

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ
Факультет дизайну
Кафедра мультимедійного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Розробка редизайну веб-сайту ІТ-компанії «JatApp»

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Мультимедійний дизайн

Виконала: студентка групи БДм2-21

Артеменко Ю. П.

Науковий керівник к.т.н., доц. Хиневич Р.В.

Рецензент д. філос. Астанін М.О.

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Артеменко Ю.П. Розробка редизайну веб-сайту ІТ-компанії «JatApp». – Рукопис.

Кваліфікаційна робота першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2025 рік.

Робота присвячена редизайну веб-сайту ІТ-компанії. Мета – покращити користувацький досвід, функціональність та підвищити конверсію. Розглянуто методи та принципи Usability та UI/UX дослідження, історію трендів, методів та функцій. Дослідження аналізує переваги редизайну для модернізації, вивчаючи конкурентів та міжнародний досвід таких компаній. В кваліфікаційній роботі наведений аналіз еволюції сайтів, мобільних додатків, досліджено різні аспекти трендів та їх види, теоретичні засади UI/UX-дизайну, виконано підбір шрифтів, побудову структури сайту, реалізовано ілюстрації та іконки. Завдяки отриманим результатам аналізу було розроблено цікавий та привабливий макет сайту, що є більш зручним для клієнтів.

Ключові слова: веб-дизайн, сайти, UI/UX, інтерфейс користувача.

SUMMARY

Artemenko Y.P. Development of redesign of the website of the IT company “JatApp”. – The manuscript.

Bachelor's degree project in specialty 022 Design - Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2025.

The thesis is dedicated to the redesign of an IT company's website. The objective is to improve user experience, enhance functionality, and increase conversion rates. The work examines methods and principles of usability and UI/UX research, as well as the history of trends, techniques, and features. The study analyzes the advantages of redesign for modernization, exploring competitors and international experience of similar companies.

The thesis includes an analysis of the evolution of websites and mobile applications, investigates various aspects and types of design trends, explores the theoretical foundations of UI/UX design, and includes font selection, website structure development, and the implementation of illustrations and icons. Based on the results of the analysis, a visually appealing and user-friendly website layout was developed to better serve client needs.

Keywords: *web design, websites, UI/UX, user interface.*

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ІСТОРІОГРАФІЯ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	8
1.1 Еволюція розвитку сайтів.....	8
1.2 Еволюція тенденцій у веб-дизайні	11
1.3 Вплив дизайну сайту на сприйняття бренду	15
1.4 Еволюція вимог до вебдизайну з урахуванням зростаючих потреб користувачів.....	17
Висновки до першого розділу.....	21
РОЗДІЛ 2 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕДИЗАЙНУ ТА UX/UI ДИЗАЙНУ САЙТІВ	23
2.1 Важливість UX/UI-дизайну для сучасних вебсайтів ІТ компаній	23
2.2 Роль UI/UX у підвищенні конверсій та залученості користувачів	25
2.3 Поняття User Experience (UX) — вплив на поведінку користувачів.....	26
2.3.1 Розробка UX-стратегії на основі потреб користувачів ІТ-сектору.....	28
2.3.2 Аналіз конкурентів у контексті редизайну: використання методології SWOT.....	30
2.4 Стратегія User Interface (UI).....	31
2.5 Іконки та типографіка: деталі, що роблять інтуїтивно зрозумілим контент для користувача	34
2.6 Поняття User Experience (UX) — вплив на поведінку користувачів.....	37
2.6.1 Модальна сітка	39
2.6.2 Використання принципів гештальту для побудови логічної візуальної структури.....	40
2.7 Інструменти для розробки редизайну сайту.....	41
Висновки до другого розділу	42
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА РЕДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТУ ІТ-КОМПАНІЇ "JATAPP" .	44
3.1 UX дослідження	44
3.2 Реалізація ідей для дизайну веб-сайту	50
Висновки до третього розділу.....	59
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	61
ДОДАТКИ.....	67

ВСТУП

На сьогоднішній день в умовах активної цифровізації та глобалізації бізнесу веб-сайт компанії є її віртуальною візитною карткою та основним інструментом взаємодії із клієнтами. Веб-дизайн стає одним із визначених опонентів ІТ-компаній, оскільки саме перше враження про бренд склалодається через онлайн-присутність, а до того ж, найголовніше вдало виконаний інтерфейс забезпечує якісну взаємодію користувачів із продуктами компанії.

Редизайн сайту необхідний для створення не лише актуального дизайнерського оформлення, але і підвищення його функціональних якостей, зручності відвідування та відповідності сучасним вимогам технічного екрану. При створенні редизайну рекомендується відштовхуватись спочатку від принципів UX, що дозволяє зробити дизайн зручним для користувачів, інтуїтивно зрозумілим і задовольняти власні потреби та бажання відвідувачів. Потім, щоб зробити привабливим та естетичним для користувачів сайт, варто використати принципи UI. Таким чином успішний редизайн включатиме в себе нові технології, мобільність, орієнтацію на швидкість завантаження та навігацію. Лише поєднуючи функціональні та графічні рішення, ІТ-компанії можуть зміцнювати свою позицію на ринку.

З тим, як стрімко почали розвиватися сучасні технології та зростати потреби користувачів в зручності та актуальності інтерактивних веб-ресурсів, зручний і інноваційний дизайн сайту ІТ-компанії почав набувати особливого і надважливого значення.

Інтегрований потенційний мультимедійний контент, такий як відео, аудіо та анімації краще викликає зацікавленість, що, в свою чергу, являє собою важливий аспект для ІТ-фірм із спрямуванням на сучасні цифрові рішення.

Актуальність теми зумовлена вимогою адаптації підприємства до нових умов через стрімке зростання кількості користувачів які є активними

користувачами мереж, все більше користувачів шукає інформацію в інтернеті, спілкується, здійснюють покупки в інтернет.

Мета дослідження: аналіз існуючого дизайну сайту JatApp та створення нового, зручного і естетично привабливого редизайну.

Завдання дослідження:

1. Дослідження еволюції дизайну сайтів; визначення важливості редизайну сайту.
2. Аналіз та систематизації інформації про актуальні напрямки розвитку сучасних трендів у веб-дизайні відповідно обраної теми.
3. Уточнення сутності поняття Ux та Ui-дизайн у розробленні дизайн сайту.
4. Проведення аналізу дослідження новітніх принципів, інноваційних методів, конструктивних рішень, способів проектування та інструментів для розробки.
5. Аналіз існуючого дизайну сайту «JatApp» та створення редизайну засобами Ui/Ux.

Об'єкт дослідження: редизайн сайтів на основі новітніх тенденцій в ІТ-компаніях.

Предметом дослідження є інструменти і засоби редизайну сайтів.

Методи дослідження: аналіз літератури та допоміжних джерел; порівняння схожих по темі сайтів на ринку, веб-ресурсів і дизайнерських рішень; дослідження сучасних тенденцій в дизайні сайтів; систематизація інформації; UX-аналітика та метод комплексного UI-дизайну.

Елементи наукової новизни одержаних результатів: застосовано комплексний підхід до вивчення інформаційних джерел та аналізу ринку компаній. Узагальнено вплив редизайну на покращення функціональності веб-сайту. Систематизовано принципи та методи UI/UX-дизайну, визначено їх роль у підвищенні ефективності користувацької взаємодії.

Практичне значення одержаних результатів: запропоновані ідеї та підходи до створення макету сайту можуть застосувати практикуючі Ui/Ux-дизайнери для розробки сучасних цифрових продуктів та сайтів.

Апробація результатів дослідження.

1. Отримано Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №136387 від 20.05.2025 р. (Додаток А)
2. Участь у VIII Міжнародній студентській науковій конференції «Цифровізація науки та сучасні тренди її розвитку» м. Вінниця, 7 березня 2025 р. (Додаток Б).

Публікація:

Артеменко Ю., Хиневич Р. Редизайн сайту ІТ-компанії «JatApp». Матеріали VIII Міжнародної студентської наукової конференції «Цифровізація науки та сучасні тренди її розвитку», м. Вінниця, 7 березня 2025 р. С. 137-139 (Додаток В).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (46 найменувань), додатків.

РОЗДІЛ 1

ІСТОРІОГРАФІЯ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Еволюція розвитку сайтів

В нашому сьогоденні вже не можна уявити життя без веб-сайтів, вони вже є невід'ємною частиною нашого життя, але так було не завжди, їхня еволюція почалася з простих інформаційних сторінок у 90-х роках. Історія розвитку HTML і CSS є складовою веб-дизайну в теперішньому часі, оскільки це основні мови побудови сучасного сайту [13,38]. HTML (Hypertext Markup Language) був створений Тімом Бернерсом-Лі у 1989, як мова для структурування веб-сторінок. Перші версії HTML склалися лише з тексту та гіперпосилань. Основною функцією було саме передання наукової інформації, проект мав допомагати вченим шукати і ділитися інформацією. Сайт і інформація про нього була оприлюднена лише 20 грудня 1990 року [18].

Згодом у серпні 1991 року Бернерс-Лі опублікував концепцію “Всесвітньої павутини” в кількох новинних інтернет-співтовариствах, а вже у 1993-му CERN виклала у відкритий доступ вихідний код гіпертекстового проекту [13]. Як тільки все більше користувачів інтернету зростало, з'явилися і думки про створення нової версії HTML. З'явився HTML 2.0, розробленим та стандартизованим Internet Engineering Task Force (IETF) у 1995 році. Він відкрив нові можливості, такі як форми та таблиці, що значно розширило функціональність веб-сторінок [18,38].

З появою CSS (Cascading Style Sheets) у 1996 році, коли з'явилася нова версія HTML 4.01, почалося суттєве покращення в оформленні сайтів, з'явилися розширені можливості для мультимедійного контенту [18,13,38].

Через те що HTML не може оформити цікаву візуальність об'єктів та зацікавити їх щоб реагувати на дії цільової аудиторії, почали винаходити щось нове, що може зробити всі елементи більш доступними і привабливими. Такими чином почали використовувати мову JavaScript, вона робить сторінки

сайтів живими та цікавими. HTML є мовою розмітки тому там є базові елементи оформлення, але не візуального, а смислового, через це сайти які були написані на JavaScript, можуть легко відкриватися і на HTML [18,38].

Анімацію у веб-дизайні відкрив саме Macromedia Flash 1.0, захопивши інтернет своєю популярністю, але в нього були свої недоліки. Анімація на сайтах працювала добре, тільки якщо вона запускалася через плагін Flash, це було дуже не зручно, адже якщо цього плагіну не було то анімація відображатиметься з помилкою або пустою [25,39].

З появою нових можливостей в покращенні оформлення сайтів, з'явився і HTML5, що дозволило додавати інтерактивний та мультимедійний контент, такий як підтримка аудіо та відео, семантична розмітка та підтримка локального сховища [13,18]. CSS3, у свою чергу дозволив підвищити візуальну гнучкість, дозволив робити сайти привабливими, за допомогою додавання градієнтів, анімації, тіні та тощо [25,38].

З початком 2000-х розпочався потужний розвиток динамічного та інтерактивного контенту, почали з'являтися дизайнери для створення естетично привабливих сайтів, завдяки таким технологіям як CSS, PHP та ASP.NET. Створення вмісту і керування ним було доступне всім, без глибоких знань програмування, завдяки Joomla, Drupal і WordPress. Згодом WordPress швидко розвинув свої можливості, ставши інструментом для створення повноцінних сайтів, завдяки ньому можна було створювати змістовні сайти з заданими кольоровими стилями и робити сайти більш естетично привабливими [25,39].

У середині 2000-х інформаційні технології відкрили користувачам можливість комунікувати з користувачами з усього світу, стало можливим створювання також спільнот, завдяки переходу до Web 2.0. З'явилися відомі нам вже в теперішньому часі такі соціальні мережі як Facebook (2004) і MySpace (2003), користувачі могли не тільки переглядати контент, а ще й ділитися власним контентом, створювавши власні профілі, створюючи та ведучи власні блоги, коментувати та взаємодіяти з іншими користувачами. З

появою AJAX, стало також можливим оновлювати контент без повного перезавантаження сторінки, раніше це стільки забирало часу та було дуже незручним [39].

У 2007 році розпочалася мобільна революція, з випуском iPhone у 2007, в цей час мобільний інтернет набуває надзвичайної популярності, користувачів стає все більше [25]. Тож, раніше сайти були адаптовані лише для настільних комп'ютерів, однак, з появою смартфонів, потрібно було створення нових підходів до дизайну, і так впровадили адаптивний дизайн для мобільних пристроїв (responsive web design). Такий адаптивний дизайн дозволяв автоматично підлаштовувати вигляд сайту під різні пристрої та розміри екранів. Також зробили полегшений процес створення фреймворків для цього напрямку, створивши Bootstrap [39].

Через те що iPhone ламав форму сайту, через те що він не підтримував технології Flash, сталося його зниження, і його практично перестали використовувати. У зниженні Flash також зіграла роль відкритих стандартів, які дозволяють створювати анімації та інтерактивних елементів без цієї технології [25,39].

І ось, на сьогоднішній день веб-сайти все більше орієнтуються і створюються на користувацький досвід та швидкість завантаження, адже це створено саме для користувачів, тому це так надважливо. Кожного дня створюються все нові функції, щоб покращити взаємодію користувачів з сайтом, щоб зробити їх користувацький досвід позитивним. Адаптивний дизайн став стандартом в сьогоденні, в центрі уваги знаходяться такі концепції, як мікро-взаємодії та анімації, що додають сайту інтерактивності та цікавості до нього. Щоб покращувати загальне враження від користування сайтом використовуються також візуальні ефекти або, наприклад, підсвічування кнопок і тощо [25,39].

Проаналізувавши історію розвитку веб-сайтів, мов програмування та дизайну загалом, можна простежити, як сайти, що спочатку мали єдину базову мету — подання інформації, перетворилися на сучасні дизайн-

продукти, які сьогодні сприймаються як витвори мистецтва та беруть участь у конкурсах суцільного дизайну відповідно до актуальних трендів. Такий аналіз дає змогу створити зручний і стильний макет, не втрачаючи основної функції — якісного подання інформації, а також враховувати й вирішувати запити та потреби користувачів. Детально вивчивши тему, можна розробити макет, що буде не лише сучасним, а й зручним у реалізації для розробників, відповідатиме технічним вимогам, легко проходити перевірки доступності, а також швидко завантажуватиметься, навіть з урахуванням медіаконтенту та складних анімацій.

1.2. Еволюція тенденцій у веб-дизайні

Розібравшись з еволюцією сайтів загалом, можна детальніше поглинути у тенденції веб-дизайну, як вони розвивалися. Розвиток новітніх технологій пройшов через численні етапи адаптації, це стосувалося і веб-дизайну, чим більш потужніші ставали технології, тим більше зароджувався Веб-дизайн.

Перші сайти були лише як книжка, крім суцільного тексту в них більше нічого не було, адже перше для чого потрібен сайт – передання інформації, поширення цієї інформації в маси. Через обмежені технології можливості розробників та дизайнерів були на прості та неструктуровані сайти. Поява CSS (каскадних таблиць стилів) перевернула дизайн макетів для сайтів, це принесло нові можливості та новий рівень налаштувань, такі як: використання медіа, дизайн тексту, шрифти. Інформація набула більшої цікавості та привабливості [27].

З появою мобільних пристроїв на початку 2010-х років відкрилося не лише безліч нових стилів та трендів, а і найголовніше це адаптивний дизайн, адже зручніше було читати інформацію та і загалом користуватися сайтом через мобільні додатки, не у всіх була можливість мати комп'ютер, не всюди його візьмеш. З адаптивним дизайном найпопулярнішим та найпоширенішим стилем завдяки компанії Apple, які випустили перші iPhone, став

Скевоморфізм, що імітував кнопки які виглядали як фізичні об'єкти які користувач міг у повсякденному житті кожного дня. Це додавало об'єктам з якими мав змогу взаємодіяти користувач більше реалістичності, давав відчуття чогось звичного, тому користувачам було легше орієнтуватися і взаємодіяти з пристроєм, коротше будував асоціації людей з речами. Щоб елементи дизайну виглядали ще цікавіше коли на них накладають цікаві структури, це дуже гармонічно виглядає якщо все в одному стилі і один одне доповнює. Цей стиль більше підходить для дизайну з інтуїтивними елементами з якими соціум стикається у повсякденному житті, це можуть бути калькулятори, імітація фізичних предметів, нотатки чи музичні інструменти [17,27].

Плоский дизайн подарував змісту макетам сайтам мінімалізм елементів, естетику, та яскраві кольори, тим самим користувачі не відволікалися на зайві речі на сайти а були зорієнтовані лише на головному, на головних елементах які були яскравими, наприклад такі елементи як кнопки, форми заповнення інформації та тощо. Популярним стилем в ці роки став flat design [17].

Через велику популярність і швидкий розвиток відеоігор виник Імерсивний дизайн, що дозволяв інтегрувати гейміфіковані елементи в сайти для підвищення взаємодії з користувачами, таким чином це вплинуло на позитивний досвід користувачів які взаємодіяли з гейміфікованим сайтом, це впливало на їх емоційний стан. Цей стиль залучав все більше користувачів, через присутність на сайтах системи нагород, рівні або міні-ігри. Також ще більш цікавості додати можна через те щоб додати до них можливість взаємодіяти з курсором, наприклад при наведенні чи кліці, це змушує користувача залишитись на сайті і поглинути в стиль. Деякі дизайнери в розробці макетів додають і мелодії або музику, її можуть вставити як просто програватись при прокручуванні усього сайту, так і в додаванні при якійсь взаємодії клієнта з об'єктом. Такі рішення в дизайні підходять платформам,

сайтам з демонстрацією своїх робіт або портфоліо, також для симуляції або музеїв які віртуально представляють експонати [17].

