

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та
інформаційних технологій
Кафедра інформаційних систем та технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти бакалавр

на тему: «Дизайн та реалізація промо-сайту етноприкрас із використанням
спеціалізованих середовищ і систем веброзробки»

Виконав: здобувач вищої освіти
за освітньою програмою
Інформаційні управляючі системи
спеціальності 126 Інформаційні
системи та технології
ступеня вищої освіти бакалавр
групи 126ІСТ_бд_2021
Ціпановська Дар'я Валеріївна
Керівник: Копішинська Олена
Петрівна
Рецензент: Муравльов Володимир
В'ячеславович

Полтава – 2025 року

ВСТУП

В сучасному світі, де інтернет відіграє ключову роль у бізнесі та маркетингу, ефективне представлення товарів та послуг в онлайн-середовищі є надзвичайно важливим. Промосайти є потужним інструментом для привернення уваги цільової аудиторії, формування позитивного іміджу бренду та стимулювання продажів. Особливо актуальним є створення якісних промосайтів для представлення унікальних продуктів, таких як етнічні прикраси, які мають культурну цінність та потребують особливого підходу до їх презентації.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи пов'язана з тим, що розвиток спеціалізованих середовищ та систем веброзробки значно спростив процес створення вебсайтів, зробивши його доступним не лише для професійних розробників, але й для дизайнерів та маркетологів.

Існує велика кількість досліджень та публікацій, присвячених вебдизайну, розробці промосайтів та використанню різних платформ для їх створення. Однак, недостатньо уваги приділяється комплексному підходу до розробки промосайтів етнічних прикрас з використанням можливостей no-code/low-code платформ, таких як Readymag.

Метою даної роботи є розробка та реалізація промосайту етнічних прикрас з використанням спеціалізованих середовищ і систем веброзробки, а також проведення технічного аудиту для забезпечення його ефективної роботи та відповідності сучасним вимогам.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні *завдання*:

- дослідити особливості дизайну та розробки промосайтів;
- проаналізувати можливості та функціональність спеціалізованих платформ для розробки вебсайтів;
- розробити концепцію та структуру промосайту етнічних прикрас;
- реалізувати дизайн та функціональність промосайту на обраній платформі;

- провести технічний аудит розробленого сайту з метою виявлення та усунення можливих недоліків;

- здійснити економічний аналіз розробки промосайтів етнічних прикрас.

Об'єкт дослідження: процес розробки та просування промосайту етнічних прикрас.

Предмет дослідження: методи та інструменти розробки промосайту, зокрема можливості платформи Readymag, та процес технічного аудиту вебсайту.

Методи дослідження: інформаційно-пошуковий, аналітико-синтетичний, емпіричний, порівняльний, абстрактний, графічний та інші.

Інформаційну базу кваліфікаційної роботи складають: наукові статті, тематична література, матеріали наукових конференцій, офіційні документації та навчальні матеріали платформи Readymag, аналітичні звіти про вебдизайн та електронну комерцію, а також приклади успішних промосайтів для етнічних прикрас.

Практична значущість роботи: результати дослідження можуть бути використані для розробки ефективних промосайтів для представлення етнічних прикрас та інших унікальних продуктів. Розроблені рекомендації щодо використання платформи Readymag можуть бути корисними для дизайнерів та маркетологів, які займаються створенням вебсайтів.

Апробація результатів роботи відбувалася шляхом публікації тез доповіді на IX щорічній науково-практичній конференції за підсумками проходження виробничих практик здобувачів вищої освіти виробничої практики «Організаційно-аналітична практика» та «Комплексна практика з фаху» за освітньо-професійною програмою «Інформаційні управляючі системи», яка проходила в ПДАУ 10 жовтня 2024 р.

Структура і обсяг кваліфікаційної роботи: пояснювальна записка має 58 сторінок і складається зі вступу, трьох розділів; висновків, списку використаних джерел, додатків. Робота містить 26 рисунків, 2 таблиць, посилання на 39 інформаційних джерел.

РОЗДІЛ 1

ОГЛЯД ТЕХНОЛОГІЙ РОЗРОБКИ ПРОМОСАЙТІВ

1.1 Аналіз предметної області з тематики вебсайту

Ринок етнічних прикрас – це частина ювелірної та сувенірної сфери діяльності, котра несе в собі мотиви культурної спадщини та прагнення сучасності. Він прогресує як у маленьких селищах, так і на світовому ринку, де традиційний стиль стає трендовим серед стилістів та звичайними людьми.

Попит на етнічні прикраси формується під впливом різних факторів, таких як зростання інтересу до культурної спадщини, мода на екологічні та унікальні аксесуари, а також популяризація ручної роботи.

Цільова аудиторія складається із людей, які цікавляться етнічною культурою та традиціями. Особи, які прагнуть зберегти або відновити національну ідентичність. Дослідники, історики, етнографи, які цінують символізм та культурний контекст прикрас. Любителі традиційного одягу, які використовують етноприкраси як доповнення до свого стилю. Їх приваблює символізм та сакральне значення виробів, автентичність матеріалів та технік виготовлення, поєднання старовинних традицій з сучасним дизайном.

Любителі екологічних та унікальних аксесуарів – прихильники екологічного способу життя, які обирають натуральні матеріали. Особи, які цінують унікальні вироби ручної роботи, що не повторюються у масовому виробництві. Шанувальники slow fashion (концепція усвідомленого споживання). Їх цікавлять натуральні матеріали (дерево, шкіра, каміння, бурштин, бавовняні нитки), відсутність пластику та синтетичних елементів, етичне виробництво та підтримка локальних майстрів.

Такі вироби можна знайти в:

- екологічних магазинах та екоярмарках;
- онлайн-платформи з екотоварами;
- нішеві бренди, які поєднують екологічність та етнічний стиль.

Поціновувачі ручної роботи – люди, які цінують автентичні ремісничі вироби та готові платити за якість. Колекціонери унікальних виробів, створених за традиційними техніками. Особи, які прагнуть підтримати народних майстрів та малий бізнес. Їх приваблюють авторські роботи, які не можна знайти в мас-маркеті, історія створення виробу та його автентичність, якість матеріалів та деталізація ручної роботи.

Це все купують в:

- етнографічних музеях, ремісничих ярмарках;
- онлайн-магазини майстрів (Instagram, Facebook, Etsy);
- персональні замовлення безпосередньо у майстрів.

Туристи, які купують етноприкраси як сувеніри – мандрівники, які хочуть привезти додому унікальний сувенір з національним колоритом. Іноземці, які цікавляться культурою країни та купують етнічні вироби як пам'ятний подарунок. Їх захоплює символічність прикраси та її зв'язок із традиціями. Компактність та практичність (легко перевозити в багажі). Сертифікати автентичності, які підтверджують ручну роботу.

Можливо придбати в:

- туристичних сувенірних лавках, аеропорти, музеї;
- фестивалі народного мистецтва;
- місцеві ринки, де продають вироби ручної роботи.

Молодь, яка шукає автентичні аксесуари для самовираження – представники молодіжних субкультур, які цікавляться етностилем (бохо, хіпі, фолк). Особи, які прагнуть виділитися через унікальні аксесуари. Модники, які поєднують етнічні елементи з сучасним одягом. Їх приваблює стильний, сучасний дизайн з етнічними мотивами. Можливість кастомізації (унікальні гравіювання, персональні символи). Поєднання традиційних мотивів із сучасною модою.

Незалежні майстри та дрібні майстерні є основою ринку етнічних товарів ручної роботи. Вони створюють унікальні вироби, спираючись на автентичні традиції, власний художній стиль та технічні навички. Такі виробники зазвичай

працюють у невеликих обсягах, забезпечуючи високу якість та ексклюзивність продукції. Основними каналами збуту є особисті замовлення, участь у виставках і ярмарках, а також продаж через соціальні мережі та онлайн-платформи.

Корпорації та масштабні виробничі підприємства інтегрують етнічні мотиви у серійне виробництво. Використовуючи сучасні технології, вони створюють продукцію, яка поєднує автентичні елементи з тенденціями моди та дизайну. Такі компанії забезпечують широкий асортимент, доступність та конкурентні ціни, що дозволяє залучати масового споживача. Основними каналами реалізації є мережеві магазини, торгові центри та інтернет-магазини.

Об'єднання майстрів у кооперативи та арт-спілки дозволяє їм підвищувати рівень організації виробництва та збуту продукції. Кооперативи сприяють збереженню традиційних ремесел, забезпечуючи ремісникам стабільний дохід та доступ до ширшого ринку. Вони співпрацюють із музеями, культурними центрами, державними програмами підтримки народного мистецтва, а також беруть участь у міжнародних виставках та фестивалях.

Онлайн-торгівля відіграє важливу роль у просуванні та продажу етнічних виробів. Платформи на зразок Etsy, Instagram, Facebook Marketplace та спеціалізовані handmade-маркети дозволяють майстрам і невеликим брендам знаходити покупців по всьому світу. Ярмарки народного мистецтва, як офлайн, так і онлайн, є додатковими майданчиками для презентації товарів, налагодження співпраці з дистриб'юторами та виходу на міжнародні ринки.

Завдяки різноманітності учасників ринку покупці можуть обирати між унікальними авторськими виробами, доступними серійними товарами та традиційною продукцією народних майстрів

Ринок етнічних товарів та виробів ручної роботи є динамічним і висококонкурентним. Виробники та продавці змагаються за увагу споживачів, пропонуючи продукцію з унікальними характеристиками. Водночас вони стикаються з викликами, що впливають на прибутковість та стійкість бізнесу.

Головна цінність етнічних виробів полягає у їхній неповторності. На відміну від масового виробництва, кожен виріб може бути ексклюзивним, оскільки створюється вручну та часто має індивідуальний дизайн. Використання традиційних технік, локальних матеріалів та автентичних мотивів дозволяє майстрам формувати власний стиль та підкреслювати культурну ідентичність продукції. Це особливо важливо для споживачів, які шукають унікальні речі з історією та глибоким змістом [35, с.88-95].

Handmade-продукція завжди асоціюється з високою якістю та майстерністю виконання. В умовах глобалізації та автоматизації виробництва попит на речі, виготовлені вручну, зростає. Споживачі все більше цінують індивідуальність, натуральні матеріали та екологічний підхід до виробництва. Додатковою конкурентною перевагою є можливість персоналізації товару – виготовлення на замовлення з урахуванням побажань клієнта [16, с.350]. Виробники, які вдало адаптують етнічні мотиви до сучасних трендів, отримують значні конкурентні переваги. Використання традиційних орнаментів, матеріалів та технік у поєднанні з сучасними фасонами, кольорами та технологіями виробництва дозволяє створювати затребувану продукцію. Це сприяє залученню ширшої аудиторії, включаючи молодіжну аудиторію та шанувальників моди.

Масове виробництво імітацій етнічних виробів за нижчими цінами створює серйозну конкуренцію для незалежних майстрів і малих підприємств. Фабричні копії можуть бути стилістично схожими, але не мають тієї ж якості, автентичності та уваги до деталей. Боротьба з цим викликом вимагає активного просування унікальності handmade-продукції, використання сертифікації справжніх виробів та підвищення впізнаваності бренду.

Хоча етнічний стиль залишається актуальним, мода є мінливою, що впливає на попит. Виробникам необхідно постійно адаптувати свої колекції, вивчати ринкові тенденції та пропонувати сучасні інтерпретації традиційних виробів. Гнучкість у виробництві та розширення асортименту допомагають залишатися конкурентоспроможними.

Ручне виготовлення потребує значних витрат часу, що робить кінцевий продукт дорожчим у порівнянні з фабричною продукцією. Висока собівартість матеріалів, оплата праці та витрати на просування можуть обмежувати цільову аудиторію, оскільки не всі споживачі готові платити преміальну ціну. Вирішенням цієї проблеми може бути розвиток преміум-брендингу, формування унікальної історії продукту та пошук клієнтів, які цінують якість і ексклюзивність.

Ефективне просування етнічних виробів потребує комплексного підходу, орієнтованого на сучасні цифрові канали, персоналізацію та створення емоційного зв'язку зі споживачем. Успішні бренди та незалежні майстри використовують інноваційні методи маркетингу для розширення аудиторії, збільшення продажів і підвищення впізнаваності продукції.

Соціальні мережі є ключовими платформами для маркетингу етнічних виробів, оскільки вони дозволяють ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією та демонструвати унікальність продукції.

Instagram – головний інструмент візуального маркетингу, що дозволяє створювати естетично привабливий контент, вести сторінку бренду, використовувати stories, reels та live-трансляції для презентації виробів і залучення підписників.

TikTok – ефективний канал для залучення молодшої аудиторії через короткі відео з трендовими ефектами та музичним супроводом. Популярний формат – демонстрація процесу створення виробів, їхнього значення та варіантів стилізації.

Pinterest – платформа, що дозволяє надихати потенційних покупців, створюючи moodboards (дошки натхнення) з етнічними мотивами та стилізаціями прикрас. Використання якісних зображень та правильно підібраних ключових слів сприяє органічному зростанню трафіку та залученню нових клієнтів.

Відеоконтент про процес створення прикрас. Один із найефективніших способів підвищення довіри до бренду – це демонстрація процесу створення

виробів. Відеоконтент дозволяє не тільки зацікавити аудиторію, але й підкреслити унікальність та ручну роботу, що виправдовує преміальну ціну продукції.

