Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук
(повна назва)

Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
Пояснювальна записка

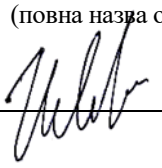
рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Розробка дизайну веб-сайту притулку для тварин "Happy Paw"
(тема)

Виконав:
здобувач 3 року навчання,
групи ВПВПСу-22-1

Сергій ІВАХНЕНКО
(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  проф. Ігор ЛЕВИКІН
(посада, власне ім'я, прізвище)

Допускається до захисту
Завідувач кафедри МСТ _____ Жанна ДЕЙНЕКО
(підпис) (власне ім'я, прізвище)

2025 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук
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)
« 02 » червня 2025 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

здобувачеві *Івахненко Сергію Олександровичу*
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи *Розробка дизайну веб-сайту притулку для творин «Happy paw»*

Затверджена наказом по університету від 27 травня 2025 р. № 442 Ст

2. Термін подання здобувачем роботи до екзаменаційної комісії 10 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи
Тип продукції: електронне гуманітарне видання; Застосовані графічні компоненти: модульна сітка, інтерактивні елементи, стилістичні компоненти; Використані інструменти: графічний редактор Figma, ліцензійні фотостоки без авторських обмежень, система перевірки UX через peer-review.

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі
аналіз технічного завдання; проєктування технологічного процесу виготовлення електронного видання; вибір інструментальних засобів; проєктування інформаційної структури електронного видання, розробка графічного дизайну і модульної сітки; розміщення інформації в модулях і створення навігації електронного видання; тестування і публікація електронного видання; охорона праці; економічна частина; висновки; додаток а.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)
аналіз технічного завдання; проєктування технологічного процесу виготовлення електронного видання; вибір інструментальних засобів; проєктування інформаційної структури електронного видання, розробка графічного дизайну і модульної сітки; розміщення інформації в модулях і створення навігації електронного видання; тестування і публікація електронного видання; охорона праці; економічна частина; висновки.

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	проф. Левикін І.В.		09.06.2025
Економічна частина	ас. Легеза О.М.		07.06.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз технічного завдання	17.05.2025	Викон.
2	Проєктування технологічного процесу виготовлення електронного видання	18.05.2025	Викон.
3	Вибір інструментальних засобів	19.05.2025	Викон.
4	Проєктування інформаційної структури електронного видання	21.05.2025	Викон.
5	Розробка графічного дизайну і модульної сітки	22.05.2025	Викон.
6	Розміщення інформації в модулях і створення навігації електронного видання	23.05.2025	Викон.
7	Тестування і публікація електронного видання	25.05.2025	Викон.
8	Охорона праці	29.05.2025	Викон.
9	Економічна частина	31.05.2025	Викон.
10	Оформлення пояснювальної записки	21.05.2025	Викон.
11	Оформлення графічної частини	21.05.2025	Викон.

Дата видачі завдання 02 червня 2025 р.

Здобувач _____
(підпис)

Керівник роботи _____ проф. Ігор ЛЕВИКІН
(підпис) (посада, власне ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 65 с., 24 рис., 7 табл., 2 дод., 15 джерел.

WEB-ДИЗАЙН, СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЄКТ, ПРИТУЛОК ДЛЯ ТВАРИН, UX/UI, АДАПТИВНИЙ ІНТЕРФЕЙС, ПРОТОТИПУВАННЯ, FIGMA.

Мета кваліфікаційної роботи – створення дизайну веб-сайту притулку для тварин «Happy Paw» з урахуванням вимог до структури, візуальної мови, модульної сітки, адаптивності та користувацьких сценаріїв.

Об’єкт дослідження – веб-сайт соціального спрямування.

Предмет дослідження – процес графічного проєктування, структура інформаційних блоків та побудова інтерфейсу користувача.

У межах роботи було проаналізовано технічне завдання, визначено цільову аудиторію та вимоги до дизайну, досліджено сучасні тенденції у web-дизайні. Здійснено порівняльний аналіз аналогічних ресурсів. Обґрунтовано вибір інструментів розробки, зокрема середовища Figma. Спроєктовано структуру сайту, модульну сітку, стилістичне оформлення та макети основних сторінок.

Результатом проєкту є створення повноцінного адаптивного графічного прототипу веб-сайту для притулку, придатного до подальшої реалізації як цифрового продукту соціального значення.

ABSTRACT

Explanatory note of the bachelor’s qualification work: 65 p., 18 fig., 4 tab., 2 app., 34 sources.

WEB DESIGN, SOCIAL PROJECT, ANIMAL SHELTER, UX/UI, ADAPTIVE INTERFACE, PROTOTYPING, FIGMA.

The aim of the qualification work is to design a website for the animal shelter “Happy Paw” taking into account structural requirements, visual identity, modular grid, adaptability, and user interaction scenarios.

The object of the study is a socially oriented website.

The subject of the study is the process of graphic design, the structure of informational blocks, and the development of the user interface.

The work includes the analysis of the technical requirements, identification of the target audience and its expectations, research of modern trends in web design, and comparative analysis of similar websites. The choice of design tools, particularly the Figma environment, is justified. The project includes development of the website structure, modular layout system, stylistic concept, and main page mockups.

The result of the project is a complete adaptive graphic prototype of a website for an animal shelter, suitable for further implementation as a meaningful digital product.

ЗМІСТ

С.

ВСТУП 8
1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ 10
1.1 Загальні вимоги до проєкту 10
1.2 Аналітичний огляд літератури за темою роботи 11
1.3 Аналіз аналогів 12
1.4 Цільова аудиторія та вимоги до дизайну 16
2 ПРОЄКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ 19
2.1 Визначення функціональної структури електронного видання 19
2.2 Аналітика вхідних даних та дослідження аналогів 19
2.3 Формування логіки взаємодії та проєктування користувацьких сценаріїв 20
2.4 Візуальна реалізація та створення макетів у Figma 21
2.5 Побудова інтерактивного прототипу 22
3 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ 23
4 ПРОЄКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ 28
4.1 Структура сайту та її моделювання 28
4.2 Користувацькі сценарії взаємодії 29
4.2.1 Ознайомлення з сайтом (перший візит) 29
4.2.2 Пошук тварини для адопції 30
4.2.4 Ознайомлення з діяльністю притулку та підтримка 33
4.3 Логіка навігації та повторюваних елементів 34
4.4 Адаптація інформаційної структури до різних пристроїв 34
5 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ І МОДУЛЬНОЇ СІТКИ 36
5.1 Загальна концепція дизайну сайту 36
5.2 Ідея та стилістичне рішення 39

5.4 Макети основних сторінок 41
5.5 Особливості адаптації дизайну під різні пристрої 45
5.6 Модульна сітка та адаптивність дизайну 47
6 РОЗМІЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В МОДУЛЯХ І СТВОРЕННЯ НАВІГАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ 52
6.1 Інформаційні модулі та блоки сайту 52
6.2 Картки тварин як персоналізовані інформаційні одиниці 52
6.3 CTA-блоки та інтерактивна навігація 53
6.4 Узгодженість контенту і навігації 54
7 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ 55
7.1 Перевірка логіки переходів та взаємодій 55
7.2 Перевірка адаптивності інтерфейсу 56
7.3 Оцінка візуального сприйняття та UX 57
7.4 Публікація і підготовка до реалізації 58
9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА 59
9.1 Характеристика продукту 59
9.2 Команда проєкту 59
9.3 Розрахунок витрат на реалізацію проєкту 60
ВИСНОВКИ 62
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ 64
ДОДАТОК А Головна сторінка сайту 66

ВСТУП

Сучасне суспільство усе більше усвідомлює важливість гуманного ставлення до тварин, зокрема до безпритульних. За даними міжнародних організацій, щороку мільйони собак і котів по всьому світу опиняються на вулицях через безвідповідальність людей. Україна, на жаль, не є винятком – у багатьох містах спостерігається критична кількість покинутих тварин, більшість із яких потребує допомоги, лікування та нової домівки.

У таких умовах зростає роль притулків, благодійних організацій та ініціатив, які займаються порятунком, реабілітацією та пристроєм тварин. Але ефективність їхньої роботи значною мірою залежить від того, наскільки добре вони представлені в інформаційному середовищі. Особливо це стосується цифрового простору: саме веб-сайт стає головним каналом комунікації з громадськістю, платформою для залучення волонтерів, донаторів та майбутніх господарів.

Актуальність теми полягає в потребі створення професійного, зручного та емоційно виразного дизайну веб-сайту притулку для тварин. Веб-сайт повинен не лише інформувати, а й викликати довіру, співпереживання та бажання діяти – взяти тварину, підтримати фінансово, стати волонтером або просто поширити інформацію.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка дизайну веб-сайту притулку для тварин “Happy Paw”. У проєкті розглядаються всі етапи створення дизайну – від дослідження цільової аудиторії та аналізу аналогів до розробки макетів, вибору стилістики, модульної сітки та адаптації інтерфейсу під різні пристрої.

Об’єкт дослідження – процес створення візуального представлення інформаційного ресурсу для соціально значущого проєкту.

Предмет дослідження – дизайнерські рішення та функціональні особливості інтерфейсу веб-сайту притулку.

Методи дослідження:

– аналіз аналогічних сайтів;
– дослідження поведінки та потреб цільової аудиторії;
– принципи юзабіліті та UX/UI-дизайну;
– використання професійних інструментів для веб-дизайну.

У роботі було проаналізовано українські та зарубіжні приклади веб-сайтів з подібною тематикою, виявлено типові помилки та ефективні рішення. Розроблений дизайн базується на глибокому розумінні цільової аудиторії – людей, які співчувають тваринам, хочуть допомогти, але потребують зручного, зрозумілого інтерфейсу.

Практична значущість проєкту полягає у можливості використання розробленого дизайну не лише в рамках освітнього процесу, а й для реальної організації, що опікується тваринами. Створений дизайн можна адаптувати до конкретного функціоналу сайту, інтегрувати з системою управління контентом та запустити у відкритий доступ.

Таким чином, данна робота поєднує гуманітарну мету з професійними принципами дизайну, і є прикладом того, як візуальна комунікація може підтримувати соціально важливі ініціативи.

1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ

1.1 Загальні вимоги до проєкту

Технічне завдання на розробку дизайну веб-сайту притулку для тварин “Happy Paw” визначає комплексні вимоги до створення електронного інформаційного ресурсу соціального спрямування. Сайт має забезпечувати інформування, комунікацію та залучення відвідувачів до діяльності притулку, сприяти адопції тварин, волонтерству та збору пожертв.

У межах кваліфікаційної роботи передбачено проєктування повноцінного візуального середовища сайту, включно з:

– розробкою структури та логіки взаємодії користувача з інтерфейсом (UX);

– визначенням стилістичного напряму (UI), що відповідатиме емоційній тематиці сайту;

– створенням макетів основних сторінок ресурсу (7 ключових екранів: головна, тварини, картка тварини, адопція, як допомогти, новини, контакти);

– адаптацією до різних пристроїв (desktop, tablet, mobile);

– розробкою системи навігації, сіток, типографіки та кольорової палітри.

Проєкт орієнтований на інтуїтивність та емоційну залученість. Відвідувач має відчути довіру, тепло та співчуття вже з першого екрана. Це досягається через вибір м’яких кольорів, дружніх шрифтів, візуальної структури, яка дозволяє легко знайти потрібну інформацію, а також через контент – фотографії тварин, емоційні історії, заклики до дії.

Сайт не передбачає складного функціоналу або великого обсягу динамічної інформації. Основний фокус зосереджено на візуальній подачі, комфорті користувача та правильному акцентуванні уваги.

1.2 Аналітичний огляд літератури за темою роботи

Проєктування дизайну вебсайту потребує вивчення основних принципів структурування інформації, побудови сіток, організації типографіки, роботи з кольором та розуміння логіки користувача в інтерфейсі.

Модульна сітка дозволяє впорядковувати контент, забезпечуючи рівновагу між елементами на сторінці та зручне сприйняття інформації. Для реалізації проєкту було обрано 12-колонкову сітку як найбільш гнучку та адаптивну структуру, що добре зарекомендувала себе в сучасному вебдизайні [1].

Типографіка має вирішальне значення для візуальної ієрархії та зчитування контенту. Використання шрифтів із різною насиченістю, чіткий поділ між заголовками і текстовими блоками, а також правильне компонування – усе це впливає на комфорт користувача [2].

Кольорова палітра впливає не лише на візуальне враження, а й на емоційне сприйняття інтерфейсу. Для проєкту були обрані теплі відтінки помаранчевого, бірюзового та рожевого, які викликають асоціації з турботою, довірою та відкритістю. Такий вибір ґрунтується на принципах емоційної взаємодії користувача з дизайном, описаних у сучасних дослідженнях з UI/UX-дизайну [3].

Проєктування інтерфейсу також спирається на поведінкові моделі користувача. Сайти соціального або благодійного спрямування мають бути максимально прозорими, передбачуваними та емоційно близькими. Відповідні дослідження, проведені в межах практик гуманно-орієнтованого дизайну, описано у методичних матеріалах Design Kit [4].

Використані джерела дозволили сформувати базові дизайнерські рішення: чітку структуру сторінок, доброзичливу типографіку, природну навігацію, акцент на фотографіях та історіях тварин, а також збалансоване колористичне рішення, що відповідає тематиці проєкту.

1.3 Аналіз аналогів

Одним з етапів підготовки до розробки дизайну сайту «Happy Paw» стало дослідження вебресурсів, що мають схожу тематику або функціональне призначення. Аналіз аналогів дозволяє визначити сильні та слабкі сторони конкурентних або суміжних проєктів, виявити типові UX-помилки, а також запозичити вдалі рішення щодо структури, навігації, подачі контенту та візуального стилю.

До аналізу були залучені як українські, так і міжнародні ресурси – притулки, зоозахисні ініціативи та платформи пошуку тварин для адопції. Сайти оцінювались за такими критеріями: логіка побудови, якість візуального контенту, типографіка, адаптивність, структура каталогу тварин, оформлення сторінок та загальний емоційний вплив (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Аналіз аналогів

Назва сайту	Переваги	Недоліки
UAnimals	Чітка структура, візуальна простота, соціальний фокус	Відсутній розділ із тваринами, мало емоційного контенту
Petfinder	Зручна фільтрація, якісні фото, адаптивний дизайн, зрозумілий інтерфейс	Менш емоційна подача, мінімум візуального стилю
Adopt A Pet	Емоційний tone of voice, фільтри, історії, сучасний інтерфейс	Відчуття “масовості”, менше індивідуальних історій
Сіріус	Наявність каталогу, форма заявки, базова функціональність	Застарілий дизайн, складна структура, проблеми з навігацією
Best Friends	Висока естетика, доброзичливий інтерфейс, повна адаптивність	Упор на американський контекст, складність для локального застосування

Кожен із сайтів має свої особливості.

UAnimals – добре структурований ресурс із чітко визначеною місією, однак він не охоплює напряму тему адопції, тому має обмежену прикладну цінність (рис. 1.1).

