



Звіт про доступність

Linden & Loom · <https://lindenloom.example/>

Дата перевірки

12 жовтня 2026

Перевірено сторінок

3

Знайдено проблем

36

6

Критично

27

Серйозно

3

Помірно

0

Незначно

Порівняно з минулою перевіркою проблем менше на 4.

Що виправити першим

1

КРИТИЧНО

Деякі кнопки не мають назви

Користувачі програм зчитування з екрана та голосового керування не можуть зрозуміти, яка кнопка додає товар у кошик, відкриває меню чи запускає пошук. Через це вони можуть узагалі не зробити покупку.

Знайдено разів: 4; сторінок: 2.

2

КРИТИЧНО

Поля форм не мають підписів

Користувачі програм зчитування з екрана чують лише «поле редагування» і не знають, що вводити: ім'я, телефон чи поштовий індекс. Під час оформлення замовлення це прямо призводить до покинутих замовлень. Поля лише з плейсхолдером також плутають літніх покупців, щойно ті починають вводити текст.

Знайдено разів: 1; сторінок: 1.

3

КРИТИЧНО

Випадний список не має підпису

Користувачі програм зчитування з екрана чують лише «комбіноване поле» і не знають, що в ньому вибирати: розмір, колір, кількість чи країну. Це може завадити вибрати варіант товару або завершити замовлення.

Знайдено разів: 1; сторінок: 1.

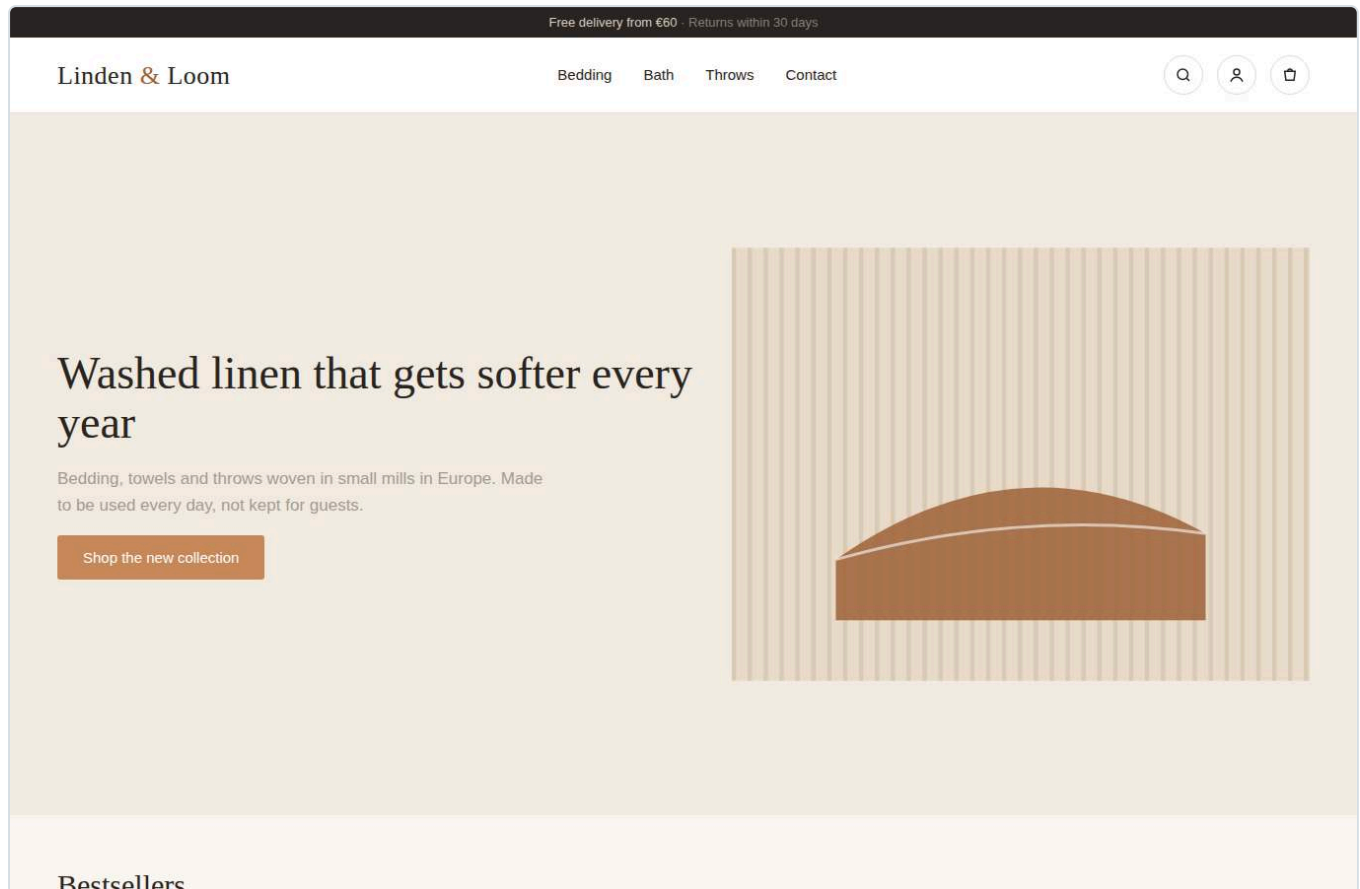
Про цей звіт

Звіт містить проблеми, які автоматична перевірка може виявити на перевірених сторінках за WCAG 2.2 рівня AA — основою європейського стандарту EN 301 549. Автоматичні інструменти знаходять лише частину проблем; для повної картини потрібна перевірка з клавіатури та зі скрінрідером.