Індивідуальні замовлення та обмежені колекції є одними з найпотужніших маркетингових інструментів для брендів, що працюють у сфері виробів ручної роботи. Персоналізація відіграє значну роль у залученні клієнтів, оскільки вони високо цінують можливість брати участь у створенні унікального виробу, розробленого спеціально для них. Це може включати в себе вибір дизайну, додавання особливих деталей, таких як гравіювання, або кастомізацію виробу за допомогою вибору каменів, кольорів та матеріалів.

Крім того, випуск обмежених серій продукції є ефективною стратегією для створення відчуття ексклюзивності та підвищення попиту. Лімітовані колекції викликають у клієнтів бажання володіти чимось особливим та рідкісним, що стимулює їх до покупки.

Не менш важливим є впровадження VIP-пропозицій для постійних клієнтів. Розробка спеціальних умов для лояльних покупців, таких як ранній доступ до нових колекцій або персоналізовані знижки, сприяє зміцненню відносин з клієнтами та підвищує їхню задоволеність.

Промосайт для етноприкрас є важливим інструментом для просування та продажу товарів, оскільки він дозволяє створити ефективну онлайн-платформу для залучення потенційних клієнтів і розвитку бренду. Ось основні аспекти важливості промосайту для етноприкрас:

- підвищення видимості бренду: промосайт дозволяє представити колекцію етноприкрас у широкому онлайн-просторі, що дозволяє залучити нових клієнтів як на національному, так і на міжнародному рівнях. Це дає змогу збільшити пізнаваність бренду та залучити більше покупців;

- доступність та зручність: наявність онлайн-платформи гарантує цілодобову доступність (24/7) продуктів для клієнтів. Це надає користувачам можливість здійснювати покупки або ознайомлюватися з асортиментом у будь-

який зручний для них час, що суттєво підвищує загальну зручність та доступність сервісу.

- інформативність: промосайт може містити детальні описи кожного виробу, його історичний контекст, техніки виготовлення, матеріали, що використовуються, та інші характеристики. Це дозволяє підвищити рівень довіри до товару і демонструє експертність бренду в цій галузі;

- просування через SEO та контекстну рекламу: промосайт дозволяє застосовувати стратегії SEO для покращення видимості в пошукових системах, що забезпечує органічний трафік. Крім того, можна використовувати платну рекламу для залучення цільових клієнтів через Google Ads, соціальні мережі та інші канали;

- зручність для клієнтів: наявність чіткої навігації, можливості фільтрувати товари за категоріями, цінами або матеріалами робить процес покупки максимально зручним. Окрім цього, сайт може містити зручну систему оплати та доставку, що підвищує рівень задоволення клієнтів;

- брендування та індивідуальність: промосайт надає можливість для втілення індивідуального дизайну, що відповідає стилю та філософії бренду. Це може включати візуальні елементи, кольорову палітру, логотипи та шрифти, які підкреслюють унікальність виробів і їх культурну спадщину;

- конкурентоспроможність: в умовах зростаючої конкуренції на ринку важливо мати власний онлайн-ресурс, який може стати конкурентною перевагою.

1.2 Технології розробки промосайтів

Фронтенд-розробка відіграє вирішальну роль у створенні ефективних промосайтів. На відміну від інтернет-магазинів, які наголошують на транзакціях, промосайти мають на меті привернути увагу до конкретного продукту, послуги, події або бренду. Вони часто використовуються для

маркетингових кампаній, запусків нових продуктів або створення іміджу [8, с.67 –75].

Успішний фронтенд промосайту повинен бути візуально захоплюючим, інтерактивним та інформативним, щоб ефективно передати ключове повідомлення та спонукати відвідувачів до бажаної дії (наприклад, реєстрація, підписка, перегляд відео).

Хоча функціональність, як і в інтернет-магазинах, важлива, у промосайтах особлива увага приділяється дизайну та користувацькому досвіду (UX), щоб створити незабутнє враження та максимізувати залучення.

Для розробки промосайтів використовуються різноманітні фронтенд-технології, серед яких ключовими є HTML, CSS та інструменти візуального конструювання, такі як Readymag.

HTML є стандартною мовою розмітки, яка забезпечує базову структуру будь-якої вебсторінки. Вона визначає, як контент (текст, зображення, відео, інтерактивні елементи) організований та відображається у веб-браузері. HTML використовує систему "тегів" для позначення різних типів контенту та їхньої ролі на сторінці [13, с.496].

Наприклад, існують теги для заголовків, абзаців, списків, зображень, посилань та інших структурних елементів. HTML можна розглядати як скелет веб-сторінки, який забезпечує логічну організацію контенту.

У розробці промосайту HTML відіграє вирішальну роль у структуруванні контенту таким чином, щоб він був чітко представлений та легко засвоювався відвідувачами. Це включає – розмітку заголовків та підзаголовків: забезпечення ієрархічної структури контенту для зручності читання та SEO. Організацію мультимедійного контенту: вбудовування зображень, відео та аудіо для створення захоплюючого досвіду. Створення навігації: розмітка меню та посилань для полегшення переміщення користувачів по сайту. Формування інтерактивних елементів: структурування кнопок, форм для збору даних та інших елементів, з якими користувачі можуть взаємодіяти. Забезпечення

доступності: створення семантично правильної структури для підтримки допоміжних технологій, таких як програми читання з екрана.

Правильне використання HTML гарантує, що контент промосайту буде не лише візуально привабливим, але й доступним та зручним для користувачів з різними потребами.

CSS – це мова, яка використовується для опису візуального представлення веб-сторінки. Вона визначає, як елементи HTML повинні бути відображені: кольори, шрифти, розміри, макети, анімації та інші візуальні аспекти. CSS дозволяє розробникам відокремити структуру контенту (HTML) від його стилізації, що робить код більш організованим та полегшує його підтримку.

Якщо HTML визначає, що відображається на сторінці, то CSS визначає, як це відображається. Це дозволяє створювати візуально привабливі та узгоджені дизайни.

У розробці промосайту CSS відіграє ключову роль у створенні візуального стилю, який відповідає бренду та привертає увагу цільової аудиторії. Він використовується для:

- створення візуальної ідентичності – визначення колірної палітри, типографіки та загального стилю сайту [36, с.430];
- розробки макету – розташування елементів на сторінці, включаючи заголовки, зображення, текст та інтерактивні елементи;
- стилізації інтерактивних елементів – оформлення кнопок, форм та інших елементів для забезпечення чіткої візуальної зворотньої реакції на дії користувача;
- забезпечення адаптивності – створення дизайну, який коректно відображається на різних пристроях та розмірах екранів;
- реалізації анімацій та переходів – додавання динамічних ефектів для залучення користувачів та створення незабутнього досвіду.

Ефективне використання CSS дозволяє перетворити простий HTML-документ на візуально приголомшливий та інтерактивний промосайт.

Readymag – це онлайн-платформа, яка дозволяє користувачам створювати веб-сайти без написання коду. Вона пропонує інтуїтивно зрозумілий візуальний інтерфейс з функцією перетягування, де користувачі можуть додавати та налаштовувати різні елементи, такі як текст, зображення, відео та інтерактивні компоненти.

Readymag забезпечує набір попередньо розроблених шаблонів та блоків, які можна використовувати як відправну точку для створення промосайтів, дозволяючи користувачам швидко створювати макети та додавати свій контент.

Він пропонує різноманітні інструменти та функції, які роблять його придатним для створення промосайтів, зокрема:

- візуальний редактор – інтерфейс перетягування дозволяє користувачам легко додавати та розташовувати елементи без знання коду;

- бібліотека шаблонів та блоків – Readymag надає колекцію попередньо розроблених шаблонів та блоків, які можна налаштовувати для різних цілей;

- інтерактивність та анімація – платформа дозволяє користувачам додавати анімацію, переходи та інші інтерактивні ефекти для підвищення залучення;

- мультимедійна підтримка – Readymag підтримує вбудовування зображень, відео та аудіо, що важливо для створення захоплюючих промосайтів;

- інструменти типографіки та стилізації – користувачі можуть налаштовувати шрифти, кольори та інші стилі для створення унікального візуального вигляду.

Readymag спрощує процес створення промосайтів, особливо для користувачів з обмеженими технічними знаннями.

Підсумовуючи, можна сказати, що фронтенд-розробка є ключовим елементом у створенні ефективних промосайтів. HTML забезпечує структурну основу, CSS відповідає за візуальне оформлення та інтерактивність, а Readymag пропонує альтернативний, візуальний підхід для швидкої розробки. Вибір між традиційними технологіями, такими як HTML та CSS, та інструментами

візуального конструювання, такими як Readymag, залежить від конкретних потреб проєкту, доступних ресурсів та бажаного рівня контролю над кінцевим продуктом.

1.3 Порівняльна характеристика сайтів етноприкрас

Етнічні прикраси є важливою частиною культурної спадщини багатьох народів світу. З розвитком інтернет-технологій, вони стали доступні широкому колу споживачів через онлайн-платформи. Метою цього розділу є проведення порівняльного аналізу веб-сайтів, що пропонують етнічні прикраси, для виявлення сучасних трендів та кращих практик у їхньому дизайні та функціональності.

Для об'єктивного аналізу, порівняння промосайтів буде здійснюватися за наступними критеріями [2, с.45–58]:

- візуальний дизайн – колірна палітра, типографіка, макети сторінок, використання зображень та відео;
- зручність користування (Usability) – навігація, структура каталогу, фільтри та пошук, процес оформлення замовлення;
- представлення продукту – якість фотографій, описи виробів, наявність додаткової інформації (матеріали, техніка виготовлення, культурне значення);
- функціональність – можливість персоналізації, інтеграція з соціальними мережами, мобільна адаптивність, швидкість завантаження;
- маркетингові стратегії – акції, спеціальні пропозиції, блог, розсилки, програма лояльності;
- відображення культурної спадщини – способи представлення культурних традицій, історії та символіки етнічних прикрас.

Для аналізу було обрано декілька вебсайтів, що представляють різні підходи до продажу етнічних прикрас.

Бренд Oksana Borychuk – це втілення сучасної елегантності з глибоким корінням в українських традиціях. Дизайнерка створює унікальні прикраси, в яких поєднуються старовинні техніки та сучасні матеріали. Кожен виріб – це витвір мистецтва, що підкреслює індивідуальність та додає вишуканості будь-якому образу.

Luneva Ganna – це бренд, що оспівує красу та силу української жінки. Прикраси від Luneva Ganna – поєднання етнічних мотивів, сміливих форм та яскравих кольорів. Кожен виріб – Statement piece, що привертає увагу та підкреслює неповторний стиль своєї власниці.

Zarmilkas – це бренд, що пропонує сучасний погляд на традиційні українські прикраси. Дизайнерка експериментує з матеріалами та техніками, створюючи унікальні вироби, в яких відчувається дух свободи та творчості. Zarmilkas – це прикраси для тих, хто не боїться бути собою та виражати свою індивідуальність через стиль.

Аналіз обраних вебсайтів етноприкрас дозволяє виділити декілька ключових трендів та кращих практик.

Візуальний дизайн: у візуальному дизайні спостерігається тенденція до мінімалізму та сучасності, як вказано на рисунку 1.1. Багато сайтів використовують чисті лінії, прості макети та нейтральні кольори, щоб підкреслити красу та унікальність прикрас. Крім того, часто використовуються природні матеріали – текстури та кольори, що імітують дерево, каміння та метал. Якісні фотографії та відео відіграють важливу роль, демонструючи деталі та особливості прикрас.

Зручність користування: це є пріоритетом для багатьох вебсайтів. Вони мають чітку та зрозумілу структуру каталогу, що полегшує навігацію та пошук потрібних виробів (рис. 1.2). Розширені фільтри та пошук, що дозволяють фільтрувати прикраси за різними параметрами, є важливою функцією. Простий процес оформлення замовлення також є ключовим для забезпечення позитивного досвіду покупців.

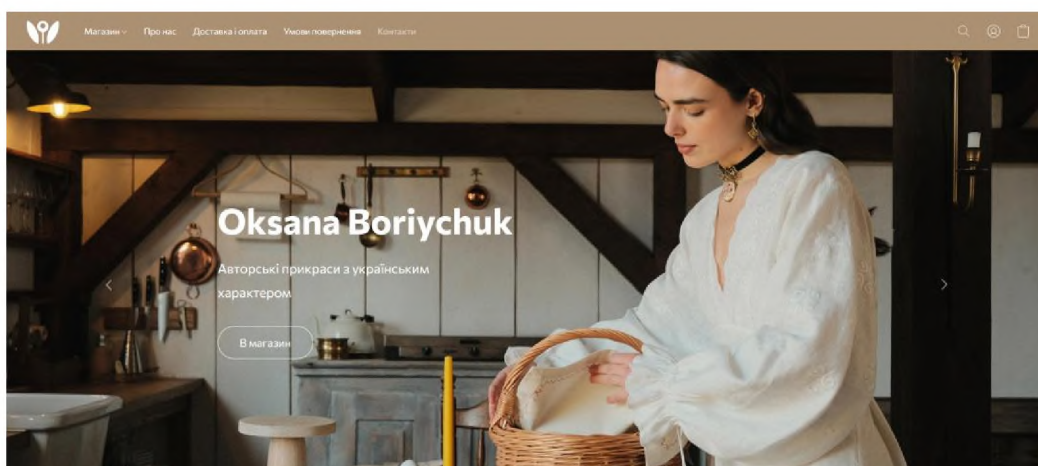


Рисунок 1.1 – Візуальний дизайн етносайту

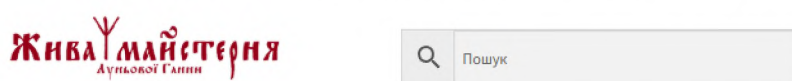


Рисунок 1.2 – Пошуковий рядок з автентичним шрифтом на сайті етноприкрас

Для ефективного представлення продукту використовуються детальні описи, що включають інформацію про матеріали, техніку виготовлення та культурне значення прикрас. Мультимедійне представлення, таке як 3D-моделі та відеоролики, що демонструють прикраси в русі, стає все більш популярним. Деякі сайти також розповідають історії та легенди, пов'язані з прикрасами, що додає їм культурної цінності.