Паралаксне прокручування додало більше динаміки в макети та підвищило залучення користувачів. Це техніка яка створювала відчуття глибини та переміщення різних елементів в макеті, створюючи новизну для користувачів [27].

Під час ранньої ери інтернету виник такий стиль як Нео-бруталізм та кітч, який використовує прості і грубі форми, часто порушуючи класичні правила дизайну простими і грубими формами дизайну. Цей стиль актуальний і в теперішніх трендах дизайну. В цьому стилі пов'язані чіткі або незграбні форми, лінії та великі шрифти. Цей стиль дуже підійде якщо на сайті багато інформації і її потрібно подати саме через дизайн, а не через читабельність, ці методи дуже добре сприймаються користувачам і шанувальникам таких стилів де поєднано велике в компактні форми. Також цей стиль досить сильно доповнює плакати, постери, мінімалістичних обкладинок [17].

З годом користувачі зіткнулися з тим, що вночі переглядаючи сайт якщо він був зі світлою темою, його було не зручно переглядати, боліли очі від яскравості екрану, зменшення яскравості не допомагало. Тоді розробники разом з дизайнерами почали застосовувати таку функцію як “дизайн темного та світлого дизайну”. З такою функцією це вирішило цю проблему, сайти з темною темою для вечора та ночі а світла для денного режиму. Це покращувало досвід користувача та конверсію. При такому режимі варто лише краще враховувати важливі функції на сайті, щоб це біло гармонічніше та привабливіше: зручне читання тексту та зручність у взаємодії з об'єктами на темному фоні. Правильний вибір контрасту дозволить не втратити читабельність тексту, це дуже важливо для людей з поганим зором. Це буде ключовим фактором забезпечення доступності та розбірливості в дизайні макету сайту. Для темної теми не варто використовувати чисто чорні відтінки, це не відкриває у користувачів захопленість. Варто вживати

кращий контраст чорни, сірих і білих відтінків, а саме варто звернути увагу на контрастність фону і тексту для зручного читання і полегшуючи користувачам фокусування. Варто уникати чисто чорних шрифтів на білому фоні і чисто білих шрифтів на чорному або темно сірому фоні згідно з даними Google, 38%, 60% і 87% непрозорості світло-сірого є ідеальними значеннями. Використання в міру насичених тіней може бути тільки плюсом в дизайні на дві теми, це додає глибини елементам і макет не буде виглядати плоским [26,27].

З розвитком 3D створився і сучасний веб-дизайн, який все більше зосереджений на інтерактивності та сучасності. Додавання 3D-анімацій, динамічних переходів та мікро взаємодій допомагає створювати вражаючий користувацький досвід. Створюючи дизайн сайту з таким стилем, сайт набуває популярності і залучає все глибше в контент користувачів, роблячи його конкурентоспроможним [17].

Також, для фанатів ретро стилю є ретрофутуризм, що поєднує в собі часи, елементи, естетику минулого і з поглядом на майбутнє. Під час перебування користувачів на сайті це йому навіює відчуття настальгії. Щоб відповідати цьому стилю варто використовувати палітру котра була в моді в минулому, лінії які дають спокій, геометричні фігури, шрифти з великими зачісками та все інше що так нагадує часи 80-х років. Цей стиль дуже гарно поєднується з сайтом на якусь космічну тему, для компаній з технологіями, веб сайтів у яких такий відповідний настрій, або які мають в своїх фірмових стилях неонові кольори [17].

Стиль цифрових помилок виглядає дуже модно, молодіжно і цікаво, цей стиль використовують повсюди де хочеться передати комп'ютерний стиль, тож він зайняв дуже глибокий стильний поріг і на сайтах. Все більше компаній пов'язують свої бренди з таким стилем. Дефекти зображень, запуску сайту і навіть тексту додають емоційного зв'язку, особливо додавання кольорів (червоний, синій, зелений) що притаманному до будь яких неполадок, додає більше глибини [17].

Через те що в сьогоденні досить мало позитивних речей, люди більше віддають перевагу технологіям які дарують радість і якісь позитивні емоції і це звісно впливає на конверсію, тому виник такий стиль, як грайливий та гумористичний. Такий стиль позитивно впливає саме яскравими кольорами, зазвичай це жовтий, рожевий, блакитний, також цікавими грайливими шрифтами, фігурами, або елементами що нагадують мультфільми чи комікси. Сюди також відноситься гейміфікований дизайн, адже в такому стилі також використовуються грайливі елементи з якими можна взаємодіяти, або показують і вражають своєю анімацією. Такі стилі дуже добре вписуються в рекламні блоки, інтерактивних деталей з якими стикається клієнт [17].

Отже, тенденції все більше розвиваються створюючи все нові стилі та ідеї, це відображає постійні пошуки між естетикою та функціональністю. Підлаштовуючись під реалії життя кожен стиль створювався саме щоб передавати більше позитивних вражень саме через контент, що інколи не вистачає в житті людей. На сайт з цікавим стилем і дизайном не обов'язково приходять щоб вирішити свої якісь потреби або проблеми, дизайн сайтів також слугує в емоційній насиченості.

Проаналізувавши інформацію та більш детально дослідивши еволюцію трендів веб-дизайну, стало можливим здійснити обґрунтований підхід до включення сучасного стилю та функцій у макеті. У процесі аналізу була висунута гіпотеза щодо застосування швейцарської сітки в композиції, а також додавання сучасних ілюстрацій і тривимірних елементів до дизайну.

1.3. Вплив дизайну сайту на сприйняття бренду

Веб-дизайн сайту ІТ-компанії та інших, дуже пов'язаний з фірмовим стилем, адже відіграється важлива роль у формуванні сприйняття компанії, особливо якщо йдеться про його редизайн, який має на меті оновити образ компанії, підвищити конверсію, рівень довіри клієнтів та залучення нових користувачів. Щоб зробити якісний редизайн краще переглянути новітні

тенденції, підібрати кращу кольорову гаму, типографіку, графічні елементи що відповідає бренду, а також якісні зображення що є важливою частиною в цілісності дизайну. Яскравий, інтуїтивний і послідовний дизайн сприяє створенню стійкої емоційної прив'язки до бренду і заохочує до тривалого перебування на сайті [15].

Візуальні елементи є одним із ключових факторів, що впливають на унікальність, ідентичність компанії та перше враження користувача, але варто не перебільшувати з цим, щоб завантаження сторінки не була занадто довгою, для сучасних користувачів є дуже цінною швидкість і інтерактивність. Підібрана кольорова гамма повинна відповідати компанії та підкреслювати імідж [15]. Коли все відповідатиме одній стилістиці це викликатиме емоційний відгук у відвідувачів, формуючи позитивне ставлення до компанії. Наприклад, теплі та яскраві кольори можуть викликати відчуття енергії і динамізму, тоді як нейтральні відтінки сприяють створенню відчуття стабільності та довіри [4,9].

У візуальному стилі повинна бути послідовність, що допомагає краще сприймати інформацію користувачам та підвищує впізнання компанії. Використання фірмових кольорів, логотипу та шрифтів на всіх сторінках сайту забезпечує цілісність образу компанії та покращує запам'ятовування [9]. Це важливо для посилення асоціацій, що користувачі встановлюють із брендом. Застосування таких елементів збільшує довіру та лояльність до компанії [4,31].

Доповнює брендову ідентичність також і вдалий підбір шрифтів які будуть доповнювати дизайн. Типографіка і зручність читання мають значний вплив на досвід користувача. Легкі для читання шрифти та структура тексту сприяють кращому сприйняттю інформації. Це підвищує зручність користування сайтом та допомагає користувачам швидко орієнтуватися, що особливо важливо для конверсійного ефекту [9,19].

Важливим є також дотримання сучасних різних трендів у веб-дизайні, таких як чистота, простота і адаптивність для мобільних пристроїв.

Сучасний дизайн, що відповідає актуальним трендам, сприймається користувачами як ознака інновацій та професіоналізму компанії, що є важливим для бренду в ІТ-сфері, де конкуренція надзвичайно висока [4,9].

Для того щоб все це відповідало бізнесу, варто врахувати і проаналізувати такі опції: цілі, цільова аудиторія, бажані дії користувача та зробити кінцеві висновки. Розберемо по порядку кожний аспект. Цілі компанії варто врахувати з самого початку, що важливе для керівників і головних цього бренду і компанії, визначити мету сайту, яка ціль редизайну. Визначення цільової аудиторії дуже важлива саме тим, для кого саме відповідають встановлені цілі і запропоновані аспекти дизайну макету. Кольори, шрифти і медіа не підійде під кожну цільову аудиторію, не правильне її визначення може сприяти зниженню конверсії. Визначивши цільову аудиторію, можна легко визначити бажані дії користувача на сайті. Це ті дії котрі ви хочете бачити від користувачів, на ці їх дії і повинні спрямовані цілі сайту [4,20].

Організація та ієрархія вмісту дозволяє всю інформацію і цілі які було враховано, структуровано та зрозуміло розмістити на макеті сайту, це кінцева пункт будови сайту та в реалізації запропонованих рішень. Завдяки цим функціям і знанням можна правильно розташувати всі цілі і зрозуміти які є потрібними блоками а які ні.

Дослідивши методи та загальні принципи впливу дизайну на сприйняття бренду компанії, можна зрозуміти, як правильно розробити інтерфейс, який буде якісним і легко сприйматиметься клієнтом. Важливо досягти такого результату, щоб користувач з першої сторінки одразу розумів, яка це компанія. Веб-дизайн відіграє ключову роль у формуванні образу бренду, тому його слід максимально гармонізувати з фірмовим стилем компанії.

1.4. Еволюція вимог до веб-дизайну з урахуванням зростаючих потреб користувачів

Еволюція вимог до веб-дизайну пов'язана зі зростаючими потребами користувачів і продовжує змінювати підходи та стандарти розробки сайтів для ІТ-компаній, з новими ідеями конкурентів. Чуйність, інклюзивність, швидкість завантаження та інтерактивність є одними з ключових факторів для залучення користувачів і підвищення їхнього задоволення від взаємодії з сайтом, оскільки цифрове середовище постійно вдосконалюється [35].

Адаптивний веб-дизайн є важливою частиною сучасного дизайну. Використання медіа-запитів і фреймворків, таких як Bootstrap і CSS Grid, автоматично налаштовує макет сайту відповідно до різних розмірів екрану, створюючи позитивну взаємодію з користувачем незалежно від пристрою, що також покращує коефіцієнт конверсії та задоволеність клієнтів [1].

Сучасний дизайн орієнтований на емпатичні складові і емоційні зв'язки до своїх користувачів. Графіки та дослідження демонструють показники де інклюзивність, адаптивність, мінімалізм та персоналізація стали ключовими трендами, які підвищують зручність та ефективність взаємодії з сайтом. Головним чинником якому приділяють більшу увагу усі дизайнери які є спрямованими на користувачів і позитивний досвід емоційному дизайну, який сприяє залученню та утриманню уваги споживачів, сприяє підвищенню конверсії [1,35].

Завдяки активізації руху за права людей з інвалідністю на початку 70-х, було привернуто увагу в точки зору доступності на сайтах і не тільки. Введення інклюзивного дизайну програми для навчання в школах та залучення в поняття інклюзивного дизайну усіх осіб, до яких належать – люди похилого віку, діти, люди з різними культурними та мовними особливостями. Тоді і відбулася інтеграція понять інклюзивного дизайну в розробку макетів [35].

Вплив інклюзивності на технології та соціальні зміни в сайтах та мобільних додатках почала бути доступною для сліпих та з особливими

вадами зору тим, що впровадили голосові керувачі та великий кегль тексту. Для людей з недоліками в розпізнанні кольорів створили основну формулу відтінків. В цьому на теперішній час допомагає досягти коректності в цьому ШІ, він створює адаптивний інтерфейс що може підлаштовуватися під будь які типи соціуму [35].

Користувачі є різними, зі своїми особливостями в своїх здібностях, тому без інклюзивності до таких користувачів сайт не може існувати як сучасний. Потрібно враховувати всіх потенційних користувачів, щоб забезпечити всім якісну доступність на сайті для всіх. Це стосується кольорів, кольорової палітри, гамми, шрифтів, їх розмір і зручність читання та інтерфейсів, які можна використовувати з клавіатурою та екранними лідерами [35].

Є візуальні та активні ефекти. Тривимірні елементи та анімація використовуються в сучасному дизайні, щоб створити візуально привабливий та інтерактивний досвід для користувачів [1]. Це допомагає привернути увагу до ключових елементів сайту і робить його більш привабливим на тлі конкурентів. Такі елементи підвищують естетику сайту, а взаємодія з ним стає більш захоплюючою [29,35].

Соціум любить і віддає перевагу чомусь незвичному, що можна інтегрувати в дизайн, а саме наприклад ламану сітку, що сприяє ламану структуру [29]. Всі або декілька елементів в такому стилі є хаотичний характер і розташовування, але це не є випадковістю і в такому стилі все виглядає одним цілим. Для вдалого ефекту варто все розташовувати асиметрично та використання бокових полів [1,35].

Компанії змушені постійно оновлювати та вдосконалювати свої цифрові продукти через еволюцію сучасного веб-дизайну. Сучасні підходи допомагають забезпечити високу ефективність і конкурентоспроможність сайту ІТ-компанії, такої як JatApp, зберігаючи її репутацію і привабливість для користувачів.

У веб-дизайні психологія сприйняття є потужним інструментом, який допомагає створювати інтерфейси, які сприяють приємній взаємодії користувача з сайтом. Розуміння основних принципів сприйняття допомагає веб-дизайнерам зрозуміти природні когнітивні особливості людини, що підвищує ефективність спілкування та емоційне залучення користувачів. [24]

Для ефективного емоційного зв'язку не достатньо просто привабливої картини, важливо враховувати ієрархію, що дає відчуття порядку і скомпонованості. Порядок в гештальтах, в тексті, в кольорах, в фото та в кольоровій гаммі. Це дозволяє зорієнтувати погляд користувача на важливих речах та аспектах, тексти з важливою інформацією, кнопки заклику. Візуальний дизайн тільки доповнює цілісність картини. Мозок швидко обробляє та сортує інформацію [24].

Ментальні моделі - це метафори. Люди використовують попередній досвід і розумові моделі, щоб сформувані очікування щодо елементів на сторінці. Користувачі очікують, що кошик для покупок буде розташований у верхньому правому куті сайту, а форма пошуку угорі. Дотримання ментальних моделей робить сайт зручнішим у використанні [24].

Наш розум автоматично заповнює інформацію якої не вистачає, це називається гештальт-принципами. У веб дизайні також це є і воно дуже важливе для користувачів, а саме законами подібності, близькості та замкнутості. Ці всі закони допомагають зробити інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Закон подібності показують як об'єкти подібні між собою за формою або кольором, сприймаються як пов'язані між собою. Таким чином, якщо застосовувати такі техніки в своєму макеті, можна досягти успіху в тому, щоб користувачі легко орієнтувалися на сайті або сторінці, це допоможе легко знаходити потрібну інформацію та швидше вирішувати свої проблеми з якими вони прийшли на даний сайт [22,24].

Доповнюючи ці закони принципами які впливають на когнітивну емоційну реакцію, інтерфейс стає не тільки інтуїтивно зрозумілим, а і з можливість швидко обробленим в інформації юзером. В конкуренції сайтів

завжди перемагають ті що легко засвоюються інформаційно в користуванні. Функціональність сайту залежить від емоційних реакцій на нього [24].

Простий інтерфейс і закон Хіка. Чим довше буде прийнято рішення, тим більше у користувача буде вибору. Надмірна кількість опцій на сторінці може ускладнити взаємодію. Зі структурованою простою навігацією легше досягати цілей [24].

Конкурентоспроможний сайт також має відповідати культурним особливостям гостям сайту. Це знову ж таки стосується кольорів, тексту, структури та стилю взаємодії. Різні користувачі по різному реагують на ті чи інші об'єкти, якщо не дотримуватися цього, це може призвести до непорозумінь та втрату клієнтів [24].

Мікро анімації, такі як кнопки, які мають *hover / pressed* (змінюють колір при натисканні, або ефекти при наведенні на них курсора), допомагають користувачам зрозуміти реакцію системи на їхні дії та відчуття зацікавленість. Відчуття задоволення від взаємодії з сайтом посилюється цими елементами [24].

Отже, інтерфейс має бути не лише візуально привабливим, а й інтуїтивно зрозумілим у використанні користувачем, що зробить його конкурентоспроможним та продуманим. У проаналізованих дослідженнях і статтях було показано багато цінної інформації, яка стала основою для створення сучасних макетів з урахуванням больових точок цільової аудиторії таких компаній і збереження максимально якісного користувацького досвіду.

Висновки до першого розділу

В першому розділі було досліджено історію сайтів, їх історію виникнення, які ще є мови програмування, популярні тенденції та еволюцію зростання потреб користувачів до сайту.

