

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Навчально-науковий центр заочної форми навчання
(повна назва)

Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА Пояснювальна записка

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Розробка дизайну інтернет-крамниці та школи з продажу гітар «String»
(тема)

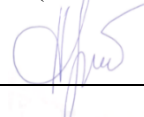
Виконав:
здобувач 4 року навчання,
групи ВПВПСЗ-21-1

Катерина РОСИНСЬКА
(власне ім'я, прізвище)

Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
(код і повна назва спеціальності)

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма
Видавничо-поліграфічна справа
(повна назва освітньої програми)

Керівник  ас. Олександр ПОЛОЗОВ
(посада, власне ім'я, прізвище)

Допускається до захисту
Завідувач кафедри МСТ

Жанна ДЕЙНЕКО
(власне ім'я, прізвище)

(підпис)

2025 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Навчально-науковий центр заочної форми навчання
Кафедра Медіасистем та технологій
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
Тип програми Освітньо-професійна
Освітня програма Видавничо-поліграфічна справа
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри МСТ _____
(підпис)
«05» травня 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

здобувачеві Росинській Катерині Андріївні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розробка дизайну інтернет-крамниці та школи з продажу гітар «String»

Затверджена наказом по університету від 05 травня 2025 р. № 75 Стз

2. Термін подання здобувачем роботи до екзаменаційної комісії 24 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи

Тип продукції: інтернет крамниця та школа з продажу гітар. Варіант поширення: Інтернет. Група сайтів: комерційний та освітній сайт. Текстовий матеріал: опис товарів в форматі txt. Графічний матеріал: ілюстрації у форматах .jpg, .png.



4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; 1 Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; 2 Аналітичний огляд літератури за темою роботи; 3 Вибір інструментальних засобів розробки; 4 Послідовність розробки WEB-видання; 5 Наповнення сайту контентом; 6 Створення інтерактивного прототипу; 7 UI/UX-тестування прототипу та збір фідбеку; 8 Економічна частина; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)

Титульний слайд презентації; Актуальність та мета роботи; Задачі роботи; Цільова аудиторія; Аналіз аналогів; Вибір інструментальних засобів; Інформаційна структура та навігація; Розробка графічного дизайну; Тестування розробки; Економічна частина; Висновки; Публікації

6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)

Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	ас. Полозов О.Б.		24.06.2025
Економічна частина	ас. Легеза О.М.		16.06.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

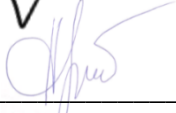
№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу	10.05.2025	виконано
2	Аналітичний огляд літератури за темою	13.05.2025	виконано
3	Вибір інструментальних засобів розробки	14.05.2025	виконано
4	Послідовність розробки WEB-видання	17.05.2025	виконано
5	Наповнення сайту контентом	20.05.2025	виконано
6	Створення інтерактивного прототипу	30.05.2025	виконано
7	UI/UX-тестування прототипу та збір фідбеку	05.06.2025	виконано
8	Економічна частина	10.06.2025	виконано
9	Оформлення пояснювальної записки	15.06.2025	виконано

Дата видачі завдання 05 травня 2025 р.

Здобувач


(підпис)

Керівник роботи


(підпис)

ас. Олександр ПОЛОЗОВ

(посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 62 с., 6 табл., 34 рис., 1 дод., 21 джерело.

ДИЗАЙН ІНТЕРФЕЙСУ, UI/UX, НІШЕВИЙ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН, КОНВЕРСІЯ, КОРИСТУВАЦЬКИЙ ДОСВІД, ПРОТОТИПУВАННЯ, АДАПТИВНІСТЬ.

Мета роботи – дослідження впливу UI/UX-дизайну на підвищення конверсії у нішевих інтернет-магазинах та розробка ефективного дизайн-рішення для конкретного прикладу інтернет-магазину, що спеціалізується на продажі музичних інструментів.

Об'єкт дослідження – процес створення та впровадження інтерфейсного дизайну нішевого інтернет-магазину, з урахуванням особливостей цільової аудиторії, сучасних тенденцій в області користувацького досвіду, а також технічних можливостей адаптивного веб-дизайну.

В ході виконання роботи було розроблено прототип інтернет-магазину, який враховує принципи зручності, інтуїтивності та естетичної привабливості. Орієнтованого на музикантів-аматорів та професіоналів, що потребують зручного, інтуїтивного і візуально привабливого інструменту для вибору і придбання музичних інструментів. Особливістю розробленої платформи є поєднання сучасних UI/UX принципів із адаптивністю до різних типів пристроїв, що забезпечує комфортний доступ до сервісу як зі стаціонарних, так і мобільних гаджетів. Було проведено аналіз цільової аудиторії, визначено основні вимоги до функціоналу та навігації, а також обґрунтовано вибір кольорової гами з урахуванням впливу на сприйняття користувачів.

ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 62 p., 6 tab., 34 fig., 1 app., 21 sources.

INTERFACE DESIGN, UI/UX, NICHE ONLINE STORE, CONVERSION, USER EXPERIENCE, PROTOTYPING, ADAPTABILITY.

The purpose of the study is to investigate the influence of UI/UX design on increasing conversion in niche online stores and to develop an effective design solution for a specific example of an online store specialising in the sale of musical instruments.

The object of the study is the process of creating and implementing the interface design of a niche online store, taking into account the characteristics of the target audience, modern trends in user experience, as well as the technical capabilities of responsive web design.

In the course of the work, a prototype of the online store was developed, taking into account the principles of convenience, intuitiveness and aesthetic appeal. It is aimed at amateur musicians and professionals who need a convenient, intuitive and visually appealing tool for choosing and purchasing musical instruments. The platform is characterised by a combination of modern UI/UX principles and adaptability to different types of devices, which ensures comfortable access to the service from both desktop and mobile gadgets. We analysed the target audience, identified the main requirements for functionality and navigation, and justified the choice of colour scheme based on the impact on user perception.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	7
1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ.....	8
1.1 Мета та задачі проєкту	8
1.2 Цільова аудиторія	9
1.3 Загальні вимоги до сайту	11
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ	13
2.1 Основи UI/UX-дизайну у web-розробці	13
2.2 Вплив UX-дизайну на конверсію в нішевому e-commerce та e-learning-платформах	14
2.3 Практики проєктування освітніх платформ і онлайн-магазинів	16
2.4 Аналітика прикладів (кейси, досвід конкурентів)	17
3 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	24
3.1 Figma	24
3.2 Adobe Photoshop	25
3.3 Порівняльна характеристика програм.....	27
4 ПОСЛІДОВНІСТЬ РОЗРОБКИ WEB-ВИДАННЯ	28
4.1 Пошук інформації (Research).....	28
4.2 Збір дошки ідей (Moodboard).....	31
4.3 Розробка інформаційної структури сайту (User Flow)	34
4.4 Розробка модульної сітки	36
5 НАПОВНЕННЯ САЙТУ КОНТЕНТОМ	40
5.1 Створення макету (Low- та High-Fidelity Wireframes)	40
5.2 Збір дизайн системи (UI kit).....	43
6 СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНОГО ПРОТОТИПУ (PROTOTYPE)	46
7 UI/UX-ТЕСТУВАННЯ ПРОТОТИПУ ТА ЗБІР ФІДБЕКУ (REVIEW).....	49
8 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	52
ВИСНОВКИ	59
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	61
ДОДАТОК А Landing page та Selected product платформи «String»	63

ВСТУП

У сучасному цифровому просторі, де конкуренція між онлайн-магазинами зростає щодня, особливої ваги набуває не лише візуальна привабливість сайту, а й глибоке розуміння того, як користувач взаємодіє з продуктом. Сфера електронної комерції дедалі більше зосереджується не на самій наявності товару, а на тому, як зручно, швидко та інтуїтивно відвідувач може знайти, вибрати та придбати його.

Для нішевих онлайн-магазинів, які працюють з конкретною категорією товарів чи спеціалізованою аудиторією, ця задача ще складніша. Вони не можуть конкурувати лише ціною або асортиментом із великими маркетплейсами. Натомість їхнім ключовим інструментом стає UI/UX-дизайн, який допомагає перетворити випадкового відвідувача на лояльного покупця.

Електронна комерція (e-commerce) стала не лише зручною альтернативою фізичним крамницям, а й основним каналом збуту для малого та середнього бізнесу. Паралельно розвивається сфера електронного навчання (e-learning), яка забезпечує доступ до знань у будь-який час і з будь-якої точки світу. Якісний UX дозволяє користувачу без зусиль орієнтуватися на сайті, приймати рішення, повертатися до платформи знову. У випадку поєднання e-commerce та e-learning це завдання значно ускладнюється: інтерфейс має однаково ефективно працювати для різних сценаріїв використання.

Об'єднання цих двох напрямів – торгівлі та навчання, відкриває нові перспективи для нішевих бізнесів. Такі платформи, як музичні онлайн-крамниці, здатні не лише продавати інструменти, а й пропонувати додаткову цінність у вигляді навчальних курсів, уроків, консультацій. У таких випадках перед розробниками стоїть завдання побудувати не просто сайт, а інтуїтивний, зручний, візуально привабливий простір, який водночас виконує функції і магазину, і навчального середовища.

Розробка інтернет-платформи «String», яка поєднує функціональність крамниці гітар і онлайн-школи, стала прикладом такого міждисциплінарного UX-завдання. Реалізація даного проекту вимагала врахування поведінкових патернів різних типів користувачів, побудови логічної архітектури, розробки адаптивного інтерфейсу та створення естетично збалансованого дизайну.

1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ

1.1 Мета та задачі проєкту

Мета проєкту полягає в розробці вебплатформи, яка поєднує функціонал інтернет-крамниці гітар та навчального середовища з онлайн-уроками. Особливу увагу приділено створенню інтерфейсу, що враховує поведінкові особливості цільової аудиторії, забезпечує інтуїтивність навігації, візуальну привабливість і стимулює користувача до виконання цільової дії – придбання товару або запису на навчання. Проєкт реалізується в межах концепції User-Centered design з акцентом на підвищення конверсії шляхом оптимізації UI/UX-рішень, тому основними задачами є:

- дослідити особливості поведінки користувачів у сфері музичного e-commerce та e-learning;
- проаналізувати успішні кейси конкурентів із подібною структурою;
- розробити структуру платформи (user flow), що охоплює обидва функціональні напрямки: продаж і навчання;
- створити адаптивний інтерфейс із урахуванням принципів UX-дизайну;
- провести UX-тестування прототипу, зібрати фідбек і скоригувати функціонал;
- підготувати інтерфейс до подальшої фронтенд-реалізації.

Виконання поставлених задач передбачає створення чіткої інформаційної структури платформи, яка охоплює як продаж товарів, так і надання навчальних послуг. В межах цієї структури виділено ключові типи контенту, кожен з яких відіграє свою функціональну роль у користувацькому шляху (табл. 1.1).

На відміну від більшості музичних онлайн-магазинів, таких як «PMT Online» чи «Fanatic Guitars», проєкт «String» не лише продає інструменти, а будує екосистему навчання для гітаристів-початківців. Це не просто крамниця, а середовище, цей підхід дозволяє:

- забезпечити повний цикл взаємодії: від вибору інструмента до навчання на ньому;
- побудувати довіру до бренду завдяки присутності викладачів, експертних блогів і спільноти;

– уникнути дублювання й «розривів» між частинами сайту, дизайн та логіка єдині для всіх сценаріїв.

Таблиця 1.1 – Структура та основні типи контенту

Тип контенту	Опис і функція
Товарні картки	Фото, назва товару, короткий опис, ціна, кнопка «Додати до кошика»; швидкий доступ до покупки
Освітні блоки	Інформація про курси, відео, викладачі, кнопка «Записатися»; стимул до навчання
Блог/статті	Поради, підбірки, досвід викладачів; кнопка «Оформити підписку»; підвищення залученості
СТА-блоки	Яскраві «Перебивчі секції»; банери, що транслюють додатковий матеріал із життя учнів та викладачів школи
Інформація про викладачів	Презентація професіоналів, кнопка «Обрати»; можливість записатися на заняття до вподобаного вчителя
Форми взаємодії	Реєстрація, коментарі, форма зворотного зв'язку; залучення та утримання

Ключовою інновацією стало об'єднання e-commerce та e-learning у межах одного UX-потоків, без суперечностей і перевантаження інтерфейсу. Саме це рішення дозволяє платформі зайняти окрему нішу й привабити аудиторію, якій потрібен комплексний, турботливий сервіс.

1.2 Цільова аудиторія

Проект «String» орієнтований на вузькоспеціалізовану, але різноманітну за потребами аудиторію. Основною відмінністю таких користувачів є поєднання інтересу до музики (зокрема гітари) та потреби у зручному онлайн-сервісі, який не лише продає інструменти, а й допомагає навчатися.

Щоб глибше зрозуміти потреби аудиторії, було сформовано чотири узагальнені User Persona – вигадані представники типових користувачів, що допомагають орієнтуватися на їхні очікування в процесі UX-дизайну.

Розмаїття цільової аудиторії зумовлює необхідність гнучкого UX-дизайну, що адаптується під поведінкові особливості користувачів. Дизайн платформи має бути інтуїтивним для новачків, змістовним для аматорів і професійно зручним для досвідчених музикантів. Саме така модель дає змогу створити універсальне середовище, у якому кожен користувач відчуває, що сайт «говорить його мовою» (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – User Personas

Persona/ Критерій	Максим	Ольга	Ігор	Світлана
Вік/ Стать	17 років/ Чоловіча	39 років/ Жіноча	28 років/ Чоловіча	46 років/ Жіноча
Тип користувача	Учень старших класів, новачок у грі на гітарі	Мати підлітка, не грає, але шукає сервіс для розвитку дитини	Самоучка, грає 3 роки, час від часу оновлює обладнання	Професійна гітаристка, викладачка в музичній школі
Ціль	Хоче навчитися грати на гітарі з нуля, обрати доступну модель та знайти зручний формат занять, який не зобов'язує до регулярного офлайн-відвідування	Купити якісну, але недорогу гітару для сина, а також знайти викладача, якому можна довірити дитину – бажано з відео, відгуками й простим способом запису	Знайти новий підсилювач, можливо – купити другу гітару. Паралельно хоче покращити навички гри в іншому стилі, відчувати прогрес	Купити високоякісне обладнання, знайти партнерську платформу для онлайн-уроків, презентувати свої послуги новим учням через функцію особистого кабінету викладача
Мотив	Самовираження, бажання грати у вільний час, викладати відео в Instagram або TikTok, бути «музичним» серед друзів	Забезпечити розвиток дитини, створити йому цікаве й безпечне захоплення, яке не потребує складної логістики або дорогих офлайн-шкіл	Розширення особистої колекції, підтримка себе у формі, бажання слідкувати за новинками ринку, «апгрейд» себе як гітариста	Професійний розвиток, бажання мати онлайн-платформу, де можна продавати свої уроки, знаходити нових учнів, обговорювати музику з іншими викладачами
Задачі	Зрозуміти, яку гітару обрати; переглянути демо-відео; знайти курси або викладача, який пояснює «по-простому», без складних нотних систем	Ознайомитися з каталогом; порівняти інструменти; побачити реальні обличчя викладачів; дізнатися, як саме відбуваються онлайн-заняття	Пройти порівняння моделей; ознайомитися з оглядами; дізнатися про сучасні технічні рішення; знайти курс за інтересом	Здійснити фільтрацію за потужністю/брендом/ціною; протестувати можливість створення профілю викладача; переглянути конкуренцію; вивантажити власний навчальний курс
Потреби	Сайт має бути простим, мобільним, без зайвого тексту; потрібна швидка реєстрація, демо-уроки, картинки, які легко сприймаються; бажано мати коментарі/чат	Інтерфейс має бути інтуїтивним, доступним навіть для не дуже технічно досвідченої людини; важливі відгуки батьків, контакт викладача, простий опис курсу	Зручна структура каталогу; інструменти порівняння; статті про звук, музичні жанри, підбір аксесуарів; можливість залишити запит на зворотний зв'язок	Повнофункціональний кабінет викладача, інструменти для взаємодії з учнями; доступ до докладних технічних описів; збереження вибраного, календар занять

1.3 Загальні вимоги до сайту

У межах проекту «String» було сформульовано комплекс загальних вимог, що охоплюють функціональні, дизайнерські та технічні аспекти платформи. Їх дотримання дозволяє створити якісний продукт, який поєднує елементи онлайн-крамниці та освітнього середовища.

У функціональному плані сайт повинен підтримувати два основні сценарії: покупку музичних інструментів та запис на онлайн-уроки. Це передбачає наявність каталогу з фільтрацією, сторінок товару, кошика, особистих кабінетів, профілів викладачів і можливості запису на заняття. Також важливими є: блог для статей, система відгуків та зворотного зв'язку.

З погляду дизайну, проект є результатом інтеграції естетики бруталізму та бенто-стилю. Перший характеризується контрастністю, акцентом на типографіці та свідомим відходом від традиційних графічних норм. Натомість бенто-стиль вирізняється чіткою ієрархією та структурованістю інформаційних блоків. Попри, на перший погляд, суперечливу природу цих стилістичних напрямів, їхнє поєднання стало можливим завдяки використанню ключових дизайнерських інструментів, зокрема напрямних і модульних сіток. Саме ці елементи дозволяють зберігати візуальну цілісність, утримувати увагу користувача та забезпечувати зручність взаємодії з інтерфейсом.

Кольорова палітра побудована на основі ступеневої системи важливості, яка сприяє ефективному керуванню увагою користувача. До основних кольорів входять:

- помаранчевий (первинний акцент, фірмовий колір) – використовується для позначення ключових елементів, зокрема кнопок, заголовків та активних дій;

- синій (вторинний акцент) – підсилює інтерактивні елементи, такі як гіперпосилання, ефекти при наведенні та візуальні індикатори взаємодії;

- чорний – виконує роль базового кольору для фону та тексту на картках, забезпечуючи глибину й контрастність контенту;

- білий – застосовується як фон для окремих блоків і карток, а також для тексту, створюючи чисту й нейтральну основу в інформаційних секціях.