Мобільна адаптивність є обов'язковою вимогою для сучасних вебсайтів, оскільки значна частина користувачів переглядає їх з мобільних пристроїв (рис. 1.3). Інтеграція з соціальними мережами дозволяє користувачам ділитися товарами та переходити на сторінки бренду. Деякі сайти також пропонують можливість персоналізації прикрас.

Для залучення клієнтів використовуються різноманітні маркетингові стратегії. Регулярні акції, знижки та подарунки є ефективним способом стимулювання продажів. Контент-маркетинг, включаючи ведення блогу з цікавими статтями про культуру та історію етнічних прикрас, допомагає залучити цільову аудиторію. Програми лояльності використовуються для заохочення постійних клієнтів.

Відображення культурної спадщини: є важливою тенденцією. Сайти представляють інформацію про майстрів, які виготовляють прикраси, їхні історії та техніки роботи. Використовуються карти та інфографіка для відображення географічного походження прикрас. Співпраця з культурними організаціями також сприяє підвищенню автентичності та цінності бренду.

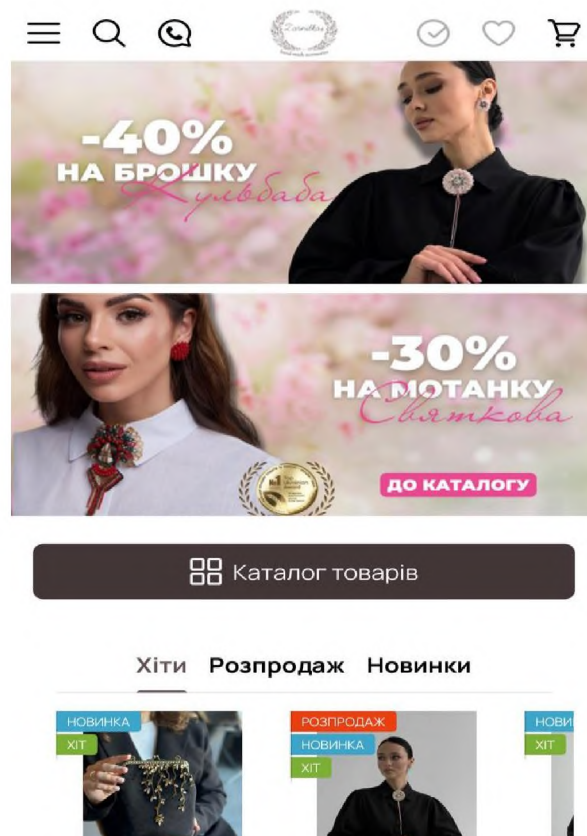


Рисунок 1.3 – Вигляд сайту на мобільному пристрої

Загалом, успішні вебсайти етноприкрас поєднують сучасний дизайн з повагою до культурної спадщини, пропонують зручний інтерфейс та ефективні маркетингові стратегії.

Аналіз вебсайтів етноприкрас показує, що успішні платформи поєднують сучасний дизайн з повагою до культурної спадщини. Вони пропонують зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, якісне представлення продуктів та ефективні маркетингові стратегії. Особлива увага приділяється відображенню культурної цінності прикрас, їхньої історії та зв'язку з традиціями певних народів.

РОЗДІЛ 2

ПЛАНУВАННЯ РОЗРОБКИ ТА ДИЗАЙНУ ПРОМОСАЙТУ

2.1 Вибір технологій розробки

Існує широкий спектр технологій та інструментів, доступних для розробників, кожен з яких має свої сильні та слабкі сторони. Вибір правильної технології може значно вплинути на успіх вебпроєкту, визначаючи його функціональність, дизайн, зручність використання та підтримку [34,с.50-61].

У цьому контексті, Readymag виділяється як потужний інструмент для створення веб-сайтів, особливо для проєктів, що орієнтовані на візуальне представлення контенту, таких як промосайти, онлайн-журнали та портфоліо.

Веб-розробка охоплює широкий спектр технологій, які можна умовно розділити на дві категорії: фронтенд та бекенд.

Фронтенд-технології відповідають за візуальне представлення веб-сайту та взаємодію з користувачем. До основних фронтенд-технологій належать:

- HTML (HyperText Markup Language) – стандартна мова розмітки, яка є основою будь-якої веб-сторінки. Вона використовується для створення структури контенту, такої як заголовки, параграфи, списки, посилання, зображення та інші елементи, які бачить користувач. HTML визначає змістову частину сторінки;

- CSS (Cascading Style Sheets) – мова стилів, що використовується для оформлення зовнішнього вигляду вебсторінки. CSS дозволяє контролювати кольори, шрифти, розміри елементів, відступи, розташування блоків, а також створювати адаптивний дизайн, що забезпечує коректне відображення сайту на різних пристроях (комп'ютери, планшети, смартфони). Вона відокремлює візуальне оформлення від структури HTML, спрощуючи підтримку та зміни дизайну;

- JavaScript – мова програмування, що дозволяє додавати інтерактивність та динамічні ефекти на вебсторінку. Завдяки JavaScript вебсайти можуть

реагувати на дії користувача (натискання кнопок, заповнення форм), здійснювати анімацію, оновлювати контент без перезавантаження сторінки (AJAX), реалізовувати складні користувацькі інтерфейси та взаємодіяти з API сторонніх сервісів;

– фреймворки та бібліотеки JavaScript, такі як React, Angular та Vue.js, що спрощують розробку складних вебдодатків. React (розроблений Facebook) – це бібліотека JavaScript для побудови користувацьких інтерфейсів. Вона фокусується на компонентному підході, дозволяючи розробникам створювати багаторазові UI-компоненти. React ефективний для розробки односторінкових додатків (SPA) та великих динамічних інтерфейсів завдяки віртуальному DOM, який оптимізує оновлення сторінки.

Angular (розроблений Google) – це повноцінний фреймворк для розробки веб-додатків. Він надає комплексну архітектуру з готовими рішеннями для управління станом, маршрутизації, роботи з формами тощо. Angular використовує TypeScript, що підвищує надійність коду, і підходить для розробки великих корпоративних додатків.

Vue.js – це прогресивний фреймворк для побудови користувацьких інтерфейсів. Він відомий своєю простотою вивчення та гнучкістю, дозволяючи інтегрувати його у вже існуючі проекти або використовувати для розробки повноцінних SPA. Vue.js поєднує переваги React (компонентний підхід) та Angular (двостороння прив'язка даних) з мінімальною "накладністю".

Бекенд-технології відповідають за обробку даних, логіку роботи вебсайту та взаємодію з сервером. До основних бекенд-технологій належать:

- мови програмування: PHP, Python, Java, Node.js та інші;
- бази даних: MySQL, PostgreSQL, MongoDB та інші;
- вебсервери: Apache, Nginx;
- фреймворки: Laravel, Django, Spring та інші.

CMS – це програмне забезпечення, що спрощує створення та управління вебсайтом без необхідності глибоких знань програмування. Популярні CMS включають:

– WordPress: найпопулярніша CMS у світі, яка займає значну частку ринку вебсайтів. Вона відома своєю простотою використання та величезною екосистемою плагінів (для SEO, електронної комерції, галерей, форм тощо) та тем. WordPress підходить для різних типів вебсайтів – від особистих блогів та корпоративних сайтів до великих інтернет-магазинів (завдяки плагіну WooCommerce) та новинних порталів;

– Joomla: потужна CMS з широким набором вбудованих функцій, що робить її підходящою для складних проєктів, таких як соціальні мережі, портали, сайти з розширеною системою управління користувачами або багатомовні сайти. Вона надає більшу гнучкість у налаштуванні, ніж WordPress "з коробки", але може вимагати дещо більших технічних знань для освоєння;

– Drupal: дуже гнучка та масштабована CMS, що дозволяє створювати вебсайти з нестандартною функціональністю та високим рівнем безпеки. Drupal часто використовується для великих, складних корпоративних сайтів, урядових порталів та освітніх ресурсів, де потрібна висока продуктивність, надійність та можливість глибокої кастомізації. Проте, для роботи з Drupal потрібні значно глибші технічні знання та навички розробки.

Як і будь-яка технологія, Readymag має свої переваги та недоліки, які слід враховувати при виборі його для конкретного проєкту.

Самі головні переваги та недоліки:

– простота використання – не потрібні знання коду, що робить його доступним для широкого кола користувачів;

– швидкість розробки – можна швидко створити та запусити вебсайт завдяки візуальному інтерфейсу та готовим шаблонам;

– орієнтований на дизайн – Readymag наголошує на візуальному дизайні та надає інструменти для створення унікальних та креативних макетів;

– інтерактивність – платформа дозволяє легко додавати інтерактивні елементи та анімацію для підвищення залучення користувачів;

– обмежена гнучкість – Readymag може не підтримувати складні або нестандартні функції, які можуть знадобитися для певних проєктів;

- залежність від платформи – вебсайт повністю залежить від платформи Readymag, що може обмежувати контроль та можливості налаштування;
- обмеження SEO – оптимізація під пошукові системи може бути менш гнучкою порівняно з вебсайтами, розробленими з нуля;
- продуктивність вебсайтів, створених на Readymag, може бути не такою високою, як у вебсайтів, розроблених з оптимізованим кодом.

Readymag, спрощує процес розробки та робить його доступним для користувачів без знання коду. Він дозволяє швидко створювати візуально привабливі вебсайти, але має обмеження щодо гнучкості та можливостей налаштування [22, с.45]. Для кращого розуміння переваг та обмежень кожного з підходів до веброзробки нижче наведено порівняльну таблицю (див. табл.2.1).

Таблиця 2.1 – Порівняння платформ Readymag, традиційної веброзробки та CMS (WordPress)

Критерій	Readymag	Традиційна розробка	CMS (WordPress)
Простота використання	Висока – не потребує знання коду	Низька – вимагає глибоких технічних знань	Середня – потребує базових навичок
Швидкість розробки	Висока – завдяки шаблонам та інтерфейсу	Низька – все створюється вручну	Висока – багато готових рішень
Гнучкість і кастомізація	Низька – обмежена платформою	Висока – повний контроль над кодом	Середня – залежить від тем і плагінів
Візуальні можливості	Високі – ідеально для дизайну	Залежить від навичок дизайнера	Середні – залежить від тем
Інтерактивність та анімація	Легка реалізація через вбудовані інструменти	Потребує кодування (JavaScript)	Через плагіни або код
SEO-оптимізація	Обмежена	Висока – повний контроль	Висока – з плагінами SEO
Підтримка великого контенту	Обмежена	Можлива, але вимагає роботи	Висока – зручне управління контентом
Залежність від платформи	Повна – працює тільки через Readymag	Відсутня	Часткова – залежить від хостингу
Продуктивність	Середня	Висока – при оптимізації	Середня – залежить від плагінів
Ціна	Платна підписка (для українців існує допомога)	Залежить від витрат на хостинг/розробку	Умовно безкоштовно + витрати на хостинг

Як показано в таблиці 2.1, Readymag найкраще підходить для візуально орієнтованих проєктів завдяки своїм інструментам для дизайну, проте обмежений у функціональності порівняно з CMS чи традиційною розробкою.

2.2 Створення макету сайту в Figma

Важливим етапом стало створення макету промосайту для представлення бренду етнічних прикрас ручної роботи. Оскільки візуальне оформлення впливає на сприйняття бренду, особливу увагу приділено дизайну інтерфейсу та стилістиці. Для цього використано хмарний редактор Figma, що підтримує адаптивне макетування та командну роботу [33].

На підготовчому етапі було проведено аналіз цільової аудиторії, до якої віднесено переважно жінок віком 20–35 років, що цікавляться українською культурою, етнічним стилем та сучасною інтерпретацією традицій. Отримані результати вплинули на подальшу розробку дизайну сайту, який мав поєднувати елементи національної естетики з принципами сучасного мінімалізму.

Процес створення макету у Figma включав наступні етапи [27]. Підготовка робочого простору: відкрити Figma та створити новий файл, створити фрейми для кожної сторінки сайту з заданими розмірами (наприклад, 1920×1080 для десктопної версії).

Розробка сітки: до кожного фрейму застосовано сітку для забезпечення чіткої структури та вирівнювання елементів, використовувалася 12-колонкова сітка з відступами gutter 30px та margin 60px для десктопної версії та 4-колонкова сітка для мобільної версії.

Створення макету кожної сторінки: розроблено макет кожної сторінки з урахуванням її функціональності та контентного наповнення, особлива увага приділялася візуальній ієрархії та зручності сприйняття інформації користувачем.

Адаптивність : створено окремі макети для мобільної та планшетної версій кожної сторінки, використовувалася адаптивна сітка та перекомпоновка елементів для забезпечення коректного відображення на різних пристроях.

Деталізація макету: вибрано шрифти та задано стилі для заголовків, основного тексту та підписів, визначено колірну палітру, що відповідає стилю бренду, створено стилі для елементів інтерфейсу, таких як кнопки, поля введення та інші, підібрано якісні зображення прикрас та майстрів.

