

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розробка інтернет магазину чоловічого одягу “Badion”

Студента 4 курсу, 6 групи,
спеціальності 121 «Інженерія
програмного забезпечення»

підпис студента

Бадіонного Максима
Андрійовича

Науковий керівник
кандидат технічних наук,
доцент

підпис керівника

Цензура Микола
Олександрович

Гарант освітньої програми
кандидат технічних наук,
доцент

підпис керівника

Цензура Микола
Олександрович

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет інформаційних технологій

Кафедра інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 121 Інженерія програмного забезпечення

Затверджую

Зав. кафедри інженерії
програмного забезпечення
та кібербезпеки
Криворучко О.В.
"20" жовтня 2020 р.

Завдання

на випускна кваліфікаційна робота студентів

Бадіонному Максиму Андрійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи Розробка інтернет магазину чоловічого одягу "Badion"

Затверджена наказом ректора від "30" жовтня 2020 р. № 3225

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи: розробка інтернет-магазину брендового чоловічого одягу за допомогою мови розмітки HTML, каскадної таблиці стилів CSS та препроцесора SCSS, розробка функціонального веб-додатку за допомогою JavaScript фреймворка ReactJS з використанням бази даних, розробленою в форматі Json. Даний додаток буде працювати в рамках мережі магазинів одягу і виконувати основну функцію для ведення комерційної діяльності – торгівлю

Об'єкт дослідження : бренд чоловічого одягу «Vadion»

Предмет дослідження : аналіз і вибір програмних засобів для розробки інтернет-магазину

4. Консультанти роботи із зазначенням розділів, які консультують:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)
ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

1.1 Теоретичні дані

1.2 Відомості про бренд

1.3 Технічне завдання

1.4 Висновок до розділу 1

РОЗДІЛ 2 ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ

2.1 Файлова архітектура інтернет-магазину

2.2 База даних

2.3 UI додатку

2.4 Замовлення

2.5 Менеджмент інтернет-магазину

2.6 Висновок до розділу 2

РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ЧОЛОВІЧОГО ОДЯГУ

3.1 Інтерфейс додатку

3.2 Архітектура розробленого додатку

3.3 Висновок до розділу 3

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

6. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1.	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	21.09.2020	21.09.2020
2.	<i>Вступ та перелік літературних джерел</i>	14.12.2020	14.12.2020
3.	<i>Розділ 1. Функціональні особливості розробки веб-сайтів відомих брендів одягу</i>	19.02.2021	19.02.2021
4.	<i>Розділ 2. Проектування структури веб-сайту</i>	05.03.2021	05.03.2021
5.	<i>Розділ 3. Веб-сайт бренду одягу "Voloshechko"</i>	10.04.2021	10.04.2021
6.	<i>Висновки</i>	24.04.2021	24.04.2021
7.	<i>Здача випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі (перша перевірка)</i>	14.05.2021	14.05.2021
8.	<i>Підготовка автореферату та презентації доповіді</i>	17.05.2021	17.05.2021
9.	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи</i>	18.05.2021 - 21.05.2021	21.05.2021
10.	<i>Зовнішнє рецензування випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.06.2021	01.06.2021
11.	<i>Здача прошого випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі</i>	02.06.2021	02.06.2021
12.	<i>Публічний захист випускної кваліфікаційної роботи</i>		

7. Дата видачі завдання «20» жовтня 2020 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи
Цензура М. О.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми Цензура М. О.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент Бадіонний М. А.

(прізвище, ініціали, підпис)

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

Відмітка про попередній захист Цензура М. О.
(ПІБ, підпис, дата)

Випускна кваліфікаційна робота студента Бадіонний М. А.
(прізвище, ініціали)

« » 2021 p.

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота на тему «Розробка інтернет-магазину чоловічого одягу» містить 41 сторінку та 35 рисунків.

Метою дослідження є: розробка інтернет-магазину брендового чоловічого одягу за допомогою мови розмітки **HTML**, каскадної таблиці стилів **CSS** та препроцесора **SCSS**, розробка функціонального веб-додатку за допомогою JavaScript фреймворка **ReactJS** з використанням бази даних, розробленою в форматі **Json**. Даний додаток буде працювати в рамках мережі магазинів одягу і виконувати основну функцію для ведення комерційної діяльності - торгівлю.

Об'єктом дослідження є: бренд чоловічого одягу «Badion».

Предметом дослідження є: аналіз і вибір програмних засобів для розробки інтернет-магазину.

У першому розділі було описано переваги інтернету, досліджено детально роботу інтернет-магазинів. Їх властивості, види, переваги та недоліки. Також було розроблено технічне завдання проекту та описаний асортимент товарів.

У другому розділі було розроблено файлову архітектуру додатку, розібрано детально менеджмент проекту, ролі та обов'язки, також розібрано детально базу даних додатку, затверджено UI, розроблено та описано концепцію замовлення.

У третьому розділі було описано засоби реалізації веб-додатку. Розроблено та описано функціонал сайту та корзина. Був реалізований слайдер. Був розроблений функціонал додавання одного або будь якої кількості товарів до корзини. Реалізовано лічильник вартості доданих товарів до корзини. Розроблено функціонал видалення одного чи всіх товарів з корзини. Розроблено функціонал вибору розміру одягу перед додаванням до корзини.

ANNOTATIONS

Thesis on the topic "Development of an online store for men's clothing" contains 41 pages and 35 pictures.

The aim of the study is to develop an online store of branded men's clothing using HTML markup language, cascading CSS stylesheet and SCSS preprocessor, development of a functional web application using JavaScript framework ReactJS using a database developed in Json format. This application will work within a network of clothing stores and perform the main function for doing business - trade.

The object of research is: men's clothing brand "Badion".

The subject of research is: analysis and selection of software for online store development.

The first section described the benefits of the Internet, explored in detail the work of online stores. Their properties, types, advantages and disadvantages. The technical task of the project was also developed and the range of goods was described.

In the second section, the file architecture of the application was developed, the project management, roles and responsibilities were analyzed in detail, the database of the application was analyzed in detail, the UI was approved, the order concept was developed and described.

The third section describes the means of implementing a web application. Developed and described the functionality of the site and the basket. A slider was implemented. The functionality of adding one or any number of products to the basket was developed. The counter of cost of the added goods to a basket is realized. The functionality of removing one or all products from the basket has been developed. The functionality of choosing the size of clothes before adding to the basket has been developed.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ.....	5
1.1 Теоретичні дані.....	5
1.2 Відомості про бренд.....	11
1.3 Технічне завдання	12
1.4 Висновок до розділу 1	16
РОЗДІЛ 2 ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ	17
2.1 Файлова архітектура інтернет-магазину	17
2.2 База даних.....	19
2.3 UI додатку.....	21
2.4 Замовлення	22
2.5 Менеджмент інтернет-магазину	23
2.6 Висновок до розділу 2.....	26
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ЧОЛОВІЧОГО ОДЯГУ	27
3.1 Інтерфейс додатку	27
3.2 Архітектура розробленого додатку	36
3.3 Висновок до розділу 3.....	39
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	41

					<i>КНТЕУ 121 06-01.БР</i>			
Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата				
Зав. каф.		Криворучко О.В.			<i>Розробка інтернет магазину чоловічого одягу “Badion”</i>	Стадія	Аркуш	Аркушів
Керівник		Цензура М.О.				Зміст	2	41
Гарант		Цензура М.О.				Факультет інформаційних технологій, 4 курс, 6 група		
Розроб.		Бадіонний М.А.						
					Зміст			

ВСТУП

Актуальність: З кожним роком по всій території нашої планети з'являється все більше активних користувачів інтернетом. В свою чергу разом із звичайними користувачами приходять і власники бізнесу, перед якими відкриваються нові можливості. Ще зовсім недавно інформаційні технології не грали такої важливої ролі для успіху бізнесу. Тепер, після вступу в нове тисячоліття та епоху розвитку Інтернету, відділити сам бізнес від інформаційних технологій практично неможливо.

Розвиток ринкових відносин та вдосконалення інформаційних технологій спричинили появу багатьох нових видів бізнесу, одним з яких є Інтернет-торгівля. Перетворення торкнулися як зовнішніх відносин між компаніями і їх партнерами або клієнтами, так і внутрішньої структури самих компаній. З'явилися не тільки нові напрями ведення бізнесу, але і принципово змінилися ті, що вже існують. Застосування Інтернету дозволяє швидко і з незначними витратами виводити продукцію на національний і міжнародний ринки та перед компаніями відкриваються можливості отримання додаткового прибутку.

Незважаючи на спрощення ведення комерційної діяльності в цій сфері з приходом інтернету в ній з'являються нові труднощі та недоліки:

- 1) Погано оптимізовані сайти (Кожен інтернет магазин одягу має зробити від 3 до нескінченості фото та відео одного товару, а товарів може бути дуже багато, тому всі сайти відомих брендів дуже довго завантажуються та глючать)
- 2) Виникає абсолютно нова проблема – перевірка на оригінальність (З приходом брендів на територію інтернету прийшли і не дуже гарні люди, які намагаються продавати репліку під видом оригіналу)

					<i>КНТЕУ 121 06-01.БР</i>			
Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата	<i>Розробка інтернет магазину чоловічого одягу “Badion”</i>	Стадія	Аркуш	Аркушів
Зав. каф.		Криворучко О.В.				В	3	41
Керівник		Цензура М.О.				Факультет інформаційних технологій, 4 курс, 6 група		
Гарант		Цензура М.О.						
Розроб.		Бадіонний М.А.						
					Вступ			

- 3) На кожному сайті є нескінченна кількість реклами (Варто лише раз не туди клікнути і відкриваються одразу рекламні офери)
- 4) Часто клієнту важко візуалізувати на собі той чи інший одяг.

Мета: розробка інтернет-магазину брендового чоловічого одягу за допомогою мови розмітки **HTML**, каскадної таблиці стилів **CSS** та препроцесора **SCSS**, розробка функціонального веб-додатку за допомогою JavaScript фреймворка **ReactJS** з використанням бази даних, розробленою в форматі **Json**. Даний додаток буде працювати в рамках мережі магазинів одягу і виконувати основну функцію для ведення комерційної діяльності - торгівлю.

Об'єкт дослідження: бренд чоловічого одягу «Badion».

Предмет дослідження: аналіз і вибір програмних засобів для розробки інтернет-магазину.

Завданням дослідження даної роботи є:

- Аналіз комерційної діяльності за допомогою інтернету;
- Аналіз діяльності інтернет магазинів одягу;
- Створення функціонального сайту;
- Розробка бази даних для сайту.

РОЗДІЛ 1

ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

В умовах ринкової економіки пануючими є товарно-грошові відносини. Тому практично кожен продукт праці, зроблений на підприємствах, обов'язково продається і купується, тобто проходить стадію обміну. Продавці і покупці товару укладають угоди купівлі-продажу, здійснюють збут і закупівлі товарів, роблять посередницькі й інші послуги.

1.1 Теоретичні дані

1.1.1 Тлумачення термінів «комерція» та «комерційна діяльність» відомими економістами

- **В.А. Абчук** дає таке тлумачення: "Комерція — це діяльність по забезпеченню купівлі-продажу товарів, що супроводжується проведенням відповідних розрахунків, з метою здобуття максимально можливого прибутку в умовах існуючих правових норм".
- **На думку Б.А. Райзберга**, "Підприємництво комерційного виду характеризується перш за все тим, що визначальну роль у ньому відіграють товарно-грошові, торгово-обмінні операції. Вони відображають основний зміст комерційного підприємництва. Стрижнем цього виду підприємницької діяльності є операції та угоди щодо купівлі-продажу, тобто перепродажу товарів і послуг".

