



Приватний заклад вищої освіти
Одеський технологічний університет «ШАГ»
Кафедра інформаційних технологій та фундаментальної підготовки

Випускна кваліфікаційна робота

**Розробка розподіленої системи е-комерції з багаторівневим доступом
(на прикладі Aliexpress)**

на здобуття бакалаврського рівня вищої освіти зі
спеціальності «122 Комп'ютерні науки»

Виконавці проекту:

№	П.І.Б.	Група	Роль
1	Моторіна Ніколь Павлівна	КН-П-213	Розробник (backend)
2	Волков Данило Андрійович	КН-П-213	Розробник (backend)
3	Поздняков Дмитро Дмитрович	КН-П-211	Розробник (frontend)
4	Червоний Данило Юрійович	КН-П-213	Розробник (frontend)
5	Тимофєєв Євгеній Юрійович	КН-Д-211	Дизайнер UI/UX

Автор звіту

Тимофєєв Євгеній Юрійович

Науковий керівник	Викладач кафедри ІТ та ФП, Вайвод В.О.
-------------------	--

Зміст

Технічне завдання до проекту _____	4
Преамбула _____	4
Дослідження _____	5
Результати досліджень _____	7
Дизайн система _____	8
Візуалізація _____	13
Перелік використаних технологій _____	22
Використані ресурси _____	23

Технічне завдання до проекту

Розробити новий дизайн та інтерфейс для онлайн-маркетплейсу KlikAVA з метою покращення користувацького досвіду та створення сучасного, привабливого і функціонального середовища для здійснення покупок.

Преамбула

AliExpress — один із найвідоміших маркетплейсів у світі, проте платформа має недоліки у зручності використання, візуальному оформленні та навігації. Саме тому був створений проєкт KlikAVA — сучасний онлайн-маркетплейс для вигідних покупок з Китаю, що поєднує зручність, простоту та привабливий інтерфейс. Назва KlikAVA обіграє саму суть дії: "Klik" — як перший крок до покупки, "AVA — All Vendors & All" — уся торгівля в одному місці. Метою проєкту є створення платформи з продуманою структурою, інтуїтивно зрозумілим функціоналом, адаптивним дизайном та фокусом на позитивному користувацькому досвіді. Я відповідав за візуальну частину та дослідження: розробив назву, логотип, фірмову кольорову палітру, типографіку, графічні елементи, UI-компоненти, а також створив макети інтерфейсу в Figma та презентаційне відео. У результаті очікується зручний сервіс, що дозволяє швидко знаходити товари, ефективно взаємодіяти з інтерфейсом і отримувати приємний досвід онлайн-покупок.

Дослідження

На початковому етапі роботи над проєктом KlikAVA було проведено комплексне дослідження для виявлення сильних і слабких сторін існуючих маркетплейсів-конкурентів, а також для кращого розуміння потреб майбутніх користувачів. Було проведено інтерв'ю серед потенційних користувачів, щоб зібрати реальні відгуки про їхній досвід онлайн-покупок. Для глибшого занурення у поведінку користувачів були створені карти емпатії, CJM, що допомогло зосередити увагу на критичних точках взаємодії з сервісом. Окрім цього, було проведено аналіз конкурентів, зокрема таких платформ як AliExpress, Alibaba, Temu, 1688, Shein.

Interviewed Users

Олег, 24 роки

Студент, активно замовляє товари з Китаю для особистого користування та перепродажу. Має досвід користування різними маркетплейсами, але часто стикається з проблемами.



Досвід онлайн-шопінгу

1. Купував через Temu, AliExpress, Pinduoduo.
2. Часто виникали труднощі з інтерфейсом, особливо на телефоні.
3. Доводилось перекладати сайт через браузер.
4. Іноді отримував товар пізніше або не той, що очікував.

Болі

1. Страх натрапити на шахраїв або отримати неякісний товар
2. Складна навігація по сайту
3. Відсутність швидкої підтримки
4. Плутанина з оплатою та доставкою

Цілі

1. Замовляти швидко та безпечно
2. Зрозумілий інтерфейс без зайвого
3. Підтримка якісного перевоода
4. Впевненість у якості продавців
5. Зручний мобільний доступ для замовлень на ходу

Ірина, 29 років

Офісна працівниця, активно користується смартфоном для онлайн-шопінгу у вільний час. Шукає вигідні пропозиції, але цінує комфорт і зручність.



Досвід онлайн-шопінгу

1. Часто робить impulse-покупки через Temu
2. Важко зорієнтуватись у відгуках
3. Не любить чекати більше 2 тижнів
4. Складна навігація

Болі

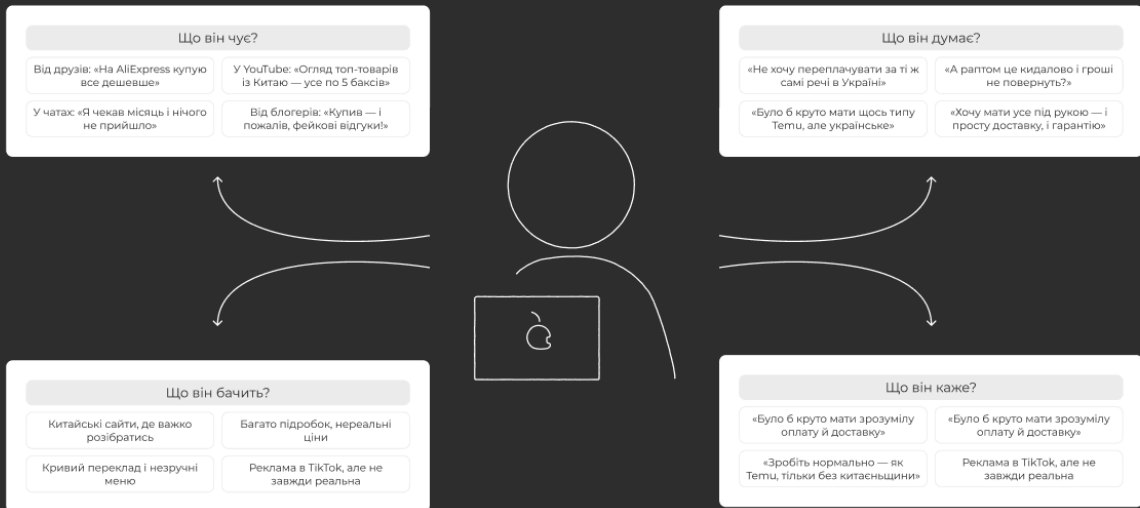
1. Мовний бар'єр
2. Занадто багато товарів – важко обрати
3. Не довіряє системі відгуків
4. Складна навігація по сайту

Цілі

1. Хочє простий фільтр і сортування
2. Бачити лише перевірені товари
3. Купувати легко через мобільний
4. Багато зайвої реклами
5. Мінімум дій для покупки

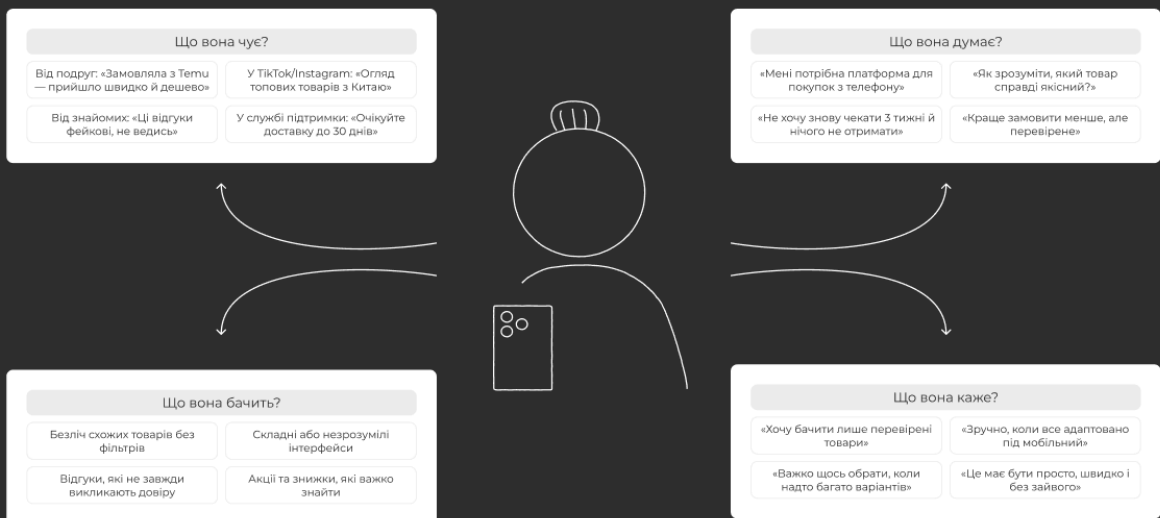
Зображення 1 - інтерв'ю серед потенційних користувачів