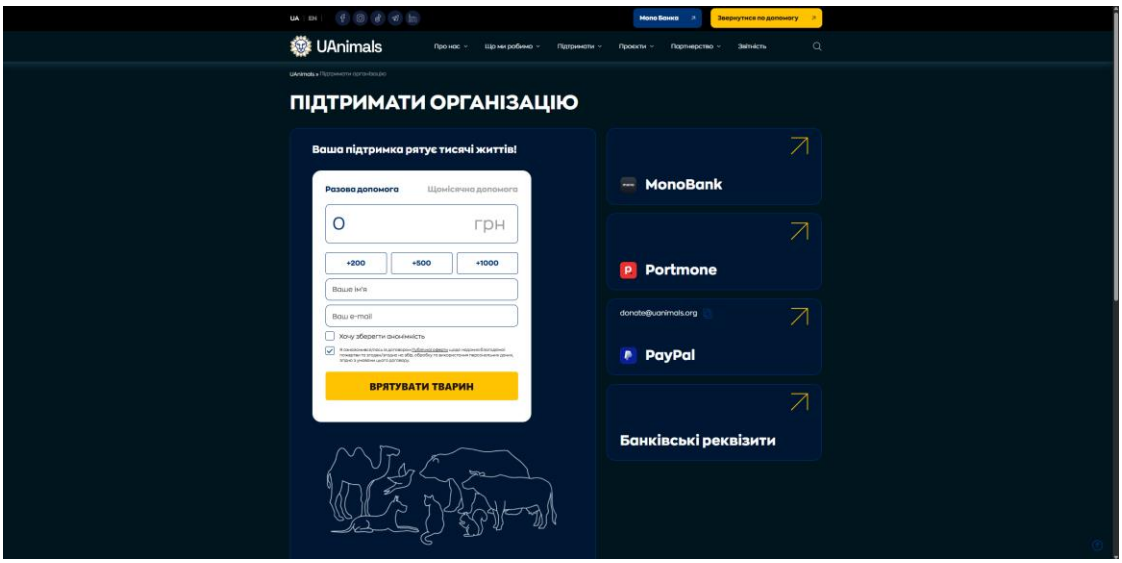


Рисунок 1.1 – Головна сторінка сайту UAnimals

Petfinder забезпечує швидкий пошук тварин за параметрами, має добре реалізовану карткову систему з якісними фото, однак подача досить нейтральна, без емоційного зв’язку (рис. 1.2).

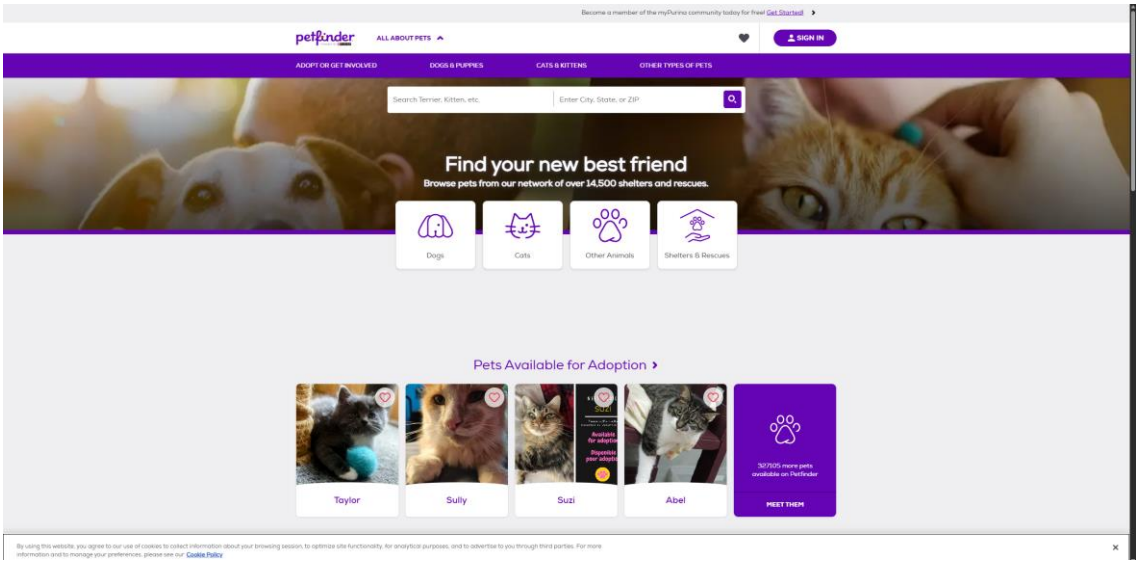


Рисунок 1.2 – Головна сторінка сату Petfinder

Adopt A Pet вирізняється теплим тоном звернення, простотою навігації та якісною адаптацією. Сайт добре працює на емоцію, але іноді виглядає надто “масовим” (рис. 1.3).

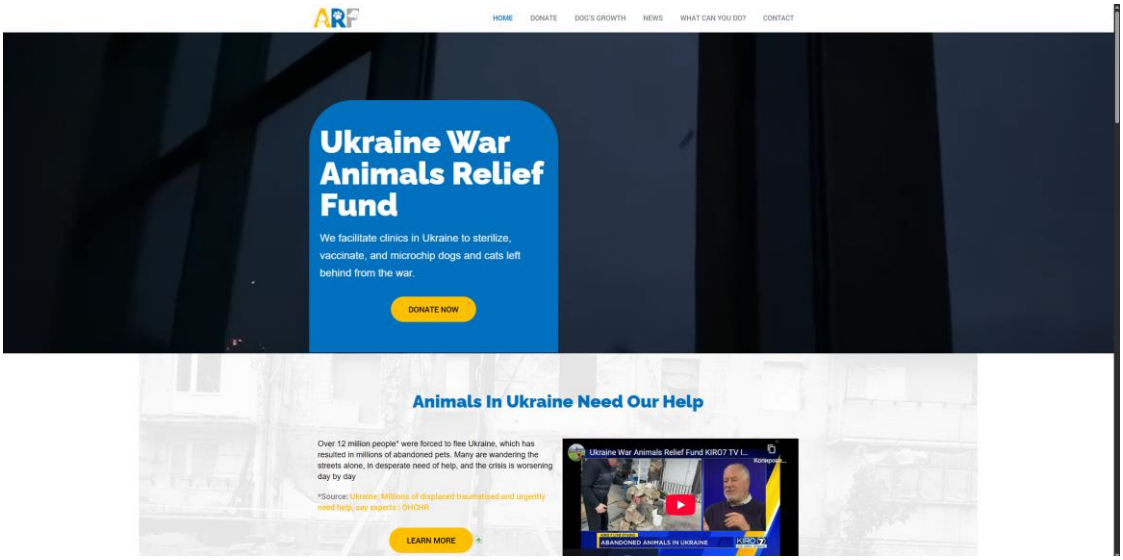


Рисунок 1.3 – Головна сторінка сату Adopt A Pet

Сайт притулку Сіріус демонструє базову функціональність, проте має проблеми з візуальною ієрархією, стилем і адаптивністю, що робить його незручним на мобільних пристроях (рис. 1.4).

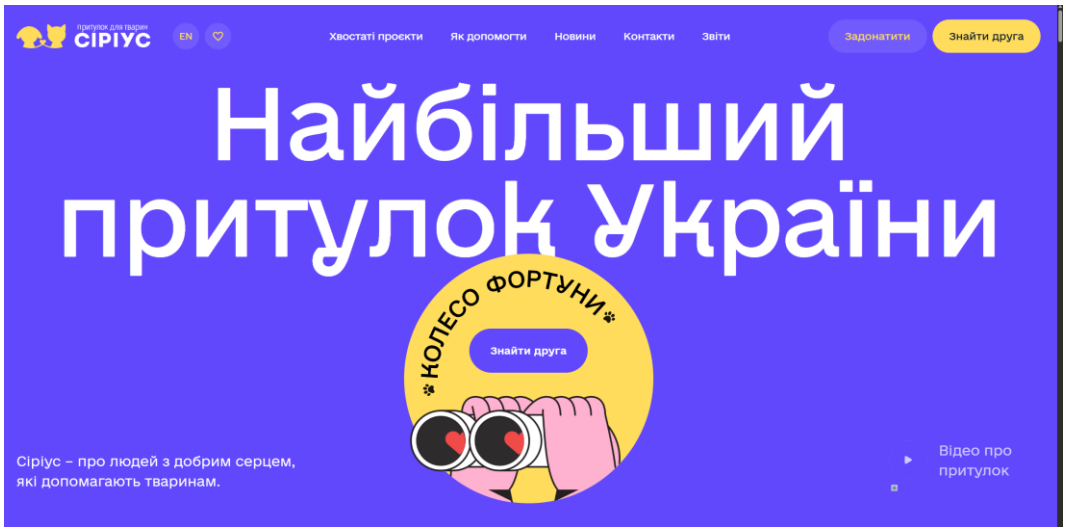


Рисунок 1.4 – Головна сторінка сату Сіріус

Платформа Best Friends реалізована на дуже високому рівні – яскравий, доброзичливий дизайн, багато фото, простий доступ до карток тварин. Основна складність – орієнтація на американський ринок, де фреймворки й акценти інші (рис. 1.5).

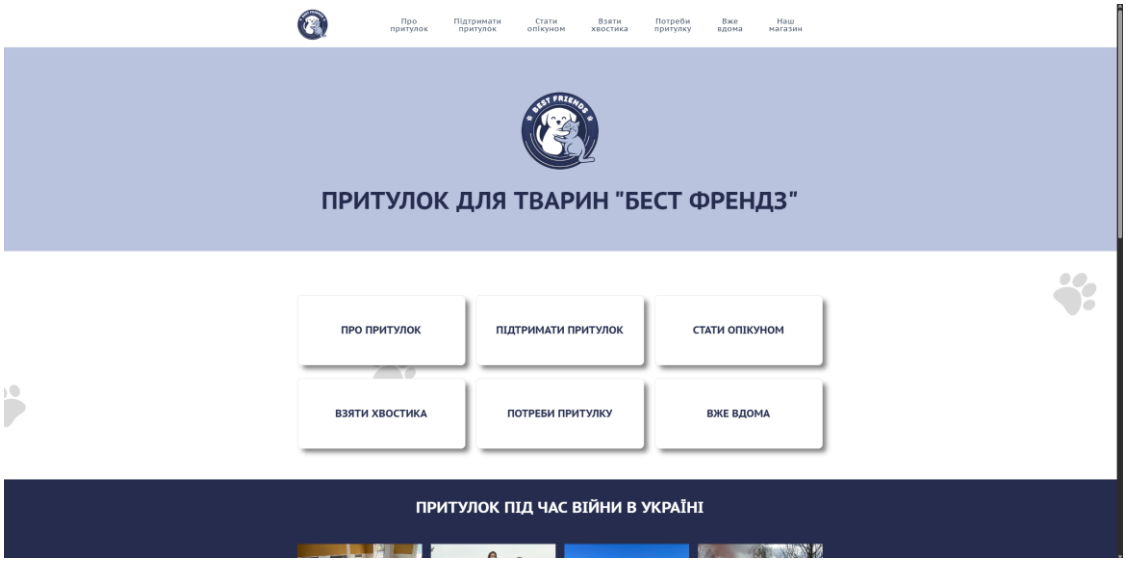


Рисунок 1.5 – Головна сторінка сату Best Friends

На основі аналізу були сформовані наступні висновки:

– інтерфейс має бути мінімалістичним, з великими фотографіями тварин як основним візуальним акцентом;

– структура сайту повинна бути простою й логічною: окрема сторінка для кожної тварини, короткий опис, історія, кнопка дії;

– обов’язковою є адаптація під мобільні пристрої: вертикальна верстка, стиснені блоки, оптимізація фото;

– контент має бути емоційним, але не нав’язливим: пряме звернення, “голос” тварини, історії.

У результаті аналізу було сформовано низку практичних рішень, які лягли в основу структури сайту «Happy Paw». Зокрема, реалізовано чітку логіку навігації, карткову подачу інформації про тварин, просту фільтрацію та емоційно виразну візуальну стилістику. Під час розробки також враховано типові недоліки, виявлені на українських ресурсах – перевантаженість елементами, складна структура сторінок, відсутність акцентів і слабка адаптація до мобільних пристроїв.

1.4 Цільова аудиторія та вимоги до дизайну

Цільова аудиторія є одним із визначальних факторів у процесі проєктування візуального середовища. У межах створення вебсайту для притулку тварин “Happy Paw” було здійснено розгорнутий аналіз аудиторії з метою врахування її потреб, поведінкових характеристик, очікувань та можливих бар’єрів взаємодії.

На відміну від комерційних платформ, у яких головну роль відіграють продаж і конверсія, для сайтів соціального спрямування пріоритетом є довіра, емпатія, прозорість та емоційне залучення користувача. Саме тому дизайн подібного ресурсу повинен не просто відповідати сучасним візуальним стандартам, а мати чітке підґрунтя в розумінні мотивацій та контекстів, у яких перебуває користувач.

Особливу увагу також було приділено цифровій поведінці користувачів різних вікових груп: молодь здебільшого взаємодіє через мобільні пристрої та очікує швидких сценаріїв дії, тоді як старша аудиторія більше покладається на змістовну частину, довідкові блоки та класичну навігацію. Врахування цих особливостей дозволило сформувати інтерфейс, що поєднує емоційність з інформативністю, а також підтримує доступність незалежно від цифрової компетентності користувача.

З метою отримання повної картини аудиторії було використано 10 ключових категорій аналізу (табл. 1.2). Такий підхід дозволив комплексно дослідити профіль користувачів – не лише за базовими соціально-демографічними ознаками, а й з точки зору емоційного сприйняття контенту, бар’єрів взаємодії, поведінкових звичок та каналів входу.

Аналіз наведених характеристик дозволив сформувати низку ключових вимог до дизайну:

– адаптивність для мобільних пристроїв – як головного джерела трафіку;

– емпатійна візуальна подача: використання теплих кольорів, м’якої типографіки, великоформатних фотографій тварин;

– простота взаємодії: зменшення кількості кроків до цільової дії (подання заявки, перегляд історії, підтримка);

– емоційна доступність: tone of voice, наближений до живої комунікації, відмова від канцеляризмів і офіціозу;

– видимі CTA-блоки: “Допомогти”, “Знайти друга”, з інтуїтивною логікою розміщення.

Таблиця 1.2 – Аналіз цільової аудиторії сайту

Категорія	Характеристика аудиторії сайту “Happy Paw”
Демографія	Жінки та чоловіки 22–45 років. Часто – пари, молоді сім’ї або одинаки, які прагнуть завести першу тварину.
Географія	Мешканці Києва
Соціально-економічний статус	Переважно особи з вищою освітою, стабільним доходом. Представники IT-сфери, креативних індустрій, освітніх та гуманітарних професій.
Цінності та переконання	Високий рівень емпатії, готовність допомагати, відкритість до благодійності та волонтерства, прагнення позитивних змін у суспільстві.
Поведінка в інтернеті	Швидкий перегляд інформації, орієнтація на візуальний контент, низька терпимість до перевантажених або застарілих інтерфейсів.
Мотивація та потреби	Бажання взяти тварину, допомогти притулку, підтримати ініціативу, долучитися до волонтерської діяльності.
Страхи / бар’єри	Недовіра до онлайн-ініціатив, страх складної процедури адопції, переживання за стан тварини, відсутність прозорості.
Канали входу	Основні джерела трафіку – Instagram, Facebook, TikTok, Google. Часто перехід відбувається через емоційний контент у соцмережах.
Пристрій / технічні умови	Більшість користувачів – з мобільних пристроїв. Очікують швидкого завантаження, інтуїтивної навігації та якісного візуального контенту.
Реакція на контент	Висока чутливість до зворушливих історій, фотографій “до і після”, особистих звернень. Офіційний або шаблонний стиль не викликає довіри.

