

**Олександр ВАСИЛЬЄВ,**

*orcid.org/0000-0003-1255-3756*

аспірант кафедри ергономіки і дизайну

Київського національного університету технологій та дизайну

(Київ, Україна) [aleksandr.vasylievs@gmail.com](mailto:aleksandr.vasylievs@gmail.com)

## АКТУАЛЬНІ СТИЛІ ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТІВ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

Стаття присвячена дослідженню стильових рішень дизайну сторінок десктопних версій веб-сайтів інтернет-магазинів різних типів з метою виокремлення найбільш поширених з них та розробки їх розгорнутої характеристики. Це дослідження містить огляд наукової та популярної літератури стосовно означеної тематики, результати аналізу якої підтверджують актуальність теми роботи. Методологічною основою дослідження стали комплексний підхід, методи аналітичного і візуально-аналітичного аналізу об'єкту дослідження, систематизація інформації про різновиди стильових рішень дизайну сторінок сайтів інтернет-магазинів. На основі аналізу композиційних рішень сторінок десктопних версій веб-сайтів 470 інтернет-магазинів різних типів, що реалізують 27 різних груп товарів, було виокремлено найбільш поширені стилі їх оформлення. Виявлено, що різні стилі оформлення характерні як для різних сторінок сайту, так і для різних типів інтернет-магазинів, а також залежать від напрямку діяльності та груп товарів, що реалізується, і їх кількості. Наприклад, американський бізнес-стиль є характерним для рішення головних сторінок інтернет-аукціонів і відомих маркетплейсів, тематичних інтернет-магазинів і інтернет-магазинів, що спеціалізуються на продажах побутової техніки, комп'ютерів та електроніки, книжок та листівок, годинників, сторінок категорій та підкатегорій більшості інтернет-магазинів. В стилі *Organic & Natural* оформлюють головні сторінки інтернет-магазинів, які пов'язані з еко-бізнесом, продажем продуктів харчування, квітів та рослин, екологічно безпечних засобів для краси та здоров'я. В ретро стилі оформлюють сторінки вінтажних інтернет-магазинів, інтернет-аукціонів та виставок-продажів відповідної тематики тощо. По тексту надані посилання на сайти відповідних інтернет-магазинів. В ході дослідження виявлено, що відмінності стилів оформлення сторінок сайтів інтернет-магазинів стосуються їх структури, типографіки, кольорового рішення, типів шрифтів, наявності вільного простору, рисованих елементів, фото та відео контент тощо. За результатами досліджень визначено перелік особливості кожного стильового рішення та наведено його розгорнуту характеристику, підібрано і наведено приклади виокремлених стильових рішень сайтів інтернет-магазинів.

**Ключові слова:** веб-сайт, веб-дизайн, стиль дизайну веб-сайту, стильове рішення сайту, інтернет-магазин.

**Aleksandr VASYLIEV,**

*orcid.org/0000-0003-1255-3756*

Post-graduate Student at the Department of Ergonomics and Design

Kyiv National University of Technology and Design

(Kyiv, Ukraine) [aleksandr.vasylievs@gmail.com](mailto:aleksandr.vasylievs@gmail.com)

## CURRENT DESIGN STYLES FOR ONLINE STORE WEBSITES

This article is devoted to research of design solutions of desktop online store websites of various types in order to identify the most common ones and develop their detailed characteristics. This study contains an overview of scientific and popular literature on this topic, the results of the analysis of which confirm the relevance of the topic of work. The methodological basis of the research was an integrated approach, methods of analytical and visual-analytical analysis of the object of research, systematization of information about the types of design styles solutions. Based on the analysis of 470 online shopping websites of various types selling 27 different product groups, the most common styles of their design were identified. It is revealed that different design styles are typical not only for different pages of the site, but also for different types of online stores, and also depend on the direction of activity and groups of products sold and their quantity. For example, the American business style is typically consists of online auctions and well-known marketplaces, thematic online stores and online stores specializing in the sale of household appliances, computers and electronics, books and postcards, watches, pages of categories and subcategories. Eco-Business associated online stores specialize in the sale of different kinds of Organic & Natural products, such as food, flowers, plants, environmentally friendly products for beauty and health. Retro designs can usually be observed on some vintage online marketplace websites, online auctions and exhibitions of relevant topics. The text provides links to the websites of the corresponding online stores. In the course of the study, it was revealed that the differences in page design styles of online store sites relate to their structure, typography, color scheme, font types, availability of free space, drawn elements, photo and video content, etc. Based on

