

ВЕБДОСТУПНІСТЬ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Олена КОВАЛЬЧИК

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна*

Забезпечення вебдоступності сайтів для здійснення електронної комерції є однією з найактуальніших на сьогодні тем, оскільки вона переводить етичну та юридичну необхідність вебдоступності у площину вимірних бізнес-показників.

Розглянемо, що означає термін вебдоступність в електронній комерції. В першу чергу це забезпечення комплексного підходу до проєктування, розробки та підтримки вебсайтів і мобільних додатків інтернет-магазинів. Такий підхід гарантує, що люди з інвалідністю та особливими потребами зможуть ефективно взаємодіяти з цифровим інтерфейсом. Тобто, користувачам надаються спеціальні технології (програми читання екрана (скрінрідери), екранні лупи, спеціалізовані клавіатури або голосове керування), які допоможуть їм виконати ключові дії на сайті компанії чи в онлайн-магазині: переглядати каталог, знайомитися з інформацією (зокрема, альтернативний текст для зображень та адекватна структура контенту), додавати товар у кошик, оформляти замовлення.

На сьогодні для визначення вебдоступності розроблені та використовуються чотири основні принципи міжнародного стандарту WCAG (Web Content Accessibility Guidelines - Керівництво з доступності вебконтенту) відомі як POUR: Сприйнятність (Perceivable), Керованість (Operable), Зрозумілість (Understandable) та Надійність (Robust).

Розглянемо, що саме декларують ці принципи, розроблені Консорціумом W3C [1], та як це відображається в електронній комерції:

1. Сприйнятність (Perceivable): Інформація та елементи інтерфейсу мають бути представлені користувачам у спосіб, який вони можуть сприйняти.

Приклад в е-комерції: Усі зображення товарів мають мати текстовий опис (alt text) для незрячих користувачів та можливість озвучення через скрінрідер; відеоогляди товарів повинні мати субтитри для людей з порушеннями слуху.

2. Керованість (Operable): Компоненти інтерфейсу та навігація мають бути доступними та керованими різними способами.

Приклад в е-комерції: Весь процес покупки — від пошуку до оплати — має бути можливим виключно за допомогою клавіатури, без використання миші.

3. Зрозумілість (Understandable): Інформація та робота інтерфейсу мають бути логічними та зрозумілими для користувача.

Приклад в е-комерції: Повідомлення про помилки у формах (наприклад, невірний формат номера телефону) мають бути чіткими, простими та надавати інструкції щодо виправлення; навігація сайтом має бути послідовною.

4. Надійність (Robust): Контент має бути достатньо надійним, щоб його могли інтерпретувати різноманітні користувацькі агенти, включно з допоміжними технологіями (скрінрідери, голосове керування тощо), у міру їх розвитку.

Приклад в е-комерції: Сайт має коректно працювати як у сучасних браузерях, так і з різними версіями програм читання екрана (наприклад, NVDA чи JAWS), використовуючи стандартну семантичну розмітку HTML.

Стандарти WCAG структуровані ієрархічно та мають різні версії [2]:

- WCAG 2.0: Оригінальна версія, затверджена у 2008 році. Вона заклала основу чотирьох принципів доступності (POUR).

- WCAG 2.1: Випущена у 2018 році. Ця версія доповнила 2.0 новими критеріями успіху (Success Criteria), в основному зосередженими на доступності мобільних пристроїв, людей із низьким зором та когнітивними порушеннями. Саме WCAG 2.1 було офіційно перекладено українською мовою та прийнято як основу для національних стандартів.

- WCAG 2.2: Остання версія, випущена наприкінці 2023 року. Вона додає ще дев'ять нових критеріїв успіху, покращуючи доступність для людей з когнітивними порушеннями та порушеннями моторики, а також видаляє один застарілий критерій.

Кожна нова версія включає всі вимоги попередньої. Відповідність WCAG 2.2 означає автоматичну відповідність 2.1 та 2.0.

Стандарти також визначають три рівні відповідності, що дозволяє бізнесу обирати цільовий рівень залежно від потреб та можливостей:

- Рівень А (мінімальний): Базовий рівень доступності. Вимоги є критичними, і їх невиконання робить контент повністю недоступним для деяких користувачів.

- Рівень AA (рекомендований): Найбільш поширений і часто законодавчо закріплений рівень у світі. Він забезпечує баланс між доступністю та реалістичністю впровадження. Більшість національних та міжнародних законів вимагають саме цей рівень.

- Рівень AAA (максимальний): Найвищий рівень, який охоплює всі можливі аспекти доступності. Його важко досягти для всього контенту сайту, тому він часто є орієнтиром для окремих функцій.

WCAG самі по собі є технічними рекомендаціями, але вони стають обов'язковими, коли інтегруються в національне законодавство різних країн:

- В Україні: Україна активно гармонізує своє законодавство з європейськими стандартами. Новий державний стандарт з вебдоступності базується на WCAG 2.1. Наразі розробляється законопроект, який зобов'яже не тільки державні, а й приватні бізнеси (включно з е-комерцією) дотримуватися цих стандартів. Невиконання може призвести до юридичних ризиків.

- У ЄС (European Accessibility Act - EAA): З 28 червня 2025 року набув чинності «Європейський акт про доступність» [3], який прямо вимагає від інтернет-магазинів (та інших цифрових послуг) відповідності стандартам доступності (імплементованим WCAG). Це критично для українських магазинів, що продають товари на ринок ЄС.

- У США (ADA): Хоча Закон про американців з інвалідністю (ADA) не містить прямих технічних стандартів, судові позови проти бізнесів часто використовують WCAG (переважно рівень AA) як фактичний стандарт відповідності.

Велика кількість судових позовів, особливо в США та ЄС, повинні мотивувати бізнес інвестувати в доступність, щоб уникнути дороговартісних судових процесів та штрафів [2].

Висновок. Отже, вебдоступність в е-комерції — це забезпечення інклюзивного цифрового досвіду, який усуває технічні та дизайнерські бар'єри, дозволяючи інтернет-магазину охопити максимально широку аудиторію клієнтів та реалізувати свій повний комерційний потенціал.

Наведені вище дані дозволяють зробити висновок, що для успішної роботи інтернет-магазину в сучасному світі необхідно орієнтуватися саме на WCAG 2.1 (або 2.2) рівня AA, що забезпечує як інклюзивність, так і юридичний захист бізнесу на міжнародних ринках.

Для подальших досліджень залишається питання щодо вебдоступності в е-комерції: яке число інтернет-магазинів відповідають хоча би мінімальним стандартам доступності, оскільки зрозуміло, що впровадження інклюзивного дизайну має прямий позитивний вплив на комерційні показники. А також дослідити вплив вебдоступності на

основні комерційні показники е-комерції та можливі непрямі додаткові переваги для онлайн бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Accessibility Principles (2025) URL: <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-principles/> (дата звернення: 20.11.2025).
2. ADA compliance та стандарт WCAG: як застосовувати компаніям? (2024) URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/227164_ada-compliance-ta-standart-wcag-yak-zastosovuvati-kompanyam (дата звернення: 21.11.2025).
3. European accessibility act (2025) URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/disability/union-equality-strategy-rights-persons-disabilities-2021-2030/european-accessibility-act_en (дата звернення: 21.11.2025).