Empathy Map



Зображення 2 - Карти емпатії Олега

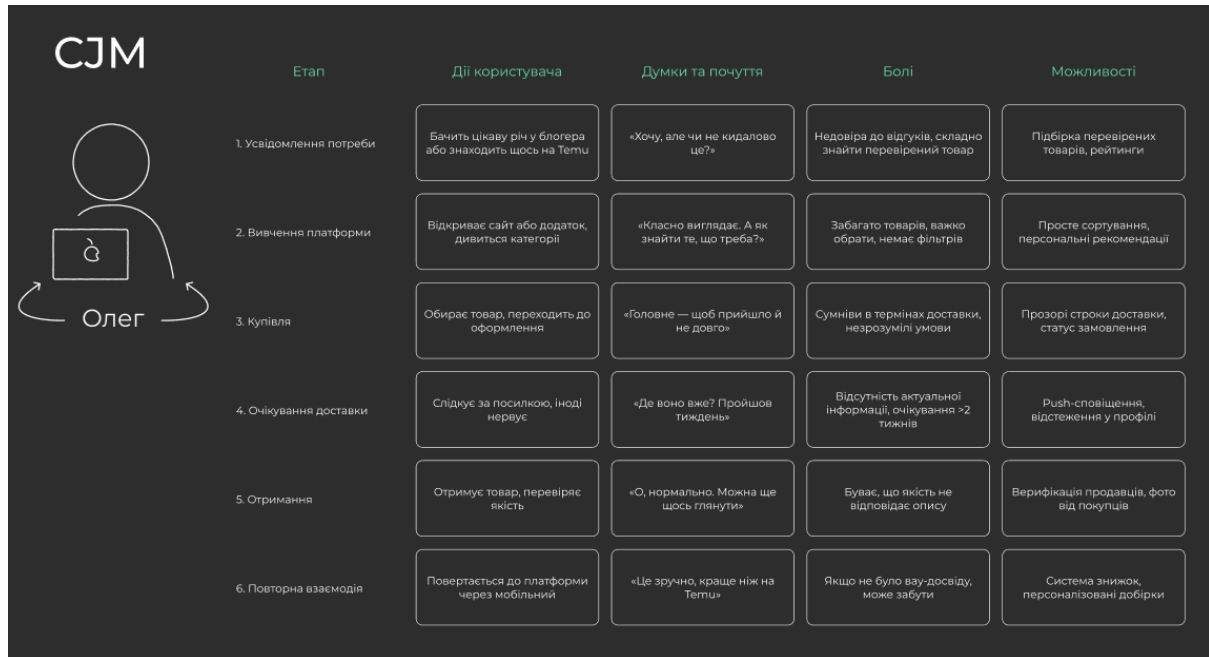
Empathy Map



Зображення 3 - Карти емпатії Ірини

CJM (Customer Journey Map)

Це карта подорожі клієнта. Вона використовується для візуалізації та розуміння взаємодії клієнта з сервісом на протязі всього процесу їх взаємодії. На цій карті зображено взаємодію з AliExpress, щоб проаналізувати точки контакту, які показують досвід користувача – де виникають проблеми та успішність виконання функцій сервісу.



Зображення 4 - CJM (Customer Journey Map)

Результати досліджень

З’ясовано, що на сервісі є кілька ключових функцій, які потрібно покращити:

1. Не інтуїтивна навігація
2. Візуальна перевантаженість
3. Повторювані товари та реклама

Дослідження показали, що користувачі очікують від сучасного маркетплейсу не тільки естетично привабливого дизайну, але й простоти використання, гнучкості та персоналізованого підходу. Саме тому при розробці KlikAVA особлива увага була приділена:

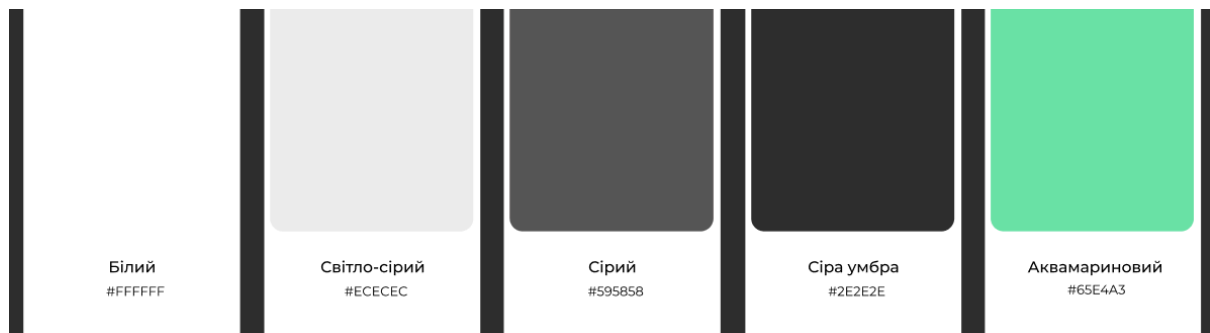
1. логічній структурі сторінок
2. зручній фільтрації
3. адаптивності
4. удосконалена навігація

Дизайн система

Для проекту KlikAVA була вибрана наступна кольорова палітра, яка поєднує свіжість, нейтральність і функціональність:

1. Білий (#FFFFFF) — основний колір для тексту та фону, що забезпечує чистоту і контрастність.
2. Світло-сірий (#ECECEC) — для фонових елементів та зон відпочинку очей користувача.
3. Сірий (#595858) — використовується для тексту другого рівня, іконок та елементів меншої важливості.
4. Сіра умбра (#2E2E2E) — темний відтінок сірого для фону, що створює глибину і акцентує увагу на контенті.
5. Аквамариновий (#65E4A3) — основний акцентний колір, який підкреслює інтерактивні елементи і створює відчуття свіжості, енергії та сучасності.

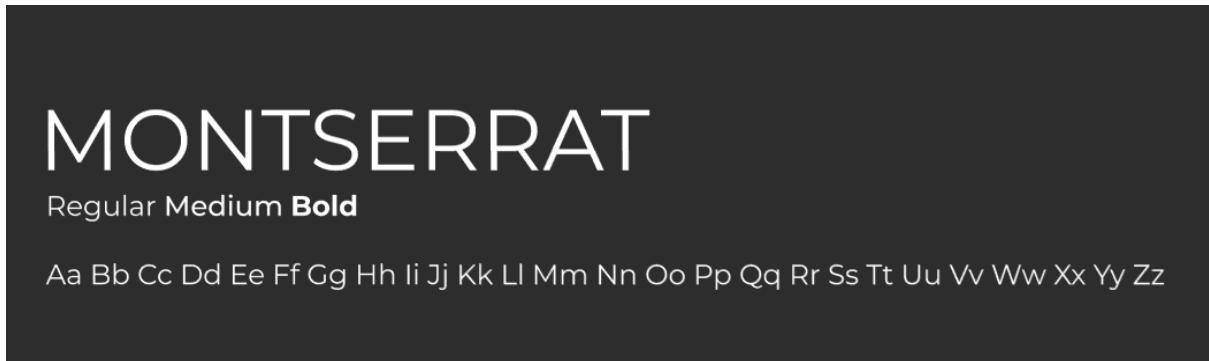
Ця палітра дозволяє забезпечити комфортний для користувача інтерфейс із чіткою візуальною ієрархією та сучасним виглядом.