Таким чином, проведений аналіз дозволив сформувати візуальне середовище, що не лише приваблює користувача на естетичному рівні, а й глибоко резонує з його внутрішніми очікуваннями та емоційними установками. Дизайн сайту відповідає контексту використання – будь то

мобільний перегляд у громадському транспорті або уважне вивчення інформації вдома – та враховує потребу сучасного користувача в простому, прозорому й чесному інтерфейсі. Кожен візуальний елемент, від кольорового акценту до текстового тону, є результатом свідомого вибору, що базується на розумінні поведінкових сценаріїв. Такий підхід забезпечує не лише зручність навігації, а й формує позитивне ставлення до бренду, підвищуючи рівень довіри та готовності до взаємодії з платформою.

2 ПРОЄКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ

Технологічний процес створення електронного видання для притулку «Happy Paw» охоплює низку послідовних етапів, кожен з яких виконувався із врахуванням вимог сучасного вебдизайну та специфіки соціально значущих проєктів. Розробка відбувалась поетапно – від постановки задач і дослідження тематики до створення адаптивних макетів і інтерактивного прототипу. Такий підхід дозволив забезпечити цілісність, функціональність та ефективну взаємодію користувача з ресурсом.

2.1 Визначення функціональної структури електронного видання

На початковому етапі було визначено основну мету сайту, його функціональне призначення, цілі для користувача та очікувані результати взаємодії. З урахуванням гуманітарного спрямування ресурсу пріоритетом стала не лише інформативність, а й емоційне залучення користувача. Саме тому першим кроком стало формування логічної структури майбутнього інтерфейсу.

Було окреслено, які розділи необхідно включити до сайту, як між собою пов’язані функціональні блоки, яка інформація повинна бути доступною з головної сторінки, і як користувач може досягти цільової дії. Такий підхід дозволив задати основу для подальшої проєктної роботи, де кожен наступний етап чітко спирався на затверджену логіку структури.

2.2 Аналітика вхідних даних та дослідження аналогів

Наступним етапом було зосереджено увагу на вивченні практик, що вже реалізовані у схожих електронних виданнях. Було проаналізовано як

українські, так і зарубіжні сайти притулків для тварин, зокрема ресурси з активною волонтерською підтримкою, платформами для адопції та сторінками збору допомоги.

Аналіз дозволив виявити низку закономірностей, сильних і слабких сторін – наприклад, недостатню адаптацію мобільних версій, складну багаторівневу навігацію, невиразну подачу контенту або навпаки – добре реалізовану структуру каталогу тварин із якісними фотографіями, зручним фільтром та емоційною подачею. Окремо було розглянуто приклади tone of voice, типографіки, варіанти форм взаємодії (заявки, запити, підтримка через соцмережі). Під час дослідження паралельно узагальнювались особливості поведінки цільової аудиторії, її канали входу, очікування та бар'єри у використанні подібних сайтів.

Ці дані стали підґрунтям для створення користувацьких сценаріїв і вимог до майбутнього інтерфейсу, що дозволило забезпечити не лише візуальну привабливість, а й функціональну зручність ресурсу.

2.3 Формування логіки взаємодії та проєктування користувацьких сценаріїв

Після завершення аналітичного етапу розпочалося проєктування логіки взаємодії користувача з сайтом. Було побудовано карту сайту – схему, яка демонструє, як саме користувач переходить від одного розділу до іншого, які дії він виконує на кожному етапі й до яких результатів ці дії призводять.

Окремо опрацьовано сценарії перегляду карток тварин, фільтрації за параметрами (стать, вік, активність), ознайомлення з історіями, оформлення заявки на адопцію, підтримки притулку тощо. Було важливо не лише забезпечити наявність потрібних функцій, а й створити логічну послідовність – таку, що не потребує додаткових пояснень для користувача. На цьому етапі також враховано структуру меню, поведінку кнопок, переходи між

сторінками, закріплення основних елементів інтерфейсу та дублювання навігації у футері.

Проєктування сценаріїв дозволило уніфікувати користувацький досвід на всіх пристроях і знизити поріг входу в інтерфейс навіть для необізнаних користувачів.

2.4 Візуальна реалізація та створення макетів у Figma

Після затвердження логіки навігації розпочався процес створення графічних макетів. Усі екрани проєктувались у середовищі Figma з використанням 12-колонної сітки. Було сформовано дизайн-систему: підібрано основні та акцентні кольори, типографіку, елементи інтерфейсу, іконки, кнопки, блоки повідомлень та зворотного зв’язку.

Кожна сторінка проєктувалась у кількох адаптивних форматах (рис. 2.1) – для десктопів, планшетів і мобільних пристроїв. Окремо опрацьовано візуальну подачу карток тварин: фото, підписи, блок “Про мене”, заклики до взаємодії. Особливу увагу приділено побудові вертикального ритму, збереженню візуальної ієрархії між заголовками, текстовими блоками та діями користувача. Макети було протестовано на відповідність різним брейкпоінтам і умовам перегляду.

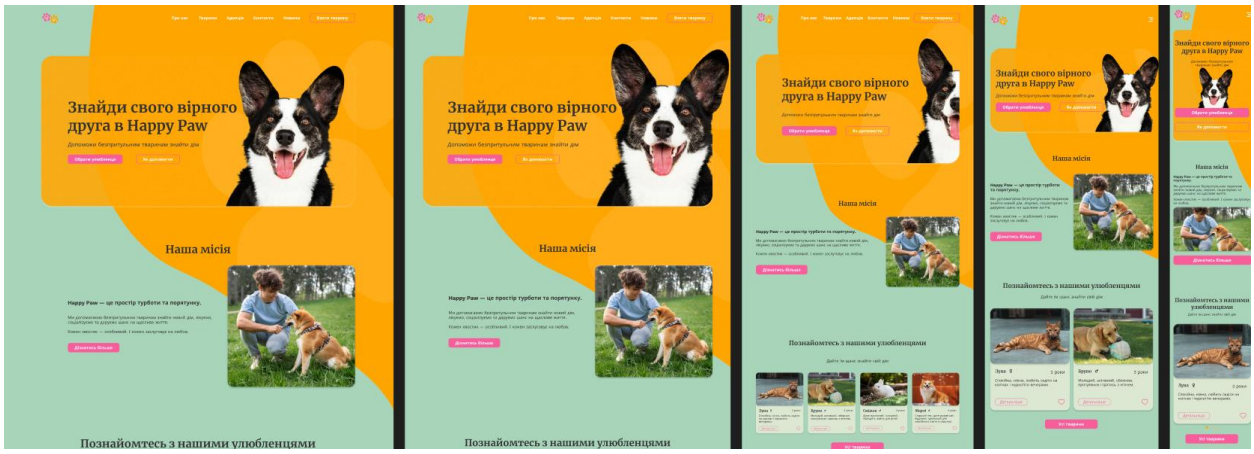


Рисунок 2.1 – Головна сторінка сайту в різних адаптаціях

Розроблені шаблони відображають повний життєвий цикл взаємодії користувача з ресурсом – від першого екрану до завершення цільової дії.

2.5 Побудова інтерактивного прототипу

Завершальним етапом проєктування стало створення інтерактивного прототипу в Figma. Усі макети були об’єднані в єдину навігаційну систему з активними переходами, налаштованими взаємодіями та анімованими станами кнопок. Це дозволило в повному обсязі змоделювати поведінку майбутнього сайту, оцінити інтуїтивність розміщення елементів, логіку переходів, зручність навігації та видимість ключових зон уваги.

Прототип став інструментом для первинного юзабіліті-тестування, презентації концепції і підготовки до наступного етапу – інтеграції з CMS або передачі до розробки.

3 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ

У сучасному вебдизайні існує значна кількість інструментів, призначених для створення інтерфейсів, графіки, прототипів та підготовки макетів до верстки. Вибір конкретного програмного забезпечення безпосередньо впливає на швидкість розробки, адаптивність проєкту, гнучкість у роботі з контентом і зручність командної взаємодії.

На етапі підготовки електронного видання одним з пріоритетів стало визначення такого інструменту, який не лише задовольняє вимоги до графіки та структурування контенту, а й відповідає методичним принципам адаптивного і доступного дизайну. Вибір базувався на сукупності критеріїв: функціональність, масштабованість, можливість колективної роботи, підтримка інтерактивних елементів і стабільність у роботі з великим обсягом даних.

Серед традиційних програмних засобів для графічного дизайну виділяються Adobe Photoshop та Adobe Illustrator. Photoshop є потужним редактором растрової графіки, що часто використовується у вебдизайні для обробки фото, створення банерів або макетів. Проте для повноцінної роботи з інтерфейсами він має низку обмежень:

– відсутність підтримки автолейаутів та адаптивної сітки;
– обмеженість у створенні інтерактивних прототипів;
– складність у спільній роботі над одним проєктом;
– локальна установка, що ускладнює доступ із різних пристроїв.

Illustrator, як векторний редактор, краще підходить для створення логотипів, іконок, інфографіки, однак також не оптимізований для роботи з багатосторінковими інтерфейсами, адаптивною верстkою або UX-проєктуванням.

Попри популярність цих рішень серед дизайнерів, вони часто розглядаються як доповнення до основного робочого середовища. Їхня орієнтація переважно на графічну складову, а не на інтерфейсну логіку,

обмежує можливість використання в повноцінному циклі створення веб-видання.

Ще одним інструментом, що використовується у вебдизайні, є Adobe XD – платформа для створення прототипів і UI-компонентів. Попри сучасний інтерфейс і підтримку інтерактивності, Adobe XD поступається Figma за швидкістю, кросплатформенністю, кількістю плагінів і зручністю спільної роботи.

Варто зазначити, що тенденції останніх років демонструють поступовий перехід багатьох команд із традиційних десктопних додатків до хмарних рішень, які забезпечують гнучкість і незалежність від робочої станції. Саме тому інструменти типу Figma все частіше розглядаються як промисловий стандарт у сфері UI/UX.

Figma – це хмарний графічний редактор, орієнтований на створення веб- та мобільних інтерфейсів.

Переваги Figma:

– браузерна доступність – немає потреби у встановленні, усі проєкти зберігаються в хмарі;

– спільна робота – кілька учасників можуть працювати над макетом одночасно;

– адаптивні компоненти та автолейаути – дозволяють зручно створювати версії для різних екранів;

– вбудоване прототипування – дає змогу одразу моделювати взаємодію між елементами;

– плагіни, UI-бібліотеки, готові системи компонентів – прискорюють розробку.

Також Figma підтримує створення адаптивних макетів, експорт в різних форматах, автоматичну генерацію специфікацій для верстки, роботу з інтерактивними елементами без коду.

Зведене порівняння інструментальних засобів (рис 3.1) дає змогу чітко виокремити їхні сильні й слабкі сторони (табл. 3.1).

Рисунок 3.1 – Інструментальні засоби, які порівнювались

Таблиця 3.1 – Порівняння інструментальних засобів

Інструмент	Переваги	Недоліки
Adobe Photoshop	Потужна растрова графіка, широкий функціонал, інтеграція з Adobe Suite	Відсутність автолейаутів, складність командної роботи, неадаптивність
Adobe Illustrator	Ідеальний для створення логотипів і векторної графіки	Не підходить для багатосторінкових макетів, немає інтерактивності
Adobe XD	Інтерактивне прототипування, простий інтерфейс	Менша екосистема, слабша командна робота, повільніший розвиток
Figma	Хмарність, командна робота, автолейаути, плагіни, кросплатформеність	Потреба в підключенні до інтернету

Усі ці обмеження зумовили вибір на користь Figma як основного інструменту в рамках розробки дизайну сайту “Happy Paw”.

З точки зору технологічного процесу, Figma дозволяє об’єднати в одному середовищі як етапи прототипування, так і створення фінальних макетів. Це спрощує комунікацію між дизайнерами, замовниками та розробниками, зменшуючи ризик втрати інформації або розбіжностей у трактуванні завдань.

Під час розробки сайту “Happy Paw” Figma використовувалась як основний простір для побудови макетів усіх сторінок, побудови користувацького шляху, створення прототипів і тестування логіки переходів.

Завдяки цьому інструменту було забезпечено повний контроль над усіма етапами – від побудови логіки до тестування. Усі макети були структуровані в одному проекті, що дозволило оперативно вносити зміни,

тестувати взаємодію між елементами та демонструвати результат у реальному часі без потреби в окремому середовищі.

Таким чином, вибір Figma є оптимальним з точки зору зручності, швидкості, сучасності й відповідності вимогам адаптивного вебдизайну. Вона об’єднала всі необхідні етапи – від проєктування до візуалізації – в одному середовищі.

У процесі розробки макетів сайту також використовувалися фотостоки та онлайн-бібліотеки візуальних ресурсів. Це дало змогу забезпечити якісне зображальне наповнення без необхідності створення фото- та ілюстративного контенту вручну.

Для підбору зображень було обрано лише ті платформи, що надають матеріали з відкритою ліцензією або без вимоги авторських відрахувань. Основними ресурсами стали:

– unsplash – безкоштовна бібліотека реалістичних фотографій із ліцензією на вільне використання, включно з комерційними та соціальними проєктами;

– pexels – сервіс, що надає якісні фото й відео без вимоги вказання автора, що дозволяє безпечно інтегрувати матеріали у дизайн;

– pixabay – платформа із широким набором зображень, ілюстрацій та векторів, що перебувають у публічному доступі;

Порівняння цих сервісів зроблено у таблиці 3.2.

Після аналізу кількох платформ вибір було зупинено на Unsplash. Unsplash забезпечує відкрите, безкоштовне використання всіх зображень – без потреби у вказанні авторства або придбанні ліцензії. Доступний як плагін у Figma (рис 3.2). Бібліотека ресурсу містить велику кількість реалістичних, професійно знятих фотографій, що добре відповідають тематиці притулку, зокрема – емоційні портрети тварин, сцени догляду, соціальної взаємодії. Це дало змогу наповнити макети сайтів візуально сильним контентом, не порушуючи принципів академічної доброчесності та авторського права.