Тестування та ітерації: проведено тестування макету на зручність використання.

На основі проведеного аналізу було розроблено структуру сайту, що забезпечує логічну та зручну навігацію для користувачів. Основні сторінки сайту включають:

- головна сторінка: містить блок з привабливим зображенням прикраси (рис. 2.1);
- розділ з прикрасами;
- розділ з інформацією про майстра, історії та техніки роботи (рис. 2.2);
- блок із фото клієнтами;
- форма для зв'язку (рис. 2.3).

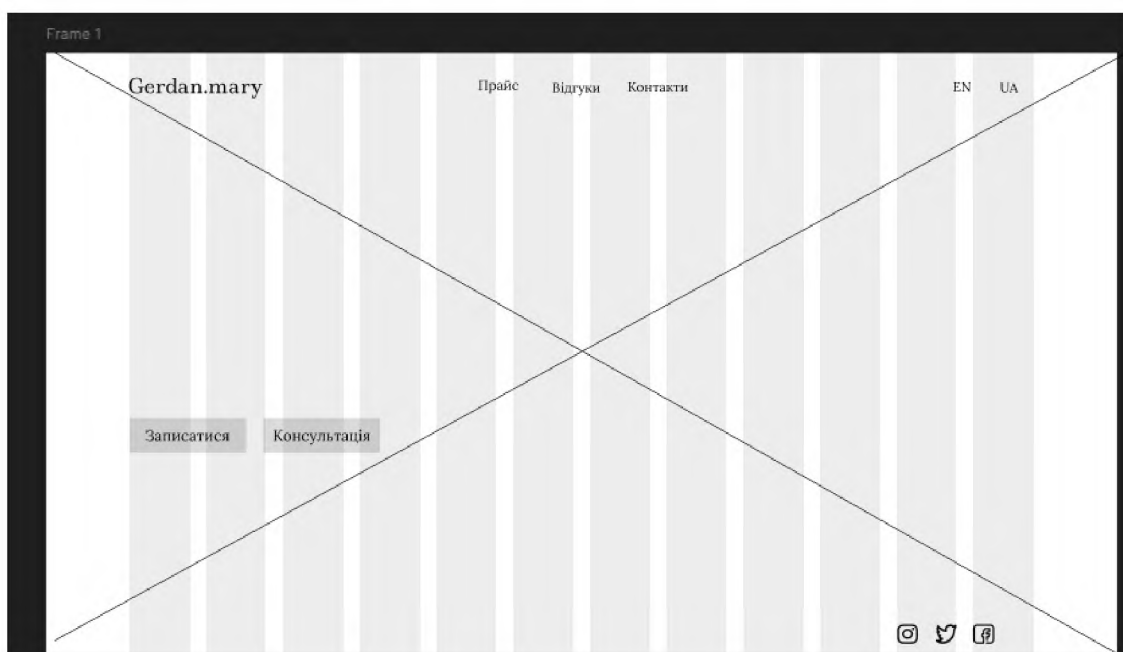


Рисунок 2.1 – Головна сторінка

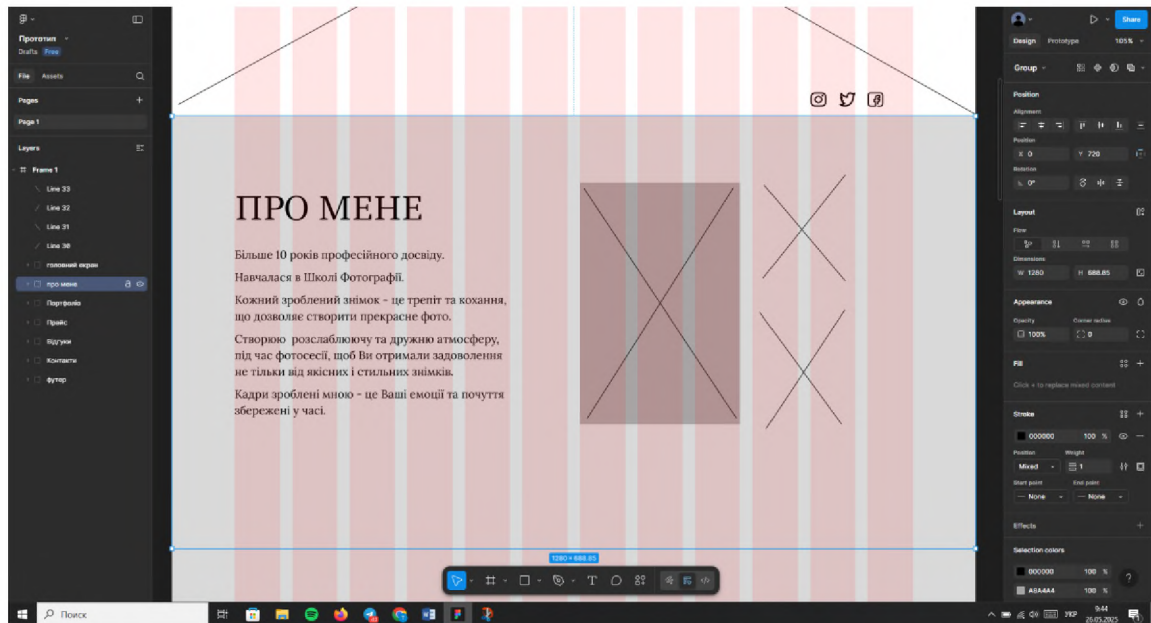


Рисунок 2.2 – Розділ «Про мене»

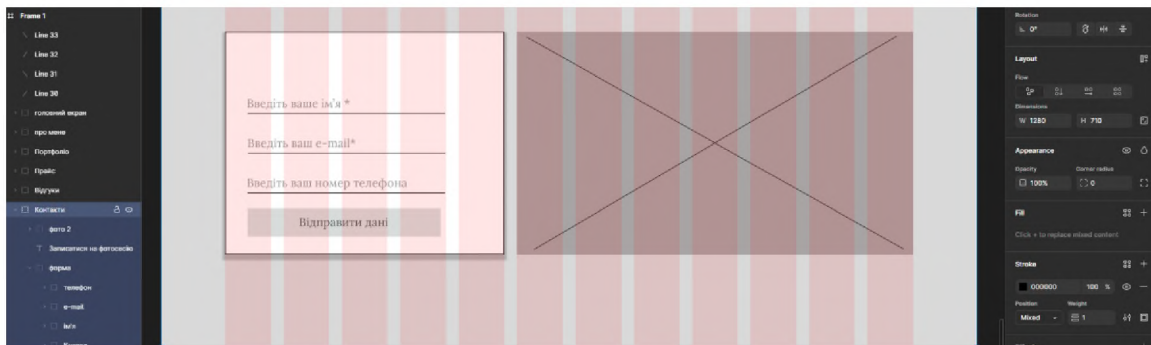


Рисунок 2.3 – Блок «Контакти»

Створення макету промосайту етноприкрас у Figma є складним процесом, що вимагає врахування багатьох факторів, включаючи цільову аудиторію, мету сайту, структуру контенту та принципи дизайну [10, с.92]. Дотримання описаних етапів та використання можливостей Figma дозволяє створити ефективний та привабливий макет, що сприятиме досягненню поставлених цілей.

2.3 Перенесення та налаштування дизайну з Figma у Readymag

Перед початком перенесення дизайну необхідно ретельно підготувати обидва середовища: Figma та Readymag.

На цьому етапі переконуємось, що прототип у Figma повністю готовий до експорту та містить всю необхідну інформацію для відтворення у Readymag. Важливо звернути увагу на деякі аспекти.

Організація шарів та груп: перевіряємо, чи всі елементи дизайну логічно згруповані та названі. Це полегшить подальшу роботу з ними у Readymag (рис. 2.4).

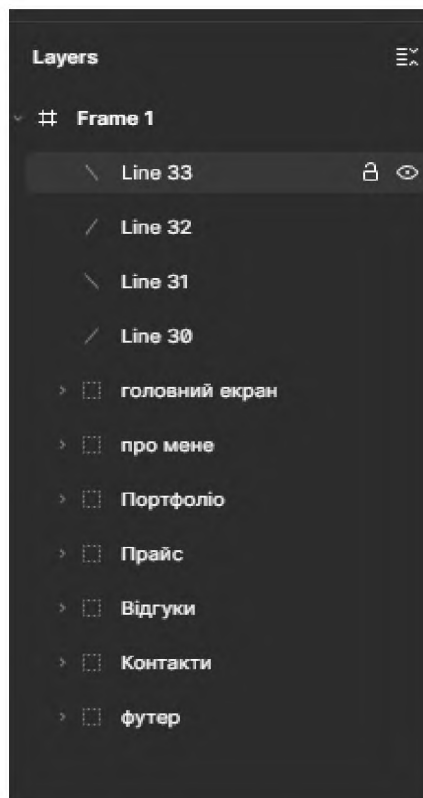


Рисунок 2.4 – Панель шарів в Figma

Стилі та компоненти: переконуємось, що всі стилі (текстові, колірні, ефекти) визначені та використовуються системно. Використання компонентів для повторюваних елементів (кнопки, картки, навігаційні меню) значно прискорить процес перенесення.

Адаптивність: перевіряємо, чи розроблено макети для різних розширень екранів (десктоп, планшет, мобільний) та чи правильно налаштовані обмеження (constraints) для забезпечення адаптивності елементів.

Інтерактивність: переконуємось, що всі інтерактивні елементи (посилання, кнопки, анімації) визначені та протестовані у прототипі Figma.

Після перевірки всіх аспектів створюємо новий проєкт у Readymag та налаштовуємо його для подальшої роботи [28]. Обираємо правильний формат проєкту, визначаємо, чи буде це односторінковий сайт, чи багатосторінковий проєкт, та налаштовуємо структуру відповідно (рис. 2.5). Налаштовуємо базові стилі: задаємо глобальні стилі для типографіки, кольорів та інших елементів.

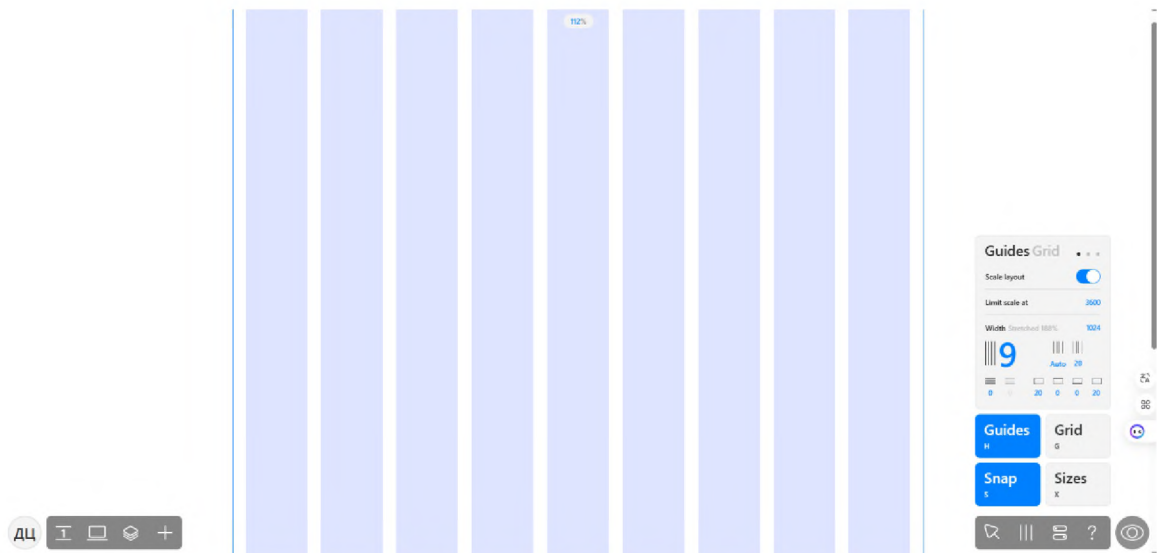


Рисунок 2.5 – Налаштування структури сайту у Readymag

Процес перенесення дизайну з Figma до Readymag можна розділити на кілька основних етапів: аналіз та відтворення.

Аналізуємо макет Figma, щоб зрозуміти його структуру та визначити оптимальний спосіб відтворення у Readymag.

Розбиваємо сторінку на окремі блоки та секції (наприклад, шапка, основний контент, підвал). Визначаємо всі елементи, які потрібно відтворити у Readymag (тексти, зображення, кнопки, форми, меню, анімації). Аналізуємо стилі, застосовані до кожного елементу у Figma (шрифти, кольори, розміри, відступи, межі, тіні). Визначаємо, які інтерактивні елементи потрібно відтворити та які інструменти Readymag для цього використовувати.

Відтворюємо структуру сторінки та розміщуємо елементи на сторінці Readymag відповідно до макету Figma (рис. 2.6).