Зображення 5 - кольорова палітра

Типографіка

У проєкті використовується шрифт Montserrat — сучасний геометричний шрифт, який надає інтерфейсу чіткості та гарної структури. Шрифт застосовується у кількох накресленнях (Regular, Medium, Bold) для побудови візуальної ієрархії. Montserrat вдало поєднується з інтерфейсною логікою сайту KlikAVA: простий, але характерний, він підкреслює цінності бренду — зрозумілість і доступність



Зображення 6 - Типографіка

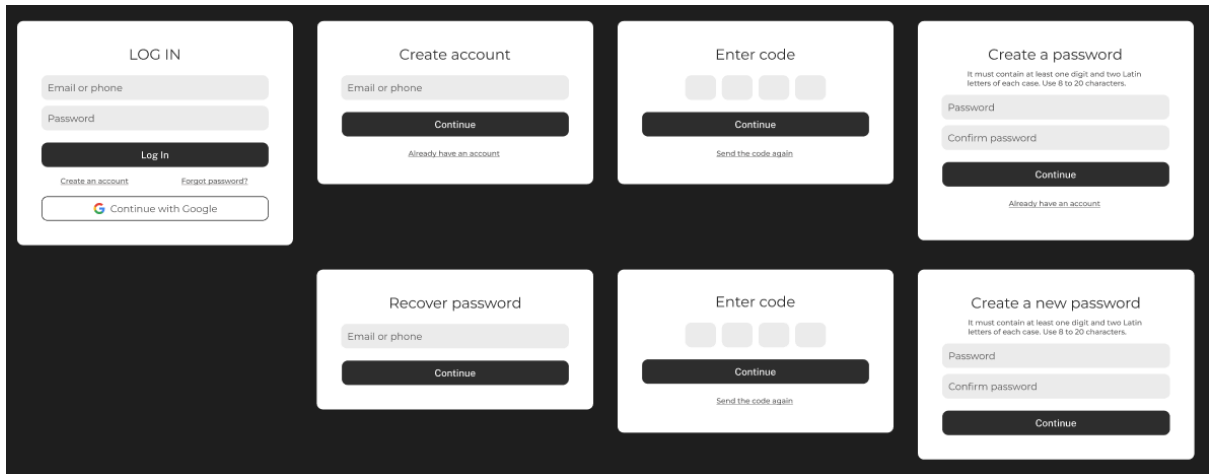
Логотип

Логотип KlikAVA — ключовий елемент айдентики, що втілює ідею простого онлайн-шопінгу з одного кліку. Графічна частина поєднує курсор миші та коло — символ кліку та інтерфейсу. Округлі форми логотипу перегукуються з дизайном сайту, де переважає м'якість і плавність, створюючи відчуття доступності й дружності. Логотип має кілька варіантів — з текстом або окремим знаком, що дозволяє гнучке використання у різних форматах.

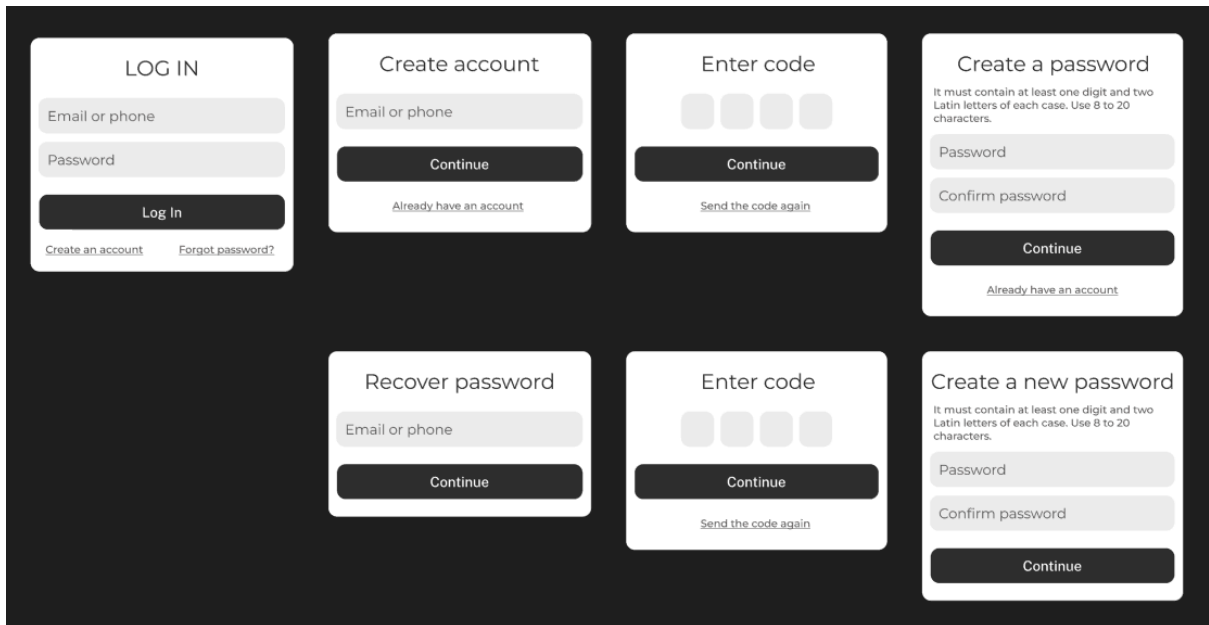


Зображення 7 - Логотип

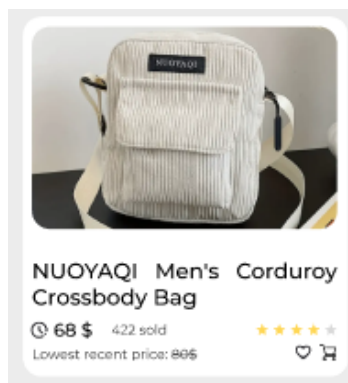
UI Kit – Елементи інтерфейсу



Зображення 8 – Вхід та Реєстрація у web версії



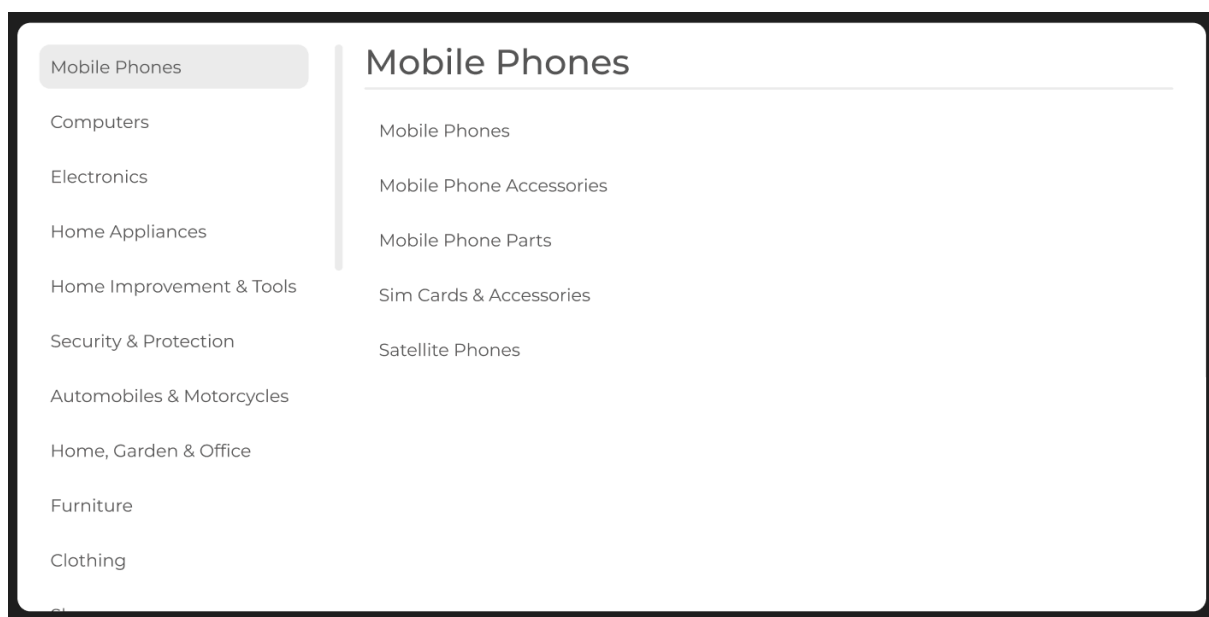
Зображення 9 – Вхід та Реєстрація у мобільній версії



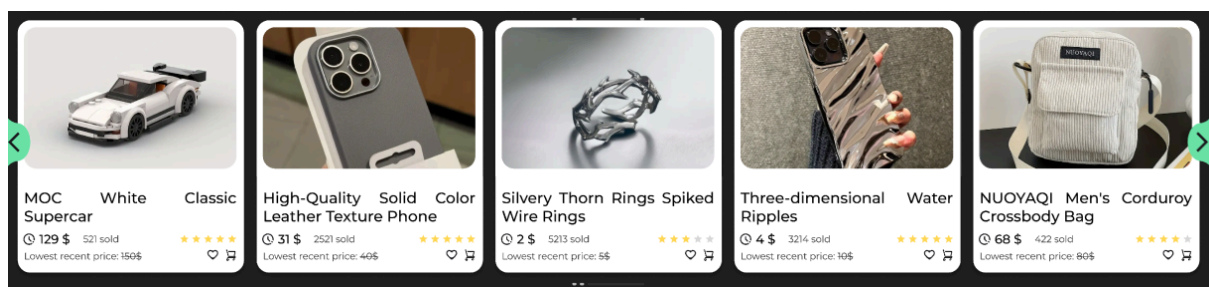
Зображення 10 – картточка з товаром

All	Home and comfort	Kitchen	Beauty and care	Goods for children	Office
All	Home and comfort	Kitchen	Beauty and care	Goods for children	Office
All	Home and comfort	Kitchen	Beauty and care	Goods for children	Office
All	Home and comfort	Kitchen	Beauty and care	Goods for children	Office
All	Home and comfort	Kitchen	Beauty and care	Goods for children	Office
All	Home and comfort	Kitchen	Beauty and care	Goods for children	Office
All	Home and comfort	Kitchen	Beauty and care	Goods for children	Office
All	Home and comfort	Kitchen	Beauty and care	Goods for children	Office

