

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ  
ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ  
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

Кафедра графічного дизайну

*На правах рукопису*

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня магістр

на тему:

**ДИЗАЙН ВЕБ СЕРВІСУ З ПОШУКУ ЗАГУБЛЕНИХ  
ТВАРИН**

Виконала студентка II курсу

Групи МДЗ-11-22 з

Спеціальності:

022 Дизайн

Коркосенко А.С.

Керівниця:

кандидатка філос. наук, доцентка

Слівінська А. Ф.

Рецензент: Царенко С.О.

кандидат архітектури

Допустити до захисту  
Протокол № 4 засідання кафедри  
від « 16 » листопада 2023 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

(\_\_\_\_\_) А.Л.Сліпич \_\_\_\_\_

(підпис) (ініціали, прізвище)

Київ-2023

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ  
Інститут дизайну та реклами  
Кафедра графічного дизайну  
Освітній ступінь «магістр»  
Спеціальність 022 «Дизайн»  
Освітня програма дизайн

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
**Завідувач кафедри**  
**доц. Сліпич А.Л**  
**«5» вересня 2023 р.**

## **ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

### **СТУДЕНТЦІ**

**Коркосенко Анні Сергіївні**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи — «Дизайн веб сервісу з пошуку загублених тварин»  
Керівниця роботи — Слівінська Аліна Францівна, кандидатка філософських наук,  
доцентка

---

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

2. Строк подання студентом роботи — 24 листопада 2023 р.

3. Мета та завдання кваліфікаційної роботи

**Мета:** дослідження можливих підходів до розробки та дизайну веб-сервісу для пошуку загублених тварин та реалізація цього проєкту.

**Завдання:** оглянути сучасні проблеми у пошуку загублених тварин. Дослідити існуючі веб-сервіси. Вивчити технологічні аспекти розробки веб-сервісів. Підібрати методи дослідження даної теми. Проаналізувати потенційних користувачів та їх проблеми. Візуалізувати дії користувачів на сайті. Створити функціональні можливості та вигляд інтерфейсу. Розробити адаптивний дизайн для різних девайсів.

4. **Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових**

**креслень)** : головні персони веб-сервісу, JTBD (Робота, яку потрібно виконати), User Flow (Потік користувача), Wireframes (каркаси сайту), UI (дизайн інтерфейсу), адаптація веб-сервісу під смартфон та планшет, 2 демонстраційні аркуші формату А1.

#### 5. Консультанти розділів роботи (проекту)

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Дата, підпис   |                  |
|--------|---|----------------|------------------|
|        |   | Завдання видав | Завдання прийняв |
| I      | Слівінська Аліна Францівна                | 5.09.2023      | 24.09.2023       |
| II     | Слівінська Аліна Францівна                | 24.09.2023     | 14.10.2023       |
| III    | Слівінська Аліна Францівна                | 14.10.2023     | 19.11.2023       |
| IV     | Слівінська Аліна Францівна                | 19.11.2023     | 24.11.2023       |

6. Дата видачі завдання 05 вересня 2023р.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи                  | Строк виконання етапів роботи (проекту) | Примітка |
|-------|--|---|----------|
| 1     | Складання програми кваліфікаційної роботи            | 5 вересня                               | виконано |
| 2     | Вибір об'єкту проектування                           | 5 вересня                               | виконано |
| 3     | Аналіз аналогів                                      | 9 вересня                               | виконано |
| 4     | Формулювання мети та завдання кваліфікаційної роботи | 12 вересня                              | виконано |
| 5     | Написання першого розділу кваліфікаційної роботи     | 23 вересня                              | виконано |
| 6     | Розроблення графічного рішення                       | 2 жовтня                                | виконано |
| 7     | Написання другого розділу кваліфікаційної роботи     | 11 жовтня                               | виконано |

|    |   |              |          |
|----|---|--------------|----------|
| 8  | Написання третього розділу кваліфікаційної роботи   | 30 жовтня    | виконано |
| 9  | Написання четвертого розділу кваліфікаційної роботи | 10 листопада | виконано |
| 10 | Складання опису кваліфікаційної роботи              | 12 листопада | виконано |
| 11 | Формулювання висновків кваліфікаційної роботи       | 18 листопада | виконано |
| 12 | Візуалізація проєктної графіки                      | 20 листопада | виконано |
| 13 | Оформлення кваліфікаційної роботи згідно до вимог   | 24 листопада | виконано |
|    |   |              |          |

**Студентка**



\_\_\_\_\_ (підпис)

**Коркосенко А.С.**

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

**Керівниця проєкту**

**Слівінська А. Ф.**

## АНОТАЦІЯ

Магістерська робота присвячена розробці та дослідженню веб-сервісу, спрямованого на вирішення актуальної проблеми загублених домашніх тварин у сучасному інформаційному суспільстві. За останні роки технології та Інтернет стали невід'ємною частиною нашого повсякдення, змінюючи підходи до вирішення різних завдань, включаючи проблему пошуку втрачених тварин.

Робота аналізує вплив технологій на сфери гуманітарних, психологічних та безпекових вимірів життя. Зосереджуючись на загублених домашніх тваринах, робота доводить, що це не лише проблема власників, але й глобальне та локальне явище, яке ставить під загрозу безпеку, спричиняє страждання тварин та їхніх власників.

Основною інновацією роботи є створення веб-сервісу Pet Helper, який не лише спрощує пошук втрачених тварин, але й максимально ефективно впливає на процес їхнього повернення додому. Розроблений веб-сервіс дозволяє користувачам використовувати різноманітні критерії для пошуку, що сприяє точному та швидкому виявленню втрачених тварин.

З огляду на технічні аспекти, веб-сервіс адаптований для використання на різних пристроях, враховуючи різні розміри екранів та характеристики пристроїв. Адаптивний дизайн забезпечує зручну взаємодію незалежно від того, чи використовує користувач смартфон, планшет чи персональний комп'ютер.

Результатом даної роботи є не лише розроблений веб-сервіс Pet Helper, але й теоретичні та практичні основи для дизайну подібних пошукових веб-сервісів. Проект враховує сучасні тенденції у галузі веб-розробок та дизайну, сприяючи створенню інноваційних рішень для актуальних соціальних проблем.

Результати дослідження можуть сприяти подальшому розвитку галузі, а веб-сервіс Pet Helper стає прикладом успішного поєднання технологій та дизайну для вирішення актуальних суспільних проблем.

**Ключові слова:** веб-сервіс, UI/UX дизайн, адаптивний дизайн, загублені тварини, пошук, інновації.

## SUMMARY

The master's thesis is dedicated to the development and research of a web service aimed at addressing the current issue of lost domestic animals in modern information society. In recent years, technology and the internet have become an integral part of our daily lives, changing approaches to solving various tasks, including the problem of finding lost animals.

The thesis analyzes the impact of technology on the humanitarian, psychological, and security dimensions of life. Focusing on lost domestic animals, the work argues that this is not only a problem for owners but also a global and local phenomenon that threatens safety, causes suffering to animals and their owners.

The main innovation of the work is the creation of the Pet Helper web service, which not only simplifies the search for lost animals but also maximally effectively influences the process of their return home. The developed web service allows users to use various criteria for searching, facilitating accurate and speedy identification of lost animals.

In terms of technical aspects, the web service is adapted for use on different devices, considering various screen sizes and device characteristics. The adaptive design ensures convenient interaction regardless of whether the user is using a smartphone, tablet, or personal computer.

The result of this work is not only the developed Pet Helper web service but also theoretical and practical foundations for designing similar search web services. The project takes into account modern trends in web development and design, contributing to the creation of innovative solutions for current social problems.

The research results can contribute to the further development of the field, and the Pet Helper web service serves as an example of the successful combination of technology and design to address relevant social issues.

**Keywords:** *web service, UI/UX design, adaptive design, lost animals, search, innovation.*

# ЗМІСТ

## АНОТАЦІЯ

|   |     |
|---|-----|
| <b>ВСТУП</b> .....  | 2   |
| <b>РОЗДІЛ 1. ВЕБ-СЕРВІС: ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ</b> .....                     | 6   |
| 1.1. Структура веб-сервісу.....   | 6   |
| 1.2. Аспекти розробки дизайну веб-сервісів.....                             | 11  |
| Висновки до першого розділу.....  | 15  |
| <b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ ВЕБ-СЕРВІСІВ З ПОШУКУ ТВАРИН</b> ....          | 17  |
| 2.1. Методи дослідження у веб-дизайні.....                                  | 17  |
| 2.2. Дослідження веб-сервісів з пошуку тварин та їх цільової аудиторії..... | 21  |
| 2.3. Переваги та недоліки сайтів-аналогів.....                              | 27  |
| Висновки до другого розділу.....  | 34  |
| <b>РОЗДІЛ 3. ДИЗАЙН ВЕБ-СЕРВІСУ ПОШУКУ ЗАГУБЛЕНИХ ТВАРИН</b> ..             | 35  |
| 3.1. Аналіз досвіду користувачів веб-сервісу.....                           | 35  |
| 3.2. Розробка дизайну інтерфейсу.....                                       | 61  |
| Висновки до третього розділу.....   | 81  |
| <b>РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙНУ ВЕБ-СЕРВІСУ</b> .....         | 83  |
| Висновки до четвертого розділу.....   | 88  |
| <b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ</b> .....  | 89  |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....                                     | 92  |
| <b>ДОДАТКИ</b> .....  | 100 |

## ВСТУП

У сучасному інформаційному суспільстві, що стрімко розвивається, технології та Інтернет стають не лише невід'ємною частиною нашого повсякдення, але і потужним каталізатором для перетворень у різних сферах життя. Важливим напрямом стає впровадження інновацій у сферу веб-розробок та дизайну. Ідеї та концепції, які виникають в цьому контексті, не лише формують новий етап технологічного прогресу, але й впливають на якість нашого життя, роблячи його більш комфортним, безпечним та зорієнтованим на розв'язання практичних завдань.