Інтерфейс розробляється адаптивно, з урахуванням взаємодії на різних пристроях. Особливу увагу приділено мікроанімаціям, візуальному зворотному зв'язку, зрозумілим іконкам і шрифтовій ієрархії. Усі ці вимоги були закладені на етапі проєктування, щоб створити збалансовану, зручну та функціонально повну вебплатформу, яка однаково добре працює для новачків, аматорів та професіоналів.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ

2.1 Основи UI/UX-дизайну у web-розробці

UI/UX -дизайн є однією з ключових складових сучасної веброзробки, оскільки безпосередньо впливає на зручність користування сайтом, ефективність виконання цільових дій (покупка, реєстрація, запис тощо) та загальне враження користувача від цифрового продукту.

UI (User Interface) – це візуальна частина взаємодії: кнопки, кольори, шрифти, розмітка, іконки. Грамотний UI є продовженням UX і допомагає досягти високого рівня інтуїтивності. Добре реалізований UI не перевантажує користувача, а направляє його погляд і дії.

UX (User Experience) – це досвід користувача, що включає емоції, очікування, зручність навігації, швидкість досягнення результату. Його мета – зробити шлях користувача логічним, комфортним і зрозумілим. UX починається ще до першої взаємодії з інтерфейсом і триває до завершення сеансу або дії.

У веброзробці UI і UX не можуть існувати окремо. Якщо інтерфейс привабливий, але нелогічний або повільний – користувач залишить сайт. Якщо навігація продумана, але оформлення недосконале – це знизить довіру. Тому найкраща практика – це синергія UI і UX, яка базується на дослідженнях поведінки користувача, тестуванні макетів та поступовому покращенні досвіду.

До основ UI/UX у web-середовищі належать:

- принципи зорової ієрархії – побудова структури сторінки так, щоб важливі елементи одразу привертати увагу користувача (заголовки, СТА, ключові блоки);
- закон Нік-Нуман – чим більше варіантів вибору, тим складніше і повільніше ухвалюється рішення; інтерфейс має спрощувати шлях до дії;
- принцип F-подібного сканування – користувачі сканують сторінку зліва направо, зверху вниз, фокусуючись спершу на перших двох рядках;
- мікро-взаємодії – анімації, візуальні підказки та відгуки системи на дії користувача (підсвічування кнопки, іконка завантаження тощо);
- адаптивність – оптимізація дизайну для різних пристроїв і роздільної здатності екранів;

- типографіка – добір гармонійної пари шрифтів, розмірів, міжрядкового інтервалу, що забезпечує читабельність і візуальну гармонію;

- контрастність – використання кольорів, форм і відступів для чіткого поділу блоків і вказівки на ієрархію інформації;

- колірний фокус і шум – кольори повинні керувати увагою, а не відволікати. Акценти мають бути виразними, а загальна гама – узгодженою та ненавантаженою;

- гештальт-принципи сприйняття – візуальні закони, що дозволяють користувачу «групувати» або «читати» інтерфейс інтуїтивно (близькість, схожість, замкнутість тощо);

- послідовність і узгодженість – усі елементи мають працювати за одними правилами, щоби користувач не «вчився» кожному екрану заново.

Особливо важливим у сучасному UI/UX є розуміння, що користувачі не читають, а сканують. Тому швидке сприйняття інформації та зменшення когнітивного навантаження – ключові пріоритети при створенні вебінтерфейсів.

2.2 Вплив UX-дизайну на конверсію в нішевому e-commerce та e-learning-платформах

У нішевих цифрових продуктах, таких як інтернет-крамниці та освітні платформи, UX-дизайн є не лише інструментом привабливого оформлення, а стратегічним засобом підвищення ефективності взаємодії користувача з інтерфейсом. У контексті проекту «String», який поєднує функціонал інтернет-магазину музичних інструментів та системи онлайн-навчання, користувацький досвід (UX) відіграє подвійну роль – впливає як на рішення про покупку, так і на мотивацію до навчання.

UX в e-commerce – шлях до покупки. У сфері електронної комерції UX має забезпечити швидкий, зручний та логічний шлях від першого контакту з інтерфейсом до цільової дії – купівлі, оформлення замовлення, перегляду товару. Основні елементи, що сприяють підвищенню конверсії:

- зрозуміла ієрархія інформації на сторінках (товарні картки, опис, характеристики);

- видимі СТА-кнопки типу «Купити», «У кошик», «Переглянути» з чіткими формулюваннями;

- гнучка система фільтрації за категоріями, ціною, брендом, рівнем користувача;

- швидкість завантаження сторінок (кожна додаткова секунда знижує конверсію до 7% – Google, 2022);

- адаптивність під мобільні пристрої, які генерують до 60–70% трафіку;

- система відгуків і рейтингів, яка формує довіру до товару чи бренду.

UX в e-learning – шлях до навчання. У платформі, що має освітній функціонал, UX спрямований не лише на інформування, а й на залучення, утримання і мотивацію користувача до взаємодії з контентом та викладачем:

- прозора структура курсу – зрозумілий зміст, тривалість, формат матеріалів;

- профілі викладачів – фото, біо, демо-уроки, що сприяють формуванню довіри;

- інтерактивність – можливість поставити питання, пройти тест, залишити фідбек;

- швидкий запис на урок – цільова дія має відбуватись за 2–3 кліки.

- особистий кабінет і збереження прогресу – підвищують мотивацію повертатися;

- адаптивність для смартфонів – велика частина навчання відбувається з мобільних пристроїв;

- візуальний стиль і тон платформи – мають викликати емоцію довіри, підтримки, залученості;

- мікровзаємодії, підказки, нагадування – зменшують когнітивне навантаження та допомагають орієнтуватися.

Платформа «String» – приклад гібридної взаємодії, де один користувач може купити гітару, а потім записатись на курс гри саме на цій моделі, або, навпаки, переглянути профіль викладача, побачити, який інструмент він використовує, і придбати аналогічний. Щоб такий сценарій був реалістичним, UX має бути уніфікованим, із загальною стилістикою, мовою, ієрархією та навігаційною логікою. Це дозволяє забезпечити цілісність враження, уникнути поділу сайту на умовні частини «магазин» і «школа» – натомість створити одне повноцінне середовище.

2.3 Практики проєктування освітніх платформ і онлайн-магазинів

Сучасна розробка вебплатформ – як освітніх, так і комерційних – ґрунтується на принципах орієнтованого на користувача дизайну, багатоступеневого тестування, адаптивності й модульності. Попри функціональні відмінності, обидва типи ресурсів, освітні платформи та нішеві E-commerce, мають спільну мету: направити користувача до цільової дії через зручний, логічний і естетично оформлений інтерфейс.

Загальні підходи до проєктування:

- User-Centered Design (UCD) – розробка інтерфейсу на основі досліджень поведінки й очікувань користувачів;
- Design Thinking – фокус на емпатії, прототипуванні та ітераційному вдосконаленні інтерфейсу;
- Mobile-first strategy – пріоритет мобільного UX із подальшою адаптацією для десктопів;
- Atomic Design – побудова інтерфейсу з компонентів, що легко повторно використовуються;
- UX Writing – чіткі, лаконічні тексти в інтерфейсі, які не відволікають, а спрямовують;
- Don't Make Me Think – користувач не має вгадувати, куди натиснути чи що означає кнопка, все має бути інтуїтивно зрозуміло;
- тестування – A/B тести макетів, прототипів, фокус-групи, усе це дає змогу виявити UX-помилки ще до запуску.

Освітні платформи – UX-практики. Ефективна e-learning-платформа повинна бути не лише технічно стабільною, а й візуально привабливою, емоційно комфортною та інтуїтивно зрозумілою. За результатами аналітики та експертних статей, ключовими є такі підходи:

- gamification: інтеграція бейджів, рівнів, трофеїв для мотивації;
- мінімалістичний дизайн: багато вільного простору, м'які контрасти, чітка типографіка;
- профілі викладачів з демо: персоналізація курсу та формування довіри;
- прогрес-бари та інтерактивні компоненти: користувач має бачити, де він знаходиться, що вже завершив, і що чекає далі;

– візуально передбачувана навігація: лінійність, послідовність сторінок, повторювані шаблони.

UX-практики нішевих онлайн-магазинів. Для онлайн-магазинів вузької спеціалізації, таких як «String», важливо не лише забезпечити просту купівлю, а й створити досвід, що формує емоційний зв'язок із продуктом:

– залучення через сторітелінг – опис товарів через контекст (наприклад, Fanatic Guitars розповідає історії брендів і звучання);

– технічні фільтри та порівняння – як у Thomann, де UX орієнтовано на музикантів різного рівня;

– візуалізація звуку – відеоогляди, приклади звучання, що допомагають обрати інструмент;

– контентна підтримка – блоги, гайди, поради з догляду за інструментом (як на Reverb).

Спільні риси UX-архітектури:

– цілісність інтерфейсу: немає відчуття поділу на окремі сервіси, усе працює як одна система;

– ієрархія та логіка блоків: від візуального знайомства → до дії → до зворотного зв'язку;

– персоналізація досвіду: платформа «пам'ятає» прогрес, уподобання, рекомендації;

– адаптивність: і e-commerce, і EdTech повинні однаково добре працювати на мобільних пристроях, планшетах, десктопах.

Ефективне UI/UX-проектування в освітніх платформах і онлайн-магазинах базується на поєднанні технічної логіки, емоційного залучення та гнучкості навігації. Важливо, щоб користувач, незалежно від того, купує він інструмент чи проходить курс, відчував себе впевнено та комфортно на кожному етапі взаємодії з платформою.

2.4 Аналітика прикладів (кейси, досвід конкурентів)

Аналіз конкурентів – критичний етап у процесі розробки вебплатформи. Він дозволяє виявити працюючі патерни, типові помилки, візуальні рішення, що резонують із цільовою аудиторією. Особливо важливо вивчати нішеві сервіси, які працюють у тій самій або дотичній галузі – у нашому випадку, це

онлайн-крамниці та освітні платформи, орієнтовані на музикантів, зокрема гітаристів.

Мета аналізу полягає в тому, щоб:

- порівняти досвід користувача (UX) в різних середовищах;
- оцінити UI-рішення: типографіку, візуальну ієрархію, структуру блоків;
- виявити сильні та слабкі сторони у мобільній адаптації, інтерактивності, СТА-рішеннях;
- зрозуміти різницю між великими міжнародними платформами та концепцією локальної нішевої платформи «String», яка об'єднує продаж та навчання.

Danville Music (рис. 2.1) – має прості навігаційні рішення, завдяки яким користувач швидко орієнтується у структурі.

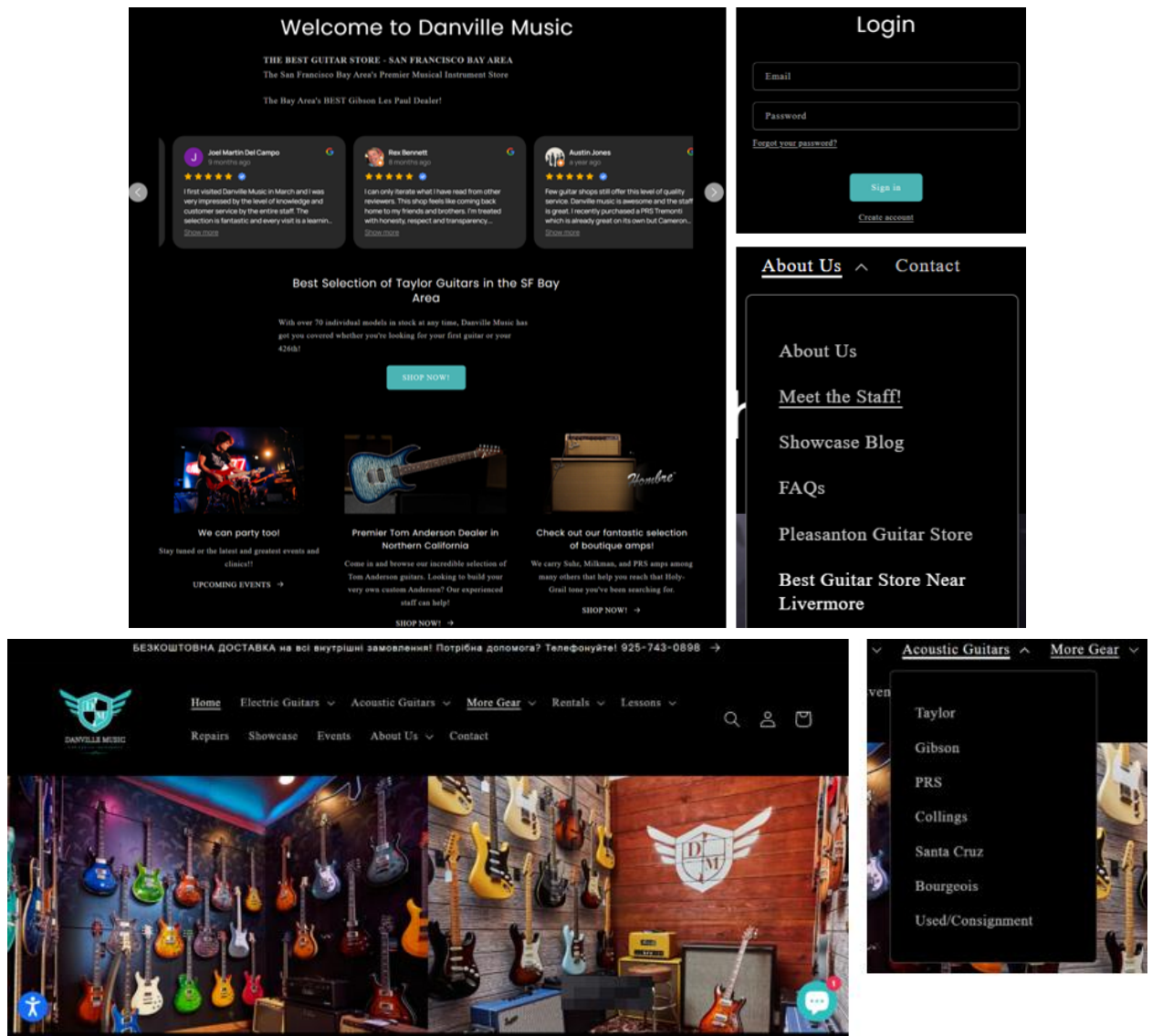


Рисунок 2.1 – Платформа Danville Music

Великі зображення товарів, особливо гітар, привертають увагу і підкреслюють якість продукції. Інтерактивність реалізована через спливаючі підказки, що покращують UX у картках товарів. Втім, функціональність обмежена – бракує фільтрів, що ускладнює пошук. А мобільна версія має проблеми з адаптацією: деякі елементи виглядають перевантажено або незручно.

Висновок: сайт орієнтований на естетику й простоту, але потребує більш глибокої фільтрації та оптимізації під мобільні пристрої.

Fanatic Guitars (рис. 2.2) – приклад естетичного мінімалізму в дизайні. Сайт виглядає дуже професійно завдяки злагодженій кольоровій палітрі, акуратній типографіці та продуманій категоризації товарів. Кожна картка товару містить розгорнутий опис, характеристики й візуально якісні зображення.

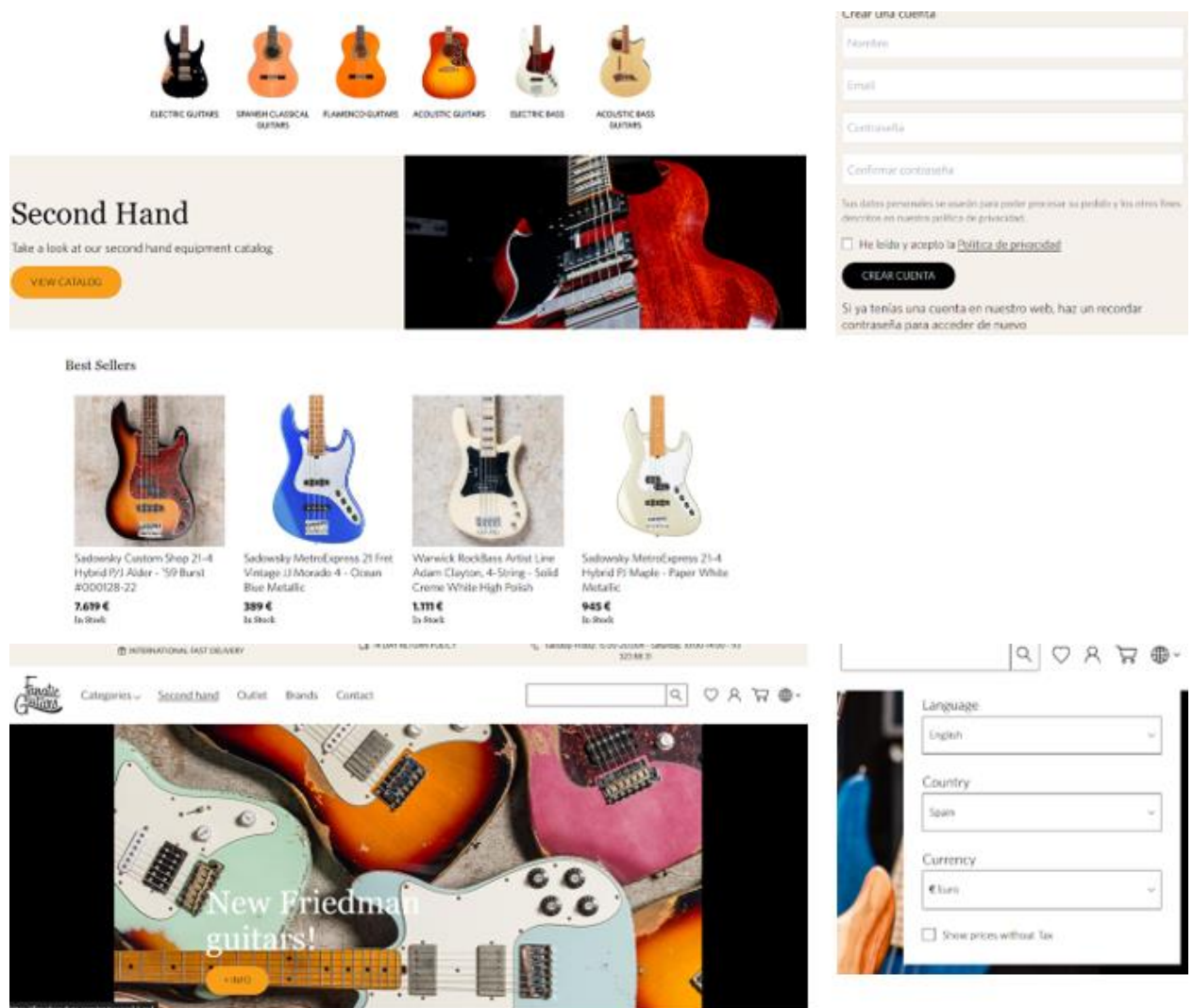


Рисунок 2.2 – Платформа Fanatic Guitars

Проте інтерфейс позбавлений інтерактивних рішень – відсутні 360°-огляди, відео-презентації або демо-звучання. Сторінки можуть завантажуватися повільно через великі зображення, а СТА-кнопки не завжди помітні.