					<i>КНТЕУ 121 06-01.БР</i>			
Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата	<i>Розробка інтернет магазину чоловічого одягу “Badion”</i>	Стадія	Аркуш	Аркушів
Зав. каф.		Криворучко О.В.				Р1	5	41
Керівник		Цензура М.О.				Факультет інформаційних технологій, 4 курс, 6 група		
Гарант		Цензура М.О.						
Розроб.		Бадіонний М.А.						
					<i>Загальні відомості</i>			

- **З.С. Варналій** відзначає: "Комерційне підприємництво — це діяльність, пов'язана з обміном, розподілом та споживанням товарів і послуг. Змістом комерційного підприємництва є товарно-грошові та торговельно-обмінні операції. Комерція у вузькому розумінні - це торгівля, а комерсант — це працівник торгівлі. Торговельно-обмінні операції здійснюються у вигляді угоди з купівлі-продажу або перепродажу товарів і послуг. Представниками комерційного підприємництва є різні торговельні організації, що реалізують (продають) предмети споживання і засоби виробництва".
- **А.П. Кисельов** підкреслює: "Торгівлю здійснюють підприємства (фірми), що спеціалізуються на продажу або перепродажу товарів з метою отримання прибутку. Такий вид діяльності називається комерційним. Тому підприємницькі структури, що займаються торгівлею і торгово-посередницькою діяльністю, називають комерційними структурами. Проте комерційною діяльністю сьогодні займаються не тільки спеціалізовані підприємства. Цей вид діяльності тією чи іншою мірою притаманний усім підприємницьким структурам незалежно від форм власності, до яких вони належать".
- **Л.В. Осипова та, І.М. Сіняєва** мають таку точку зору: "Комерційна Діяльність — поняття економічно більш широке, ніж торгівля, оскільки в основі торгівлі завжди лежить комерція, але не кожна комерційна Діяльність зводиться тільки до торгівлі. Багато юридичних осіб у сфері комерційної діяльності здійснюють складний комплекс заготівельної, виробничої, будівельної, інвестиційної та іншої підприємницької діяльності з метою її подальшої реалізації через процеси купівлі-продажу для виручки доходів і отримання прибутку".
- **Ф.Г. Панкратов і, Т.К. Серьогіна** вважають що: "комерція — вид торгового підприємництва або бізнесу, але бізнесу благородного, того бізнесу, який є основою будь-якої по-справжньому цивілізованої ринкової економіки.

1.1.2 Сучасне тлумачення терміну «Комерційна діяльність»

ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНА (лат. commercium — торгівля) — суспільно необхідна діяльність юридичних і фізичних осіб на ринку товарів і послуг здійснення операцій купівлі-продажу товарів, надання послуг з метою задоволення попиту та отримання прибутку. Суб'єктами є юридичні та фізичні особи, що мають право на її здійснення.

1.1.3 Поняття інтернет-магазин

Інтернет магазин — це сайт, який торгує товарами за допомогою мережі Інтернет. Дозволяє користувачам онлайн, в своєму браузері або через мобільний додаток, сформулювати замовлення на покупку, вибрати спосіб оплати і доставки замовлення та оплатити замовлення. При цьому продаж товарів здійснюється дистанційним способом і вона накладає обмеження на товари, що продаються. Так, в деяких країнах є заборона на інтернет-торгівлю алкоголем, зброєю, ювелірними виробами та іншими товарами

1.1.4 Класифікація інтернет-магазинів

На даний момент існує 2 види інтернет-магазинів:

- 1) Магазин B2B «Бізнес для бізнеса» цей клас існує в більшості для великих та малих компаній які при розробці чи створенні власного продукту закупають компоненти чи сировину для подальшого використання. Зазвичай це оптові продажі з великим чеком.
- 2) Магазин B2C «Бізнес для клієнтів» цей клас магазинів є актуальним для всіх користувачів інтернету, які бажають щось придбати, зазвичай в таких магазинах продають товари в роздріб, тому що так їх ціна більша і прибуток магазину також більший.

1.1.5 Переваги інтернет-магазинів

1. Не потрібно витрачати колосальні суми на оренду приміщень.

Коли власник нового невідомого бренду чи людина яка перепродає одяг вирішує, що він би хотів відкрити off-line магазин в першу чергу він зіткнеться з вартістю оренди приміщень у ТЦ або будь якої частної території. За звичай це 10-20 середніх зарплат українця за місяць в будь якому місті, особливо в великих містах(Київ, Харків і т.д.). Тобто, навіть якщо магазин стане дуже популярним і підуть продажі вартість оренди потрібно буде відбивати ледь не пів місяця, а в гіршому випадку магазин буде лише відбивати вартість оренди.

2. Не потрібно витрачати кошти на доставку одягу до всіх торгових точок.

Логістичні послуги на даний момент коштують чимало, особливо якщо мати декілька торгових точок в одному місті, а якщо це мережа по всій Україні чи по всьому світу, то суми збільшуються в сотні та тисячі разів. Набагато вигідніше користуватись доставкою, не важливо це пошта чи кур'єрська служба конкретного бренду.

3. Не потрібно утримувати штат персоналу під кожний магазин.

Чималий бюджет витрачається нині на утримання персоналу в off-line магазині, директор, зам директора, декілька продавців, товарознавець, прибиральниця, охорона, всім потрібно платити, навіщо це робити, якщо можна просто відкрити інтернет магазин.

4. Проста технічна сторона.

Достатньо мати штат програмістів, свій сервер, фотографів та моделей для успішного функціонування магазину.

5. Інтернет-магазин розширює аудиторію на максимум

Якщо відкрити магазин в Києві, то його побачать лише кияни, а якщо відкрити магазин в інтернеті то його можуть побачити, а як слідство і зробити замовлення люди по всій планеті.

1.1.6 Недоліки інтернет-магазинів

1. На фото нормально, на мені не дуже:

Головний мінус коли говориться про інтернет магазин одягу – це відсутність уявлення та візуалізації одягу на собі, тобто коли людина хоче придбати собі нову куртку їй зазвичай важко зрозуміти піде вона їй, чи сяде по розміру, чи не буде щось давити, та буде вона зручна.

2. Нemoжливiсть приміряти одяг:

Так як магазини працюють по системі «оплати замовлення, потім його отримай» то люди часто можуть засмутитися після отримання посилки, бо може не підійти розмір, не сподобатись колір, на одягу можуть бути фабричні дефекти чи щось інше. Добре, якщо продавець буде лояльний, та згодиться вирішити ваше питання, та таких зараз мало.

3. SMM:

Саме тут зазвичай і витрачаються колосальні бюджети при створенні будь яких проєктів в інтернеті. Без реклами про тебе ніхто ніколи не дізнається.

Реклама варта своїх коштів та відбиває їх, а зверху ще й дає гарний чистий прибуток, але реклама – це

1. Тести на знаходження аудиторії(вже якась частка бюджету витрачена)
2. Тести на знаходження привабливого контенту(фото, відео одягу) (також частка бюджету витрачена)
3. Ризики найняти не професіонального сммшіка, який витратить весь бюджет, а толку не буде зовсім.
4. Це не постійність, те, що приваблює клієнта сьогодні, завтра вже може не привабити і це нормальний процес, але потрібно під нього адаптуватися и повертатися до пунктів 1 і 2, що як слідство також веде до витрат.

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

9

1.1.7 Ризики інтернет-магазинів

1. Проблеми з хакерськими атаками. При дотриманні правил безпеки і хорошому програмному забезпеченні, атаки хакерів мало ймовірні. Найгірше, що може статися – крадіжка клієнтської бази із зазначенням номерів кредитних карт. У цьому випадку суду не уникнути. Але найчастіше хакери просто вносять сумбур у вашу діяльність.
2. Помилки в програмному забезпеченні. Без помилок, звичайно, не обійтися, тому кожному інтернет-магазину необхідно мати серйозних технічних помічників. Краще, якщо це буде служба технічної підтримки у розробника програм.
3. Придбання неякісного програмного забезпечення. Щоб убезпечити себе від покупки недопрацьованої програми, потрібно звернути увагу на можливість тестового користування або гарантії повернення грошей при виникненні серйозних проблем при користуванні продуктом.
4. Труднощі в залученні клієнтів. В більшості своїй, інтернет магазин відвідують набагато частіше, ніж звичайний. Але, на жаль, до реальних покупок, справа доходить далеко не завжди. Насамперед, тому, що люди ще не звикли до подібної системи товарообігу. При наявності передоплати, завжди є ризик не отримати свій товар або отримати якісну продукцію.

Незважаючи на всі зазначені вище недоліки, торгівля через інтернет в майбутньому стане повсюдною. Адже це не тільки економить час і кошти тієї чи іншої торговельної структури, але і дозволяє значно розширити ринки збуту, завдяки своїй мобільності.

1.2 Відомості про бренд

1.2.1 Думки власника

«Одяг - як засіб самовираження став невід'ємною частиною сучасної культури. Бренд - важлива частина образу. Деякі навіть оцінюють людини по тому, які бренди він носить. Звичайно, зараз не можна точно сказати про соціальний і фінансовий статус людини, орієнтуючись тільки на його гардероб (наприклад, Марк Цукерберг вважає за краще виключно джинси і звичайні сірі футболки), але в цілому наш одяг формує наш образ. Навіть принципова відмова від брендів може багато що сказати про характер людини»

«Розробка бренду одягу – це не просто створення торгової марки - це створення іміджу майбутніх споживачів. Тут важливо вгадати і з'єднати воедино особисті переваги цільової аудиторії і модні тенденції. При цьому бренд одягу не повинен швидко застаріти, у нього повинен бути потенціал розвитку.»

1.2.2 Назва бренду

При створенні назви бренду за основу було взято прізвище власника «Бадіонний»
Також при створенні були враховані такі правила:

- I. Назва повинна гарно звучати.
- II. Назва повинна легко запам'ятовуватись.
- III. Назва повинна бути власною.

Тож було вирішено назвати бренд «Badion».

1.2.3 Асортимент товарів

«Badion» спеціалізується на продажу чоловічого одягу високої якості. Вся тканина, нитки та інші розхідні матеріали для подальшого виробництва обираються особисто керівником.

					КНТЕУ 121 06-01.БР	Аркуш
Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата		11

Над розробкою моделей працює краща в Україні команда дизайнерів, кравців, модельєрів та конструкторів. В модельному ряді представлені такі види одягу, як :

1. Пальто
2. Штани
3. Джинси
4. Поло
5. Кофти

1.2.4 Унікальність

На думку автора бренду унікальність має досягатися завдяки його логотипу (Такому як: яблучко «у Apple», чи чотирма кільцями на «Audi»).

Розробкою логотипу займався графічний дизайнер разом із власником, за основу було взято прізвище автора

1.3 Технічне завдання

Технічне завдання

На розробку нового сайту інтернет-магазину чоловічого одягу
«Badion»

Таблиця 1.1

Загальний опис

1.1	Назва сайту (заголовок сайта)	Badion - інтернет магазин чоловічого одягу
1.2	Короткий опис	Інтернет магазин стильного чоловічого бренду українського власника Бадіонного Максима.
1.3	Адреса сайту (URL)	Https://Badion.com.ua
1.4	Характер сайту	• Багатосрічковий • каталог товарів

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

12

		• сайт електронної комерції (магазин з корзиною)
		• сайт електронної комерції розширений (магазин з корзиною та фотогалереями)
1.5	Задачі сайту	Комерційна діяльність інтернет магазину в сфері продажу чоловічого одягу.
1.6	Основні розділи сайту	1. Пальто 2. Штани 3. Джинси 4. Поло 5. Кофти 6. Основна сторінка з новими моделями 7. Корзина
1.7	Частота оновлення	Динамічно
1.8	Наявність програмних компонентів	Страниця з новою колекцією сторінка з пальто сторінка з штанами сторінка з Джинсами Страниця з поло сторінка з кофтами каталог товарів (послуг) форма замовлення товару (послуги) форма зворотнього зв'язку банерна система
1.9	Текстові мови сайту	Англійська, Українська
1.10	Ключові слова	1. Чоловічий одяг 2. Український бренд одягу 3. Український бренд чоловічого одягу 4. Авторський бренд 5. Інтернет-магазин чоловічого одягу 6. Одяг для чоловіків 7. Інтернет-магазин одягу

1.11	Конкуренція	1. https://www.hugoboss.com/ua/en/men/ 2. https://www.ralphlauren.com/men?webcat=men 3. https://www.guess.eu/en-ua/home 4. https://www.massimodutti.com/ua/ru/home-men.html 5. https://www.cropp.com/ua/ru/
1.12	Бюджет розробки	150000 грн
1.13	Бажані строки виготовлення	До двох місяців
1.14	Додаткова інформація	