Однією з таких інновацій, що здатна вплинути на наше оточення, є створення веб-сервісів, спрямованих на розв'язання конкретних завдань.

Важливим аспектом є здатність веб-сервісів не лише полегшувати різні аспекти нашого життя, але й впливати на сфери, які торкаються гуманітарних, психологічних та безпекових вимірів. Один із важливих прикладів цього впливу — створення веб-сервісів для пошуку загублених домашніх тварин, яке стає практичною відповіддю на актуальні проблеми.

Тема загублених домашніх тварин є глобальними та локальними викликами, які визначають сучасний стан суспільства. Не будучи пристосованими до самостійного виживання в міському середовищі, це стає сильним стресом для них, спричинюючи появі захворювань, голодуванню, насильства з боку інших тварин чи людей, та навіть смерті. Сильний емоційний вплив мають також власники тварин і особливо діти, через втрату свого домашнього улюбленця. Крім цього, тварини можуть становити загрозу безпеці на дорозі, якщо вони вибігають перед автомобілями, шукаючи свого власника. Вони можуть завдавати проблем громаді, стаючи агресивними, через почуття небезпеки. З часів повномасштабного вторгнення в Україну, чисельність загублених тварин дуже зросла та продовжує зростати.

**Метою** є дослідження теоретичних і практичних основ дизайну пошукових веб-сервісів і розробка власного веб-сервісу для пошуку загублених тварин.



**Завдання роботи.** Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі завдання:

- оглянути сучасні проблеми у пошуку загублених тварин;
- дослідити існуючі веб-сервіси;
- вивчити технологічні аспекти розробки веб-сервісів;
- підібрати методи дослідження даної теми;
- проаналізувати потенційних користувачів та їх проблеми;
- візуалізувати дії користувачів на сайті;
- створити функціональні можливості та вигляд інтерфейсу;
- розробити адаптивний дизайн для різних девайсів;
- провести тестування з користувачами.

**Об'єкт дослідження.** Об'єктом дослідження є дизайн веб-сервісу для пошуку тварин.

**Предмет дослідження.** Предметом дослідження є теоретичні і практичні основи дизайну веб-сервісів створених для пошуку загублених тварин. Аналіз функціональності дизайну інтерфейсу, технічні аспекти його розробки, взаємодії з користувачами та ефективність у використанні.

**Наукова новизна** - осмислення функціональності веб-дизайну і з'ясування його практичної значущості у створенні інноваційного дизайну пошукових веб-сервісів. Розробка власного веб-сервісу для пошуку загублених тварин, який має можливість фільтрувати дані про тварин, такі як: розпізнавання за фотографіями, особливостями домашніх улюбленців та розміщенням маркерів географічних даних на карті.

**Методи дослідження.** Для виконання поставлених у роботі завдань потрібно виконати підбір та застосування різних методів дослідження.

Потреbam моєї розробки відповідають такі методи:

- “Аналіз вимог користувачів”. Дослідивши проблему, з якою зіштовхнулися потенційні користувачі, потрібно провести опитування, або інтерв'ю, стосовно можливостей, які б допомогли їм у вирішенні проблеми.

- Наступний метод - це “Аналіз конкурентів”. Цей метод допомагає вивчити існуючі веб-сервіси для визначення їхніх сильних та слабких сторін, функціональних рішень та графічних рішень, які вони пропонують, щоб покращити власний сайт.

- “Контекстне дослідження”. Вивчення специфічних особливостей проблеми загублених тварин в Україні. Це включає аналіз статистики загублених тварин, діяльність місцевих притулків та організацій, які займаються порятунком тварин.

- “Мозковий штурм”. Мозковий штурм традиційно використовується для стимулювання творчості з метою вироблення концепцій та ідей щодо конкретної проблеми. Для цього потрібно налаштуватися на кількість, а не якість ідей, утримуючись від критики. Це сприятиме генеруванню різноманітних пропозицій в функціональному та графічному аспекті дизайну.

- Матриця “вплив-ефект”. Цей метод дозволяє класифікувати ідеї на головні та другорядні, та за рівнем складності, для визначення порядку, в якому буде розвиватися проект, щоб сфокусувати шлях його реалізації.

- “Аналіз трендів у веб-дизайні та технологіях”. Слідкування за останніми тенденціями у веб-дизайні та розробці веб-сервісів для впровадження інновацій на власному сайті.

- Метод “Прототипування”. Прототип — це рання модель, зразок продукту, створений для перевірки концепції чи процесу.

- “Тестування з користувачами”. Даний метод полягає у проведенні тестування прототипів з реальними користувачами для отримання їхнього фідбеку та ідентифікації проблем у використанні сервісу та інтерфейсі.

**Концепція роботи.** Концепція даної роботи полягає в тому, щоб застосувати сучасні технології для розробки дизайну функціоналу та інтерфейсу веб-сервісу, який буде спрямований на порятунок та повернення загублених домашніх тварин їхнім власникам. Функціональні можливості веб-сервісу покликані полегшити користувацький досвід та забезпечити зручну та ефективну платформу. Дизайн інтерфейсу розробляється з метою створення

приємного середовища для користувачів, надаючи їм максимальний комфорт та позитивні враження від використання сервісу.

Основні особливості розроблюваного веб-сервісу включають низку функціональних можливостей, спрямованих на максимально ефективний пошук та повернення загублених тварин їхнім власникам. Сервіс надає можливість користувачам використовувати різноманітні критерії для пошуку, що сприяє точному та швидкому виявленню втрачених улюбленців. Унікальність розробки проявляється у здатності автоматично визначати збіги між втраченими та знайденими тваринами, надаючи власникам можливість знайти своїх улюбленців за мінімальний часовий проміжок.

Однак не менш важливою частиною розробки є адаптація веб-сервісу під різні типи пристроїв. Адаптивний дизайн враховує різні розміри екранів та характеристики пристроїв, забезпечуючи однаково високу якість взаємодії незалежно від обраного девайсу.

Системний підхід до розв'язання проблеми загублених тварин, використовуючи сучасні технології та дизайн, стає стратегічним напрямком вирішення соціальних та екологічних проблем. Дана робота висвітлює не лише важливість впровадження інновацій у розробку веб-сервісів, але й сприяє розумінню впливу технологій на соціальні питання та забезпеченню сталого розвитку суспільства.

**Практичне значення** одержаних результатів може бути використано у:

- Сприяння вирішенню соціально-екологічних проблем, а саме: зменшення кількості безпритульних тварин, підвищення їхнього шансу на повернення додому, сприяння покращенню якості їхнього життя.
- Вдосконаленню сучасних стандартів веб-розробки.
- Впровадженню інновацій у сфері пошуку та порятунку тварин.

**Апробація результатів та роботи.** Участь у IV Всеукраїнській науково-практичній конференції «Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство» з доповіддю на тему: «Веб-сервіс з пошуку

зниклих домашніх тварин». Конференція відбулась в НАКККіМ, в Інституті дизайну та реклами, 9 листопада 2023 р. [\[76\]](#).

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, 4 розділів, висновків, використаних джерел та додатків.

## РОЗДІЛ 1. ВЕБ-СЕРВІС: ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ

### 1.1. Структура веб-сервісу

Веб-сервіси, у широкому розумінні, представляють собою програмну систему, що забезпечує свої функціональні можливості через Інтернет. Вони взаємодіють за допомогою набору відкритих протоколів, таких як HTTP (протокол передачі даних), та стандартів, таких як XML (стандарт побудови мов розмітки ієрархічно структурованих даних) і SON (текстовий формат обміну даними між комп'ютерами). Веб-сервіси дозволяють обмінюватися даними між програмами або системами, незалежно від мов програмування та платформи їхнього запуску

Зростаюча необхідність в автоматизації та взаємодії програм та систем через мережу служила важливим пусковим механізмом для виникнення веб-сервісів. Попередньо в Інтернеті присутні були лише веб-сторінки, спрямовані на надання інформації та сприяння їхній взаємодії з користувачами. Проте із збільшенням обсягів даних та розвитком ринку електронної комерції виникла необхідність у механізмах для взаємодії не лише між людьми та веб-сайтами, але й між програмами [\[3\]](#).