У результаті проведеного дослідження було здійснено комплексний аналіз еволюції веб-дизайну — від початкових сайтів, що виконували лише інформативну функцію, до сучасних дизайн-продуктів, які сприймаються як

повноцінні мистецькі об'єкти. Проаналізовано розвиток мов програмування, принципів побудови інтерфейсів і актуальних дизайн-трендів. Застосування такого аналізу дало змогу розробити зручний, візуально привабливий макет, який не втрачає своєї основної функції — якісної подачі інформації — і водночас враховує потреби користувачів, відповідає технічним вимогам, є легким у реалізації для розробників і забезпечує швидке завантаження навіть за наявності складних медіаелементів.

На основі глибокого вивчення еволюції трендів у веб-дизайні сформовано обґрунтовані рішення щодо впровадження новітніх стилістичних та функціональних рішень у макет. Було висунуто гіпотезу щодо доцільності використання швейцарської модульної сітки, а також інтеграції сучасних ілюстрацій та 3D-елементів, що посилюють візуальне сприйняття.

Узагальнено й систематизовано знання про вплив дизайну на сприйняття бренду. Визначено, що якісний інтерфейс має бути тісно пов'язаний із фірмовим стилем компанії, забезпечуючи однозначне розуміння бренду вже з першої сторінки. Веб-дизайн виконує не лише естетичну, а й стратегічну функцію, формуючи перше враження та довіру до компанії.

Отже, створення інтерфейсу має базуватися на поєднанні естетичної привабливості з інтуїтивною зручністю, що значно підвищує його конкурентоспроможність. Узагальнені результати досліджень і аналізу дозволили врахувати больові точки цільової аудиторії та забезпечити високоякісний користувацький досвід, що є основою для успішного редизайну сучасного сайту.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕДИЗАЙНУ ТА UX/UI ДИЗАЙНУ САЙТІВ

2.1. Важливість UX/UI-дизайну для сучасних веб-сайтів ІТ компаній

Дизайн у веб сайтах грає більшу роль не з точки зору творчості, а більше зі своєї функціональності, стратегії. Адже це більше не про дизайн як такий, а саме UX орієнтований на користувача, саме це його зможе зацікавити залишитися на сайті і цим краще вигравати серед усіх наших конкурентів. Сьогодні сайт не може вижити без потужної стратегії, адже і сам є цим будь якому бізнесу, організації чи приватної особи. Таким чином взаємодія з користувачем, дизайн інтерфейсу користувача дуже важливий для веб-сайтів ІТ-компаній [40].

Тренди звісно важливо в дизайні веб-сайтів, але це важливо лише тим щоб спрямувати на користувача перше позитивне враження, що дійсно заохоче його залишитися, так це якісній юзабіліті що спрямований на користувача, на його позитивний досвід, основні завдання користувацького досвіду та дизайну користувацького інтерфейсу – зручність та інтуїтивність [40].

Ці аспекти дизайну впливають на конверсію та лояльність користувачів, адже зрозумілий інтерфейс полегшує процес пошуку необхідної інформації. Проста та логічна організація елементів, яка враховує очікування користувачів, знижує рівень відмов і підвищує рівень позитивного досвіду клієнта з продуктом [14].

Простота та логічна організація елементів є була і буде важливою частиною в дизайні сайту, яка враховує очікування користувачів, знижує рівень відмов і підвищує задоволеність аудиторії. Важливо конкурувати на динамічному ринку, якщо ви хочете залучити нових клієнтів і зберегти існуючих [14].

Є звісно варіант застосовувати шаблонні макети до свого сайту, але це не принесе такої конверсії як сайту з унікальним дизайном яке побудоване на стратегії, зручності і орієнтованому на користувача [8]. Краще почати віділятися серед свої конкурентів, використати гнучку цікаву сітку в макеті замість не зручної і не естетичної, прив'язати історію бренду до макету, можна це зробити не саме для UI а і з UX, адже як це обговорювалося раніше, творча сторона не відіграє важливу роль в дизайні [23,40].

Знаючи свою аудиторію розробка дизайну стає ще простішою, адже тут простіше зрозуміти що потрібно твої клієнтам і просто потрібно відповідати їх поставленим цілям на сайт твого бренду який вони відвідують [8]. Щоб краще це зрозуміти і прийняти правильні рішення можна провести опитування, тести або проаналізувати відгуки, реагувати емпатично і емоційно на отримані результати, співпереживати користувачеві, щоб зрозуміти ліпше його цілі. Також є практика в розробці карти потенційного користувача, там варто описати типового користувача твого сайту це допоможе побудувати міцний зв'язок між розумінням потреб [23,40].

ІТ-галузь важлива тим, що користувачі можуть комфортно працювати як на мобільних телефонах, так і на стаціонарних пристроях. Персоналізація інтерфейсу та використання аналітики для покращення взаємодії є одними з ключових аспектів. Забезпечення позитивного іміджу бренду на ринку, а також збільшення залученості користувачів, зниження показників відмов і збільшення конверсії можна досягти, включивши продуманий дизайн UX/UI у проект редизайну [8,23].

Дослідивши і повноцінно розкривши тему важливості UX/UI-дизайну, було прийнято у якості висновку певні гіпотези що до покращення дизайну який бudo відповідати прийнятним стилям ІТ-компаній. З'явилося розуміння важливості функцій такого дизайну та як поглибити в цікавість користувачів сайту та потенційну цільову аудиторію.

2.2. Роль UI/UX у підвищенні конверсій та залученості користувачів

Збільшення залученості користувачів і конверсії сайтів важливі для ІТ-компаній, які прагнуть збільшити свій вплив і клієнтську базу. Взаємодія з користувачем починається з першої взаємодії з інтерфейсом і продовжується на всіх етапах взаємодії з сайтом [36]. Зручний і естетично привабливий дизайн може підвищити рівень інтересу і мотивації користувачів до виконання цілеспрямованих дій, що в кінцевому підсумку сприяє збільшенню конверсії.

UX дизайн саме про структурованість макету, юзабіліті, про досвід користувача і зручне переміщення користувачу по сайту. UI дизайн саме за стиль, тренди і естетику по всім макетам сайту [32,34].

Зазвичай причина відвідання сайту користувачем, це запит на вирішення своєї конкретної проблеми. Наприклад варіант з інтернет магазином, користувач приходить на сайт інтернет магазину щоб зручно щось купити, це позитивний досвід користувача з сайтом [32]. Так само і в ІТ ніші, основними користувачами сайту для якого розробляється редизайн, це власники бізнесів яким потрібен сайт для свого бренду, продукту, або для всього іншого щоб їх користувачі мали позитивний досвід з їх діяльністю яку вони пропонують, щоб підвищити конверсію [34,36].

UX впливає на конверсію сайту тим, що полегшує конверсію, мінімізує бар'єри користувачеві (мінімізує навігацію в оформленні замовлення, реєстрації, входу, тощо), швидке завантаження сайту, що дозволяє не витратити час користувача за чекання поки завантажиться сторінка [32].

UI впливає на те щоб це виглядало все як одна ціла картина, додавання кольорів, підбір кольорової гамми, підбір шрифтів, і все те що відповідає за вигляд макету в цілому [32,36].

Зручність навігації є одним із найважливіших аспектів взаємодії з користувачем. Користувачі можуть швидше знайти те, що їм потрібно, завдяки легкому доступу до основної інформації. Додавання зрозумілих

кнопок заклику до дії, забезпечення швидкої навігації до сторінок опису продукту та прості форми замовлення – це деякі способи покращити взаємодію з користувачем і конверсії [32]. Зменшення кількості кроків у процесі купівлі або реєстрації може підвищити рівень конверсії, оскільки користувачі не стикаються з перешкодами, які можуть відвернути їх від виконання бажаної дії [34,36].

На залучення впливає мобільна максимізація. Зі зростанням використання мобільних пристроїв для перегляду веб-сторінок компанії інвестують у створення адаптивів. Користувачі можуть насолоджуватися зручним переглядом на будь-якому пристрої, будь то мобільний пристрій або комп'ютер [34]. Задоволеність клієнтів і лояльність до бренду підвищуються завдяки персоналізації, індивідуальним налаштуванням профілю та збереженню даних користувачів [32,36].

Велику роль відіграє естетична привабливість інтерфейсу. Позитивне перше враження можна створити за допомогою вдало підібраного стилю, колірної гами та візуальних елементів. Використання якісних зображень і елементів, що вказують на ключові переваги товарів, дозволяє користувачам швидко зрозуміти цінність пропозиції та мотивує їх до взаємодії з сайтом [32,36].

Проаналізувавши тему та методи підвищення конверсії, можна зробити інтерфейс сайту не лише зручним для користувачів, а й таким, що відповідає цілям компанії. Адже важливу роль тут відіграють і прагнення самої компанії, тим самим підвищення конверсії позитивно впливає на бізнес-метрики та залучення нових потенційних клієнтів, що є основою діяльності більшості ІТ-компаній. Тож для створення сайту з успішними результатами варто врахувати, вони будуть відповідати всім поставленим завданням.

2.3. Поняття User Experience (UX) — вплив на поведінку користувачів

В цілому, User Experience (UX) це сукупність емоційного зв'язку, вражень користувацького досвіду під час взаємодії з продуктом, системою чи сервісом. Основним компонентом сучасного веб-дизайну є User Experience, який визначає, як користувачі сприймають цифрові продукти та взаємодіють із ними. Різноманітні аспекти взаємодії, які впливають на емоції, задоволення та лояльність користувачів, призводять до збільшення конверсії [45].

Щоб комерційні показники та метри були позитивні відносно очікувань і планів, застосовується правильний і високоточний UX, ти м самим збільшуючи час користувача проведений на сайті, підвищує прихід нових клієнтів, підвищує довіру до діяльності, знижує відсоток відмов і підвищує в цілому кількісну конверсію [43].

Користувацький досвід - це створення продуктів, які відповідають потребам користувачів, полегшують досягнення їхніх цілей і знижують рівень розчарування під час взаємодії. Зручний інтерфейс, зрозуміла навігація та інтуїтивно зрозумілі елементи керування допомагають користувачам швидко знаходити потрібну інформацію та виконувати цільові дії. Можна виявити потенційні проблеми до випуску продукту на ринок і таким чином мінімізувати негативний досвід користувача [45].

З кожним разом як покращувати свої продукти, є можливість забезпечення необхідними функціями для клієнтів, задля сприяння позитивній взаємодії з сайтом, а саме покращивши мапу сайту, підвищити рівень розуміння до цільової аудиторії [33].

Вплив User Experience на поведінку користувачів можна побачити за допомогою аналітики, яка дозволяє оцінювати, як користувачі взаємодіють із веб-сайтом, визначати слабкі місця в дизайні та впроваджувати вдосконалення [33,43]. Компанії можуть використовувати поведінку користувачів, включаючи час перебування на сайті, показники відмов і шляхи взаємодії, а також інші дані, щоб створювати ефективніші проекти, які

сприяють задоволенню та лояльності користувачів за допомогою аналітичних інструментів UX [43,45].

Дослідивши важливу тему з UX можна включити всі правила та принципи, зрозуміти і налаштувати інтуїтивний вплив на користувача, це все допоможе створити корисний і легкий користувацький досвід в пошуку потрібної інформації і легкому переміщенню по сайту.

2.3.1. Розробка UX-стратегії на основі потреб користувачів ІТ-сектору

При розумінні потреб користувача першим кроком потреб користувача потрібно зрозуміти їх цілі з якими вони прийшли на сайт, мотивацію, їх больові точки в сайті та очікувань від позитивного результату. Тести, спостереження, розмови та інтерв'ю можуть зрозуміти всі ці фактори, з цих аналізів далі можна створити карти користувачів, а згодом і сценарії взаємодії з інтерфейсом [45].



Рис.2.3.1. Вигляд прототипу додатків [44]

Дослідження усіх цих моментів є важливою частиною під час редизайну, і першим кроком варто визначити які проблеми на сайті JatApp є зараз. Основною проблемою є навігація, в меню є всі потрібні меню, але ієрархії в них зовсім відсутня. На самому лендінгу є трохи перевантаженість блоків, деякі з них зайві, такі як “Про нас у цифрах”, замість цього блоку краще показати портфолію компанії, якого взагалі немає, це велика помилка адже

клієнти переходять на цей сайт саме щоб ознайомитися з портфоліо. Також є ще один нюанс, такий як поганий адаптив на мобільну версію. [28]

Тож з аналізу сайту варто розібрати визначені цілі та мату в покращенні UX, а саме [45]:

1. Проаналізовану навігацію дослідити по блокам і реалізувати між оптимізовану її версію та створити зрозумілу ієрархію, зробити шлях до потрібної інформації клієнтові більш зрозумілою і доступною.
2. Оптимізований адаптивність на мобільні пристрої.
3. Підсилити заклики до дії, обрати кращі заклики до дії [45].

Наступним кроком є визначення UX гіпотез. Після якісного дослідження мети, є хорошим варіантом розробити (Customer Journey Map). Ось пропозиції з цього:

Таблиця 2.3.1.

Аналіз Customer Journey Map

Етап	Дії користувача	Точки взаємодії	Емоції	Бар'єри	Покращення
1. Усвідомлення	Користувач бачить рекламу, або шукає ІТ-компанію для аутсорс-послуг.	— Google-пошук — реклама в соцмережах — рекомендації.	— Цікавість — Пошук рішення	Велика кількість конкурентів.	Виділити унікальну торгову пропозицію на головній сторінці.
2. Відвідування сайту	Швидко сканує поглядом основну йому інформацію.	— Перший екран — Головна — Сторінка Портфоліо	Швидкий пошук потрібної інформації.	Перевантаження контенту, недостатньо чіткі заклики до дії.	Спрощення першого екрану, фокус на головному.
3. Ознайомлення з послугами	Перегляд доданих кейсів портфоліо в редизайні.	Сторінки: — "Послуги" — "Портфоліо" — "Про компанію"	Хоче побачити досвід та приклади проектів.	Недостатньо акценту на перевагах та результатах.	Додати більше конкретних прикладів кейсів і відгуків.

4. Рішення звернутися	Форма заявки свого запиту	Контактна форма Телефон Кнопка "Замовити консультацію"	Надія на швидкий і професійний зворотній зв'язок.	Страх залишити дані, сумніви у відповіді.	Спрощенн я форми, гарантія швидкої відповіді, соціальні докази.
5. Післяконта ктна взаємодія	Отримує відповідь або консульта цію від менеджер а.	Email-лист Дзвінок Зустріч.	Очікування на якісний сервіс та пропозицію.	Затримка відповіді, неструктуро вана консультаці я.	Автоматиз ація відповідей, скрипти для консульта цій.

Таким чином, дослідивши ключові стратегії UX та проаналізувавши побудовану карту шляху користувача (Customer Journey Map), можна детально простежити його взаємодію з сайтом, емоційні реакції, можливі імпульси та больові точки, які заважають досягненню цілі. Ці моменти можна виявити, усунути або покращити у макеті, мінімізуючи зайві бар'єри, що перешкоджають переходу користувача до наступного етапу взаємодії.

2.3.2. Аналіз конкурентів у контексті редизайну: використання методології SWOT

SWOT дозволяє аналізувати, оцінити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на діяльність компанії. За допомогою цього методу можливо оцінити слабкі сторони, сильні, можливості та загрози для нашого продукту [5,7].

Її варто використовувати за таким принципом: Можна у вигляді таблиці визначити сильні сторони, слабкі сторони, можливості в покращенні та загрози. Розташувати інформацію таким чином легко можна проаналізувати і визначити головні ідеї які можуть загрожувати компанії, якщо вони відсутні або які варто реалізувати [5,7].

В кожному з таких пунктів щоб якісно сформувати інформацію є певні питання, відповідь на які і буде аналізом. В блоці “сильні сторони” є певні питання: що у вас є такого, чого немає у конкурентів (послуги, товари,

пропозиції)?, Чи у вас певні стратегії та досвід, що допоможе досягти поставлених цілей?. До блоку “слабкі сторони” відносяться питання: які місця можуть завадити розвитку?, яких навичок не вистачає?, У чому причина невдач або провалів?. В блоці можливостей: що можна покращити?, Які елементи потребують кращої реалізації?, Що не вистачає для кращого результату і конверсії?. В загрозах варто проаналізувати конкурентів, які функції є більш кращими для користувачів, яких немає в нашому сайті [5,7].

Якщо працювати над цим як фрілансер то це потрібно проводити одному. Але якщо працювати компанію то загальну інформацію збирає вище керівництво в команді, такі як: керівництво компанії та власник компанії [5].

Таким чином, дослідивши як використовувати аналіз і його головні аспекти, можна краще побудувати стратегії, проаналізувати їх успіх та вдалість в реалізації. Їх застосування у веб-дизайні є дуже важливим кроком у реалізації успішності і в досяганні цілей. У висновку варто одразу проводити аналізи і на далі, після повноцінної реалізації, в виявленні правильних рішень і правильних поведінок клієнтів на сайті, виявлення недоліків та загроз.

2.4. Стратегія User Interface (UI)

Для кожного продукту після побудови цілісного UX потрібно зробити ці функції візуально привабливими для користувача, адже саме це впливає на перше враження, саме це підкреслює інтуїтивні функції, наприклад як елементи для заклику до дії, без яких не може існувати жоден продукт [3,16].

Щоб досягти ієрархії і побудувати все якісно, є певні принципи в UI, а саме [41,42,44]:

1. Простота та зрозумілість грає дуже важливу роль, всі елементи повинні бути однорідного дизайну, все повинно бути максимально простим для користувача. Це допоможе клієнтам без труднощів переміщуватись по сайту, легко знаходити потрібну інформацію і все чітко зчитувати, це не повинно створювати додаткових і непотрібних бар'єрів.