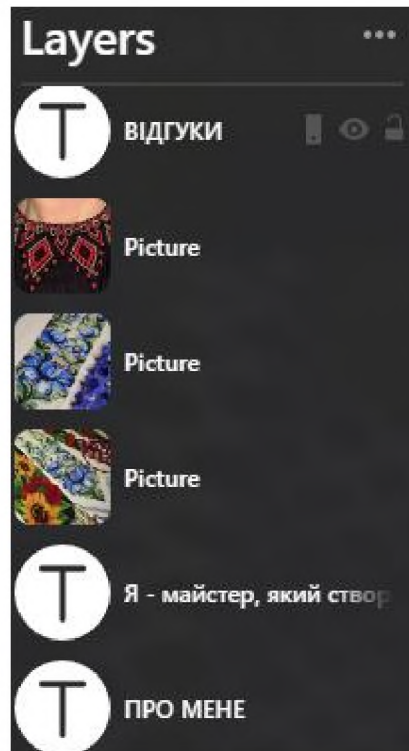


Рисунок 2.6 – Налаштування шарів в Readymag

Створюємо сторінку у Readymag та додаємо на ній секції, що відповідають структурі макету. Додаємо на сторінку блоки та елементи Readymag (текстові блоки, блоки зображень, кнопки, форми, віджети) та розміщуємо їх у відповідності з макетом Figma. Задаємо розміри та позиціонування кожного елемента, використовуючи інструменти позиціонування Readymag (grid, flexbox, absolute positioning). Налаштовуємо відображення елементів для різних розширень екранів, використовуючи інструменти адаптивного дизайну Readymag [4].

Імпортуємо контент з Figma та налаштовуємо його відображення у Readymag.

Копіюємо текстовий контент з Figma та вставляємо його у відповідні текстові блоки Readymag. Форматуємо текст, використовуючи стилі Readymag (шрифти, розміри, кольори, міжрядкові інтервали, вирівнювання). Експортуємо зображення та графіку з Figma та імпортуємо їх у Readymag. Налаштовуємо розміри, обрізку, позиціонування та інші параметри відображення.

Налаштовуємо стилі елементів у Readymag для забезпечення максимальної відповідності дизайну Figma (рис. 2.7).

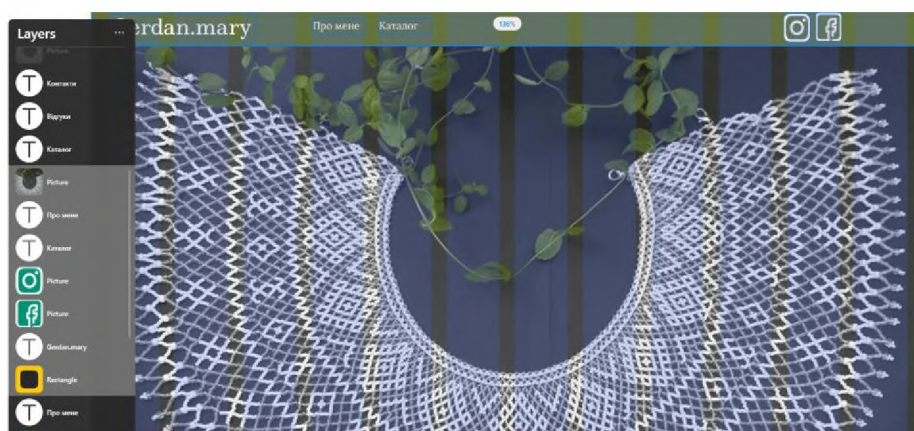


Рисунок 2.7 – Налаштування контенту в Readymag

Обираємо шрифти, налаштовуємо їх розміри, накреслення, міжрядкові інтервали та інші параметри. Задаємо кольори для тексту, фону та інших елементів, використовуючи колірні стилі Readymag. Налаштовуємо відступи між елементами та внутрішні відступи блоків. Задаємо параметри меж (товщина, колір, стиль) та тіней для елементів. Застосовуємо інші стилі та ефекти (прозорість, радіуси заокруглення, фільтри) для досягнення максимальної відповідності макету Figma.

Додаємо посилання між сторінками сайту та на зовнішні ресурси (рис. 2.8). Налаштовуємо навігаційні меню та інші елементи навігації.

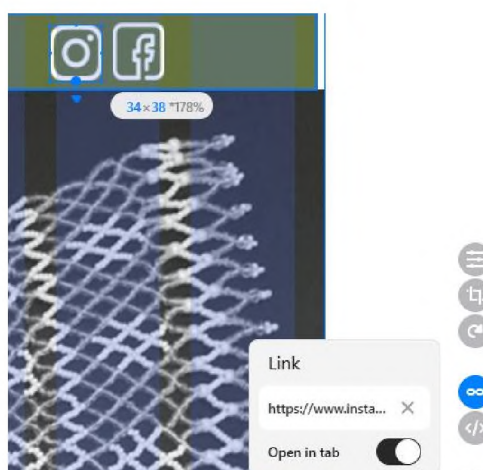


Рисунок 2.8 – Налаштування посилань на зовнішні ресурси в Readymag

Створюємо кнопки та налаштовуємо їх стилі та поведінку (hover ефекти, кліки). Додаємо форми для збору даних та налаштовуємо їх функціональність (рис. 2.9).

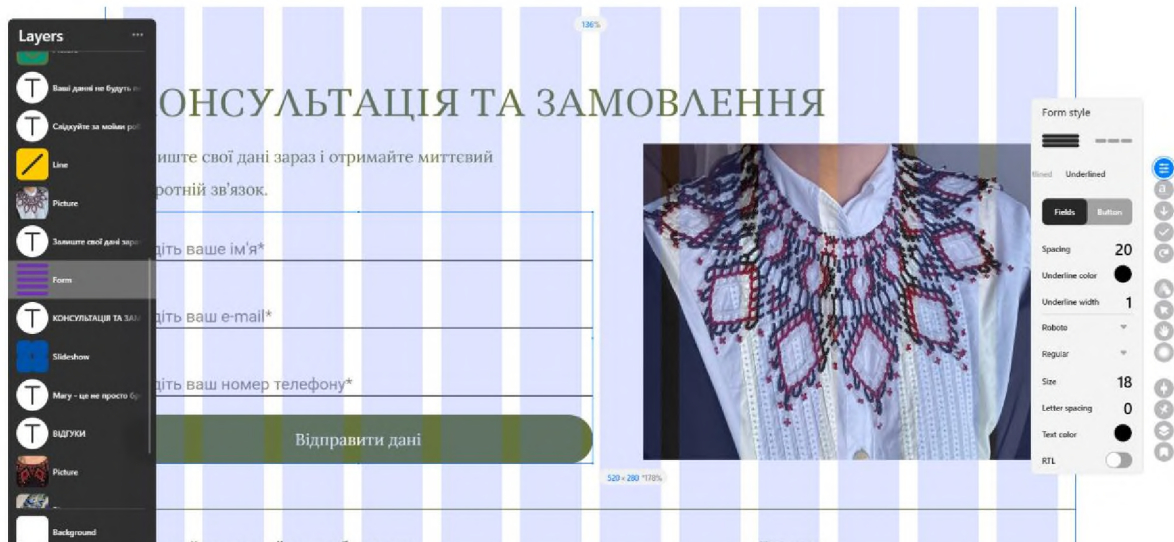


Рисунок 2.9 – Налаштування форм

Після завершення перенесення дизайну проводимо ретельне тестування сайту для перевірки його відповідності макету Figma, функціональності та зручності використання.

Перевіряємо, чи відповідає відображення сайту на різних пристроях та у різних браузерах макету Figma, роботу всіх інтерактивних елементів, посилань, форм та інших функцій сайту, чи зручно користувачам навігувати сайтом та знаходити потрібну інформацію.

На основі результатів тестування вносимо необхідні зміни та оптимізуємо сайт для забезпечення найкращого користувацького досвіду.

Перенесення дизайну з Figma до Readymag є важливим етапом у процесі створення веб-сайту. Дотримуючись описаних вище кроків та звертаючи увагу на деталі, можна забезпечити максимальну відповідність готового сайту прототипу Figma та створити якісний та функціональний веб-продукт.

РОЗДІЛ 3

ФУНКЦІОНАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТОВОГО ПРОДУКТУ

3.1 Демонстрація основних функцій промосайту

Промосайт етнічних прикрас є важливим інструментом для представлення продукції, залучення нових клієнтів та підвищення впізнаваності бренду. Він виконує ряд ключових функцій, які забезпечують ефективну взаємодію з цільовою аудиторією та стимулюють продажі, тому розглянемо опис основних функцій промосайту, їх призначення та практичне застосування [19].

Головна сторінка є обличчям сайту і має справити позитивне перше враження на відвідувача. Її основні елементи:

– меню – зручна навігація по сайту, що забезпечує швидкий доступ до основних розділів як вказано на рисунку 3.1;



Рисунок 3.1 – Меню

– Банер або слайдер – яскраві зображення прикрас, що привертають увагу та демонструють стиль та асортимент;

– заклик до дії – спонукання відвідувачів до перегляду каталогу або зв'язку з майстром.

Меню є ключовим елементом навігації сайту. Воно повинно бути інтуїтивно зрозумілим та забезпечувати легкий доступ до всіх розділів сайту.

Основні розділи: головна, каталог, про майстра, відгуки, контакти.

Адаптивність: меню має коректно відображатися на різних пристроях (комп'ютери, планшети, смартфони як вказано на рисунку 3.2).



Рисунок 3.2 – Адаптивне меню

Каталог продукції є основним розділом сайту, де представлені всі вироби майстра:

– відображення фотографій – каталог складається з фотографій прикрас без зазначення цін. Це може бути зроблено з метою стимулювання користувачів до зв'язку з майстром для отримання додаткової інформації та обговорення індивідуального замовлення;

– якісні фотографії – фотографії повинні бути високої якості, чітко відображати деталі виробів та їх унікальність;

– зручна навігація – фотографії мають бути згруповані за категоріями для зручного перегляду [21].

Розділ «Про майстра» надає інформацію про творчу особистість, яка створює прикраси:

– історія та досвід – розповідь про шлях майстра, його досвід та натхнення;

– філософія та цінності – опис творчого підходу, цінностей, які майстер вкладає у свої вироби;

– унікальність стилю – підкреслення особливостей стилю майстра, що відрізняють його роботи від інших;

– фотографії майстра та його робіт – візуальне представлення майстра та процесу створення прикрас.

Відгуки клієнтів є важливим елементом для формування довіри до майстра та його виробів.

– вибрані відгуки – розміщення найпозитивніших та найінформативніших відгуків;

- карусель або слайдер – зручне відображення відгуків у вигляді каруселі або слайдера для економії місця на сторінці;
- фотографії клієнтів (за бажанням) – додавання фотографій клієнтів з прикрасами для підвищення довіри до відгуків (рисунки 3.3).

Форма для зв'язку забезпечує зручний спосіб для відвідувачів зв'язатися з майстром.

- поля для введення даних – ім'я, електронна пошта, номер телефону;
- текст повідомлення (за бажанням) – можливість залишити додаткове повідомлення або питання;
- підтвердження відправлення – повідомлення про успішне відправлення форми;
- швидкий зворотній зв'язок – інформація про те, що майстер зв'яжеться з клієнтом протягом 10 хвилин.

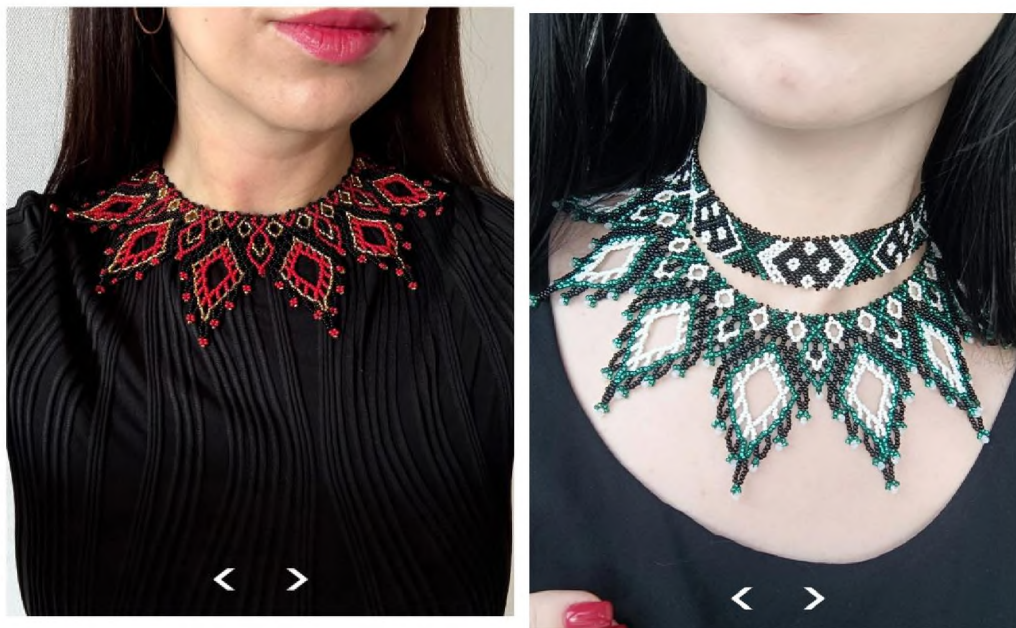


Рисунок 3.3 – Слайдер фото-відгуки клієнтів

Посилання на соціальні мережі використовуються для розширення аудиторії та залучення нових клієнтів (рис. 3.4):

- посилання на Instagram – посилання на сторінку майстра в Instagram, де можна переглянути більше фотографій робіт, дізнатися про новинки та акції;

– посилання на Facebook – посилання на сторінку майстра у Facebook для спілкування з клієнтами, розміщення новин та анонсів.