Висновок: сильний візуально, але не динамічний. Можна покращити функціональну взаємодію з користувачем.

Rockshop (рис. 2.3) – має яскраво виражену візуальну ієрархію, що полегшує сприйняття великої кількості інформації. Потужні фільтри за категоріями, брендами, цінами значно покращують UX-пошук. Картки товарів інформативні, з наявністю актуального статусу, опису та зображень. Однак головна сторінка перевантажена банерами та текстами, що ускладнює швидке орієнтування. Навігація місцями нелогічна, особливо в мобільній версії, де частина елементів виглядає стиснуто або надлишково.

Висновок: потужний за функціоналом, але потребує оптимізації візуального навантаження й адаптивності.

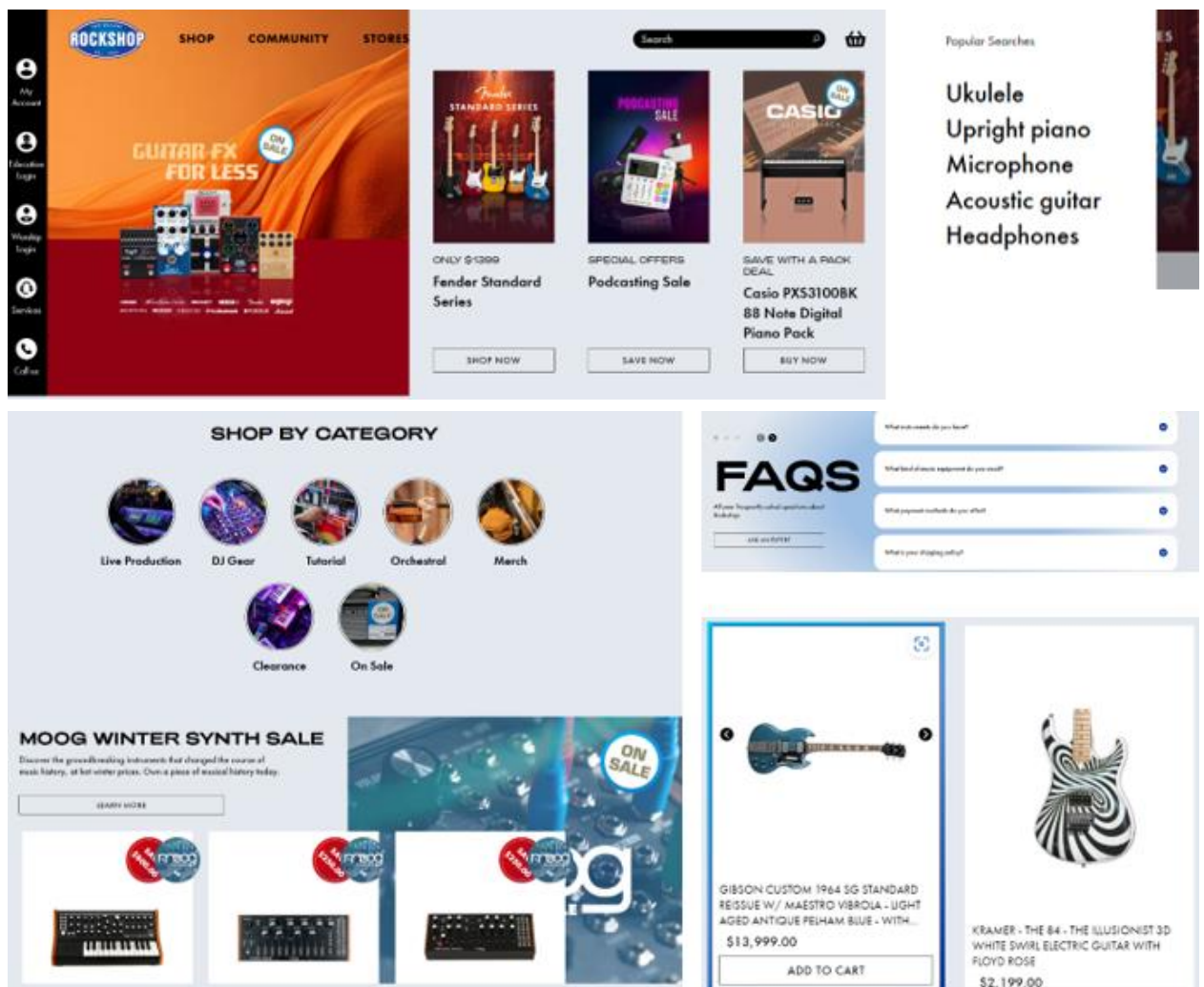


Рисунок 2.3 – Платформа Rockshop

Gear4music (рис. 2.4) – один із найтехнологічніших сайтів у цій добірці. Його інтерактивні елементи, зручні фільтри, динамічні блоки значно покращують користувацький досвід. Особливо позитивно виділяється адаптивність для мобільних пристроїв – сайт однаково інтуїтивний на всіх екранах. Проте велика кількість високоякісних зображень може уповільнювати завантаження, особливо за слабого інтернет-з'єднання. Деякі сторінки виглядають перевантаженими текстами, що може відштовхнути менш досвідчених користувачів.

Висновок: технічно досконалий сайт, який потребує оптимізації інформаційного навантаження.

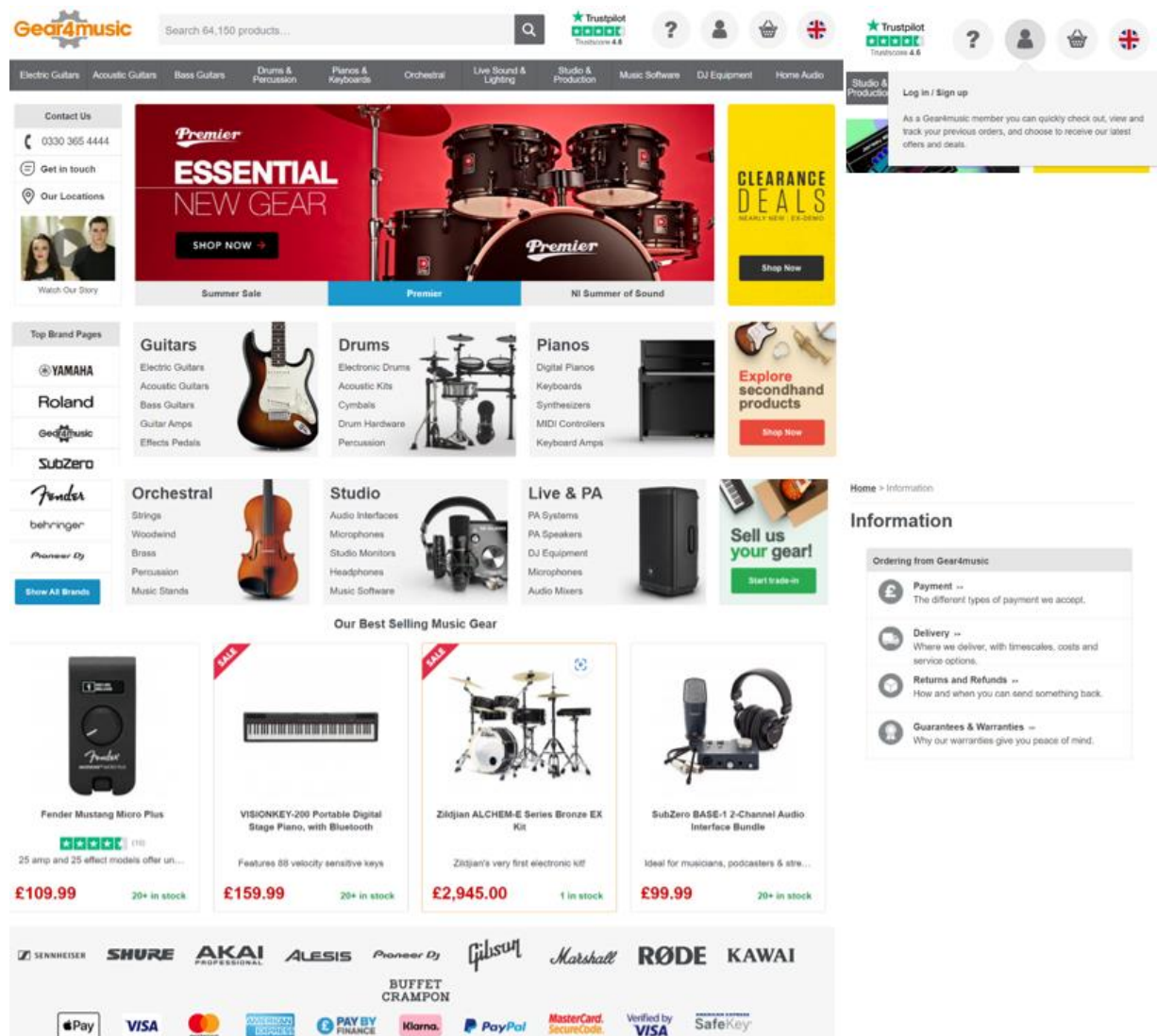


Рисунок 2.4 – Платформа Gear4music

Sam Ash (рис.2.5) – класична торгова платформа з чіткою структурою категорій і великими, помітними кнопками заклику до дії. Всі характеристики

товару й відгуки відображаються одразу, без необхідності переходити на інші вкладки. Проте дизайн виглядає застарілим – бракує сучасної типографіки, відступів і мікроанімацій. Інтерактивних функцій мінімум, а мобільна адаптація в деяких розділах залишається недопрацьованою.

Висновок: функціонально сильний, але потребує сучасного редизайну й розширення UX-можливостей.

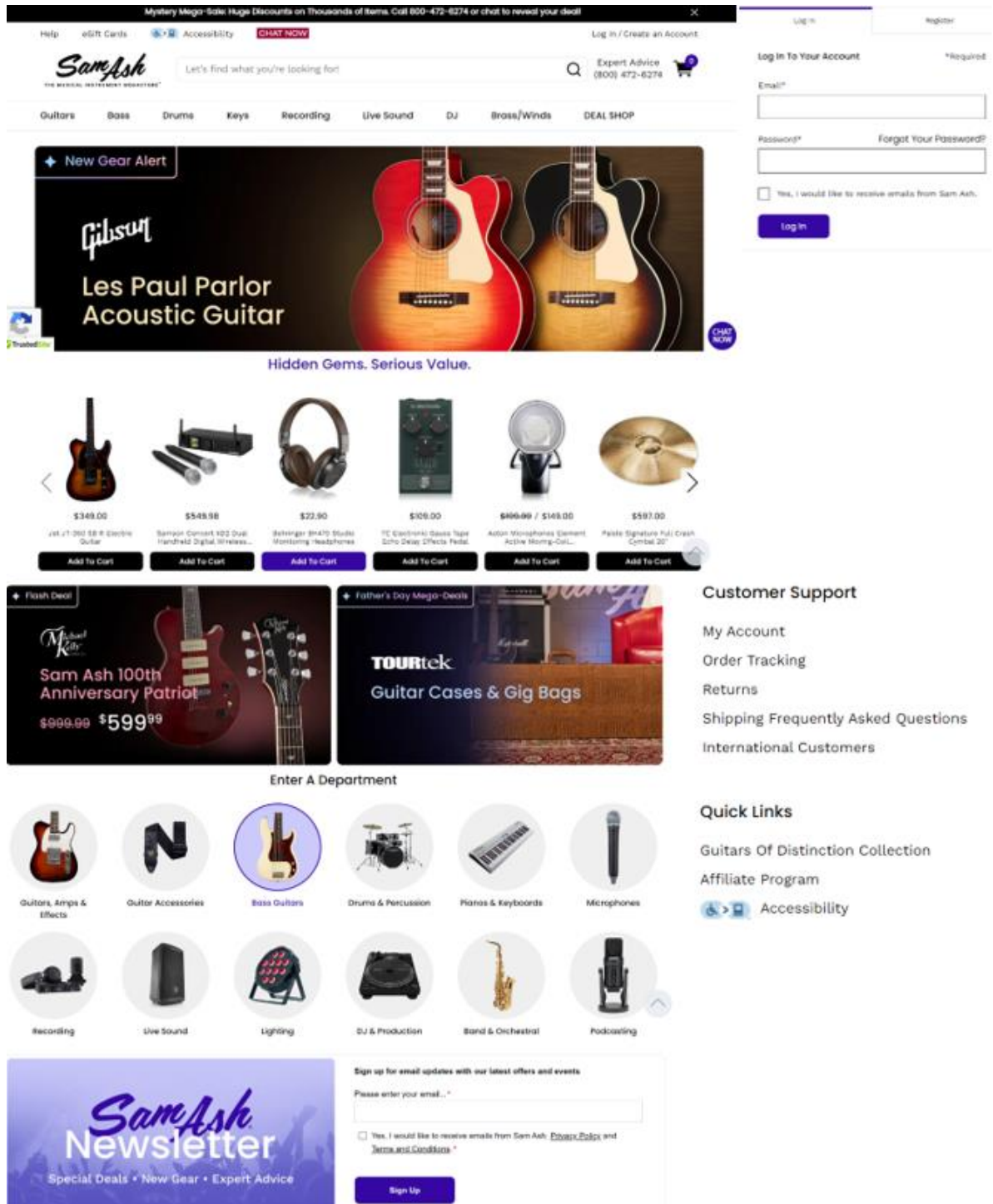


Рисунок 2.5 – Платформа Sam Ash

Проведений аналіз UI/UX -рішень конкурентів у музичній ніші дозволив виявити не лише типові підходи до побудови інтерфейсу, але й цінні стратегічні напрямки, які безпосередньо впливають на якість досвіду користувача та комерційний успіх платформи.

Серед усіх розглянутих сайтів найсильніше враження справили Danville Music та Rockshop. Обидва ресурси демонструють не лише функціональність інтернет-крамниці, а й інтеграцію з навчальними або інформаційними сервісами. Саме це поєднання стало важливою точкою впливу при розробці концепції платформи «String», яка спочатку планувалася лише як онлайн-магазин, але в процесі еволюціонувала в повноцінну гібридну систему e-commerce та e-learning.

У випадку з «String» це означає, що сайт вже на етапі створення отримав структурну глибину та конкурентну перевагу, які базуються не лише на креативному підході, а й на уважному аналізі досвіду існуючих рішень.

- він дозволяє виявити сильні сторони у вже реалізованих платформах;
- надихає на розширення функціоналу;
- допомагає побачити незаповнену нішу та позиціонувати новий продукт як більш гнучкий, адаптивний та перспективний.

3 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

3.1 Figma

Figma – це сучасне хмарне програмне забезпечення, призначене для створення інтерфейсів, прототипів і візуальних макетів, яке стало одним із найпопулярніших інструментів у сфері UX/UI-дизайну (рис. 3.1).

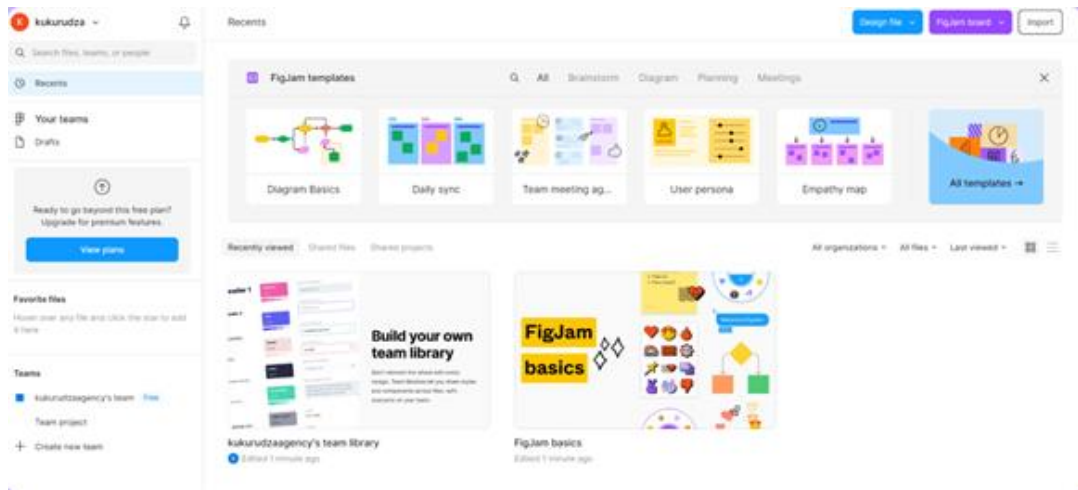


Рисунок 3.1 – Вигляд Figma

Головною особливістю Figma є її повна доступність через браузер, що дозволяє працювати над проєктами без необхідності встановлення додаткових додатків або залежності від операційної системи.

Програма орієнтована на створення адаптивних інтерфейсів із логічною сіткою, елементами автолейауту та можливістю побудови інтерактивних прототипів. Однією з її найважливіших переваг є реальний режим спільної роботи, що дозволяє декільком учасникам одночасно вносити правки, залишати коментарі та бачити зміни в режимі реального часу. Це особливо важливо в командній роботі між дизайнерами, розробниками, менеджерами й клієнтами.

Figma підтримує створення компонентів і дизайн-систем – повторюваних елементів, які можна змінювати глобально в межах усього проєкту. Це робить процес проєктування масштабованим, контрольованим і узгодженим. Інтерфейс програми інтуїтивно зрозумілий навіть для початківців, але при цьому гнучкий і потужний для професійних користувачів.

