

# СУЧАСНІСТЬ ВЕБСЕРВІСУ ДЛЯ ОНЛАЙН-ПРОДАЖУ І ПРИМІРЮВАННЯ АКСЕСУАРІВ

Вінницький національний технічний університет;

**Анотація** У роботі було розроблено і представлено веб-систему обробки даних для онлайн-продажу і примірювання аксесуарів в доповненій реальності на основі використання етапів повної побудови вебсервісу. Для покращення віртуальної взаємодії з користувачами та забезпечити їм більш реалістичне та захоплюючий досвід покупок.

**Ключові слова:** веб-система, доповнена реальність, 3D,

**Abstract** The paper developed and presented a web data processing system for the online sale and fitting of accessories in augmented reality based on the use of stages of a complete web service construction. To improve the virtual interaction with users and provide them with a more realistic and exciting shopping experience.

**Keywords:** web system, augmented reality, 3D

## Вступ

На сьогоднішній день є актуальним питанням побудови вебсервісу для онлайн-продажу і примірювання аксесуарів. Особливої актуальності та обговорення ця проблема набула під час карантинних обмежень під впливом пандемії COVID-19, та запровадження військового стану на території України. Вимушено перебуваючи вдома, люди відкрили для себе нові технології і в цьому можна впевнено сказати є позитив. Карантин дозволив сфокусуватися на існуючих прогалинах – інтеграції магазинів в електронний простір, що дозволило клієнтам відшукати новий товар. Враховуючи, що українці дуже активно користуються інтернет-ресурсами відкриття інтернет-магазину має значний потенціал. Це дозволить задовільнити максимально споживчий запит.

## Результати дослідження

### Постановка задачі

Завдання полягає в розробці вебсервісу онлайн-продажу і примірки аксесуарів, яка дозволить користувачам отримувати новий досвід до купівлі звичайних речей. Сервіс повинна зберігати традиційний функціонал, такий як категорії товару, його опис і розмір. Сервіс повинен надати нового досвіду для користувача у звичайній покупці. Сервіс має бути розроблена для роботи з доповненою реальністю та забезпечення звичайного функціоналу.

Програма буде розроблена з використанням фреймворку веб-розробки, такого як A-Frame. Сервіс складатиметься з звичайної верстки, яка зберігає звичний вигляд, картки товарів, інфоблог та розділ примірки. Інтерфейс буде розроблено з використанням HTML, CSS і JavaScript, щоб забезпечити зручний вигляд. Програма буде розміщена на веб-сервері, такому як Apache або Nginx.

### Структура підсистеми

Перед розробкою сервісу, необхідно представити задачу у вигляді необхідних структурних блоків (див. рис. 1):

