublime Text – простий та зручний текстовий редактор з можливістю доповнювати фрази по ключовим словам.

2.3. Висновки до розділу 2

Вибір програмних засобів для побудови інтернет-магазинів досить великий. І не можна сказати, що одне рішення дешево і непрактично, а інше дороге й універсально. Всі рішення створювалися і створюються для якихось цілей, в яких воно буде оптимально. Можна тільки відзначити, що відкриті рішення найбільш перспективні, тому що при бажанні в них можна додати те, що потрібно саме в даному магазині для даного товару, тобто врахувати багато нюансів, які, безсумнівно привернуть свого клієнта.

									Аркуш
									18
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата					

Проаналізувавши вимоги та визначившись з необхідними інструментами,
можна приступати до етапу розробки інтернет-магазину.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		19

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ПРОДАЖУ ОДЯГУ

3.1. Розробка каркасу інтернет-магазину продажу одягу

Після того, як ми розробили ТЗ для розробки сайту та визначилися з необхідними інструментами, необхідно розробити каркас сайту, згідно з визначеними вимогами до нього, на основі нього буде розроблятися дизайн-макет сайту.

Каркас сайту – це візуалізація сторінки сайту, яка не має графіки та тексту, які будуть на сайті, але виконана, згідно з необхідними розмірами.

Дизайн-макет сайту – це візуальний образ майбутнього сайту, розроблений з урахуванням технічних можливостей HTML-верстки. Такий макет є демонстрацією того, як візуально буде виглядати ваш сайт після верстки та наповнення.

Макет представляється у вигляді картинки, яка буде відображена в інтернет-браузері, без активних кнопок і інших динамічних елементів.

Специфіка розробки графічного дизайн-макету стосовно сайту вдає із себе поєднання технічних і візуальних параметрів майбутнього сайту. Це опрацювання розташування і розміру елементів сайту з точки зору зручності пошуку і використання інформації на сайті.

Основою для розробки дизайн-макету сайту є надані замовником матеріали: логотип, слоган, фірмові (або ті, що подобаються замовнику) кольору, графічні елементи, фотографії та інші елементи дизайну.

Для розробки каркасу я використовував передовий графічний редактор Photoshop. В ньому є все, що може знадобитися при створенні каркасу сайту.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>			
<i>Зм.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	<i>Розробка інтернет-магазину продажу одягу «Стиль» м.Київ</i>	<i>Стадія</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Зав. Каф.</i>		<i>Криворучко О.В.</i>				<i>РЗ</i>	<i>20</i>	<i>30</i>
<i>Керівник</i>		<i>Рассамакін В.Я.</i>			<i>Розділ 3 Розробка інтернет-магазину продажу одягу</i>	<i>Факультет обліку, аудиту та інформаційних систем, 4 курс, 7 група</i>		
<i>Гарант</i>		<i>Цензура М.О.</i>						
<i>Розробив</i>		<i>Фесюн В.В.</i>						