Автоматична перевірка, не повний аудит. Не є юридичною консультацією.

Частину пояснень у цьому звіті перекладено машинно, носій мови їх ще не вчитав.

Усі знахідки



Перший екран lindenloom.example так, як його побачив наш сканер.

Деякі кнопки не мають назви

КРИТИЧНО

Знайдено разів: 4; сторінок: 2. **нових з минулої перевірки: 2**

Деякі кнопки не мають підпису, який можна прочитати, наприклад кнопки-іконки «додати в кошик», пошуку чи меню.

ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ВАШИХ ПОКУПЦІВ

Користувачі програм зчитування з екрана та голосового керування не можуть зрозуміти, яка кнопка додає товар у кошик, відкриває меню чи запускає пошук. Через це вони можуть узагалі не зробити покупку.

КОГО ЦЕ СТОСУЄТЬСЯ

незрячі покупці · користувачі програм зчитування з екрана · користувачі голосового керування

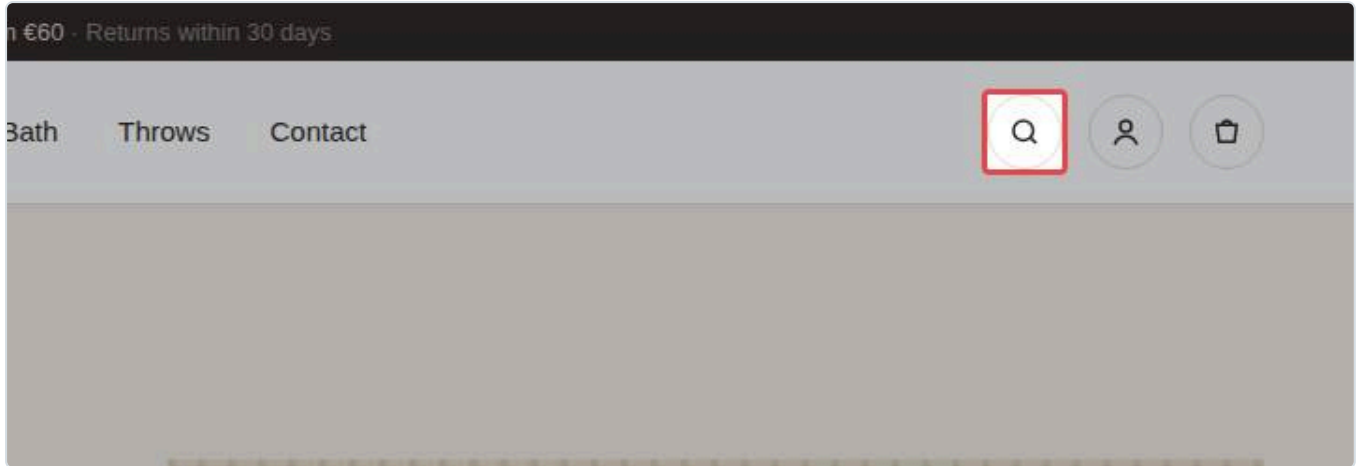
ЯК ВИПРАВИТИ

Дайте кожній кнопці назву: видимий текст, `aria-label` або `aria-labelledby` з посиланням на видимий текст. Кнопкам лише з іконкою потрібен `aria-label`, наприклад «Додати в кошик» або «Закрити». Не покладайтеся на атрибут `title` чи іконки, задані лише через CSS.

У WooCommerce: Часто трапляється в темах, конструкторах сторінок і плагінах кошика чи списку бажань. Додайте підписи в шаблонах дочірньої теми або в налаштуваннях плагіна; про кнопки плагінів без назв повідомте автора плагіна.

WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.4.1.2

ДЕ МИ ЦЕ ЗНАЙШЛИ



`https://lindenloom.example/ → button[type="button"]:nth-child(1)`



`https://lindenloom.example/product.html → .icons > button:nth-child(1)`

`https://lindenloom.example/ → .cart`

Поля форм не мають підписів

КРИТИЧНО

Знайдено разів: 1; сторінок: 1. **нових з минулої перевірки: 1**

Деякі поля форм не мають підпису, який можуть прочитати допоміжні технології, тому незрозуміло, що в них вводити.

ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ВАШИХ ПОКУПЦІВ

Користувачі програм зчитування з екрана чують лише «поле редагування» і не знають, що вводити: ім'я, телефон чи поштовий індекс. Під час оформлення замовлення це прямо призводить до покинутих замовлень. Поля лише з плейсхолдером також плутають літніх покупців, щойно ті починають вводити текст.

КОГО ЦЕ СТОСУЄТЬСЯ

незрячі покупці · користувачі програм зчитування з екрана · літні покупці · люди з когнітивними порушеннями · користувачі голосового керування