Таблиця 1.2

Дизайн сайту

2.1	наявність макету	є
2.2	Наявність фирменого стиля	є
2.3	наявність логотипа	є
2.4	Наявність матеріалів для наповнення (фотографій, текстів в електронном виде т.д.)	є
2.5	Опис бажаного стиля	Простий технологічний діловий яскравий вишуканий не стандартний
2.6	Кольорова гама, відтінки	Білий \ Сірий \ Чорний \ Червоний \ Бежевий \
2.7	Формат верстки	Книжний
2.8	Потрібні ефекти	Анімація

2.9	Обов'язкова підтримка браузерів	<table><tr><td>Microsoft Edge (Остання версія)</td><td>Mozilla Firefox (Остання версія)</td><td>Chrome (Остання версія)</td><td>Opera (Остання версія)</td><td>Ваш браузер:</td></tr><tr><td>так</td><td>так</td><td>так</td><td>так</td><td>?</td></tr><tr><td colspan="5">Необхідність адаптивної (мобільної) версії сайту:</td></tr><tr><td>так</td><td>так</td><td>так</td><td>так</td><td>?</td></tr><tr><td colspan="5">Друге побажання:</td></tr></table>	Microsoft Edge (Остання версія)	Mozilla Firefox (Остання версія)	Chrome (Остання версія)	Opera (Остання версія)	Ваш браузер:	так	так	так	так	?	Необхідність адаптивної (мобільної) версії сайту:					так	так	так	так	?	Друге побажання:				
Microsoft Edge (Остання версія)	Mozilla Firefox (Остання версія)	Chrome (Остання версія)	Opera (Остання версія)	Ваш браузер:																							
так	так	так	так	?																							
Необхідність адаптивної (мобільної) версії сайту:																											
так	так	так	так	?																							
Друге побажання:																											
2.10	Зразки бажаного зовнішнього вигляду сайту	<table><tr><td>1. https://www.hugoboss.com/ua/en/men/</td></tr><tr><td>2. https://www.ralphlauren.com/men?webcat=men</td></tr><tr><td>3. https://www.guess.eu/en-ua/home</td></tr><tr><td>Додаткові побажання</td></tr></table>	1. https://www.hugoboss.com/ua/en/men/	2. https://www.ralphlauren.com/men?webcat=men	3. https://www.guess.eu/en-ua/home	Додаткові побажання																					
1. https://www.hugoboss.com/ua/en/men/																											
2. https://www.ralphlauren.com/men?webcat=men																											
3. https://www.guess.eu/en-ua/home																											
Додаткові побажання																											
2.11	Додаткова інформація																										

Таблиця 1.3

Серверна частина (хостинг)

3.1	Назва хостингу	www.ukraine.com.ua
3.2	Данні хостингу:	Логін – Admin Пароль – KNUTe20100
3.3	Мінімальні системні параметри хостингу	1Gb, 64Mb+ memory limits, PHP 7+, MySQL 5+, захист від вірусів, можливість створювати резервні копії, SSL сертифікат, http2 — протокол передачі даних, FTP -доступ к файлам, поштовий сервер.
3.4	Особливі параметри хостингу	
3.5	Реєстраційні дані підприємства:	Назва організації (або ПІБ фізичної особи): ФОП «Бадіонний» П.І.Б. (Відповідального за розробку сайту або особи якій буде належати сайт): Бадіонний Максим Андрійович

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

15

		E-mail: 121-6-17-badion@knute.edu.ua
		Телефон (мобільний): 0953158153
		Вид діяльності на який реєструється сайт: Фізична особа підприємець

1.4 Висновок до розділу 1

Мережа інтернет з кожним днем охоплює все більше населення Землі, що дає змогу власнику інтернет магазину чоловічого одягу стрімко нарощувати власних фанатів та аудиторію взагалі. Спрощується доставка та пошук потенційних покупців. Одним із таких спрощуючих елементів є інтернет-магазин, який дає безмежний потенціал та не прив'язує власника до конкретної торгової точки в конкретному місці. Існують інтернет-магазини B2C (бізнес для клієнтів) та B2B (бізнес для бізнесу). В даному розділі було розроблено технічне завдання сайту, його основні можливості та задачі, назва бренду і торговий знак. Був описаний асортимент товарів.

РОЗДІЛ 2

ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ

2.1 Файлова архітектура інтернет-магазину

Правильна архітектура проекту має велике значення для його зручності. Зазвичай над сайтом працюють декілька людей, якщо кожен з них буде оформлювати файлову структуру так, як йому захочеться, в інших можуть виникнути труднощі з пошуком елементів чи конкретних файлів, особливо якщо сайт – це інтернет-магазин, в якому може бути безліч товарів та розділів. Саме тому Badion оформлений по стандартній файловій структурі (рис.2.1).

Имя	Дата изменения	Тип	Размер
.vscode	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
css	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
img	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
js	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
scss	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
basket.html	10.05.2021 12:25	Chrome HTML Do...	3 КБ
booking.html	10.05.2021 12:25	Chrome HTML Do...	4 КБ
coats.html	10.05.2021 12:25	Chrome HTML Do...	3 КБ
index.html	10.05.2021 12:25	Chrome HTML Do...	14 КБ
jeans.html	10.05.2021 12:25	Chrome HTML Do...	3 КБ
polo.html	10.05.2021 12:25	Chrome HTML Do...	3 КБ
sweatshorts.html	10.05.2021 12:25	Chrome HTML Do...	3 КБ
trousers.html	10.05.2021 12:25	Chrome HTML Do...	3 КБ

Рис. 2.1 Файлова архітектура інтернет-магазину

В папці сайту під кожен сторінку створено окремий файл з розширенням .html, під кожний компонент сайту створено окрему папку з стандартними назвами (рис. 2.2-2.5).

					<i>КНТЕУ 121 06-01.БР</i>			
Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата				
Зав. каф.		Криворучко О.В.			Розробка інтернет магазину чоловічого одягу “Badion”	Стадія	Аркуш	Аркушів
Керівник		Цензура М.О.				P2	17	41
Гарант		Цензура М.О.				Факультет інформаційних технологій, 4 курс, 6 група		
Розроб.		Бадіонний М.А.						
					Проектування інтернет магазину			

Имя	Дата изменения	Тип	Размер
slick.css	19.03.2021 16:44	CSS-документ	2 КБ
slick-theme.min.css	20.03.2021 11:35	CSS-документ	2 КБ
styles.css	10.05.2021 15:28	CSS-документ	13 КБ
styles.css.map	10.05.2021 15:28	Linker Address Map	16 КБ

Рис. 2.2 Структура папки css

Имя	Дата изменения	Тип	Размер
coats	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
common	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
jeans	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
polo	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
svg	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
sweatshorts	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
trousers	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
video	11.05.2021 14:01	Папка с файлами	
intro.webp	19.03.2021 16:00	Chrome HTML Do...	58 КБ
logo.png	23.03.2021 18:46	Файл "PNG"	5 КБ

Рис. 2.3 Структура папки img

Имя	Дата изменения	Тип	Размер
app.js	10.05.2021 15:01	файл JavaScript	10 КБ
data.json	10.05.2021 15:06	Исходный файл J...	15 КБ
jquery.min.js	19.03.2021 16:33	файл JavaScript	88 КБ
slick.min.js	19.03.2021 16:33	файл JavaScript	42 КБ

Рис. 2.4 Структура папки js

Имя	Дата изменения	Тип	Размер
styles.scss	10.05.2021 15:28	Исходный файл S...	16 КБ

Рис. 2.5 Структура папки scss

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

18

2.2 База даних

Історично системи управління базами даних орієнтувалися на вирішення завдань, пов'язаних у першу чергу з транзакційною обробкою структурованої інформації. Безумовно, найкращим, перевіреним часом рішенням тут була і залишається реляційна модель СУБД. Однак в останні роки область застосування баз даних незмінно розширювалася. З одного боку, потрібно керувати більш широким набором форматів даних, переходячи до вирішення спільних проблем управління корпоративною інформацією. З іншого - саме СУБД беруть на себе основні функції інтеграції даних і додатків корпоративних систем. (За даними Gartner Group, інформаційні відділи підприємств витрачають до 40% свого бюджету на вирішення завдань інтеграції діючих компонентів баз даних.) Саме цим пояснюється активний інтерес до обговорення архітектурних принципів і можливостей реалізації баз даних різних моделей - постреляційних, об'єктно-реляційних, XML.

Якщо постаратися класифікувати існуючі області застосування баз даних, а так само оцінити перспективи їхнього розвитку в даний час, то можна отримати приблизний список найбільш поширених класів:

- документографічні й документальні застосовуються у всіх базах органів влади та управління;
- бази даних з промислової, будівельної та сільськогосподарської продукції;
- бази даних з економічної та кон'юнктурної інформації (статистична, кредитно-фінансова, зовнішньоторговельна);
- фактографічні бази соціальних даних, які включають відомості про населення і про соціальні середовища;
- бази даних транспортних систем;
- довідкові дані для населення та установ (енциклопедії та довідники, розклади літаків і поїздів, адреси та телефони громадян і організацій);

- ресурсні бази даних, що включають фактографічну інформацію про природні ресурси (земля, вода, надра, біоресурси, гідрометеорологія, вторинні ресурси і відходи, екологічна обстановка);
- фактографічні бази і банки наукових даних, щоб забезпечити фундаментальні наукові дослідження;
- фактографічні бази даних у галузі культури і мистецтва;
- лінгвістичні бази даних, тобто машинні словники різного типу і призначення.

Останнім часом утворилися нові важливі області застосування баз даних, і кожна з них представляє принципово нове середовище, до якого необхідно адаптувати технології СУБД. Ці області отримали на ринку назви інтелектуально аналізу даних (data mining), сховищ даних (data warehousing), репозитаріїв даних (data repository).

Система управління базами даних (СУБД, СКБД англ. Database Management System) — набір взаємопов'язаних даних (база даних) і програм для доступу до цих даних. Надає можливості створення, збереження, оновлення та пошуку інформації в базах даних з контролем доступу до даних.

В Badion було на даному етапі розробки вирішено створити БД в файлі формату Json (рис 2.6).

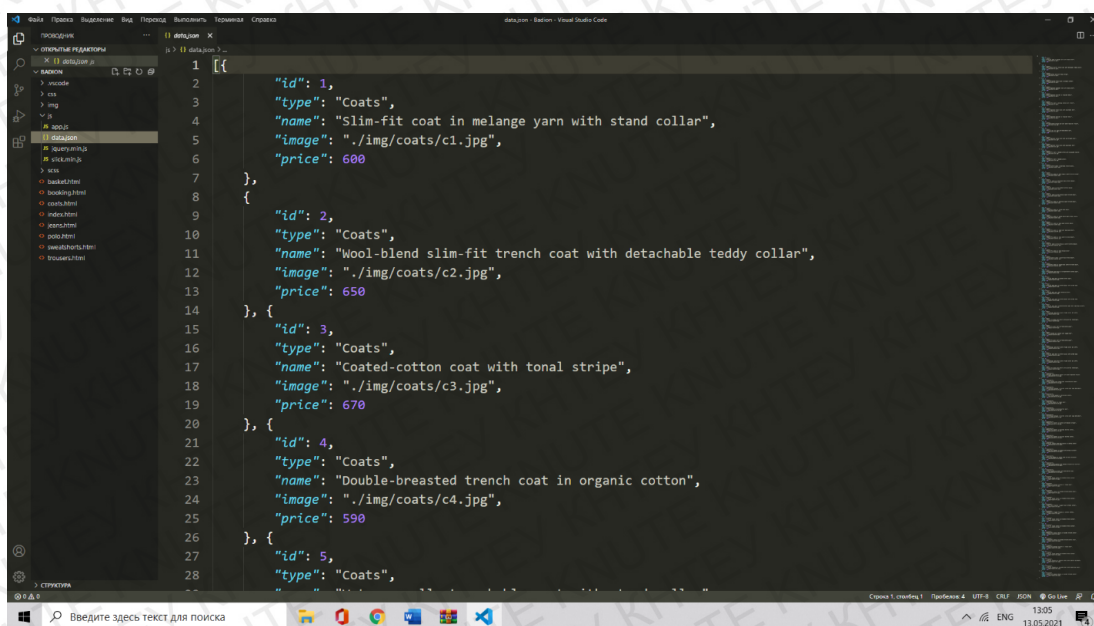


Рис. 2.6 База даних Badion

2.3 UI додатку

Гарний продавець – той, хто непомітно для покупця стимулює та підводить його до покупки. Саме цим принципом користувався власник при розробці UI Дизайну сайту.

