

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ UI/UX-ДИЗАЙНУ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У ПРОЄКТУВАННІ САЙТУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ФОТОТОВАРІВ

Бізюк А.В., професор, кафедра МСТ, ХНУРЕ
Балаклицька А.В., бакалавр, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Анотація. У роботі розглянуто основні принципи UI/UX-дизайну та їх застосування під час створення сайту інтернет-магазину фототоварів. Показано, що для такого сайту важливими є зрозуміла структура, зручний каталог, якісні зображення товарів, помітні кнопки дії та простий перехід до замовлення. Особливу увагу приділено плануванню інтерфейсу, визначенню основних сценаріїв користувача та ролі окремих елементів дизайну.

Ключові слова: UI/UX-дизайн, сайт інтернет-магазину, інтерфейс, навігація, користувацький досвід, адаптивний дизайн

Під час створення мобільного застосунку важливо продумати не тільки його функції, а й те, як користувач буде з ними працювати. Інтерфейс має бути простим, зрозумілим і не перевантаженим зайвими елементами. Користувач повинен швидко знайти потрібну кнопку, зрозуміти послідовність дій і без зайвих пояснень виконати основне завдання. Для цього у UI/UX-дизайні враховують простоту, візуальну ієрархію, єдиний стиль елементів, зручну навігацію та адаптацію інтерфейсу до різних екранів. Якщо ці вимоги не виконані, навіть корисний застосунок може бути незручним у використанні.

Питання UI/UX-дизайну є важливими для сайтів, які не лише представляють компанію, а й допомагають користувачеві обрати товар і перейти до замовлення. Тому під час проєктування такого цифрового продукту доцільно спиратися на дослідження, у яких розглянуто UX Research, етапи планування інтерфейсу та функціональне призначення окремих елементів дизайну. Ці питання послідовно досліджуються на кафедрі МСТ ХНУРЕ, зокрема в роботах, присвячених проєктуванню UI/UX цифрових продуктів. Для поточного дослідження такий огляд є особливо важливим, оскільки він дозволяє пов'язати загальні принципи UI/UX-дизайну з конкретним завданням – проєктуванням сайту фототоварів, де кожен елемент інтерфейсу має підтримувати пошук, вибір і замовлення продукції.

У роботі Дейнеко та Котенко [1] розглянуто значення UX Research під час розробки UI-продукту. Автори підкреслюють, що інтерфейс має допомагати користувачеві досягати потрібного результату з мінімальними витратами часу та зусиль. Для інтернет-магазину фототоварів це особливо важливо, оскільки користувач повинен швидко знайти потрібну категорію товарів, переглянути характеристики, порівняти позиції та перейти до замовлення. Тому під час проєктування такого сайту потрібно враховувати не лише зовнішній вигляд сторінок, а й логіку пошуку, навігації та вибору товару.

У роботі Вовк і Задорожної [2] досліджено етапи планування UI та UX сайту на початку його створення. Автори звертають увагу на те, що частину елементів треба продумати ще на старті роботи, оскільки вони формують основу майбутнього сайту.

Для представницького сайту або інтернет-магазину фототоварів такими базовими елементами є структура головної сторінки, каталог продукції, картка товару, фільтри, блок переваг, контактна інформація та форма замовлення. Якщо ці елементи спроектовані невдало, користувачеві буде складно зрозуміти асортимент і виконати цільову дію.

У роботі Бізюка та Пономарьової [3] проаналізовано функціональні можливості елементів дизайну для мобільного застосунку. Це джерело важливе для розуміння того, що кнопки, іконки, поля введення, картки, меню та інші елементи інтерфейсу потрібно оцінювати не лише як декоративні об'єкти, а як засоби виконання конкретних дій. Для сайту фототоварів це можна застосувати до кнопки "Купити", фільтрів за типом товару, блоку з технічними характеристиками, галереї зображень, кошика та контактної форми. Кожен з цих елементів має допомагати користувачеві рухатися за зрозумілим сценарієм: перегляд товару – уточнення характеристик – вибір – замовлення.

У роботі Левикіна та Шимка [4] розглянуто сучасні інструменти автоматизованої конверсії відеоконтенту в статичні зображення та текстову інформацію. Хоча ця робота не стосується безпосередньо інтернет-магазинів, вона є корисною для ширшого розуміння ролі мультимедійного контенту в цифрових продуктах. Для сайту фототоварів це може бути пов'язано з підготовкою візуальних матеріалів, описів, демонстраційних зображень і текстового супроводу продукції. Якісне представлення мультимедійної інформації допомагає користувачеві краще оцінити товар і прийняти рішення про покупку.