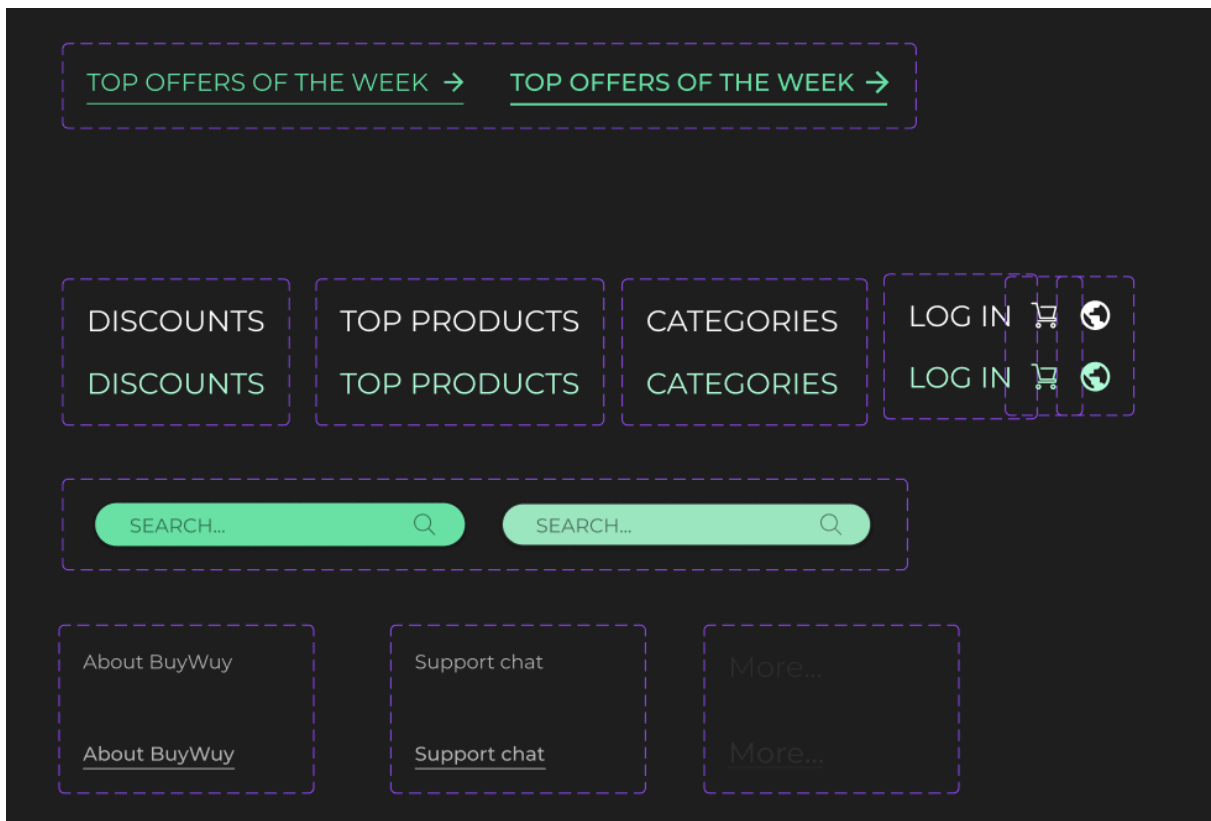
Зображення 11 – Навігація



Зображення 12 – Категорії



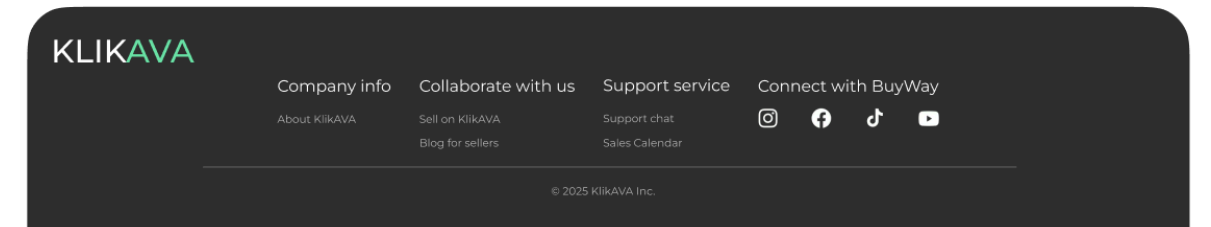
Зображення 13 – розділ “Hot discounts!”