XML та HTTP, фундаментальні платформи веб-сервісів, використовуються для побудови різноманітних компонентів. Один із таких компонентів - SOAP (Простий протокол доступу до об'єктів) - є транспортно-незалежним протоколом обміну повідомленнями, що базується на відправці XML-даних у вигляді SOAP-повідомлень. Кожному повідомленню додається XML-документ, структура якого відповідає певному шаблону. У веб-сервісах SOAP видається особливо важливим завдяки використанню стандартного веб-протоколу HTTP для передачі всіх повідомлень [\[60\]](#).

Ще однією ключовою платформою є UDDI (Універсальний опис, виявлення та інтеграція), стандарт для визначення, публікації та виявлення онлайн-сервісів постачальника послуг. UDDI надає специфікацію, яка допомагає в розміщенні даних за допомогою веб-сервісів та робить їх доступними для клієнтських додатків через репозиторій. Цей репозиторій, схожий на телефонний

довідник, містить файли WSDL (Мова опису веб-сервісів), які дозволяють клієнтським додаткам отримати повний доступ до різноманітних веб-сервісів.

WSDL, як ще один XML-заснований файл, використовується для опису функціоналу веб-сервісу, забезпечуючи клієнтам необхідну інформацію для ефективної взаємодії. Разом із SOAP та UDDI, WSDL стає необхідною складовою для забезпечення повного циклу використання веб-сервісу.

Узагальнюючи, SOAP відповідає за надсилання та отримання повідомлень, UDDI допомагає знаходити веб-сервіси, а WSDL описує їх функціонал та використання. Ці компоненти, взаємодіючи, формують потужний інструмент для інтеграції програм та систем [\[58\]](#), [\[60\]](#).

В контексті їхньої функціональності веб-сервіси можна класифікувати у ряд категорій:

#### **1. Дошки Оголошень, Торгові Маркетплейси, Каталоги:**

Онлайн-платформи, які дозволяють користувачам купувати та продавати товари та послуги. Ці платформи зазвичай об'єднують двох основних користувачів - покупців та продавців.

#### **2. Онлайн-Консультації та Навчання:**

Сервіси, що надають користувачам можливість отримувати консультації або здобувати знання онлайн, розширюючи доступ до експертної інформації.

#### **3. Пошук Товарів та Порівняння Цін:**

Сервіси, які допомагають користувачам знаходити найкращі ціни на товари та порівнювати їх, сприяючи інформаційному вибору.

#### **4. Системи Бронювання:**

Сервіси, які дозволяють користувачам зручно бронювати послуги або товари, спрощуючи процес планування та резервування.

#### **5. Соцмережі, Форуми, Сайти Знайомств:**

Платформи, які сприяють спілкуванню користувачів між собою, обміну думками та ідеями, а також знаходженню потенційних партнерів.

#### **6. Пошукові Сервіси:**

Сервіси, що допомагають користувачам знаходити необхідну інформацію та використовують фільтри для точного визначення запитів.

Ця класифікація віддзеркалює різноманітність функціоналу веб-сервісів та підкреслює їхню важливість у різних аспектах віртуального середовища.

**Головні відмінності веб-сервісів від веб-сторінок.** Веб-сервіси та веб-сторінки відіграють важливу роль у сучасному Інтернеті, проте вони суттєво відрізняються за своєю призначеністю та функціональністю. У даній науковій роботі я розгляну порівняльний аналіз цих двох типів веб-додатків з технічної та функціональної точок зору.

Веб-сервіси представляють собою динамічні веб-додатки, які спрямовані на взаємодію користувачів між собою або з програмами. Однією з основних відмінностей є те, що веб-сервіси часто вимагають аутентифікації та авторизації користувачів, що робить їх більш безпечними та придатними для застосувань, де конфіденційність є важливою. Технічно вони можуть бути досить складними, оскільки можуть взаємодіяти з різними мовами програмування та платформами.

У веб-сервісів основним завданням є обмін даними чи надання конкретних послуг, таких як обчислення чи зберігання. Вони зазвичай використовують стандартизовані формати даних, такі як XML або JSON, для обміну інформацією, що робить їх більш сумісними та легкоінтегрованими.

Веб-сторінка, навпаки, є документом, який просто відображається в веб-браузері. Вона написана мовою HTML і містить текст, зображення, код JavaScript та інші елементи. Веб-сторінки надають користувачам інформацію та зазвичай не вимагають взаємодії, а лише відображають дані [61], [62].

Основні відмінності між веб-сервісами і веб-сторінками полягають в їхній призначеності та можливостях. Веб-сервіси дозволяють виконувати дії, такі як створення, читання, оновлення та видалення даних, а також використовувати різні послуги, наприклад, обчислення чи зберігання. З іншого боку, веб-сторінки просто відображають інформацію, не передбачаючи таких можливостей.

Технічно, веб-сервіси і веб-сторінки використовують протокол HTTP для комунікації, але веб-сервіси також можуть використовувати стандартизовані формати даних для обміну інформацією між програмами.

У світі веб-сервісів можна виділити три основні категорії:

1. Ділова інформація: компанії використовують веб-сервіси для розширення своєї сфери діяльності, надаючи інформацію споживачам та іншим компаніям. Це може включати потоки новин, прогнози погоди чи котирування акцій.











2. Інтеграція бізнесу: компанії стають частиною глобальної мережі постачальників із доданою вартістю, пропонуючи своїм клієнтам орієнтовані на транзакцію платні послуги. Це може бути електронні ринки для аукціонів або перевірка кредитоспроможності.

3. Аутсорсинг бізнес-процесів: підприємства використовують веб-сервіси для динамічної інтеграції своїх процесів та взаємодії з іншими компаніями. Це може включати об'єднання виробництва, складання, оптової та роздрібно торгівлю певним продуктом.

Серед найбільш популярних веб-сервісів у світі слід відзначити Google, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, WhatsApp, Amazon, Netflix, LinkedIn та TikTok. Ці сервіси стали не просто елементами онлайн-простору, але й ключовими факторами сучасного соціуму та економіки.

Український сегмент Інтернету також активно використовується, і на вершині списку популярних веб-сервісів в Україні у вересні 2023 року можна виділити такі платформи [\[63\]](#):



| Rank ⓘ | Website ⓘ   | Category ⓘ   | Rank Change ⓘ |
|--------|---|--|---------------|
| 1      |  google.com      | Computers Electronics and Technology > Search Engines        | =             |
| 2      |  youtube.com     | Arts & Entertainment > Streaming & Online TV                 | =             |
| 3      |  facebook.com    | Computers Electronics and Technology > Social Media Networks | =             |
| 4      |  ukr.net         | News & Media Publishers                                      | ▲ 1           |
| 5      |  sinoptik.ua     | Science and Education > Weather                              | ▼ 1           |
| 6      |  olx.ua          | eCommerce & Shopping > Classifieds                           | =             |
| 7      |  censor.net      | News & Media Publishers                                      | ▲ 1           |
| 8      |  pravda.com.ua   | News & Media Publishers                                      | ▼ 1           |
| 9      |  rezka.ag      | Arts & Entertainment > Streaming & Online TV                 | =             |
| 10     |  wikipedia.org | Reference Materials > Dictionaries and Encyclopedias         | ▲ 4           |

*Рис.1.1.1. Найбільш відвідувані веб-сервіси в Україні*

## 1.2. Аспекти розробки дизайну веб-сервісів

В сучасному інтернет-просторі завдання виявлення та впровадження оптимальних дизайнерських підходів на веб-сторінках виявляється складнішим, ніж коли-небудь раніше. Як відзначено Рослін Равард у своїй важливій праці "Academic Library Website Design Principles: Development of a Checklist", вміння створити веб-сторінку вже не є винятковою вмілістю; важливою стає вміння зробити це якісно. Автори Абельс, Вайт та Хан вбачають, що визначення ознак добре розробленого ресурсу в Інтернеті є актуальною проблемою, яка переживає зміни з роками [4].

**Інформаційна архітектура.** Перший аспект розробки дизайну веб-сервісу є його інформаційна архітектура. Потреба в інформаційній архітектурі виникла, щоб організувати всю наявну на сайті інформацію таким чином, щоб по ньому було зручно переміщатися та легко знайти те, що шукають користувачі. Оскільки інформаційна архітектура - це структурний план для організації та управління інформацією в системі, вона складається з чотирьох основних компонентів:

- Системи організації - це способи групування та структурування інформації. Вони можуть бути ієрархічними, мережевими або змішаними. Ці конкретні способи групування інформації можуть визначати, наприклад, що всі продукти певної категорії будуть знаходитися в одному розділі.
- Системи відміток - це способи представлення інформації в зручному для користувача вигляді. Вони можуть використовувати: текст - це найпоширеніший спосіб представлення інформації; зображення - спосіб представити візуальну інформацію; для динамічної інформації використовують відео або гіфки; анімація - для розміщення складної інформації; графіки використовуються для демонстрації статистичної інформації.
- Системи навігації допомагати користувачам знаходити потрібну інформацію. Вони можуть включати в себе: меню - це традиційний спосіб навігації в веб-додатках; посилання - це спосіб перенаправляти користувачів на іншу сторінку; карти сайту - це зображення або список сторінок, які

допомагають користувачам орієнтуватися в системі; вказівники - це короткі повідомлення, які допомагають користувачам знайти потрібну інформацію.