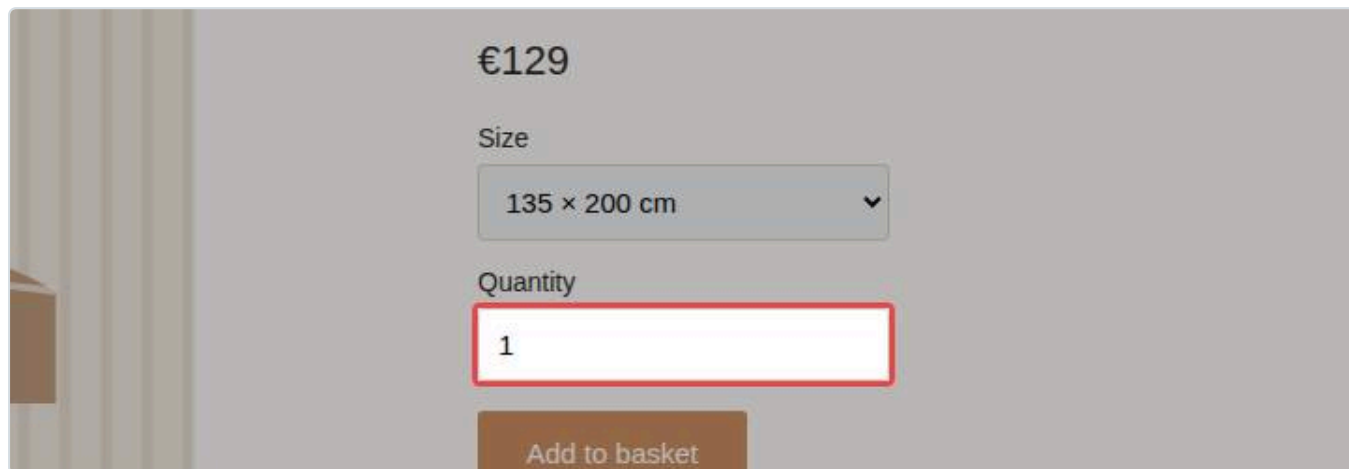
ЯК ВИПРАВИТИ

Пов'яжіть видимий `<label for>` з кожним полем або загорніть поле в `label`. Використовуйте `aria-label` лише тоді, коли видимий підпис справді неможливий. Плейсхолдер не є підписом. Перевірте поля пошуку, розсилки, кількості та оформлення замовлення.

У WooCommerce: Перевірте форми оформлення замовлення, облікового запису та пошуку в темі, а також плагіни форм і checkout. Додайте підписи в шаблонах дочірньої теми або використовуйте параметри плагіна, які виводять справжні елементи `<label>`.

WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.4.1.2

ДЕ МИ ЦЕ ЗНАЙШЛИ



<https://lindenloom.example/product.html> → input

Випадний список не має підпису

КРИТИЧНО

Знайдено разів: 1; сторінок: 1. **нових з минулої перевірки: 1**

Випадний список не має підпису, який можуть прочитати допоміжні технології.

ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ВАШИХ ПОКУПЦІВ

Користувачі програм зчитування з екрана чують лише «комбіноване поле» і не знають, що в ньому вибирати: розмір, колір, кількість чи країну. Це може завадити вибрати варіант товару або завершити замовлення.

КОГО ЦЕ СТОСУЄТЬСЯ

незрячі покупці · користувачі програм зчитування з екрана · користувачі голосового керування · люди з когнітивними порушеннями

ЯК ВИПРАВИТИ

Пов'яжіть видимий `<label for>` з кожним `<select>` або використайте `aria-labelledby` з посиланням на видимий текст. `aria-label` використовуйте лише тоді, коли видимий підпис неможливий. Перевірте вибір варіантів, сортування та вибір країни.

У WooCommerce: Зазвичай це вибір варіацій, списки сортування чи віджети плагінів. Додайте підписи в шаблонах дочірньої теми або використайте налаштування плагіна, які виводять правильні підписи.

WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.4.1.2

ДЕ МИ ЦЕ ЗНАЙШЛИ



<https://lindenloom.example/product.html> → select

Текст важко прочитати через низький контраст

СЕРІОЗНО

Знайдено разів: 19; сторінок: 3. **нових з минулої перевірки: 8**

Деякий текст надто світлий на своєму тлі, наприклад сірий на білому або білий на блідій кнопці.

ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ВАШИХ ПОКУПЦІВ

Покупці зі слабшим зором, літні люди та всі, хто дивиться в телефон надворі, можуть не помітити ціни, умови доставки чи написи на кнопках. Через текст, який важко прочитати, покупці вагаються і кидають кошик.

КОГО ЦЕ СТОСУЄТЬСЯ

люди зі слабким зором · літні покупці · люди з порушеннями кольорового зору · покупці зі смартфонів на яскравому світлі