*the research results, a list of features of each style solution is determined and its detailed characteristics are given. Also some examples of selected style solutions of online store sites are available.*

**Key words:** website, web design, website design style, site style solution, online store.

**Постановка проблеми.** За визначенням, для веб-сайту стиль – це система візуальних елементів, що покликана забезпечити цілісність сприйняття як веб-сайту в цілому, так і окремої веб-сторінки (Бородаєв, 2004: 131-146. Сучасна література з дизайну веб-сайтів в більшості своїй присвячена нормативними та практичними інструкціями, які встановлюють рекомендації щодо веб-дизайну. Основна увага вчених протягом тривалого часу була зосереджена або на аспектах зручності використання (Fleming, 1998; Nielsen, 1999; Sharp et al., 2007) або на графічно-естетичних особливостях веб-дизайну (Beaird, 2010; McIntire, 2007; Siegel, 1996; 2001). Лише у коротких уривках автори наукових та практичних робіт окреслили історичні особливості веб-тенденцій. Стосовно стилів оформлення сторінок сайтів на сьогодні інформація не достатньо вивчена і представлена здебільшого в Інтернет середовищі. З огляду на це можна зробити висновок, що проблема стилю у веб-дизайні поки залишається поза увагою спеціалістів в галузі мистецтвознавства та дизайну, а тому є актуальною. Зважаючи на те, що на сьогодні відсутня систематизована інформація про стилі оформлення сторінок сайтів інтернет-магазинів, доцільним є проведення дослідження з цього питання, використовуючи відповідні зображення сторінок веб-сайтів світових та вітчизняних підприємств електронної комерції.

**Аналіз досліджень.** Межі дослідження веб-дизайну обмежені проміжком з 1991 року по теперішній час, що ускладнює чітке визначення стилів, які склалися в ньому. Аналіз наукових робіт показав, що теоретичні розробки по темі веб-дизайну та стильовому рішенню веб-сайтів розроблені недостатньо повно. Так у роботі Д. Бородаєва (Бородаєв, 2004: 131-146) стиль веб-сайту визначено як систему візуальних елементів, що покликана забезпечити цілісність сприйняття як веб-сайту в цілому, так і окремої веб-сторінки. Ним зазначено, що на основі розробленої концепції та інформаційного змісту веб-сайту дизайнер створює «наскрізний» дизайн, який включає: модульну сітку, шрифт, колірну палітру, способи подачі ілюстративного матеріалу, елементи навігації тощо. Розміщення та чергування цих елементів на сторінках веб-сайту створює єдине графічне оформлення, що відповідає стильовим особливостям веб-сайту.

В. Вязьминов (Вязьминов, 1999) в своїй статті систематизував і охарактеризував основні

напрямки веб-дизайну: текстовий дизайн, поліграфічний дизайн, «інтерфейсний» або юзабіліті-дизайн, динамічний дизайн та змішаний тип дизайну, що є комбінацією перерахованих вище. Д. Бородаєв (Бородаєв, 2004: 47-51) доповнив їх описом сфери використання та технологічними інструментами реалізації веб-сайтів. У контексті розглянутих напрямків практичний інтерес представляє класифікація основних стилів оформлення веб-сайтів, яка запропонована В. Рейнбоу (Рейнбоу, 2003).

Одну з перших спроб розкрити проблематику стилів у веб-дизайні здійснив К. Клонінгер, який запропонував низку авторських стильових моделей в побудові веб-дизайну та визначив їх основні характеристики (Клонінгер К., 2002: 3-5). Робота порушує проблему стильової неоднорідності в веб-дизайні і пов'язану з цим складність чіткого визначення стилів в ньому.