Серед основних можливостей Figma:

- побудова макетів за допомогою гнучких сіток і направляючих;

- використання компонентів та варіантів для спрощення дизайну повторюваних елементів;
- інтерактивне прототипування з моделлю переходів між екранами;
- велика кількість плагінів (для анімації, генерації контенту, тестування контрасту тощо);
- можливість створення адаптивного дизайну (респонсив для різних пристроїв).

Figma також має розвинену систему експорту макетів, CSS/HTML-підказок для розробників, інтеграції з інструментами контролю версій, що робить її зручною у всіх етапах роботи над цифровим продуктом – від ідеї до передачі у розробку.

Таким чином, Figma – це не просто редактор інтерфейсів, а універсальне середовище для проєктування, документування й тестування, яке відповідає сучасним вимогам цифрового дизайну: доступність, колаборація, адаптивність і ефективність.

3.2 Adobe Photoshop

Adobe Photoshop – це одна з найвідоміших і найпотужніших програм для обробки зображень, що вже протягом десятиліть є індустріальним стандартом у сфері графічного дизайну, цифрової фотографії, рекламного виробництва та візуального оформлення (рис. 3.2).

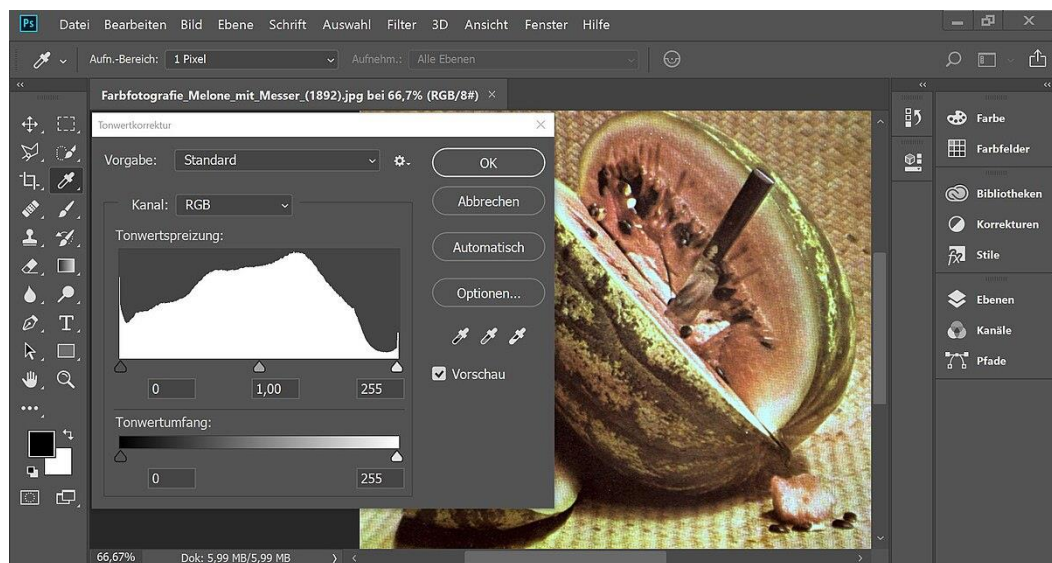


Рисунок 3.2 – Вигляд Adobe Photoshop

Це програмне забезпечення працює з растровою (піксельною) графікою, тобто дозволяє редагувати зображення на рівні окремих пікселів, що забезпечує високий рівень деталізації. Photoshop підтримує роботу з шарами, масками, режимами змішування кольорів, фільтрами, ефектами, інструментами ретуші та багатьма іншими інструментами, які забезпечують безпрецедентний контроль над візуальним контентом.

Особливою перевагою Photoshop є гнучкість інструментарію: від базової корекції кольору до складної маніпуляції зображеннями, створення цифрових колажів, ілюстрацій, UI-елементів, текстур, обкладинок тощо. Програма також дозволяє працювати з векторними об'єктами, хоча основна її сила полягає саме в редагуванні растрової графіки.

Серед ключових можливостей Adobe Photoshop:

- професійна корекція зображень (контраст, баланс білого, насиченість тощо);
- ретуш фотографій за допомогою інструментів Clone Stamp, Healing Brush, Patch Tool тощо;
- точна робота з типографікою: шрифтові стилі, кернінг, ефекти;
- застосування фільтрів, smart-ефектів та нестандартних текстур;
- робота з файлами високої роздільної здатності (у форматах PSD, TIFF, PNG, JPEG, WebP тощо);
- багаторівнева історія змін та розширена система автоматизації через екшени й скрипти.

Photoshop сумісний з іншими продуктами Adobe, такими як Illustrator, InDesign або After Effects, що дозволяє працювати в рамках єдиної екосистеми. Також існує велика база плагінів, пензлів, пресетів, що дозволяють розширювати функціональність програми залежно від завдань.

Варто зазначити, що Adobe Photoshop, попри свою універсальність, має досить високий поріг входу та вимагає значного обсягу ресурсів комп'ютера, що може бути недоліком для користувачів-початківців або малопотужних систем. У сучасному вебдизайні Photoshop поступово втрачає позиції як основний інструмент для інтерфейсів, проте залишається незамінним у випадках, коли йдеться про роботу з візуальним контентом, фото, деталізованою графікою та стилізацією зображень, що використовуються на вебсторінках.

3.3 Порівняльна характеристика програм

Для ефективної реалізації дизайн-завдань у сучасному цифровому середовищі необхідно враховувати не лише функціональні можливості програмного забезпечення, а й його відповідність специфіці проєкту. У процесі роботи над платформою було використано два принципово різні за підходом інструменти – Figma та Adobe Photoshop (табл. 3.1). Перший орієнтований на проєктування інтерфейсів, другий – на глибоку обробку зображень. Figma та Adobe Photoshop виконують різні функції в дизайні цифрових продуктів, однак саме Figma була обрана як основний інструмент для реалізації проєкту. Її орієнтація на створення інтерфейсів, підтримка прототипування, адаптивності, модульного сіткування та онлайн-співпраці повністю відповідала потребам розробки багатофункціональної платформи з інтуїтивною навігацією та сучасним UI/UX-дизайном. Adobe Photoshop, у свою чергу, застосовувався як допоміжний засіб для підготовки візуального контенту, зокрема редагування зображень та створення графічних елементів. Вибір на користь Figma зумовлений її адаптованістю до завдань UX-дизайну, зручністю роботи в середовищі компонентів і ефективною структурною логікою, що дозволили створити гнучкий, масштабований та якісний інтерфейс для платформи «String».

Таблиця 3.1 – Порівняльна характеристика Figma та Adobe Photoshop

Критерій	Figma	Adobe Photoshop
Тип графіки	Векторна, інтерфейсна (UI)	Растрова (піксельна)
Основне призначення	UX/UI-дизайн, створення макетів, прототипів, дизайн-систем	Редагування зображень, ретуш, фотомонтаж, створення цифрової графіки
Середовище роботи	Онлайн, браузерна платформа (хмарна)	Десктопна програма, встановлюється локально
Колаборація в команді	Реальна співпраця в режимі онлайн, коментарі, історія змін	Відсутня підтримка одночасної роботи над проєктом
Адаптивність	Підтримка автолейаутів, створення варіантів під різні пристрої	Обмежено: розміри задаються вручну
Робота з макетами	Повноцінна модульна сітка, компоненти, стилі	Обмежена підтримка макетів, відсутня структура інтерфейсу
Інтерактивність	Можливість створювати прототипи з переходами, клікабельністю	Відсутня
Гнучкість у графіці	Мінімальна робота з пікселями, базове зображення	Повний контроль над деталями, колірною корекцією, шарами
Складність інтерфейсу	Простий, інтуїтивний, швидкий у засвоєнні	Багатофункціональний, потребує досвіду та потужного ПК

4 ПОСЛІДОВНІСТЬ РОЗРОБКИ WEB-ВИДАННЯ

Процес розробки вебплатформи, особливо такої багатофункціональної, як «String», не може бути хаотичним або інтуїтивним. Для того щоб продукт був не лише візуально привабливим, а й логічно структурованим, зручним у використанні та здатним масштабуватись, необхідно поділити розробку на послідовні стадії, які охоплюють як креативний, так і технічний підходи.

Ці стадії традиційно об'єднують у більші тематичні блоки (дослідження, проектування, створення візуалу, тестування), а кожен блок складається з окремих етапів із чітким порядком виконання. Пропуск або зміщення навіть одного з них може вплинути на всю логіку взаємодії користувача з платформою.

4.1 Пошук інформації (Research)

Блок дослідження (Research) є фундаментальним. Саме на цьому етапі формуються всі рішення, які згодом втілюються у макети, дизайн-систему та кінцевий функціонал, що в свою чергу дозволяє:

- визначити болі й потреби цільової аудиторії;
- виявити сильні й слабкі сторони у конкурентів;
- сформувати логіку переходів між екранами;
- закласти основи для структури контенту.

Етап 1. Mind Map (рис. 4.1).

Стартовим кроком у розробці стала побудова мапи думок (Mind Map) – схеми, яка допомогла візуалізувати основні сутності сайту, їхні взаємозв'язки та підрозділи. На відміну від класичного списку, mind map дає змогу побачити систему в цілому, сформувати розгалуження, згрупувати логічно схожі розділи, а також перевірити, чи не дублюються функції.

У випадку платформи «String» Mind Map охоплювала:

- головну сторінку з блоками-прев'ю (товари, курси, блог, викладачі);
- розділи товарів: електрогітари, акустичні, баси, аксесуари;
- навчальні курси: за рівнями складності, напрямками гри, формами занять;
- сторінки викладачів, новини, блог, особистий кабінет користувача.

Цей крок дозволив уникнути перенасичення або дублювання сторінок і чітко структурувати весь контент платформи.

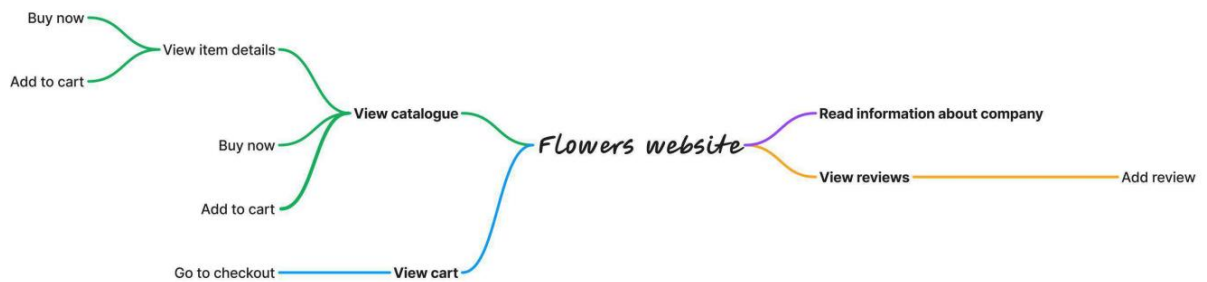


Рисунок 4.1 – Узагальнюючий приклад Mind Map

Етап 2. User Flow (рис. 4.2).

Після побудови концептуальної карти наступним етапом стало створення user flow (шляху користувача) – послідовності кроків, які проходить користувач для досягнення цілі. Для кожного сценарію було промодельовано декілька маршрутів (наприклад: перегляд товару → купівля або перегляд курсу → запис → збереження в обране).

User Flow допомагає:

- виявити зайві кроки у взаємодії;
- визначити точки зупинки, де користувач може «загубитися»;
- спростити процес від першого контакту до цільової дії;
- передбачити потреби різних типів користувачів (початківці, батьки, професіонали).

Завдяки user flow був створений логічний скелет для подальшого макетування, а також підготовлені основи для прототипування та тестування.

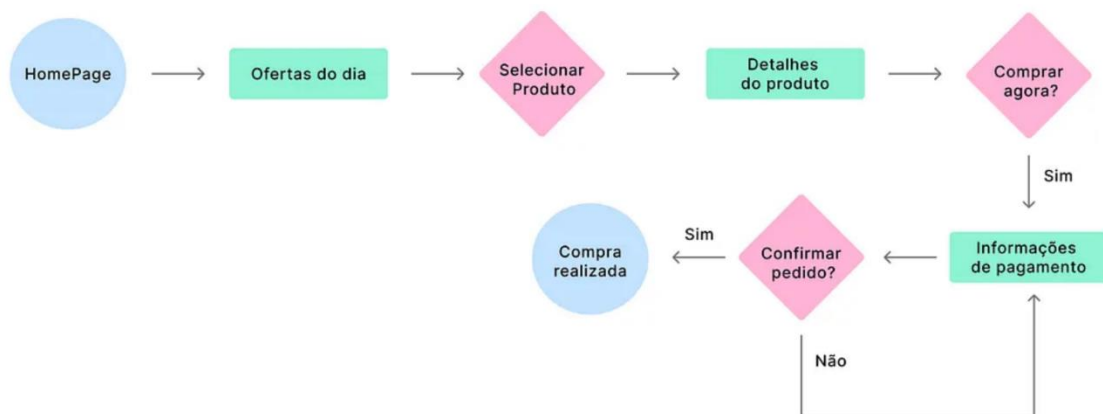


Рисунок 4.2 – Узагальнюючий приклад User Flow

Етап 3. Інформаційна архітектура (ІА) (рис. 4.3).

На завершальному етапі дослідницького блоку було сформовано інформаційну архітектуру (ІА) – структуру сайту з точним переліком сторінок, підсторінок та блоків, включно з усіма атрибутами та функціями. ІА – це деталізоване технічне представлення того, що і де має бути на сайті, незалежно від візуального оформлення.

Наприклад, для картки курсу були закладені такі обов’язкові елементи:

- назва курсу, рівень, тип навчання;
- опис, тривалість, ціна;
- викладач, кількість уроків, демо-відео, кнопка «записатись».

Для товару: назва, тип, бренд, фото, звучання, огляд, ціна, СТА-кнопка.

ІА стала мостом між дослідженням і дизайном – саме вона визначила, які блоки з’являться в макетах, в якому порядку, з яким вмістом і за якою логікою вони будуть пов’язані.

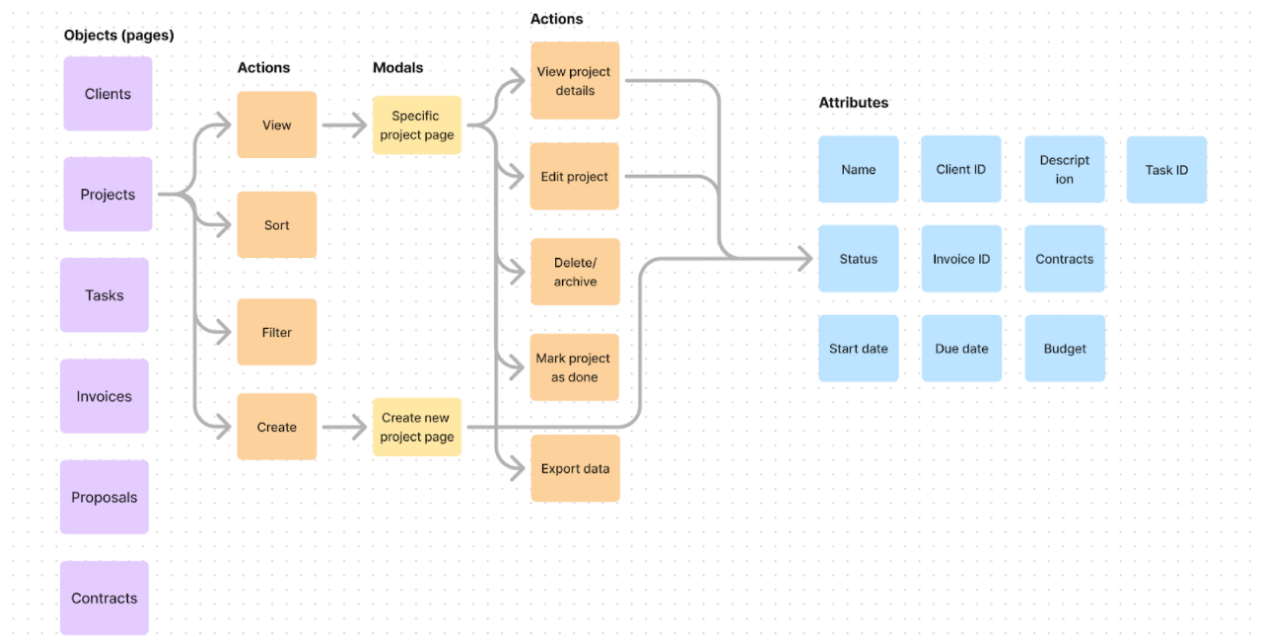


Рисунок 4.3 – Узагальнюючий приклад ІА

Етап Research дозволив не лише глибше зрозуміти специфіку UX у музичному E-commerce, а й сформуванати стратегію інтерфейсної архітектури, на якій ґрунтується подальша розробка сайту. Завдяки чіткій послідовності – Mind Map → User Flow → ІА – створена логічна і зручна основа, яка дозволить платформі «String» бути не просто привабливою, а по-справжньому зручною й функціональною.

4.2 Збір дошки ідей (Moodboard)

Етап створення moodboard – це креативна частина процесу проєктування, яка дозволяє візуалізувати настрій, стиль, кольорову палітру та естетику майбутньої платформи. У професійній практиці UI/UX moodboard використовується як візуальна основа для створення дизайн-системи, яка об'єднує всі компоненти інтерфейсу в цілісну концепцію.

Збір дошки ідей не є випадковим процесом – він базується на результатах досліджень попереднього етапу (Research), а також на:

- вивченні цільової аудиторії;
- обраній стилістиці;
- характері платформи;
- асоціаціях, які має викликати продукт.

На основі концепції сайту «String» (рис. 4.4), його функціонального наповнення та аудиторії було обрано поєднання двох стилів: бруталізм та бенто. Поєднання цих стилів дозволяє досягти балансу між візуальною експресією та інтерфейсною логікою: з одного боку – виразні кольори, великі елементи, з іншого – зручна структура, чітка ієрархія, адаптивність:

- Brutalism це стиль, що характеризується сміливими контрастами, великою типографікою, темним фоном і прямолінійною структурою. Він відображає рішучість, експресивність, креативний бунт, що добре резонує з музичною тематикою;

- Bento UI/Card-based це модульний підхід до побудови макетів, із чіткою сіткою, симетрією, блоками, які легко читаються й адаптуються. Bento дає змогу структурувати інформацію в компактні візуальні блоки, не порушуючи загального стилістичного ритму.