Таблиця 3.2 – Порівняльна характеристика фотостоків

Назва платформи	Тип контенту	Умови використання	Переваги	Обмеження
Unsplash	Фото	Повна свобода використання, у т.ч. комерційно, без вказання автора	Висока якість фото, реалістичні сюжети, ліцензія без обмежень. Є влагін для Figma	Обмежена кількість ілюстрацій
Pexels	Фото, відео	Вільна ліцензія: дозволено змінювати та використовувати будь-де	Сучасний стиль, багато фото для вебу, простий інтерфейс	Менша база порівняно з Unsplash
Pixabay	Фото, ілюстрації, відео, вектори	Безкоштовне використання, без авторських обмежень	Багато векторів, фото, іконок; зручно для різних форматів	Деколи трапляється стоковий стиль
Freepik	Ілюстрації, шаблони, фото	Безкоштовне використання з атрибуцією	Широкий вибір стилізованої графіки, шаблони, PSD і SVG	Необхідна атрибуція або преміум

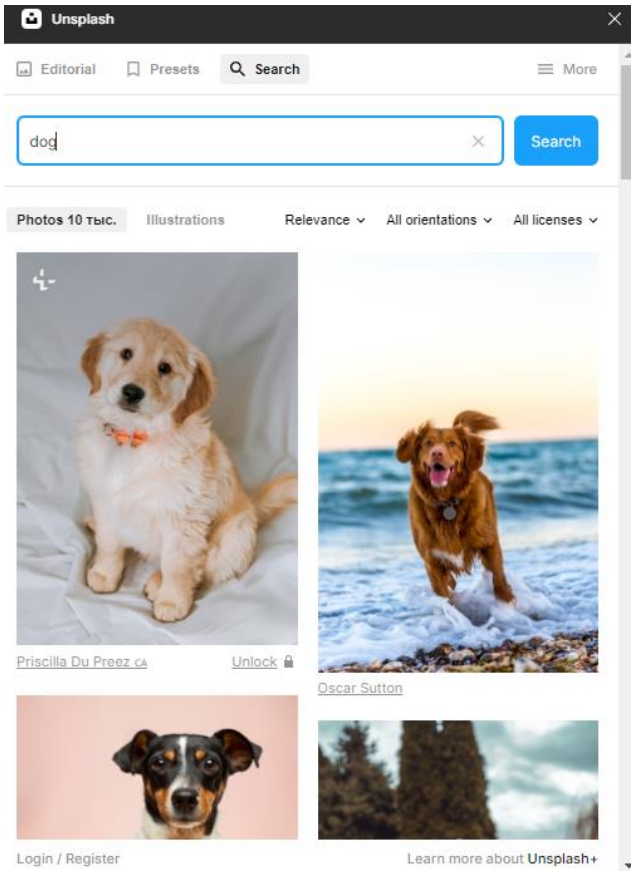


Рисунок 3.2 – вигляд плагіну Unsplash для Figma

4 ПРОЄКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ

Інформаційна структура – ключовий компонент електронного видання, що забезпечує логіку подання матеріалів, організацію навігації та визначає зручність взаємодії користувача з інтерфейсом. Від того, наскільки ефективно побудована структура сайту, залежить швидкість досягнення цільових дій, загальне враження користувача від ресурсу та його готовність повернутись.

У процесі розробки сайту «Happy Paw» інформаційна структура будувалась із врахуванням принципів простоти, передбачуваності, мінімальної вкладеності та стабільного розміщення основних блоків на всіх пристроях. Основна мета – забезпечити інтуїтивну логіку переходів, скоротити шлях користувача до цільової дії (заявка, підтримка, перегляд тварини) та створити зрозумілу навігацію навіть для нецільової аудиторії.

4.1 Структура сайту та її моделювання

На першому етапі було розроблено карту сайту (рис. 4.1), яка охоплює всі розділи й підрозділи ресурсу. Структура побудована за принципом горизонтального меню з мінімальним рівнем вкладеності. Основні розділи: головна сторінка, каталог тварин, картка тварини, сторінки «Про нас», «Новини», «Контакти» та розділ допомоги. Усі вони доступні без додаткових переходів з головної сторінки, що забезпечує швидкий доступ до цільового контенту. Кожна сторінка має логічне та функціональне навантаження. Наприклад, каталог тварин містить інтерактивні картки з фільтрацією, а сторінка проєкту – блоки з описом місії, фотографіями команди та інформацією про співпрацю. Важливо, що всі сторінки підпорядковані єдиній навігаційній логіці, яка зберігається навіть у мобільних версіях інтерфейсу.

Рисунок 4.1 – Карта сайту

4.2 Користувацькі сценарії взаємодії

На основі аналітичних досліджень та типових поведінкових патернів було сформовано п’ять ключових сценаріїв, які охоплюють основні напрями взаємодії користувача з сайтом «Happy Paw». Для кожного сценарію визначено маршрут переходів, логіку навігації та функціональні елементи інтерфейсу, що підтримують досягнення цільової дії.

4.2.1 Ознайомлення з сайтом (перший візит)

Цей сценарій моделює поведінку користувача, який уперше потрапляє на сайт «Happy Paw» – зазвичай через зовнішнє джерело (пошукову систему, соціальні мережі, таргетовану рекламу або рекомендації). У таких умовах візуальне й структурне знайомство з платформою відіграє ключову роль у подальшій взаємодії.

Точка входу – головна сторінка, яка виконує роль першого контакту з користувачем. Перший візуальний блок містить емоційне звернення, фотографію тварини, короткий заклик до дії, а також основну кнопку.

Користувач прокручує сторінку вниз і послідовно ознайомлюється з основними розділами у вигляді інформаційних блоків:

– місія та цінності притулку;
– добірка тварин;
– розділ про те, як допомогти;
– блок новин і подій;

– контакти.

Ключовим завданням цього сценарію є створення позитивного першого враження, забезпечення довіри до організації, зацікавлення в тваринах та надання зрозумілого напрямку дій.

Функціональні елементи сценарію:

– герой-блок із кнопкою прямої дії;

– логічна послідовність секцій (від ознайомлення до дії);

– дублювання CTA-блоків після кожного змістового блоку;

– просте меню навігації з активним підсвічуванням.

Завершальна дія:

– перехід до каталогу тварин;

– або клік по CTA “Підтримати притулок”;

– або ознайомлення зі сторінкою “Про нас”.

Цей сценарій є найкритичнішим для залучення нових відвідувачів. Якщо протягом перших 10–15 секунд користувач не розуміє структуру або не знаходить емоційного зв’язку, ймовірність відмови зростає. Саме тому головна сторінка проєкту має чітку візуальну ієрархію, сильний візуальний початок та прямі інтерфейсні підказки.

4.2.2 Пошук тварини для адопції

Другий сценарій охоплює ключовий напрямок взаємодії з сайтом – пошук тварини, яку користувач потенційно готовий узяти під опіку або всиновити. На відміну від ознайомчого візиту, у цьому випадку поведінка користувача більш цілеспрямована: він приходить із конкретною метою – знайти тварину за певними характеристиками та залишити заявку на адопцію.

У більшості випадків сценарій починається з переходу на сторінку «Тварини». Це може відбутись як із головної сторінки через кнопку прямого

доступу, так і з основного меню. Користувач потрапляє у каталог тварин, де реалізовано адаптивну сітку карток з базовою інформацією.

На цьому етапі важливо забезпечити можливість швидкої фільтрації (рис. 4.2). Візуально фільтри розташовано у верхній частині сторінки та мають зручний мобільний вигляд у вигляді випадаючих блоків.

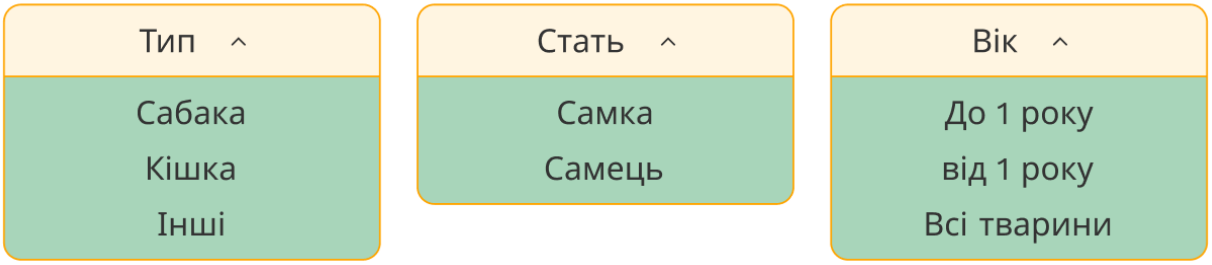


Рисунок 4.2 – Фільтри на сторінці

Після вибору користувач переходить до детальної картки тварини. У цьому розділі зібрана повна інформація: від фізичних характеристик до опису характеру, історії порятунку та умов адопції. Також є інтерактивна кнопка, яка веде до простої форми зворотного зв’язку.

Важливо, що на всіх етапах користувач не змушений повертатись назад або шукати інформацію самостійно – кожен крок логічно продовжує попередній. У разі сумнівів або бажання переглянути інші варіанти, доступ до каталогу або головної сторінки залишається постійним.

Завершується сценарій відправленням заявки або поверненням до каталогу для продовження перегляду. Всі форми мають візуальне підтвердження дії, що посилює відчуття завершеного процесу.

У межах цього сценарію інтерфейс має бути особливо чутливим до емоційного стану користувача: комфорт, довіра та прозорість – критично важливі фактори при прийнятті рішень про адопцію.

4.2.3 Перегляд історій або новин

Сценарій перегляду новин або історій – це один із способів емоційного залучення аудиторії та побудови довіри до проєкту. У ньому користувач не обов’язково має цільову дію, але зацікавлений у контенті: хоче дізнатися більше про діяльність притулку, історії тварин або поточні ініціативи.

Цей сценарій може починатися з головної сторінки – в одному з блоків розташовано стрічку останніх новин, оформлену у вигляді карток із коротким заголовком, датою та фотографією. Також доступ до розділу “Новини” передбачено у верхньому меню навігації. Користувач переходить до сторінки з повною стрічкою публікацій.

Візуально сторінка реалізована як адаптивна сітка карток, що автоматично підлаштовуються під ширину екрана. Це дозволяє зручно переглядати контент і на десктопах, і на мобільних пристроях. Картки містять короткий опис події, що спонукає перейти до повної версії матеріалу. Після натискання відкривається публікація у повному форматі: з розширеним текстом, ілюстраціями, можливими посиланнями та датою публікації.

Сторінки новин мають просту й читабельну структуру, з чітким заголовком, достатнім міжрядковим інтервалом і виділенням основних тез, що полегшує сприйняття тексту навіть на невеликих екранах.

Цей сценарій виконує декілька важливих функцій. По-перше, він формує враження про прозорість та відкритість притулку: користувач бачить, що організація активно працює, звітує про свою діяльність, ділиться результатами. По-друге, він підсилює емоційний зв’язок – особливо через історії тварин, які вже знайшли дім або отримали допомогу. Такі приклади можуть спонукати користувача самому долучитися до ініціативи.

Навігація зі сторінки новин дозволяє легко повернутись до стрічки, перейти на інші розділи або скористатись закликами до дії, які також можуть бути вмонтовані в публікації. Таким чином, перегляд історій є не лише інформативним, а й потенційно конверсійним кроком.

4.2.4 Ознайомлення з діяльністю притулку та підтримка

Цей сценарій орієнтований на аудиторію, яка не стільки шукає конкретну тварину для адопції, скільки прагне дізнатись більше про сам притулок – його місію, команду, принципи роботи та потреби. Така взаємодія є важливою для формування довгострокових зв’язків із громадськістю, залучення волонтерів, донаторів і партнерів.

Користувач може потрапити в цей сценарій як безпосередньо з головної сторінки – наприклад, через блок «Про нас» або кнопку «Підтримати», так і через головне меню навігації, де винесено відповідні пункти. Після переходу відкривається сторінка, структурована як презентація притулку.

У першій частині подається загальна інформація: коли й ким заснований притулок, його цінності, мета та основні напрями діяльності. Далі йде розділ про команду з фото, короткими біографіями співробітників або волонтерів, і додатково – блок про партнерські проєкти. Така структура допомагає підсилити довіру та створити відчуття реальної, прозорої організації, що стоїть за сайтом.

У наступному логічному блоці користувачу пропонуються варіанти підтримки: матеріальна допомога (донат), опіка над тваринами, волонтерство, інформаційна підтримка тощо. Кожен варіант оформлений як окремий блок з коротким описом і кнопкою дії. Перевага такої реалізації – вільний вибір: кожен може долучитися в зручному для себе форматі, не відчуваючи тиску.

Особливістю цього сценарію є емоційна глибина: завдяки реальним історіям, фото команди та живій мові подачі, відвідувачі мають змогу не лише дізнатись, а й співпереживати. Водночас структура інтерфейсу залишає простір для швидкого переходу до конкретної дії: форми пожертви, заявки на волонтерство або контакту.

Після ознайомлення користувач або переходить до форми взаємодії, або відкладає рішення, залишаючи проєкт у пам’яті. Тому важливо, щоб усі

елементи цього сценарію виглядали переконливо, злагоджено та професійно, від стилістики до чіткості навігації.

4.3 Логіка навігації та повторюваних елементів

Навігаційна структура побудована з використанням фіксованого верхнього меню з логотипом, навігаційними пунктами та кнопкою “Допомогти”. У нижній частині кожної сторінки реалізовано футер з дублюванням основних посилань, контактною інформацією та посиланнями на соцмережі. У мобільній версії частина навігації трансформується у випадаюче меню-бургер. Крім глобальної навігації, на сторінках реалізовано локальну контекстну навігацію: це кнопки, інтерактивні іконки або дубльовані блоки із закликами до дії (CTA). Таке дублювання є навмисним: воно гарантує, що користувач не «загубиться» у структурі сайту, навіть якщо не рухається по лінійному сценарію. Особлива увага приділялась узгодженості між сторінками: всі заголовки, іконки, сітка та поведінка кнопок є повторюваними, що створює ефект стабільності та впізнаваності у всьому інтерфейсі.

Реалізація єдиної логіки навігації з повторюваними шаблонами – це не лише візуальний принцип, а й функціональна гарантія того, що інтерфейс буде легко засвоюватись, навіть якщо користувач вперше бачить подібний ресурс. Саме це дозволяє говорити про високу ефективність архітектури сайту як гуманітарного електронного видання.

4.4 Адаптація інформаційної структури до різних пристроїв

Адаптація інформаційної структури є ключовою складовою процесу створення сучасного електронного видання, особливо якщо мова йде про ресурси гуманітарного спрямування, що орієнтовані на широку, різнорідну аудиторію. У випадку з сайтом «Happy Paw» пріоритетом було забезпечення стабільної логіки навігації, доступності контенту та збереження візуальної цілісності незалежно від пристрою, з якого здійснюється перегляд.

Інформаційна структура була протестована у межах адаптивних макетів для таких контрольних брейкпоінтів: 1728, 1440, 1024, 768 та 375 пікселів. Це дозволило охопити повний діапазон сучасних екранів – від великих десктопних моніторів до компактних смартфонів.

На широкоформатних екранах (1728 і 1440 px) акцент зроблено на просторову рівновагу між текстовими й візуальними блоками. Навігаційне меню залишається горизонтальним, добре помітним і стабільно зафіксованим угорі. Сітка модулів забезпечує чітке зонування: блоки з CTA, каталог тварин, новини – все має передбачуване й логічне розташування.

На планшетних пристроях (1024 і 768 px) сітка автоматично перебудовується, зменшуючи кількість колонок. Інформаційні блоки розміщуються вертикально, а деякі другорядні елементи приховуються або згортаються у випадаючі меню. При цьому основна навігація залишається фіксованою, а сценарії користувача – повністю збереженими.