У роботах Іди Енгольм (Engholm, 2002, 2007) визначено, що розвиток дизайну веб-сайтів описується лише спорадично. Авторкою надано визначення стилю та жанру у веб-дизайні та характеристику деяких стилів веб-дизайну, стосовно двох визначених нею напрямків розвитку: функціоналізм та авангард.

Необхідно також зазначити, що на сьогодні існує декілька наукових робіт, автори яких розробляли автоматизовані методи визначення характеристик веб-сайтів стосовно часу та жанру (Doosti, 2017 et al., Reinecke, Gajos, 2014, Wen Chen et al., 2017), для чого ними було визначено характеристики основних складових дизайну веб-сайтів.

**Мета статті** – провести аналіз сайтів інтернет-магазинів різних типів і сфер діяльності, що реалізують різні групи товарів, визначити найбільш поширені стилі оформлення їх сторінок, надавши розгорнуті характеристики кожного з них стосовно їх структури, типографіки, кольорового рішення, типів шрифтів, наявності вільного простору, рисованих елементів, наявності фото та відео контенту тощо.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні не існує загальноприйнятої класифікації стилів веб-дизайну, оскільки кожен ресурс є унікальним за багатьма параметрами, а оформлення стилю сайту не є точною наукою та не має чітких правил. Виділяють декілька критеріїв, за якими класифікуються сайти: структура (мінімалістичні, складні, 2–3-колонкові); кількість та рівень гра-

фіки (стандартні, художні); тематика чи художнє оформлення (класика, мінімалізм, тощо); колірна гама (чорно-білі, різнокольорові, світлі, темні). І хоча сьогодні не існує єдиної класифікації стилів оформлення сторінок веб-сайтів, проте, у різних джерелах в Інтернеті можна зустріти перелік та стислу характеристику деяких з них. Це пов'язано з тим, що дизайн веб-сайтів досить молода ніша, яка активно зростає та розвивається. При проведенні дослідження було проаналізовано інформацію про існуючі стиліові рішення різних сторінок веб-сайтів, досліджено сайти більше ніж 470 сучасних інтернет-магазинів різних типів та груп товарів України та світу. Вибірка сайтів була здійснена на основі їх позицій у списку результатів видачі пошукової системи Google за запитом пов'язаними з групами товарів кожної окремої тематики. На основі проведеного аналізу визначено найбільш поширені сьогодні стилі оформлення сторінок сайтів, серед яких американський бізнес стиль, стилі метро (картковий), Organic & Natural, ретро, мінімалізм; рисований, журнально-газетний та Apple стиль. Розглянемо більш детально характеристики кожного з них, визначивши сферу застосування.

Одним з найбільш поширених при оформленні веб-сайтів Інтернет магазинів сьогодні є американський бізнес стиль, що призначений саме для продажу товарів та послуг. Більшість сайтів американського і європейського сектору продажів, що розроблені у цьому стилі, схожі один на одного, ніби зроблені за одним шаблоном. Проте, зважаючи на те, що саме такі сайти забезпечують продажі та прибутки, вони залишаються затребуваними. Прикладами американського бізнес стилю є сторінки сайтів відомих інтернет-магазинів та маркетплейсів: wish.com, newegg.com, best.aliexpress.com, rozetka.com.ua, allo.ua, shafa.ua, skidka.ua, iherb.com тощо. Американський бізнес стиль має декілька характерних ознак, а саме: фіксована ширина сторінок сайту і стандартне розташування елементів на них, що забезпечено побудовою сайтів за модульними сітками, використання яких робить їх добре організованими та приємними для перегляду; звичні і загальнозрозумілі образи, що повністю відповідають тематиці сайту; банерна реклама, що присутня скрізь та може бути як внутрішньою, яка веде на іншу сторінку сайту, так і зовнішньою, яка веде на інші сайти; контент товарів у вигляді якісних фотографій, що розташовані рядами, з позначенням назви, ціни, а подекуди оцінки товару споживачами за п'ятибальною системою.