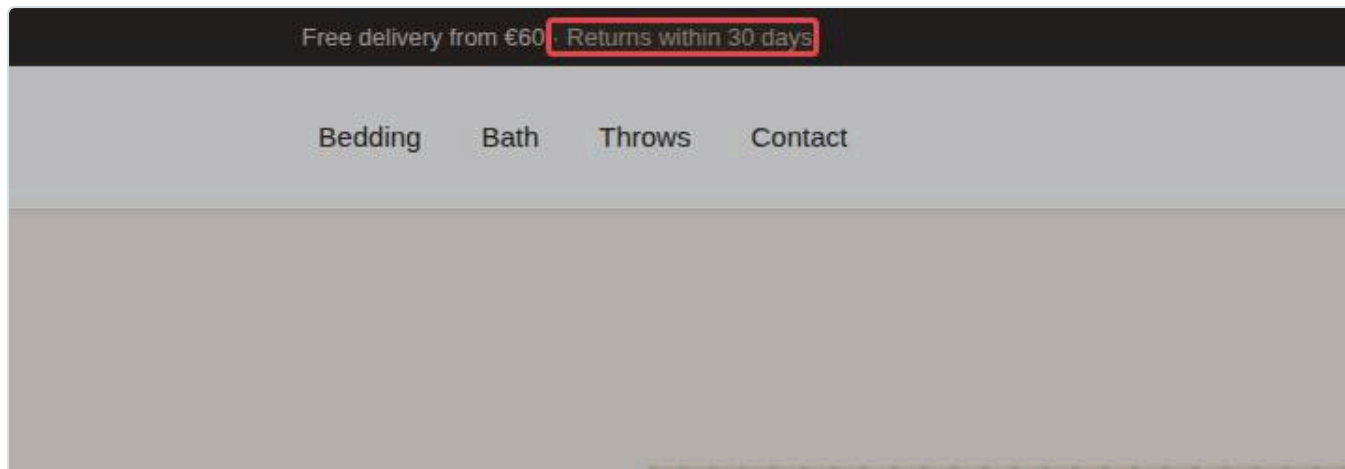
ЯК ВИПРАВИТИ

Забезпечте коефіцієнт контрасту щонайменше 4.5:1 для звичайного тексту і 3:1 для великого (24px або 18.66px жирним). Перевірте плейсхолдери, елементи, що виглядають неактивними, текст на зображеннях і значки знижок. Виправляйте кольори в дизайн-токенах або CSS, а не для кожного елемента окремо.

У Woocommerce: Зазвичай кольори задає активна тема або конструктор сторінок. Змініть їх у Customizer теми чи глобальних стилях або перевизначте в CSS дочірньої теми, щоб оновлення не скасували виправлення.

WCAG 2.2 1.4.3 (AA) Contrast (Minimum) · EN 301 549 9.1.4.3

ДЕ МИ ЦЕ ЗНАЙШЛИ



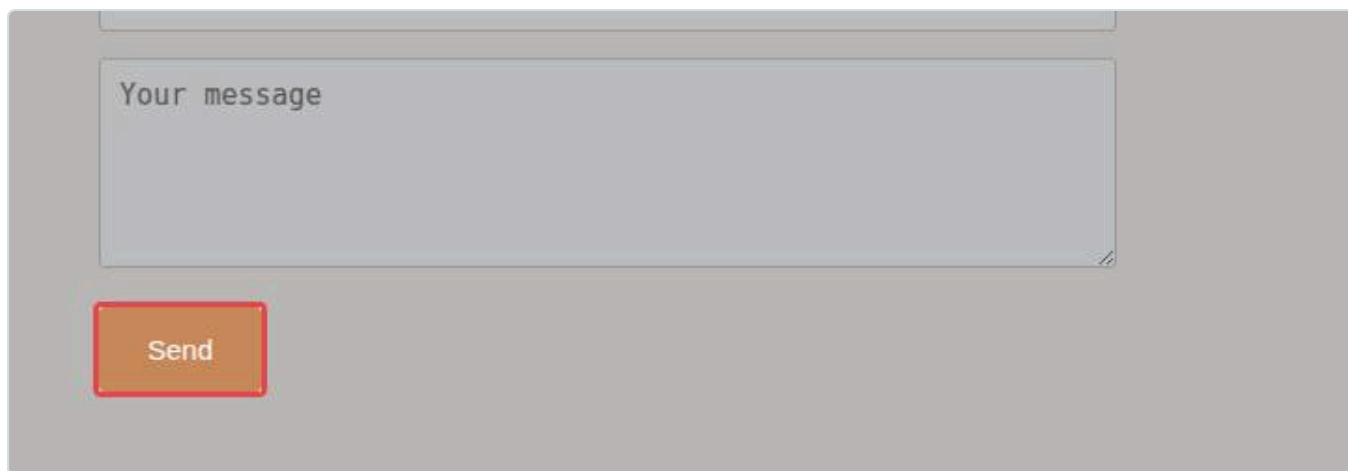
Aa Контраст 3,93 : 1, потрібно щонайменше 4,5 : 1 текст #8c8178 на #2b2622

<https://lindenloom.example/> → .bar > span



Aa Контраст 3,93 : 1, потрібно щонайменше 4,5 : 1 текст #8c8178 на #2b2622

<https://lindenloom.example/product.html> → .bar > span



Aa Контраст 2,88 : 1, потрібно щонайменше 4,5 : 1 текст #ffffff на #c98a5b
<https://lindenloom.example/contact.html> → button

Зображення не мають текстового опису

СЕРЙОЗНО

Знайдено разів: 5; сторінок: 1. **нових з минулої перевірки: 3**

Деякі зображення не мають альтернативного тексту, тому люди, які їх не бачать, не дізнаються, що на них.

ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ВАШИХ ПОКУПЦІВ

Користувачі програм зчитування з екрана не чують нічого або чують назву файлу на кшталт «IMG_2041.jpg» замість товару, кольору чи пропозиції. Вони можуть пропустити важливі деталі й піти до магазину, який описує свої товари.