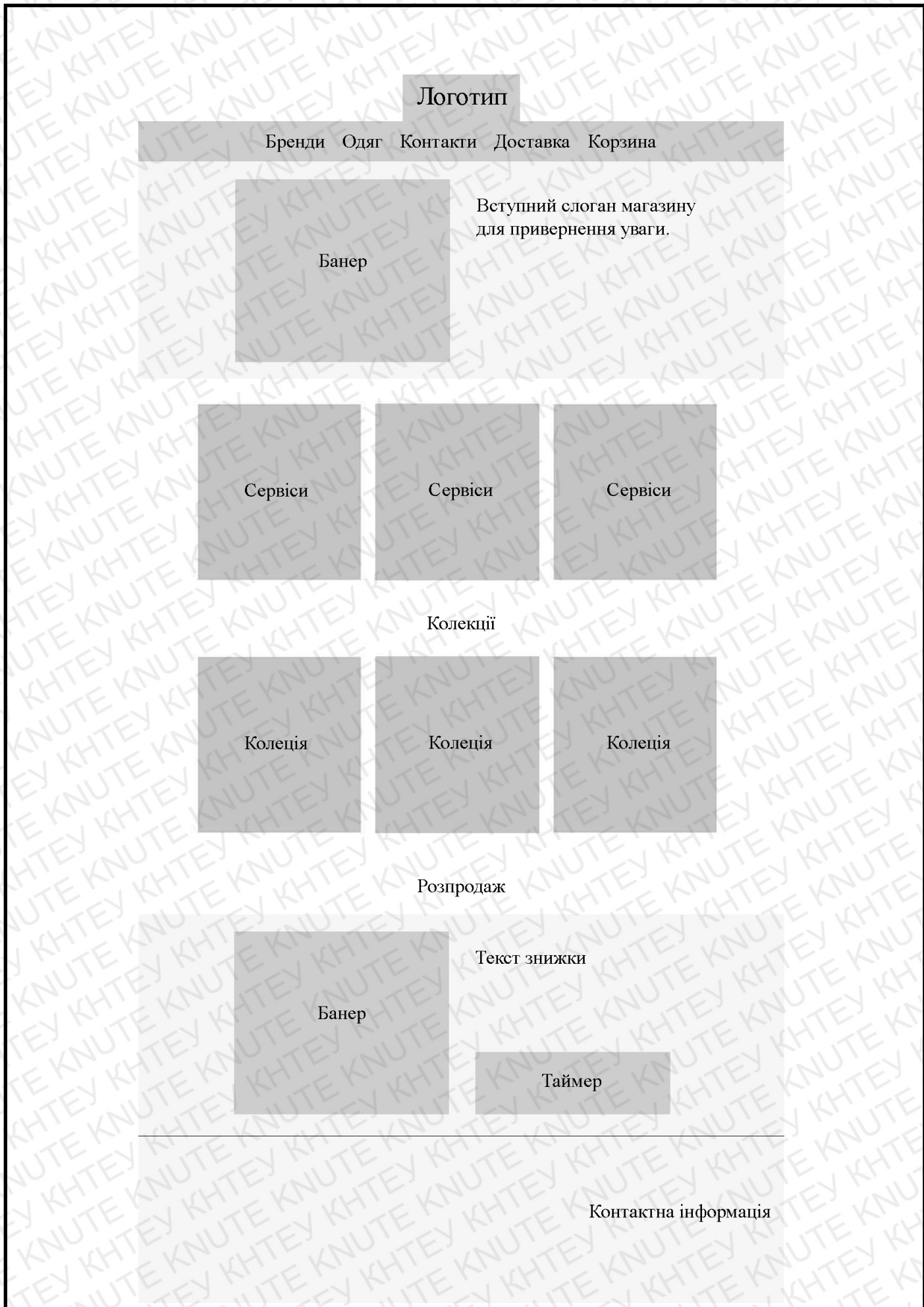


Рис. 3.1. Каркас головної сторінки сайту

						Аркуш
						21
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата	<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	

ЛОГОТИП

Бренди Одяг Контакти Доставка Корзина

Фільтри сортування

Фільтри по категоріям

Зображення
товару

Зображення
товару

Назва

Ціна

Назва

Ціна

Зображення
товару

Зображення
товару

Назва

Ціна

Назва

Ціна

Зображення
товару

Назва

Ціна

Контактна інформація

Рис. 3.2. Каркас сторінки з каталогом товарів

					КНТЕУ 6.050103 07-25.БР	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		22

ЛОГОТИП

Бренди Одяг Контакти Доставка Корзина

Корзина				
Назва товару	Ціна	Кількість	Повна вартість	X
Назва товару	Ціна	Кількість	Повна вартість	X
Назва товару	Ціна	Кількість	Повна вартість	X
Всього				Ціна

Оформити замовлення

Контактна інформація

Рис. 3.3. Каркас сторінки з корзиною

3.2. Верстка інтернет-магазину продажу одягу

Наступним етапом, після завершення створення дизайн-макету сайту, є верстка сайту.

Що собою представляє верстка сайту?

Верстка сайту – це процес створення веб-сторінки, яка повинна відповідати дизайн-макету сайту, задалегідь намальованому за допомогою графічних редакторів.