Зображення 14 – кнопки



Зображення 15 – Header web версія

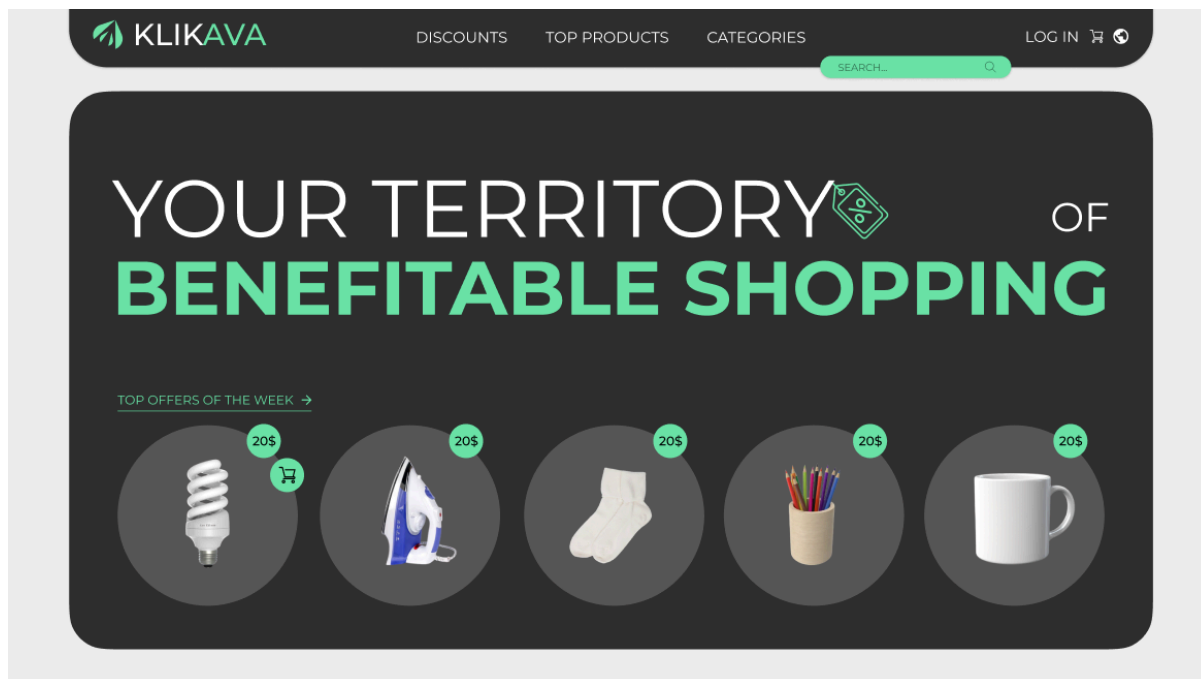


Зображення 16 – Footer web версія

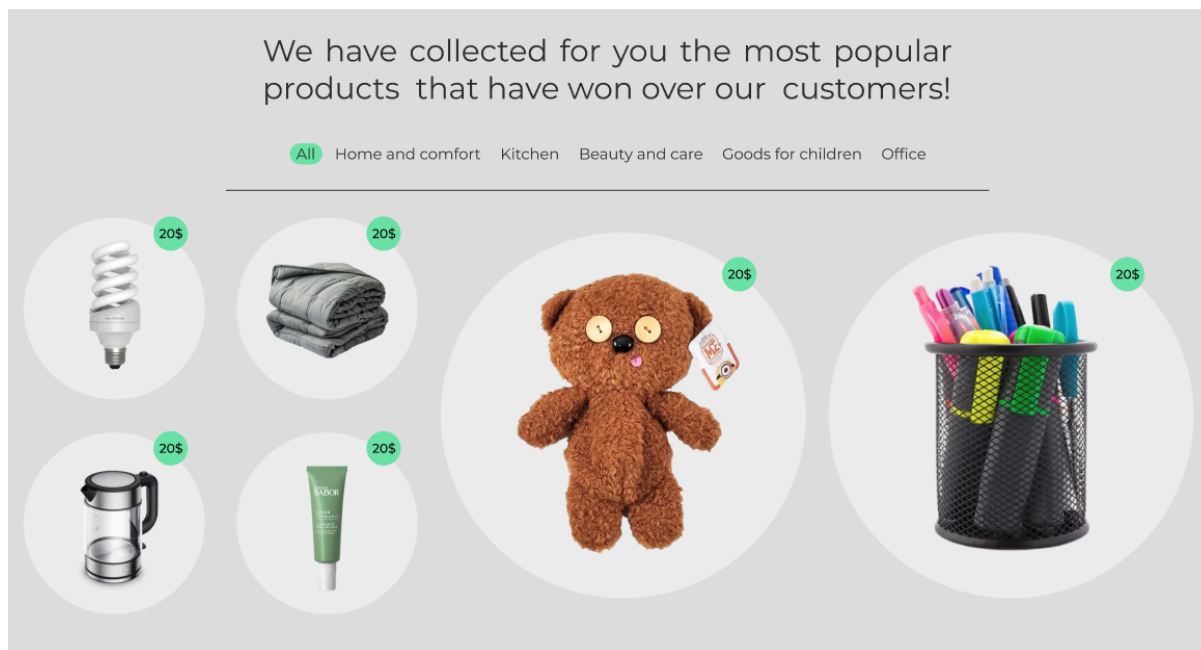
Візуалізація

Загалом у рамках проекту було створено понад 100 унікальних сторінок, кожна з яких продумана для максимальної зручності користувача. Кожен екран відображає інформацію та функціонал, що сприяють зручній навігації та задоволенню потреб користувачів.

Сайт



Зображення 17 – Головна сторінка

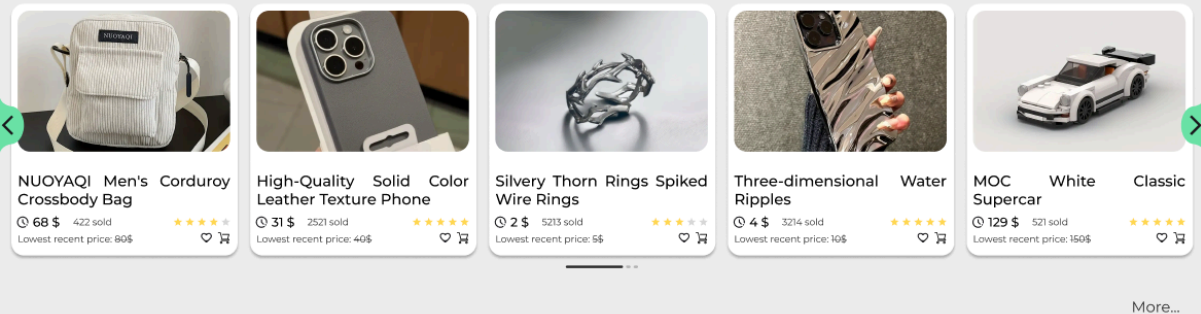


Зображення 18 – Розділ "Popular"

Hot discounts!

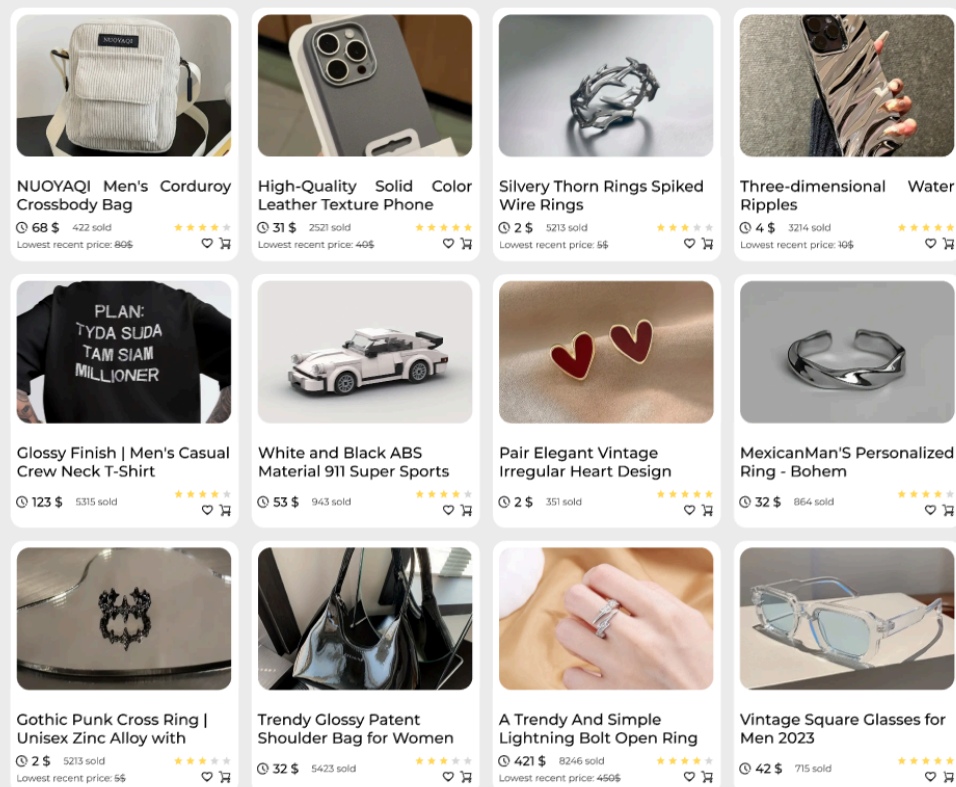
Catch the benefit right now!

Discounts

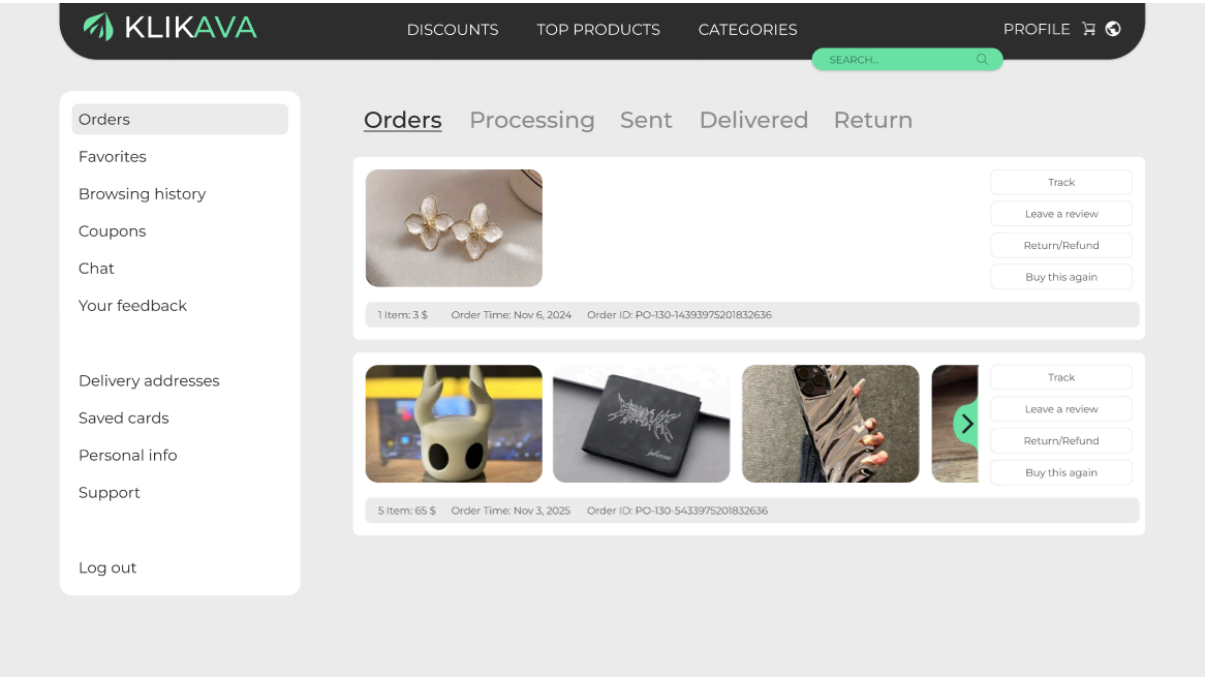


Зображення 19 – Розділ “Hot discounts”