2. Консистентність має бути в усіх елементах.
3. Всі дії для користувача повинні бути в першу чергу орієнтовані на нього, все повинно бути зручно саме для клієнтів. Все повинно відповідати очікуванням, імпульсам, емоціям і самим потребам відвідувачів.
4. Якщо притримуватися візуальної ієрархії цілісний візуальний дизайн стає ще більшим відповідним до відвідувача. Все простіше будуть виконані запити і швидший пошук інформації.
5. Сама інформація і всі тексти мають мати якісну інформативність. Не варто перенавантажувати сайт великою кількістю тексту, краще її інтерпритувати в додаткові медіа. Самі заголовки маю бути чіткими, щоб пошук по запиту користувачів був без зайвих обмежень. Якщо заклик в заголовку буде не чіткий або без точності, клієнт не зможе знайти сайт.
6. Так як більше користувачів приходять на сайт саме з мобільних пристроїв та користуються загалом ними, адаптивність є невід'ємною функцією сайту. Продукт має бути завжди доступним для всіх влюбий час, не у всіх є можливість мати комп'ютери або ноутбуки.

Продукт у сфері бізнесу ІТ компаній дуже важливий, адже такі сфери напряду взаємодіють з дизайном, такі сайти не можуть існувати без цього, адже це також привертає не менше уваги. Люди які приходять на сайт теж дивляться на дизайн компанії в якій вони хочуть реалізувати свої послуги або ідеї і аналізують, на скільки сильний зв'язок між їх бажанням і здібностями компанії, чи відповідає вона їхнім охоченням [41,42,44].

В рамках редизайну і покращення, варто врахувати практичні аспекти розробки UI-стратегії, такі як [3,16]:

1. Потрібно проаналізувати цільову аудиторію. Визначити їх потреб, очікувань та поведінку користувачів для створення інтерфейсу, що відповідає її вимогам, ідеям і кінцевим прагненням.
2. Для яскравого показу своїх ідей і вирішення проблем реалізація прототипів високої точності, з використанням нового і більш якісного тексту

для кращого сприйняття сайту користувачем. Також варто продемонструвати весь новітній функціонал який краще підібрати для продукту.

3. Реалізовані прототипи варто протестувати, а саме, взяти групу людей (потенційну цільову аудиторію) і дати їм на пробу розроблені макети. Для більш точного аналізу краще зробити їх інтерактивними, тобто, наприклад в програмі Figma є можливість зробити інтуїтивно зрозумілу мапу користувача, їх поступові кроки, переміщення на сайті і показати через функцію “Prototype”. Доповнити інтерактив можна і створенням різних станів кнопок, це допоможе краще усвідомлювати користувачеві його поступові кроки.

4. Якщо продукт пройшов позитивно тестування і отримав більшу кількість позитивних відгуків, можна віддавати продукт в останній крок, а саме на впровадження і оптимізацію. Це кінцевий крок в розробці макету.

Ці етапи в розробці є найголовнішими і ключовими в розробці, вони забезпечують ефективну та приємну взаємодію користувача з продуктом.

Дослідивши та проаналізувавши краще цю тему, можна створити не лише гарний, але і правильно продуманий UI який відповідає досвіду користувачів. Проаналізовані принципи та стратегії можна включити в редизайн для правильної побудови візуального дизайну.

2.5. Іконки та типографіка: деталі, що роблять інтуїтивно зрозумілим контент для користувача

По інтуїції, щоб не додавати купу непотрібного тексту на який користувачі загалом не витрачають час щоб його повністю прочитати, використовують іконки і відповідну типографіку [11].

Іконки відіграють важливу роль саме в інтуїтивній поведінці клієнтів сайту, вони доповнюють всі медійні елементи і слугують візуальними підказками, не варто їх зображувати важкими з великою кількістю елементів, адже вони повинні викликати легкість та просту зрозумілість, також вони не повинні вибиватися з суцільного стилю макету [11].



Рис.2.5.1. Вигляд іконок [11]

Іконки в макеті можуть також сформувати певний емоційний зв'язок з користувачем і на кожен стиль є різні їх типи, такі як:

1. Лінійні іконки які є простими у поєднанні з любым дизайном і складаються лише з векторів, ліній або контурів. В кращому випадку і по правилах використовувати такі іконки в SVG форматі, для кращого його редагування, таким чином лінії можна зробити товстішими, більш витягнутими або витонченими. Але головне пам'ятати про те, щоб не робити їх важкими для сприйняття [12].

2. Замість стандартних іконок можна використовувати як ілюстрації, вони додають більше кольорів для емоційного зв'язку в порівнянні з усіма іншими і показують найкращий вплив на відвідувачів [12].

3. Для додання привабливості до бренду використовуються також і 3D або об'ємні, це досить не до всіх стилів підходить і може перевантажувати всю ієрархію і може тільки все зіпсувати, тому варто добре їх обробити [12].

Натякати клієнту на інтуїтивні кроками по сайту також можна іконками. Є певні правила і принципи для медіа, щоб вони краще виконували свої функції в орієнтування користувача по сайту [12]:

1. Іконки для навігації, такі як наприклад: на сайті інтернет магазину важливим саме кнопка заклику “купити”, і щоб забезпечити комфорт і позбавити користувачів від читання, є можливість додати іконку корзини. Це забезпечить більше зручності.

2. Інформаційні іконки використовуються в блоках де потрібно розповісти про послуги або будь що інше. В редизайні сайту такі іконки використовуються в блоках де потрібно розповісти про саму компанію, про послуги.

3. Також вони можуть показуватися як соціальними доказами, в моїй роботі це показ переваг та досягнень.

4. Кожен бізнес або продукт має свої соціальні мережі, і вони повинні бути на сайті, щоб люди завжди мали змогу ознайомитися з внутрішньою атмосферою бізнесу. Щоб їх зазначити є певні іконки що слугують прямими посиланнями [12].

Типографіка є різноманітною в сьогоденні, і не вся вона підходить до суцільного тексту в сайті. До того щоб правильно і просто сприйняли інформацію в тексті який ви подаєте потрібно робити все мінімалістично і просто, не потрібно використовувати шрифт який вважається декоративним, його не можна нормально сприйняти при читанні важливого тексту [10].

Шрифт потрібно підбирати опираючись на стиль самого сайту, він повинен бути легким. Люди більше сприймають інформацію через медіа, тому потрібно бути готовим що більшість текстів читатись просто не будуть, в цьому немає ніякого сенсу у відвідувачів якщо поряд є картинка яка більше привертає увагу і описує все коротше чим все читати. Але для заголовків на сайті це грає дуже важливу роль, першу інформацію мозок отримує саме після розуміння заголовку, на це потрібно лише декілька секунд, все інше домальовується самостійно [10].

Вся типографія повинна відповідати за зручну читабельність, це є основним на сайті і в доносі потрібної інформації. Є декілька правил які потрібно знати про це [10]:

1. Першим пральним кроком в реалізації тексту є підбір правильних розмірів і їх відповідності до сайту. Більший розмір є правильним шляхом до інклюзивності, до людей у яких є проблеми з зором.

2. В текстах на сайті краще уникати великої кількості символів, вони просто відвертають увагу і так можна зруйнувати бажання звернутися з якоюсь пропозицією.

3. Текст з додаванням шрифту не повинен бути щільно розташований один до одного, не повинно бути відчуття з'єднання в текстах. Тому для цього потрібно виставити правильні параметри в інтервалах. Це також стосується символів.

На сайті як правило має бути поєднано два стилі шрифтів. Щоб правильно їх підібрати і визначити для їх кращого поєднання між собою є певні стилі [28]:

1. Для основного тексту, зазвичай це текст що міститься підзаголовком використовуються самі прості шрифти, воно саме найменше привертає увагу і не несе великої важливості, адже до нього саме найменше хто доходить. Тож тут шрифт має бути простим, лаконічним і без засічок, найпопулярніші це Arial і Helvetica.

2. До кастомних шрифтів відносяться і піксельні, це декоративні шрифти які не використовуються для звичайного тексту. Це більше для логотипів, банерів, постерів.

Для завантаження на сайт шрифтів потрібно розуміти, що з одного шрифту є безліч варіантів, такі як Regular, Semi Bold, Medium і тощо. Все це називається сімейством цього шрифту [10].

В сімействі шрифтів є серифні та безсерифні, вони з засічками і без. Їх використання залежить від характеру стилю сайту [10].

Отже, розкривши дуже велику тему іконок та типографіки можна винести висновки що до дизайну, що варто притримуватися певних правил та стилів, не змішувати стилі які протилежні один одному. Можна зрозуміти який стиль варто використати для редизайну та зробити найбільш привабливіші макети і цілісності дизайну.

2.6. Візуальна ієрархія у проектуванні дизайну сайту

У візуальній ієрархії є лише один принцип, а саме представлення чіткого вмісту для чіткого спрямування користувача та надання важливим елементам більшої уваги а другорядній інформації менший наголос. Ієрархія є найважливішою у проектуванні макетів, адже допомагає прокладати шлях користувач по всьому сайту щоб швидко знайти потрібну інформацію[21].

Ієрархія у візуальності це орієнтир погляду по сайту, що допомагає користувачам зорієнтуватися на головному і не пропустити важливих елементів. Дизайнер повинен вміти розмістити інформацію та медіа в логічному порядку та зробити це більш доступніше. Щоб це досягти, дизайнери спираються на застосування різних технік дизайну, таких як контраст, типографіка, колір, розмір, масштаб, модальні сітки і пропорції [21].

Причинами важливості порядку в ієрархії полягає в тому, щоб користувачі з конкретною метою або проблемою швидко, легко і з позитивними емоціями досягали своїх цілей на сайті. При визначенні пріоритетнішої інформації варто встановити чіткий координат по якому погляд користувачів буде чітко йти до вирішення, це створює для них інтуїтивно зрозумілий потік інформації [21].

В типографіці є загалом 2-3 рівні ієрархії, це головний текст, під головний та основний. Вони не можуть бути одного розміру, кольору та об'єму. Для тексту в заголовку варто використовувати розмір кеглів: 64,96, залежить від положення, можливості розташування та кількості тексту. Заголовки не роблять великими через те що він повинен пояснювати коротко суть основного тексту, через це і створюється ієрархія. В тексті підзаголовком також не використовується великий об'єм тексту, він використовується не завжди і не так часто але все ж таки є. Для нього зазначають зазвичай розмір кеглів: 24,48. Основний текст використовується практично у всіх блоках з ієрархією і для нього зазначаються такі параметри: 16,18 [21].

Через кольори також передається ієрархія. Зазначення кольору є одним з самих важливих в цьому через те що через це дається більший акцент у шкалі важливості. Яскравим і самим домінантним кольором позначають загалом об'єкти на сайті з якими на сам перед взаємодіє користувач, такі як кнопки, форми, плашки, іконки і тощо [21].

Зображення є візуальним орієнтиром без читання текстів, вони мають чітко пояснювати про що текст, користувач має зчитувати його поглядом і одразу розуміти, важливе йому це чи ні. Також такі медіа теж слугують позначенням важливості, можна використовувати їх для цілі привернути увагу своєю яскравістю і просто візуально показати другорядну інформацію.

Макети та системи сіток є основним елементом за всі інші, адже через це задається лінії і бар'єри по яким буде розташований контент. Варто використовувати їх правильно і притримуватися саме їх, якщо перший контент для показуєте по середині, то він має і далі по всьому сайту і іншим сторінкам йти по такій ієрархії. Це важливо у впорядкуванні інформації та в створенні візуального балансу, дизайнер має знати ці функції щоб керувати погляд користувача, він має прокладати йому шлях до потрібного контенту [21].

Регулювання близькості та віддаленості в елементах є наведенням порядку на макеті. Це стосується використання відмінності у розмірах щоб дати більшу привабливість певним елементам [21].

Щоб дослідити і перевірити правильність ієрархії в макеті, чи вона зручна для користувача, варто відповідати певним патернам. Є два патерни руху ока по контенту Z-подібний патерн і F-подібний патерн, що відображають рух очей за англійською буквою Z або F. Кожен з цих методів зчитування інформації підходить під різні стилі дизайну. Перший підходить більше для мінімалізму, де все виглядає чисто і зручно, те справа тест а ліворуч зображення, або навпаки. Другий варіант більше підходить для сайтів де більш активна частина контенту праворуч, в такій схемі користувачі

зчитують по певній схемі: спочатку верхню інформацію горизонтально а потім поперек і так повторюється [30].

Отже, проаналізувавши візуальну ієрархію, можна зрозуміти в якому напрямку йти та як правильно будувати макети. Досліджена тема відіграє найголовніше і найперше місце у правильній побудові, що допоможе досягти успішних висновків і результатів, відіграє роль у ієрархії усіх елементів, від кольору до шрифтів.

2.6.1. Модальна сітка

Сітки в макеті загалом полегшують читання та зчитування інформації що робить її більш доступною. Вона визначає правильні відступи, інтервали та розміри елементів, слугуючи бар'єром та досягнення порядку та чистоти, тримаючи все в одному стилі [37].

Вона може бути створеною з колонок або сітки, зазвичай використовують перший варіант. В стандартній сітці мають бути тільки парні значення щоб полегшити центрування елементів і по правилах встановлені її колонки. Щоб слідувати одному ритму варто встановити 12 колонок та інтервал між ними 24px [37].

Сітку яка складається з решітки називається модульною, її використовують рідко саме в сайтах. Такий стиль сітки підійде для макету з суворим стилем [37].

В трендах на дизайни сайтів зараз популярним є використання швейцарського стилю, він має швидко сприйматися, мати легке впорядкування в інформативній частині та універсальним. Такий стиль використовується в сайтах показу свого портфоліо або демонстрацією чогось, в інтернет магазинах та тощо. Фішкою такого сайту є використання модальної сітки і оком обрати чітку лінію яка буде розділяти контент та вести чітку грань, таким чином утворюється дуже багато повітря, що додає візуальної ваги акцентам. В такому стилі переважає домінантність саме сітки, тексту та шрифту [19].

Отже, проаналізувавши навички модальної сітки, дослідивши те, навіщо її використовують можна конкретно оцінити її потрібність і необхідність. У висновку було запроваджено швейцарської сітки в макети для досягнення порядку та чистоти.

2.6.2. Використання принципів гештальту для побудови логічної візуальної структури

Коли люди бачать цілісні образи, вони сприймають їх по різному, як і окремі елементи. Це дозволяє створювати інтерфейси що відповідають психічним природним когнітивним процесам. Людина в своєму пізнанні світу або чогось окремого відводить певні речі до певних груп, а не по окремих рисах. Щоб створити дійсно корисний та правильний продукт, дизайнери повинні розуміти як люди сприймають його, як вони його бачать та аналізують [22].

Є декілька головних принципів гештальтпсихології що застосовуються у дизайні [22]:

1. Простота є виграшним варіантом у всьому, навіть в дизайні. Варто розуміти як поєднувати простоту з якісним дизайном щоб це не виглядало складно для користувача. Використовуючи і комбінуючи принципи додають балансу в інформативності та стилі.

2. Якщо користувач дивиться на цілісний дизайн то він одразу може виділити деякі елементи як фігуру, а які є цілісним дизайном. Основа доповнює фігуру і слугує для неї фоном.

3. Близькість та віддаленість є базовою частиною в принципах гештальтпсихології. Якщо об'єкти розташовані близько один до одного то це говорить що вони належать до однієї групи, якщо віддалено то вони зовсім різні і не можуть доповнювати або взаємодіяти один з одним.

4. Подібні елементи за типом, розміром, кольоровою гамою, орієнтації також спадають під одну цілісну основу і відносяться інтуїтивно під групу.

Дослідивши допоміжну тему гештальту у реалізації макетів, головні принципи та важливі моменти яких варто дотримуватися, є можливі застосувати їх в новітньому стилі для досягнення покладених цілей у реалізацію та побудови логічної візуальної та хронологічної структури.

2.7. Інструменти для розробки редизайну сайту

Основним інструментом для побудови макетів є Figma, ця програма є відповідною для побудови сайтів, в ній є все необхідне, від створення фреймів до малювання. Також, сама програма доступна абсолютно всім в будь-якому часовому проміжку, адже в ній можна працювати командою і є внутрішнє збереження файлів у своєму ресурсі. Figma забезпечує взаємодію з усіма необхідними плагінами у себе на сервері, за допомогою яких можна користуватися доступними стоковими мокапами, іконками та іншим допоміжним що є корисним для багатьох проектів[6].

В цій програмі можна створювати не лише сайти, а і якісь презентації, постери та все що потрібно для фірмового стилю, у яскравій картинці допомагають саме мокапи різних пристроїв, а саме тим, що створений макет просто можна розмістити на вже готовому розробленому застосунку в стилі 3D. Таким чином створивши ідеальний показ свого розробленого макету [6].

Щоб ще більше підкреслити якісну і цікаву подачу на сайті, або створити більше емоційних ефектів, можна легко розробити базові 3D елементи в програмі Spline. Ця програма не потребує великих знань в реалізації важких тривимірних об'єктів, там все зрозуміло і інтерфейс максимально схожий з програмою Figma, що забезпечує легке її вивчення. Для легких елементів або тривимірних іконок з цікавими текстурами її досить достатньо щоб зробити цікаві ефекти. Також в цій програмі можна анімувати, що теж можна пов'язати з проектами котрі в Figma і в результаті отримати дуже цікаві макети з дуже привабливим візуальним стилем.