- Системи пошуку - це способи допомогти користувачам знаходити інформацію за запитом. Вони можуть використовувати різні алгоритми для пошуку інформації в базі даних [2].

**Sitemap.** Наступним аспектом розробки є створення sitemap (карти сайту).

Карта сайту - це схема структури сайту, яка використовується для розуміння та організації інформації на сайті. Карти сайтів можуть бути внутрішніми, які використовуються командою розробників, або зовнішніми, які публікуються на сайті для користувачів.

Карти сайтів створюються на ранніх етапах розробки сайту і постійно оновлюються, щоб відображати зміни в структурі сайту. Карти сайтів можуть використовуватися для підтримки різних процесів, таких як управління проектами, управління контентом та створення специфікацій. Вони показують зв'язки між сторінками сайту та зазвичай складаються з блоків, які представляють сторінки сайту, та ліній, які представляють шляхи навігації між сторінками.

Карти сайтів є важливим інструментом для інформаційного проектування, оскільки вони допомагають організувати інформацію на сайті таким чином, щоб вона була зрозумілою та легкодоступною для користувачів [9].

**Wireframe.** Дослівний переклад Wireframe з англійської означає - Каркас сайту. Ваєрфрейм - це простий макет веб-сторінки або мобільного додатка, який показує структуру та взаємодію елементів на сторінці. Ваєрфрейми зазвичай створюються на ранніх етапах розробки продукту, щоб допомогти дизайнерам та розробникам узгодити своє бачення продукту та виявити будь-які потенційні проблеми.

Для створення ваєрфрейму дизайнери можуть використовувати папір та олівець або спеціальне програмне забезпечення. Ваєрфрейми можуть бути простими або складними, залежно від потреб проекту [10].

Ваєрфрейми є важливим інструментом для розробки веб-сторінок та мобільних додатків, оскільки вони допомагають дизайнерам та розробникам створювати продукти, які зручні для користувачів та відповідають їхнім потребам.

“Одним з небагатьох ефективних ключів до вирішення проблеми дизайну є здатність дизайнера розпізнати якомога більше обмежень — його бажання та ентузіазм працювати в рамках цих обмежень. Обмеження ціни, розміру, міцності, балансу, поверхні, часу і так далі.” — Чарльз Імс, дизайнер, архітектор та кінематографіст.

У вимірах сучасної веб-розробки надто важливим аспектом стає створення дизайн-систем, які виступають фундаментальним елементом для забезпечення послідовності та високої якості інтерфейсів користувача. Вони відіграють значущу роль у співпраці між дизайнерами та розробниками, надаючи засоби для створення єдиного стилю для всіх компонентів та сторінок веб-сайту.

Дизайн-системи належать до набору стандартних компонентів і шаблонів, які сприяють створенню інтерфейсів з неперевершеною однорідністю. Вони не лише включають загальні рекомендації з дизайну, такі як використання кольорів, шрифтів та зображень, але й подають докладні рекомендації для конкретних взаємодій з клієнтом, таких як веб-сторінки, мобільні додатки та електронні листи. Використання дизайн-систем дозволяє повторно використовувати компоненти, оптимізуючи час та зусилля розробників, а також легко адаптувати їх для різноманітних потреб [\[7\]](#).

Серед ключових аспектів дизайн-систем варто відзначити наявність UI-Kit, що є значущим резервуаром повторно використовуваних та простих у використанні UI-компонентів, шаблонів, стилів, ресурсів та інших цифрових активів. UI-кити складаються з різноманітних елементів інтерфейсу користувача, таких як іконки, кнопки, поля введення, перемикачі тощо. Використання UI-кітів спрощує процес розробки та сприяє утворенню консистентності між різними елементами веб-сервісу [\[35\]](#).

Інший ключовий етап у розробці веб-сервісів - прототипування, особливо важливий для створення інтерактивних інтерфейсів. Інтерактивні прототипи відображають модель веб-сайту або додатку, що надає можливість користувачам взаємодіяти з продуктом, подібно до реального використання. Це допомагає дизайнерам та розробникам тестувати та вдосконалювати дизайн, знижуючи проблеми з юзабіліті.

З ростом складності цифрових продуктів збільшується і важливість інтерактивного прототипування. Дизайнери можуть створювати як прототипи низької, так і високої точності в залежності від потреб проекту. Інтерактивні прототипи низької точності часто використовуються на ранніх етапах для швидких ітерацій та простоти створення, тоді як високоточні прототипи виглядають та відчуються подібно до кінцевого продукту, що забезпечує точні тести зручності використання [\[45\]](#).

Невід'ємною частиною розробки веб-сервісу є посібник зі стилю, який визначає структуру, стиль, кольори, шрифти та інші елементи дизайну для забезпечення консистентності вигляду та взаємодії. Гайдлайни виступають у ролі нормативного документа чіткого викладення стилю, що повинен відповідати розробникам [\[16\]](#).

В цілому, розробка веб-сервісу - це багатоаспектний процес, який вимагає уважного врахування різноманітних факторів, включаючи потреби користувачів, бізнес-цілі та обмеження бюджету. Зосередження на високоякісному дизайні, використання дизайн-систем, інтерактивне прототипування та дотримання гайдлайнів дозволять створити веб-сервіс, який буде не лише ефективним і відповідатиме цілям бізнесу, але й забезпечить винятковий досвід користувача.

## **Висновки до першого розділу**

Розділ 1 присвячений визначенню та розгляду концепції веб-сервісів, їх структури та основних відмінностей від звичайних веб-сторінок. Зазначаються ключові характеристики веб-сервісів, включаючи їхню динамічність, можливість взаємодії користувачів між собою та з програмами. Також освітлено важливі аспекти аутентифікації та авторизації користувачів як складові безпеки веб-сервісів.

Детально проаналізовано технічні особливості веб-сервісів, зокрема їхню здатність взаємодіяти з різними мовами програмування та платформами. Виділено різницю між веб-сервісами та звичайними веб-сторінками, що полягає в призначеності та можливостях, а саме у здатності веб-сервісів виконувати дії, обмінюватися даними та надавати конкретні послуги.

У цьому розділі визначено три основні категорії веб-сервісів у світі: ділова інформація, інтеграція бізнесу та аутсорсинг бізнес-процесів. Ця класифікація дозволяє краще розуміти різноманітність та масштабність застосування веб-сервісів у сучасному бізнес-середовищі.

Важливий аспект розділу становить огляд аспектів розробки дизайну веб-сервісів. Здійснено аналіз інформаційної архітектури, карт сайту та ваєрфреймів як ключових етапів організації та створення високоякісних інтерфейсів. Зазначено важливість дизайн-систем, які є фундаментальними для забезпечення консистентності та ефективної співпраці між розробниками та дизайнерами.

Аналіз UI-кітів та їх ролі у створенні повторно використовуваних елементів інтерфейсу підкреслює важливість стандартизації та уніфікації для підвищення ефективності розробки. Наочно проілюстровано важливість інтерактивного прототипування для покращення дизайну та зниження проблем юзабіліті.

Висновок розділу підкреслює необхідність комплексного підходу до розробки веб-сервісів, враховуючи технічні, функціональні та дизайнерські аспекти. Детальний огляд ключових концепцій та інструментів робить цей розділ

важливим з точки зору розуміння та впровадження сучасних підходів у сфері веб-розробки та дизайну.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ ВЕБ-СЕРВІСІВ З ПОШУКУ ТВАРИН**

### **2.1. Методи дослідження у веб-дизайні**

Дизайн веб-сервісу – це інтегральний підхід, орієнтований на проектування та вдосконалення користувацького досвіду. Здійснення вдалого дизайну передбачає глибоке розуміння потреб, очікувань, та поведінки користувачів, а також врахування контексту та обмежень постачальника послуг.

Дослідження користувачів відіграє ключову роль у процесі дизайну веб-сервісу. Після аналізу проблем користувачів формуються гіпотези, які стосуються потенційних клієнтів, їхньої поведінки та можливих шляхів розв'язання проблем [64].

**Створення Персони.** Створення персони передбачає збір якнайбільше даних про користувачів та їх сегментацію за віком, поведінкою, мотивацією та іншими критеріями. Ці дані допомагають команді розуміти цільових користувачів, виявляти болючі точки та виявляти нові тенденції.

**Інтерв'ю.** Інтерв'ю є одним із найпоширеніших і найефективніших методів дослідження користувачів. Цей метод може бути проведений особисто, по телефону або онлайн, а також може бути структурованим, напівструктурованим чи неструктурованим. Структуровані інтерв'ю мають чіткий набір визначених питань, в той час як напівструктуровані та неструктуровані інтерв'ю дають більше свободи для вивчення нових ідей та тем.

**Аналіз конкурентів.** Аналіз конкурентів є методом дослідження, що передбачає вивчення веб-сервісів конкурентів для отримання інформації про їхні сильні та слабкі сторони. Цей аналіз стає корисним для дизайнерів, які прагнуть створити продукт, що вирізняється серед конкурентів.