Розрізняють «гумову» (змінну) і «жорстку» (фіксовану) верстку сайту. «Гумова» верстка сайту дозволяє змінювати розміри елементів сторінки, підлаштовуючись під різні розміри і роздільну здатність моніторів. При «жорсткій» всі елементи веб-сторінки мають завжди одні й ті ж розміри, незалежно від розміру монітора користувача та встановленого дозволу екрану.

Для верстки інтернет-магазину продажу одягу було використано мови розмітки HTML та таблиці стилів CSS. Ці інструменти являються найбільш популярними та оптимальними рішеннями.

3.3. Реалізація динамічності сайту

Для того, щоб сайт не виглядав одноманітно та нудно, його необхідно зробити динамічним. Для всього цього використовується мова програмування Javascript та бібліотеки до неї.

Bootstrap

Ця популярна бібліотека спільно з CSS використовувалась для створення анімацій при прокрутці сайту, а також наведенні курсором на картку товару.

MixItUp

Одним з найважливіших елементів інтернет-магазину є веб-вітрина або каталог товарів. Вона повинна мати можливість сортування товарів за усілякими фільтрами: розмір, бренд, категорія товарів, за популярністю, новизною, за зменшенням та збільшенням ціни.

Countdown.js

Дана бібліотека необхідна для реалізації таймеру відліку зворотнього часу до кінця терміну дії знижки. Виглядає це наступним чином (Рис. 3.4. Таймер відліку часу на головній сторінці).

					КНТЕУ 6.050103 07-25.БР	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		24

50% знижка на все

Тільки сьогодні! На всю продукцію діє знижка в розмірі 50%. Встигни забрати улюблену річ за дуже приємною ціною.

08 59 47
Годин Хвилин Секунд

Рис. 3.4. Таймер відліку часу на головній сторінці

3.4. Наповнення контентом інтернет-магазину одягу

Жоден інтернет-магазин не може існувати без контенту, тобто наявних товарів. Отже для того, щоб покупці змогли здійснювати покупки, необхідно наповнити наш інтернет-магазин необхідною інформацією.

Для того, щоб додати товар на сайт, треба прописати наступний код (Рис. 3.4. Фрагмент HTML-коду, який відповідає за додавання товару на сайт).

```
<!-- GRID_ITEM -->
<li class="item mix-target col-12 col-md-6 my-3 t-shirt carhartt size-s size-l size-xs" data-price="250" data-year="2014" data-popularity="3" data-toggle="tooltip" data-placement="top" title="Натисніть щоб додати в корзину">
  <div class="item-content">
    <div class="item text-center">
      <a href="#" class="card">
        <div class="card-img-top p-4">
          <figure class="item-image">
            
            
          </figure>
        </div>
        <div class="card-body text-black d-flex justify-content-between px-4">
          <span class="item-name">Carhartt WIP Script</span>
          <span class="item-price font-weight-bold">UAH 250</span>
        </div>
      </a>
    </div>
  </div>
</li>
<!-- /GRID_ITEM -->
```

Рис. 3.5. Фрагмент HTML-коду, який відповідає за додавання товару на сайт

						Аркуш
						25
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Після цього у каталозі інтернет-магазину з'явиться картка щойно доданого товару (Рис. 3.6. Приклад відображення одного товару на сайті).



Рис. 3.6. Приклад відображення одного товару на сайті

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		26

Далі додається ще декілька речей бренду “Carhartt”, результат якого можна побачити на сторінці каталогу товарів, обравши у фільтрах бренд “Carhartt” (Рис. 3.6. Приклад відображення декількох товарів одного бренду на сайті).