Проведені дослідження показали, що американський бізнес-стиль є характерним для рішення головних сторінок інтернет-аукціонів і відомих маркетплейсів, тематичних інтернет-магазинів з невеликою кількістю асортиментних груп товарів і інтернет-магазинів, що спеціалізуються на продажах побутової техніки, комп'ютерів та електроніки, книжок та листівок, годинників, сторінок категорій та підкатегорій більшості інтернет магазинів. Проведені дослідження підтвердили, що багато сайтів створених в американському бізнес стилі, які існують протягом тривалого часу, є відомими та прибутковими, а тому цей стиль дизайну сторінок сайтів продажів є цілком закономірним.

Стиль мінімалізм сьогодні є найбільш популярним при оформленні головних сторінок сайтів преміальних і прогресивних компанії. Прикладами оформлення головних сторінок сайтів в цьому стилі є сайти інтернет-магазинів таких компаній як Bork, Apple, Dior, Chanel, Gucci тощо, веб-сайти інтернет-магазинів елітного одягу (bonobos.com, armani.com, fashionista.ua, virna.ua, vaismann.com, rito.ua, lavis.com.ua), меблів (vibia.com, carveli.com, germankitchens.com.), ювелірних виробів і годинників (harrywinston.com, cartier.com, vancleefarpels.com, tiffany.com, chopard.com, pandora.net), парфумів (guerlain.com, jomalone.com, us.lanvin.com) тощо. Стиль використовують у випадках, коли потрібно яскраво презентувати дорогий продукт і передати його преміальність, привернути увагу до фотографій, зробити сучасний зручний для користувачів сайт. Сучасний мінімалізм дозволяє досягти поєднання естетики, функціональності і зручності, створивши необхідну атмосферу. До основних характеристик стилю мінімалізм можна віднести: простоту та зрозумілість контенту; мінімальну кількість графічних елементів та фотоматеріали високої якості лише на тему сайту, контрастних, не перевантажених дрібними деталями і максимально якісних; велику кількість вільного простору і відсутність зайвих деталей; прості та мінімальні кольорові рішення, де часто використовують один колір чи монохромне вирішення, що задають правильний настрій і правильно акцентують увагу; типографіку будь якого рівня складності та мінімальну кількість максимально спрощеного тексту у вигляді тез; різноманітні шрифти, які в залежності від тематики веб-сайту та позиціонування бренду можуть бути елегантними із засічками, строгими без засічок, великими, стандартними, яскравими або стриманими тощо; організація композиції сайту на основі модульної сітки, де легкість та грамотне розставлення акцентів дозволяють

керувати поглядом користувача та вести його у потрібному напрямку.

Еталоном сучасного дизайну в інтернет-торгівлі вважається Apple стиль, який є різновидом стилю мінімалізм і загальна концепція якого базується на високій якості контенту і суворій ієрархії в питаннях розміщення інформаційних блоків. Добре продумана структура сайту забезпечує унікальність головної сторінки Apple.com. Все на сайті зроблено таким чином, щоб не відволікати користувача від товару і покупки. На головній сторінці сайту розташовується мінімум інформації, а детальний опис товарів винесено на сторінки категорій та товару. На сайті відсутній ефект перенасиченості, а користувач може самостійно обирати інформацію, яка його цікавить. Окремі блоки мають великі площі вільного простору, що дозволяє забезпечити чіткий розподіл графіки і тексту. Навігаційне меню розміщується горизонтально у верхній частині будь-якої сторінки сайту. На головній сторінці сайту розміщують одне велике зображення основного продукту замість кількох маленьких. На сайті Apple.com використовують шрифти без зарубок, які підтримують концепцію мінімалізму за рахунок своєї строгості. Кольорова палітра в стилі Apple.com відповідає кращим традиціям мінімалізму і включає білий, сірий і чорний, які є основними кольорами сторінок сайту. В якості фону часто використовують білий колір, а фотографії товару на сайті, що є досить барвистими, розташовують на чорному тлі. На офіційному сайті Apple.com часто застосовують різні ефекти, що додають фотографіям об'єму і глибини. Для акцентування уваги відвідувачів на необхідних елементах їх часто виконують в контрастних кольорах, а на сторінках категорій, підкатегорій і товару часто використовують різні пентаграми і схематичні зображення замість текстового рішення. Сайт Apple.com вважається канонічним (Doosti, 2017: 329-330), який одним з перших впроваджує у свій дизайн новітні віяння та задає модні тенденції у оформленні сторінок сайтів інших інтернет-магазинів.