Найбільше уваги приділялось адаптації до мобільного перегляду (375 px), адже саме ця аудиторія є домінуючою у сфері ознайомлення з гуманітарними ініціативами. Навігаційне меню трансформується в компактне бургер-меню, основні блоки розташовуються у вертикальній послідовності, кнопки CTA набувають повної ширини для зручності натискання. Картки тварин відображаються одна під одною, а форми зворотного зв’язку оптимізовані для мобільного введення.

Окрему увагу було приділено перевірці адаптивності в інтерактивному прототипі, що дозволило ще до верстки виявити потенційні проблеми – перевантаження екрана, зміщення елементів, порушення порядку читання. Завдяки цьому вдалось зберегти цілісність структури, візуальну ієрархію та послідовність дій незалежно від пристрою.

Таким чином, адаптація інформаційної структури не лише гарантує комфортну взаємодію для кожного користувача, а й підвищує загальну доступність сайту, що є обов’язковою вимогою для сучасного веб-продукту гуманітарного профілю.

5 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ І МОДУЛЬНОЇ СІТКИ

Розробка графічного дизайну є невід’ємною складовою проєктування електронного видання, оскільки саме візуальна складова визначає перше враження користувача, рівень залучення, зручність навігації та емоційне сприйняття контенту. У межах реалізації сайту «Happy Paw» дизайн виконував не лише естетичну функцію, але й був інструментом комунікації між користувачем та організацією, сприяючи досягненню цільових дій: перегляд карток тварин, подання заявок, взаємодія з формами допомоги.

5.1 Загальна концепція дизайну сайту

У межах проєкту було сформовано загальну дизайнерську концепцію, що базується на принципах гуманності, прозорості, простоти та стабільності. Враховуючи специфіку притулку, сайт мав створювати у користувача відчуття безпеки, підтримки та довіри. Це досягалося через відповідну побудову композиції, колористичне рішення, типографіку та інтерфейсні блоки, що викликають емоційне залучення.

Дизайн побудований за принципами мінімалізму: використано просту геометрію, обмежену кількість кольорів, контраст між фоном і елементами інтерфейсу, а також велику кількість вільного простору для поліпшення сприйняття інформації. Основний акцент зроблено на фотографіях тварин, які займають центральне місце в композиції сторінок. Всі функціональні елементи, такі як кнопки, фільтри, поля введення, мають чітке візуальне оформлення і логічне розміщення, що дозволяє користувачеві легко орієнтуватися в інтерфейсі незалежно від рівня цифрової обізнаності.

Візуальне рішення сайту “Happy Paw” розроблено з урахуванням емоційної тематики ресурсу та особливостей поведінки цільової аудиторії. Дизайн покликаний створити атмосферу доброзичливості, довіри та турботи,

що відповідає місії притулку – рятувати тварин і знаходити для них нові домівки.

Основна концепція проєкту полягає у поєднанні емоційної подачі з функціональною структурою, що дозволяє користувачу не лише співпереживати, але й легко взаємодіяти з платформою.

Дизайн орієнтований на тепле емоційне сприйняття, а тому візуальна мова ресурсу ґрунтується на:

– використанні пастельної кольорової гами (помаранчевий, бірюзовий, блідо-рожевий);

– доброзичливій типографіці з м’яким настроєм;

– великоформатних фотографіях тварин як головному фокусі кожної сторінки;

– логічній структурі, що мінімізує кількість кроків до цільової дії (рис. 5.1).

Рисунок 5.1 – Кроки до цільової дії

Подача контенту максимально персоналізована: картки тварин розроблено з позиції “голосу тварини” – від першої особи, з історією, характером і прямим закликом до взаємодії (рис. 5.2). Це сприяє емоційному залученню користувача та створює ефект особистого знайомства.

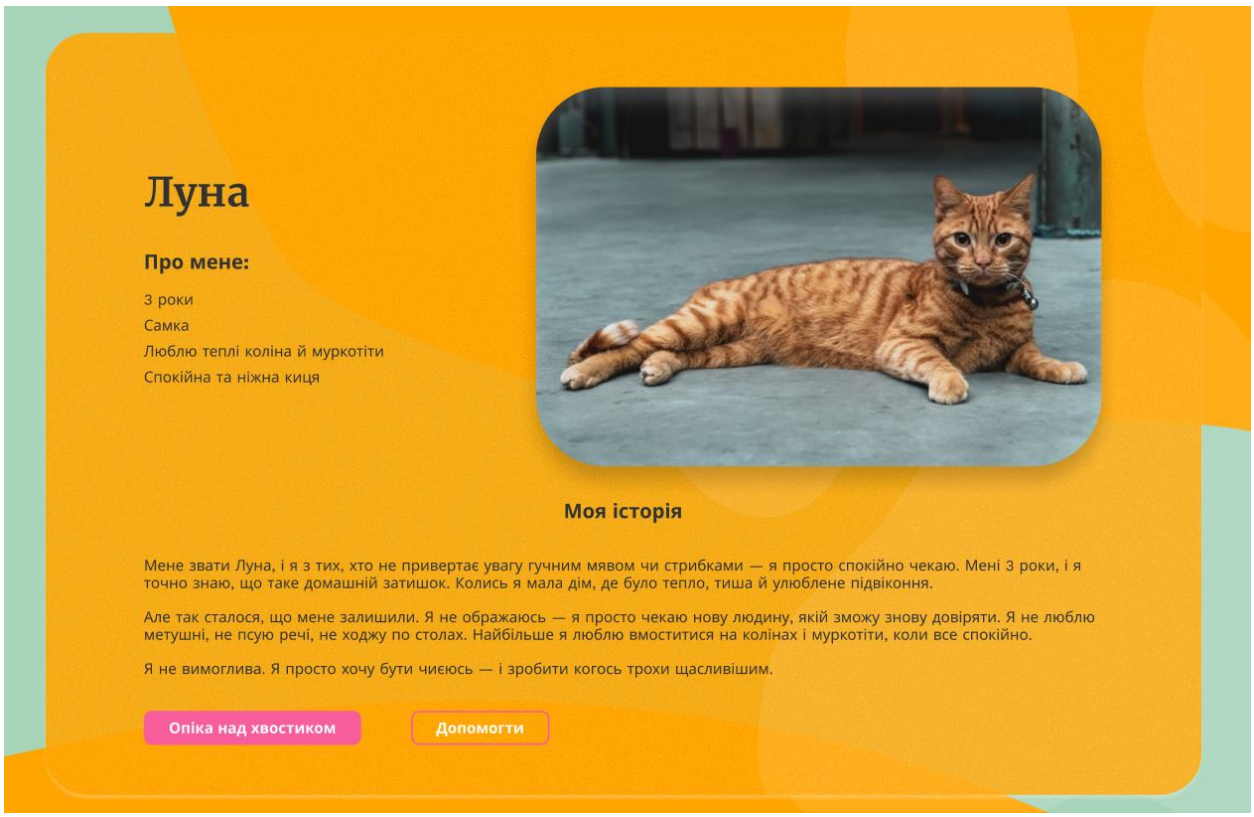


Рисунок 5.2 – Повна інформація про тварину

Tone of voice сайту – теплий, довірливий, чесний, без офіціозу, адаптований для спілкування з широкою аудиторією: від молоді до родин із дітьми.

Кожен елемент – від кнопок до заголовків – має функціональне навантаження і розміщується відповідно до сценаріїв користувацької поведінки, сформованих на основі аналізу ЦА.

Таким чином, загальна концепція дизайну сайту “Happy Paw” спрямована на досягнення двох головних цілей:

– викликати емоційний контакт – через візуальну мову, фото, історії, кольори;

– забезпечити просту взаємодію – завдяки продуманій структурі, адаптивності та зручності кожного елемента.

5.2 Ідея та стилістичне рішення

Основна ідея дизайну сайту “Happy Paw” полягає у поєднанні емпатійної візуальної мови з інтерфейсною простотою, яка дозволяє кожному користувачеві легко приймати рішення.

В основі стилістичного рішення лежить принцип “теплої мінімалістики” – баланс між емоційністю контенту та візуальною стриманістю. Головну роль у сприйнятті сайту відіграє атмосфера довіри, яку формують:

– збалансована кольорова гама;

– великі, “живі” фотографії тварин, що відразу створюють емоційний контакт;

– персоналізована подача інформації;

– відсутність агресивної типографіки чи візуальних “шумів”;

– інтерфейс, який не змагається з емоційною складовою, а супроводжує її.

Дизайн виконує функцію неголосного провідника, що підштовхує користувача не через нав’язливі заклики, а через візуальний спокій і внутрішню переконаність. Кожен елемент має зрозуміле функціональне навантаження: CTA розміщено у звичних для ока місцях; головна сторінка фокусує увагу на історіях, а не на технічних деталях.

Сайт не використовує візуальних трюків чи “модних ефектів” – натомість реалізовано щиру, впізнавану стилістику, яка резонує з ключовими цінностями цільової аудиторії: довіра, простота, доброта.

Таким чином, стилістичне рішення сайту стало продовженням його функції – не продавати, а переконувати через повагу до користувача і чесність візуальної мови.

5.3 Структура сайту

Структура сайту є ключовим компонентом, що визначає логіку навігації, зв’язки між сторінками та послідовність взаємодії користувача з інтерфейсом. Саме правильно вибудувана ієрархія дозволяє користувачу інтуїтивно орієнтуватися в середовищі, швидко знаходити потрібну інформацію та приймати рішення без зайвих когнітивних зусиль.

Під час формування структури сайту “Happy Paw” було враховано не лише змістовне наповнення, а й особливості поведінки цільової аудиторії: переважно це мобільні користувачі, які очікують швидкого доступу до цільового контенту без зайвих переходів і вкладень. У зв’язку з цим було обрано горизонтальну структуру з мінімальним рівнем вкладеності та прямим доступом до основних розділів.

На сайті реалізовано глобальну фіксовану навігацію у вигляді верхнього меню, яке присутнє на всіх сторінках ресурсу. Це дозволяє користувачу з будь-якої точки сайту в один клік перейти до розділів “Тварини”, “Адопція”, “Про нас”, “Новини” або “Контакти” (рис 5.3). Така реалізація відповідає принципам передбачуваності та інтерфейсної послідовності, що особливо важливо у проєктах соціального спрямування. Крім глобального меню, у проєкті також застосовано контекстну навігацію: окремі кнопки, посилання або блоки на сторінках ведуть до пов’язаного функціоналу. Наприклад, із каталогу тварин відкривається картка конкретної тварини, з картки – можна повернутись назад або перейти до подання заявки. У футері дублюються основні навігаційні пункти, додаються контакти та посилання на соціальні мережі, що підтримує відчуття завершеності та доступності будь-якої інформації.

Рисунок 5.3 – Меню сайту

Ієрархічно сайт має плоску структуру: всі основні розділи знаходяться на одному рівні (рис. 5.4). Єдина сторінка другого рівня – картка тварини, яка відкривається зі сторінки каталогу “Тварини” та є динамічною за змістом. Усі інші сторінки рівноправні за логікою доступу, не потребують послідовного проходження і не змушують користувача повертатися на головну.

Рисунок 5.4 – Карта сайту

На мобільних пристроях навігаційне меню трансформується в адаптивний формат (бургер-меню), що дозволяє уникнути перевантаження інтерфейсу та зберегти фокус на вмісті сторінки. Незалежно від пристрою, користувач завжди має доступ до всіх основних дій – зручно, швидко, без пошуку. Загалом структура сайту “Happy Paw” забезпечує рівний доступ до всіх розділів, дозволяє користувачу почати взаємодію з будь-якої точки та підтримує природну логіку навігації. Саме завдяки продуманій ієрархії, мінімізації глибини вкладеності та правильній побудові переходів досягається простота, яка є одним із ключових принципів дизайну цього ресурсу.

5.4 Макети основних сторінок

Важливою частиною графічного дизайну сайту є розробка макетів, що візуалізують структуру інтерфейсу, організацію контенту та реалізацію користувацьких сценаріїв. У межах проєкту «Happy Paw» у середовищі Figma було створено повноцінну систему макетів, які охоплюють всі основні

сторінки сайту. Кожен макет відповідає певному функціональному призначенню та забезпечує цілісну логіку переходів у межах інтерфейсу.

Структура сайту є ключовим компонентом, що визначає логіку навігації, зв’язки між сторінками та послідовність взаємодії користувача з інтерфейсом. Правильно вибудувана ієрархія дозволяє користувачу інтуїтивно орієнтуватися в середовищі, швидко знаходити потрібну інформацію та приймати рішення без зайвих когнітивних зусиль.

Під час формування структури сайту було враховано не лише змістовне наповнення, а й особливості поведінки цільової аудиторії: переважно це мобільні користувачі, які очікують швидкого доступу до цільового контенту без зайвих переходів. Тому було реалізовано горизонтальну плоску структуру з мінімальною глибиною вкладеності та глобальним верхнім меню, присутнім на всіх сторінках. Крім основного меню, передбачена контекстна навігація (внутрішні переходи між сторінками через кнопки, картки, посилання), а також футер з дубльованими пунктами меню та контактною інформацією.

На мобільних пристроях структура трансформується в адаптивну навігацію з бургер-меню, збереженням повного доступу до розділів і логіки переходів.

Головна сторінка (рис. 5.5) виконує роль першої точки контакту з користувачем, тому її структура побудована таким чином, щоб передати суть проєкту, викликати довіру та одразу надати можливість взаємодії. Перший екран містить емоційне звернення з фотографією тварини, інтро та кнопками прямої дії. Далі йдуть блоки з короткою інформацією про місію, добірка тварин з можливістю перегляду всього каталогу, запрошення допомогти, останні новини та контактні дані. Така побудова дозволяє охопити всі ключові напрями діяльності притулку в межах однієї сторінки та спонукати користувача до глибшого переходу в розділи.

Сторінка “Тварини” (рис 5.6) реалізована у вигляді галереї з картками, які містять фотографію, ім’я тварини, вік, стать і коротку характеристику.