КОГО ЦЕ СТОСУЄТЬСЯ

незрячі покупці · користувачі програм зчитування з екрана · люди з вимкненими зображеннями або повільним інтернетом

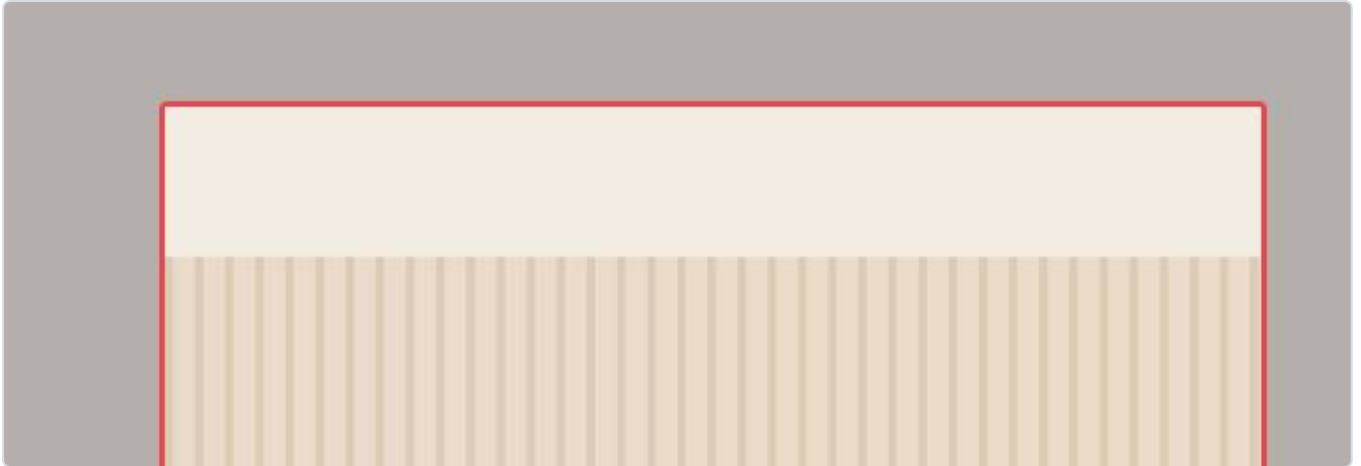
ЯК ВИПРАВИТИ

Додайте атрибут alt до кожного . Коротко опишіть те, що важливо для покупки (товар, колір, ключову деталь). Для суто декоративних зображень ставте alt="", щоб їх пропускали. Не починайте з «зображення...» і не напишіть ключові слова.

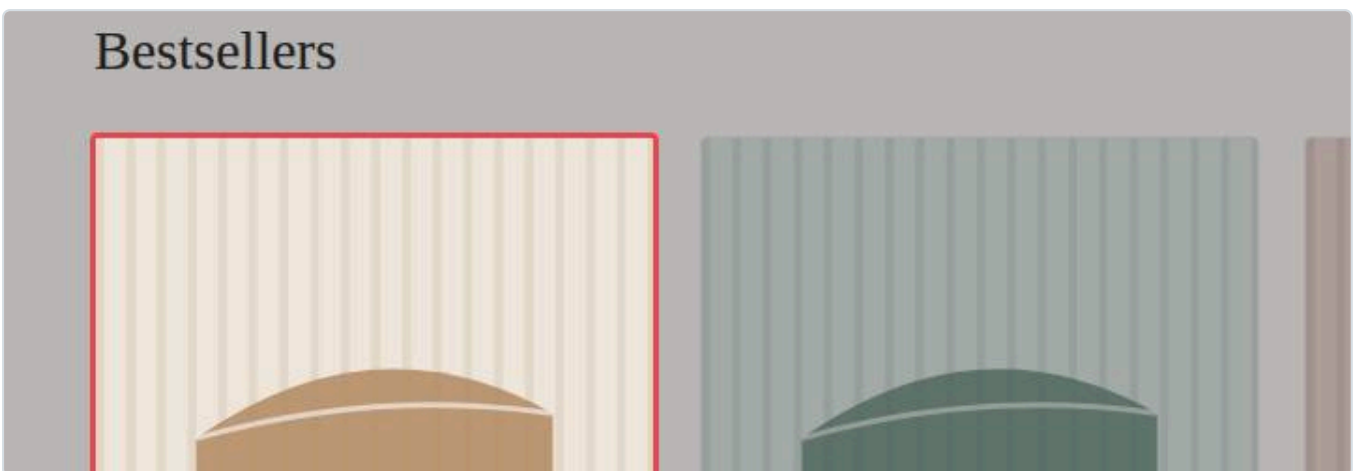
У WooCommerce: Заповніть поле «Альтернативний текст» у бібліотеці медіафайлів WordPress і перевірте, що тема чи конструктор сторінок його виводить. Зображенням із плагінів чи слайдерів можуть знадобитися окремі налаштування alt.