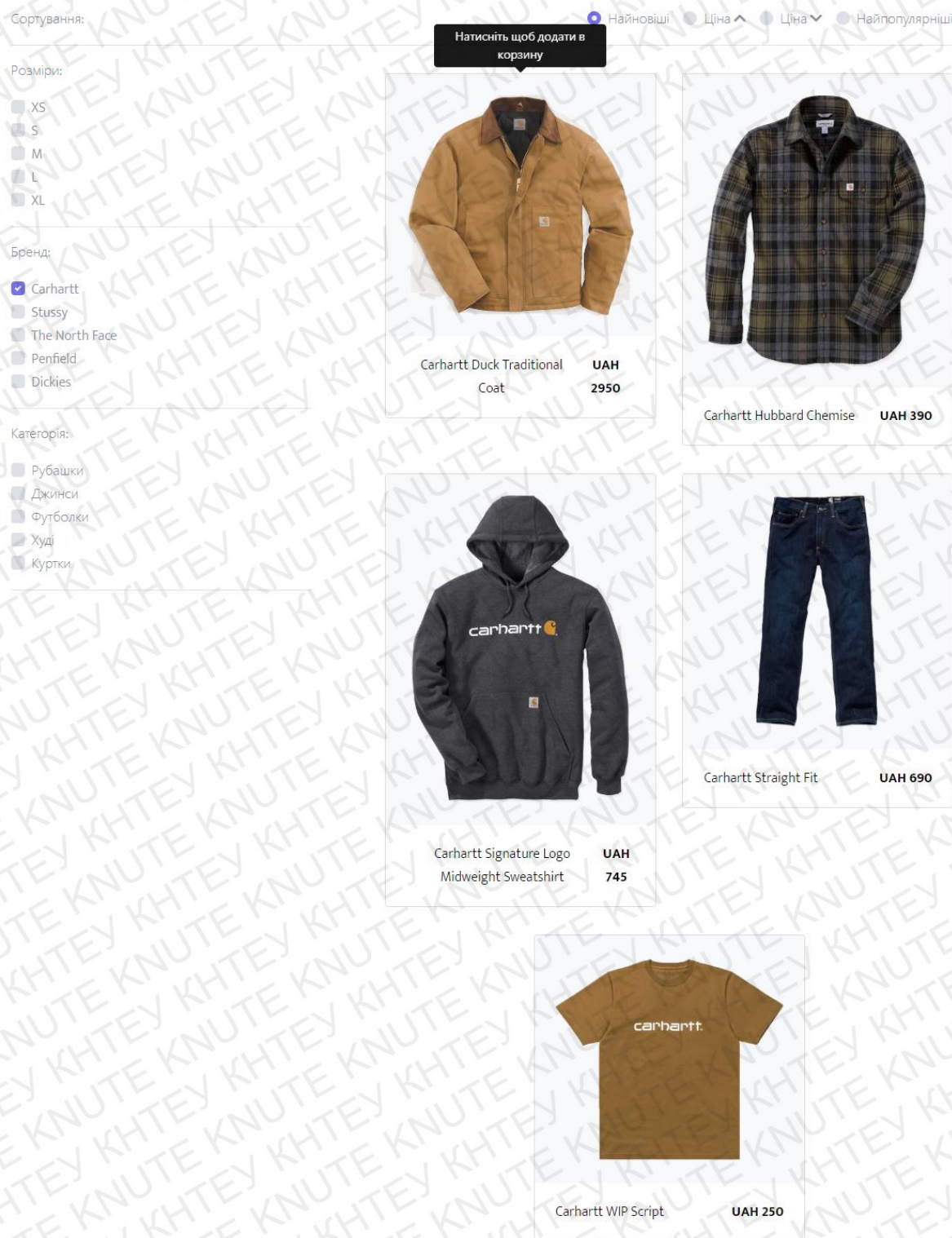


Рис. 3.6. Приклад відображення декількох товарів одного бренду на сайті

3.3. Висновки до розділу 3

У цьому розділі, на основі технічного завдання та основних вимог до інтернет-магазинів, у програмі Photoshop був спроектований та розроблений каркас майбутнього інтернет-магазину, на основі якого можна приступати до верстки сайту. Верстка була здійснена за допомогою сучасних та передових інструментів, таких як: HTML та CSS. Далі була додана динамічність, шляхом написання програмного коду мовою JavaScript та бібліотек до нього. В фінальному етапі було здійснене наповнення інтернет-магазину актуальним контентом – одягом.

Розробка інтернет-магазину завершена, сайт готовий для подальшого розвитку та модернізації.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>	Аркуш
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		28

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Метою даного випускного кваліфікаційного проекту була розробка інтернет-магазину з продажу одягу з дизайном, який відповідає сучасним трендам, та має необхідну функціональність.