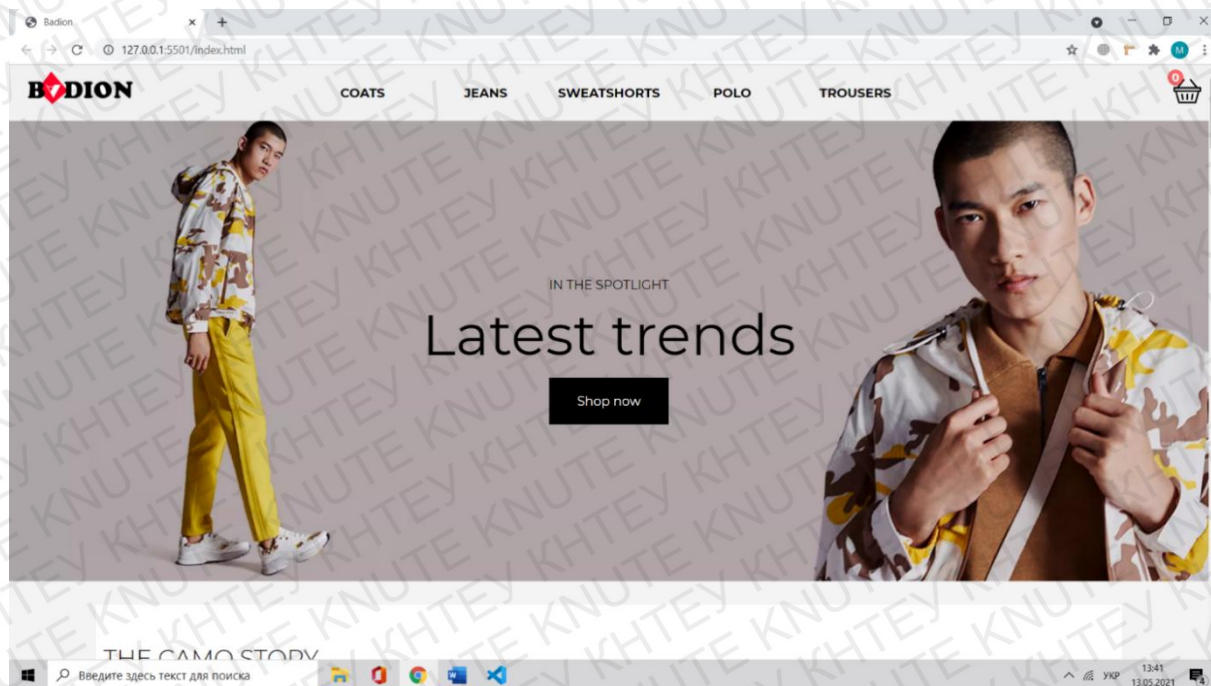


Рис. 2.7 UI додатку

Вже з перших секунд користувач бачить стандартний дизайн який нагадує йому дизайн всіх інтернет-магазинів одягу, в яких він раніше був. Тож йому не потрібно витрачати час на адаптацію та розбір пунктів меню.

UI вирішено було розробляти в стилі «мінімалізм» з використанням ярих кольорів (Червоний, білий, чорний) для позначення ключових функцій, таких як вибір розділу одягу, чи кнопка «Додати до корзини». Нейтральну інформацію на сайті підкреслюють нейтральні кольори: (Білий, бежевий, сірий)

Схема роботи користувача з сайтом виглядає так : Рис. 2.8.

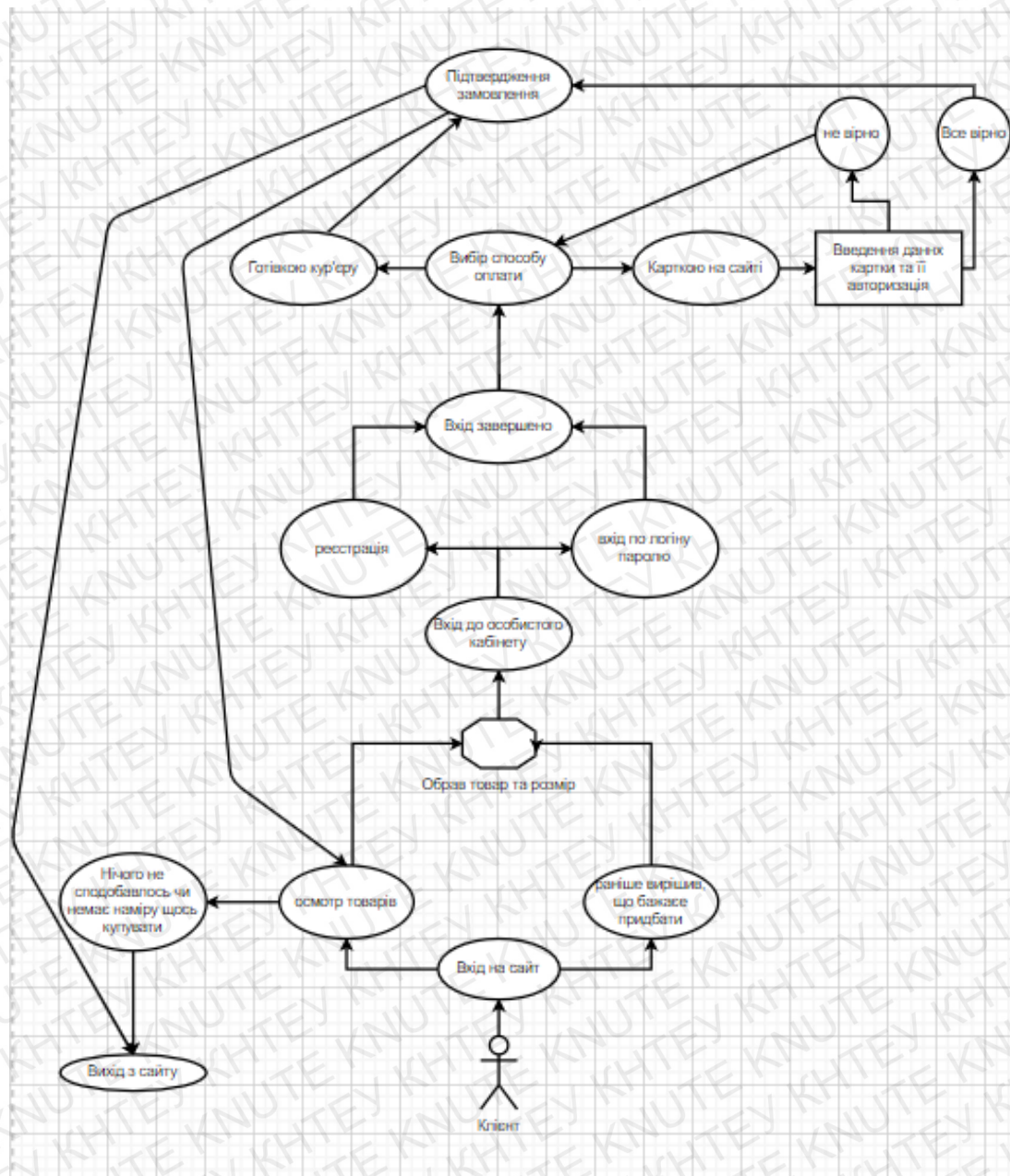


Рис. 2.8 Схема можливих дій користувача

2.4 Замовлення

Замовлення – те, через що власник бренду зробив інтернет-магазин, а покупці на нього заходять. Саме тому йому треба приділяти велику увагу, щоб всі залишилися задоволені.

Схематично зобразити процес замовлення можна так(рис. 2.9)

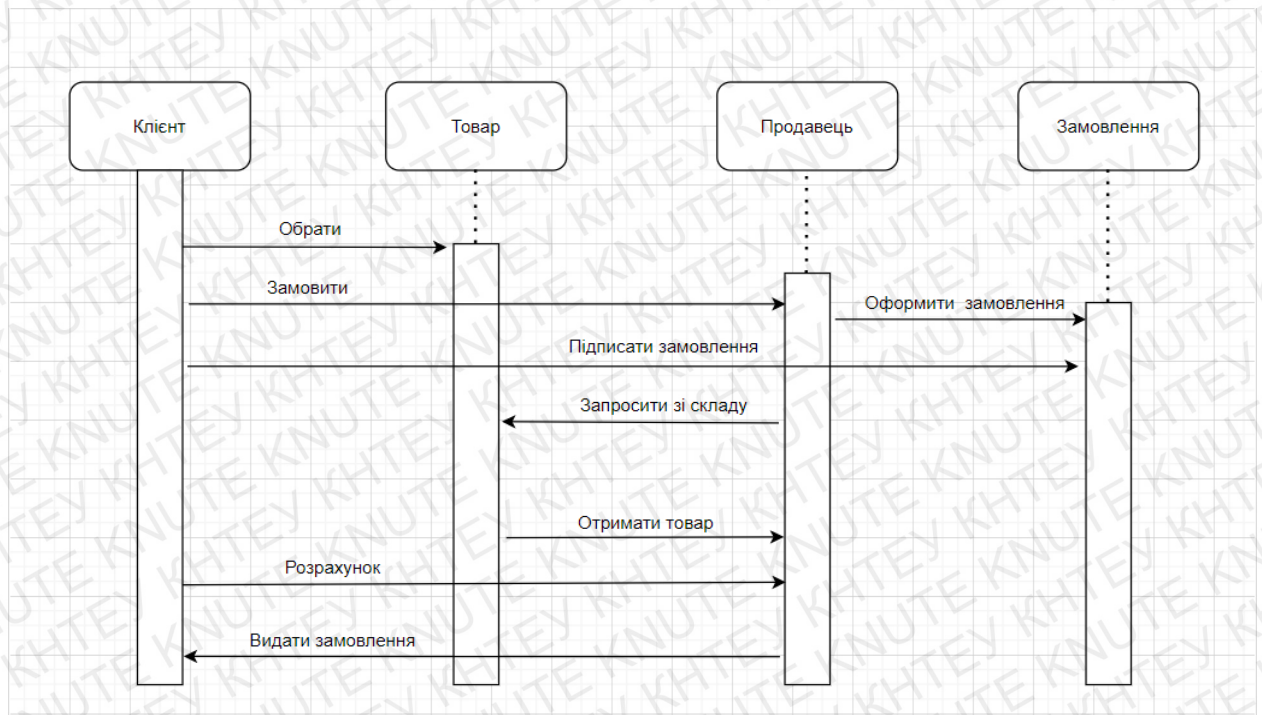


Рис. 2.9 Схематичне зображення замовлення

Послідовність дій при замовленні товару:

1. Клієнт обирає товар його кількість та його розмір.
2. Додає його до корзини.
3. Вносить необхідні дані для оформлення замовлення.
4. З ним зв'язується менеджер для з'ясування деталей.
5. Узгоджуються деталі доставки.
6. Продавець робить запит на склад.
7. Продавцю доставляють замовлений товар.
8. Продавець відправляє замовлення покупцю
9. Покупець отримує та перевіряє своє замовлення
10. У випадку браку – продавець замінює товар.

2.5 Менеджмент інтернет-магазину

Менеджменту проекту потрібно приділяти велику увагу, бо саме налагоджена система в якій кожний знає, що йому робити – ознака професіоналізму власника.