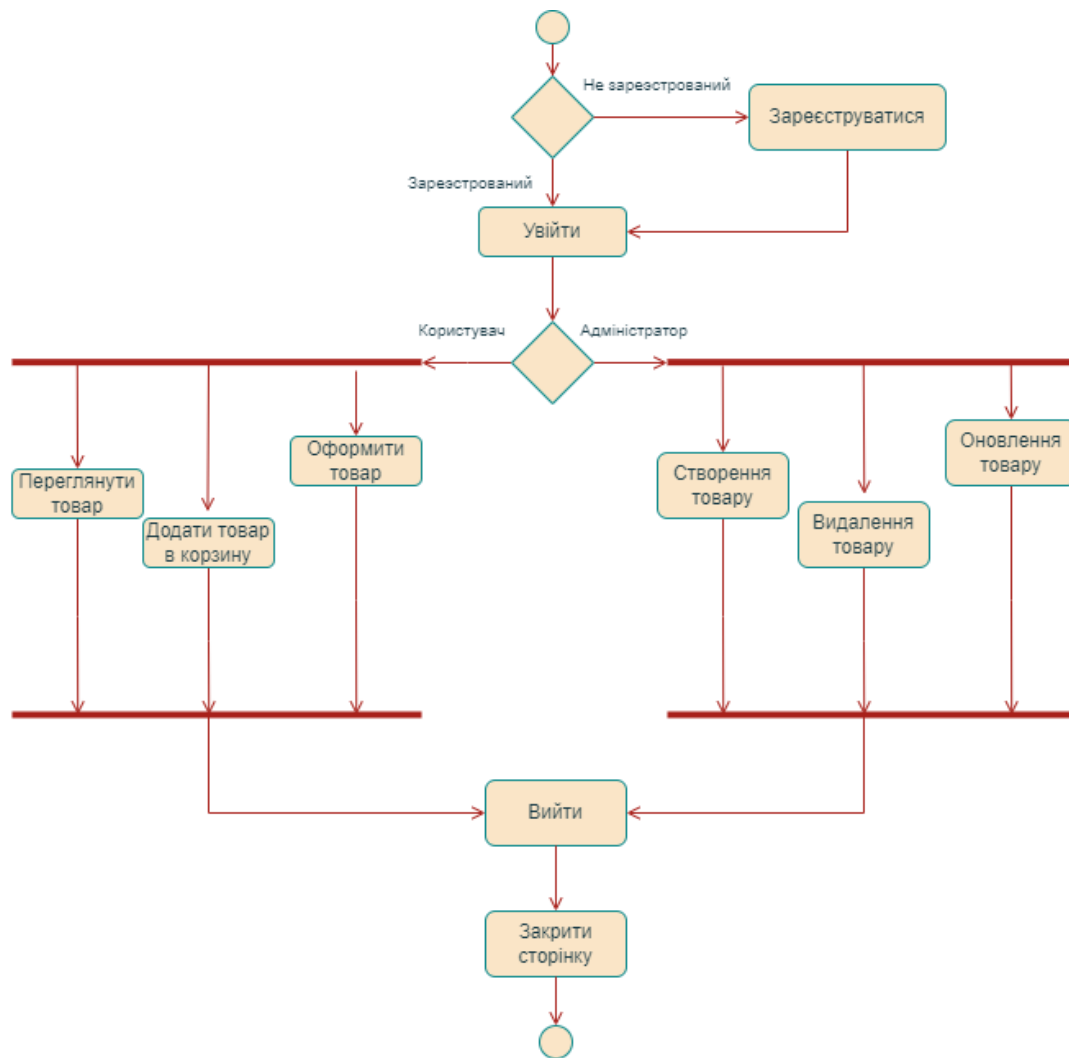


Рис. 1. Структура вебсервісу

Ці структурні блоки відповідають узагальненому алгоритму роботи програми.

### Опис основних функцій програмного засобу, та його тестуванн

Функції є такими:

1. Реєстрація та вхід користувача: користувачі зможуть створити обліковий запис і увійти, щоб отримати доступ до сервісу.
2. Каталог товару: користувачі матимуть доступ до асортименту товарів.
3. Товар: користувачі зможуть оформляти замовлення, приміряти його на собі.
4. Статистика: система буде зберігати статистику користувача, таку як кількість куплених речей, розмір, категорії та скільки приміряли.
5. Інфоблог: сервіс надасть клієнтам отримувати поради, останні тренди щодо модних виробів, надає додаткову інформацію, щоб допомогти їм прийняти кращі рішення.

В ході тестування, що входить до етапу повної побудови сервісу, перевірялися наступні

складові вебсервісу:

1. Реєстрація користувача та вхід: ми перевіряємо систему, щоб переконатися, що користувачі можуть створити обліковий запис і увійти.
2. Каталог товару: ми перевіряємо сервіс, щоб переконатися, що користувачі можуть отримати доступ до всіх доступних товарів.
3. Товар: ми перевіряємо систему, щоб переконатися, що користувачі можуть приміряти на собі та добавляти в корзину.
4. Статистика: ми перевіряємо систему, щоб переконатися, що система точно зберігає та відображає статистику користувача.

### Висновки

В ході проведеної роботи було створено сервіс онлайн продажу і примірки аксесуарів, який буде сприяти розвитку досвіду покупки, дозволяючи покупцям відчувати нового досвіду від віртуальної примірки та отримувати реалістичне уявлення про його вигляд.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ryann K. Ellis. Field Guide to Learning Management Systems (англ.) // Learning Circuits. — 2009.
2. ↑ Beth Davis, Colleen Carmean, Ellen D. Wagner. The Evolution of the LMS: From Management to Learning (англ.) // The eLearning Guild. — 2009.
3. ↑ Перейти назад:<sup>1 2</sup> A Brief History of Online Education. bear.warrington.ufl.edu. Дата обращения: 3 февраля 2019.
4. ↑ Ernest Hilgard. Learning & the technology of instruction. — 3-е. — New York: Appleton-Century-Crofts, 1966. — С. 554—561.
5. Martin Lindstrom Buyology. A fascinating journey into the brain of the modern consumer" (англ.) // Doubleday, 2008
6. Clicks, Bricks & Brands Martin Lindström (англ.) // Kogan Page, 2001

**Бровченко Валерій вікторович** — студент групи ІКІ-21мс, факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: brovchenkovalera506@gmail.com

**Brovchenko Valeriy Viktorovich** — student of group ІКІ-21ms, Faculty of Information Technologies and Computer Engineering, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: brovchenkovalera506@gmail.com