Одним з найбільш поширених стилів оформлення головних сторінок сайтів інтернет-магазинів є стиль метро, який ще називають картковим стилем. Стилю притаманні такі риси як мінімалістичність, функціональність, впорядкованість і простота. Стиль метро використовують при оформленні зручних для користувачів сайтів при наявності великої кількості контенту. В основу стилю закладено принцип побудови структури сайту з використанням секцій (карток), у яких розташовано весь основний контент. Все спрямо-

вано на візуалізацію та зручність сприйняття інформації. Самі картки можуть бути оформлені у вигляді фотографій (ontime.watch, timebar.ua, fashionista.ua, lesyashop.com.ua), монограм (stroymat.kiev.ua, re-live.com.ua, eparts.kiev.ua) або рисунків (madeinua.org/catalog, stirka.kh.ua), які супроводжуються назвою секції або категорій товарів. Сторінки категорій та підкатегорій також часто оформлюють в стилі метро при наявності значної кількості груп товарів, наприклад, як на сайті українського маркетплейсу crafta.ua. Але найчастіше ці сторінки оформлюються в американському бізнес стилі, або поєднують при оформленні стиль метро і американський бізнес стиль (sofko.com.ua). Структура сайту в стилі метро чітка, зрозуміла та побудована на використанні модульної сітки. Для забезпечення доступності і зручності читання на сайтах використовують прості та універсальні шрифти без зарубок. Кольорові рішення сайтів у стилі метро можуть бути різноманітними, аж до безлічі різних кольорів в оформленні однієї сторінки. Проте, як показав аналіз, в основному використовують поєднання 3–4 кольорів. Характерним для сайтів в стилі метро є наявність велику кількість вільного простору і відсутність зайвих деталей. Прикладами оформлення головних сторінок сайтів в стилі метро служать сайти популярних маркетплейсів США (amazon.com, ebay.com, target.com, bonanza.com, houzz.com) і України (bigl.ua, zakupka.com, edc.sale, kasta.ua), інтернет-магазинів tomford.com, intertop.ua, ontime.watch, mazhor.kiev.ua, swatch.ua, antoshka.ua, sabo.ua, munchen.in.ua, shuz.com.ua, makitra.ua, steploft.com.ua, ua.roomak.com.ua та багатьох інших.

Ще одним актуальним і поширеним сьогодні стилем оформлення сторінок сайтів інтернет-магазинів є стиль Organic & Natural. В цьому стилі часто оформлюють сторінки інтернет-магазинів, які спеціалізуються на продажах квітів та рослин (paeonia.com.ua, iflowers.com.ua, plants.com.ua, shop.camellia.ua), продуктів харчування (ecotov.in.ua, tochka.com.ua, freshmart.com.ua), натуральної косметики (ecot.com.ua, edcosmetics.net) та будь-яких інших екопродуктів (ekohata.com.ua, cooleco.com.ua). При розробці дизайну головних сторінок сайтів в стилі Organic & Natural основну увагу спрямовують на оформлення. Типографіка цього стилю – акуратна і непомітна, а структура сайтів – проста та логічно зрозуміла, зазвичай складається з колонок або блоків. Відмінною особливістю стилю оформлення сайтів Organic & Natural є використання зображення натуральних матеріалів, текстур та декоративні елементи таких