Проаналізувавши всі необхідні інструменти в роботі над редизайном можна легко зрозуміти їх і побудувати дійсно якісний і крутий дизайн, тим

самим підвищивши конверсію та реалізувавши правильний досвід для користувачів. Таким чином реалізація проекту стає більш цікавою, простішою та зрозумілою і можна одразу опанувати і реалізувати поставлені цілі.

Висновки до другого розділу

У другому розділі було досліджено ключові аспекти аналізу конкурентів, принципи візуальної ієрархії, основні елементи UX та UI, а також правила ефективного застосування іконок і типографіки. Окрему увагу приділено способам підвищення конверсії та актуальним вимогам до сучасних веб-сайтів.

У ході дослідження теми UX/UI-дизайну було сформовано глибоке розуміння його значущості для створення ефективного, сучасного інтерфейсу, що відповідає стилістиці та цілям ІТ-компаній. На основі вивчених стратегій користувацького досвіду та аналізу Customer Journey Map вдалося виявити ключові моменти взаємодії користувача з сайтом — емоційні реакції, імпульси, больові точки — та запропонувати способи їх усунення. Це дозволяє не лише покращити зручність, а й підвищити конверсію, що напряду впливає на бізнес-показники компанії та залучення нових клієнтів.

Проаналізовані принципи візуальної ієрархії, типографіки, поєднання іконок, а також використання швейцарської сітки дали змогу сформувати цілісний та збалансований візуальний стиль. Було виявлено важливість дотримання єдиної стилістики, уникнення змішування протилежних елементів, а також доцільність впровадження гештальт-принципів для логічної структури та візуального порядку.

Особливу увагу приділено аналізу конкурентів та методам підвищення ефективності дизайну. Це дозволило сформувати стратегії редизайну, які не лише привабливі візуально, а й відповідають очікуванням користувачів, не створюючи бар'єрів у навігації та пошуку інформації. Завдяки цьому макет

став не тільки стильним, але й функціонально доцільним і зручним у реалізації.

Таким чином, дослідження теми UX/UI-дизайну дозволило не просто створити сучасний інтерфейс, а й закласти фундамент для подальшого аналізу після запуску проекту, з метою вдосконалення користувацького досвіду та підвищення ефективності веб-сайту відповідно до цілей бізнесу.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА РЕДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТУ ІТ-КОМПАНІЇ "JATAPP"

Компанія JatApp була заснована у 2015 році, сама компанія спеціалізується на створенні високотехнологічних рішень у сферах бізнесу, стилю життя, кібербезпеки та освіти. Загалом вони розробляють більше додатки чим сайти. Їхні продукти дуже важливі та корисні для соціуму, адже вони спрощують та покращують життя суспільства, через це компанія і є досить популярною на українському ринку.

Протягом дев'яти років свого існування JatApp зросла до команди понад 140 фахівців та розробила 18 продуктів у різних нішах, включаючи бізнес, утиліти, соціальні мережі, стиль життя, кібербезпеку, розваги та освіти. На даний момент компанія продовжує розширювати ринок інноваційними застосунками і проектами, вони прагнуть стати глобальними лідерами у розробці мобільних додатків, відомими своїми інноваційними продуктами та домінуванням на ринку. Вдалість їх продуктів базується на принципах аналітики, спільноти та прозорості, що сприяє розвитку та співпраці всередині команди.

3.1. UX дослідження

На сайті JatApp вже є створена хороша структура, але головна сторінка потребує вдосконалення, адже головна сторінка сприяє перше враження на користувачів і для сайту ІТ-компанії дуже важливо продемонструвати свої роботи. З цільової аудиторії таких сайтів більший відсоток складають саме користувачі котрі є засновниками свої бізнесів і прийшли на сайт щоб замовити додаток або сайт, або люди зі своїми вигідними пропозиціями. Тому важливим блоком в структурі на головній сторінці – це демонстрація портфоліо.

Дуже багато інформації про саму компанію і всю команду, це добре, адже потрібно користувача познайомити з людьми в кого він хоче взяти

послуги для свого бізнесу і також зацікавити до роботи на посади нових спеціалістів. Але її занадто багато, вся ця інформація подана не зовсім цікаво і її потрібно зменшити, замість неї потрібно додати часті питання які турбують, відгуки, і інше.

Для деяких блоків також потрібно додати більш розгорнуту інформацію і подати її так, щоб блок був помітним. Це більше про блок “Наші продукти”, це блок такий важливий і він взагалі не помітний. Варто розповісти про те чим займається команда більш детальніше з додаванням ілюстрацій до кожного пункту в цьому блоці, щоб було зрозуміло і візуально, це викликає більше емоційного задоволення.

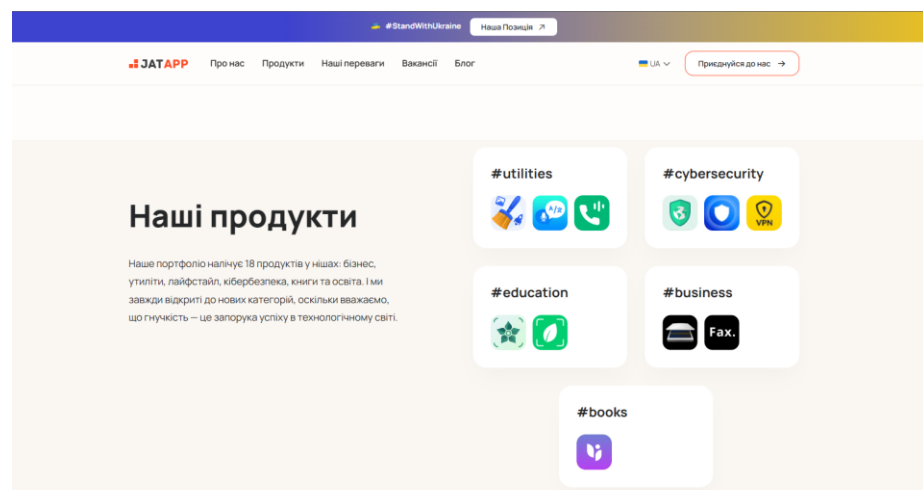


Рис.3.1.1. Вигляд розділу “наші продукти” на сайті JatApp

Ще одним із найважливіших пунктів є коректність в адаптивність, на сайті зараз вона відсутня, деякі елементи просто не створені під неї. Варто зробити її більш налаштованою і приємною для перегляду, щоб користувачі і на мобільних пристроях могли легко і з позитивними емоціями пересуватися по мапі сайту.

До додавання найчастіших питань ще варто додати можливість зворотного зв’язку, це відкриє у користувача ще більшу довіру до компанії, адже буде розуміти, що його потреби є важливими. Тим паче для команди буде дуже зручно створювати проекти з усією потрібною інформацією від замовника, знати про проблеми користувачів.

В проєкті дуже багато посилу саме на команду, тому варто додати блок де буде представлено спеціалістів, це допоможе користувачам ознайомитися з усіма спеціалістами і створить відчуття цілісної команди де все відбувається швидко і в одному режимі.

Структура навігації на сайті потребує вдосконалення, для більш вдалого пошуку потрібної інформації. В блоці “Роботи” варто додати посилання на кожен окрему сторінку з окремими видами робіт на різні підтипи які представлені на сайті, щоб було зрозуміло яка робота до якої теми належить. Посилання на ці сторінки будуть знаходитись в випадіючому меню.

З точки зору візуального сприйняття є запропонована на сайті кольорова палітра та деякі елементи з фірмового стилю, але їх не достатньо щоб викликати захоплення у користувача. На сайті немає цілісного стилю який був би впровадженим в одному напрямку, все досить хаотично і шаблонно. Варто прибрати градієнти в не потрібних місцях, вони дають брудний тон фону і тільки підкреслюють пустоти на сайті яких дуже багато. Це дуже погано з точки зору конверсії, адже задача сайту рекламувати продавати та продавати послуги.

Сайт дуже перенаповнений фото компанії, які перевантажують розуміння, для чого насправді сайт. Він ніби подається тільки для зацікавлених кандидатів для роботи в їх команді, а насправді, він повинен більше привертати увагу потенційних клієнтів на нові замовлення і оберти. Задача полягає в тому щоб зробити його доступним для всіх типів клієнтів, щоб на ньому було приємно знаходитися всім групам.

Тож, на сайті дуже не вистає медіа елементів які б демонстрували якісь додатки або сайти, це можна передати через mockup, тривимірні елементи, анімації, іконки та тощо.

В фірмовому стилі і в логотипі використовуються геометричні фігури які можна включити в дизайн та додати щось нове, наприклад: тонкі та витончені лінії що тільки зроблять дизайн більш чистішим, також можна

створити якісь фігури з ліній, з заливкою або просто лінійно, створення в таких стилях ілюстрації та елементи, які будуть пов'язані з фігурами чи сітками і які будуть навіювати характер думок і логічності, адже дуже хорошим варіантом є пов'язати такі фігури з частиною де потрібно думати або, наприклад, розплутувати якісь ребуси, що і робить команда в серединні всіх розробок над продуктами і віддає більше уваги саме на цю роль.

Варто попрацювати над типографікою та поєднанням різних шрифтів, адже використовуючи тільки один – це дуже погана ідея, немає цікавості і грайливості що додає такий ефект. Варто попрацювати над відступами та кеглями в самих текстах, вони досить розтягують погляд і це заважає зручному читанню.

Отже, щоб проаналізувати вдалість ідей, варто дослідити конкурентів і їх підхід до реалізації своїх сайтів. Всі позитивні функції можна взяти за увагу та впровадити в макети редизайну.

Ось аналіз популярних в Україні ІТ компаній та компанії для якої розроблено редизайн:

Таблиця 3.1.1.

Аналіз конкурентів та сайту JatApp

	Сильні сторони:	Слабкі сторони:	Можливості	Загрози
1. Sigma Software	Легка навігація, добре структурована інформація. Чіткі СТА та зручні фільтри вакансій. Грамотна адаптація під мобільні пристрої	Дещо недопрацьований візуальний стиль. Обмежена персоналізація досвіду користувача.	Додавання елементів гейміфікації у процес подачі заявки. Персоналізовані рекомендації вакансій.	Надто стандартний UX без емоційного залучення. Висока конкуренція за увагу кандидатів.
2. EPAM Systems Careers	Легка навігація, добре структурована інформація. Чіткі СТА та зручні фільтри вакансій.	Є багато пустот. Мало цікавих мультимедійних моментів.	Додання цікавості на сторінки медіа елементами.	Вдосконалити UX. Висока конкуренція за увагу кандидатів.

	Грамотна адаптація під мобільні пристрої.			
3.JatApp	Гарний візуальний стиль, сучасний дизайн. Швидке завантаження сайту. Гарна побудова контенту.	Перевантаження текстом на деяких сторінках. Зайві блоки. Відсутній блок з портфолію. Слабкі та неочевидні заклики до дії. Недостатня ієрархія контенту.	Оптимізація мобільної версії. Підвищення інтерактивності через мікровзаємодії.	Високі UX-стандарты у конкурентів можуть знецінити сприйняття сайту. Застаріння дизайну без регулярних оновлень.

Виявлення слабких сторін конкурентів може допомогти розробити унікальну і влучну пропозицію. Якщо на сайті-конкурентів відсутні потрібні блоки з інформацією, або є перенавантаження іншими непотрібними блоками, це може бути конкурентною перевагою для JatApp, оскільки такі нововведення підвищують залучення користувачів і покращують конверсію.

Щоб зрозуміти проблеми та больові точки в дизайні сайту JatApp теж варто провести аналіз по такій методиці, це допоможе краще зрозуміти і поставити цілі в редизайні та зробити продукт ще зручнішим.

Таким чином стратегії краще видно і вони краще зрозумілі, по цьому шляху згодом продемонструю запропонований прототип щоб краще продемонструвати реалізовані ідеї та стратегії.

Проаналізувавши цю інформацію можна зробити висновки, що висунуті гіпотези і введенні в дизайн ідеї не лише якісні а і підвищать конверсію сайту. Всі нові функції не будуть перевантажувати блок, а будуть йти поступово за потребами клієнтів з кожним питанням яке в них виникає, що підвищує довіру і відкритість в запропонованні запиту.

Варто ще правильно продумати правильні тексти для копірайту, щоб вони працювали при запиті в інтернеті і заохочували людей, вони повинні

бути простими та чіткими, показуючи всі потенційні цілі. Текст в кнопках потрібно зробити чітким, логічним, лаконічним та заохочуючим. Мала кількість користувачів перейде до оформлення звернення до команди з пропозицією з першого блоку сайту, тож на перших блоках кнопки повинні бути доступними, але не різкими.

В меню навігації повинні бути всі потрібні посилання на інші не менш важливі сторінки і вони також повинні бути розташовані на лендінгу у вигляді блоків де коротко уде розповідь про кожний з них, без цього люди просто не будуть помічати його.

Також на сайті чомусь відрізняється дизайн між головною сторінкою і іншими, такими як “блог”, відрізняється верхня частина і нижня, відрізняється фон і положення блоків, так не має бути, адже це заплутує клієнта і тільки відбиває візуальне задоволення від суцільного стилю, якого немає. Дизайн має бути єдиним на все, на всі елементи, для цього і створюється UI-Kit, в якому запропоновані всі елементи що представлені в дизайні.

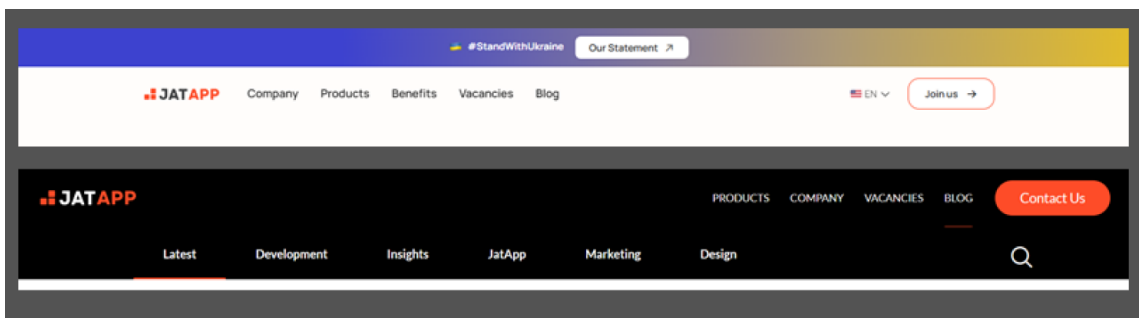


Рис.3.1.2. Вигляд меню на сайті JatApp

Також відрізняється суцільна сітка сайту, це є ще одним мінусом для всіх аспектів, в тому числі і для адаптивності і доступності користувачів, деякі просто можуть не зрозуміти цього не правильного рішення і загрожує втратою певної кількості аудиторії.

Проаналізувавши фірмовий стиль компанії який можна включити в дизайн, в ньому гарний колір який підходить і варто його доповнити графічними та 3D елементами.

3.2. Реалізація ідей для дизайну веб-сайту

Для початку реалізації макетів варто обрати правильний розмір фрейму. Щоб макет правильно адаптувався під всі формати комп'ютерних моніторів та ноутбуків, варто обрати самий більший, адже з нього елементи просто будуть зменшуватись і це зручніше, ніж було б навпаки, тому обрані розміри для моніторів: 1920 рх, та для мультимедійних пристроїв: 393 рх.

Перед початком реалізації прототипів було підібрано сітки які повністю підходять під новітні параметри дизайну, є з парними значеннями та мають швейцарський стиль, що ведуть одну цілу лінію що розділяє нортент і додає йому ще більше привабливості.

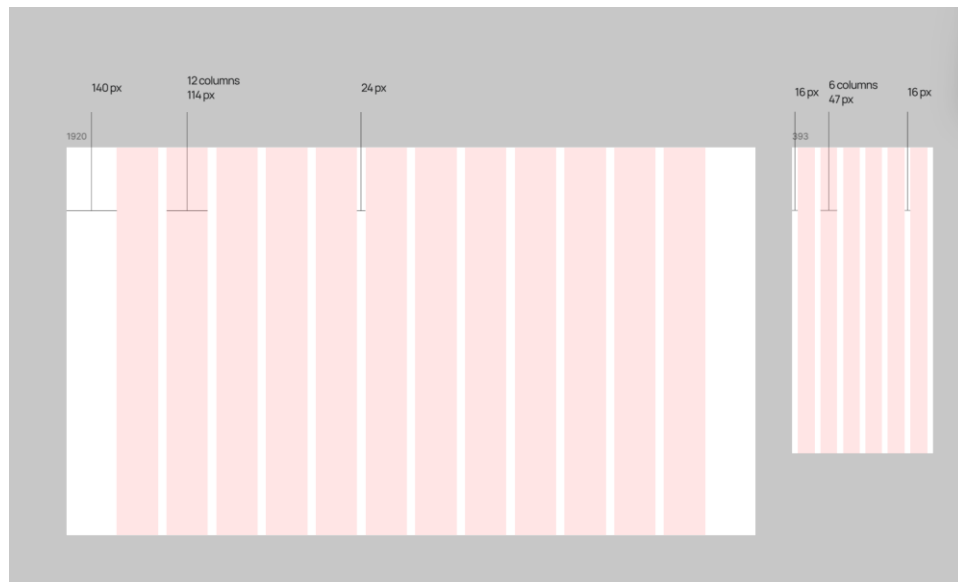


Рис.3.2.1. Вигляд підбраної сітки для макетів

Параметри сітки створені по чітким параметрам: margin 140px, gutter 24px, 12 columns 114px. Для мобільної версії була створена сітка для зручної і коректної адаптації: margin 16px, gutter 16px, 6 columns 47px.