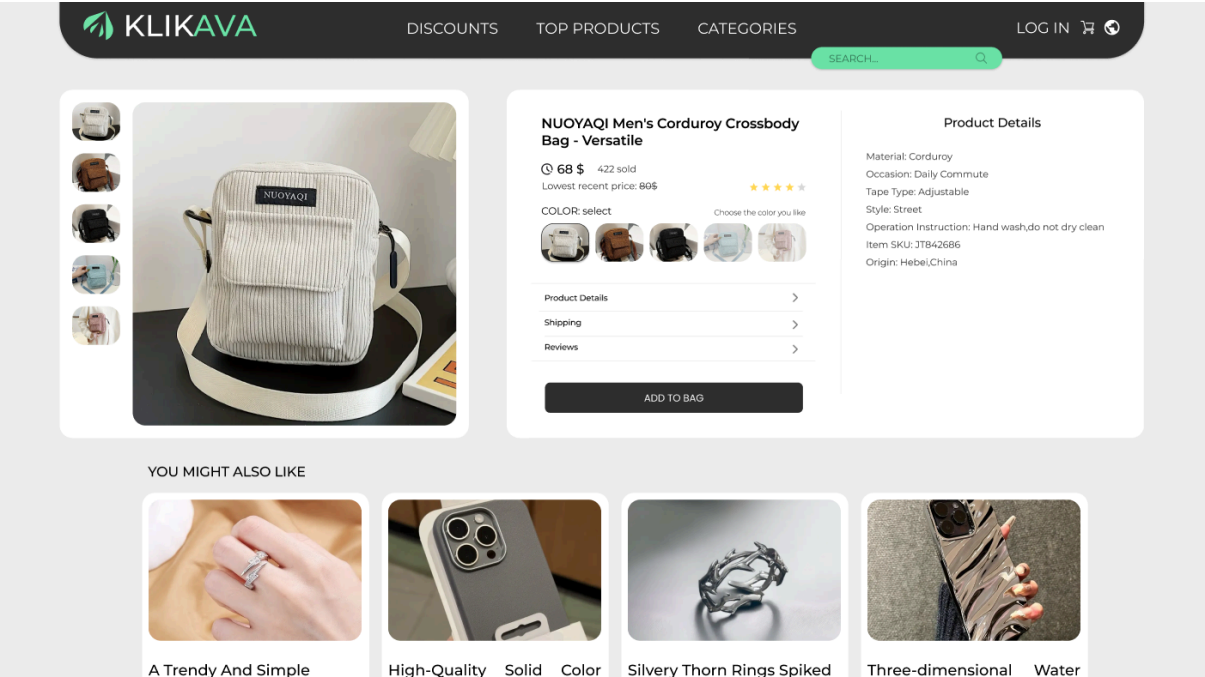
Everything you need in one place!



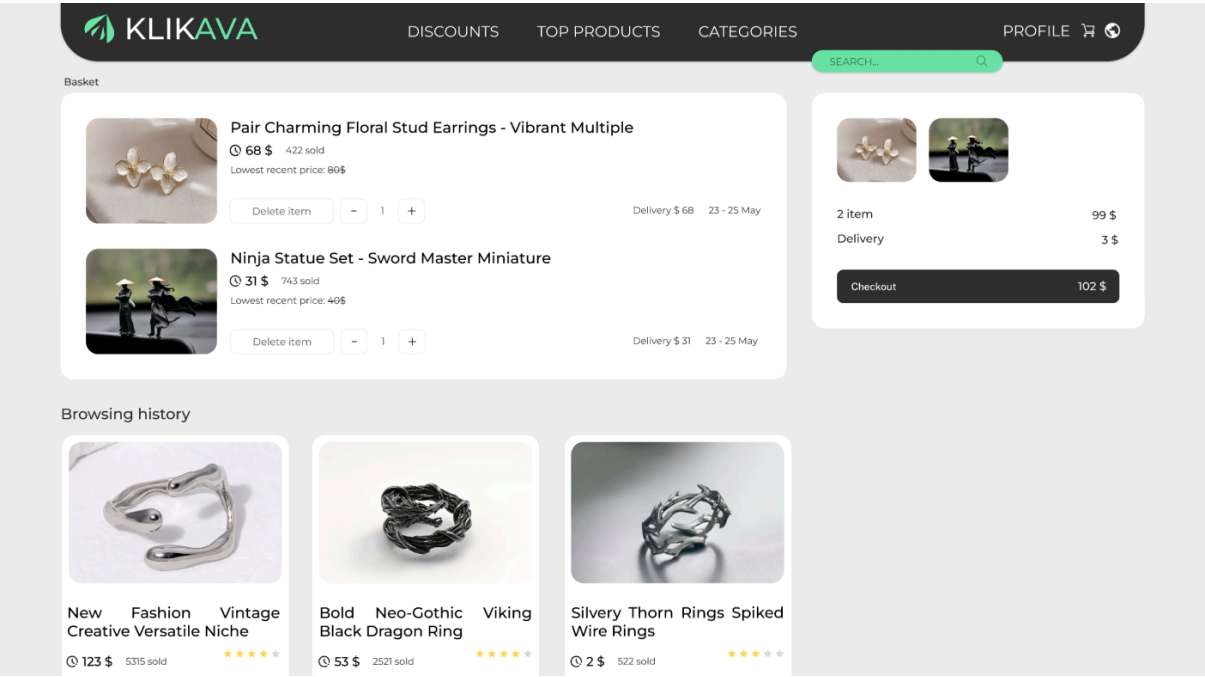
Зображення 20 – Розділ картками товарів



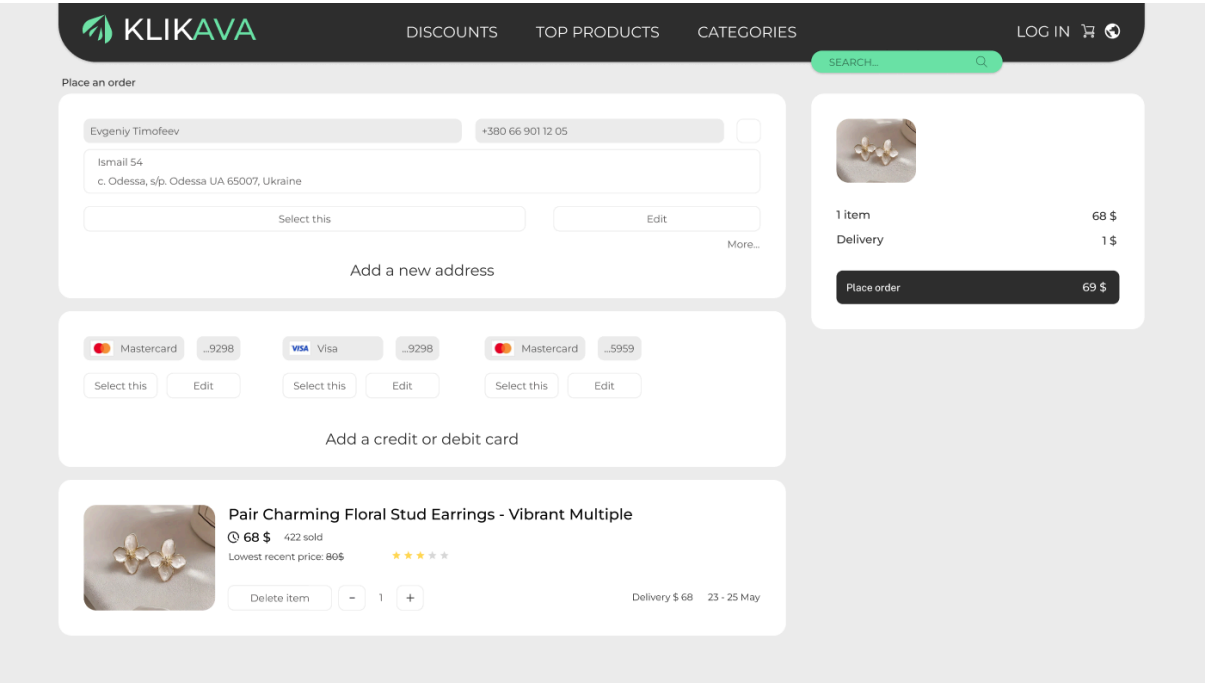
Зображення 21 – Профіль



Зображення 22 – Сторінка з товаром



Зображення 23 – валіза



Зображення 24 – Оплата

Админ панель

The screenshot shows the 'Users' management interface. On the left is a dark sidebar with the KLIKAVA logo and navigation links: Users, Admins, Products, and Categories. The main area has a top search bar labeled 'Global search...' and a secondary search bar labeled 'Search...'. Below these is a table of users with columns: First Name, Last Name, Email, and Role. There are five user entries, all with the email 'lokider6@gmail.com'. The first and last entries are 'customer', while the middle three are 'seller'. Each row has a checkbox on the left and edit/delete icons on the right. At the bottom, there are buttons for 'Trash selected' and 'Filter selected', a 'Rows per page' dropdown set to 1, and pagination information '1 - 10 of 406'.