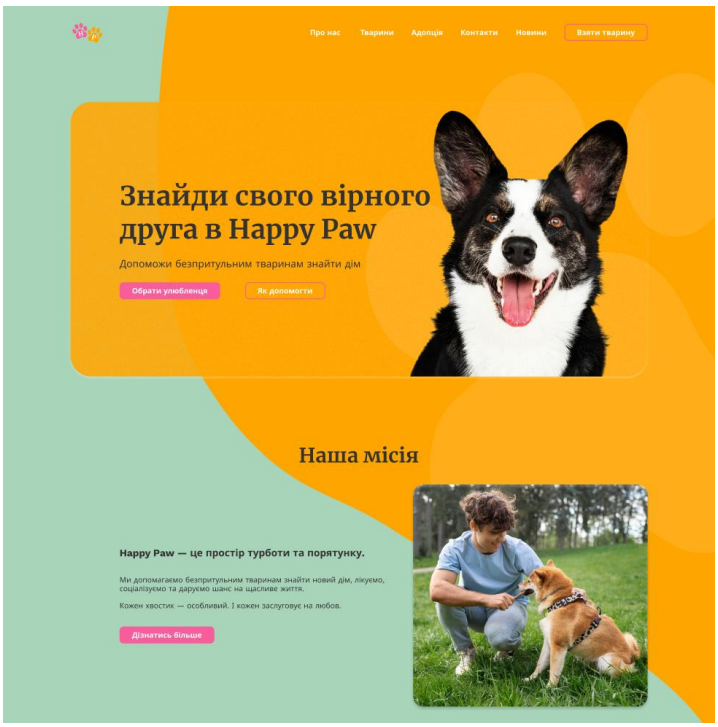


Рисунок 5.5 – Фрагмент головної сторінки сайту

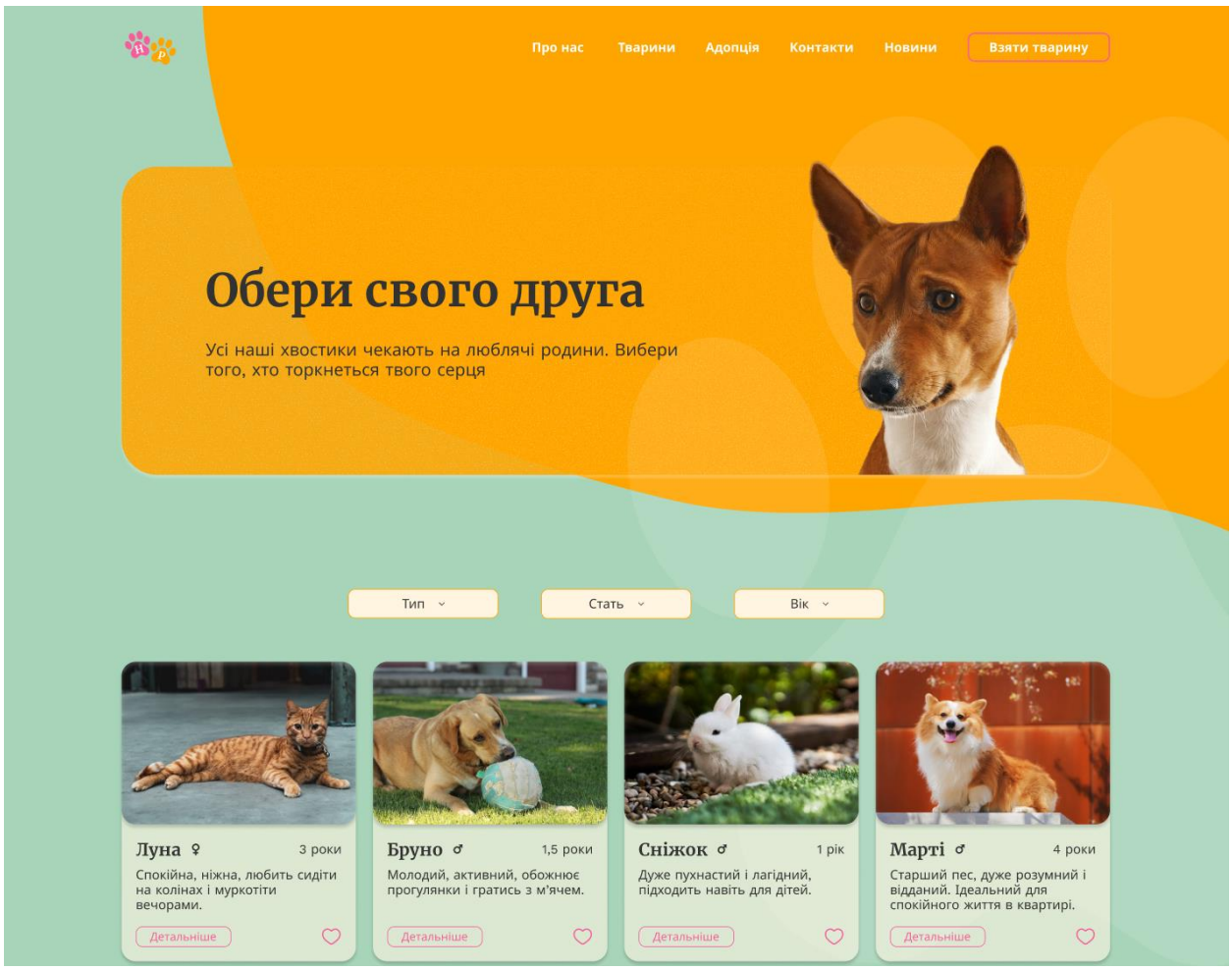


Рисунок 5.6 – Фрагмент сторінки з каталогом тварин

Завдяки фільтрам користувач може відібрати тварин за певними критеріями. Натискання на картку відкриває індивідуальну сторінку тварини – персоніфіковану “картку”, що містить повну інформацію: опис характеру, історію, фотографії та функціональну кнопку.

Сторінка “Про нас” (рис. 5.7) створена як структурований інформаційний розділ про історію притулку, його засновників, команду та принципи роботи. Візуально розділ витримано у спокійному ритмі, з рівномірним розташуванням тексту, фото та фактів, що сприяє формуванню довіри до організації.

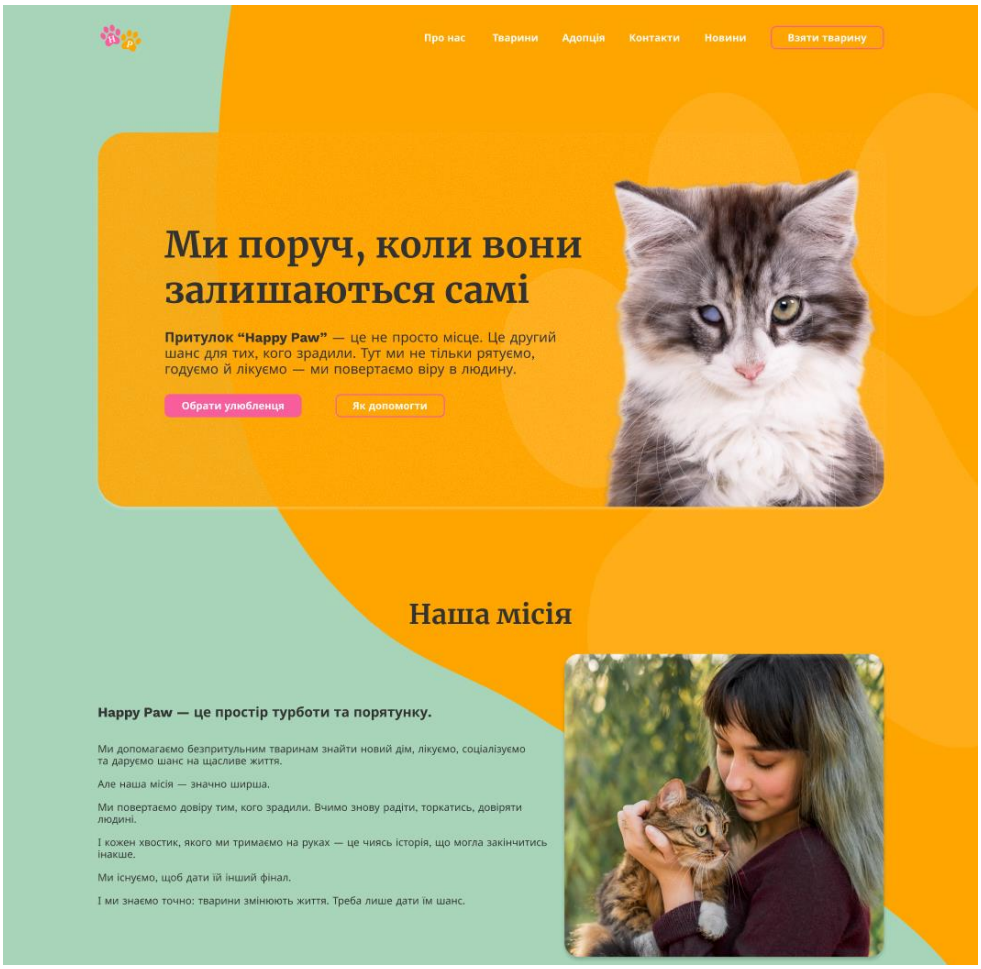


Рисунок 5.7 – Фрагмент сторінки «Про нас»

Розділ “Адопція” має чітку структуру з варіантами участі: фінансова допомога, волонтерство, опіка або прогулянка з тваринами. Кожен варіант подано як окремий блок з коротким описом і кнопкою дії. Це дозволяє

охопити різні мотивації користувачів і спростити процес долучення до ініціативи. На сторінці також передбачена форма заявки.

Сторінка “Новини” оформлена як стрічка публікацій із заголовками, короткими анонсами, датами та кнопками “Читати більше”. Контент подається у форматі карток, які адаптуються до ширини екрана. Це дозволяє користувачам легко слідкувати за діяльністю притулку та бути в курсі подій.

Сторінка “Контакти” містить усю необхідну інформацію для зв’язку: адреса, карта, email, телефон, форма зворотного зв’язку та посилання на соціальні мережі.

Усі макети розроблені з урахуванням єдиної стилістики, модульної сітки, типографіки та кольорової палітри. Приділено увагу як естетичному вигляду, так і функціональності: усі кнопки мають чітку ієрархію, зони натискання відповідають гайдлайнам, розміщення елементів підтримує логіку користувацьких сценаріїв.

Таким чином, кожна сторінка сайту є самостійною одиницею, що виконує конкретну функцію, але водночас працює як частина цілісної системи. Завдяки цьому користувач отримує послідовний досвід взаємодії, незалежно від того, з якої сторінки він розпочав роботу з сайтом.

5.5 Особливості адаптації дизайну під різні пристрої

Однією з ключових вимог до сучасного вебдизайну є забезпечення коректного та зручного відображення сторфнок на різних типах пристроїв – від великих десктопних екранів до компактних мобільних телефонів. В умовах зростаючої мобільності користувачів і домінування смартфонів як основного засобу доступу до інформації, адаптивність уже давно не розглядається як додаткова перевага – натомість вона стала стандартом якості, без якого сайт втрачає значну частину своєї аудиторії. Наявність чітко продуманої адаптивної системи – це не лише питання естетики, а насамперед функціональності та доступності.

Візуальна структура, яка добре виглядає на великому екрані, може повністю втратити логіку і зручність на мобільному пристрої, якщо не адаптувати її відповідно до змін у поведінці користувача, масштабі елементів, швидкості перегляду та сценаріїв взаємодії. Саме тому ще на етапі створення прототипів сайту “Happy Paw” адаптивність була закладена як пріоритетна складова всього інтерфейсного рішення.

Під час розробки дизайну було дотримано принципу mobile first, тобто проєктування інтерфейсу починалося саме з мобільної версії, після чого проводилась масштабна адаптація до ширших форматів. Усі елементи дизайну реалізовано у Figma з використанням автолейаутів та адаптивних контейнерів, що дозволяє зберігати структуру блоків під час зміни ширини екрану.

Ключові елементи інтерфейсу – навігаційне меню, кнопки, заголовки, зображення та картки – автоматично перебудовуються відповідно до розміру вікна. Верхнє горизонтальне меню трансформується у “бургер”-формат на вузьких екранах, забезпечуючи збереження повного доступу до функціоналу без візуального перевантаження.

В мобільній версії кількість карток у ряд зменшується до однієї, розмір шрифтів та відступів адаптується для зручного читання, а основні елементи CTA отримують достатню зону натискання відповідно до гайдлайнів Google Material Design (рис. 5.8). Макети було протестовано на кількох стандартних ширинах екрана – 1728, 1440, 1024, 768, 375 пікселів – для забезпечення візуальної стабільності та комфортної взаємодії на всіх популярних пристроях.

Особлива увага приділялась збереженню візуальної ієрархії при переході між розмірами: жоден із ключових акцентів (наприклад, фото тварин, кнопки, назви розділів) не втрачає своєї ролі у сприйнятті. Контент залишається структурованим, зручним для сприйняття, а дизайн – цілісним і завершеним.

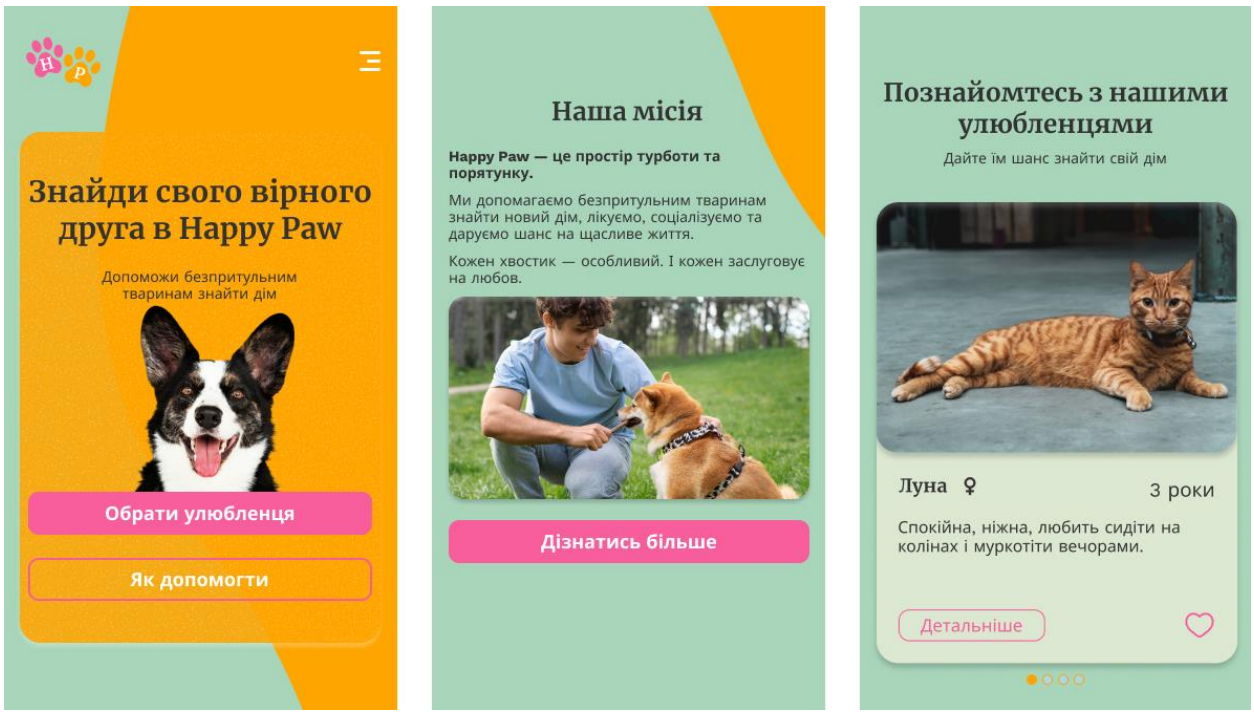


Рисунок 5.8 – Фрагмент мобільної версії сайту

Загальна адаптивна система побудована таким чином, щоб незалежно від пристрою користувач мав доступ до всього функціоналу без фрустрацій або необхідності шукати інформацію. Це значно підвищує лояльність аудиторії, зменшує відсоток відмов та відповідає сучасним вимогам до соціально-орієнтованих проєктів.