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

23

В Bадion є 3 головних суб'єкти менеджменту (рис 2.1) – це:

1. Директор – головна діюча особа, яка має налаштувати всю роботу як годинник, саме грамотний директор – залог успіху. Це людина, особливого складу розуму, відповідальна, справедлива та в міру сувора, яка зможе правильно керувати всім персоналом підприємства. Вся відповідальність за дії компанії буде лежати на директорі. Тож ця людина повинна бути ще й сміливою та впевненою в собі та своїх силах.
2. Відділ доставки – підрозділ, який відповідає за строки та якість доставки товарів покупцю та за весь товар в цілому, адже підрозділ базується на складі підприємства. Головними рисами характеру мають бути: пунктуальність, оперативність, обережність. Підрозділ працює під керівництвом директора.
3. Колл-центр – підрозділ, який відповідає за найголовніше – оформлення замовлення та отримання від покупця інформації про доставку. Також колл-центр відповідає за зворотній зв'язок з клієнтом. Будучи завжди 24\7 на дроті працівники допомагають клієнту у вирішенні будь-якого питання. Також займаються вирішенням питань з приводу повернення чи обміну товарів. Головними рисами характеру мають бути: бажання допомагати, оперативність, стресоустойчивість, вміння слухати. Підрозділ працює під керівництвом директора.

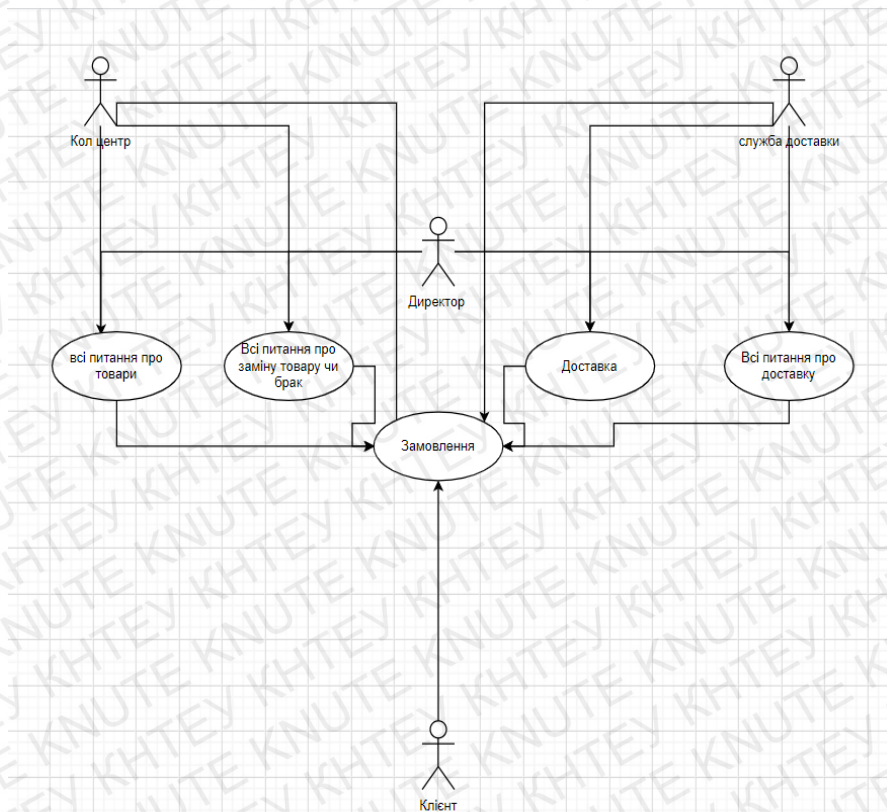


Рис 2.10 Менеджмент інтернет-магазину

Найголовнішим менеджером є власник бренду. Це людина яка компетентна вирішити будь-яке питання. Це смілива та образована людина, яка розуміє що робить та знає всі аспекти цієї справи (рис 2.11).

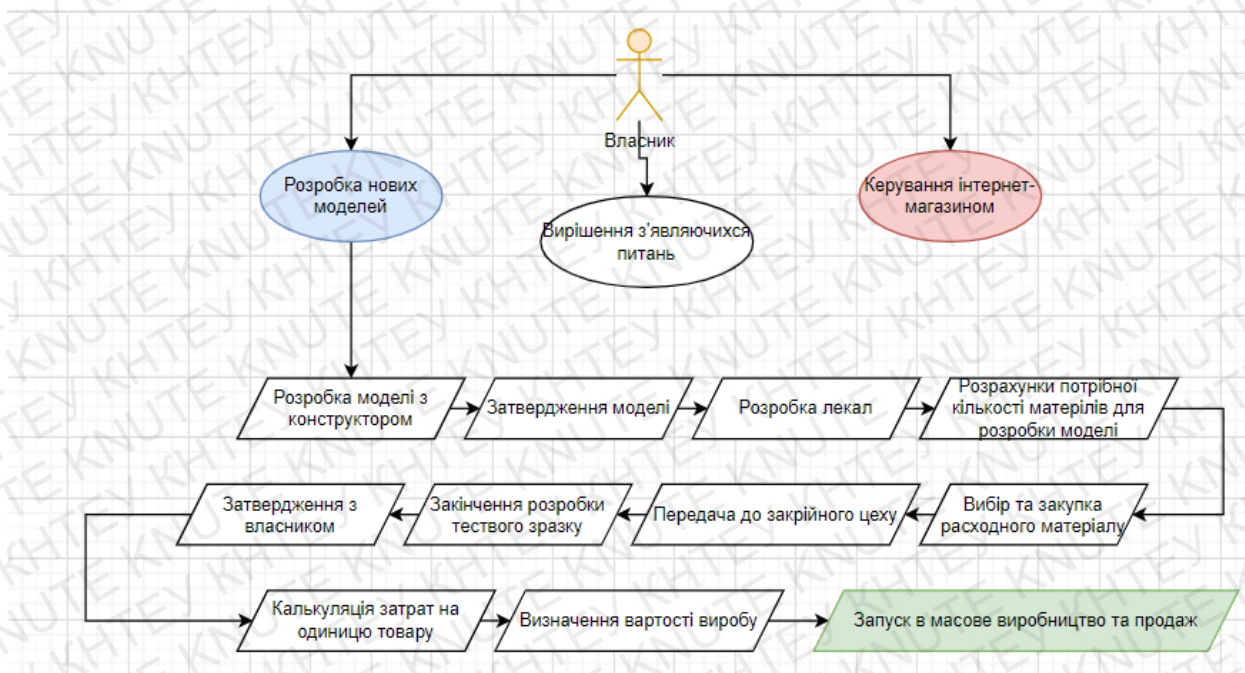


Рис 2.11 Задачі власника

2.6 Висновок до розділу 2

При створенні інтернет магазину одягу однаково важливо підходити як до вибору файлової архітектури, так і до розуміння менеджменту. Необхідно також мати професійні навички розробки одягу та творчі навички, бо придумувати нові моделі за вас ніхто не буде. Особливо важливо знайти штат персоналу, професіоналів своєї справи, знаючих що вони мають робити і як вони мають робити. В цьому розділі була розроблена файлова архітектура проекту, база даних проекту, затверджено UI додатку, розібраний детально менеджмент інтернет-магазину, ролі та обов'язки.

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

26

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ЧОЛОВІЧОГО ОДЯГУ

3.1 Інтерфейс додатку

3.1.1 інтерфейс сторінки Home

Попадаючи на сайт перед користувачем відкривається вкладка Home (Рис 3.1). Тут починає працювати правило 15 секунд. Якщо він не вийде за цей час з сайту, то він йому сподобався, та він ще в нього обов'язково повернеться, коли йому буде необхідно щось придбати. Саме тому велику увагу при розробці бренду було приділено дизайну додатку. Одразу вирішено було додати картинку на задній фон, щоб сторінка була яскравішою і креативною. Звідси одразу можна дістатись до сторінок з підвидами одягу, вони знаходяться в навігації. Також в додатку реалізовано слайдери (Рис. 3.2). В кінці кожної сторінки в футері реалізовані посилання на медіа-ресурси власника бренду. (Рис. 3.3)

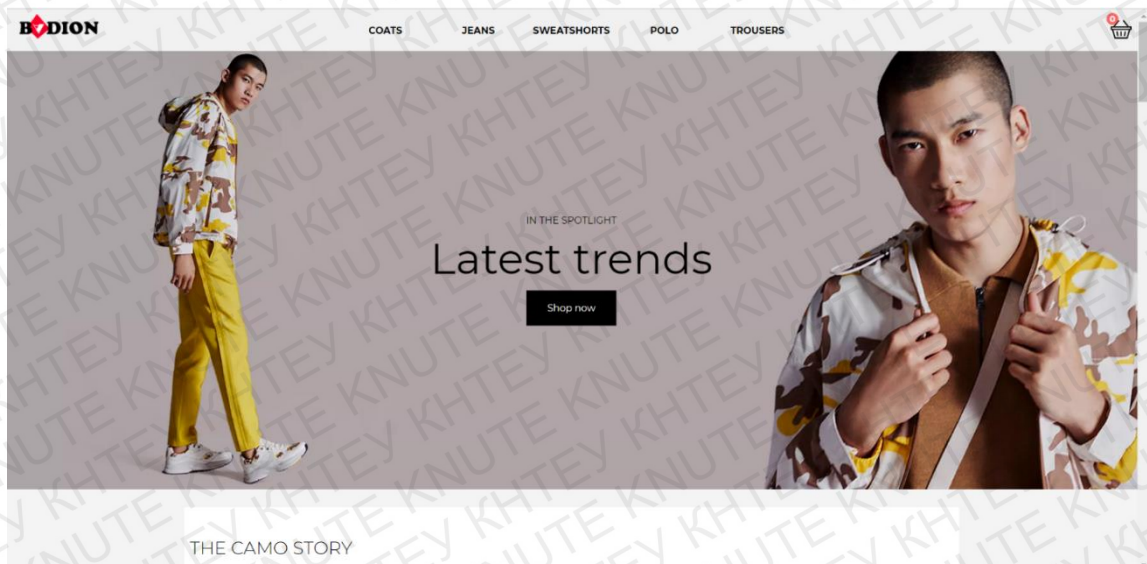


Рис. 3.1 Інтерфейс сторінки Home

					<i>КНТЕУ 121 06-01.БР</i>			
Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата	<i>Розробка інтернет магазину чоловічого одягу “Badion”</i>	Стадія	Аркуш	Аркушів
Зав. каф.	Криворучко О.В.					РЗ	27	41
Керівник	Цензура М.О.					Факультет інформаційних технологій, 4 курс, 6 група		
Гарант	Цензура М.О.							
Розроб.	Бадіонний М.А.							
					<i>Розробка інтернет-магазину чоловічого одягу</i>			