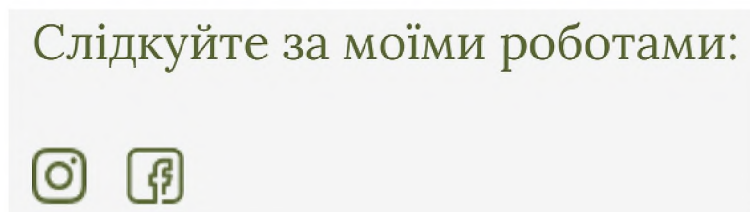


Рисунок 3.4 – Посилання на соціальні мережі

Промосайт етнічних прикрас виконує ряд важливих функцій, спрямованих на представлення унікальних виробів майстра, залучення клієнтів та налагодження ефективної комунікації. Зручний каталог, інформація про майстра, позитивні відгуки та прості способи зв'язку забезпечують позитивний досвід для відвідувачів та сприяють розвитку бізнесу майстра [25].

3.2 Технічний аудит промосайту

Після завершення розробки промосайту етнічних прикрас на платформі Readymag, наступним важливим етапом є проведення технічного аудиту. Мета технічного аудиту – виявити потенційні проблеми, які можуть негативно впливати на роботу сайту, його продуктивність, доступність для користувачів та пошукових систем, а також безпеку. Своєчасне виявлення та усунення цих проблем дозволяє забезпечити оптимальну роботу сайту та досягти поставлених бізнес-цілей.

Технічний аудит промосайту, розробленого на платформі Readymag, проводився за наступними основними напрямками [24, с.120]:

– аналіз продуктивності – оцінка швидкості завантаження сторінок та загальної продуктивності сайту;

- SEO-аудит – перевірка налаштувань сайту для його ефективного індексування та ранжування пошуковими системами;
- аудит доступності (Accessibility): – оцінка відповідності сайту стандартам доступності для користувачів з обмеженими можливостями;
- перевірка безпеки – наліз потенційних вразливостей та заходів безпеки, впроваджених на сайті;
- перевірка адаптивності та кросбраузерності: – оцінка коректного відображення сайту на різних пристроях та у різних веб-браузерах.

Для проведення аудиту використовувалися як вбудовані інструменти платформи Readymag, так і сторонні сервіси та інструменти для веб-аналітики та тестування.

Продуктивність сайту є критично важливим фактором, що впливає на користувацький досвід та SEO-показники. Під час аудиту продуктивності були перевірені наступні аспекти:

- швидкість завантаження сторінок: використовувався інструмент, такий як GTmetrix, для вимірювання часу завантаження ключових сторінок сайту. Особлива увага приділялася такому показнику, як продуктивність (рис. 3.5). Виявлена повільна продуктивність, аналізуючи причину знайдено великі розміри зображення. Для вирішення проблеми стиснула їх (рис.3.6);

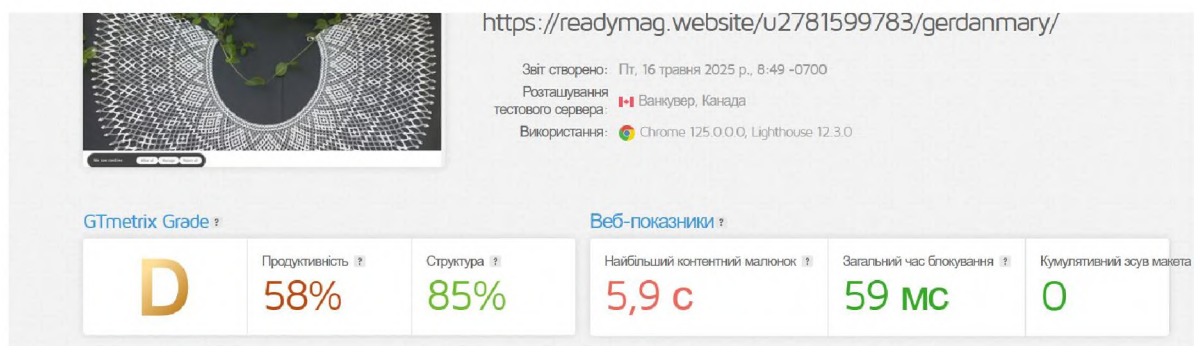


Рисунок 3.5 – Результат тестування

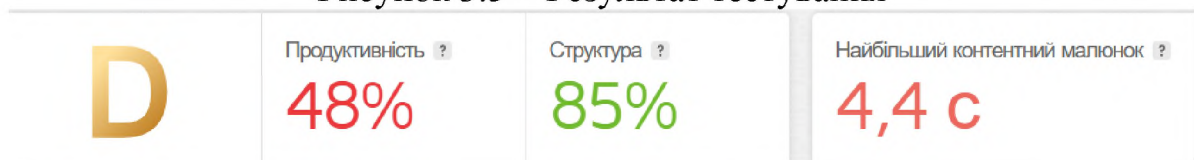


Рисунок 3.6 – Результат стиснення

– оптимізація зображень: за допомогою вкладки Network у Chrome DevTools було виявлено, що більшість зображень на сайті мають формат WebP, на скріншоті фіксуються зображення з такими розмірами: 203 КБ, 204 КБ, 197 КБ, що свідчить про помірне використання ресурсу з боку графічного контенту – зображення оптимізовані за розміром, оскільки їхній обсяг не перевищує допустимий поріг для промосайтів приблизно 200–250 КБ (рис. 3.7);

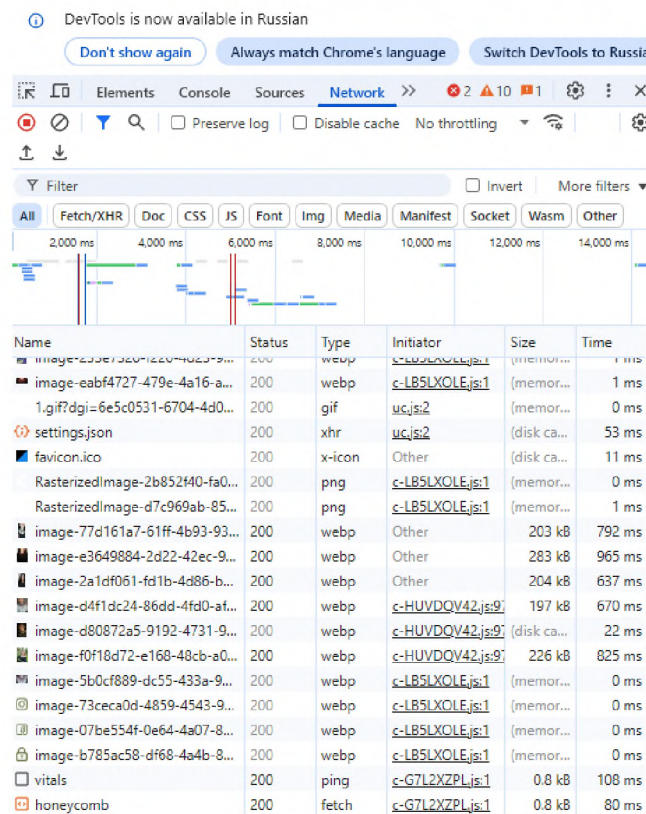


Рисунок 3.7 – DevTools

– кешування браузера – на рисунку 3.7 можна побачити колонку Time, браузер успішно кешує статичні ресурси. Це означає, що при повторному відкритті сторінки ці елементи не завантажуються повторно з сервера, а беруться з кешу, що значно прискорює завантаження;

– використання CDN (Content Delivery Network): Readymag використовує CDN для глобального розповсюдження контенту, що прискорює доступ до сайту для користувачів з різних географічних локацій.

Мета-теги – наявності та коректності заповнення мета-тегів (Title, Description) для кожної сторінки сайту. Ці теги мають бути унікальними, релевантними контенту сторінки та містити ключові слова (рис. 3.8).

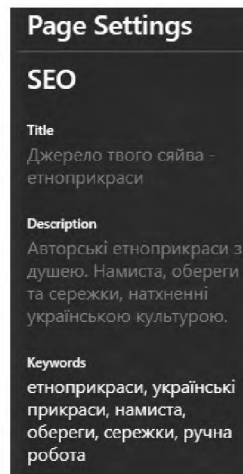


Рисунок 3.8 – Мета-теги

На рисунку 3.8 чітко видно поля: заголовок, опис, ключові слова.

Title (заголовок) – найважливіший мета-тег, який відображається у вкладці браузера і є основним заголовком у результатах пошуку Google.

Description (Опис) – цей мета-тег надає короткий опис змісту сторінки, який може з'являтися під заголовком у результатах пошуку. Він впливає на клікабельність (CTR) сторінки. "Авторські етноприкраси з душею. Намиста, обереги та сережки, натхненні українською культурою" – це хороший опис, який чітко передає суть.

Keywords (Ключові слова) – список ключових слів, що стосуються вмісту сторінки. Хоча для Google цей мета-тег має незначний вплив на ранжування, його заповнення може бути корисним для інших пошукових систем або для внутрішньої організації контенту.

У контексті SEO-аудиту веб-сайту, структура URL-адрес є важливим фактором, що впливає на його індексацію пошуковими системами та зручність для користувачів.

URL-адреса <https://readymag.website/u2781599783/gerdanmary/> є відносно зрозумілою для

людини. Вона включає доменне ім'я Readymag, унікальний ідентифікатор користувача (u2781599783) та назву проєкту (gerdanmary). Це свідчить про використання так званих "людинозрозумілих URL" (ЧПУ), які легко читаються та запам'ятовуються, на відміну від URL-адрес, що містять незрозумілі параметри або ідентифікатори.

Адреса є досить короткою, що є позитивним аспектом для SEO та зручності користувача. Короткі URL-адреси легше поширювати, запам'ятовувати та відображати в результатах пошуку.

У даному URL-адресі присутнє ключове слово "gerdanmary", яке є назвою бренду. Це є позитивним для SEO, оскільки пошукові системи враховують ключові слова в URL-адресах при ранжуванні сторінок. Представлена URL-адреса не містить зайвих символів, довгих числових послідовностей або інших елементів, які б ускладнювали її сприйняття. Це сприяє кращій індексації та користувацькому досвіду.

Адаптивний дизайн є критично важливим аспектом сучасного веброзроблення, що забезпечує коректне відображення та функціонування вебсайту на пристроях з різними розмірами екранів (десктопи, ноутбуки, планшети, смартфони) (рис. 3.9).

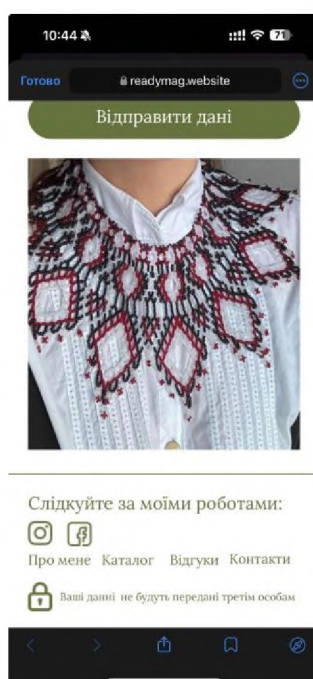


Рисунок 3.9 – Дизайн на iOS-пристрої

Загалом контент сайту коректно відображається на більшості розмірів екранів. Елементи контенту, такі як текст та зображення, масштабуються відповідно до ширини екрану. Більшість інтерактивних елементів (кнопки, посилання, навігаційне меню) залишаються клікабельними та легко доступними на мобільних пристроях. На більшості пристроїв горизонтальна прокрутка відсутня, що свідчить про правильне використання адаптивних властивостей (рис. 3.10).

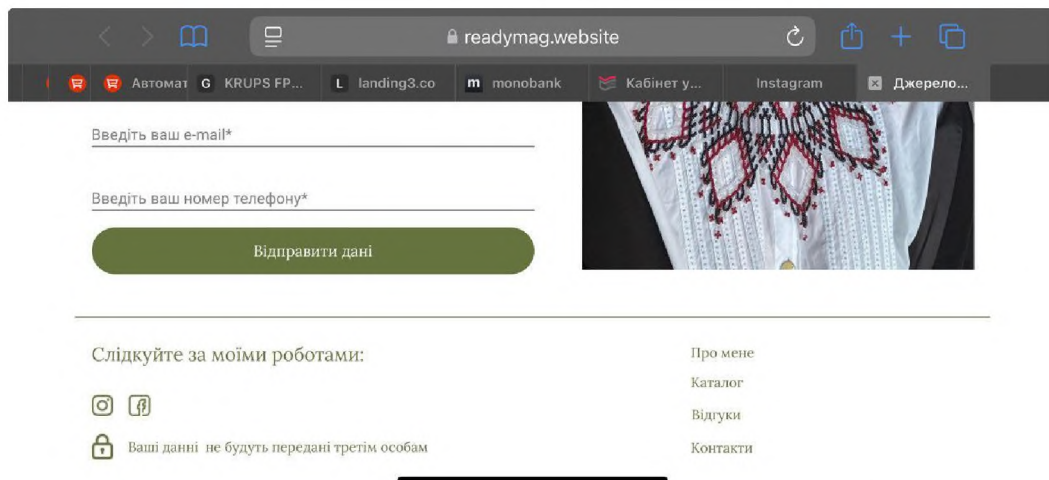


Рисунок 3.10 – Горизонтальне положення сайту

Текст легко читається без необхідності масштабування, що забезпечує комфортний користувацький досвід. Зображення, як видно на рисунках вище, адаптуються до розміру екрану, що є позитивним показником.

Кросбраузерність передбачає коректне відображення та функціонування веб-сайту в останніх версіях популярних веб-браузерів (Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Microsoft Edge). Це забезпечує стабільний користувацький досвід для широкої аудиторії (рис. 3.11 – 3.12).