Головні фактори аналізу конкурентів включають оцінку візуальної привабливості та інтуїтивної зрозумілості веб-сайтів конкурентів. Далі, визначаються функції, які пропонує веб-сайт конкурента, та їхнє відповідність потребам аудиторії.



**Тестування юзабіліті.** Тестування юзабіліті є методом дослідження, спрямованим на оцінку досвіду користувача під час взаємодії з веб-сайтом або програмою. Цей метод допомагає дизайнерам оцінити інтуїтивність та зручність використання продукту.

Процес тестування виявляє проблеми, які можуть бути пропущені дизайнерами, через запитання реальних користувачів виконати завдання на сайті. Після цього аналізуються результати, рівень успішності та способи виконання завдань з метою виявлення потенційних проблем та можливостей для вдосконалення.

Кінцевою метою тестування юзабіліті є створення продукту, який допомагає користувачам досягати своїх цілей із позитивним досвідом.

**Мозковий штурм.** Мозковий штурм – це традиційний метод для стимулювання творчості та генерації концепцій та ідей щодо конкретної проблеми. Цей метод передбачає спрямування на кількість ідей, утримуючись від критики, з метою отримання різноманітних пропозицій в функціональному та графічному аспекті дизайну.

**Матриця “Вплив-Ефект”.** Матриця “Вплив-Ефект” дозволяє класифікувати ідеї за головні та другорядні, а також за рівнем складності. Цей метод допомагає визначити порядок розвитку проєкту для фокусу на його реалізації.

**Фокус-групи.** Фокус-групи – це метод дослідження користувацького досвіду, який передбачає проведення групових дискусій з реальними користувачами для виявлення їхніх потреб та почуттів. Цей метод ефективно використовується для отримання уявлень про досвід використання продукту чи послуги, залучаючи реальних користувачів до тестування інтерфейсу та обміну думками у груповій дискусії.

Завдяки кількісному та якісному аналізу, які можна отримати за допомогою фокус-груп, цей метод стає важливим інструментом для вивчення конкретних сегментів користувачів та формування стратегій вдосконалення продукту чи послуги.

**A/B тестування.** A/B тестування - це метод дослідження користувацького досвіду, який передбачає запуск двох варіантів сайту, щоб визначити, який з них дає кращі результати. A/B тестування допомагає визначити найбільш ефективні рішення, тобто ті, що генерують більшу конверсію, є більш очевидними для користувачів та встановлюють чіткішу комунікацію з користувачами. Можуть бути різні цілі для A/B тестування. Проте методи працюють за однаковою схемою: потрібно розробити два різні прототипи, відібрати користувачів, які братимуть участь та оцінити отримані результати.

**Аналіз трендів у веб-дизайні та технологіях.** Це метод дослідження, який передбачає вивчення останніх тенденцій у галузі веб-дизайну та технологій. Цей метод є важливим для дизайнерів, які хочуть створювати продукти та послуги, які відповідають останнім тенденціям.

При аналізі трендів у веб-дизайні та технологіях дизайнери можуть вивчати такі фактори:

- Які нові технології впливають на веб-дизайн?
- Які нові тенденції в дизайні стають популярними?
- Як змінюються поведінка та потреби користувачів?

Аналіз трендів у веб-дизайні та технологіях можна проводити за допомогою читання статей та блогів про веб-дизайн та технології. Корисним та ефективним є вивчення портфоліо інших дизайнерів.

Аналіз трендів у веб-дизайні та технологіях дає можливість отримати нові ідеї для дизайну, зробити його сучасним та стильним. [65]

**Прототипування.** Прототипування - це метод дослідження, який передбачає створення робочої моделі продукту або послуги. Цей метод є важливим для дизайнерів, які хочуть отримати відгук користувачів про свій дизайн до того, як він буде реалізований.

При прототипуванні дизайнери можуть використовувати різні техніки, такі як:

- Низько-деталізований прототип (Low-fidelity prototyping): цей тип прототипування використовується для створення швидких і простих прототипів, які дозволяють дизайнерам відразу протестувати свої ідеї.
- Високо-деталізований прототип (High-fidelity prototyping): цей тип прототипування використовується для створення більш детальних прототипів, які дозволяють дизайнерам отримати відгук користувачів про всі аспекти дизайну.

Прототипування може допомогти дизайнерам визначити проблеми та поліпшити дизайн.

Важливо використовувати різні методи дослідження користувачів, щоб отримати всебічне розуміння цільової аудиторії. Це допоможе дизайнерам створити веб-сервіс, який буде зручним для користувачів, ефективним і відповідатиме їхнім потребам. [\[44\]](#)

## 2.2. Дослідження веб-сервісів з пошуку тварин та їх цільової аудиторії

Розробка веб-дизайну є складним і багатоплановим процесом, в якому креативність, функціональність та взаємодія грають критичну роль у створенні успішних та відмінних веб-сайтів. Однак, щоб досягти конкурентоспроможності та виокремитися від інших у цьому висококонкурентному середовищі, важливо проводити аналіз конкурентів на всіх етапах розробки. В даному науковому тексті я розгляну ключові аспекти та важливість аналізу конкурентів у веб-дизайні.

Основні етапи аналізу конкурентів у веб-дизайні:

1. **Дизайн та Візуальна Естетика:** аналіз конкурентів починається з вивчення їхнього дизайну та візуальної естетики. Важливо з'ясувати, які елементи дизайну використовуються конкурентами, як вони взаємодіють із змістом та які вони використовують кольори та шрифти.

2. **Функціональність та Взаємодія:** веб-сайти конкурентів досліджуються на предмет функціональності та взаємодії. Це включає аналіз структури меню, навігації, швидкодії та відповідності до принципів UX/UI дизайну.

3. **Технічні Інновації:** постійний моніторинг технічних інновацій у сфері веб-дизайну дозволяє виявити нові технології та тренди, які можуть використовуватися конкурентами. Це може включати адаптивний дизайн, анімацію, та інші технічні рішення.

4. **Вміст та Контент-Маркетинг:** аналіз контенту конкурентів визначає ефективність їхніх стратегій контент-маркетингу. Важливо розуміти, як вони комунікують із своєю аудиторією, який тип контенту використовують та які повідомлення найбільш ефективні. [\[66\]](#)

Аналіз конкурентів допомагає розробникам веб-дизайну уникнути копіювання ідеї та виготовлення унікального продукту. Розуміння того, що робить конкурентів успішними або невдалими, дозволяє створити дизайн, який виділяється на ринку.

Знання того, які тренди використовують конкуренти, дозволяє розробникам веб-дизайну адаптуватися до швидко змінюючогося цифрового середовища. Це дозволяє зберігати актуальність та привертати цільову аудиторію.

Ефективний аналіз конкурентів може допомогти визначити сильні та слабкі сторони конкурентів у сфері веб-дизайну. Це в свою чергу дозволяє оптимізувати веб-сайт для підвищення віддзеркалення та конверсії.

**Вибір Конкурентів для Аналізу.** В рамках даного дослідження вибрано три популярних веб-сервіси, що надають послуги знаходження загублених домашніх тварин: Гепі Пав (Happy Paw), Петко Лав Лост (Petco Love Lost), Павбуст (Paw Boost).

**Аналіз Гепі Пав (Happy Paw).** Гепі Пав (Happy Paw) - це веб-сайт, спрямований на допомогу в пошуках загублених тварин в Україні [20]. Основні розділи сайту включають:

- Загублені тварини: можливість розміщення оголошень про загублення тварин, доступ до якої забезпечений відповідною формою на сайті.
- Знайдені тварини: секція для оголошень про знайдені тварини, які також можна розміщувати через відповідну форму.
- Пошук тварин: можливість здійснення пошуку тварин за різними параметрами, включаючи породу, вік, стать та місцезнаходження.

Цільова аудиторія Гепі Пав (Happy Paw) - це власники домашніх тварин в Україні, активно зацікавлені у пошуку та врятуванні своїх улюбленців. Сайт в основному використовується у мобільному форматі, що становить більше 60% відвідувань.

На прикладі веб-сервісу Гепі Пав (Happy Paw) видно, як проведений аналіз сприяє покращенню взаємодії з користувачами та виходу на нові рівні конкурентоспроможності.

подано аналіз двох веб-сервісів, а саме Павбуст (Pawboost) та Петко Лав Лост (Petco Love Lost), які надають послуги по пошуку загублених і знайдених домашніх тварин.

**Павбуст (Pawboost).** Павбуст (Pawboost) є високофункціональним веб-сайтом та мобільним додатком, який здійснює допомогу в пошуку загублених тварин [22]. За своєю функціональністю та глобальним охопленням користувачів, Павбуст (Pawboost) виступає великим конкурентом на ринку пошуку втрачених домашніх улюбленців.