WCAG 2.2 1.1.1 (A) Non-text Content · EN 301 549 9.1.1.1

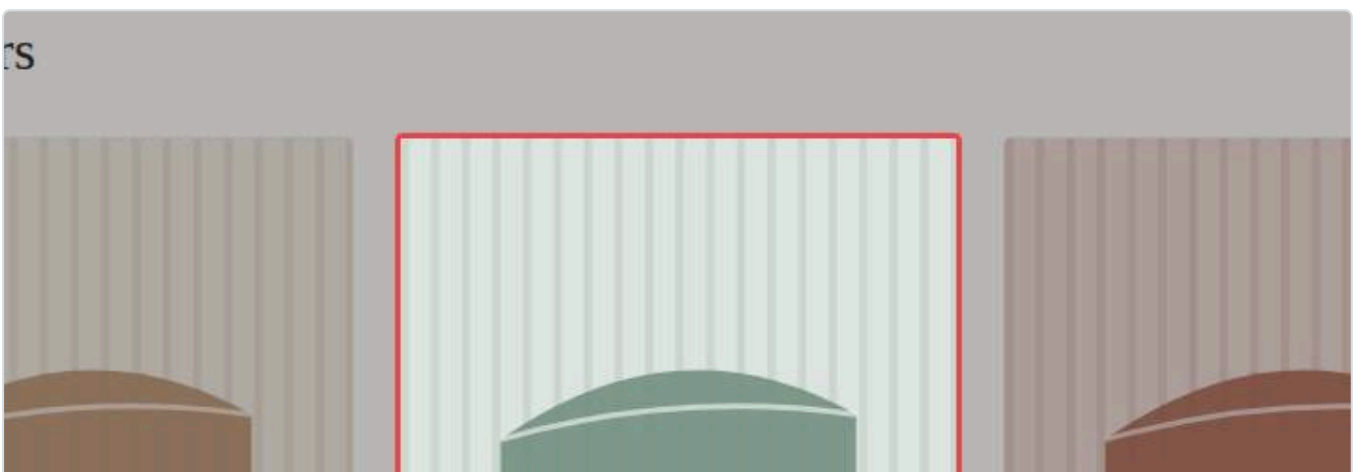
ДЕ МИ ЦЕ ЗНАЙШЛИ



<https://lindenloom.example/> → `img[src$="hero.svg"]`



<https://lindenloom.example/> → `img[src$="duvet.svg"]`



<https://lindenloom.example/> → `img[src$="towel.svg"]`

Деякі посилання не повідомляють, куди ведуть

СЕРІОЗНО

Знайдено разів: 3; сторінок: 1. **нових з минулої перевірки: 2**

Деякі посилання не мають тексту, який можна прочитати. Часто це іконки — кошик, сердечко чи логотип без текстового підпису.

ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ВАШИХ ПОКУПЦІВ

Користувачі програм зчитування з екрана чують лише «посилання» і не розуміють, що воно відкриває: кошик, обліковий запис чи Instagram. Вони втрачають час або так і не знаходять кошик чи сторінку контактів.

КОГО ЦЕ СТОСУЄТЬСЯ

незрячі покупці · користувачі програм зчитування з екрана · користувачі голосового керування

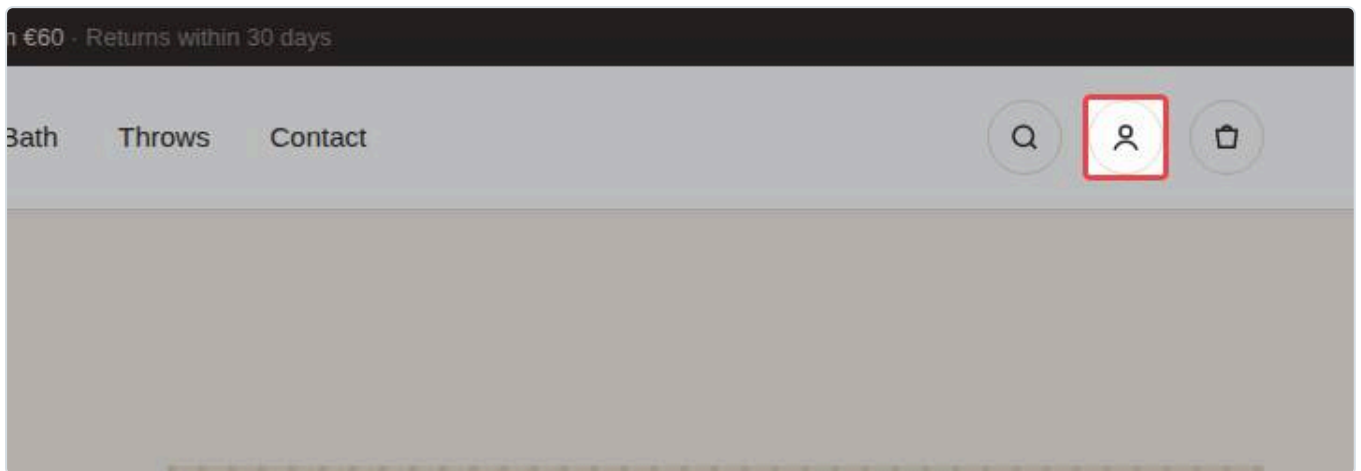
ЯК ВИПРАВИТИ

Дайте кожному посиланню текстову назву: видимий текст, alt-текст зображення всередині посилання або aria-label для посилань лише з іконкою. Назва має описувати, куди веде посилання, наприклад «Кошик, 2 товари». Декоративні іконки приховуйте за допомогою `aria-hidden="true"`.

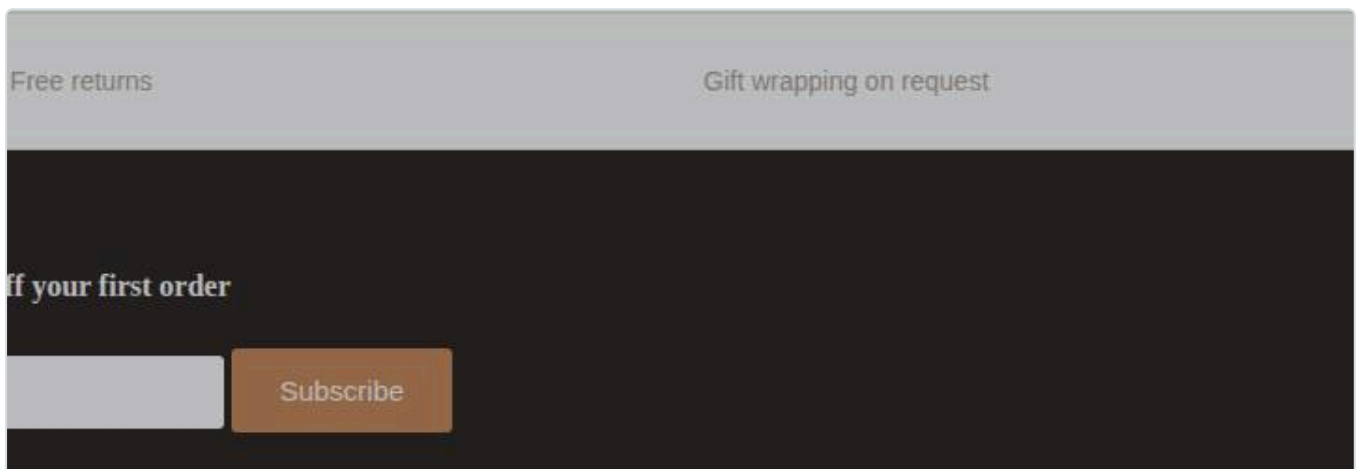
У Woocommerce: Часто це посилання-іконки з шапки теми, міні-кошика чи плагіна іконок соцмереж. Додайте текстові підписи в шаблонах теми чи дочірньої теми або виберіть налаштування плагіна, які виводять доступні підписи.