Компоненти moodboard'у. У процесі побудови дошки ідей було зібрано кілька ключових категорій візуального референсу:

- кольори: чорний (фон), помаранчевий (акцент 1), синій (акцент 2), білий (нейтральний, для тексту). Ці кольори працюють на контрасті й підсилюють емоційність сайту;

- типографіка: великі заголовки (display-style), читабельний гротескний текст для основного вмісту, наприклад Montserrat, Manrope;

- іконографіка: прості, геометричні, мінімалістичні іконки без тіней і градієнтів;
- UI-елементи: кнопки з округлими кряями, анімовані при наведенні; блоки з тінями й мікрOVAєомодіями;
- фотостиль: чорно-білі зображення гітар і виконавців, фото з акцентом на текстуру інструментів, емоції.

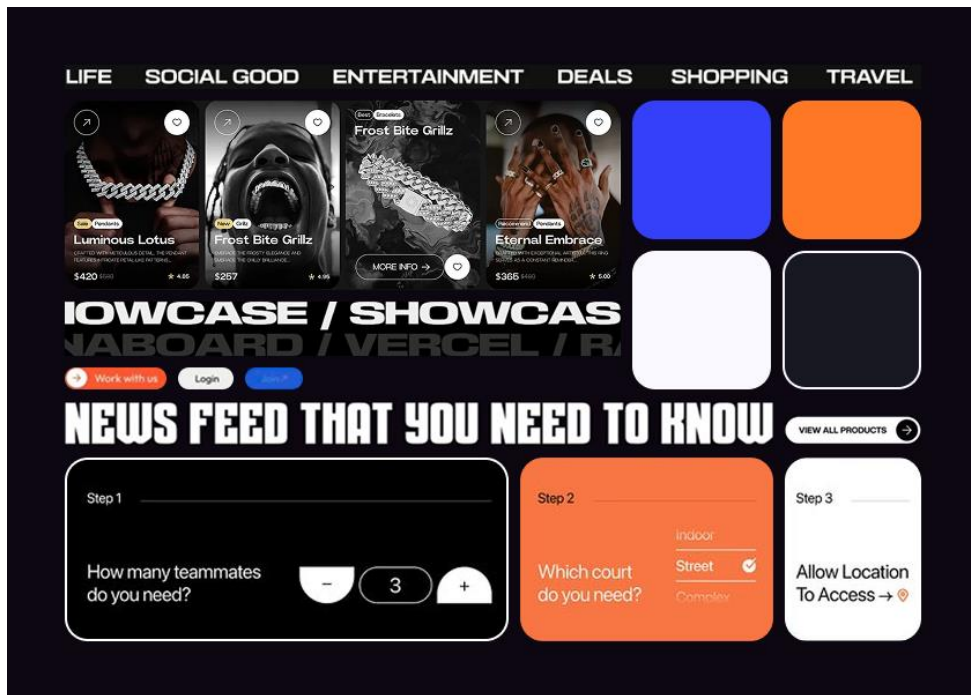


Рисунок 4.4 – Розроблений moodboard платформи «String»

Окремим напрямом у роботі над візуальним референсом став метод, умовно названий «методом Франкенштейна» (рис. 4.5). Його суть – не в прямому копіюванні блоків з інших сайтів, а у вибірці найбільш вдалих дизайнерських рішень, які поєднуються між собою за стилем, логікою й функцією, формуючи новий, адаптований і цілісний продукт.

У цьому процесі використовувалися як реальні приклади сайтів-конкурентів, так і концептуальні макети з дизайнерської платформи Behance. Саме на Behance було відібрано приклади з цікавим поданням контенту – як от презентації блогів, інтерактивні сторінки записів занять, карточки викладачів, структури онлайн-курсів. Вони стали візуальною базою для наповнення moodboard'у.



Рисунок 4.5 – Розроблений Франкенштейн платформи «String»

Зібрані компоненти були обрані не довільно, а на основі наступних критеріїв:

- відповідність стилістиці бруталізму/беніто (контрастність, велика типографіка, модульність);
- зручна інформаційна структура (що одразу зрозуміло користувачеві);
- адаптивність блоків (як будуть виглядати на різних пристроях);
- інклюзивність, як помітна тенденція на додавання елементів доступності: великі шрифти, підказки, контрастні зони взаємодії.

На відміну від традиційного moodboard, метод «Франкенштейна» не обмежувався лише кольорами й шрифтами, а включав:

- композиційні підходи (де і як розміщені блоки);
- візуальний ритм (чергування інформаційних зон, баланс між текстом і зображенням);
- приклади user-friendly взаємодії (мікроанімації, підказки, hover-ефекти).

Moodboard є не лише креативною, а й стратегічною частиною розробки. Він допомагає уникнути хаосу в подальшому дизайні, забезпечує візуальну цілісність продукту та задає правильний тон для всіх майбутніх екранів. Для «String» саме ця дошка ідей стала візуальним ядром, навколо якого розвивалися макети, прототип і дизайн-система.

4.3 Розробка інформаційної структури сайту (User Flow)

У структурі UI/UX-дизайну User Flow є ключовим інструментом, що дозволяє змодельовати поведінкові сценарії користувача на платформі. Це візуальна карта дій, яку проходить користувач від моменту входу на сайт до досягнення цільової дії – наприклад, купівлі товару або запису на курс.

Наявність детально розробленого User Flow дозволяє:

- передбачити потреби користувача та побудувати логіку сайту відповідно до них;
- мінімізувати кількість кліків до цільової дії;
- зменшити ризик плутанини або втрати користувача на будь-якому етапі;
- оптимізувати структуру, що в майбутньому позитивно вплине на коефіцієнт конверсії;
- у підсумку, покращити загальний досвід користування платформою.

User Flow – це послідовність екранів або станів інтерфейсу, які користувач бачить і з якими взаємодіє на шляху до певної мети. Це не просто набір сторінок, а поведінкова логіка, що враховує вхідні точки, сценарії, варіанти рішень, відхилення та помилки. Саме завдяки User Flow дизайнер має змогу побудувати цілісну систему взаємодії, а не окремі екрани.

У межах проєкту "String" (інтернет-крамниця та школа з продажу гітар) було сформовано два основні User Flow-сценарії, які відповідають головним цілям сайту (рис. 4.6).

User Flow 1. Купівля товару (гітари або аксесуару).

Цей шлях є класичним для інтернет-магазинів. Основна цільова дія – здійснити покупку товару. Типи користувачів:

- новий відвідувач / незареєстрований користувач: шукає та купує товар без створення облікового запису;

– зареєстрований користувач: має обліковий запис, може входити, керувати даними та переглядати історію замовлень.

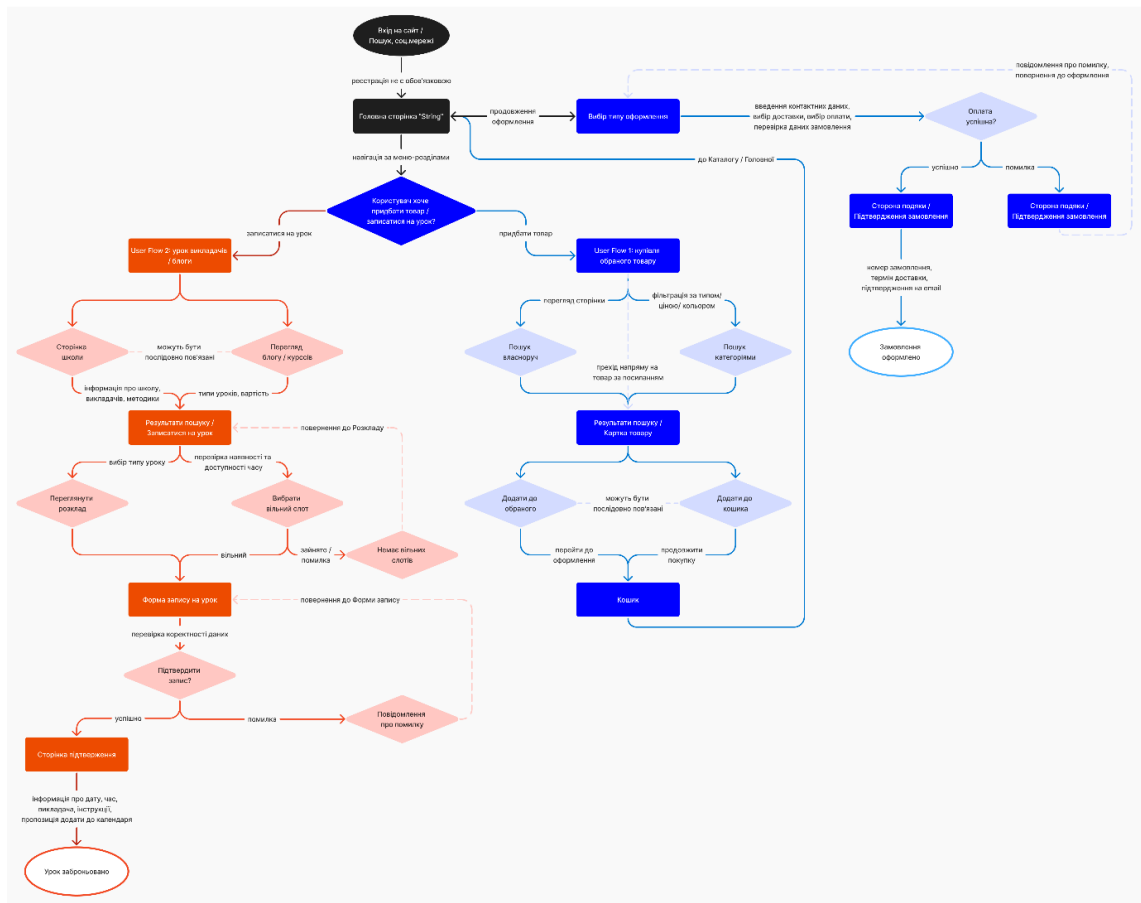


Рисунок 4.6 – Розроблений User Flow 1 та 2 платформи «String»

Початкові точки входу:

- прямий перехід на сайт (через закладки, пряме посилання);
- пошукові системи (Google, Bing – за запитамі типу "купити гітару Київ", "гітарний магазин String");
- соціальні мережі/контекстна реклама/email-розсилка.

User Flow 2. Запис на урок гри на гітарі.

Цей шлях є специфічним для вашого проекту і відображає функціонал "школи". Основна цільова дія – успішно записатися на урок гри на гітарі.

Типи користувачів:

- новий потенційний учень: шукає інформацію про уроки, записується вперше;
- існуючий учень: може переглядати свій розклад, записуватися на наступні уроки.

Початкові точки входу:

- прямий перехід на сайт;
- пошукові системи (за запитами типу "уроки гітари Київ", "школа гри на гітарі String");
- соціальні мережі/контекстна реклама.

Оскільки сайт поєднує торгову та навчальну функції, особливо важливо було інтегрувати обидва сценарії в єдине середовище, не створюючи враження “двох окремих сайтів”. Саме тому:

- головна сторінка має уніфіковану навігацію, яка веде як до товарів, так і до уроків;
- обидва сценарії містять аналогічну логіку взаємодії (каталог → картка → форма → подяка);
- передбачено перехресні пропозиції: після запису на урок – перейти до вибору гітари, після купівлі – до освітніх матеріалів.

Розробка User Flow дала змогу оптимізувати шляхи користувача до двох ключових дій: купівлі та запису на урок. Кожен етап був ретельно спроектований з урахуванням потенційних бар’єрів і альтернатив. Це забезпечило логічність інтерфейсу, покращило зручність користування та дозволило платформі «String» поєднати e-commerce з e-learning у межах єдиного UX-досвіду.

4.4 Розробка модульної сітки

Одним із найважливіших технічних інструментів у процесі розробки інтерфейсу є модульна сітка – візуальна система координат, яка визначає розміщення контенту, блоків, тексту, ілюстрацій та інтерактивних елементів на сторінці. Модульна сітка – це своєрідний "скелет" макету, який забезпечує структурованість, узгодженість і візуальний ритм.

Сітка – це набір горизонтальних і вертикальних ліній (напрямних), які формують модулі або колонки, на яких базується вся візуальна композиція інтерфейсу. Її основне призначення:

- забезпечити порядок і ієрархію контенту;
- зробити дизайн візуально збалансованим і передбачуваним;
- спростити процес верстки, забезпечуючи повторюваність компонентів;

– адаптувати дизайн під різні екрани, зберігаючи структуру та логіку.

Залежно від функціоналу сайту та його типології, у вебдизайні застосовуються різні типи сіток.

1. Колонкова сітка (Column Grid) – найбільш базова, складається з чітко розподілених вертикальних колонок. Найчастіше використовується для побудови макетів сторінок із текстом, зображеннями, картками (рис. 4.7).

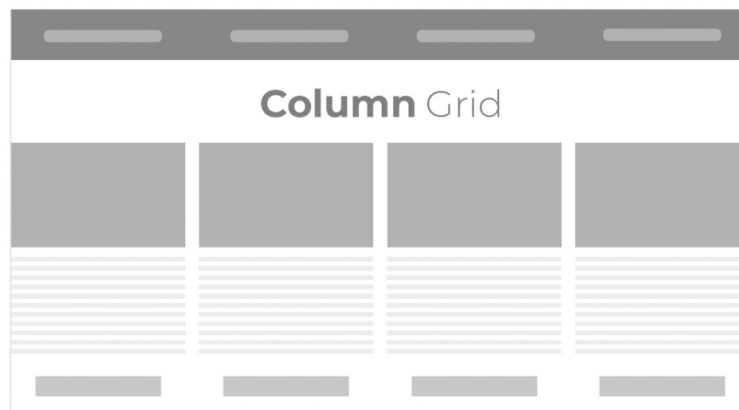


Рисунок 4.7 – Узагальнюючий приклад Колонкової сітки

2. Модульна сітка (Modular Grid) – доповнює колонкову горизонтальними напрямними, утворюючи рівномірну сітку модулів. Ідеально підходить для каталогів, галерей, таблиць (рис. 4.8).

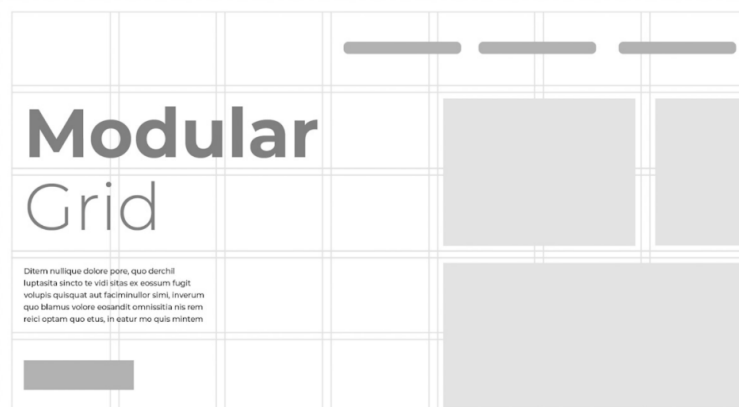


Рисунок 4.8 – Узагальнюючий приклад Модульної сітки

3. Ієрархічна сітка (Hierarchical Grid) – не має чіткої ритміки, створюється вручну під логіку контенту. Добре працює у динамічних або творчих макетах (рис. 4.9).



Рисунок 4.9 – Узагальнюючий приклад Ієрархічної сітки

Крім самих колонок або модулів, важливою частиною дизайну є напрямні (guides) – допоміжні лінії, які використовуються для:

- вирівнювання заголовків, текстів, кнопок;
- визначення зон відступів, полів і "дихання" між блоками;
- дотримання візуального ритму навіть у складних компонентах, як-от карточки курсу, меню викладачів тощо.

З огляду на багатофункціональність платформи «String», яка об'єднує e-commerce (каталоги, картки товарів), e-learning (курси, розклади, викладачі) та інформаційні блоки (блоги, події, статті) було прийнято рішення поєднати колонкову та ієрархічну сітку (рис. 4.10). Такий підхід дозволив:

- зберегти логічну структуру на всіх сторінках;
- забезпечити гнучкість дизайну там, де структура не є строгою (напр. блог, розділ викладачів);
- підтримати адаптивність – колонкова сітка легко підлаштовується під різні пристрої (з 12 колонок на десктопі до 4-6 на планшетах і 1-2 на мобільних);
- зберегти масштабованість – структура легко розширюється без втрати узгодженості.

Розробка сітки є не просто дизайнерським кроком – це архітектурна основа інтерфейсу. У випадку платформи «String» вибір комбінованої системи (колонкова та ієрархічна сітка у зв'язці з напрямними) дозволив досягти стабільності, адаптивності та масштабованості дизайну. Такий підхід створює візуальну гармонію для користувача та технічну зручність для команди розробників.



Рисунок 4.10 – Розроблена сітка платформи «String»

5 НАПОВНЕННЯ САЙТУ КОНТЕНТОМ

Розділ створення макету – це центральна фаза у розробці вебінтерфейсу, де ідеї, сформовані на попередніх етапах, починають набувати конкретної, видимої форми. У межах UX/UI-дизайну саме на цьому етапі перевіряється, наскільки ефективною є обрана інформаційна архітектура, сітка, логіка користувача, і наскільки збалансовано будуть виглядати майбутні екрани платформи.

У проєкті «String», який поєднує функціональність інтернет-магазину та освітньої платформи, цей розділ відіграє особливу роль, адже дозволяє наочно побачити, як саме взаємодіятимуть різні функціональні блоки між собою – товари, уроки, викладачі, блоги, відеозаписи – і як буде відбуватись переходи між ними.

5.1 Створення макету (Low- та High-Fidelity Wireframes)

Wireframe (каркасний макет) – це структурне креслення сторінки, позбавлене візуального стилю, але яке відображає розміщення основних елементів: заголовків, текстів, кнопок, форм, зображень, меню тощо. Метою є перевірити функціональність та логіку до початку роботи над деталізацією інтерфейсу. Wireframe є етапом між логікою (User Flow, IA) і візуалом (UI Design). Він дозволяє:

- протестувати сценарії без зайвих витрат;
- уникнути помилок ще до проєктування;
- зафіксувати взаємозв'язки між екранами;
- сформувати повторювані патерни, які згодом увійдуть до дизайн-системи.