Функціонал Павбуст (Pawboost):

1. Розміщення оголошень: користувачі можуть опублікувати оголошення про загублену або знайдену тварину, вказавши різні параметри, такі як порода, вік, стать, опис, місцезнаходження і багато іншого.
2. Пошук за параметрами: система дозволяє користувачам шукати тварин за заданими параметрами на карті, забезпечуючи точний і швидкий пошук.
3. Сповіщення про нові оголошення: функція сповіщень дозволяє користувачам отримувати оперативне інформування про нові оголошення, покращуючи ефективність пошуку.
4. Допомога в пошуку: Павбуст (Pawboost) не обмежується лише функціоналом сайту, але також допомагає користувачам поширювати оголошення у соціальних мережах, розширюючи кількість можливих спостерігачів.

### **Переваги та Недоліки Павбуст (Pawboost)**

Переваги:

- Глобальна доступність: сайт присутній на 12 мовах та має понад 30 мільйонів користувачів у всьому світі, що робить його одним із найбільших гравців у галузі.
- Розгалужений функціонал сайту дозволяє користувачам зручно та ефективно взаємодіяти із платформою.

Недоліки:

- Підписка для деяких функцій: деякі продвинуті функції вимагають підписки, що може бути фактором обмеження для певного кола користувачів.

**Петко Лав Лост (Petco Love Lost).** Петко Лав Лост (Petco Love Lost) є веб-сайтом та мобільним додатком, який зосереджений на допомозі в пошуку загублених тварин у США [\[21\]](#). Хоча він має менший географічний охоплення, його функціонал і спрямованість роблять його ефективним інструментом для американських власників домашніх тварин.

Функціонал Петко Лав Лост (Petco Love Lost):

1. Розміщення оголошень.
2. Пошук за заданими параметрами.
3. Сповіщення про нові оголошення: подібно до Павбуст (Pawboost), Петко Лав Лост (Petco Love Lost) пропонує сповіщення про нові оголошення для оперативного отримання інформації.
4. Допомога в пошуку: як і конкурент, Петко Лав Лост (Petco Love Lost) допомагає розповсюджувати оголошення через соціальні мережі.

Переваги Петко Лав Лост (Petco Love Lost):

- Має велику базу даних оголошень.

Недоліки сайту:

- Географічні обмеження: обмеженість географічного охоплення може бути недоліком для тих, хто шукає тварину за межами США.

Виходячи з проведеного аналізу, можна зробити наступні висновки: сфера пошуку загублених і знайдених домашніх тварин є конкурентною. На ринку існує кілька великих гравців, які пропонують різні функції та послуги. Український ринок є відносно невеликим, але має потенціал для зростання. Тож для успіху важливо пропонувати унікальні функції, які будуть відповідати потребам цільової аудиторії та покращувати їх користувацьких досвід.

Наступним кроком у визначенні цільової аудиторії є більш конкретне дослідження трафіку відповідних веб-сервісів. Такі дослідження я проводжу за допомогою веб-сайту SimilarWeb (Сімілар Веб) [\[23\]](#). SimilarWeb надає послуги веб-аналітики для бізнесу. Компанія пропонує своїм клієнтам інформацію та статистику про обсяги трафіку своїх клієнтів та конкурентів; джерела трафіку,

включаючи аналіз ключових слів, час перебування на сайті, перегляд сторінок, показник відмов та ін. [24]. Нище наведена аналітика цільової аудиторії по сайтам-конкурентам:

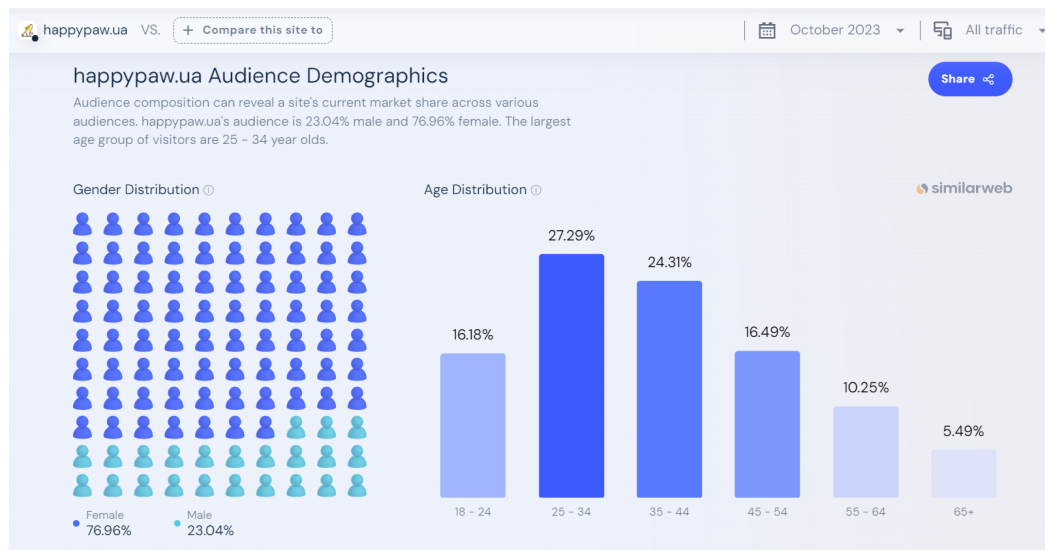


Рис. 2.2.1. Аналіз ЦА веб-сервісу Гені Пав на сайті SimilarWeb

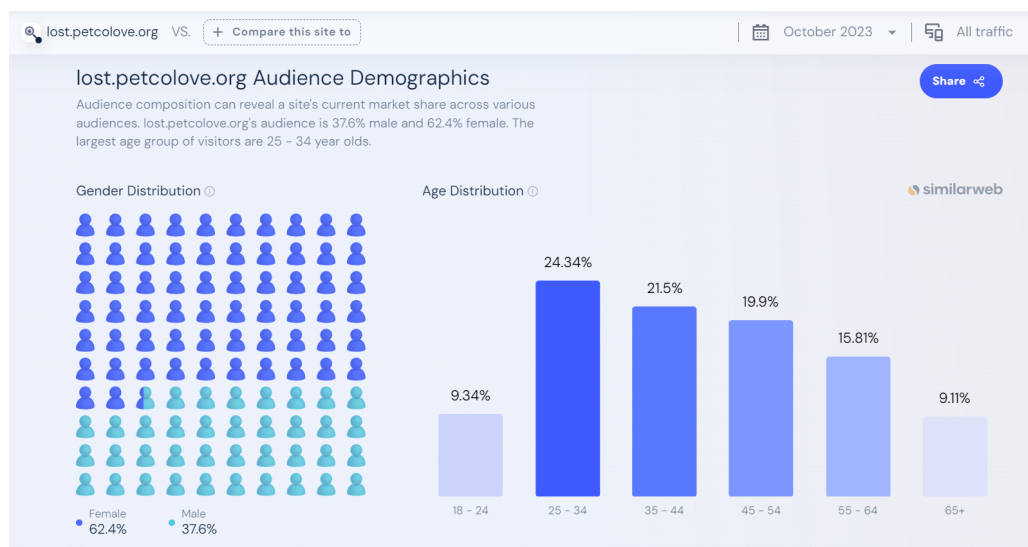


Рис. 2.2.2. Аналіз ЦА веб-сервісу Петко Лав Лост (Petco Love Lost) на сайті SimilarWeb



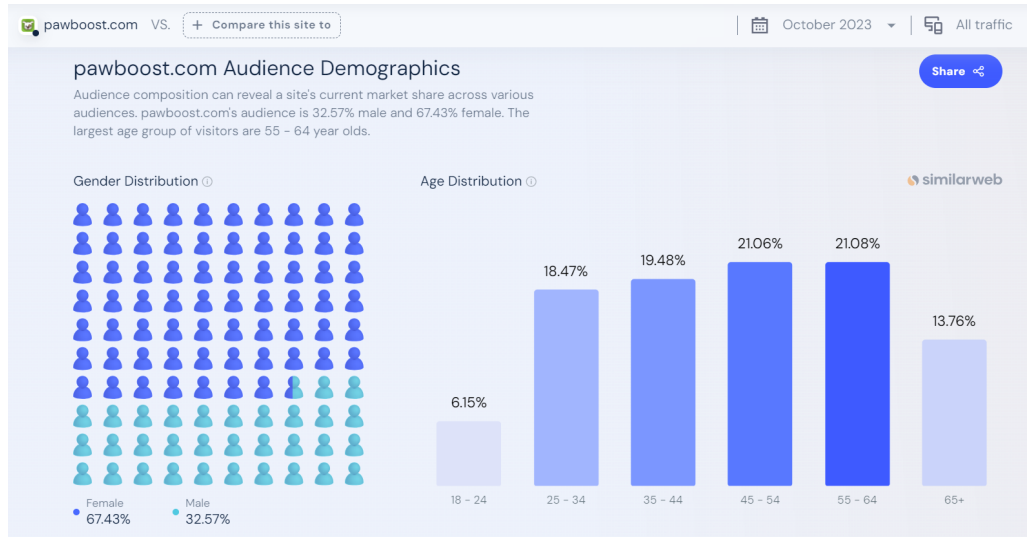


Рис. 2.2.3. Аналіз ЦА веб-сервісу Павбуст на сайті SimilarWeb

Аналізуючи ці дані, можна визначити такі особливості аудиторії веб-сервісів з пошуку загублених тварин:

- понад 60% цільової аудиторії складають жінки;
- у двох з трьох проаналізованих сервісів найвищий віковий показник користувачів становить від 25 до 34 років.