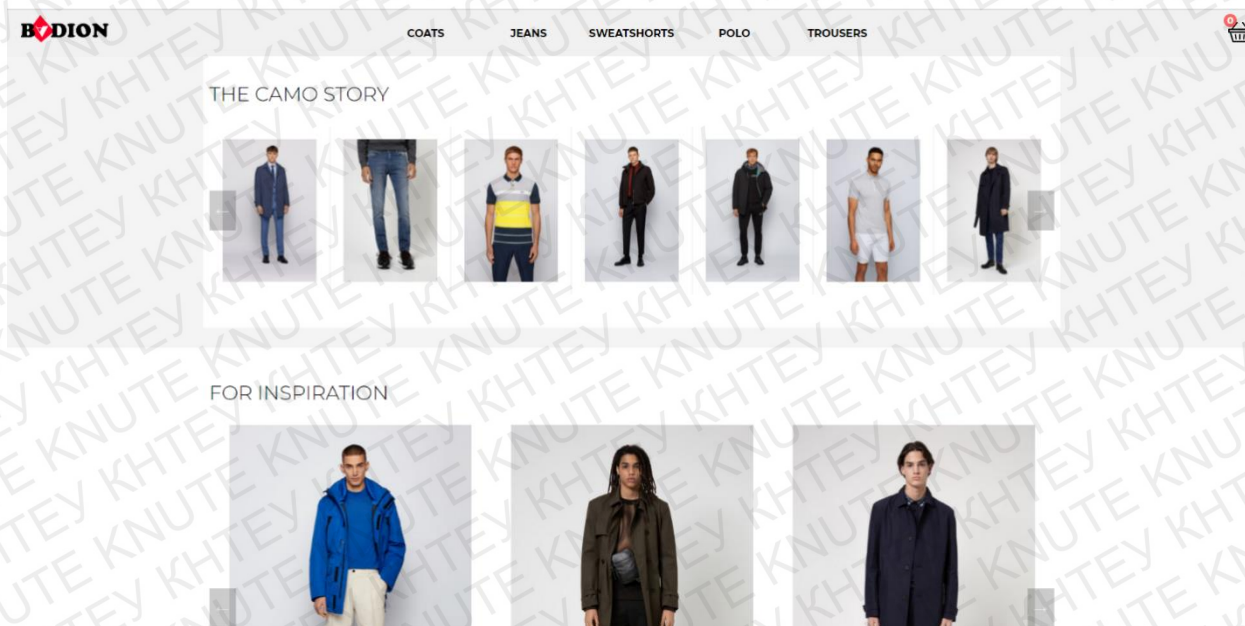


Рис. 3.2 Слайдери на сторінці Home

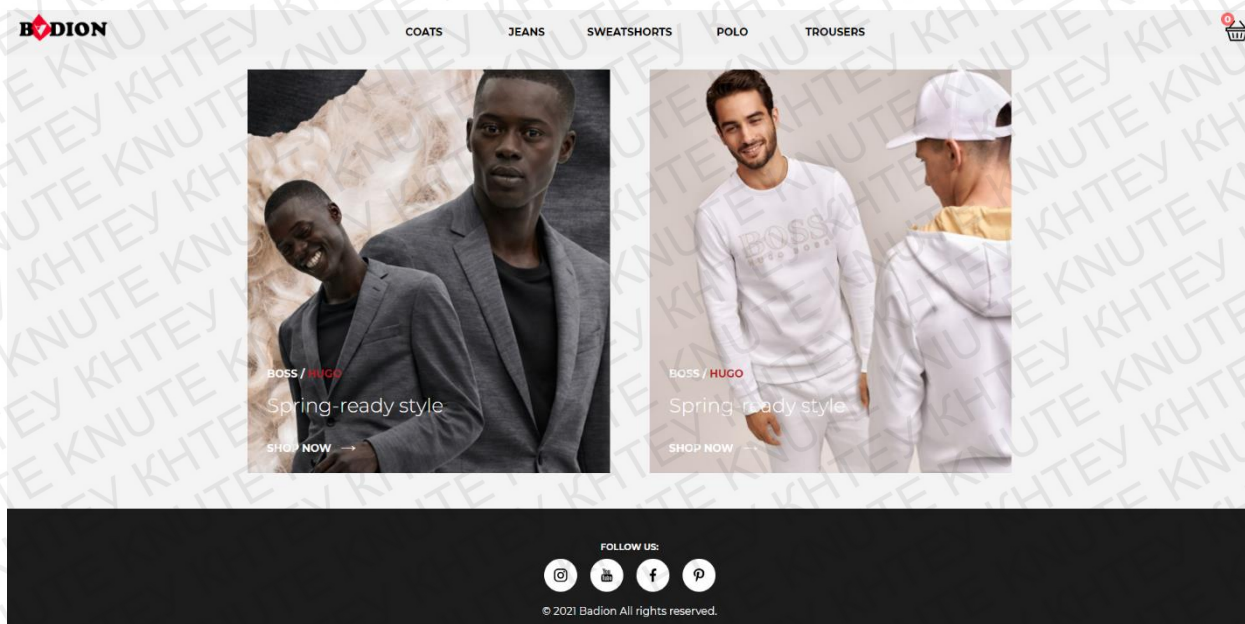


Рис. 3.3 Посилання на медіа-ресурси

Користуючись навігацією користувач може зайти в розділи одягу такі як:

1. Coats – пальто.
2. Jenas – джинси.
3. Sweatshorts – кофти.
4. Polo – футболки поло.
5. Trousers – штани.

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

28

3.1.2 Інтерфейс сторінки Coats (пальто)

Попадаючи до розділу пальто (Рис. 3.4) користувач бачить всі моделі пальто, які є в наявності на даний момент і їх можна зараз замовити.

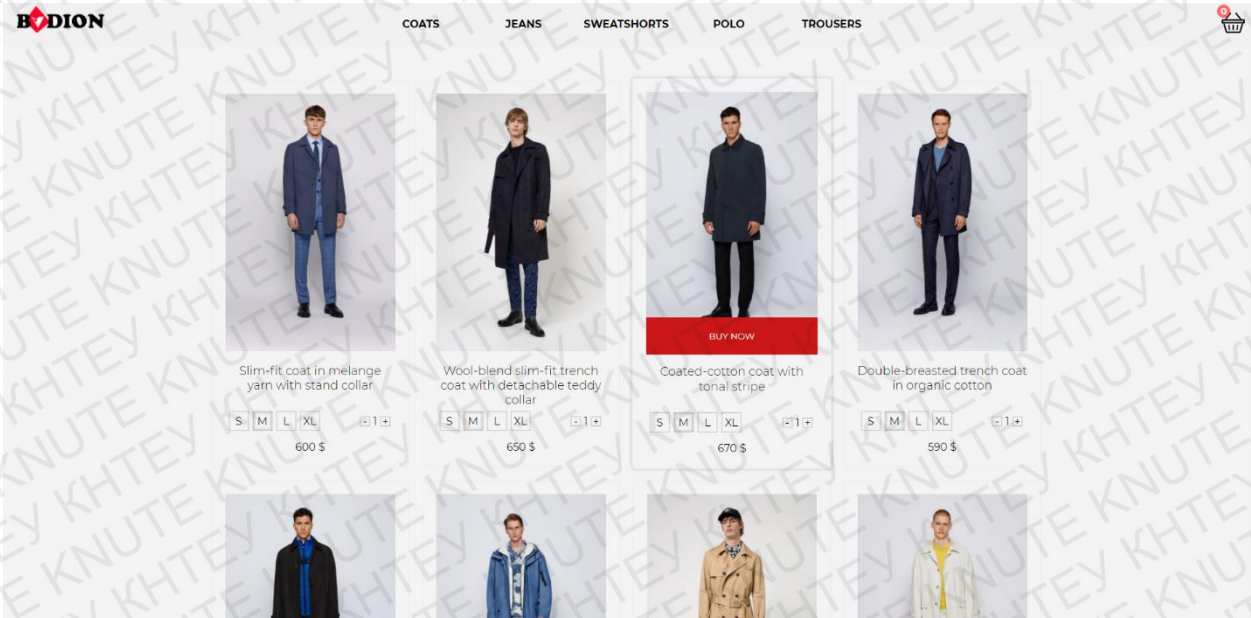


Рис. 3.4 Інтерфейс сторінки Coats

На сторінці кожна одиниця одягу має свій блок (Рис. 3.5) в якому можна обрати необхідний розмір, кількість товару та побачити його вартість.



Рис. 3.5 Блок Coats

3.1.3 Інтерфейс сторінки Jeans (джинси)

Попадаючи до розділу джинси (рис. 3.6) користувач бачить всі моделі джинсів, які є в наявності на даний момент і їх можна зараз замовити.

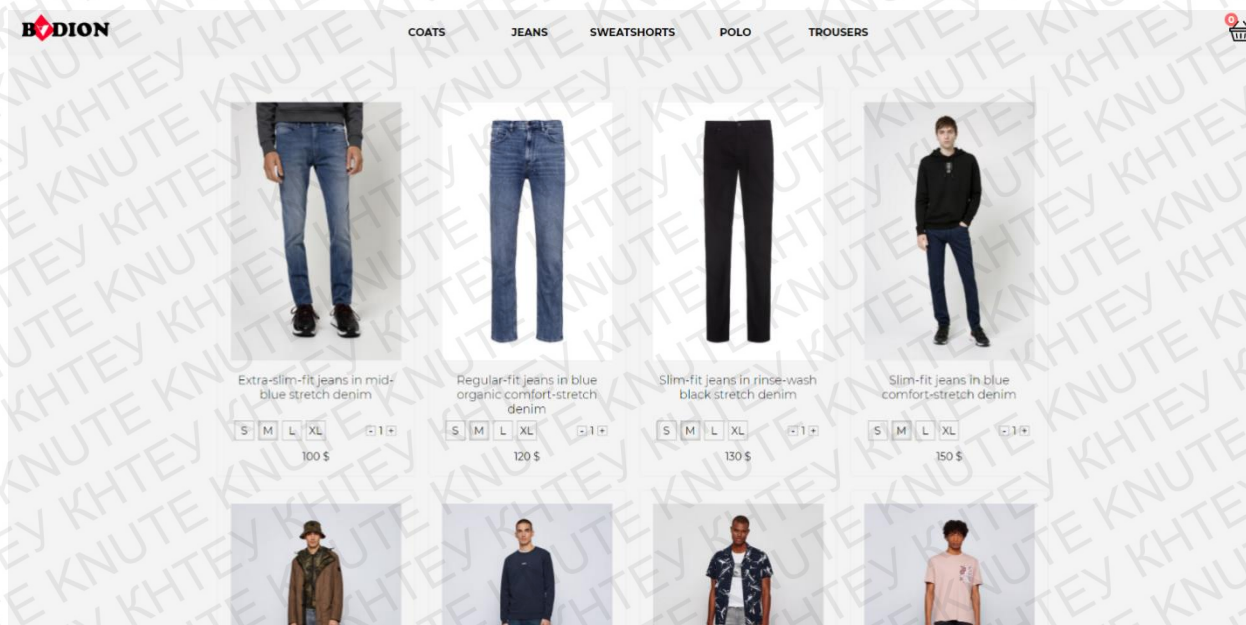


Рис. 3.6 Інтерфейс сторінки Jeans

На сторінці кожна одиниця одягу має свій блок (рис. 3.7) в якому можна обрати необхідний розмір, кількість товару та побачити його вартість.



Рис. 3.7 Блок Jeans

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

30

3.1.4 Інтерфейс сторінки Sweatshorts (кофти)

Попадаючи до розділу кофти (рис. 3.8) користувач бачить всі доступні моделі кофти, які є в наявності на даний момент і їх можна зараз замовити.

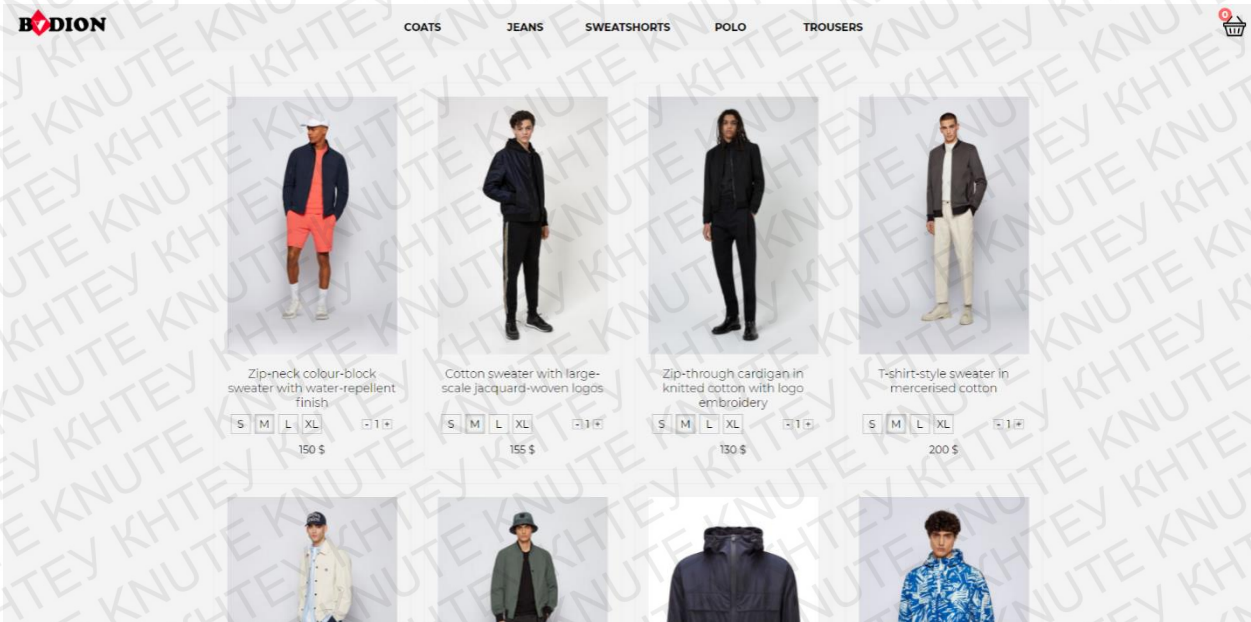


Рис. 3.8 Інтерфейс сторінки sweatshorts

На сторінці кожна одиниця одягу має свій блок (рис. 3.9) в якому можна обрати необхідний розмір, кількість товару та побачити його вартість.