Щоб правильно розставити пріоритети та блоки на сайті, були створені прототипи в яких враховані вже елементи котрі будуть на сайті, для демонстрації представлю головну сторінку яка є головною в усьому сайті і слугує рекламним лендінгом та візитівкою компанії. Це також допомагає покращити структуру навігації між сторінками.

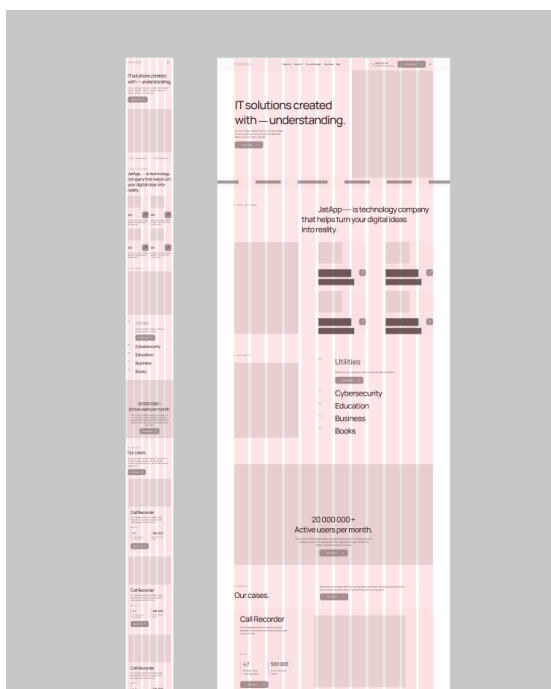


Рис.3.2.2. Вигляд прототип головної сторінки

В макеті показані всі елементи різними відтінками сірого, тож можна зрозуміти що всі ідеї та гіпотези є вірними і їх варто включити в головну сторінку і в деякі інші.

Далі, для реалізації готових макетів варто продублювати фірмовий стиль та проаналізувати його, щоб включити всі інші потрібні елементи дизайну. Ось створений UI-Kit кольорової палітри, шрифту та додаткових елементів:

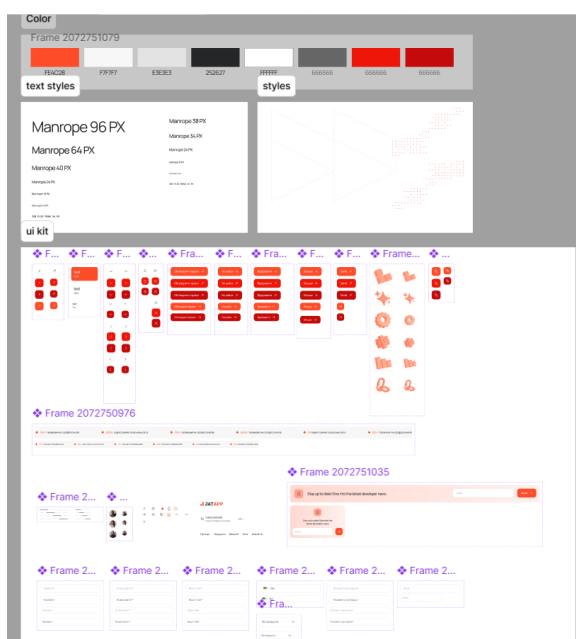


Рис.3.2.3. Вигляд UI-Kit

Було зібрано всі кольори і додані нові для поглиблення елементів в стилі сайту. Було підібрано кольори які проходять тест на контрастність для зручного зчитування та з урахуванням ієрархії. Підібраний шрифт для всіх типів тексту та розібрано по відповідній ієрархії, що досить сильно не вистачає для сайту що є з теперішнім стилем.

З цих елементів було створено кнопки та інші елементи для сайту, такі як: іконки, різні стани кнопок, іконки з використанням 3D елементів та графічних зображень, такі як ілюстрації та тощо.

Всі елементи розбиті по відповідним компонентам та auto layout для покращення редагування в майбутньому та більш зручності в подальшій роботі для дизайну та верстальника. Такий розпорядок робочого місця виглядає чисто та збалансовано, всі ключові елементи знаходяться в одному місці та їх можна редагувати саме в UI Kit, адже в ньому знаходяться первинні елементи, а дочірні вже в макеті. Змінивши щось в первинному, це все зміниться і в дочірніх.

Auto layout в першу чергу повинен бути для того, щоб все було оптимізовано під реалізацію різних розмірів, з цими функціями можна просто і легко створювати адаптиви під різні пристрої, з різними розмірами екранів.

Для більш поглибленого емоційного зв'язку та більш цікавого візуалу було зроблено 3D елементи та графічні ілюстрації. Вони були розроблені в програмі Spline, що створена для реалізації легких та цікавих 3D елементів. Вона досить простіша чим Blender і дозволяє легко і просто скачувати фото моделі, не чекаючи часами поки закінчиться рендер.

Загалом елементи були створені під кольорову палітру підібрану для суцільного дизайну, щоб все виглядало одним цілим. Елементи створені з абстрактних елементів та було підібрано кожну фігуру, яка найбільше підходила та відповідала тексту до якого відноситься. Наприклад: перший елемент було запозичено стилем з логотипом що розпочинає свій показ і одразу є впізнаваним для користувачів і легко пов'язування з компанією. Всі

інші елементи чітко підкреслюють свою значимість та своїм стилем текстури додає пов'язаності з суцільним стилем сайту.

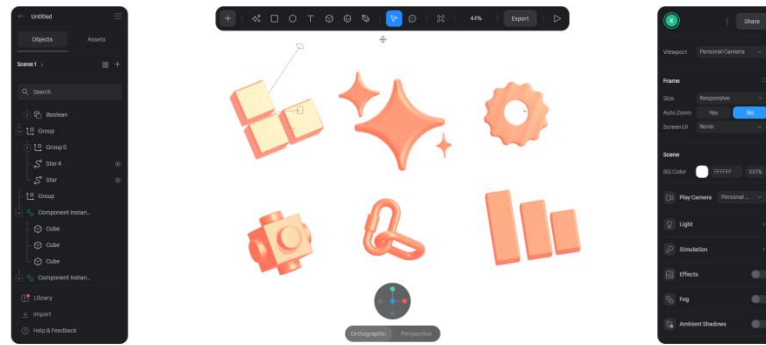


Рис.3.2.4. Вигляд інтерфейсу програми Spline з розробленими 3D елементами

Мокапи девайсів були запозичені з плагіну в Figma для яркого показу і більш зрозумілого демонстрування прототипів застосунків і сайтів, що більше розкриває суть роботи над сферами з якою працює команда. Самі пристрої показані білим кольором без ярко виражених елементів що притаманні їм, це зроблено для того щоб акцентувати увагу на самому застосунку та сайтах, щоб клієнт орієнтувався саме на них. Це демонструє загальний стиль притаманний усім продуктам що розробляються, адже демонструється самий важливий про цей роботи над дизайном будь якого продукту.



Рис.3.2.5. Вигляд мокапів

Графічні ілюстрації являють собою глобус для блоку про те скільки користувачів і звідки даної компанії, та візуальні елементи за допомогою векторів. Такі ілюстрації також можуть використовуватися в різних фірмових стилях та в рекламних банерах, на таких платформах як інстаграм, та тощо.

В 3D елементах зображені абстрактні елементи символізуючі кожену підтему що до них включено і до чого вони прив'язані. Вони краще виглядають візуально, чим включати в такі теми звичайні прості іконки.

Всі елементи було створено спираючись на лінійний візуал, геометричні елементи, котрі використовуються наприклад в логотипі, або в постах що публікуються в соціальних мережах, та з додаванням фірмових кольорів. Ілюстрація глобусу була подана заявкою на авторське право і є отриманий сертифікат про її оригінальність.



Рис.3.2.6. Вигляд графічних зображень

Для ефективної структури навігації збережено структуру меню, але прибрано розділ переваг, так як цю інформацію перенесено в розділ про компанію. Адаптив меню для мобільних пристроїв розроблено через бургер-меню і його легко можна відкрити і закрити, в ньому відображено зручно розділи сторінок, кнопку та соціальні мережі для легкої взаємодії. Хедер зберігає свою структуру та дизайн на всіх інших сторінках які включені в сайт і адаптовано для мобільних пристроїв.

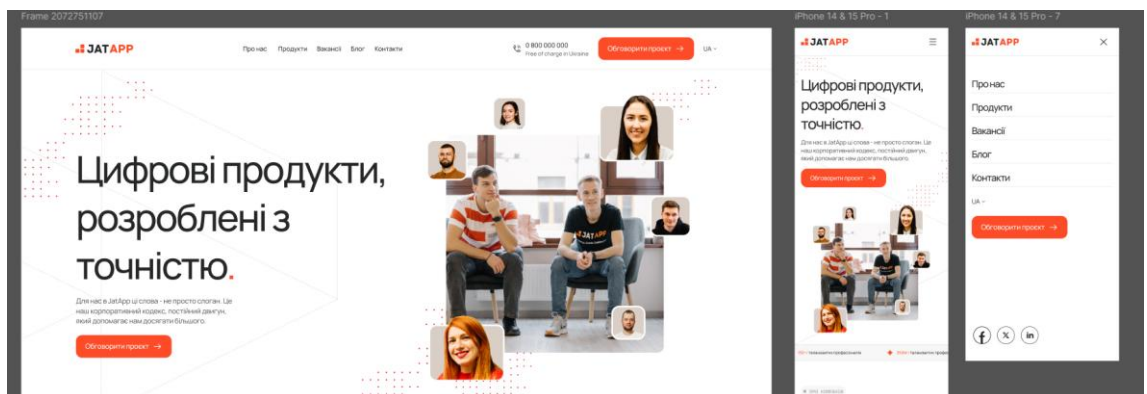


Рис.3.2.7. Вигляд меню

Для головного екрану включені нові лінійні ілюстрації в векторі з демонстрацією фото команди та простим але лаконічним заголовком та підзаголовком, з чітким текстом в кнопки для плоского виконання проблеми клієнта.

Сайт виконано на українській мові, з легким перемиканням у хедері, адже потенційними клієнтами компанії є як на українському ринку, так і на закордонному. Для того щоб іноземець одразу зрозумів де змінити мову, українську мову, що обрана зараз, відображено на англійській.

Для демонстрації успішних досягнень компанії було також включено фото команди для того щоб розташувати клієнта до команди, щоб він відкрився у довірі.

Ще з ключових моментів це додавання і оформлення портфоліо робіт, їх варто зробити більш цікавіше і додати акцентів ключового оранжевого кольору, такі елементи як лінії до результатів додатку додає важливості і привертає погляд, показуючи скільки досягнень досягають продукти (рис. Г.1).

Також, більш візуально привабливі елементи було додано і темам продуктів, які розділені на підрозділи. Варто візуально показувати кожний розділ та додавати більшу інформацію. У візуальні елементи додано новітні ілюстрації та мокапи застосунків з реалізацією прототипів, що візуально не прив'язуються до якогось конкретного застосунку і показують візуальну первинну реалізацію до якого відносяться всі додатки та продукти в цілому.

Для інших сторінок структура дизайну збережена, як і хедер і футер – найголовніші частини на сайті. Деякі блоки з головної сторінки дублюються на інші сторінки макетів. Всі сторінки містять інформацію чисто по суті без зайвих відволікаючих моментів і з більшою кількістю демонстрації робіт. Сторінка блогу містить блоки з цікавою інформацією що розповідає про новини в компанії та новини що стосуються продуктів і про ніші продуктів. На сторінки вакансій, є блоки з вакансіями що можуть бути цікавими потенційним кандидатам. На такій сторінці розміщена також навігація фільтру щоб кандидати одразу бачили саме ті специфіки роботи що вони шукають. Також самі сторінка вакансії, де розповідається повноцінно про вакансію та блок з можливістю залишити свої контакти та резюме для розгляду. Також не менш важливою сторінкою є розповідь про компанію,

про команду та досягнення. Сторінку про переваги варто прибрати, адже вона не потрібна, це можна розмістити в блоках сторінки про компанію, де вся інформація і стосується на пряму команди та їх внутрішніх досягнень, та досягнень продуктів. Всі елементи з якими варто показати можливість взаємодії було підкреслено оранжевим кольором, що є самим акцентним та головним в усьому макеті (рис. Г.2).

Стосовно футера, там розділи карти навігації сайту, щоб клієнт долиставши до низу і в заохоченні перейти на іншу внутрішню сторінку мав змогу зробити це одразу, там знаходяться і контактна інформація по котрій можна звернутися по питанням котрі цікавлять, та соціальні мережі для перегляду рекламних банерів, новин та іншого в соціальних мережах. Якщо клієнту цікаво спостерігати за свіжими новинами команди, він може підписатись на розсилку інформаційних листів в електронній пошті.

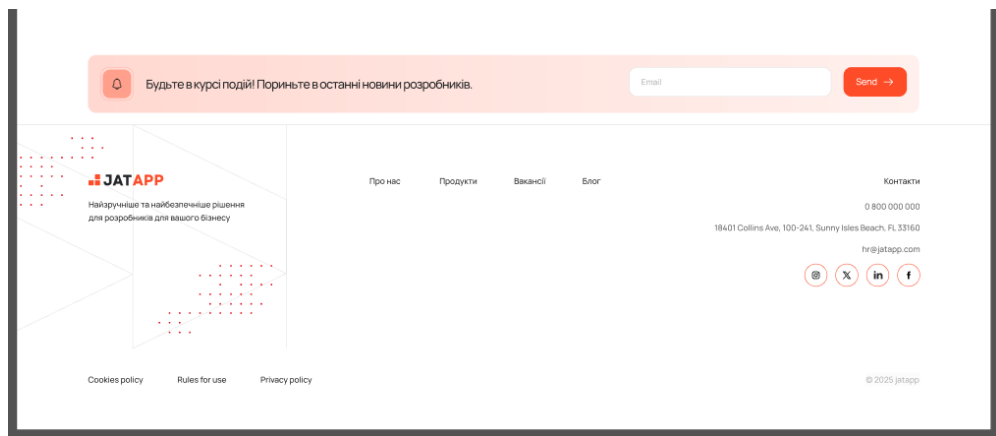


Рис.3.2.8. Вигляд футера

Для зручної відправки заявки на розробку проекту було створено Pop up, що з'являється при переході по кнопці “Обговорити проект”. Для відправки запиту потрібно заповнити форму з відповідних запитань і розказу про проект, це важливо щоб якісно і чітко зрозуміти запит клієнта. Запит клієнта відправляється на пряму менеджеру і потім зв'язуються з керівником. При появі спливаючого вікна затухає задній фон щоб нічого не відволікало і показується головна інформація. Також в формі можна обрати тему підрозділу в роботі до якої відноситься проект.

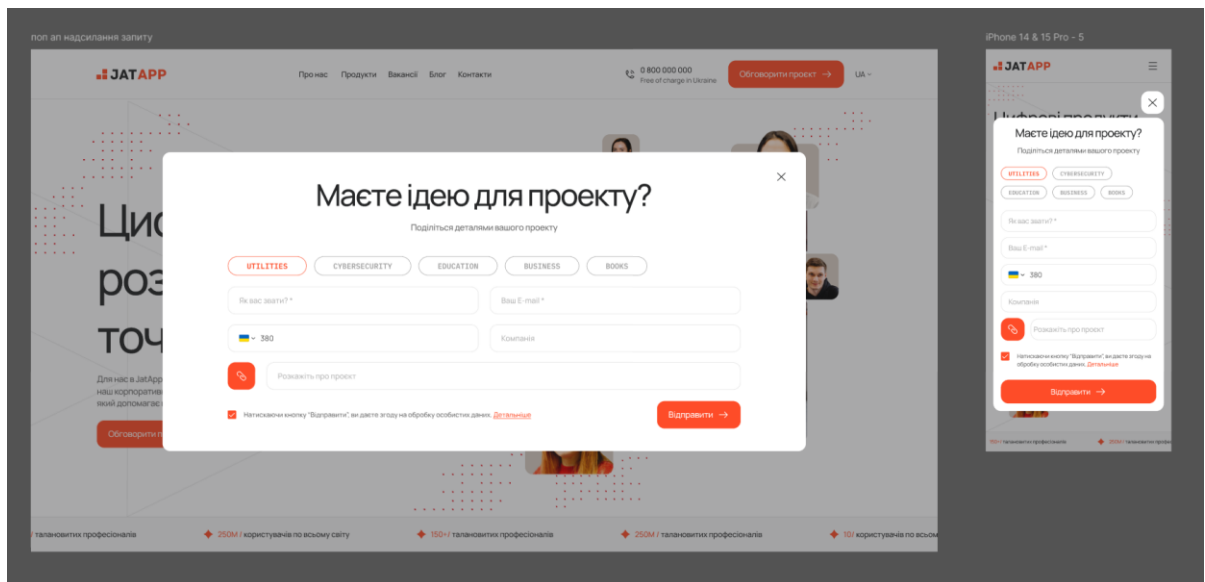


Рис.3.2.9. Вигляд дизайну спливаючих вікон
та форм для заповнення

Такі елементи дозволяють легко спілкуватися з командою компанії і такі елементи є не тільки для цієї кнопки, а і також на сторінці вакансії щоб легко відправляти резюме на свою кандидатуру для ознайомлення команди.