Існує два ключові рівні деталізації вайрфреймів – Low-Fidelity і High-Fidelity, і кожен із них має свою мету та логіку використання. На початковому етапі розробки доцільно створювати саме Low-Fidelity варіанти. Вони виконуються швидко, зазвичай, у вигляді умовних блоків або сірих прямокутників без текстового наповнення.

Основне їхнє завдання – визначити розташування основних елементів на сторінці: де буде заголовок, де зображення, як виглядатиме структура СТА-

блоків, де знаходитиметься навігація тощо. Ці вайрфрейми легко редагуються, не вимагають точності та дозволяють оперативно обговорювати ідеї з командою. У межах проєкту «String» саме Low-Fidelity макети використовувалися для першого кола сторінок: головної, магазину, розділу з курсами та блогу. Це дозволило швидко протестувати концепцію макета, ще не вдаючись до деталей (рис. 5.1).

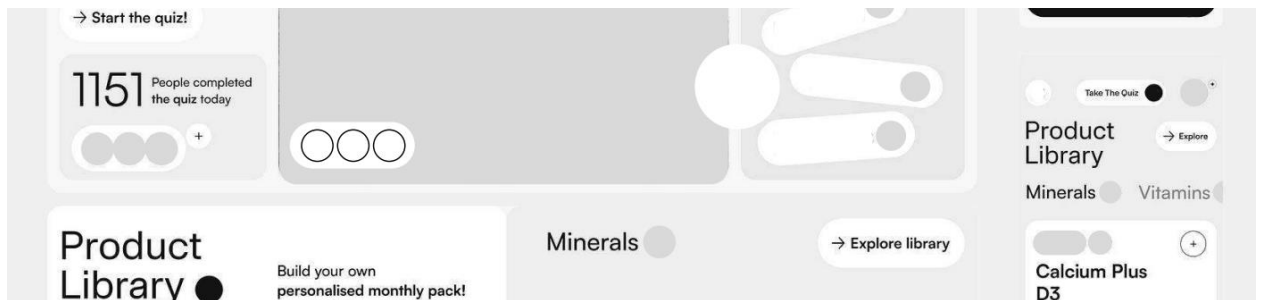


Рисунок 5.1 – Узагальнюючий приклад Low-Fidelity Wireframe

Після затвердження логіки сторінок та ключових сценаріїв взаємодії, наступним кроком стало створення High-Fidelity wireframes – більш деталізованих, наближених до реального дизайну макетів. На цьому рівні вже враховується точна модульна сітка, враховуються всі інтерфейсні елементи (поля вводу, кнопки, слайдери, навігаційні компоненти), а сам вайрфрейм дозволяє чітко побачити, як користувач буде взаємодіяти з системою. Макети такого рівня також використовуються для першого користувацького тестування, оскільки дають змогу моделювати повноцінні сценарії без остаточного візуального стилю (рис. 5.2).

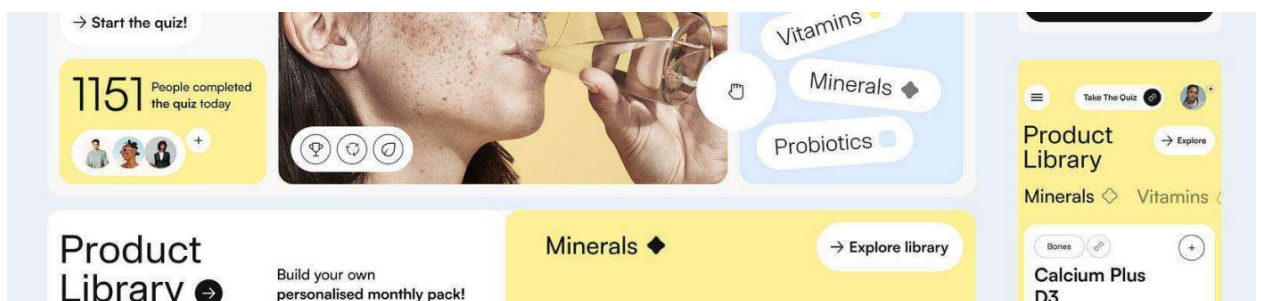


Рисунок 5.2 – Узагальнюючий приклад High -Fidelity Wireframe

На етапі створення макетів важливо враховувати не лише розміщення елементів, а й їхнє композиційне співвідношення: яке зображення привертає увагу першим, наскільки легко користувачу знайти СТА-кнопку, чи не

губиться текстовий блок серед графіки, і чи логічно розміщено контент у межах кожного екрану.

Особливе значення надається акцентам – через розмір, контраст, близькість до навігації або порожнього простору. У макетах «String» композиція будувалась на засадах сітки (12 колонок) і візуального ритму: великі блоки змінювались компактними картками, логічні роздільники між розділами давали користувачу змогу «дихати», а повторювані патерни (наприклад, картки товару й викладача) підтримували візуальну єдність.

У «String» ці макети містили логіку фільтрації в магазині, поведінку форм запису на урок, структуровані сторінки викладачів, розміщення статей і блоків відеозаписів. Таким чином, High-Fidelity вайрфрейми не просто наблизили сайт до його фінального вигляду, а й заклали фундамент для майбутнього UI-дизайну та прототипування.

Загалом, використання обох рівнів вайрфреймів дозволяє пройти повний цикл UX-розробки: від ідей – до перевірених, функціональних і адаптованих макетів (рис. 5.3).

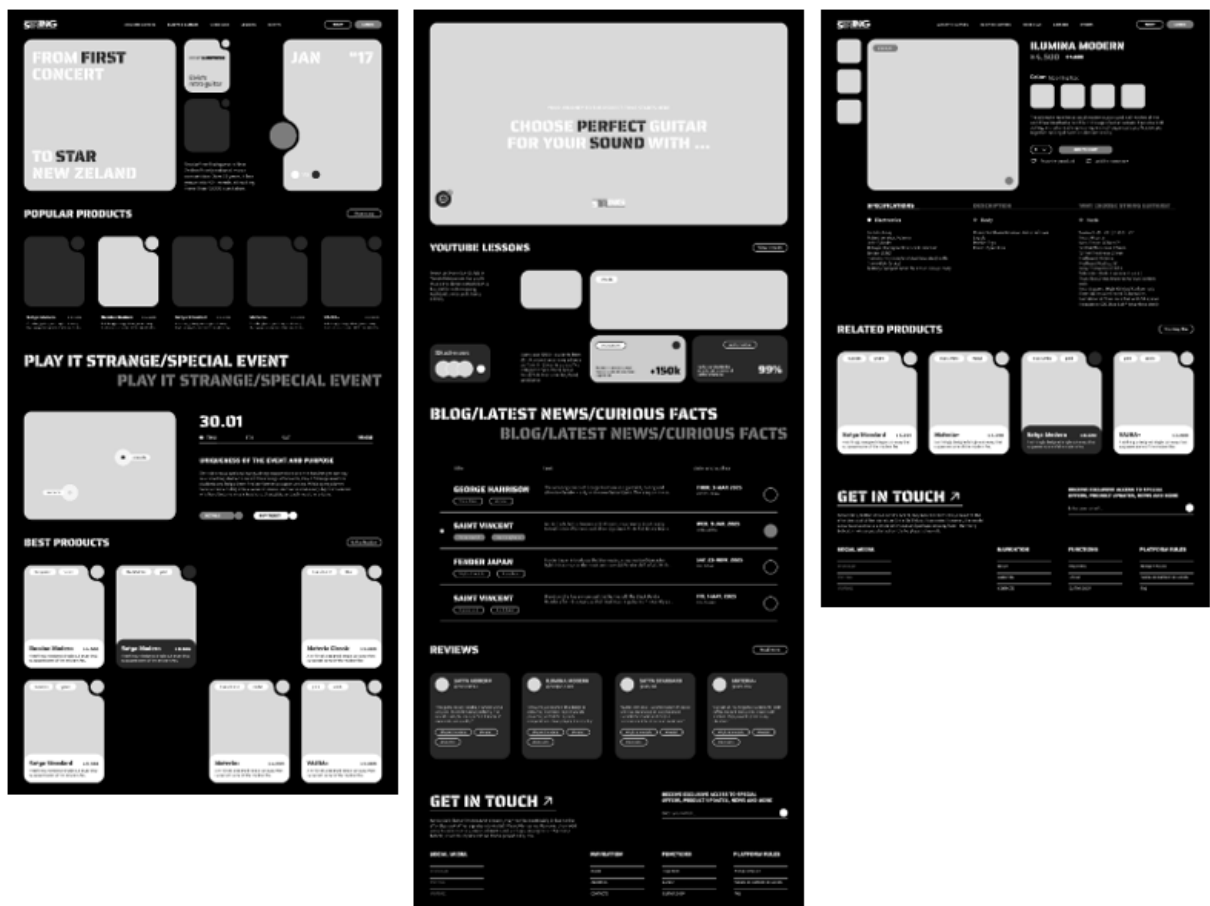


Рисунок 5.3 – Розроблений High -Fidelity Wireframe платформи «String»

5.2 Збір дизайн системи (UI kit)

Після створення каркасних макетів, які визначають логіку й структуру сторінок, наступним ключовим етапом є розробка дизайн-системи – візуальної мови, яка забезпечує стилістичну єдність, впізнаваність і узгодженість усіх елементів інтерфейсу. Цей етап не зводиться лише до естетики – він є інструментом управління візуальними рішеннями, що формує цілісне середовище, де дизайн стає повторюваним, адаптивним і зрозумілим для всієї команди: дизайнерів, розробників, контент-менеджерів.

У проєкті «String» використовувалась обмежена, але виразна кольорова палітра, яка дозволила досягти балансу між стилізацією, акцентами та функціональністю (рис. 5.4).



Рисунок 5.4 – Кольорова схема платформи «String»

Її основою став темно-синій колір (майже чорний, #00000A), що виконує роль глибокого, нейтрального фону. Такий вибір дозволяє створити ефект сцени або «екрану», на якому чітко виділяються яскраві елементи інтерфейсу. На цьому фоні чудово працює основний текстовий колір – відтінок білого (#F9F9FF), який не надто контрастує, зменшуючи навантаження на очі, і водночас забезпечує високу читабельність.

Для розмічення інформаційної структури та формування внутрішньої навігації було обрано акцентний синій (#0000FF). Його використовували у заголовках розділів, посиланнях, підсвітці елементів при наведенні. Синій – це колір довіри, стабільності, він чудово працює в освітньому середовищі та підходить для платформи, яка поєднує навчання з комерцією. Він допомагає зорієнтуватися в інформації, візуально структурує вміст і підкреслює ключові елементи без надмірної агресивності.

Окреме місце в палітрі займає помаранчевий (#ED4B00) – динамічний, емоційно заряджений колір, який використовується як брендовий акцент. Його застосування строго регламентоване: лише для активних кнопок, цін зі

знижкою, повідомлень про акцію або підкреслення активних елементів (наприклад, обраного фільтру). Завдяки контрасту з темним фоном і білим текстом, помаранчевий миттєво привертає увагу, стимулює до дії та створює характер платформи як енергійної, сучасної та впевненої.

Так само стратегічним був підхід до вибору шрифтів. У проєкті використовуються два контрастні шрифти, кожен із яких виконує чітко окреслену функцію та підсилює стиліське рішення платформи.

Для заголовків розділів, назв карток товарів, цін та візуально домінуючих елементів використовується Saira Stencil One – декоративний, геометричний шрифт із «перерізаними» лініями. Його брутална, рублена стилістика органічно поєднується з обраним напрямом дизайну (бруталізм + бенто), підкреслює енергійність бренду, а також формує впізнаваний характер заголовків. Він ідеально підходить для молодіжної цільової аудиторії, музичної тематики та забезпечує платформі унікальний візуальний голос.

Другим шрифтом став Inria Sans – простий, м'який, людяний гротеск, який використовується для текстових блоків, описів товарів, хештегів, підписів і доповнюючих повідомлень. Його відкрита геометрія, легка читабельність і нейтральність дозволяють зберігати баланс між функціональністю й емоційністю, особливо в освітніх та інформативних частинах сайту.

Використання лише двох шрифтів – усвідомлене рішення, засноване на принципах читабельності та стилістичної стабільності. Занадто велика кількість шрифтів, навпаки, ускладнює сприйняття, порушує гармонію та створює візуальний шум. Завдяки контрасту між декоративністю Saira Stencil One та простотою Inria Sans (рис. 5.5), вдалося створити типографічну ієрархію, яка керує увагою читача, розставляє пріоритети та забезпечує гнучкість макетів.



Рисунок 5.5 – Шрифтова схема платформи «String»

UI kit (рис. 5.6) – це зібрання всіх основних елементів, які формують вигляд інтерфейсу: кнопок, іконок, форм, шрифтів, палітри кольорів, блоків карток, спливаючих вікон, типових секцій. У проєкті «String» збір дизайн-системи почався з визначення базових візуальних принципів, заснованих на закладеному стилістичному поєднанні – бруталізму та бенто-дизайну. Саме контраст, велика типографіка, візуальна ритміка та модульність стали основою для побудови стилю, який поєднує сучасну жорсткість і структурну легкість.

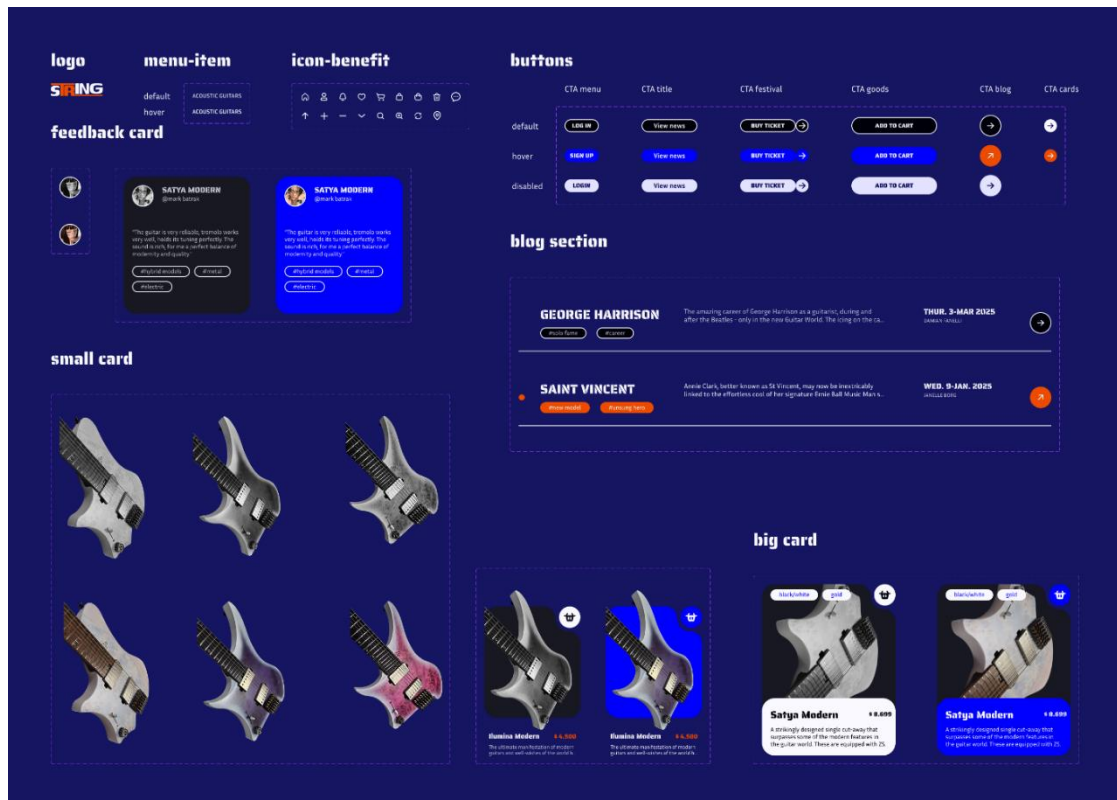


Рисунок 5.6 – UI kit платформи «String»

Усі ці елементи були зібрані в уніфікований UI kit, який інтегрується в Figma і використовувався на всіх сторінках. Завдяки цьому вдалося забезпечити візуальну цілісність у всіх частинах платформи: і в магазині, і в освітній частині, і в інформаційному блозі. Усі елементи зберігали однаковий стиль, реагували однаково на взаємодію та дозволяли швидко масштабувати дизайн. Отже, UI kit у проєкті «String» став не лише інструментом візуальної стандартизації, а фундаментом для ефективного, гнучкого й масштабованого інтерфейсу, який не втрачає стилістичної цілісності незалежно від сценарію або цільової аудиторії.

6 СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНОГО ПРОТОТИПУ (PROTOTYPE)

Інтерактивне прототипування – це важливий етап у процесі UX/UI-дизайну, який дозволяє перетворити статичні макети на функціональну модель майбутнього продукту, що моделює основні сценарії взаємодії користувача з інтерфейсом. На відміну від макету, який демонструє лише візуальне розташування елементів, прототип дозволяє дослідити поведінку користувача: як він переходить між сторінками, як працюють кнопки, що відбувається після певної дії.

У проєкті «String» створення інтерактивного прототипу стало перехідною ланкою між UX-дизайном та підготовкою до тестування. Його побудова дозволила не тільки презентувати загальну логіку взаємодії всім учасникам проєкту, а й здійснити попередню перевірку юзер-флоу у реальних умовах, без залучення коду чи розробки.

Робота з прототипом здійснювалась у середовищі Figma – сучасному інструменті, що дозволяє не лише з'єднувати окремі екрани, а й задавати конкретні взаємозв'язки: переходи, ховер-ефекти, стан кнопок, поведінку форм. Окрім того, Figma надає можливість моделювати адаптивну поведінку макетів, створювати прототипи окремо для десктопних і мобільних версій, що особливо важливо для багатофункціональних платформ, як-от «String» (рис. 6.1).