WCAG 2.2 2.4.4 (A) Link Purpose (In Context) · WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.2.4.4, 9.4.1.2

ДЕ МИ ЦЕ ЗНАЙШЛИ



`https://lindenloom.example/ → .icons > a[href$="contact.html"]`



`https://lindenloom.example/ → a[href$="contact.html"]:nth-child(1)`

`https://lindenloom.example/ → .social > a[href$="contact.html"]:nth-child(2)`

Поля оформлення замовлення не заповнюються автоматично

ПОМІРНО

Знайдено разів: 1; сторінок: 1.

Деякі поля форм мають недійсні значення `autocomplete` або значення, що не відповідають полю, тому браузер не може їх заповнити.

ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ВАШИХ ПОКУПЦІВ

Покупцям доводиться вводити адресу, телефон і email вручну. Найважче це людям із порушеннями моторики чи пам'яті, а через повільне оформлення магазин втрачає замовлення від усіх покупців.

КОГО ЦЕ СТОСУЄТЬСЯ

люди з порушеннями моторики · люди з когнітивними порушеннями · покупці зі смартфонів · усі покупці під час оформлення замовлення

ЯК ВИПРАВИТИ

Використовуйте дійсні токени `autocomplete` зі специфікації HTML, які відповідають полю, наприклад "email", "given-name", "postal-code", "tel". виправте опечатки та вигадані значення; "off" ставте лише там, де автозаповнення було б помилковим.

У WooCommerce: Перевірте поля оформлення замовлення та облікового запису в темі й плагінах, особливо в плагінах для власних полів checkout. виправте значення в налаштуваннях плагіна або в шаблонах дочірньої теми.

WCAG 2.2 1.3.5 (AA) Identify Input Purpose · EN 301 549 9.1.3.5

ДЕ МИ ЦЕ ЗНАЙШЛИ

`https://lindenloom.example/contact.html → input[type="email"]`

Посилання в тексті виглядають як звичайний текст

ПОМІРНО

Знайдено разів: 1; сторінок: 1. **нових з минулої перевірки: 1**

Деякі посилання в абзацах виділені лише кольором, без підкреслення чи іншої помітної ознаки.

ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ВАШИХ ПОКУПЦІВ

Люди з порушеннями кольорового зору чи слабким зором можуть не помітити посилань на умови доставки, таблиці розмірів чи повернення й пропустити потрібну інформацію.

КОГО ЦЕ СТОСУЄТЬСЯ

люди з порушеннями кольорового зору · люди зі слабким зором · літні покупці

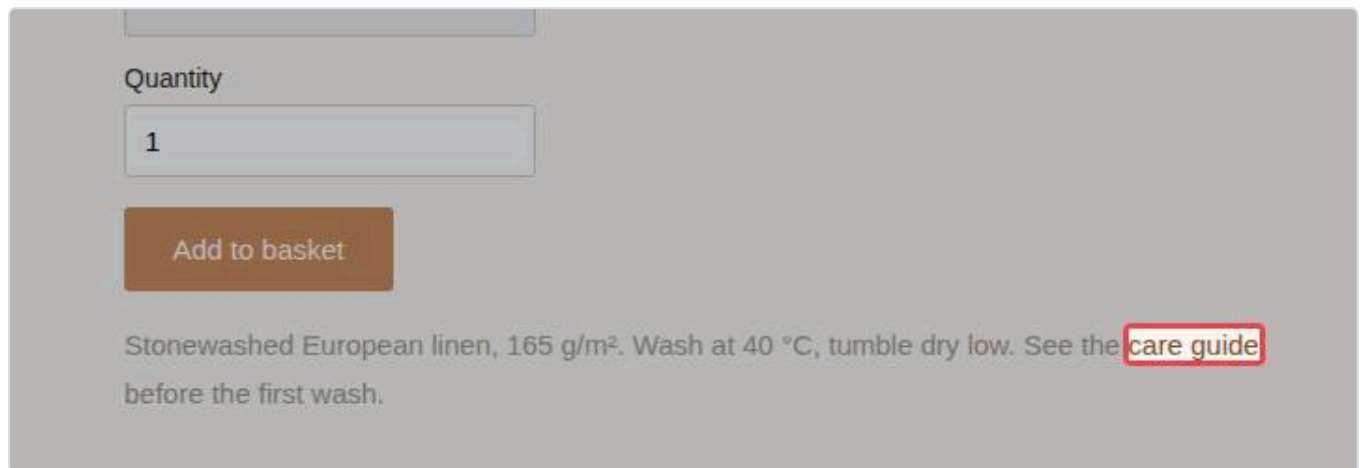
ЯК ВИПРАВИТИ

Підкресліть посилання в основному тексті або додайте інше позначення, не пов'язане з кольором. Якщо ви покладаєтеся лише на колір, посилання має мати контраст щонайменше 3:1 з навколишнім текстом і помітно змінюватися при наведенні та фокусі.