Інші сторінки на сайті розроблено у відповідному стилі та більш з цікавим поданням інформації. Наприклад блок Блогу на сайті було розроблено з нестандартною сіткою та розташуванням елементів, такі як пости самої інформації, було додано звичайний фільтр та пошукові систему, для легкого та більш швидшого пошуку потрібної інформації. В самих постах було заповнено заголовок самого посту, теги до фільтрів до яких він відповідає, дату публікації, автора та самий блок з фотографією, таким чином користувачеві буде просто та зручним методом подано найголовнішу інформацію котру йому потрібно знати. Для легкої навігації цією сторінкою є нижній перелистувач сторінкою та кнопка щоб завантажити ще (рис. Д.1).

Для легкого пошуку контактів додано окремий розділ з контактами та з формою зворотного зв'язку для швидкого відправлення свого запиту, форми зроблено в суцільний стиль з макетами, ієрархією текстів та впровадженими іконками соціальних мереж.

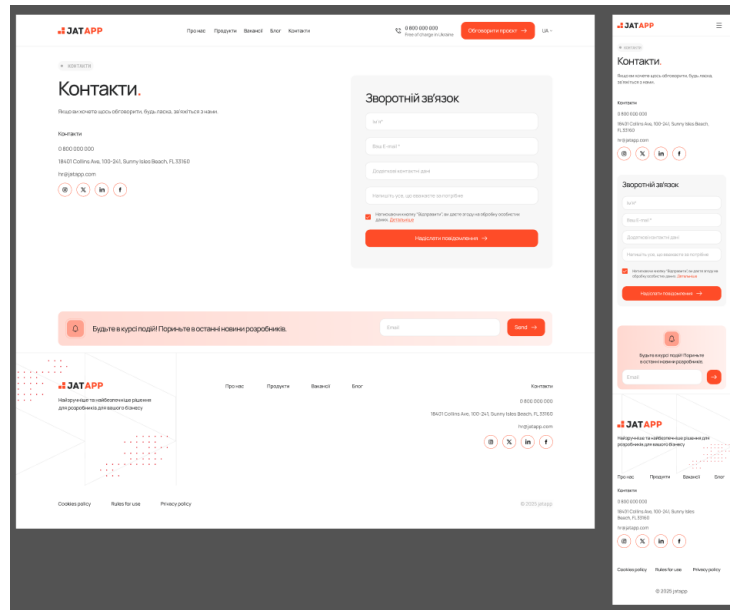


Рис.3.2.10. Вигляд сторінки з контактами та зворотного зв'язку

В результаті створено інноваційний макет з новим поглядом на сучасний дизайн компанії, доповнено дизайн фірмового стилю новими кольорами та графічними елементами, було створено інноваційні тривимірні об'єкти для яскравішого ефекту та стилю. Через проведення якісного аналізу конкурентів та сайту який є наразі, визначивши слабкі та сильні сторони UX/UI, було впроваджено новітні та самі найкращі функції, завдяки яким можна покращити користувацький досвід, зробивши його більш легким та лаконічним, та для самого бізнесу підвищити метрики конверсії. Створено суцільний редизайн для всіх потрібних сторінок, таких як: Головна сторінка, сторінка портфолію, про компанію, вакансії, блог та додаткова з контактами, відтворивши для всіх коректний адаптив. Було проведено та реалізовано всі кроки логічної побудови макету, від аналізу до реалізації кінцевого готового файлу для того щоб віддати програмувальникам для верстки в працюючий сайт.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі було проведено масштабний аналіз потенційних конкурентів, відібраних за рівнем популярності на українському ринку IT-компаній. Визначено сильні та слабкі сторони їх UX/UI-рішень. На основі

аналізу сформульовано обґрунтовані гіпотези та ідеї щодо ефективної реалізації макету. Завдяки попереднім дослідженням, здійсненим у першому та другому розділах, стало можливим глибше усвідомити, як створити дизайн, що покращує користувацький досвід, сприяє підвищенню конверсії та відповідає актуальним принципам реалізації.

У результаті було створено інноваційний макет із новим поглядом на сучасний корпоративний дизайн. У фірмовий стиль компанії інтегровано нову кольорову палітру, графічні елементи та тривимірні об'єкти для виразнішого стилістичного ефекту. Проведено повноцінний редизайн усіх необхідних сторінок: головної, портфолію, про компанію, вакансій, блогу та контактної сторінки, з адаптацією під різні пристрої. Усі етапи — від аналітики до підготовки фінального файлу — реалізовано логічно та послідовно, що дозволяє легко передати готові матеріали для подальшої верстки та розробки функціонального сайту.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. У роботі було досліджено історію розвитку веб-сайтів — від перших прикладів до сучасних підходів, а також розглянуто основні принципи, стратегії та правила дизайну. Аналіз еволюції веб-дизайну дав змогу усвідомити довгий шлях, який пройшли інтерфейси: від простого інформативного подання до глибокого впливу на користувача через візуальні рішення, стиль та мультимедійні елементи. На основі зібраної інформації було проведено низку аналізів, що стали основою для якісного і продуманого редизайну.

2. У процесі вивчення сучасних тенденцій було виявлено, що кожна з них має свої особливості — від яскравості й виразності до цілісності. Це дозволило краще зрозуміти, який саме стиль найбільше відповідає актуальним цінностям команди та поставленим цілям. Для підвищення зручності користування були сформульовані гіпотези й ідеї щодо впровадження змін на основі вивчених принципів, функцій і правил.

3. Окрему увагу приділено вибору та поєднанню типографіки, стилістично відповідних іконок, зручному поданню інформації без зайвих бар'єрів, читабельності окремих елементів і логічному структуруванню об'єктів у межах цілісного дизайну. У результаті аналізу конкурентів і практичного застосування вивчених методів було створено оновлений дизайн сайту.

4. Для зручної реалізації були проаналізовані всі необхідні інструменти для роботи та проектування. Основною програмою стала Figma, у якій розроблено всі макети, чітко відображено елементи й використано плагіни для демонстрації прототипів на різних пристроях. Для створення тривимірних об'єктів було застосовано програму Spline, що спростило реалізацію 3D-елементів і підсилило візуальну складову інтерфейсу.

5. Результатом стала реалізація редизайну, що охоплює вісім сторінок і додаткові елементи, необхідні для ефективної взаємодії з користувачами, зокрема зручне надсилання запитів і контакт з командою.

Було оновлено фірмовий стиль, зокрема кольорову палітру, графічні елементи й 3D-об'єкти. У фінальній версії сайту реалізовано зручну навігацію та привабливий інтерфейс, що сприяє легкому пошуку інформації та швидкому вирішенню запитів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адаптивний дизайн: інновації та перспективи веб-розробки. URL: https://bdut.co.ua/pro-nas/adaptyvnyy-dyzayn/?utm_source=chatgpt.com
2. Бохонок Г., Міщенко С. Що таке цільова аудиторія сайту та які бувають види цільової аудиторії. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-opredelit-tselevuju-auditoriju-sajta>
3. Бріксанов В. UI/UX-дизайн: створення інтуїтивних інтерфейсів і відмінного користувацького досвіду в ІТ-продуктах. URL: https://brander.ua/blog/uiux-dyzayn-stvorenniya-intuyityvnykh-interfeysiv-i-vidminnoho-korystuvatskoho-dosvidu-v-it?utm_source=chatgpt.com
4. Важливість дизайну сайту в бізнесі. URL: https://dizz.in.ua/uk/vazhnost-dizajna-sajta-v-biznese/?utm_source=chatgpt.com
5. Варталян А. SWOT-аналіз компанії з прикладами: як і навіщо складити. URL: https://shapoval.agency/swot-analiz-kompaniyi-z-prykladamy-yak-i-navishho-skladyty/?utm_source=chatgpt.com
6. Вихристюк О. Що таке Figma і навіщо вона потрібна. URL: https://lemon.school/blog/chto-takoe-figma-i-zachem-ona-nuzhna?utm_source=chatgpt.com
7. Власова А. SWOT-аналіз, його роль і важливість у бізнесі. URL: https://brander.ua/blog/swot-analiz-yoho-rol-i-vazhlyvist-u-biznesi?utm_source=chatgpt.com
8. Дімура М. UX/UI дизайн – що це таке та як його правильно застосовувати. URL: https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/ux-ui-dizajn-shho-ce-take-ta-yak-jogo-pravilno-zastosovuvati.html?utm_source=chatgpt.com
9. Еволюція веб дизайну за останні 5 років. URL: https://it-rating.ua/evolyutsiya-veb-dizaynu-za-ostanni-5-rokiv?utm_source=chatgpt.com
10. Значення типографії в сучасному веб-дизайні. URL: https://coi.ua/blog/DesignCo/the-significance-of-typography-in-modern-web-design/?utm_source=chatgpt.com
11. Зображення та іконки. URL: https://design.gov.ua/ua/elementy/zobrazhennya-ta-ikonki?utm_source=chatgpt.com

12. Іконки у веб-дизайні: для чого потрібні і як правильно їх використовувати? URL: https://shapoval.agency/ikonky-u-veb-dyzajni-dlya-chogo-potribni-i-yak-pravylnu-yih-vykorystovuvaty/?utm_source=chatgpt.com
13. Історія версій HTML: від початку до HTML5. URL: <https://webcraftingcode.com/uk/osnovy-html/istoriia-versiy-html-vid-pochatku-do-html5/>
14. Ключові UI принципи для створення якісного дизайну вашого веб продукту. URL: https://turumburum.ua/blog/klyuchovi-ui-principi-dlya-stvorenniya-yakisnogo-dizaynu-vashogo-veb-produktu?utm_source=chatgpt.com
15. Колесніков Д. Дизайн сайту та його вплив на конверсію: як опинитися в топі та вразити аудиторію? URL: <https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/dizajn-sajtu-ta-jogo-vpliv-na-konversiyu-yak-opinitisya-v-topi-ta-vraziti-auditoriyu>
16. Король А., Ходзінська Я. Мобільний додаток з використанням UI/UX дизайну засобами мультимедійного дизайну у програмі Figma. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24671/1/APSD_2023_V1_P352-354.pdf
17. Кухаренко Л. Головні тренди вебдизайну: що на нас чекає в 2025 році. URL: <https://ua.weblium.com/blog/top-10-trendiv-vebdizajnu-u-2024>
18. Ладуба М. Що таке HTML та як за допомогою нього увійти в IT. URL: <https://mc.today/uk/shho-take-html-ta-yak-za-dopomogoyu-nogo-uvijti-do-it/>
19. Особливості стилів у вебдизайні на прикладі сайту з доставлення води. URL: <https://cases.media/article/osoblivosti-stiliv-u-vebdizaini-na-prikladi-saitu-z-dostavlennya-vodi?srsltid=AfmBOoru5Y9JEVgyYsXOjryjesrWXAq-tiUkNjHNkFpj-m1YXgAeRrWj>
20. Потрашкова Л.В., Коваленко В.І. Методика розробки дизайну вебсайту із застосуванням українського етностилю. URL: https://www.tech.Vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/6_2024/part_2/28.pdf?utm_source=chatgpt.com
21. Принципи веб-дизайну. URL: https://dizz.in.ua/uk/princzipi-veb-dizajnu/?utm_source=chatgpt.com

22. Принципи гештальтпсихології у веб-дизайні URL: https://sebweo.com/principi-geshtaltpsiologiyi-u-veb-dizayni/?utm_source=chatgpt.com
23. Пристай Д. Що таке UI/UX дизайн: як стати дизайнером та що потрібно вміти. URL: https://prjctr.com/mag/uxui-questions/?utm_source=chatgpt.com
24. Психологія дизайну: як розташування та зовнішній вигляд елементів можуть впливати на користувача. URL: https://genius.space/lab/psihologiya-dizajnu-yak-roztashuvannya-ta-zovnishnij-viglyad-elementiv-mozhut-vplivati-na-koristuvacha/?utm_source=chatgpt.com
25. Таперо Т. Еволюція сайтобудування! URL: https://drukarnia.com.ua/articles/evolyuciya-saitobuduvannya-niwLl?mode=login&utm_source=chatgpt.com
26. Темний режим інтерфейсу: 9 підказок правильного дизайну Dark Mode. URL: <https://www.komarov.design/tiemnii-dizain-intierfieisu-8-pidskazok-pravilnogho-proiektuvannia/>
27. Тенденції веб-дизайну 2025. URL: https://dizz.in.ua/uk/tendenczii-veb-dizajnu-2025/?utm_source=chatgpt.com
28. Типографія у веб-дизайні: яким має бути основний текст? URL: https://designtalk.club/typografiya-u-veb-dyzajni-yakym-maye-buty-osnovnyj-tekst/?utm_source=chatgpt.com
29. Тімаревська А. 25 трендів вебдизайну у 2025 році: від необруталізму до динамічних інтерфейсів. URL: https://blog.depositphotos.com/ua/trendi-vebdizajnu-2025.html?utm_source=chatgpt.com
30. Червінська Н. 6 ключових принципів візуальної ієрархії для ефектного дизайну. URL: https://blog.depositphotos.com/ua/vizualna-iyerarhiya.html?utm_source=chatgpt.com
31. Чому індивідуальний веб-дизайн важливий для ефективного дизайну веб-сайту компанії? URL: https://webbookstudio.com/ua/articles/why-bespoke-web-deisgn-is-essential-for-effective-company-websit-design/?utm_source=chatgpt.com

32. Як UX/UI дизайн впливає на конверсію та утримання клієнтів? URL: https://it-rating.ua/yak-uxui-dizayn-vplivae-na-konversiyu-ta-utrimannya-klientiv?utm_source=chatgpt.com
33. Як за допомогою UX-дизайну підвищується конверсія сайту? URL: <https://voll.com.ua/uk/blog/yak-za-dopomogoyu-ux-dizajnu-pidvishhuyetsya-konversiya-sajtu-i-yak-zbilshiti-serednij-chek-pokupcyu>
34. Як завоювати лояльність онлайн-користувачів – дослідження сайтів ніші електроніки. URL: https://ua-retail.com/2024/08/zavoyuvaty-loyalnist-onlayn-korystuvachiv/?utm_source=chatgpt.com
35. Яковенко Я. Інклюзивний дизайн: як забезпечити рівний доступ до продуктів та послуг. URL: https://webmate.ua/inklyuzivnij-dizajn-yak-zabezpechiti-rivnij-dostup-do-produktiv-ta-poslug?utm_source=chatgpt.com
36. Яхонтов С. COO UX/UI-агенції «Турум-бурум»: «Бізнес часто не розуміє, що саме сайт є точкою, де конверсія відбувається або втрачається» URL: https://mind.ua/publications/20285638-coo-uxui-agenciyi-turum-burum-biznes-chasto-ne-rozumie-shcho-same-sajt-e-tochkoyu-de-konversiya-vidbu?utm_source=chatgpt.com
37. Dahl E. Space, grids, and layouts. URL: <https://www.designsystems.com/space-grids-and-layouts/>
38. Pranav B. The Evolution of Web Development: From 90s to Today. URL: <https://www.sapientcodelabs.com/blogs/evolution-of-web-development-journey-from-90s-to-now>
39. Ray K. The History of Web Design URL: <https://www.sitecentre.com.au/blog/history-of-web-design>
40. Savelev P. Сучасний вебдизайн не творчість, а стратегія ! URL: https://ux.pub/g3n5/suchasnii-viebdizain-nie-tvorchist-a-strategiehiia--4am5?utm_source=chatgpt.com
41. UI/UX дизайн: як інтерфейс впливає на поведінку користувачів. URL: https://site-line.com.ua/ui-ux-dyzajn#utm_source=chatgpt.com

42. UI/UX-дизайн у розробці додатків та сайтів: ключові принципи та найкращі практики. URL: https://meraldev.com.ua/article/ui-ux-dizajn-u-rozrobci-dodatkov-ta-sajtiv-klyuchovi-princzipi-ta-najkrashhi-praktiki?utm_source=chatgpt.com
43. UI/UX-дизайн: що робить продукт зручним і прибутковим. URL: https://ua.korrespondent.net/business/4750007-UIUX-dyzain-scho-robyt-produkt-zruchnym-i-prybutkovym?utm_source=chatgpt.com
44. UX дизайн та його вплив на користувацький досвід: стратегії покращення. URL: https://gazetaua.com.ua/ux-dizain-ta-iogo-vpliv-na-koristuvackii-dosvid-strategiyi-pokrashennya/?utm_source=chatgpt.com
45. UX стратегія: визначення, приклади та головні принципи. URL: <https://turumburum.ua/blog/ux-strategiya-viznachennya-prikladi-ta-golovni-principi>
46. UX та UI дизайн: у чому різниця? URL: https://www.ecommercebridge.co.ua/ux-ui-design/?utm_source=chatgpt.com

ДОДАТКИ

Додаток А

УКРАЇНА



СВІДОЦТВО

про реєстрацію авторського права на твір

№ 136387

Графічне зображення «Глобус»
(вид, назва твору)

Автор (співавтор) Артеменко Юлія Павлівна
(прізвище, ім'я, по батькові (за наявності), псевдонім (за наявності))

Авторські майнові права належать повністю Артеменко Юлія Павлівна, вул. 8 Березня, 22, м. Сміла, 20701
(прізвище, ім'я, по батькові (за наявності) фізичної особи / найменування юридичної особи, адреса)

Дата реєстрації 20 травня 2025 р.