як: дерева, листя, квіти, рослинні мотиви тощо. У кольорових рішеннях сайтів використовують природні кольори та відтінки: бежевий, коричневий, зелений, блакитний тощо. Часто це приглушені пастельні тони, або, навпаки, яскраві, соковиті поєднання блакитного, салатого, червоні тощо. Стилю оформлення сайтів Organic & Natural притаманні різноманітні шрифти як класичні для оформлення основного тексту, так і «органічні» шрифти з наявністю різних завитків, округлими лініями і різними декоративними елементами, які переважно використовують для оформлення заголовків або меню. Колірну схему шрифтів також витримують у природній кольоровій палітрі. При цьому віддають перевагу темному шрифту на світлому тлі для зручності читання. Прикладами оформлення головних сторінок сайтів в стилі Organic & Natural служать сторінки веб-сайтів інтернет-магазинів [thesill.com](http://thesill.com), [modernurbanjungle.com](http://modernurbanjungle.com), [handlayer.com](http://handlayer.com).

Серед проаналізованих сайтів інтернет-магазинів привертають увагу, створюють відчуття цінності та довіри сайти, що оформлені у ретро стилі. Це ефектний стиль, в якому оформлюють сторінки сайтів вінтажних інтернет-магазинів, інтернет-аукціонів та виставок. Зазвичай, оформлення сайтів у цьому стилі служить для пізнаваності бренду ([mollyjogger.com](http://mollyjogger.com), [jpeterman.com](http://jpeterman.com)) або підкреслення відповідної тематики ([antiq.kz](http://antiq.kz), [anticuus.com.ua](http://anticuus.com.ua), [lvivskabaracholka.com.ua](http://lvivskabaracholka.com.ua), [sorokastore.com/ua/lavka-soroki](http://sorokastore.com/ua/lavka-soroki)). Такий дизайн сайту завжди запам'ятовується. Даному стилю притаманні ілюстрації та фотографії з тематики минулих часів, люди в одязі та інтер'єрах минулих століть, старовинна техніка тощо. У кольоровому оформленні використовуються приглушені пастельні тони, ефекти потертості, текстури старого паперу, дерева, у тому числі патерни та вензели. Типографіці стилю ретро притаманні шрифти із засічками, рукописні шрифти та брускові шрифти, як відсилання до часів друкарської машинки.

Дуже рідко зустрічаються але добре запам'ятовуються сторінки сайтів інтернет-магазинів, що розроблені в рисованому стилі, так як вирізняються оригінальністю та ексклюзивністю, а при їх розробці використовують спеціально нарисовані художником ілюстрації. Рисовані сайти можуть бути простими, стриманими та акуратними, або яскравими та заплутаними, що залучають користувачів до розгляду кожної деталі. У рисованому стилі при розробці дизайну сторінок сайту використовують різноманітні кольорові рішення від чорно-білої палітри до різнокольорової. В даному стилі використовують різноманітні

шрифти як рукописні так і класичні, проте переважають шрифти без засічок. Прикладами оформлення сайтів в рисованому стилі служать сторінки веб-сайтів інтернет-магазинів [hm-decor.com.ua](http://hm-decor.com.ua), [stirka.kh.ua](http://stirka.kh.ua) та лендінгу [oatsincoats.com](http://oatsincoats.com).

Журнально-газетний стиль самостійно доволі рідко використовується для оформлення головних сторінок сайтів інтернет-магазинів. З усіх досліджених сайтів в цьому стилі повністю був створений дизайн головних сторінок, сторінок категорій і підкатегорій лише маркетплейсів та інтернет-магазинів запчастин для автомобілів ([dok.ua](http://dok.ua), [ukrparts.com.ua](http://ukrparts.com.ua), [autoklondayk.com.ua](http://autoklondayk.com.ua)). Часто в журнально-газетному стилі оформлюють сторінки товару інтернет-магазинів. Також в цьому стилі оформлюють частини інших сторінок сайтів для надання інформації не лише про товар, а й про інтернет магазин, якість обслуговування, способи доставки та оплати тощо. Для дизайну сторінок сайтів в журнально-газетному стилі характерні великі обсяги текстової інформації і зображення, які ілюструють представлений текст. Основними ознаками стилю є: значна кількість тексту, по-різному оформлені блоки інформації, розташовані на одній сторінці; верстка тексту на всю сторінку, або в декілька колонок; різні кольори, шрифти та стилі накреслення для заголовків та основного тексту; фонові ілюстрації та якісні фотографії; посилання на теми рубрик на кожній сторінці.