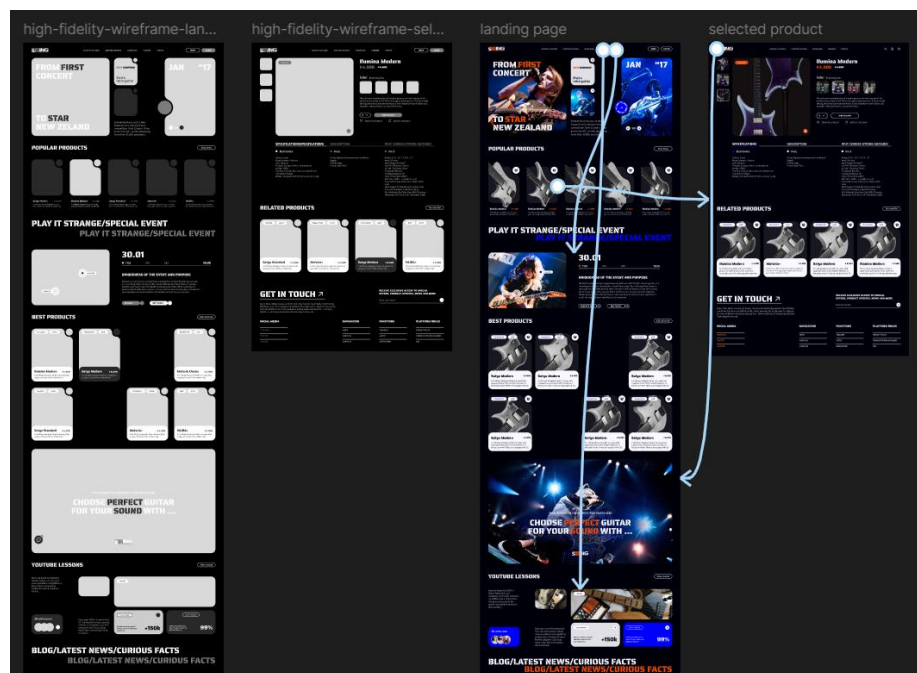


Рисунок 6.1 – Прототипування десктопної версії платформи «String»

Інтерактивний прототип у межах проєкту охоплював такі ключові сценарії:

- навігацію з головної сторінки до каталогу товарів і картки продукту;
- додавання товару до кошика, перегляд кошика та оформлення замовлення;
- перехід у розділ «Уроки», вибір викладача та оформлення запису;
- перегляд розкладу занять;
- доступ до блогових матеріалів, статей, відеозаписів;
- використання навігаційного меню та зворотного переходу на головну.

На прототипі було реалізовано основні переходи між екранами, реакції інтерфейсу на дії користувача (ховер, натискання, змінені стани), а також перевірено логічну завершеність сценаріїв. Наприклад, після запису на урок користувач отримував умовне підтвердження, або після покупки – потрапляв на сторінку з додатковими освітніми матеріалами. Такі елементи були важливими для демонстрації повноти користувацького шляху (рис. 6.2-6.3).

Особлива увага приділялась деталям, які могли б ускладнити взаємодію:

- неочевидному розташуванню СТА-кнопок;
- дублюванню переходів або їх відсутності;
- перенасиченості блоків інформацією;
- недооформленим формам (наприклад, без інформування про помилки чи успіх дії).

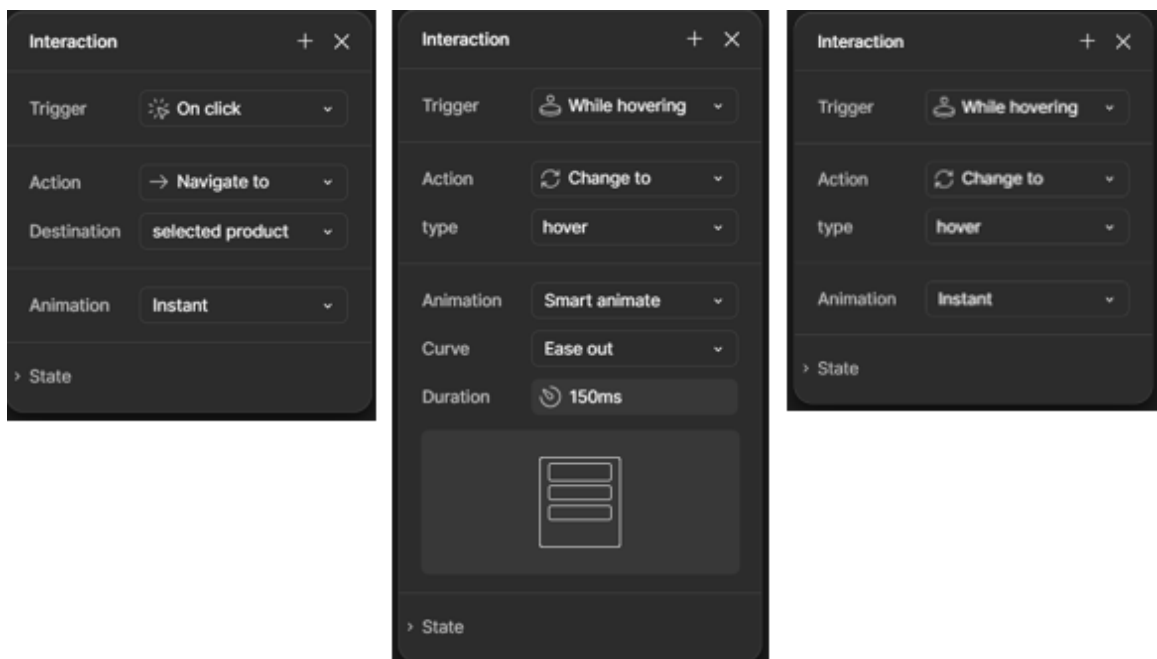


Рисунок 6.2 – Налаштування прототипування компонентів та переходів

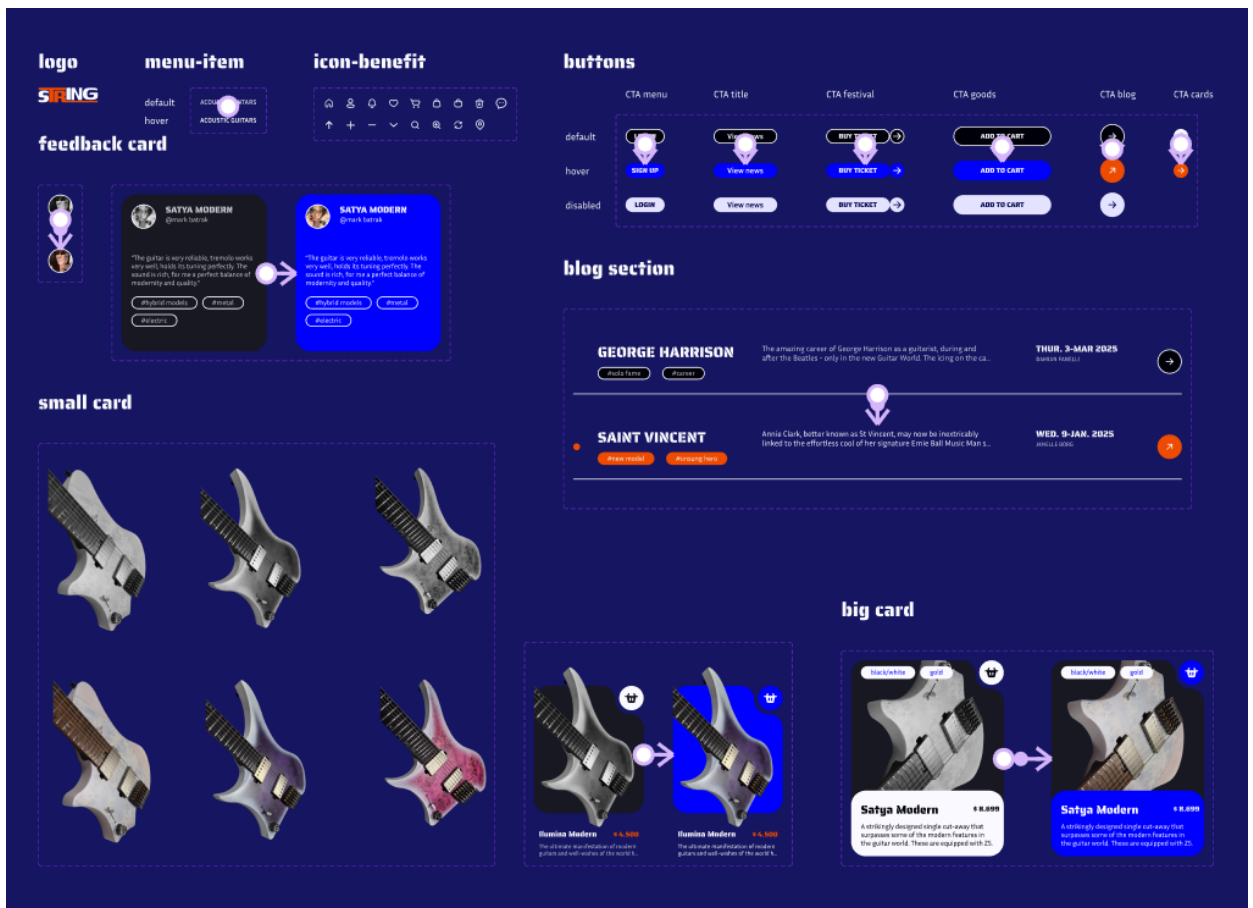


Рисунок 6.3 – Вигляд прототипування компонентів та переходів

На етапі створення прототипу такі нюанси легко виявляються і коригуються без значних затрат часу і ресурсів. Завдяки цьому вдалося доопрацювати частину сценаріїв, скоротити кількість кроків у деяких процесах (наприклад, оформлення замовлення), а також підвищити видимість основних точок взаємодії.

Таким чином, інтерактивне прототипування в рамках проекту «String» стало не лише інструментом презентації майбутнього сайту, а ефективним способом перевірки його логіки, структурованості й відповідності очікуванням користувача.

7 UI/UX-ТЕСТУВАННЯ ПРОТОТИПУ ТА ЗБІР ФІДБЕКУ (REVIEW)

Після завершення створення інтерактивного прототипу наступним важливим етапом стала його перевірка в умовах реальної користувацької взаємодії. Проведення UX/UI-тестування дозволяє не лише оцінити ефективність дизайнерських рішень, а й виявити можливі помилки, бар'єри у навігації або недоліки у візуальному оформленні ще до запуску продукту. Це етап превентивної корекції, який дозволяє оптимізувати інтерфейс без витрат на редизайн або переверстку в майбутньому.

Тестування прототипу в межах проєкту «String» проводилося у форматі неформалізованого юзабіліті-тесту з елементами анкетування. До участі було залучено 4 тестувальні групи, які представляли основні сегменти цільової аудиторії:

- гітаристи-початківці (від 16 до 24 років);
- викладачі/репетитори;
- потенційні покупці музичних інструментів;
- користувачі, які цікавляться блогівим або освітнім контентом.

Для кожної групи було сформовано набір тестових сценаріїв, що імітували реальні дії користувача в межах платформи. Метою цих завдань було перевірити, наскільки інтерфейс інтуїтивно зрозумілий та чи легко користувач досягає цільових дій без зайвих кроків або плутанини. Наприклад, тестувальникам потрібно було знайти конкретний товар у каталозі, ознайомитися з його характеристиками та додати до кошика, а також пройти повний процес оформлення замовлення. Іншим учасникам пропонувалося перейти в розділ «Уроки», обрати викладача за напрямом, записатися на заняття та переглянути розклад (рис. 7.1).

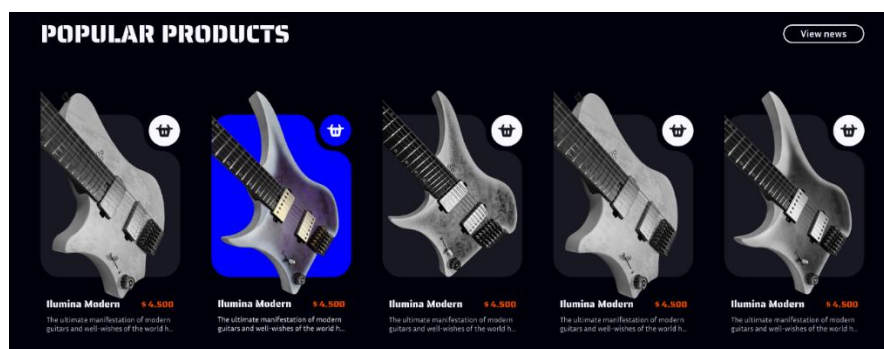


Рисунок 7.1 – Коректне відображення анімації карток товарів

Додатково перевірялися інформаційні функції – пошук потрібного блогу за темою, читання статті, навігація до відеозапису та повернення до головної сторінки. Завдання моделювалися таким чином, щоб охопити найбільш важливі функціональні сценарії сайту, пов’язані як з e-commerce, так і з e-learning-частиною платформи. Спостереження проводилися з урахуванням швидкості виконання дій, кількості кліків, емоційної реакції та кількості повторних дій. Після проходження завдань користувачі заповнювали коротку анкету з питаннями щодо (рис. 7.2-7.3):

- зручності навігації;
- зрозумілості інтерфейсу;
- привабливості дизайну;
- наявності труднощів або сумнівів;
- враження від загального стилю.

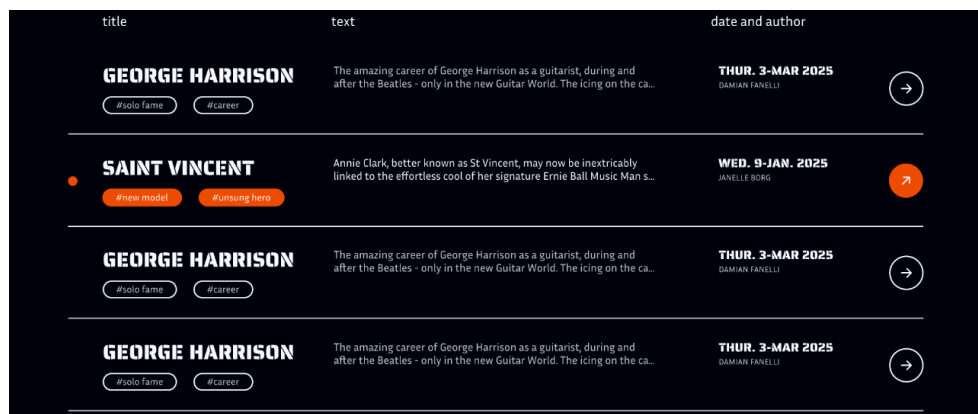


Рисунок 7.2 – Коректне відображення анімації секції блогу

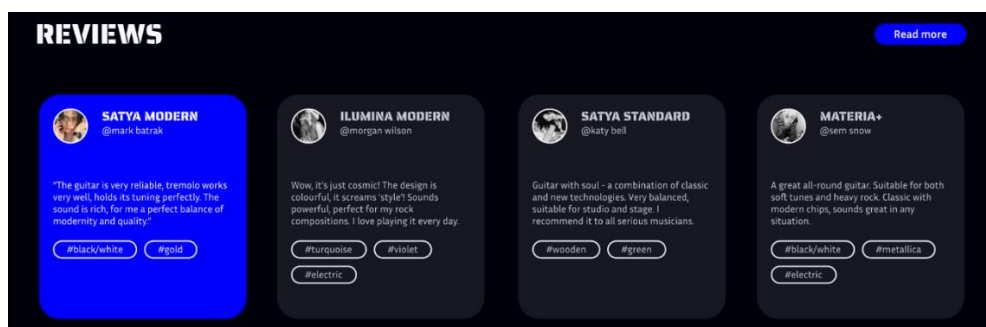


Рисунок 7.3 – Коректне відображення анімації карток відгуків

Результати UX/UI-тестування дозволили виділити низку цінних Інсайтів, на основі яких у подальшому можливе покращення інтерфейсу за рахунок внесення додаткових правок (табл. 7.1).

Таблиця 7.1 – Результати UX/UI-тестування прототипу платформи «String»

Сильні сторони	Виявлені недоліки та зауваження
Візуальна стилістика (поєднання бруталізму та бенто-дизайну) викликала позитивні емоції у користувачів.	Користувачі не одразу знаходили блок із розкладом викладачів – запропоновано винести ближче до меню.
Чітка і логічна структура каталогу товарів і курсів.	Відсутність кнопки «Назад» на сторінках викладачів створювала навігаційний бар'єр.
Основні СТА-кнопки були помітними, розташованими логічно та легко ідентифікувалися.	Формам бракувало підсвічування або візуальних підказок у станах фокус/помилка.
Загальна навігація інтерфейсу сприймалась як проста й передбачувана.	
Картки товарів та викладачів були достатньо інформативними й привабливими навіть без візуального стилю.	

Таким чином, UX/UI-тестування стало незамінним етапом практичного підтвердження ефективності дизайну. Важливо зазначити, що навіть найбільш структурований і візуально привабливий інтерфейс може мати слабкі місця, які помітні лише при живому тестуванні. Саме тому впровадження циклу тестування й фідбеку має бути не винятком, а нормою при розробці будь-якого інтерфейсу – особливо такого складного й функціонально насиченого, як платформа «String».

8 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

У рамках даної кваліфікаційної роботи було розроблено вебплатформу, спрямовану на підвищення конверсії для нішевих інтернет-крамниць. Проєкт поєднує в собі інтуїтивно зрозумілу навігацію з нестандартними та обширними дизайнерськими рішеннями, що дозволяє створити унікальний користувацький досвід. Такий підхід не лише привертає увагу потенційних клієнтів, але й сприяє їх утриманню та повторним покупкам.

Розробка даної платформи є важливим внеском у сферу електронної комерції, оскільки вона надає малим та середнім підприємствам інструмент для ефективної конкуренції з великими гравцями ринку. Впровадження інноваційних рішень у вебдизайні та функціональності сайту дозволяє нішевим крамницям адаптуватися до сучасних вимог споживачів та забезпечити стабільне зростання продажів.

Економічна ефективність проєкту визначається через аналіз співвідношення витрат на розробку та впровадження платформи до очікуваних фінансових результатів від її використання. Основними критеріями оцінки ефективності є:

- рентабельність інвестицій (ROI): показник, що відображає віддачу від вкладених коштів. Високий рівень ROI свідчить про доцільність інвестицій у проєкт;

- чиста теперішня вартість (NPV): розрахунок NPV дозволяє оцінити загальний прибуток проєкту з урахуванням дисконтування майбутніх грошових потоків. Позитивне значення NPV підтверджує фінансову вигідність проєкту;

- строк окупності інвестицій (Payback Period): цей показник визначає період, протягом якого інвестиції в проєкт будуть повністю відшкодовані за рахунок отриманого прибутку. Короткий строк окупності є свідченням швидкої віддачі від проєкту.