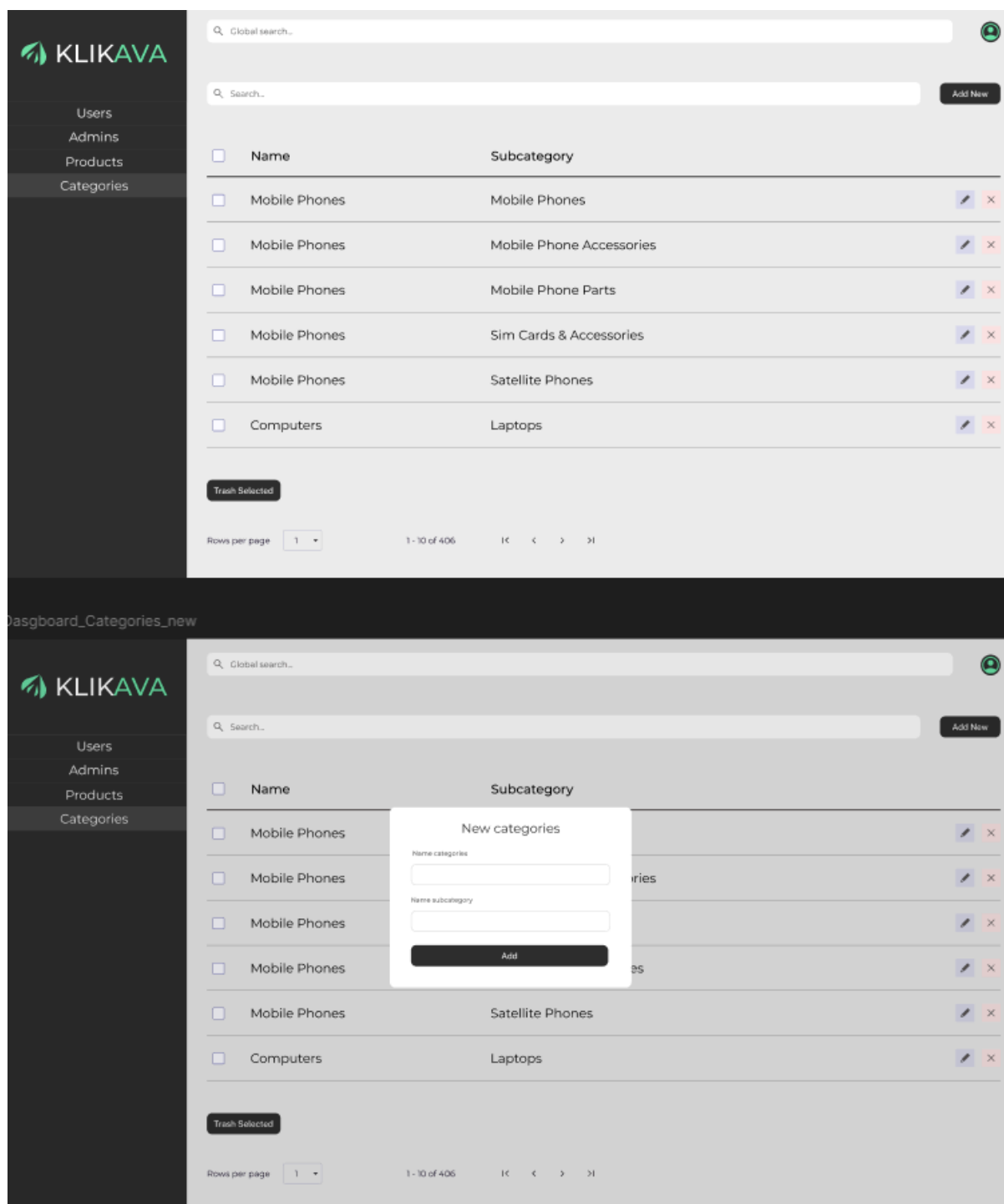
☐	First Name	Last Name	Email	Role	
☐	Женя	Тимофеев	lokider6@gmail.com	customer	
☐	Женя	Тимофеев	lokider6@gmail.com	seller	
☐	Женя	Тимофеев	lokider6@gmail.com	seller	
☐	Женя	Тимофеев	lokider6@gmail.com	customer	

Зображення 25 – CRM(користувачі)

The screenshot shows the 'Products' management interface. The sidebar is identical to the previous image. The main area has a top search bar labeled 'Global search...' and a secondary search bar labeled 'Search...'. Below these is a table of products with columns: Name, SKU, Stok, Price, Categories, Tags, and Date. There are six product entries. The first five have 'Product Name' in the Name column and '-' in others. The sixth has 'Product Name' in Name, '-' in SKU, 'in stock' in Stok, '125\$' in Price, and '-' in Categories and Tags. Each row has a checkbox on the left and a delete icon on the right. A 'Filter' modal is open over the table, containing dropdown menus for Stock, Price, Date, Tags, and Categories, each with a 'Select' button. At the bottom, there are buttons for 'Trash selected' and 'Filter selected', a 'Rows per page' dropdown set to 1, and pagination information '1 - 10 of 406'.

☐	Name	SKU	Stok	Price	Categories	Tags	Date	
☐	Product Name				-	-	07.04.25	
☐	Product Name				-	-	04.02.25	
☐	Product Name				-	-	02.01.25	
☐	Product Name				-	-	08.06.25	
☐	Product Name				-	-	12.04.25	
☐	Product Name	-	in stock	125\$	-	-	23.04.25	

Зображення 26 – CRM(Продукти/фільтр)



Зображення 27 – CRM(Категорії/нові)

All products

Add products

Orders

Add products

Product Name

Products Description

Products Data

Price

Regular Price

Categories

SKU

Quantity

Sale Price

Publish

Status: Draft

Product Image

Add

Product Gallery

Add

Зображення 28 – Сторінка для продавців

All products

Add products

Orders

Global search...

Search...

Add New

☐	Name	SKU	Stok	Price	Categories	Tags	Date	
☐	Product Name	-	in stock	90\$	-	-	07.04.25	
☐	Product Name	-	out of stock	90\$	-	-	07.04.25	
☐	Product Name	-	in stock	90\$	-	-	07.04.25	
☐	Product Name	-	in stock	90\$	-	-	07.04.25	
☐	Product Name	-	in stock	90\$	-	-	07.04.25	
☐	Product Name	-	in stock	90\$	-	-	07.04.25	