Сайт коректно відображається та функціонує в останніх версіях Google Chrome, Mozilla Firefox. Візуальних спотворень, помилок у верстці або проблем з функціональністю інтерактивних елементів не виявлено. Це свідчить про високий рівень кросбраузерної сумісності, що є перевагою платформи Readymag.

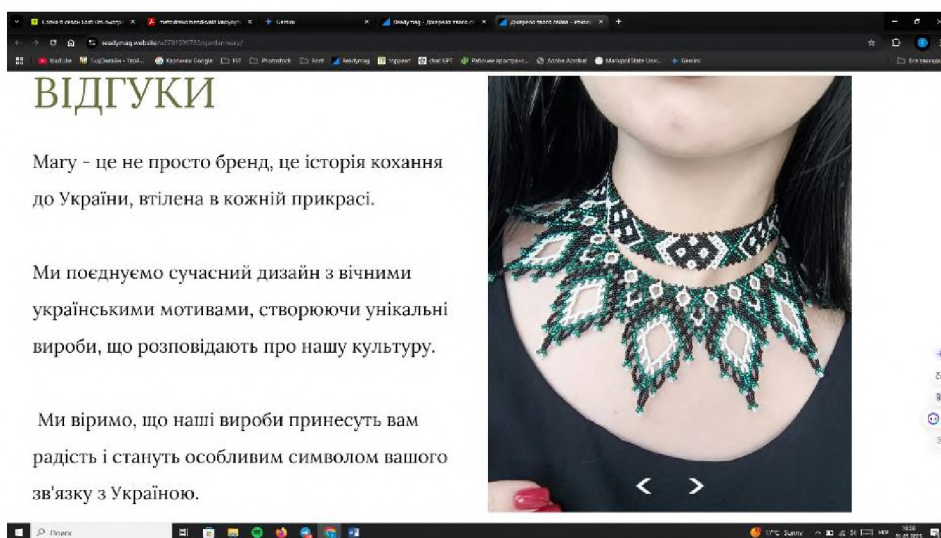


Рисунок 3.11 – Сервіс Google Chrome

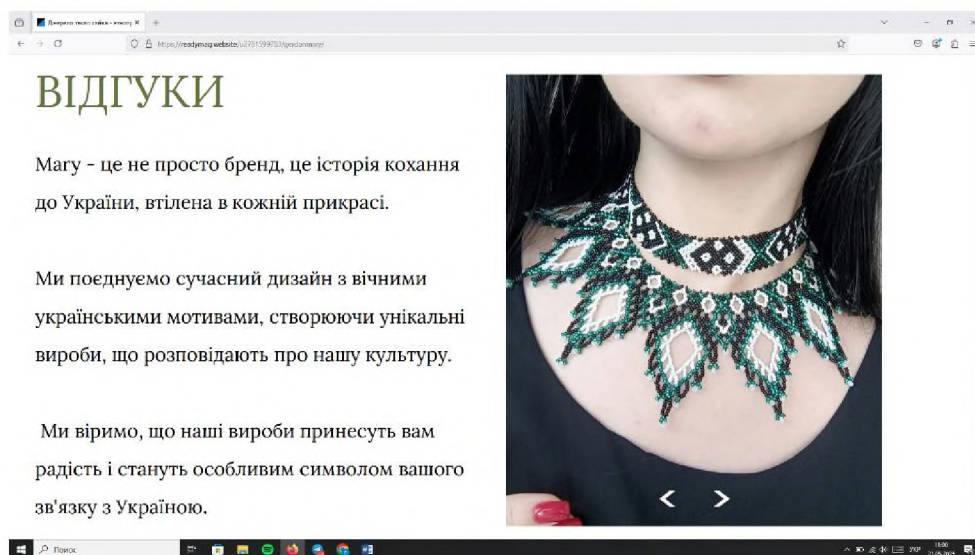


Рисунок 3.12 – Сервіс Mozilla Firefox

Контрастність кольорів – достатній контраст між кольором тексту та фону, щоб забезпечити читабельність для людей зі слабким зором. Перевірка здійснюється за допомогою спеціалізованих онлайн-інструментів, таких як WebAIM Contrast Checker або аналогічних розширень для браузерів(рис. 3.13).

На більшості сторінок промо-сайту етноприкрас виявлено достатній контраст між кольором тексту та фону. Це забезпечує задовільну читабельність контенту для переважної більшості користувачів. Переважна більшість текстових елементів відповідає мінімальним вимогам WCAG 2.1 рівня AA щодо контрастності, що є позитивним показником доступності сайту.

Звичайний текст

WCAG AA: **Пас**WCAG AAA: **Невдача**

П'ятеро боксерських чарівників швидко стрибають.

Великий текст

WCAG AA: **Пас**WCAG AAA: **Пас**П'ятеро боксерських чарівників швидко
стрибають.

Графічні об'єкти та компоненти інтерфейсу користувача

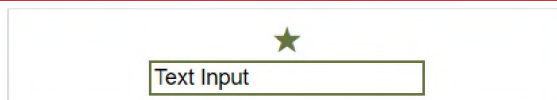
WCAG AA: **Пас**

Рисунок 3.13 – Перевірка в WebAIM Contrast Checker

Використання HTTPS – перевірка, чи сайт використовує захищений протокол HTTPS (рис. 3.14 – 3.15).

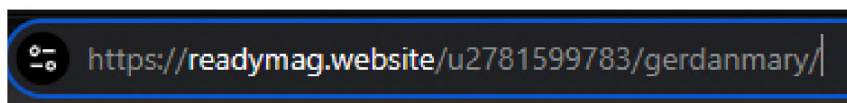


Рисунок 3.14 – Адресна строка

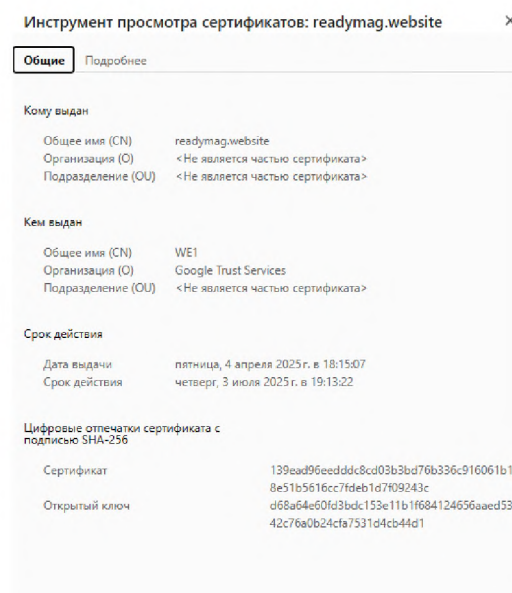


Рисунок 3.15 – Інструмент перегляду сертифікатів

На рисунку 3.14 показано, що вебсайт за адресою використовує протокол HTTPS. Це підтверджується префіксом `https://` в адресному рядку браузера.

Використання HTTPS забезпечує шифрування даних між користувачем і сервером, підвищуючи безпеку передачі інформації та захищаючи її від несанкціонованого доступу. Хоча прямий значок замка не відображається на цьому скріншоті, наявність `https://` в URL-адресі є фундаментальною ознакою встановлення безпечного SSL/TLS-з'єднання. Платформа Readymag, на якій розміщено вебсайт, автоматично надає SSL-сертифікати, що є важливою складовою сучасних стандартів веббезпеки.

На рисунку 3.15, показано "Інструмент перегляду сертифікатів: `readymag.website`", є найкращим і найочевиднішим доказом того, що з'єднання є безпечним. Це саме те вікно, яке відкривається, коли натискаємо на значок замка. На ньому чітко видно, що сертифікат виданий для `readymag.website` і є дійсним.

За результатами проведеного технічного аудиту промо-сайту етнічних прикрас, розробленого на платформі Readymag, можна зробити наступний висновок. Сайт має сучасний дизайн, використовує захищене з'єднання HTTPS. Платформа Readymag забезпечує базовий рівень оптимізації коду та кешування.

Для подальшого вдосконалення та підвищення ефективності промо-сайту необхідно зосередитись на трьох ключових технічних аспектах. По-перше, слід переглянути та змінити кольори елементів з недостатньою контрастністю, що значно покращить доступність сайту для користувачів з різними особливостями зору та забезпечить відповідність стандартам доступності. По-друге, вкрай важливо дослідити та інтегрувати надійний захист від спаму для форми зворотного зв'язку, щоб уникнути небажаних повідомлень і забезпечити стабільну комунікацію з цільовою аудиторією.

Нарешті, необхідно внести коригування в налаштування адаптивності, особливо для планшетних пристроїв, щоб гарантувати коректне відображення всіх елементів дизайну та повну функціональність сайту незалежно від розміру екрана. Ці доопрацювання забезпечать кращий користувацький досвід та підвищать загальну ефективність промосайту.

3.3 Економічне обґрунтування вартості розробки

Метою даної економічної оцінки є визначення доцільності розробки промосайту етнічних прикрас у 2025 р. [17]. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити наступні завдання:

- оцінити вплив самостійної розробки сайту на витрати та термін окупності проєкту;
- визначити оптимальний обсяг робіт, який може виконати одна людина, та його вплив на функціональність сайту;
- проаналізувати потенційні ризики та вигоди, пов'язані з самостійною розробкою сайту;
- дати рекомендації щодо організації процесу самостійної розробки та вибору інструментів.

Для оцінки економічної доцільності розробки промосайту етнічних прикрас було використано метод окупності інвестицій, а також додаткові показники, такі як чиста вигода та коефіцієнт рентабельності інвестицій.

При розробці промосайту етнічних прикрас однією людиною у 2025 р. передбачаються витрати, котрі вказані у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Витрати розробки промосайту однією людиною

Стаття витрат	Сума, грн	Примітка
Розробка дизайну та функціональності сайту	30 000	Розробник виконує функції дизайнера та програміста
Ліцензія на платформу (Readymag)	12 000	Залежить від тарифного плану
Доменне ім'я та хостинг	3 000	Щорічна плата
Створення контенту (тексти, фото, відео)	10 000	Професійна якість контенту
Тестування та налагодження	5 000	Внутрішнє тестування
Управління проєктом	0	Самостійна робота
Можливі простой	3 000	Через хворобу або інші обставини
Ризики (затримки, перевищення бюджету)	7 000	Пов'язані з обмеженими ресурсами
Підтримка та просування	42 000	Протягом певного періоду після запуску
Загальна сума	112 000	-

Економічна оцінка витрат на розробку промосайту етнічних прикрас однією людиною ґрунтується на аналізі актуальних ринкових цін на послуги у сфері веброзробки та digital-маркетингу станом на 2025 р. Для визначення кожного пункту витрат було проведено моніторинг цін на спеціалізованих фриланс-платформах, офіційних сайтах сервісів та прайс-листів компаній, що надають відповідні послуги.

Нижче наведено детальний опис кожного пункту витрат з обґрунтуванням джерел формування суми:

- розробка дизайну та функціональності сайту (30 000 грн). Розробник виконує функції дизайнера та програміста. Ця сума є оцінкою вартості роботи кваліфікованого full-stack спеціаліста або окремих фахівців (UI/UX дизайнер, верстальник) за обсяг робіт, необхідний для створення промосайту з унікальним дизайном та базовою функціональністю. Вона охоплює етапи від прототипування та створення макетів до безпосередньої реалізації інтерактивних елементів на платформі. Оцінка базувалася на аналізі середніх цін на послуги веб-розробки та дизайну, що пропонуються на українських фриланс-біржах, таких як Freelancehunt (приклад: середня вартість розробки лендингу/промосайту "під ключ" може варіюватися від 15 000 до 40 000 грн залежно від складності), Kabanchik.ua (де можна знайти розцінки на окремі етапи, наприклад, дизайн від 5 000 грн, верстка від 10 000 грн) та міжнародних платформах, таких як Upwork (з перерахунком погодинних ставок українських спеціалістів на фіксований проєкт). Сума 30 000 грн відображає конкурентну ринкову вартість для якісної самостійної розробки такого типу сайту;

- ліцензія на платформу (Readymag) (12 000 грн). Залежить від тарифного плану. Ця сума є щорічною платою за використання професійного тарифного плану на платформі Readymag. Для комерційного промосайту потрібен тариф, який дозволяє підключити власний домен, видалити брендинг Readymag, мати доступ до розширеної аналітики та більше сторінок/проєктів. За даними офіційного сайту Readymag (розділ "Pricing" або "Тарифи"), професійні плани (наприклад, "Pro" або "Studio") у 2025 р. можуть коштувати в діапазоні від 20

до 50 USD на місяць, що в річному еквіваленті (враховуючи курси валют) може складати близько 8 000 - 20 000 грн. Обрана сума 12 000 грн відповідає середньому професійному плану, достатньому для повноцінного комерційного використання;

– доменне ім'я та хостинг (3 000 грн). Ця сума включає щорічні витрати на реєстрацію доменного імені та послуги хостингу. Навіть якщо Readymag пропонує розміщення сайту на своїх серверах, для використання власного домену (наприклад, у зоні .com.ua або .ua) та можливих додаткових послуг (наприклад, корпоративна пошта) потрібні окремі витрати. Вартість реєстрації доменного імені в Україні у популярних реєстраторів, таких як NIC.UA або Imena.UA, коливається від 250 до 1000 грн на рік залежно від доменної зони. Базовий хостинг-план для невеликого сайту в українських хостинг-провайдерів (наприклад, Hostpro, FreeHost) коштує від 500 до 2000 грн на рік. Сума 3 000 грн є обґрунтованою середньою оцінкою річних витрат на ці послуги;