Крім перерахованих стилів UI-дизайну існує і інші, що рідше використовують при оформленні дизайну сторінок сайтів інтернет-магазинів. Серед них в літературі часто згадують такі стилі як фестивальний стиль (промостиль), стиль Neue Typographie, Flat design, футуризм тощо. Проте, при дослідженні 470 сайтів інтернет-магазинів не було виокремлено ні одного, сторінки яких було оформлено в цих стилях.

**Висновки.** На основі проведених досліджень виокремлено та охарактеризовано вісім найбільш поширених сьогодні стилів оформлення сторінок сайтів інтернет-магазинів. До їх переліку увійшли наступні стилі: американський бізнес-стиль, мінімалізм, метро (картковий), Organic & Natura, ретро, рисований (ескізний) і журнально-газетний. Визначено, що стиль сайту [Apple.com](http://Apple.com) вважається канонічним, який одним з перших впроваджує у свій дизайн новітні віяння та задає модні тенденції у дизайні веб-сайтів. Виявлено, що різні стилі веб-сайтів характерні для різних типів інтернет-магазинів та часто пов'язаний зі сферою їх діяльності інтернет-магазинів. Наприклад, американський бізнес-стиль характерний

для головних сторінок сайтів маркетплейсів, інтернет-аукціонів, тематичних інтернет-магазинів, стиль мінімалізм – для оформлення інтернет-магазинів преміум класу одягу, годинників та ювелірних виробів, стиль метро – для інтернет-магазинів і маркетплейсів, що мають велику номенклатуру різних груп товарів, стиль Organic & Natural – для інтернет-магазинів, що пов'язані з еко-бізнесом, а в ретро стилі оформлюють сайти відповідної тематики. Всі охарактеризовані стилі використовуються для оформлення головних сторінок сайтів. Сторінки категорій і підкатегорій оформлюються в американському бізнес стилі, стилі метро, або використовується

їх поєднання. Частина сторінок сайтів інтернет-магазинів часто оформлюються в журнально-газетному стилі для надає користувачеві всебічної інформації про товар, підприємство, якість обслуговування тощо.

В ході дослідження виявлено, що відмінності стилів дизайну сторінок сайтів інтернет-магазинів стосуються їх структури, типографіки, кольорового рішення, типів шрифтів, наявності вільного простору, рисованих елементів, фото та відео контенту тощо. Систематизовані результати досліджень можуть бути використанні при розробці сайтів нових або при оновленні дизайну вже існуючих інтернет-магазинів.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бородаев Д. В. Веб-сайт как объект графического дизайна : дис. ... канд. иск. : 05.01.03. Харьков, 2004. 232 с.
2. Вязьминов В. Стиль на web сайте. 1999. URL: [http://rosdesign.com/design\\_materials7](http://rosdesign.com/design_materials7) > stil-na-saite (дата звернення: 18.01.2023).
3. Клонингер К. Свежие стили Web-дизайна: как сделать из вашего сайта «конфетку». Пер. с англ. М.: ДМК Пресс, 2002. 224 с.
4. Рейнбоу В. Компьютерная графика: Энциклопедия. СПб.: Питер, 2003. 766 с.
5. Beaird J. The principles of beautiful web design. 3 rd edition. Collingwood, Australia: Sitepoint, 2014. 194 p.
6. Doosti B., Crandall David J., Su Norman Makoto. A Deep Study into the History of Web Design. *WebSci '17: Proceedings of the 2017 ACM on Web Science Conference*. Troy, NY, USA: June 25–28, 2017. P. 329–38.
7. Engholm I. Digital style history: the development of graphic design on the Internet. *Digital Creativity*. 2002. Vol. 13. P. 193–211.
8. Engholm I. Design History of the Www: Website Development From the Perspective of Genre and Style Theory. *Journal of Virtual Design. Art*. 2007. Vol. 1. No. 4. P. 217–231.
9. Fleming J. Web navigation: Designing user experience. Beijing, Cambridge, Cologne: O'Reilly Media, 1998. 272 p.
10. McIntire P. Visual design for the modern web. 1st edition Indianapolis, IN: New Riders, 2007. 352 p.
11. Nielsen J. Designing web usability. 1 st edition/ Indianapolis. IN: New Riders Pub, 1999. 300 p.
12. Sharp H., Rogers Y., Preece J. Interaction design: Beyond human computer interaction, 2nd ed.. Hoboken, NJ: Wiley, 2007. 800 p.
13. Siegel D. Creating killer websites: The art of third-generation site design. USA: Hay-den Books, 1996. 270 p.
14. Veen, J. (2001). The art & science of web design. Indianapolis, IN: New Riders, 2001. 250 p.
15. Wen Chen, David J. Crandall, Norman Makoto Su. Understanding the Aesthetic Evolution of Websites: Towards a Notion of Design Periods. In *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI 17)*. ACM, New York, NY, USA. 2017. P. 5976–5987.