Trash Selected

Filter selected

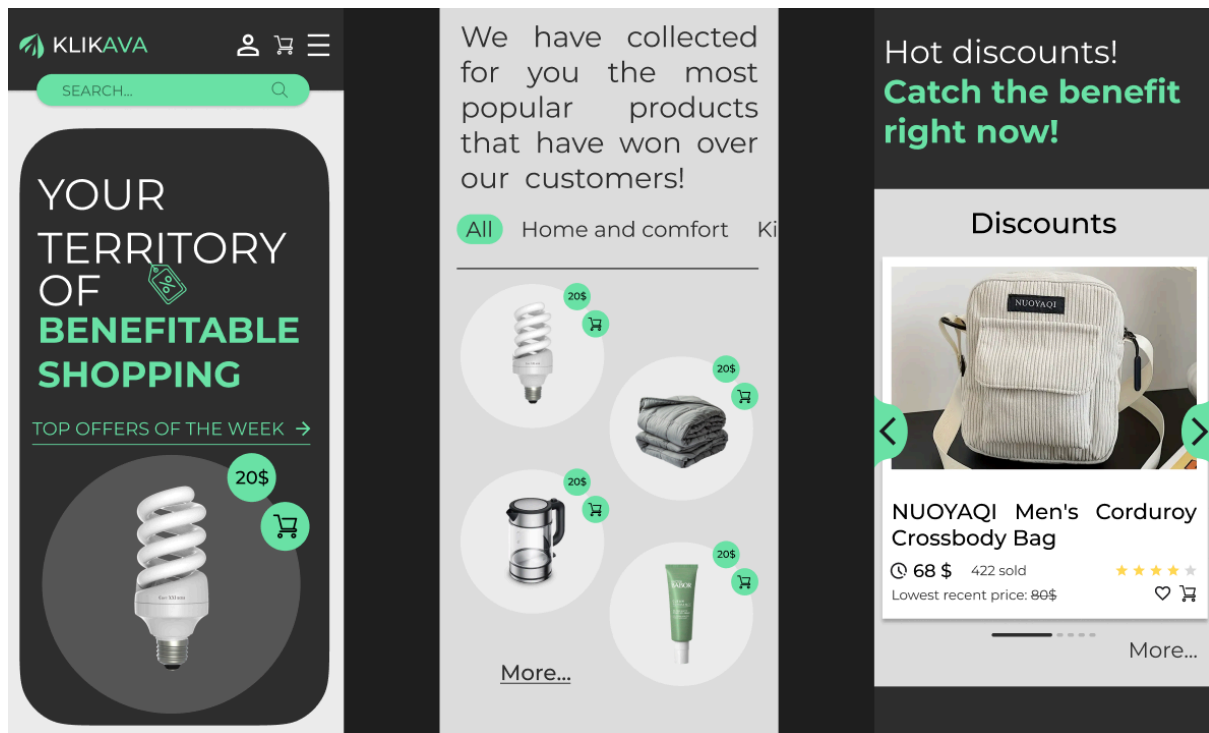
Rows per page

1

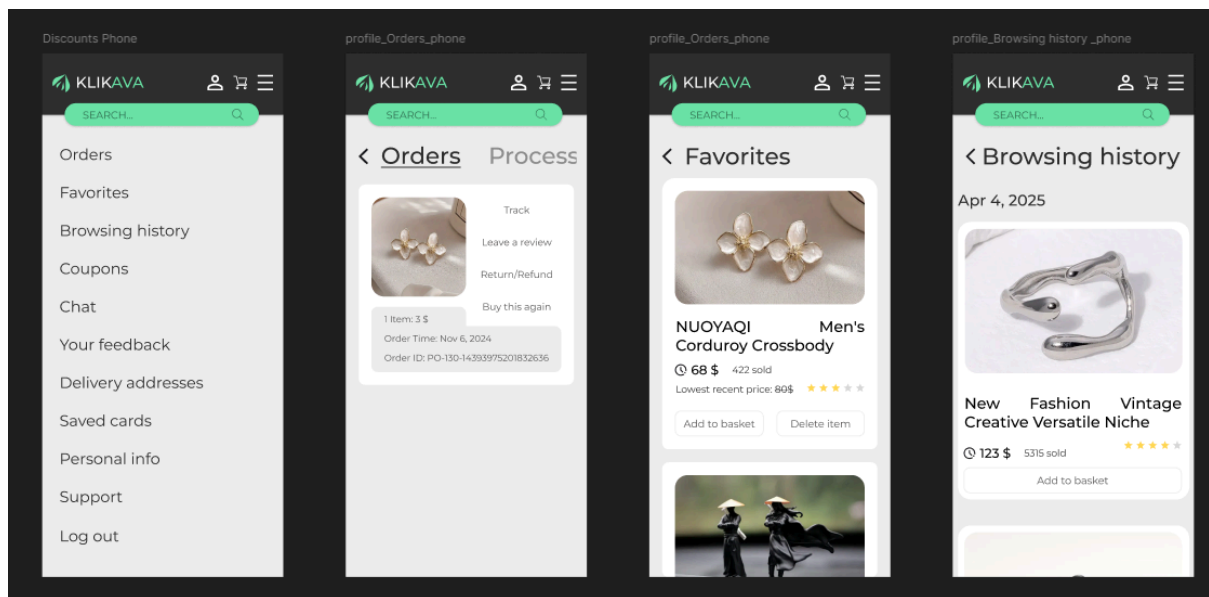
1 - 10 of 406

Зображення 29 – Сторінка для продавців

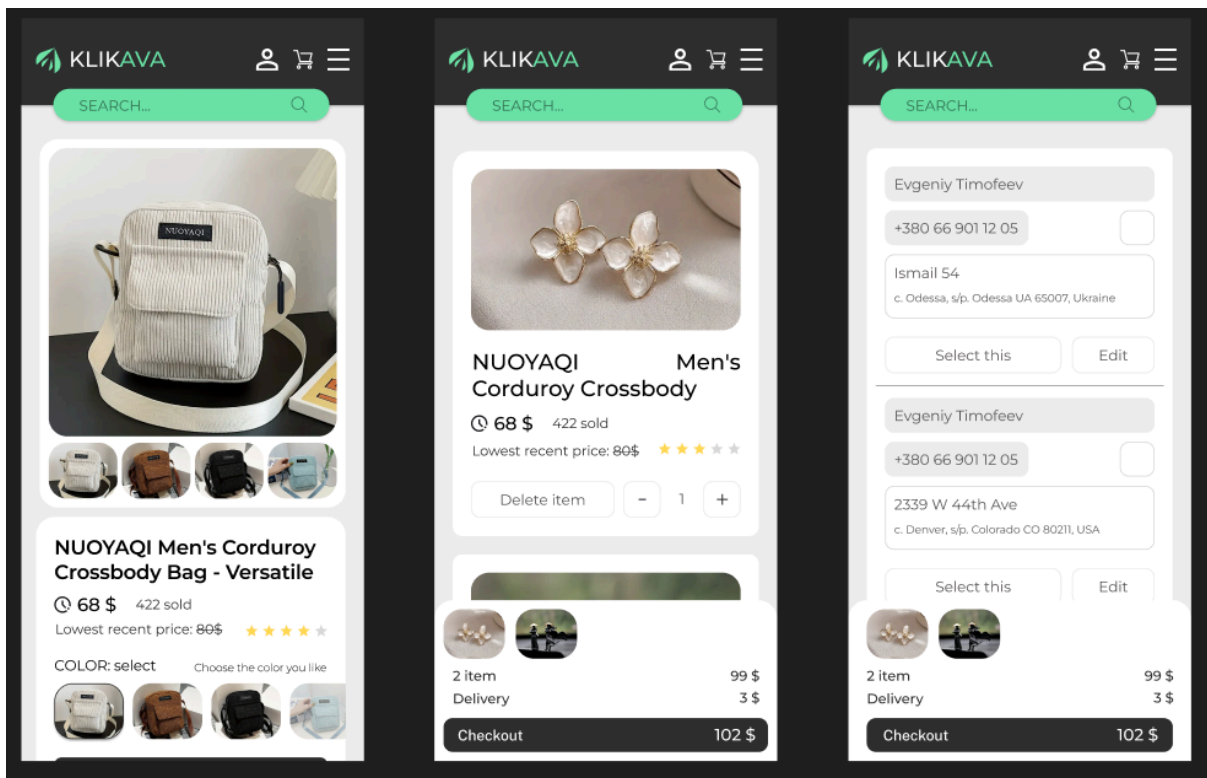
Мобільна адаптація



Зображення 30 – Головна сторінка / Розділ “Popular” / Розділ “Hot discounts”



Зображення 31 – Профіль/ Розділ “Закази” / Розділ “Улюблене” / Розділ “Історія”



Зображення 32 – Сторінка з товаром / Кошик / Оформлення заказу

Використані технології



Adobe After Effects — для створення анімованого ролика



Adobe Illustrator — розробив логотип проєкту



Adobe Audition — використовував для підстановки, редагування та зведення звукових ефектів у відео.



Figma — головний інструмент для розробки інтерфейсів

Використані ресурси

Ресурс: <https://ru.pinterest.com>

Пошук стилю

Ресурс: <https://www.behance.net>

Пошук надихання та перегляд трендів дизайну

Ресурс: <https://aliexpress.com>

Приклад

Ресурс: <https://www temu.com>

Приклад

Ресурс: <https://mobygratis.com>

саундтрек

Література

Ресурс: <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>

Нильсен, Якоб и Ландауэр, Томас К.: «Математическая модель поиска проблем удобства использования», Труды конференции ACM INTERCHI'93 (Амстердам, Нидерланды, 24-29 апреля 1993 г.), стр. 206-213.