Зібрана інформація про цільову аудиторію буде використана при розробці веб-сервісу Пет гелпер, що значною мірою вплине як на структуру веб-сервісу, так і на стилістику дизайну інтерфейсу.

### 2.3. Переваги та недоліки сайтів-аналогів

Вивчення переваг та недоліків UI/UX дизайну на веб-сайтах конкурентів є ключовим етапом в розробці веб-продукту. Терміни UI (User Interface - інтерфейс користувача) та UX (User Experience - досвід користувача) визначають взаємодію та враження користувачів від веб-сайту. Процес аналізу конкурентів спрямований на вивчення найкращих практик та уникнення помилок, покращуючи користувацький досвід та ефективність веб-сервісу.

#### Аналіз UI/UX дизайну конкурента Хеппі Пав (Гепі Пав).

1. Функціональність фільтрів: наявний фільтр, що дозволяє користувачам точно вибрати параметри пошуку тварин, покращуючи точність результатів.
2. Зрозуміле меню: просте та зрозуміле меню, що містить випадаючі списки для зручного доступу до різних розділів.
3. Хлібні крихти та підсвічування: використання хлібних крихт і підсвічування назви сторінки допомагає користувачам орієнтуватися на сайті.
4. Звітність діяльності: наявність інфографіки та фінансового звіту робить сайт прозорим щодо його діяльності.
5. Соцмережі: підтримка різноманітних соцмереж дозволяє користувачам легко спілкуватися та отримувати оновлення.
6. Типографіка та дизайн іконок: чітка та зручна для читання типографіка, а також однообразність іконок, додають легкість у взаємодії.
7. Адаптація під пристрої: присутність адаптивного дизайну дозволяє зручно користуватися сайтом на різних пристроях.

#### Недоліки UI/UX Дизайну:

1. Невідповідність кнопок: великий розмір, градієнт та кольорове рішення кнопки "Підтримати фонд" не вписуються в загальну стилістику та видаляються з контексту.

2. Низька якість зображень: деякі зображення не мають високої якості, що може вплинути на візуальне враження від сайту.
3. Перевантаженість банерів: деякі банери на головному екрані занадто великі та перевантажені, що може впливати на сприйняття інформації.

Сайт Хеппі Пав [20] володіє численними перевагами в UI/UX дизайні, включаючи зручність фільтрів, чітке меню, добре виведену звітність та адаптацію під різні пристрої. Однак, існують недоліки, такі як невідповідність єдиному стилю деяких елементів та низька якість зображень.

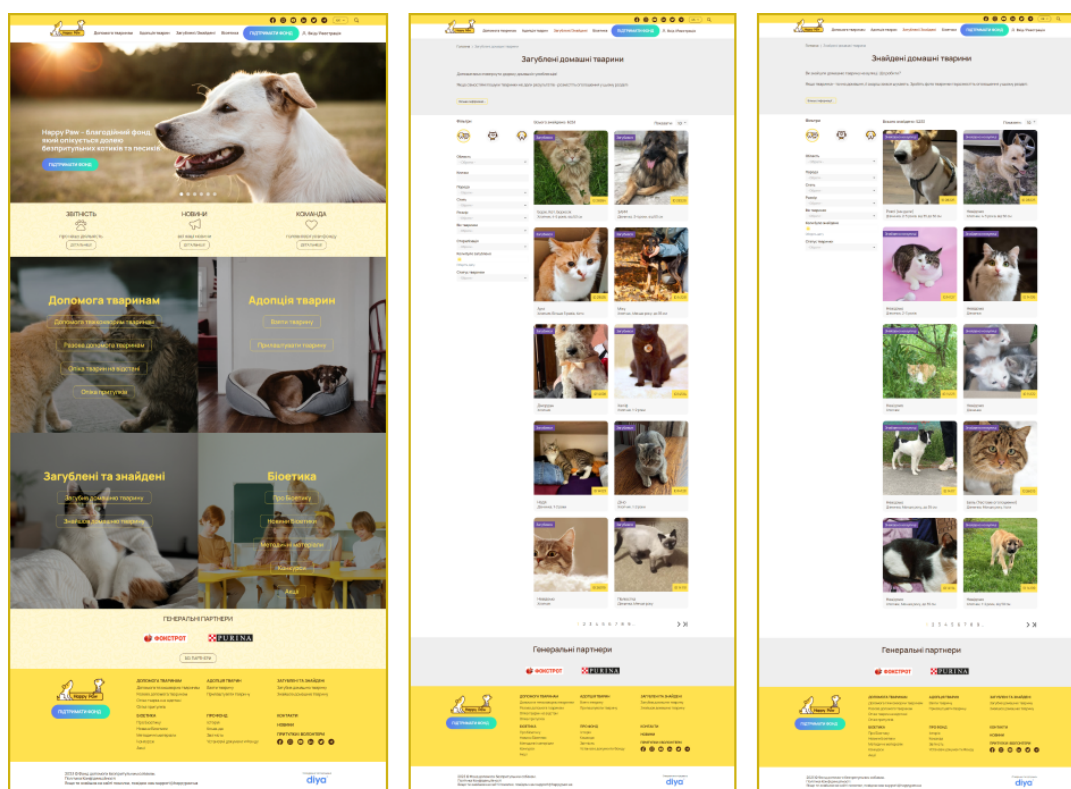


Рис. 2.3.1. Інтерфейс веб-сервіса HarryPaw

### Аналіз UI/UX Дизайну Петко Лав Лост (Petco Love Lost).

Сучасні веб-сервіси в сфері пошуку та збереження домашніх тварин стають важливим чинником в подоланні проблем втрати тварин та сприяють зустрічі власників із своїми улюбленцями. Одним із таких ресурсів є Петко Лав Лост (Petco Love Lost) [21], який використовує програмне забезпечення для розпізнавання облич домашніх тварин, полегшуючи їх повернення власникам.

Переваги веб-сервісу:

1. Зрозумілість та простота використання: сайт Петко Лав Лост (Petco Love Lost) відзначається високою зрозумілістю та простотою інтерфейсу, що полегшує користувачам навігацію та використання основних функцій.
2. Інформаційна підтримка: наявність порад, статей та підказок на сайті сприяє кращому розумінню користувачами того, як правильно діяти в різних ситуаціях, пов'язаних із загубленням тварин.
3. Оголошення на головній сторінці: розміщення останніх завантажених оголошень на головній сторінці підвищує ефективність пошуку втрачених тварин та шанси їх знаходження.
4. Реєстрація тварини: функціональний плюс головної сторінки - можливість відразу зареєструвати тварину, що спрощує процедуру для користувачів.
5. Контакт із притулками: сервіс надає можливість зв'язатися з притулками та службами порятунку тварин, що допомагає вирішувати питання ефективності пошуку.
6. Соцмережі: наявність інтеграції із соцмережами забезпечує розширення аудиторії та сприяє активній спільноті користувачів.
7. Однорідність та якість дизайну: сайт виконаний в одному стилі та фірмових кольорах, що створює враження єдності та професіоналізму.
8. Якісні зображення: використання високоякісних зображень сприяє візуальному враженню та привабливості сайту.
9. Швидкі Відповіді на Запитання: можливість швидко знаходити відповіді на найчастіші запитання сприяє зручності користування ресурсом.
10. Елементи UI/UX: закріплене меню, наявність хлібних крихт та можливість пошуку за локацією забезпечують додатковий комфорт користувачам.
11. Адаптованість: адаптований дизайн під різні пристрої підвищує доступність та зручність використання сервісу.

Недоліки веб-сервісу:

1. Відсутність відгуків: наявність лише кількох статей-історій, але відсутність відгуків від користувачів, може вплинути на довіру спільноти.

Петко Лав Лост (Petco Love Lost) продемонстрував вражаючий рівень якості UI/UX дизайну, забезпечуючи користувачам зручність та ефективність використання сервісу. Недолік у відсутності відгуків може бути виправлений, залучаючи більше учасників та встановлюючи довіру спільноти. Обґрунтований та професійно виконаний дизайн робить Петко Лав Лост (Petco Love Lost) конкурентоспроможним у сфері пошуку втрачених тварин.