В ході дослідження теоретичних відомостей про інтернет-магазини було з'ясовано, що являє собою інтернет-магазин, як виглядає структура інтернет-магазину, для чого він потрібен, які він має переваги та недоліки перед офлайн-магазинами. Після огляду теоретичних відомостей було розроблено технічне завдання на розробку інтернет-магазину продажу одягу.

У наступному розділі були спроектовані вимоги до інтернет-магазину та визначилися з необхідними інструментами для розробки.

Після того, як технічне завдання розроблене та спроектовані вимоги до інтернет-магазину продажу одягу, почався етап розробки. Спочатку, на основі ТЗ, був розроблений каркас сайту, потім шляхом використання мови HTML та CSS був зверстаний сайт. Згодом інтернет-магазину була додана динамічність – тобто анімації, ефекти при прокрутці сайту, таймер на головній сторінці з відліком часу до кінця акції.

Фінальним етапом розробки стало наповнення інтернет-магазину контентом – одягом.

При виконанні ВКП були засвоєні навички роботи з наступними мовами та бібліотеками: HTML, CSS, JavaScript, Bootstrap, MixItUp, JQuery, Countdown.js. Також були використані наступні програми: Adobe Photoshop для створення каркасу сайту, Sublime Text для написання програмного коду.

Інтернет-магазин продажу одягу «Стиль» м.Київ, виконаний у рамках випускного кваліфікаційного проекту, був розроблений згідно вимог технічного завдання, відповідає сучасним стандартам та має гарні перспективи для розвитку.

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>			
<i>Зм.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	<i>Розробка інтернет-магазину продажу одягу «Стиль» м.Київ</i>	<i>Стадія</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Зав. Каф.</i>		<i>Криворучко О.В.</i>				<i>ВП</i>	<i>29</i>	<i>30</i>
<i>Керівник</i>		<i>Рассамакін В.Я.</i>			<i>Висновки та пропозиції</i>	<i>Факультет обліку, аудиту та інформаційних систем, 4 курс, 7 група</i>		
<i>Гарант</i>		<i>Цензура М.О.</i>						
<i>Розробив</i>		<i>Фесюн В.В.</i>						

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Фримен Э., Робсон Э. Изучаем программирование на JavaScript. — СПб.: Питер, 2015. — 640 с
2. Bootstrap в примерах. / Пер. с англ. Рагимов Р. Н. / Науч. ред. Киселев А. Н. – М.: ДМК Пресс, 2017. – 314 с.: ил.
3. HTML5+CSS3. ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО WEB-ДИЗАЙНА/ Кириченко А.В., Хрусталеv А.А. — СПб.: "Наука и Техника", 2018 г. — 352 с., ил.
4. Дунаев В. HTML, скрипты и стили / В. В. Дунаев – С–П.: БХВ- Петербург, 2011. – 816 с.
5. Дэвид Херман. Сила JavaScript. 68 способов эффективного использования JS — СПб.: Питер, 2013 — 288 с

Інтернет-ресурси

1. Бібліотека MixItUp [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.kunkalabs.com/mixitup/>
2. Бібліотека JQuery [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://jquery.com/>
3. Сторінка завантаження редактору коду Sublime Text [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.sublimetext.com/3>
4. Інтерактивні онлайн-курси по HTML [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://htmlacademy.ru/courses>
5. Бібліотека Bootstrap [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://getbootstrap.com/docs/4.1/getting-started/introduction/>
6. Бібліотека Countdown.js [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://countdownjs.org/>

					<i>КНТЕУ 6.050103 07-25.БР</i>			
<i>Зм.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	<i>Розробка інтернет-магазину продажу одягу «Стиль» м.Київ</i>	<i>Стадія</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Зав. Каф.</i>	<i>Криворучко О.В.</i>	<i>Рассмакін В.Я.</i>	<i>Цензура М.О.</i>	<i>Розробив</i>		<i>СД</i>	<i>30</i>	<i>30</i>
<i>Керівник</i>	<i>Фесюн В.В.</i>				Список використаних джерел	<i>Факультет обліку, аудиту та інформаційних систем, 4 курс, 7 група</i>		
<i>Гарант</i>								