Рис. 3.9 Блок Sweatshorts

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

3.1.5 Інтерфейс сторінки polo (футболки поло)

Попадаючи до розділу поло (рис. 3.10) користувач бачить всі доступні моделі поло, які є в наявності на даний момент і їх можна зараз замовити.

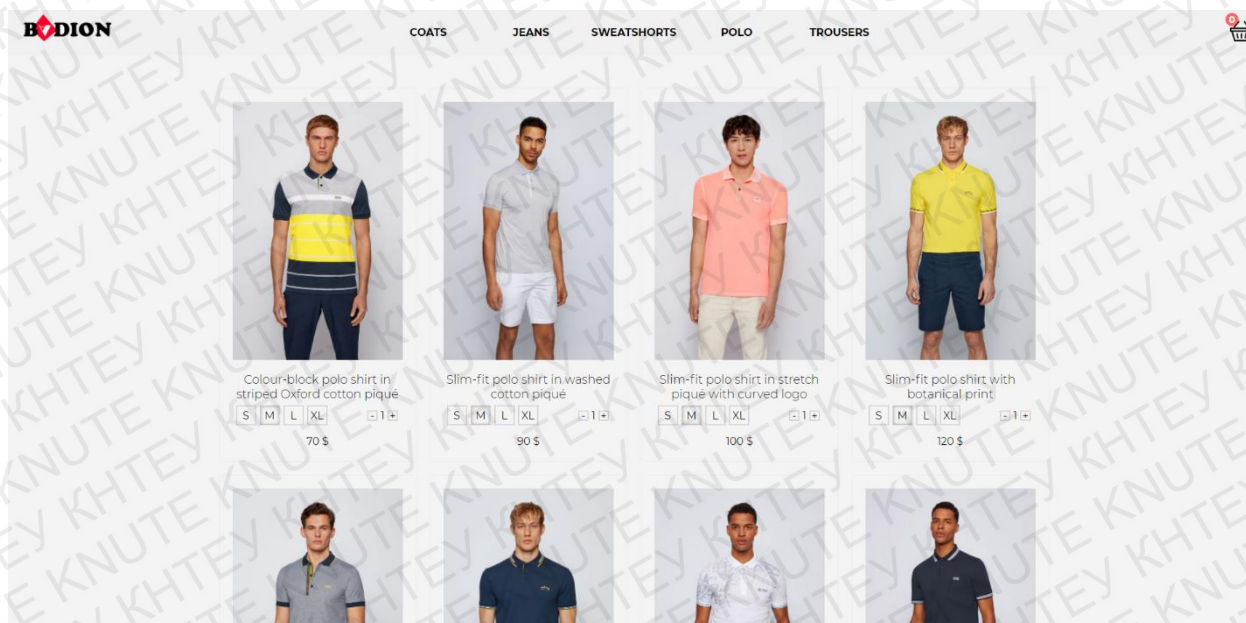


Рис 3.10 Інтерфейс сторінки Polo

На сторінці кожна одиниця одягу має свій блок (рис. 3.11) в якому можна обрати необхідний розмір, кількість товару та побачити його вартість.



Рис. 3.11 Блок Polo

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

32

3.1.6 Інтерфейс сторінки Trousers (штани)

Попадаючи до розділу поло (рис. 3.12) користувач бачить всі доступні моделі штанів, які є в наявності на даний момент і їх можна зараз замовити.

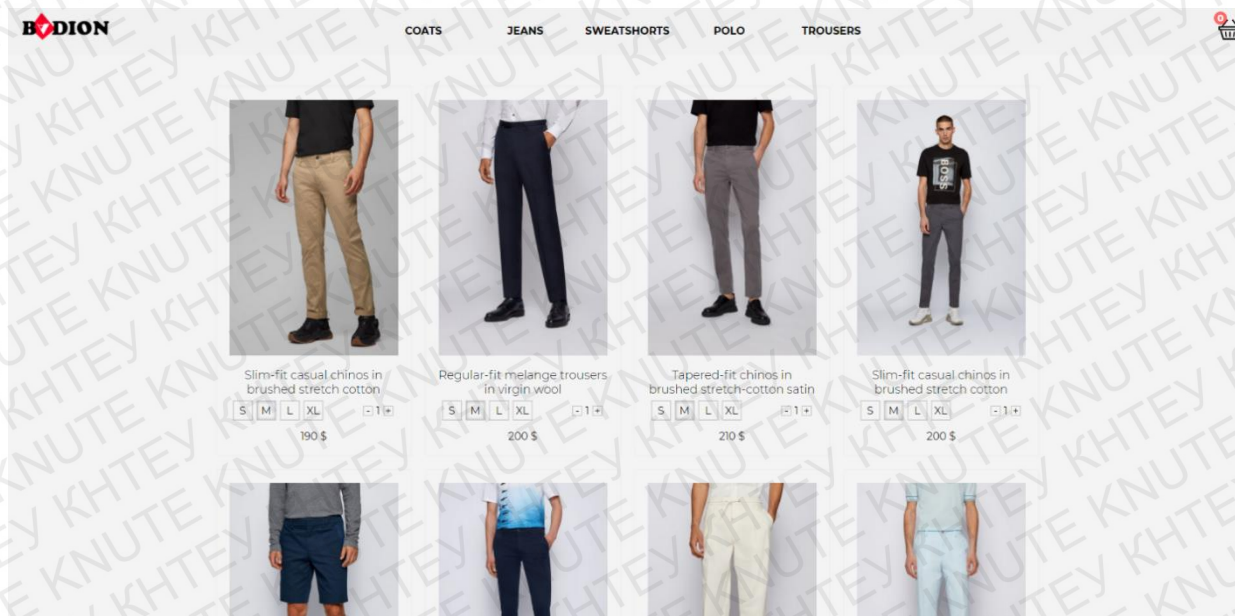


Рис. 3.12 Інтерфейс сторінки trousers

На сторінці кожна одиниця одягу має свій блок(Рис. 3.13) в якому можна обрати необхідний розмір, кількість товару та побачити його вартість.



Рис. 3.13 Блок Jeans

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

33

3.1.7 Інтерфейс корзини

В додатку реалізована корзина, в яку користувач додає товари. Якщо користувач заїде на додаток, та одразу в корзину, то він побачить, що вона порожня (рис. 3.14).

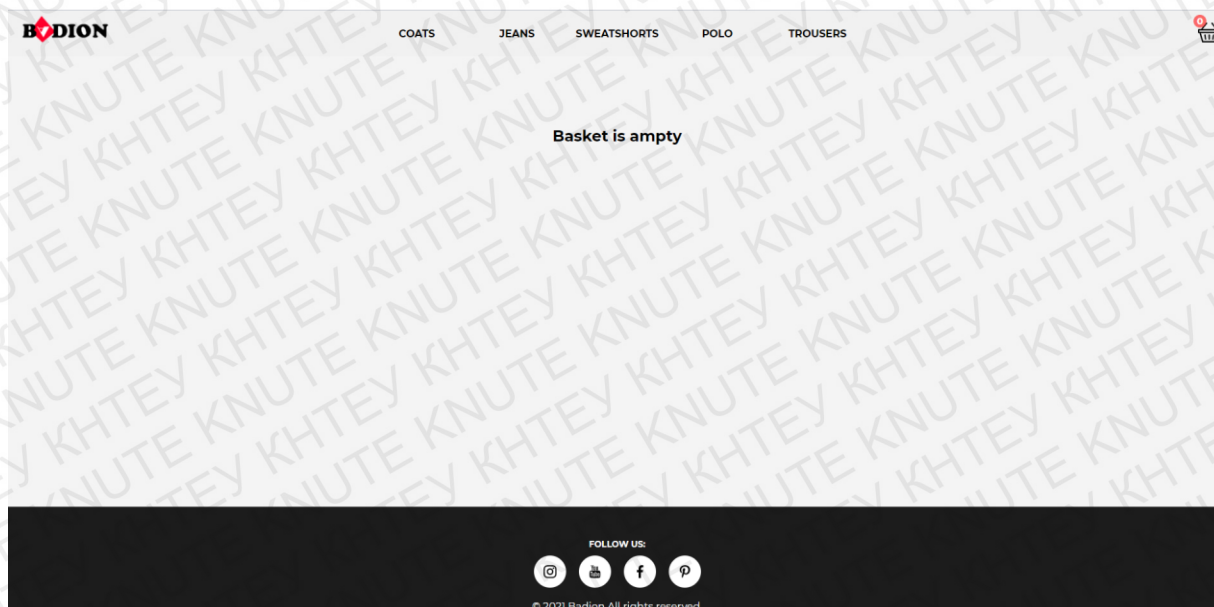


Рис 3.14 Порожня корзина

Обрані користувачем товари будуть відображатись в ній наступним чином (рис. 3.15)

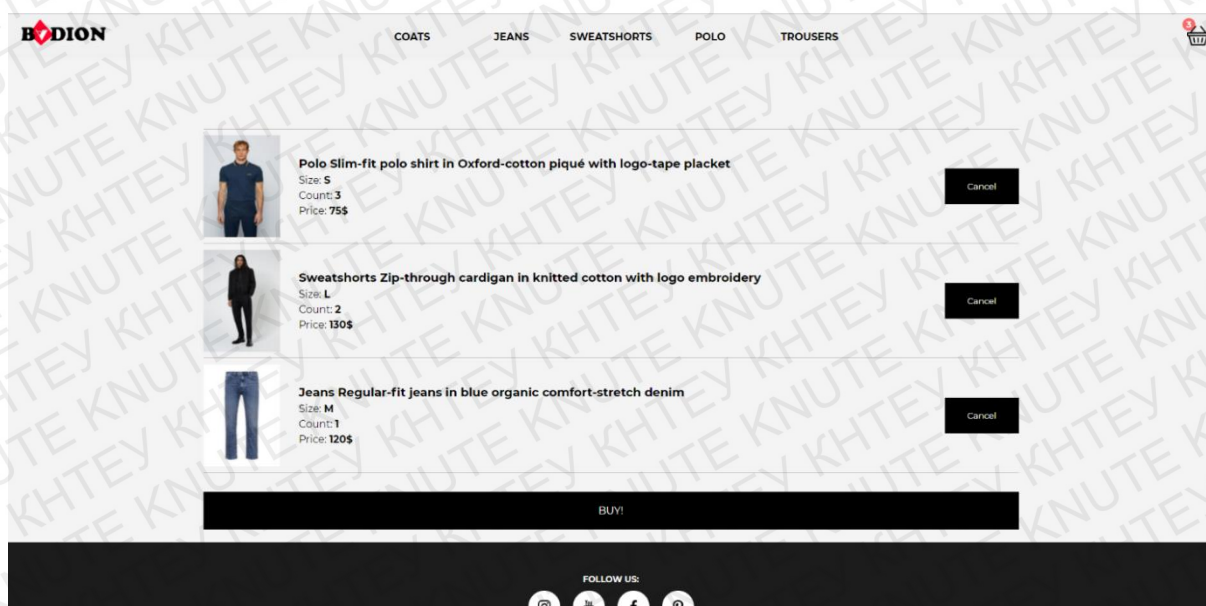


Рис.

3.15 Корзина після додавання в неї товарів

					КНТЕУ 121 06-01.БР	Аркуш
						34
Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата		

Тут користувач бачить своє предзамовлення, яке можна редагувати за допомогою кнопки «Cancel».