У WooCommerce: Зазвичай підкреслення прибирають стилі теми або блокового редактора. Поверніть підкреслення для посилань в області вмісту через Customizer, глобальні стилі або CSS дочірньої теми.

WCAG 2.2 1.4.1 (A) Use of Color · EN 301 549 9.1.4.1

ДЕ МИ ЦЕ ЗНАЙШЛИ



`https://lindenloom.example/product.html → .desc > a[href$="contact.html"]`

Деякі заголовки є лише жирним або великим текстом

ПОМІРНО

Знайдено разів: 1; сторінок: 1. **нових з минулої перевірки: 1**

Деякі абзаци виглядають як заголовки, бо вони жирні, курсивні чи більші, але в коді це звичайний текст, а не справжні заголовки.

ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ВАШИХ ПОКУПЦІВ

Незрячі покупці часто переходять від заголовка до заголовка, щоб знайти розділи «Опис», «Доставка» чи «Відгуки». Несправжні заголовки для такої навігації не існують, тож людині доводиться прослуховувати всю сторінку, і вона може пропустити важливу інформацію.

КОГО ЦЕ СТОСУЄТЬСЯ

незрячі покупці · користувачі програм зчитування з екрана · люди, які переміщуються сторінкою клавіатурними скороченнями

ЯК ВИПРАВИТИ

Перетворіть текст, що слугує назвою розділу, на справжній заголовок (<h2>, <h3> тощо) у логічному порядку, а вигляд задавайте через CSS. У редакторах обирайте «Заголовок 2» чи «Заголовок 3» у меню форматування замість жирного або збільшеного тексту. Якщо текст не є заголовком, залиште його абзацом: ахе позначає цю перевірку як експериментальну й іноді реагує на жирні вступні речення.

У Woocommerce: Зазвичай це описи товарів або вміст конструктора сторінок. Використовуйте блок «Заголовок» у блоковому редакторі або віджет заголовка конструктора замість жирного абзацу.

WCAG 2.2 1.3.1 (A) Info and Relationships · EN 301 549 9.1.3.1

ДЕ МИ ЦЕ ЗНАЙШЛИ



https://lindenloom.example/product.html → .price

Рекомендації понад WCAG 2.2 AA

Це понад рівень WCAG 2.2 AA, на який спираються закони. Не рахуються як проблеми; їх виправлення робить сайт зручнішим.

Рекомендація	Елементи
Частина вмісту розташована поза основними областями сторінки Деякі частини сторінки не входять до орієнтирів (landmarks), таких як шапка, навігація, основний вміст чи підвал. Це рекомендована практика, що виходить за межі рівня WCAG 2.2 AA.	2
Текст не досягає підвищеного рівня контрасту (AAA) (WCAG AAA) Деякий текст відповідає базовому рівню контрасту, але не суворішому: 7:1 для звичайного тексту і 4.5:1 для великого. Це рекомендована практика понад рівень WCAG AA, а не обов'язкова вимога.	1

Додаток для розробника

Усі елементи, які позначила автоматична перевірка, за сторінками. Назви правил – ідентифікатори axe-core.

https://lindenloom.example/

Правило	Елемент
button-name	button[type="button"]:nth-child(1)
button-name (нове)	.cart
color-contrast	.bar > span
color-contrast (нове)	.lead
color-contrast (нове)	.btn[href\$="product.html"]
color-contrast	.card[href\$="product.html"]:nth-child(1) > .body > .price
color-contrast (нове)	.card[href\$="product.html"]:nth-child(2) > .body > .price
color-contrast	.card[href\$="product.html"]:nth-child(3) > .body > .price
color-contrast	.sale
color-contrast	.card[href\$="product.html"]:nth-child(4) > .body > .price
color-contrast	.usp > span:nth-child(1)
color-contrast	.usp > span:nth-child(2)
color-contrast	span:nth-child(3)
color-contrast	button[type="submit"]
color-contrast	footer > span:nth-child(1)
image-alt	img[src\$="hero.svg"]
image-alt (нове)	img[src\$="duvet.svg"]
image-alt (нове)	img[src\$="towel.svg"]
image-alt (нове)	img[src\$="throw.svg"]
image-alt	img[src\$="pillow.svg"]
link-name	.icons > a[href\$="contact.html"]
link-name (нове)	a[href\$="contact.html"]:nth-child(1)
link-name (нове)	.social > a[href\$="contact.html"]:nth-child(2)

https://lindenloom.example/product.html

Правило	Елемент
button-name	.icons > button:nth-child(1)
button-name (нове)	.cart
color-contrast (нове)	.bar > span
color-contrast (нове)	.btn
color-contrast (нове)	.desc
color-contrast	footer > span

Правило	Елемент
label (нове)	input
link-in-text-block (нове)	.desc > a[href\$="contact.html"]
p-as-heading (нове)	.price
select-name (нове)	select

`https://lindenloom.example/contact.html`

Правило	Елемент
autocomplete-valid	input[type="email"]
color-contrast (нове)	button
color-contrast (нове)	span