### REFERENCES

1. Borodayev D. V. Veb-sayt kak obekt graficheskogo dizayna [Website as an object of graphic design]. Candidate's thesis. Kharkov, 2004. [in Russian].
2. Vyazminov V. Stil na web sayte [Style on the website]. 1999. URL: [http://rosdesign.com/design\\_materials7](http://rosdesign.com/design_materials7) > stil-na-saite (Last accessed: 18.01.2023) [in Russian].
3. Kloninger K. Svezhie stili Web-dizayne: kak sdelat iz vashego sayta «konfetku» [Fresh Web Design Styles: How to make from your site «candy»]. per. from English. M.: DМК Press, 2002. 224 p. [in Russian].
4. Reynbau V. Kompyuternaya grafika: Entsiklopediya [Computer Graphics: Encyclopedia]. SPb.: Peter, 2003. 776 p. [in Russian].
5. Beaird J. The principles of beautiful web design. 2 rd edition. Collingwood, Australia: Sitepoint, 2010. 196 p.
6. Doosti B., Crandall David J., Su Norman Makoto. A Deep Study into the History of Web Design. *WebSci '17: Proceedings of the 2017 ACM on Web Science Conference*. Troy, NY, USA: June 25–28, 2017. P. 329–338.
7. Engholm I. Digital style history: the development of graphic design on the Internet. *Digital Creativity*. 2002. Vol. 13. P. 193–211.
8. Engholm I. Design History of the Www: Website Development From the Perspective of Genre and Style Theory. *Journal of Virtual Design. Art*. 2007. Vol. 1. No. 4. P. 217–231.
9. Fleming J. Web navigation: Designing user experience. Beijing, Cambridge, Cologne: O'Reilly Media, 1998. 272 p.
10. McIntire P. Visual design for the modern web. 1st edition Indianapolis, IN: New Riders, 2007. 352 p.
11. Nielsen J. Designing web usability. 1 st edition/ Indianapolis. IN: New Riders Pub, 1999. 300 p.

12. Sharp H., Rogers Y., Preece J. Interaction design: Beyond human computer interaction, 2nd ed. Hoboken, NJ: Wiley, 2007. 800 p.
13. Siegel D. Creating killer websites: The art of third-generation site design. USA: Hay-den Books, 1996. 270 p.
14. Veen, J. (2001). The art & science of web design. Indianapolis, IN: New Riders, 2001. 250 p.
15. Wen Chen, David J. Crandall, Norman Makoto Su. Understanding the Aesthetic Evolution of Websites: Towards a Notion of Design Periods. *In Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI 17)*. ACM, New York, NY, USA. 2017. P. 5976–5987.