Якщо товари обрані вірно та користувач хоче зробити замовлення, то він має натиснути кнопку «Buy!» одразу відкриється форма (рис. 3.16), в яку потрібно внести свої дані, та дані доставки.

The screenshot shows the BODION website interface. At the top, there are category tabs: COATS, JEANS, SWEATSHORTS, POLO, and TROUSERS. Below these, three items are displayed with images and descriptions: a polo shirt, a cardigan, and a pair of jeans. A shopping cart icon with a '2' is in the top right corner. Below the items, there is a form titled 'Fill the form to buy all the goods' with fields for First name, Last name, Phone number, and Country.

Рис. 3.16 Форма замовлення

Після заповнення форми потрібно натиснути кнопку «Book», якщо всі поля заповнені коректно, то користувач побачить, що його замовлення прийнято в обробку (рис. 3.17).

The screenshot shows the BODION website interface after the form has been submitted. The shopping cart items are still visible. Below them, a confirmation message is displayed: 'Congratulations! Your order has been successfully processed. Our employees will contact you soon.' The form fields are now filled with sample data: First name: Radionnyy, Last name: Andreevich, Phone number: 093355853, Country: Україна. A 'BOOK!' button is visible at the bottom of the form. At the bottom of the page, there are social media icons for Instagram, YouTube, Facebook, and Pinterest.

Рис. 3.17 Заповнена форма

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Аркуш

35

3.2 Архітектура розробленого додатку

Додаток було розроблено керуючись дизайном та логікою всесвітніх компаній з продажу одягу та їх інтернет-магазинів. Саме тому вдалося добитись максимально логічної та простої структури самого магазину, де користувачу буде все інтуїтивно зрозуміло.

Особливу увагу було приділено розробці функціоналу сайту, а саме:

1. Слайдер
2. Лічильник вартості товарів у корзині
3. Додавання товарів до корзини
4. Видалення товарів з корзини
5. Вибір розміру одягу

3.2.1 Слайдер

Слайдер потрібен на сайті, він розбавляє його одноманітність. Щоб його використовувати необхідно два додатки це JQuery (рис. 3.18) та Slick Slide (рис. 3.19).



Рис. 3.18 Лого JQuery



Рис. 3.19 лого Slick Slide

Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата

Сам слайдер (рис. 3.20) розроблений на мові JS.

```
2 $(document).ready(function () {
3     $('.story').slick({
4         slidesToShow: 7,
5         slidesToScroll: 2,
6         responsive: [{
7             breakpoint: 1024,
8             settings: {
9                 slidesToShow: 3,
10                slidesToScroll: 3,
11                infinite: true,
12                dots: true
13            }
14        },
15        {
16            breakpoint: 600,
17            settings: {
18                slidesToShow: 2,
19                slidesToScroll: 2,
20                dots: true
21            }
22        },
23        {
24            breakpoint: 480,
25            settings: {
26                slidesToShow: 1,
27                slidesToScroll: 1,
28                arrows: false,
29                dots: true
30            }
31        }
32    ]
33 });
```

Рис. 3.20 Слайдер

3.2.2 Лічильник вартості обраних товарів у кошику

Лічильник (рис. 3.21) функціонує на мові JS.

```
const count = document.querySelectorAll('.good .choosing .count');
count.forEach(c => {
    c.addEventListener('click', e => {
        if (e.target.className.includes('count_btn')) {
            const counter = c.querySelector('.counter');
            let value = +counter.innerText;
            if (e.target.className.includes('minus') && value > 1) {
                value--;
            } else if (e.target.className.includes('plus')) {
                value++;
            }
            counter.innerText = value;
        }
    });
});
```

Рис. 3.21 Лічильник

3.2.3 Додавання товарів до кошику

Додавання товарів до кошику (рис. 3.22) реалізовано на JS.

Зм.	Архив	№ докум	Підпис	Дата

КНТЕУ 121 06-01.БР

Архив

37

```

document.querySelectorAll('.good').forEach(good => {
  good.addEventListener('click', e => {
    if (e.target.className.includes('good__buy-btn')) {
      const size = good.querySelector('.size div.active').innerText;
      const count = good.querySelector('.count .counter').innerText;
      const buy = data.filter(item => item.id == e.target.dataset.id)[0];
      buy.size = size;
      buy.count = count;
      buys.unshift({
        ...buy
      });
      window.localStorage.setItem('buys', JSON.stringify(buys));
      document.querySelector('.basket .counter').innerText = buys.length;
    }
  });
});

```

Рис. 3.22 Додавання товарів до корзини

3.2.4 Видалення товарів з корзини

Видалення товарів з корзини (рис. 3.23) функціонує на мові JS.

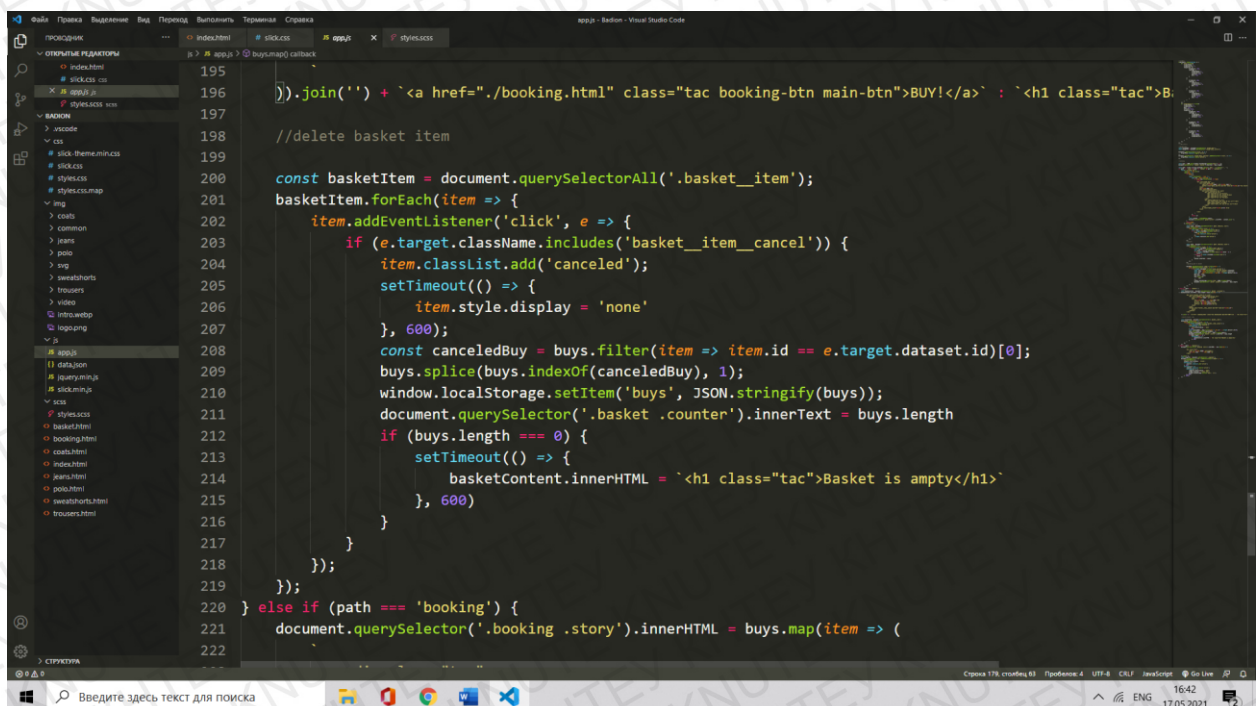


Рис. 3.23 Видалення товарів з корзини

3.2.5 Вибір розміру одягу

Видалення Вибір розміру одягу (рис. 3.24) функціонує на мові JS.

```
const sizes = document.querySelectorAll('.good .choosing .size');
sizes.forEach(cont => {
    cont.addEventListener('click', e => {
        const items = cont.querySelectorAll('div');
        if (!e.target.className.includes('size')) {
            items.forEach(item => {
                item.classList.remove('active');
            });
            e.target.classList.add('active');
        }
    });
});
```

Рис. 3.24 Вибір розміру одягу

3.3 Висновок до розділу 3

В цьому розділі були описані засоби реалізації веб-додатку. Розроблено та описано функціонал сайту. Розроблена функція корзини, яка відображає список обраних товарів з можливістю видалення та кнопкою «Купити», при натисканні на яку, користувач переводиться на сторінку з формою, де потрібно внести свої дані для оформлення замовлення та замовити дзвінок з кол-центру.

Був реалізований слайдер з можливістю показу товарів з двох сторін та нескінченною кількістю елементів. Був розроблений функціонал додавання одного або будь якої кількості товарів до корзини. Реалізовано лічильник вартості доданих товарів до корзини. Розроблено функціонал видалення одного чи всіх товарів з корзини. Розроблено функціонал вибору розміру одягу перед додаванням до корзини. Також був розроблений дизайн сайту.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В процесі написання дипломної роботи було всебічно розглянуто та описано питання по створенню інтернет-магазину чоловічого одягу з нуля. Було описано та розкриті поняття електронна комерція, актуальність інтернет-магазинів, їх переваги та недоліку. Також було повністю описано менеджмент проекту, ролі та обов'язки персоналу. Була створена база даних з великою кількістю елементів та можливістю додавання чи видалення критеріїв пошуку.

Був розроблений повноцінний, працюючий функціонал сайту. Був розроблений інтерфейс додатку. Додатково був проведений аналіз комерційної діяльності в цілому та аналіз брендів-конкурентів. При написанні роботи було задіяно такі технології та додатки:

1. VS code – середовище розробки.
2. PhotoShop – графічний редактор.
3. HTML – мова гіпертекстової розмітки.
4. CSS – каскадна таблиця стилів.
5. SCSS – препроцесор.
6. JavaScript – мова функціоналу сайту.
7. StarUML – додаток для створення діаграм.

В процесі дипломної роботи було представлено бренд чоловічого одягу, який на даний час активно розвивається. Незабаром закінчиться розробка сторінок з 8 новими видами одягу, та буде анонс під який на сайті вже підготовлено нові блоки. Також було розглянуто важливість реклами в сучасному світі.

					<i>КНТЕУ 121 06-01.БР</i>			
Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата	<i>Розробка інтернет магазину чоловічого одягу “Badion”</i>	Стадія	Аркуш	Аркушів
Зав. каф.		Криворучко О.В.				ВП	40	41
Керівник		Цензура М.О.				Факультет інформаційних технологій, 4 курс, 6 група		
Гарант		Цензура М.О.						
Розроб.		Бадіонний М.А.						
					<i>Висновки та пропозиції</i>			

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дуглас Крокфорд. JavaScript: повне керівництво зі створення динамічних веб-сайтів 1-е видання, 355 ст., 2019;
2. Джеймс Р. Грофф. SQL: повний довідник / Джеймс Р. Грофф, Пол Н. Вайнберг, Ендрю Дж. Опель, 960 ст., 2015;
3. Девід Фленаган. JavaScript: кишеньковий довідник, 320 ст., 2019.
4. Мартін Фаулер. UML. Основи. Керівництво по комп'ютерному моделюванню, 192 ст., 2011;
5. Робін Ніксон. Навчання PHP, MySQL, JavaScript, CSS та HTML5: Покрокове керівництво зі створення динамічних веб-сайтів, 3-е видання, 816 ст., 2016;
6. Алекс Кригель. SQL: Біблія користувача / Алекс Кригель, Борис Трухнов, 752 ст., 2009;
7. Маргулис Ден. Photoshop для професіоналів, 656 ст., 2007.

					<i>КНТЕУ 121 06-01.БР</i>			
Зм.	Аркуш	№ докум	Підпис	Дата	Розробка інтернет магазину чоловічого одягу “Badion”	Стадія	Аркуш	Аркушів
Зав. каф.		Криворучко О.В.				СВД	41	41
Керівник		Цензура М.О.				Факультет інформаційних технологій, 4 курс, 6 група		
Гарант		Цензура М.О.						
Розроб.		Бадіонний М.А.			Список використаних джерел			