У межах бакалаврського кваліфікаційного дослідження розроблюваний цифровий продукт розглядається як представницький сайт з елементами інтернет-магазину для фототоварів. Передбачено, що користувач зможе переглядати асортимент, переходити між категоріями, ознайомлюватися з характеристиками товарів, переглядати зображення продукції та залишати заявку або оформлювати замовлення. Для такого сайту важливо забезпечити зрозумілу структуру каталогу, помітні кнопки дії, зручні фільтри, читабельні описи товарів і достатньо якісне візуальне представлення продукції. Це дозволяє розглядати UI/UX-дизайн не лише як оформлення сторінок, а як засіб організації зручного шляху користувача від першого перегляду сайту до вибору конкретного товару.

Проектування UI/UX-дизайну сайту фототоварів доцільно виконувати поетапно. Спочатку потрібно визначити цільову аудиторію та основні сценарії використання сайту: перегляд асортименту, пошук потрібної категорії, ознайомлення з характеристиками товару, перегляд фотографій і перехід до замовлення. Такий підхід узгоджується з роботами, у яких наголошується на важливості UX Research та попереднього планування структури інтерфейсу [1, 2]. Після цього можна переходити до створення wireframe-макетів, розроблення прототипу та перевірки зручності основних елементів: меню, каталогу, картки товару, фільтрів, кнопок дії та форми замовлення. Це дозволяє оцінювати інтерфейс не лише за зовнішнім виглядом, а й за тим, наскільки він допомагає користувачеві виконати потрібну дію.

Сучасні тенденції UI/UX-дизайну спрямовані на підвищення зручності використання, спрощення навігації та покращення візуального сприйняття цифрових продуктів. Для сайту фототоварів особливе значення мають мінімалістичне оформлення, якісні зображення продукції, помітні кнопки дії та зрозуміла структура каталогу. Темна тема, мікрovskyзаємодії та анімація можуть використовуватися як допоміжні засоби, але вони не повинні відволікати користувача від головного завдання – перегляду товару, ознайомлення з його характеристиками та переходу до замовлення. Важливим також є адаптивний дизайн, оскільки сайт має однаково зручно відкриватися на смартфоні, планшеті та комп'ютері.

Для сайту фототоварів критичним є не лише декоративне оформлення сторінок, а й зручна організація шляху користувача від перегляду асортименту до вибору конкретного товару. Якісний інтерфейс допомагає швидко знайти потрібну категорію, переглянути фотографії, прочитати характеристики, порівняти товари та перейти до замовлення. Зручна структура сайту зменшує кількість зайвих дій, підвищує довіру до продавця та робить взаємодію з цифровим продуктом більш зрозумілою. Тому під час проєктування потрібно враховувати не тільки зовнішній вигляд сторінок, а й логіку навігації, помітність основних кнопок, читабельність описів і якість візуального представлення продукції.

У дослідженні визначено основні функціональні та інтерфейсні вимоги до представницького сайту з елементами інтернет-магазину фототоварів. Запропоновано логіку взаємодії користувача із сайтом, яка охоплює перегляд асортименту, вибір категорії, ознайомлення з характеристиками товару, перегляд зображень і перехід до замовлення. Обґрунтовано, що для такого цифрового продукту ключовими UX-вимогами є зрозуміла структура каталогу, помітні елементи керування, якісне візуальне представлення товарів, читабельні описи та простий шлях користувача до цільової дії.

Література.

1. Дейнеко, Ж.В., & Котенко, Д.А. (2021). Дослідження UX Research під час розробки UI продукту. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 1. (с. 79-80).
2. Вовк, О.В., & Задорожна, В.К. (2025). Дослідження етапів планування UI та UX сайту. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 28-30).
3. Бізюк, А.В., & Пономарьова, О.В. (2024). Аналіз функціональних можливостей елементів дизайну для мобільного застосунку. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 1. (с. 207-208).
4. Левикін, І.В. & Шимко, Д.І. (2025). Сучасні інструменти автоматизованої конверсії відеоконтенту в статичні зображення та текстову інформацію. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 1. (с. 110-111).