5.6 Модульна сітка та адаптивність дизайну

Модульна сітка – це структурна основа, що допомагає дизайнерам впорядковувати контент, формувати композицію та підтримувати візуальну гармонію на сторінках інтерфейсу. Вона складається з колонок, міжколонкових проміжків, відступів і може бути статичною або гнучкою, залежно від потреб адаптації.

У вебдизайні сітки виконують ту саму роль, що й у друкованих виданнях: забезпечують структурну узгодженість між елементами, спрощують процес верстки й адаптації, покращують юзабіліті, підвищують зручність зчитування інформації та зменшують когнітивне навантаження.

У практиці макетування інтерфейсів застосовуються різні види сіток, кожен з яких має свої переваги та доцільність залежно від типу продукту, формату контенту й очікуваної поведінки користувача. Вибір типу сітки визначає характер візуальної структури, а також гнучкість компонування елементів і логіку подання інформації. Сітки виступають не лише технічним інструментом, а й композиційною основою візуального мислення дизайнера. Загалом, у теорії дизайну розрізняють кілька типів сіток, найпоширенішими серед яких є колонкові, блочні, ієрархічні та базові.

Колонкова сітка – це найпоширеніший тип у вебдизайні. Вона передбачає наявність вертикальних колонок, які визначають місця розташування контентних блоків. Саме така сітка використовується у більшості вебсайтів, адже забезпечує зручну гнучку структуру, легко масштабується й чудово підходить для створення адаптивного інтерфейсу. Цей тип сітки було обрано і для проєкту сайту «Happy Paw».

Блочна сітка – передбачає поділ площини на рівні прямокутні модулі по горизонталі й вертикалі. Така структура використовується переважно в UI-компонентних системах або друкованих макетах, де потрібна висока регулярність подання інформації.

Ієрархічна сітка – менш формальна й не дотримується жорстких закономірностей. Вона формується на основі візуальної логіки контенту та використовується у креативних, нестандартних дизайнах – наприклад, на сайтах з акцентом на естетику, а не структурну чіткість.

Базова сітка – це система, орієнтована на вирівнювання текстових елементів по горизонталі. Часто вона використовується у поєднанні з колонковою для забезпечення гармонійного вертикального ритму тексту. Застосовується у складних текстових макетах, де важливо контролювати міжрядкові інтервали та типографіку.

У межах дипломного проєкту було застосовано адаптивну колонкову сітку, що базується на принципі гнучкого розміщення елементів відповідно до ширини вікна перегляду. Такий вибір є найбільш доцільним для дизайну

багатосторінкового сайту благодійного притулку, де необхідно забезпечити структурну сталість, повторюваність шаблонів, гнучкість компонування і простоту масштабування. Колонкова сітка дозволяє легко впорядковувати елементи як у багатостовпчикових блоках (каталог тварин, новини, галереї), так і у повноширинних секціях (банери, CTA, контактні форми).

Крім того, обрана система надає змогу підтримувати єдину логіку розміщення на всіх сторінках сайту – головній, каталозі, картці тварини, сторінці новин тощо. Це сприяє підвищенню юзабіліті: користувач швидко орієнтується в інтерфейсі завдяки передбачуваності й візуальній узгодженості.

Також колонкова сітка є зручною з точки зору розробки: її легко реалізувати за допомогою CSS-фреймворків (наприклад, Flexbox або Grid), а адаптація під мобільні пристрої не потребує складних рішень – достатньо змінити кількість колонок, відступи та відображення блоків. Саме тому колонкова сітка стала основою композиційної структури вебсайту «Happy Paw».

З огляду на потребу адаптації інтерфейсу сайту «Happy Paw» до різних типів пристроїв (десктопи, планшети, смартфони), було реалізовано систему адаптивного макетування з використанням брейкпоінтів. У Figma для кожного фрейму окремо налаштовано layout grid із параметрами, що змінюються залежно від ширини екрана (таблиця 5.1).

Таблиця 5.1 – Параметри модульної сітки для різних ширин фрейму

Ширина фрейму, px	Кількість колонок	Відступи, px	Проміжки, px
1728	12	170	24
1440	12	80	24
1024	8	62	20
768	4	24	16
375	2	16	16

На широких десктопах 1728 та 1440 px (рис. 5.9) використано класичну 12-колонну сітку, яка забезпечує максимальну гнучкість при компонуванні

великих інтерфейсних блоків: слайдерів, секцій із картками, розділів новин тощо. Збільшені відступи (170 та 80 пікселів відповідно) дозволяють створити “дихаючий” інтерфейс і зосередити увагу користувача на центральній частині екрана.

Ритсунок 5.9 – Модульна сітка для декстопних версій

У версіях для планшетів 1024 і 768 px (рис. 5.10) кількість колонок було зменшено до 8 і 4 відповідно. Це дає змогу зберігати симетрію в розміщенні контенту без перевантаження елементами, а також підтримувати логіку вертикального скролу, характерного для мобільних сценаріїв взаємодії.

Для мобільних пристроїв 375 px (рис 5.11) використано двоколонну сітку з мінімальними відступами, що відповідає принципам mobile-first і дозволяє зручно подавати повноширинні елементи – заголовки, CTA-кнопки, карточки тварин, іконки тощо. Структура побудови інтерфейсу в мобільній версії зберігає логіку десктопної, забезпечуючи передбачуваний досвід навігації.

Таким чином, запропонована сітка є не лише візуально збалансованою, а й технологічно зручною як для дизайну, так і для подальшої реалізації у front-end середовищі. Вона забезпечує сталість, масштабованість і візуальну узгодженість між усіма версіями сайту.

Рисунок 5.10 – Модкльна сітка для планшетів

Рисунок 5.11 – модульна сітка для мобільної версії

6 РОЗМІЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В МОДУЛЯХ І СТВОРЕННЯ НАВІГАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ

6.1 Інформаційні модулі та блоки сайту

Структура інформаційних модулів базується на принципі тематичного групування – кожен блок має чітке функціональне навантаження, визначену роль у взаємодії користувача та розміщується відповідно до сценарію скролінгу. На головній сторінці перший модуль – це візуально насичений блок із зображенням, ключовим меседжем і CTA-кнопкою. Далі розміщуються секції з інформацією про діяльність притулку, галерея карток тварин, блок про переваги адопції, добірка відгуків, новини та контактна інформація.

У внутрішніх сторінках структура адаптована до потреб конкретного контенту. На сторінці “Тварини” реалізовано модульну галерею, що складається з однакових за структурою карток. На сторінці “Про нас” застосовано чергування інформаційних блоків із текстом і зображеннями. Така побудова підтримує ритм сприйняття й дозволяє зберігати інтерес до контенту.

Розміщення блоків здійснюється з урахуванням принципів "F-подібного патерну" – акценти йдуть зліва направо, зверху вниз, як у друкованих і веб-матеріалах. Завдяки модульній сітці, всі інформаційні блоки чітко вирівняні, мають передбачувану структуру та зберігають гармонію на всіх брейкпоінтах.

6.2 Картки тварин як персоналізовані інформаційні одиниці

Одним із головних інформаційних блоків сайту є картки тварин – уніфіковані за структурою, але персоналізовані за змістом елементи, які слугують одночасно інформаційним та навігаційним елементом. Кожна картка містить ім’я, фото, вік, стать і коротку характеристику тварини.

Перехід у повну картку реалізовано через клікабельну область. Всередині персоналізованої сторінки містяться додаткові розділи: "Про мене", "Моя історія", "Фотогалерея", а також блок із CTA-кнопкою (“Залишити заявку”). Така структура дозволяє не лише ознайомитися з тваринами, а й формує емоційний зв’язок, що критично важливо для гуманітарного ресурсу.

Особливу увагу приділено мікрокопії в описах тварин. Всі тексти написані від першої особи, що створює відчуття живого діалогу з користувачем і викликає емпатію. Таким чином, картки виконують не лише інформативну, а й мотиваційну функцію.

6.3 CTA-блоки та інтерактивна навігація

Елементи заклику до дії (CTA) розміщені у ключових точках кожної сторінки. Наприклад, на головній сторінці відразу після героя блокується кнопка. У розділі “Адопція” – окремі кнопки для кожного варіанту участі. Це дозволяє користувачеві швидко перейти до цільової дії без пошуку.

Навігація між модулями підтримується візуальними елементами: стрілками, лінками, кнопками та контекстними блоками. У футері (рис. 6.1) повторюються основні переходи, посилання на соцмережі та карта, що створює ефект завершеності структури. Дублювання CTA в різних точках підвищує ймовірність кліку, а також не дає користувачеві “загубитися” в інтерфейсі.

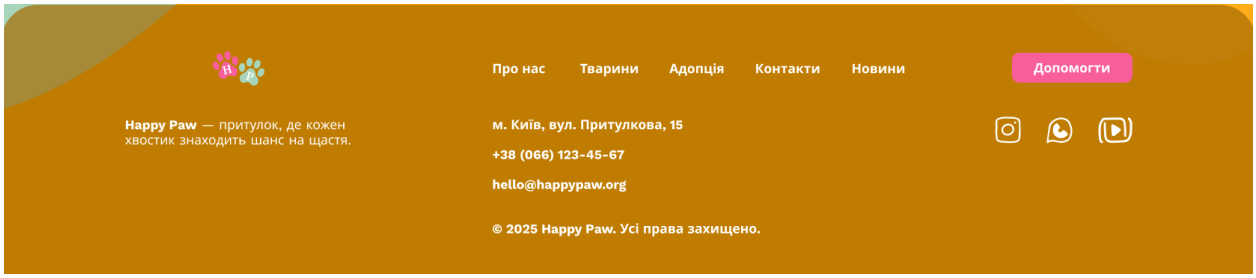


Рисунок 6.1 – Підвал сайту

У мобільній версії CTA адаптовані до повної ширини екрану, з великими зонами натискання, що відповідає рекомендаціям гайдлайнів доступності та мобільного UX.

6.4 Узгодженість контенту і навігації

Важливим аспектом розміщення інформації є збереження контентної та функціональної узгодженості. Наприклад, якщо користувач читає історію тварини, навігаційна структура дозволяє одразу перейти до заповнення заявки, повернутися в каталог (рис. 6.2). Всі ці дії реалізовані через просту логіку переходів і чітке візуальне оформлення.

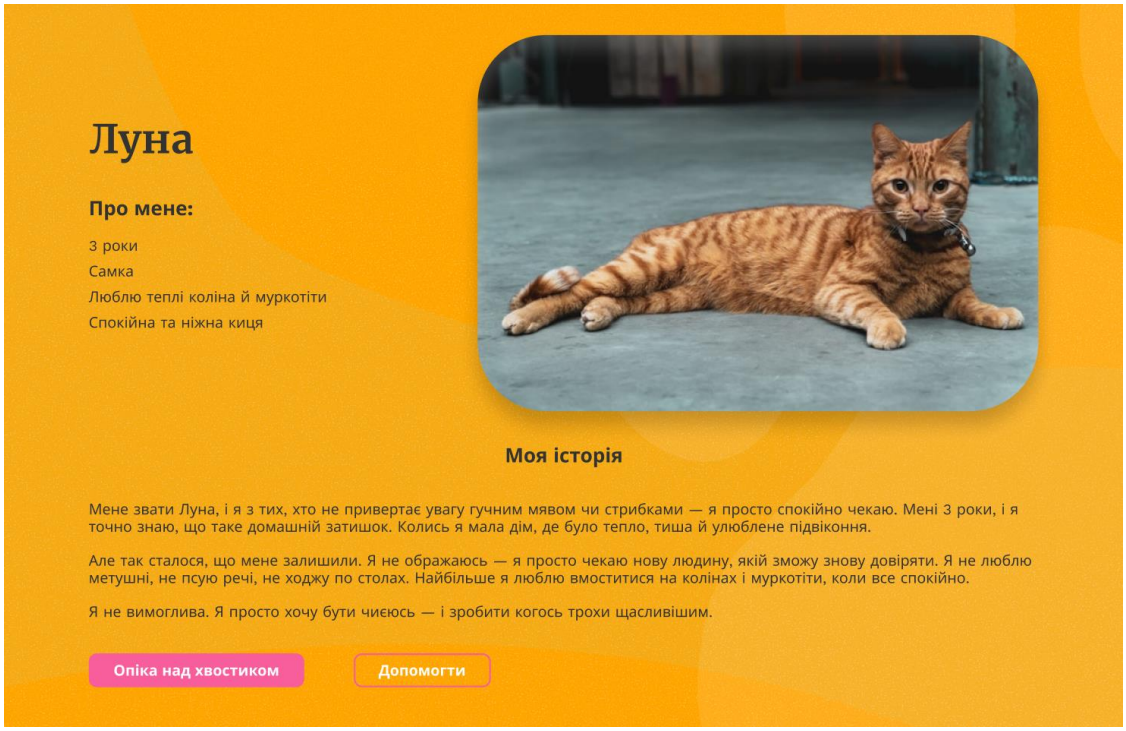


Рисунок 6.2 – Картка тварини

Завдяки єдиній дизайн-системі структура всіх сторінок залишає спільне враження: кольори, кнопки, блоки мають передбачувану поведінку. Це мінімізує навантаження на пам’ять і дозволяє користувачам зосередитись на контенті, а не на пошуку функціоналу.

7 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ

Завершальний етап створення електронного видання передбачає проведення комплексного тестування всіх функціональних та візуальних компонентів інтерфейсу. Основною метою цієї фази є перевірка відповідності розробленого прототипу технічному завданню, стабільності роботи інтерактивних елементів, адаптивності дизайну до різних типів пристроїв, а також зручності використання ресурсу для цільової аудиторії.

У межах реалізації сайту «Happy Paw» тестування проводилося в середовищі Figma, що дозволяє емулювати взаємодію користувача з інтерфейсом у режимі перегляду. Завдяки цьому інструменту вдалося провести перевірку без етапу верстки, ідентифікувати потенційні проблеми на рівні дизайну, а також зібрати зворотний зв’язок до етапу передачі макетів розробникам.

7.1 Перевірка логіки переходів та взаємодій

Одним із головних векторів тестування стало моделювання реальних користувацьких сценаріїв. Перевірка охоплювала повний цикл взаємодії: від першого відкриття головної сторінки до оформлення заявки на адопцію, читання новин або зв’язку з адміністрацією. Було протестовано поведінку інтерфейсу у межах динамічного прототипу, що включав активні посилання, кнопки, CTA-блоки, переходи між сторінками та повернення назад.

У процесі тестування особлива увага приділялася логіці переходів – наскільки послідовно, інтуїтивно та безперешкодно користувач пересувається сайтом (рис. 7.1). Перевірялися функціональність кнопок, а також поведінка меню в різних точках маршруту.

Після первинного проходження було зафіксовано кілька моментів, що вимагали покращення: уточнено текстові формулювання на деяких кнопках,

додано внутрішні посилання в футері для дублювання навігації, оптимізовано розміщення навігаційного контролу в картках тварин.