– створення контенту (тексти, фото, відео) (10 000 грн). Ця сума покриває потенційні витрати на послуги професіоналів для створення високоякісного контенту, який є критично важливим для промосайту етнічних прикрас. Це включає, фотозйомку прикрас: предметна фотозйомка або фотосесії з моделями. За даними фриланс-платформ та сайтів фотографів (Freelancehunt, Kabanchik.ua), вартість професійної фотосесії для товарів може становити від 3 000 до 8 000 грн за проєкт. Копірайтинг: написання унікальних, SEO-оптимізованих текстів для сторінок сайту (описи товарів, "Про нас", історія бренду тощо). Середні розцінки копірайтерів в Україні коливаються від 80 до 200 грн за 1000 символів без пробілів. Для промосайту може знадобитися від 10 000 до 20 000 символів, що складе 800 - 4 000 грн. Сума 10 000 грн є компромісною оцінкою, припускаючи, що частина контенту буде створена самостійно, а на деякі ключові елементи (наприклад, фотографії) будуть залучені зовнішні спеціалісти;

– тестування та налагодження (5 000 грн). Ця сума відображає вартість часу, який розробник присвятить ретельному тестуванню всіх аспектів

функціональності та відображення сайту. Це включає перевірку на різних пристроях та браузерях, тестування інтерактивних елементів, форм, посилань, а також виправлення виявлених помилок. Хоча це внутрішнє тестування, воно вимагає часу та уваги, які мають бути оцінені з точки зору втраченої можливості або власної погодинної ставки розробника. Оцінка 5 000 грн еквівалентна приблизно 25-30 годинам роботи спеціаліста з тестування або самого розробника за середньою погодинною ставкою;

- управління проєктом (0 грн). Оскільки проєкт реалізується однією людиною, окремі витрати на управління проєктом не виділяються. Всі функції планування, координації та контролю виконуються самим розробником, і його робочий час вже включений у пункт "Розробка дизайну та функціональності сайту";

- можливі простой (3 000 грн). Ця сума є резервом на непередбачені ситуації, які можуть призвести до зупинки роботи над проєктом. Вона розраховується як відсоток від загальних витрат на розробку (наприклад, 5- 10%). Простой можуть бути спричинені хворобою розробника, форс-мажорними обставинами, технічними несправностями обладнання тощо. Це дозволяє уникнути перевищення бюджету та непередбачених фінансових втрат;

- ризики (затримки, перевищення бюджету) (7 000 грн). Ця є додатковим резервом, призначеним для покриття ризиків, характерних для проєктів, що виконуються однією людиною з обмеженими ресурсами. До таких ризиків належать: недооцінка складності окремих завдань, необхідність додаткових доопрацювань, зміни вимог клієнта вже на етапі реалізації. Сума закладається як буфер (наприклад, 10-15% від вартості розробки) для нівелювання фінансових наслідків подібних ризиків, щоб забезпечити завершення проєкту в рамках загального бюджету;

- підтримка та просування (42 000 грн). Це щорічні витрати, необхідні для успішного функціонування та розвитку сайту після його запуску. Вони включають, технічну підтримку: моніторинг працездатності, регулярні

оновлення контенту, виправлення дрібних помилок, забезпечення безпеки (наприклад, 500-1000 грн/місяць, що складе 6 000 - 12 000 грн на рік). витрати на залучення трафіку та підвищення впізнаваності. Це може включати бюджет на контекстну рекламу (Google Ads), таргетовану рекламу в соціальних мережах (Facebook Ads, Instagram Ads), послуги SEO-оптимізації. Мінімальний місячний бюджет на просування для малого бізнесу може становити від 2 000 до 4 000 грн, що на рік складе 24 000 - 48 000 грн. Сума 42 000 грн є обґрунтованою середньою оцінкою річних витрат, необхідних для активної підтримки та ефективного просування промосайту в конкурентному онлайн-середовищі.

Впровадження промосайту етнічних прикрас однією людиною у 2025 р., принесе наступні вигоди:

- збільшення обсягів продажів – 150 000 грн. Ця цифра є прогнозованим показником зростання доходу від прямих продажів, що будуть здійснені завдяки функціонуванню промосайту. Вона розрахована виходячи з очікуваного збільшення кількості замовлень та середнього чека. Прогнозується, що сайт дозволить залучати нових клієнтів і спростить процес покупки для існуючих, що призведе до зростання товарообігу. Наприклад, якщо припустити, що середній чек становить 1500 грн, то для досягнення додаткових 150 000 грн доходу потрібно здійснити 100 додаткових продажів на рік через сайт. Хоча самостійна розробка може обмежувати складність маркетингових функцій, навіть базовий промосайт здатний генерувати значний приріст продажів за рахунок підвищення довіри та спрощення доступу до продукції. Ця сума є обґрунтованою з огляду на потенціал онлайн-ринку для унікальних товарів;

- зниження витрат на інші канали продажів – 40 000 грн. Запуск власного промосайту дозволить знизити залежність від сторонніх торговельних платформ (наприклад, маркетплейсів), фізичних виставок або комісійних магазинів, які стягують відсоток з продажів або вимагають плати за участь/оренду. Ці 40 000 грн є прогнозованою економією на комісіях, оренді виставкових площ, рекламних витратах у каталогах чи інших каналах, від яких

можна буде відмовитися або скоротити їх використання завдяки ефективності власного сайту;

- розширення географії продажів – 80 000 грн. Промосайт надає можливість виходу на нові ринки, які раніше були недоступні через географічні обмеження традиційних каналів продажів. Ця сума відображає додатковий дохід, який очікується від продажів у регіонах або навіть країнах, де раніше бізнес не був представлений. Онлайн-присутність усуває фізичні бар'єри, дозволяючи залучати клієнтів звідусіль. Цей показник враховує потенційне залучення аудиторії через пошукові системи та соціальні мережі, що не мають регіональних обмежень.

Окрім прямих фінансових показників, промосайт принесе низку непрямих вигод, які важко виміряти в конкретних грошових одиницях, але вони є критично важливими для довгострокового розвитку бренду:

- підвищення впізнаваності бренду: сайт стане центральним інструментом для формування та просування іміджу бренду етнічних прикрас. Він дозволить донести історію бренду, його цінності та унікальність до широкої аудиторії. Хоча ефективність може бути дещо нижчою, ніж при масштабній рекламній кампанії з командою, послідовна присутність в інтернеті значно підвищить бренд-асоціації;

- залучення нових клієнтів: сайт дозволить залучити нову аудиторію, яка шукає етнічні прикраси онлайн. Через пошукові запити та цифрову рекламу, сайт може стати першою точкою контакту для потенційних покупців, які раніше не знали про бренд. Можливості залучення можуть бути обмежені бюджетом на просування, але потенціал охоплення значно зростає;

- підвищення лояльності існуючих клієнтів: сайт надасть зручний та постійно доступний спосіб взаємодії з брендом для вже існуючих клієнтів. Можливість переглядати асортимент, читати новини, отримувати інформацію про акції сприятиме їхній лояльності та повторним покупкам;

- покращення комунікації з клієнтами: сайт забезпечить централізований канал комунікації, через який клієнти зможуть ставити питання, залишати

відгуки та отримувати підтримку. Хоча можливості для глибоко персоналізованої комунікації можуть бути обмежені (порівняно з CRM-системами), базові форми зворотного зв'язку та інформаційні розділи значно покращать взаємодію.

Оцінка економічної ефективності проекту впровадження промосайту етнічних прикрас здійснюється за комплексним підходом, що охоплює аналіз початкових інвестицій, поточних витрат на утримання та прогнозованих вигод.

Прямі витрати, пов'язані з безпосереднім впровадженням інформаційної системи (промосайту), розраховуються як сума всіх необхідних початкових вкладень. Ця категорія витрат включає вартість придбання необхідного програмного забезпечення, оплату праці за виконання розробки, витрати на залучення сторонніх послуг, а також інші прямі видатки, що виникають на етапі запуску. Формула для розрахунку прямих витрат:

$$V_{\Pi} = V_{ТЗ} + V_{ППЗ} + V_{ОП} + V_{ВСЗ} + V_{ПСП} + V_{У} + V_{РПЗ} + V_I, \quad (3.1)$$

де V_{Π} – загальні прямі витрати на реалізацію проекту ІТ, грн;

$V_{ТЗ}$ – витрати на технічне обладнання, грн;

$V_{ППЗ}$ – витрати на ліцензійне програмне забезпечення, грн;

$V_{ОП}$ – витрати, пов'язані з оплатою праці задіяного персоналу, грн;

$V_{ВСЗ}$ – відрахування на соціальне страхування, грн;

$V_{ПСП}$ – оплата послуг, наданих зовнішніми організаціями, грн;

$V_{У}$ – витрати на менеджмент ІТ-проекту, грн;

$V_{РПЗ}$ – витрати на самостійну розробку прикладного програмного забезпечення, грн;

V_I – інші безпосередні витрати на впровадження, грн.

Згідно з даними таблиці 3.1 та особливостями самостійної розробки промосайту ми розрахуємо точні дані прямих та непрямих витрат.

$V_{\Pi} = 0 \text{ грн} + 12000 \text{ грн} + 30000 \text{ грн} + 0 \text{ грн} + 13000 \text{ грн} + 0 \text{ грн} + 0 \text{ грн} + +5000 \text{ грн} = 60000 \text{ грн}.$

Непрямі витрати охоплюють неочікувані або непередбачені видатки, які можуть вплинути на реалізацію проєкту:

$$B_H = B_{H1} + B_{H2}, \quad (3.2)$$

де B_{H1} – витрати, пов’язані з можливими простоями інформаційної системи;

B_{H2} – витрати, зумовлені впливом людського фактора (ризика).

Таким чином, сукупні непрямі витрати становлять:
 $B_H = 3000 \text{ грн} + 7000 \text{ грн} = 10000 \text{ грн}.$

Чиста вигода = загальні вигоди на 2025 р. – загальні витрати на 2025 р.
 Загальні витрати на 2025 р. для розрахунку чистої вигоди включають початкові витрати на розробку та витрати на підтримку, тобто
 $60000 \text{ грн} + 42000 \text{ грн} = 102000 \text{ грн}.$

$$ЧВ = 270000 \text{ грн} - 102000 \text{ грн} = 168000 \text{ грн}.$$

Оскільки чиста вигода є позитивною ($168000 \text{ грн} > 0$), це підтверджує економічну вигідність самостійної розробки промосайту у 2025 р.

Період окупності (ПО) демонструє час, за який початкові інвестиції в проєкт будуть повністю компенсовані отриманими вигодами.

$$ПО = \text{Початкові витрати на розробку} / \text{Річні вигоди}.$$

$$ПО = 60000 \text{ грн} / 270000 \text{ грн} \approx 0,22 \text{ року, або приблизно 2,6 місяця}.$$

Таким чином, інвестиції у створення промосайту окупляться протягом 2,6 місяця.

Коефіцієнт рентабельності інвестицій (ROI):

$$ROI = (\text{Чистий прибуток} / \text{Загальні інвестиції}) \times 100\%.$$

$$ROI = (168000 \text{ грн} / 102000 \text{ грн}) \times 100\% \approx 164,7\%.$$

Рентабельність інвестицій становить 164,7%.

Проведений детальний економічний аналіз чітко засвідчує високу ефективність проєкту самостійної розробки промосайту етнічних прикрас. Отримані фінансові показники не лише підтверджують швидке повернення вкладених інвестицій, а й свідчать про значний потенційний прибуток, що робить цей проєкт надзвичайно привабливим для подальшого розвитку бізнесу.

ВИСНОВКИ

У ході виконання кваліфікаційної роботи ми успішно дослідили та реалізували промосайт етноприкрас, використовуючи сучасні системи веброзробки. Дослідження дозволило глибоко проаналізувати різні підходи до створення сайтів, від традиційного кодування до використання спеціалізованих візуальних платформ. Цей аналіз підтвердив, що для проєкту з високими вимогами до візуального дизайну та швидкістю розробки, без потреби у глибоких знаннях програмування, платформа Readymag виявилася оптимальним вибором.

Було визначено ключові чинники впливу візуального стилю та структури на користувацький досвід. Аналіз функціональних можливостей сучасних платформ для веброзробки дозволив обґрунтовано обрати середовище Readymag як інструмент, що поєднує адаптивність, зручність редагування та широкі дизайнерські можливості. На основі розробленої концепції було сформовано логічну структуру сайту, створено дизайн з урахуванням етнічних мотивів і реалізовано функціональні компоненти відповідно до цілей бренду. Проведений технічний аудит дозволив виявити та усунути недоліки, пов'язані з адаптацією на різних пристроях, швидкістю завантаження та контентним наповненням.

Економічна оцінка проєкту продемонструвала його значну фінансову доцільність. Загальні витрати на розробку та утримання промосайту склали 112000 грн. При цьому, прогнозовані річні вигоди від збільшення продажів, розширення ринків та зниження операційних витрат сягнули 270000 грн. Проєкт має високу рентабельність інвестицій (ROI) у 164,7% і очікуваний період окупності всього 2,6 місяця.

Ця робота підтверджує, що ефективне використання сучасних інструментів веброзробки дозволяє створювати високоякісні онлайн-ресурси з мінімальними інвестиціями та швидким поверненням коштів, що є особливо актуальним для малого та середнього бізнесу.