Інноваційний дизайн та інтуїтивна навігація: платформа поєднує в собі нестандартні дизайнерські рішення з інтуїтивно зрозумілою навігацією, що створює унікальний користувацький досвід. Застосування сучасних принципів UI/UX-дизайну дозволяє користувачам легко орієнтуватися на сайті, швидко знаходити необхідні товари та здійснювати покупки без зайвих зусиль. Таке

поєднання естетики та функціональності сприяє підвищенню конверсії та формуванню лояльності клієнтів.

Персоналізований підхід до клієнтів: на відміну від стандартних рішень, платформа забезпечує можливість глибокої персоналізації контенту та пропозицій для користувачів. Інтеграція з системами аналітики дозволяє відстежувати поведінку відвідувачів, аналізувати їхні вподобання та надавати індивідуальні рекомендації. Такий підхід підвищує задоволеність клієнтів та стимулює повторні покупки.

Гнучкість та масштабованість: платформа розроблена з урахуванням можливості подальшого розширення функціоналу та інтеграції з іншими системами (CRM, ERP, платіжні шлюзи тощо). Це забезпечує її адаптивність до змін ринкових умов та потреб бізнесу, дозволяючи швидко реагувати на нові виклики та можливості.

Відмінності від існуючих рішень: порівняно з конкурентами, такими як PMT Online, Fanatic Guitars, Danville Music, Rockshop та Sam Ash, розроблена платформа має низку суттєвих відмінностей:

- унікальний контент: платформа пропонує ексклюзивний контент, включаючи детальні огляди товарів, відео-демонстрації та навчальні матеріали, що підвищує цінність для користувачів;

- покращена мобільна версія: оптимізований мобільний інтерфейс забезпечує зручний доступ до платформи з будь-яких пристроїв, що є критично важливим в умовах зростаючого використання мобільних технологій;

- інтерактивні елементи: впровадження інтерактивних елементів, таких як 360-градусні огляди товарів та віртуальні тури, покращує взаємодію користувачів з платформою та сприяє прийняттю рішень про покупку;

- підвищена безпека та контроль над даними: платформа забезпечує високий рівень безпеки, включаючи шифрування даних та захист від кібератак, що гарантує конфіденційність та цілісність інформації користувачів. Крім того, власники бізнесу мають повний контроль над даними клієнтів, що сприяє відповідності нормативним вимогам та підвищує довіру з боку споживачів.

Під час розробки вебплатформи для нішевої інтернет-крамниці були впроваджені ефективні стратегії управління ресурсами, що дозволили досягти

значної економії. Зокрема, залучення фахівців на умовах аутсорсингу та фрилансу сприяло зниженню витрат на постійний персонал, зберігаючи при цьому високий рівень якості виконаних робіт. Крім того, застосування хмарних сервісів для розміщення сайту та зберігання даних дозволило уникнути витрат на придбання та обслуговування власного серверного обладнання. Автоматизація процесів тестування та розгортання також сприяла скороченню часу розробки та зменшенню кількості помилок, що, в свою чергу, знизило витрати на підтримку та виправлення.

Основними джерелами доходу платформи є продаж музичних інструментів та аксесуарів через інтернет-крамницю, що відповідає моделі транзакційного доходу. Додаткові доходи генеруються через партнерські програми з виробниками та постачальниками, що дозволяє отримувати комісійні відсотки за продаж їхньої продукції. Також запровадження платних підписок для доступу до ексклюзивного контенту, таких як концерти або навчальні матеріали, дозволяє монетизувати додаткові сервіси. Фінансування проєкту здійснювалося за рахунок власних коштів засновника, залучення коштів через платформи колективного фінансування, участі у програмах підтримки малого бізнесу та отримання грантів, а також залучення приватних інвесторів, зацікавлених у розвитку інноваційних проєктів у сфері електронної комерції.

Розробка вебсторінки для нішевої інтернет-крамниці здійснювалася впродовж 37 робочих днів. Тоді як тривалість одного робочого дня для кожного учасника команди становила 7 годин, при тижневій нормі 40 годин і включала п'ять ключових етапів, кожен з яких мав чітке функціональне призначення та передбачав залучення окремих фахівців із відповідною погодинною оплатою (табл. 8.1).

На початковому етапі формувалась мета розробки та визначались задачі вебресурсу, а також проводився аналіз цільової аудиторії. Брала участь менеджер проєкту зі ставкою 1300,00 грн/год та бізнес-аналітик 1100,00 грн/год. Далі, в межах аналітичного етапу, здійснювався аналіз конкурентного середовища та розробка функціональної структури сайту. За ці роботи відповідали product-дизайнер та UX researcher-дизайнер, обидва з погодинною ставкою 1200,00 грн.

Розробка концепції включала в себе цілий комплекс завдань: від створення moodboard до формування повноцінної дизайн-системи. Були задіяні UI trainee-дизайнер (500,00 грн/год), UI/UX senior-дизайнер (2100,00 грн/год) та маркетолог (500,00 грн/год).

Таблиця 8.1 – Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
		кільк, ос.	посада			
1	2	3	4	5	6	7
1. Початковий	Формулювання мети та задач вебсторінки інтернет крамниці	1	менеджер проєкту	1300	1	9 100
	Аналіз цільової аудиторії	1	бізнес-аналітик	1100	2	15 400
2. Аналітичний етап	Аналіз конкурентів та порівняння з власним брендомбренду	1	product-дизайнер	1200	3	25 200
	Функціональна структура сайту. Виявлення потреб користувачів і проблем які проблем, що відбуваються при взаємодії з продуктом	1	ux researcher-дизайнер	1200	3	25 200
3. Розробка концепції	Пошук інформації (Research). Збір дошки ідей (Moodboard). Розробка інформаційної структури сайту (User Flow). Розробка модульної сітки	1	ui trainee-дизайнер	500	8	28 000
	Створення макету (Low- та High-Fidelity Wireframes). Збір дизайн системи (UI kit)	1	ui/ux senior-дизайнер	2100	10	147 000
	Узгодження дизайнерських рішень та їх відповідність цільовій аудиторії, коректність та підвищення стратегії бренду	1	маркетолог	500	1	3 500

Продовження таблиці 8.1

1	2	3	4	5	6	7
4. Основний етап	Створення інтерактивного прототипу (Prototype). UI/UX-тестування прототипу та збір фідбеку (Review)	1	ui/ux senior-дизайнер	2100	4	58 800
	Коригування та затвердження роботи дизайнера	1	менеджер проєкту	1300	2	18 200
	Передача узгоджених етапів та дизайн системи до верстальника	1	верстальник сайтів	500	1	3 500
5. Заключний етап	Перевірка на наявність багів та швидкість роботи вебсторінки інтернет крамниці	1	тестувальник	500	2	7 000
Разом					37	340 900
Додаткова заробітна плата (20 %)						68 180,00
Усього						409 080,00

Основний етап передбачав побудову інтерактивного прототипу, його тестування, збір зворотного зв'язку та передання макетів верстальнику. Роботи виконували UI/UX senior-дизайнер, менеджер проєкту та верстальник сайтів (ставка останнього 500,00 грн/год). Заключний етап передбачав технічне тестування вебресурсу, зокрема перевірку на наявність багів і продуктивність сайту, за що відповідав тестувальник із погодинною ставкою 500,00 грн. Загальна сума основної заробітної плати склала 340 900,00 грн.

Додаткова заробітна плата (20% від основної) становила 68 180,00 грн. Єдиний соціальний внесок, відповідно до чинної ставки 22%, був розрахований у розмірі 89 997,00 грн. Розрахунок витрат здійснювався відповідно до тривалості кожного етапу та залучених спеціалістів, що забезпечило точність і прозорість у формуванні загального бюджету проєкту.

Додаткова заробітна плата становить 20% від основної [20]:

$$340\,900 * 0,20 = 68\,180,00 \text{ грн.}$$

Ставка єдиного соціального внеску становить 22% від величини основної і додаткової заробітної плати:

$$(340\,900,00 + 68\,180,00) * 0,22 = 89\,997,60 \text{ грн.}$$

Витрати на електроенергію розраховуються виходячи зі споживаної потужності пристрою і тарифу на електроенергію. У даному випадку передбачається використання чотирьох комп'ютерів/ноутбуків з потужністю 1,4 кВт/год. Вартість 1 кВт/год електроенергії прийнято у розмірі 4,32 грн. Час використання електроенергії в процесі розробки:

$$7 * 37 = 259 \text{ год.}$$

$$1,4 * 4,32 * 259 * 4 = 6\,266 \text{ грн.}$$

Витрати на обслуговування техніки визначаються виходячи з її вартості та часу експлуатації, після закінчення якого, вона підлягає заміні (зазвичай цей час не перевищує 3-х років). Отже, враховуючи, що вартість кожного комп'ютера дорівнює 40 000 грн, а протягом року техніка використовується 246 робочих днів, отримаємо наступну суму витрат на обслуговування за час виконання проєкту:

$$(160\,000 / (3 * 7 * 246)) * 259 = 8\,021,68 \text{ грн.}$$

Проєкт впроваджується для однієї компанії, тому собівартість розробки:

$$(409\,080,00 + 89\,997,60 + 6\,265,73 + 8\,021,68) / 1 = 513\,365,01 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму прибутку від реалізації розробки (виходячи з рівня рентабельності 30%):

$$513\,365,01 * 0,3 = 154\,009,50 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну розробки сайту без податку на додану вартість (ПДВ):

$$513\,365,01 + 154\,009,50 = 667\,374,51 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму ПДВ, що дорівнює 20 % від ціни без ПДВ:

$$667\,374,51 * 0,2 = 133\,474,90 \text{ грн.}$$

З урахуванням проведених розрахунків ціна розробки сайту з ПДВ:

$$667\,374,51 + 133\,474,90 = 800\,849,41 \text{ грн.}$$

В таблиці 8.2 наведено розрахунок витрат на розробку та ціни вебсайту.

Таблиця 8.2 – Розрахунок витрат на розробку та ціни вебсайту

№ з/п	Стаття витрат	Сума, грн
1	Основна заробітна плата	340 900
2	Додаткова заробітна плата	68 180,00
3	Єдиний соціальний внесок	89 997,60
4	Витрати на електроенергію	6 265,73
5	Витрати на обслуговування техніки	8 021,68
6	Собівартість розробки сайту	513 365,01
7	Прибуток	154 009,50
8	Ціна без ПДВ	667 374,51
9	Податок на додану вартість (ПДВ)	133 474,90
10	Ціна з урахуванням ПДВ	800 849,41

На основі покрокового плану реалізації було визначено обсяг робіт, залучених спеціалістів та їх погодинні ставки, що дозволило сформувавши обґрунтований бюджет та чіткий фінансовий план. Загальні витрати на оплату праці, включаючи основну, додаткову заробітну плату та єдиний соціальний внесок, становили 499 077,60 грн. Собівартість проекту склала 513 365,01 грн, що разом з визначеним рівнем прибутку в 30% дозволило сформувавши остаточну вартість розробки сайту 800 849,41 грн (з урахуванням ПДВ). Проведений аналіз свідчить про економічну доцільність проекту, його конкурентоспроможність на ринку вебрішень для електронної комерції та обґрунтованість запропонованої вартості з огляду на якість, гнучкість і масштабованість платформи.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було реалізовано повний цикл UX/UI-дизайну цифрової платформи «String» – нішевого сайту, що поєднує функції інтернет-крамниці музичних інструментів та онлайн-школи гри на гітарі. Розробка інтерфейсу охопила всі ключові етапи сучасного підходу до дизайн-проектування: від аналітики та дослідження до створення прототипів, тестування та візуального оформлення.

У першому розділі було проведено детальний аналіз технічного завдання, визначено цільову аудиторію, сформульовано мету й задачі проєкту, а також встановлено функціональні, дизайнерські та технічні вимоги до сайту. Особливу увагу приділено розробці user personas, що дозволило збудувати чітке розуміння очікувань різних категорій користувачів.

Аналітичний огляд літератури дав змогу узагальнити теоретичні основи UX/UI-дизайну, зокрема принципи проєктування для e-commerce і освітніх платформ. Окремим розділом було проведено аналіз конкурентів, серед яких найбільш релевантними до тематики стали Danville Music та Rockshop. Саме поєднання функцій онлайн-магазину й навчальної системи в цих прикладах надихнуло на структурну концепцію сайту «String» та продемонструвало потенціал мультифункціональних платформ.

На етапі проєктування була реалізована повна послідовність: дослідження трендів і конкурентного середовища, формування інформаційної архітектури, побудова user flow зі сценаріями покупки та запису на урок, проєктування модульної сітки, створення каркасних макетів (low- та high-fidelity wireframes) і збір дизайн-системи (UI kit) з урахуванням стилістики бруталізму та бенто-дизайну. У процесі роботи була сформована візуальна ідентичність, розроблена чітка типографічна ієрархія, побудовано адаптивне середовище з продуманими акцентами та навігацією.

Інтерактивний прототип, реалізований у середовищі Figma, дозволив перевірити всі основні сценарії взаємодії. Подальше UX/UI-тестування за участі цільових груп допомогло виявити недоліки, отримати якісний фідбек і здійснити точкові правки ще до розробки. Це значно підвищило загальний рівень зручності, послідовності й логіки інтерфейсу.

Також було обґрунтовано вибір програмного забезпечення, де Figma відіграла роль основного середовища для побудови інтерфейсу завдяки своїй

орієнтації на сучасний UI/UX, а Adobe Photoshop – допоміжного засобу для графічної обробки зображень.

У результаті реалізації практичної частини було створено структуровану, адаптивну, інклюзивну та візуально виразну вебплатформу, яка здатна задовольнити потреби користувачів із різним рівнем досвіду – від початківців до професійних гітаристів [21].

В результаті вдалося досягти поставлених цілей – оптимізувати користувацький інтерфейс з метою підвищення конверсії, поліпшити взаємодію користувачів з платформою та забезпечити її адаптивність до різних типів пристроїв. Робота підтвердила, що грамотне UX/UI-проекування є ключовим чинником підвищення конверсії, зручності та залучення користувачів у нішевому сегменті e-commerce.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. How to Design Educational Websites // Cadabra Studio. URL: <https://cadabra.studio/blog/how-to-design-educational-websites> (дата звернення: 10.05.2025).
2. Enhancing User Experience in Grocery Ecommerce – Best Practices // Corebiz. URL: <https://blog.corebiz.ag/en/enhancing-user-experience-in-grocery-ecommerce-best-practices> (дата звернення: 10.05.2025).
3. Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для студентів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа» / В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбійко. Харків: ХНУРЕ, 2020. 68 с.
4. UI/UX Design for Education – Enhancing Learning Experiences Online // Devoq Design. URL: <https://devoq.medium.com/ui-ux-design-for-education-enhancing-learning-experiences-online-8facc531bbc8> (дата звернення: 10.05.2025).
5. Fanatic Guitars. URL: <https://fanaticguitars.com/en> (дата звернення: 10.05.2025).
6. Danville Music. URL: <https://danvillemusic.com> (дата звернення: 10.05.2025).
7. Gear4music. URL: <https://www.gear4music.com> (дата звернення: 10.05.2025).
8. Rockshop. URL: <https://www.rockshop.co.nz> (дата звернення: 10.05.2025).
9. Sam Ash Music. URL: <https://www.samash.com> (дата звернення: 10.05.2025).
10. Figma. URL: <https://www.figma.com> (дата звернення: 10.05.2025).
11. Як збільшити коефіцієнт конверсії за допомогою UX/UI // Genius.Space URL: <https://genius.space/lab/yak-zbilshiti-koefitsiyent-konversiyi-za-doromogo-ux-ui> (дата звернення: 10.05.2025).
12. Як UX/UI дизайн впливає на конверсії // Growthy Digital. URL: <https://growthy-digital.com/blog/yak-ux-ui-dyzayn-vplyvaie-na-konversii> (дата звернення: 10.05.2025).
13. EdTech Development Services for LMS Startups // Intent Solutions. URL: <https://intent-solutions.com/blog/edtech-development-services-lms-startups> (дата звернення: 10.05.2025).
14. How to Design an E-learning Platform // Justinmind. URL: <https://www.justinmind.com/ui-design/how-to-design-e-learning-platform> (дата звернення: 10.05.2025).

15. 5 User Flow Examples for Exceptional UX Design // Reteno. URL: <https://retno.com/blog/5-user-flow-examples-for-exceptional-ux-design> (дата звернення: 10.05.2025).

16. How UI/UX Design Impacts Conversions // Spaceberry Studio. URL: <https://spaceberry.studio/blog/how-ui-ux-design-impacts-conversions> (дата звернення: 10.05.2025).

17. How UI/UX Design Can Transform Your Online Presence // Sumcircle. URL: <https://sumcircle.com/blog-detail/ui-ux-design-transform-online-presence> (дата звернення: 10.05.2025).

18. Increase of CR by 13% for zlato.ua – UI/UX features specific to the jewelry niche // Turumburum. URL: <https://turumburum.com/blog/increase-of-cr-by-13-for-zlato-ua-ui-ux-features-specific-to-the-jewelry-niche> (дата звернення: 10.05.2025).

19. Як за допомогою UX-дизайну підвищується конверсія сайту і як збільшити середній чек покупця // Voll Agency. URL: <https://voll.com.ua/uk/blog/yak-za-dopomogoyu-ux-dizajnu-pidvishhuyetsya-konversiya-sajtu-i-yak-zbilshiti-serednij-chek-rokurcu> (дата звернення: 10.05.2025).

20. Полозова Т.В. Методичні вказівки до виконання економічної частини кваліфікаційної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 Видавництво та поліграфія усіх форм навчання. Харків: ХНУРЕ, 2022. 47 с.

21. Чеботарьова І.Б., Полозов О.Б., Росинська К.А. UI/UX дизайн як засіб підвищення конверсії для нішевих інтернет-крамниць // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2025. Т. 2. С. 77-78.