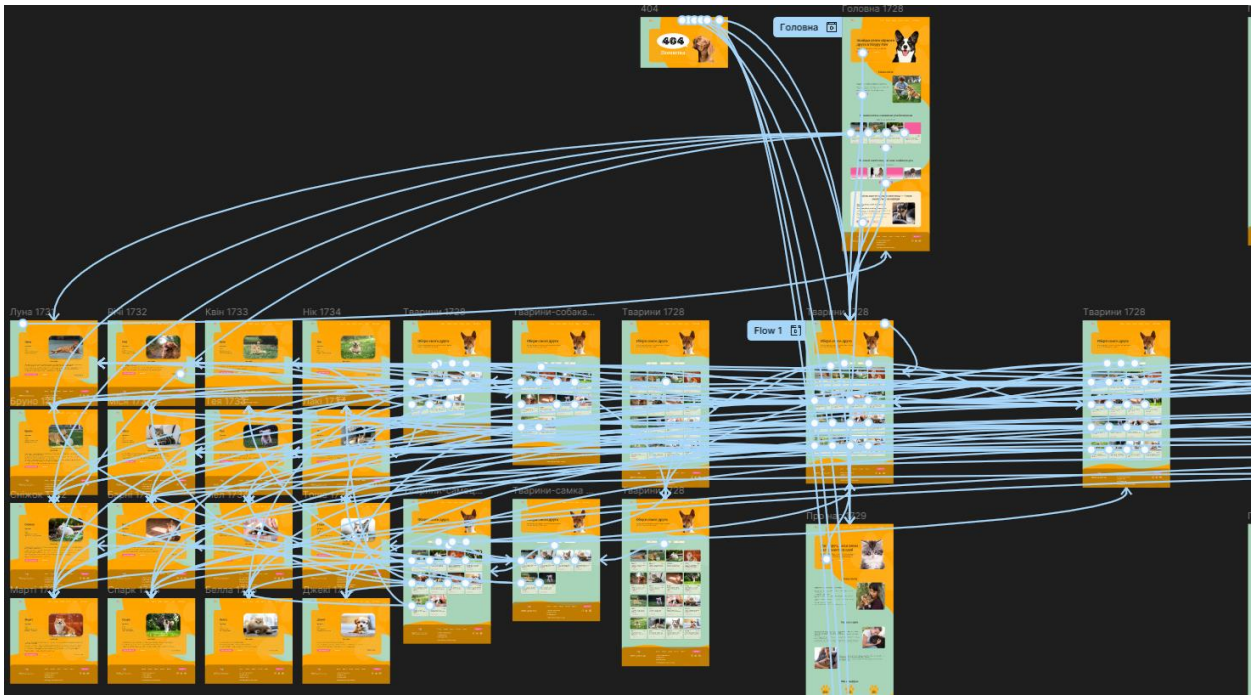


Рисунок 7.1 – Переходи мфж сторінками та елементами сайту

7.2 Перевірка адаптивності інтерфейсу

Адаптивність – один з ключових факторів ефективності вебінтерфейсу, особливо коли йдеться про широке коло користувачів з різними пристроями: смартфонами, планшетами, ноутбуками та моніторами різної роздільної здатності. У цьому контексті тестування охоплювало всі основні брейкпоінти: 1728, 1440, 1024, 768 та 375 пікселів.

У кожному форматі перевірялося: збереження структури сітки, коректне відображення заголовків, кнопок, зображень, полів форм, навігаційного меню та футера. Макети адаптувались під доступний простір, автоматично змінюючи кількість колонок, розмір шрифтів, відступи та розташування елементів.

На мобільних пристроях, де екран обмежений за шириною, особливу увагу приділено спрощенню інтерфейсу: верхнє меню трансформується у

бургер-меню, блоки розташовуються вертикально, а CTA-елементи займають усю ширину екрана для полегшення взаємодії.

Усі адаптивні сценарії проходили перевірку безпосередньо у Figma в режимі перегляду. Результати тестування засвідчили, що вся структура зберігає логіку, а користувацький досвід – єдиний і послідовний незалежно від пристрою.

7.3 Оцінка візуального сприйняття та UX

Окрім технічного функціоналу, важливу роль відіграє суб’єктивне враження користувача, яке формується на основі композиції, кольорової палітри, шрифтів, заголовків, просторового ритму і візуальної ієрархії. У зв’язку з цим було проведено якісну UX-оцінку макетів у форматі peer-review.

Peer-review – це метод оцінювання якості, зручності чи доцільності розробки шляхом залучення інших фахівців або потенційних користувачів, які не брали участі у створенні проєкту, але можуть дати об’єктивну думку.

Дизайн прототипу було представлено внутрішнім колегам і потенційним користувачам, які змоделювали типовий сценарій використання. Вони заповнювали заявки, переглядали новини, обирали тварин, натискали на елементи меню – і залишали враження щодо зручності.

На основі отриманих відгуків було внесено зміни до макета головної сторінки (змінену послідовність блоків), покращено логіку кнопок у картках тварин, а також переформульовано частину надписів на більш чіткі та зрозумілі.

Таке UX-тестування дозволило виявити не технічні, а людиномірні аспекти взаємодії, що часто не помітні на етапі макетування, але мають значний вплив на конверсію та задоволеність користувача.

7.4 Публікація і підготовка до реалізації

Після проходження всіх етапів тестування та внесення необхідних змін прототип було підготовлено до реалізації. Створено окремі фрейми для desktop- і mobile-версій, структуровано компоненти, впорядковано стилі, згенеровано специфікації для подальшої верстки.

Публічна версія Figma-прототипу відкриває можливість демонструвати роботу зовнішнім партнерам, розробникам або членам команди без потреби в додатковому програмному забезпеченні. Макети оформлені з урахуванням доступності, мають чітке найменування, збережену сітку та вбудовані анотації.

Таким чином, процес тестування завершився створенням якісного, структурованого та готового до втілення інтерфейсу, що відповідає всім сучасним вимогам до гуманітарних електронних видань.

9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

9.1 Характеристика продукту

У межах виконання кваліфікаційної роботи було здійснено повний цикл розробки дизайну вебсайту для благодійного притулку для тварин «Happy Paw». Цей цифровий продукт є некомерційним і має чітко виражене соціальне спрямування. Основна його мета полягає у сприянні процесу адопції тварин, формуванні довіри до діяльності організації, налагодженні ефективної комунікації з відвідувачами, а також у залученні волонтерської та доброчинної допомоги з боку громадськості.

Попри волонтерський характер реалізації проєкту, доцільним є проведення умовного економічного аналізу витрат, які могли б бути понесені за умови комерційного замовлення подібної розробки. Такий підхід дозволяє більш об’єктивно оцінити масштабність проєкту, складність робіт, витрати ресурсів і кваліфікаційний рівень, необхідний для його виконання. Умовна ринкова вартість, визначена на основі поточних ставок на ринку дизайну та цифрових послуг, може бути використана як аналітична основа для подальших соціальних ініціатив, планування бюджету схожих проєктів, або для звітності перед потенційними донорами та грантодавцями.

9.2 Команда проєкту

До розробки залучено умовну команду з трьох фахівців:

– UX-дизайнер – аналіз користувацьких сценаріїв і побудова структури сайту;

– UI-дизайнер – розробка візуального стилю, макетів, адаптивного дизайну;

– копірайтер – створення текстів для інтерфейсу, описів тварин, сторінок.

9.3 Розрахунок витрат на реалізацію проєкту

Тривалість розробки дизайну вебсайту становить 10 робочих днів (2 календарні тижні). У проєкті задіяні троє спеціалістів.

Для розрахунків було взято середньоринкові ставки на травень 2025 року в Україні (таблиця 4.1).

Таблиця 9.1 – Розрахунки заробітної плати учасників проєкту

Посада	Місячна зарплата, грн	Ставка/день (місячна / 22), грн
UX-дизайнер	30 000,00 грн	1 363,64 грн
UI-дизайнер	30 000,00 грн	1 363,64 грн
Копірайтер	20 000,00 грн	909,09 грн

Розрахунок основної зарплати за 10 днів:

– UX-дизайнер: 1 363,64 × 10 = 13 636,36 грн;

– UI-дизайнер: 1 363,64 × 10 = 13 636,36 грн;

– копірайтер: 909,09 × 10 = 9 090,91 грн.

Разом: 13 636,36 + 13 636,36 + 9 090,91 = 36 363,63 грн.

Додаткова заробітна плата (20%): 36 363,63 × 0.2 = 7 272,73 грн

ЄСВ (22%): (36 363,63 + 7 272,73) × 0.22 = 9 630,08 грн.

Собівартість розробки дизайну сайту представлена у таблиці 4,2.

Таблиця 9.2 – Собівартість дизайну сайту

Стаття	Сума, грн
Основна заробітна плата	36 363,36 грн
Додаткова заробітна плата	7 272,73 грн
ЄСВ	9 630,08 грн
Електроенергія	311,04 грн
Амортизація	1 180,56 грн
Обслуговування техніки	300,00
Усього собівартість	55 058,04 грн
Умовний прибуток (30%)	16 517,41 грн
Ціна без ПДВ	71 575,45 грн
ПДВ (20%)	14 315,09 грн
Загальна вартість проєкту	85 890,54 грн

У результаті розрахунків встановлено, що умовна ринкова вартість виконання проєкту з розробки дизайну сайту для притулку «Happy Paw» становить 85 890,54 грн, включно з умовним прибутком і податком на додану вартість (ПДВ). Така оцінка демонструє, що навіть волонтерські ініціативи мають високу економічну цінність – як за обсягом виконаних робіт, так і за рівнем професіоналізму команди.

Незважаючи на відсутність прибуткової складової, проєкт можна вважати економічно обґрунтованим, а розрахунки можуть бути використані як частина фінансової звітності для донорських організацій, участі в грантових конкурсах або планування бюджетів майбутніх ініціатив у сфері цифрової благодійності.

ВИСНОВКИ

У межах кваліфікаційної бакалаврської роботи було виконано розробку дизайну вебсайту для благодійного притулку для тварин «Happy Paw». Основна мета проєкту полягала у створенні сучасного, функціонального й візуально привабливого інтерфейсу, що сприяє пошуку нових домівок для тварин, залученню доброчинної допомоги та інформуванню про діяльність притулку.

На аналітичному етапі проведено дослідження цільової аудиторії, вивчено вітчизняні й міжнародні аналоги сайтів схожої тематики, окреслено вимоги до дизайну з урахуванням соціального контексту та користувацьких очікувань. Було сформульовано функціональну структуру сайту, розроблено карту сторінок та навігаційні сценарії.

У проєктно-конструкторській частині реалізовано дизайн усіх основних сторінок вебресурсу з дотриманням принципів адаптивності, доступності та композиційної узгодженості. Основою макетування стала 12-колонна модульна сітка, адаптована під різні брейкпоінти. Візуальна концепція побудована на теплій емоційній палітрі, сучасній типографіці та компонентному підході, що відповідає принципам UI/UX-дизайну.

Особливу увагу приділено створенню сторінки з каталогом тварин і детальними картками, де візуально й текстово підкреслюються індивідуальні риси кожної тварини. Це дозволяє сформувати емоційний зв’язок з користувачем і підвищити мотивацію до адопції.

Значну увагу приділено також тестуванню макетів: перевірялась логіка переходів, адаптивність, візуальна узгодженість, доступність інтерфейсу на різних пристроях. Здійснено UX-оцінку з урахуванням типових користувацьких сценаріїв, що дозволило оптимізувати структуру взаємодії та виявити можливі бар’єри у сприйнятті. Тестування прототипу підтвердило коректність реалізованої архітектури та її відповідність цільовим завданням.

У межах економічної частини здійснено умовний розрахунок вартості розробки дизайну проєкту з урахуванням ринкових ставок, витрат на ресурси, обладнання та податкові відрахування. Незважаючи на безоплатний характер роботи, оцінка витрат дозволяє визначити її реальну ринкову цінність і підтверджує обсяг залучених трудових ресурсів.

Результатом роботи став структурований і візуально цілісний продукт, готовий до реалізації у вигляді повнофункціонального вебсайту. Проєкт має не лише практичне застосування, а й соціальну значущість, оскільки сприяє розв’язанню проблеми безпритульних тварин, підвищує поінформованість громадськості та створює умови для ефективної комунікації між притулком і потенційними доброчинцями. У майбутньому проєкт може бути масштабований або доповнений новими функціями – зокрема системою реєстрації користувачів, базою даних, особистими кабінетами, що відкриває перспективи для повноцінної цифрової екосистеми підтримки тварин.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Модульні сітки в UI: найкращі практики використання // DesignTalk Club. URL: https://designtalk.club/modulni-sitky-v-ui-najkrashhi-praktyky-vykorystannya/ (дата звернення: 18.05.202).

2. Типографіка в дизайні: основні поняття і правила // iProspect. URL: https://iprospect.com.ua/tipografika-v-dizajni-osnovni-ponyattya-i-pravila/ (дата звернення: 18.05.202).

3. Психологія кольору у вебдизайні: створення дивовижного досвіду користувача через колірні схеми // UX PUB. URL: https://ux.pub/designer_kaliaieva/psikhologhiia-koloru-u-vieb-dizaini-stvoriennia-divovizhnogho-dosvidu-koristuvacha-chieriez-kolirni-skhiemi-7e4 (дата звернення: 18.05.202).

4. Принципи дизайну користувацького інтерфейсу у вебдизайні // Stfalcon. URL: https://stfalcon.com/uk/blog/post/user-interface-web-design-principles (дата звернення: 18.05.2025).

5. Вебдизайн: як створити дизайн для сайту // MarkWeb. URL: https://www.markweb.pro/veb-dizajn-yak-stvoriti-dizajn-dlya-sajtu/ (дата звернення: 20.05.2025).

6. Левикін І. В., Івахненко С. О. Принципи побудови модульної сітки для структурування вебдизайну // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2025. Т. 2. С. 211-212.

7. 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. Челомбітько. Харків: ХНУРЕ, 2020. 68 с.

8. 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.

9. Єгорова І.М. Проектування та розробка Web-документів: навч. посібник. Харків: ХНУРЕ, 2018. 264 с.

10. Ткаченко В.П., Челомбітько В.Ф., Дорош А.К. Обробка текстової інформації у видавничих системах: Ч. І. Теоретичні основи обробки текстової інформації. Х.: «Компанія СМІТ», 2007. 308 с

11. Чеботарьова І.Б. Системи управління кольором: конспект лекцій. Харків: ХНУРЕ, 2016. 102 с.

12. Web Volunteers – платформа цифрового волонтерства для громадських ініціатив. URL: https://webvolunteers.net/ (дата звернення: 08.06.2025).

13. 11 принципів дизайну // Друкарня «Новий друк». URL: https://drukarnia.com.ua/articles/11-principiv-dizainu-2Qyi4 (дата звернення: 18.05.2025).

14. Як аналізувати цільову аудиторію та визначати її потреби // Kyivstar HUB. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-analizuvati-czilovu-auditoriyu-ta-viznachati-yiyi-potrebi (дата звернення: 18.05.2025).

15. Інструкція: як провести аналіз конкурентів // UAATEAM. URL: https://uaateam.agency/blog/instruktsiya-yak-provesti-analiz-konkurentiv/ (дата звернення: 18.05.2025).