**Директор Державної організації
«Український національний
офіс інтелектуальної власності
та інновацій»**


Олена ОРЛЮК





Громадська організація «Молодіжна наукова ліга».
Номер запису в Реєстрі громадських об'єднань: 1506433.
Адреса: вул. Зодчих, буд. 40, офіс 103; м. Вінниця, Вінницька обл., 21037
Організація функціонує як відокремлений підрозділ ТОВ «UKRLOGOS Group».
ЄДРПОУ: 44574526
IBAN: UA783052990000026003016111950
Банк ВФ АТ КБ «ПриватБанк»; МФО 305299
Свідцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 7172 від 21.10.2020.

ДОВІДКА ПРО ПРИЙНЯТТЯ ТЕЗ ДО ПУБЛІКАЦІЇ

28.02.2025

Шановний(і) авторе(и):
Артеменко Юлія Павлівна,

Організаційний комітет з радістю повідомляє, що тези «РЕДИЗАЙН САЙТУ ІТ-КОМПАНІЇ "JatApp"» прийняті до публікації в збірнику за матеріалами VIII Міжнародної студентської наукової конференції «Цифровізація науки та сучасні тренди її розвитку» (07.03.2025, м. Вінниця, Україна).

Опубліковані тези будуть доступні з 07.03.2025 за посиланням:

<https://archive.liga.science/index.php/conference-proceedings/issue/view/inter-07.03.2025>

.....

Електронні сертифікати учасників конференції та подяки науковим керівникам будуть доступні з 7 березня. Розсилка замовлених друкованих примірників, сертифікатів та подяк відбудеться до 21 березня.

Конференцію зареєстровано Державною науковою установою «УкрІНТЕІ» в базі даних науково-технічних заходів України та інформаційному бюлетені «План проведення наукових, науково-технічних заходів в Україні» (Посвідчення № 66 від 06.01.2025).

З повагою,

Директор Молодіжної наукової ліги
Голова оргкомітету конференції
ІГОР КОРЕНЮК





7 березня 2025 рік • Вінниця, Україна • Молодіжна наукова ліга

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ НЕРВОВО-ПСИХІЧНИХ СТАНІВ МОЛОДІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Куриленко В.А., Науковий керівник: Резікова О.А. 111

ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ПІДЛІТКІВ І МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ШЛЯХИ ПІДТРИМКИ

Скрипиченко А.П., Мейська А.С., Науковий керівник: Кузеша Н.П. 113

СЕКЦІЯ 19. МЕДИЧНІ НАУКИ ТА ГРОМАДСЬКЕ ЗДОРОВ'Я

ВИКОРИСТАННЯ КОНУСНО-ПРОМЕНЕВОЇ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТОМОГРАФІЇ В ДІАГНОСТИЦІ ТА ПЛАНУВАННІ ОРТОДОНТИЧНОГО ЛІКУВАННЯ РЕТЕНОВАНИХ ЗУБІВ

Рева О.П., Пеленко М.О., Науковий керівник: Кобцева О.А. 116

ВИКОРИСТАННЯ ЛАЗЕРОСКОПІЇ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ІНВАЗІАЦІЇ КІШКОВНИКА У ДІТЕЙ

Гасанова Гульнур Бақыр кизи, Науковий керівник: Рой Н.В. 119

ВПЛИВ ХРОНІЧНОГО СТРЕСУ НА РОЗВИТОК ГІПЕРТОНІЇ

Нігурська В.В., Науковий керівник: Копилова Н.В. 121

ЗНАЧЕННЯ ТА ПОШИРЕНІСТЬ НЕОНАТАЛЬНОГО ГІПОТІРЕОЗУ В УКРАЇНІ

Цимбал М.М., Науковий керівник: Цисленко О.С. 123

РЕГУЛЯЦІЯ ХОЛЕСТЕРИНОВИХ ПРОЦЕСІВ У ЩУРІВ ЧЕРЕЗ МОДИФІКАЦІЮ МІКРОБОТИ БАКТЕРІЯМИ LACTOBACILLUS

Ковалевський В.В., Науковий керівник: Кременська І.Е. 125

ЦИФРОВІ РІШЕННЯ У ПЕДАГОГІЧНІЙ ОСВІТІ

Єфименко О.М., Будилай Н.С., Ільченко А.А., Науковий керівник: Лотин Н.Г. ... 127

СЕКЦІЯ 20. ФАРМАЦІЯ ТА ФАРМАКОТЕРАПІЯ

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФАРМАЦІЇ

Луцук В.О., Науковий керівник: Герасименко А.М. 130

СЕКЦІЯ 21. КУЛЬТУРА ТА МИСТЕЦТВО

PIXSO ЯК АЛЬТЕРНАТИВА FIGMA ЗА КОНЦЕПЦІЮ МІНІМАЛІСТИЧНОГО ДИЗАЙНУ

Бакон Н.В., Науковий керівник: Сисенко Ю.В. 133

РЕДИЗАЙН САЙТУ ІТ-КОМПАНІЇ "JatApp"

Артеменко Ю.П., Науковий керівник: Хиневич Р.В. 137

РОЛЬ УКРАЇНСЬКОЇ НАРОДНОЇ ВІШИВКИ У ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ДОШКІЛЬНИКІВ

Чернишова К., Науковий керівник: Нечипоренко А.В. 139

7

7 березня 2025 рік • Вінниця, Україна • Молодіжна наукова ліга

Артеменко Юлія Павлівна, здобувач вищої освіти факультету дизайну Київський національний університет технологій та дизайну

Науковий керівник: Хиневич Руслана Вікторівна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри мультимедійного дизайну Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

РЕДИЗАЙН САЙТУ ІТ-КОМПАНІЇ "JatApp"

Ефективний веб-сайт є основним інструментом комунікації між компаніями та їх клієнтами. ІТ-компаніям потрібні сучасні онлайн-рішення, які відповідають високим вимогам до швидкості, зручності та дизайну. Певліша швидкість завантаження, складна навігація, відсутність мобільного реагування та візуально застарілий інтерфейс – це деякі з проблем, які виникають із застарілим сайтом. Це негативно впливає на бізнес-цілі компанії. Редизайн сайту – необхідний крок для покращення взаємодії з клієнтами, збільшення конверсії та зміцнення позицій компанії на ринку.

Ефективний редизайн базується на комплексному аналізі поточного стану сайту та потреб його користувачів. Технічний аудит може допомогти виявити ключові проблеми сайту, такі як низька швидкість завантаження, показник відмов і відсутність мобільної адаптації. Можна зрозуміти, як користувачі взаємодіють із сайтом, які елементи вони ігнорують або вважають незручними.

Важливість адаптивного дизайну підкреслюється багатьма публікаціями [1,3]. Впровадження нових технологій є частиною якісного редизайну. Реалізація UX-орієнтованого підходу дозволить покращити користувацький досвід і надасть конкурентні переваги. Збереження органічного трафіку при зміні структури сайту є проблематичним і потребує детального опрацювання.

Метою редизайну сайту "JatApp" є створення сучасної, зручної та ефективної платформи, яка відповідає потребам клієнтів і забезпечує розвиток бізнесу. Частиною цього є покращення технічних показників, таких як швидкість завантаження та зручність для мобільних пристроїв. Редизайн також спрямований на посилення естетичної привабливості сайту, що дозволить виділити бренд "JatApp" серед конкурентів.

Редизайн сайту "JatApp" відбувається в кілька етапів. Для виявлення слабких місць у функціонуванні сайту в першу чергу необхідно провести комплексний технічний аудит. Важливо оцінити швидкість завантаження сторінки, гнучкість дизайну та зручність навігації. Дослідження взаємодії з користувачем допомагає зрозуміти, як користувачі взаємодіють із сайтом, і визначити ключові елементи для покращення.

На основі отриманих даних розробляється нова структура сайту. Він враховує сучасні стандарти дизайну. Для забезпечення високої видимості сайту в пошукових системах особлива увага приділяється контенту сайту [2]. Після затвердження дизайну здійснюється програмування та впровадження нових функцій, у тому числі інтерактивних елементів.

Тестування нового сайту дозволить виявити та виправити помилки. Всі елементи перевіряються на різних пристроях і браузерах. Після цього сайт впроваджується в робоче середовище.

137

Цифровізація науки та сучасні тренди її розвитку

Довгостроковий успіх компанії повинен забезпечити редизайн сайту "JatApp". Оновлений сайт відповідатиме сучасним стандартам і потребам клієнтів, що підвищить довіру до бренду, збільшить коефіцієнт конверсії та знизить показник відмов. Для підтримки досягнутих результатів рекомендується регулярно оновлювати контент, проводити UX аналіз і впроваджувати нові функції.

Список використаних джерел:

1. Brander "Редизайн сайту" URL: <https://brander.ua/what-we-offer/web-development/redizajn-saytu>
2. Web Tune "Редизайн сайту: що це і що в нього входить?" URL: <https://webtune.com.ua/statii/dizajn-redizajn-sajtu/>
3. Webium Людмила Кузаренко "Як зробити редизайн сайту – гайд" URL: <https://ua.webium.com/blog/yak-zrobiti-redizajn-sajtu>

138

Додаток Г

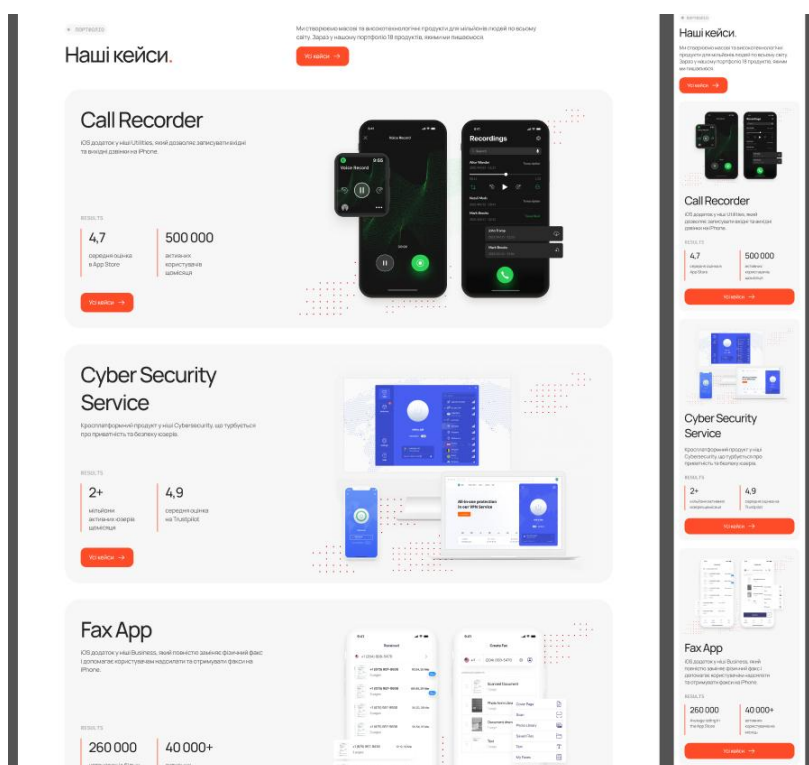


Рис.Г.1. Вигляд портфолію компанії

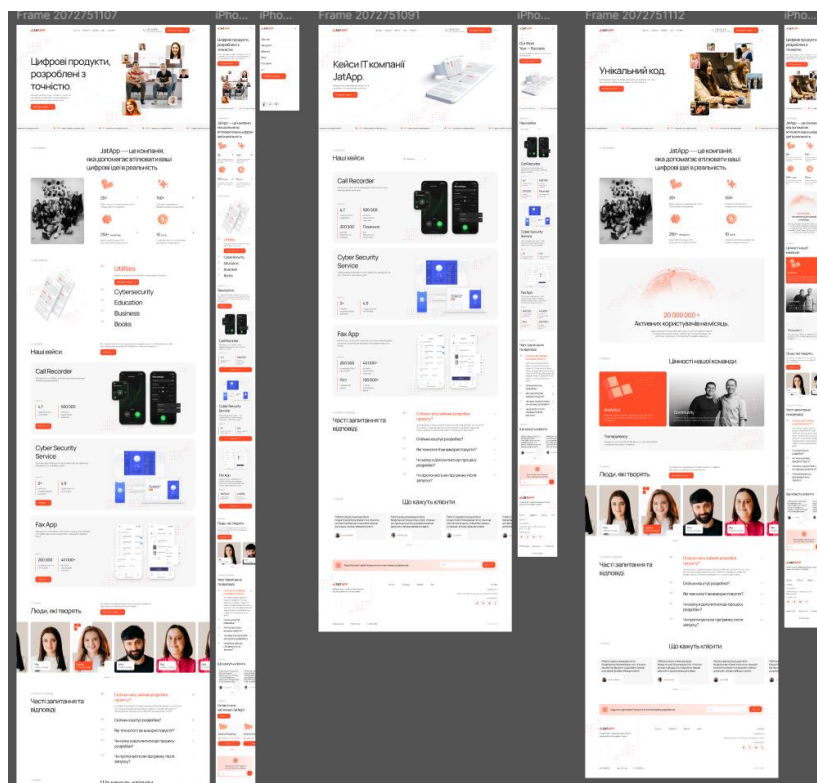


Рис.Г.2. Вигляд сторінок: “Головна сторінка”, “Портфолію”, “Про команду”

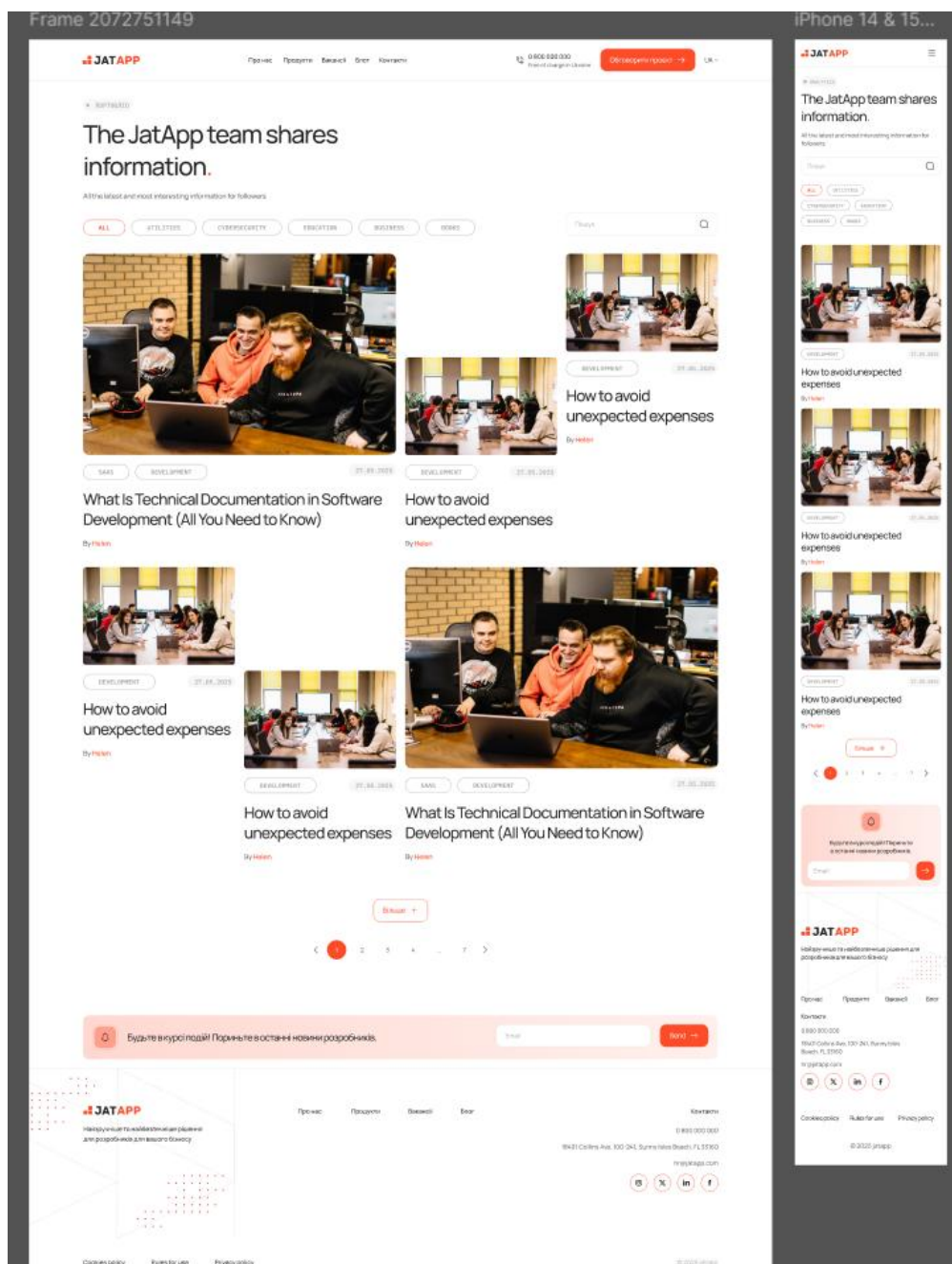


Рис.Д.1. Вигляд сторінки блогу