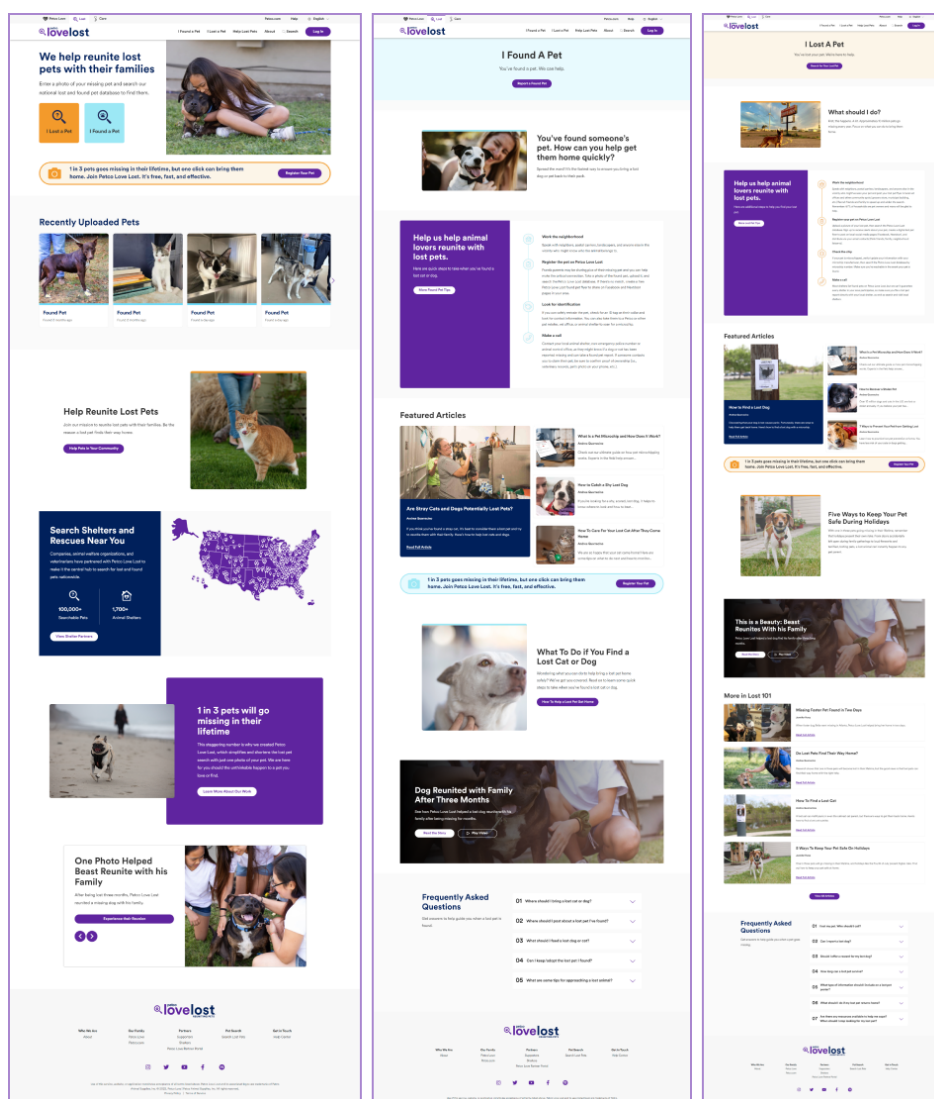


Рис. 2.3.2. Інтерфейс веб-сервіса Петко Лав Лост (Petco Love Lost)

### Аналіз UI/UX Дизайну Павбуст (Baw Boost)

У сучасному веб-середовищі сервіс Павбуст [22] виступає як інструмент для безкоштовного пошуку втрачених тварин. За допомогою оголошень на сайті, у ком'юніті Rescue Squad™ та за допомогою додатка для телефону, він сприяє відновленню зв'язку між тваринами та їхніми власниками.

### Переваги Веб-сервісу:

1. Наявність додатка: існування додатка для мобільних телефонів розширює можливості користувачів, роблячи процес пошуку більш зручним та мобільним.
2. Сповіщення інших користувачів: можливість сповістити інших користувачів про зниклу тварину через додаток підвищує шанси її виявлення та повернення.
3. Відгуки користувачів: присутність відгуків від інших людей створює додатковий рівень довіри та переконливості.
4. Зручна реєстрація тварини: пропозиція зареєструвати тварину на стартовій сторінці дозволяє швидко та зручно заповнити форму.
5. Фільтр для пошуку тварини: наявність фільтра для пошуку аналогічного до Хеппі Пав полегшує навігацію та забезпечує швидкий пошук.
6. Пояснення роботи сервісу: чітке пояснення того, як працює сервіс, допомагає користувачам зрозуміти його функціонал та переваги.
7. Маскот сайту: наявність маскота може створювати позитивний емоційний відгук та асоціації у користувачів.

### Недоліки веб-сервісу:

1. Зображення тварин та розмір рамок: проблеми із розширенням зображень тварин призводять до появи зелених полів, що може впливати на загальний вигляд та естетику сайту.
2. Неврівноважений дизайн кнопок та шрифтів: відсутність єдності в розмірах кнопок та шрифтів призводить до необґрунтованої різниці у стилі та читабельності.
3. Різні рамки для фото: різноманіття рамок для фото може порушувати єдність та гармонію дизайну.
4. Соцмережі та їх розміщення: розміщення соцмереж у футері малого розміру може ускладнювати їх використання та взаємодію.
5. Оформлення кнопки реєстрації: окреме розташування та інший стиль кнопки реєстрації може порушувати єдність дизайну.

6. Проблеми з читабельністю шрифту: шрифт з невеликою товщиною може впливати на читабельність тексту, особливо на фоні з патерном.
7. Іконки: різні стилі іконок створюють враження нецілісності та неоднорідності.
8. Пріоритетність знайдених тварин: показ блоку знайдених тварин перед загубленими може впливати на відчуття пріоритетності та актуальності сервісу.
9. Необхідність преміум акаунта: вимога до преміум акаунта для більшої видимості може обмежувати доступність сервісу для деяких користувачів.

Висновки з аналізу UI/UX дизайну Павбуст вказують на ряд переваг та недоліків, які можуть впливати на загальний користувацький досвід та ефективність веб-сервісу. Ідентифікація та вирішення цих питань може сприяти поліпшенню дизайну власного сервісу та забезпечити більш задовільну взаємодію з користувачами.

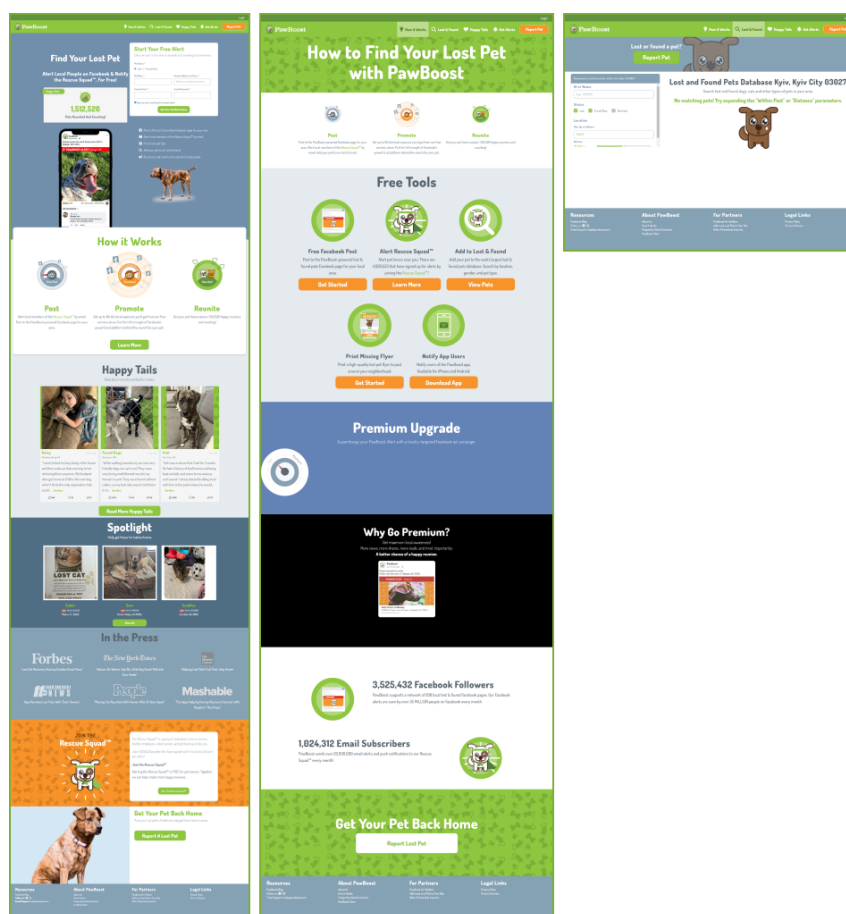


Рис. 2.3.3. Інтерфейс веб-сервіса Павбуст (Pawboost)

Аналіз таких сервісів, як Хеппі Пав (Гепі Пав), Петко Лав Лост (Petco Love Lost) та Павбуст (Paw Boost), дозволяє виявити ключові переваги та недоліки їхнього UI/UX дизайну та визначити стратегії для створення конкурентоздатного веб-продукту.

Усі розглянуті сервіси пропонують користувачам функціональний фільтр для пошуку тварин за різними параметрами, що сприяє ефективному та швидкому виявленню потрібної інформації.

Зрозуміла та проста навігація є ключовим аспектом у всіх трьох сервісах, дозволяючи користувачам швидко орієнтуватися та використовувати функціонал без зайвих ускладнень.

Наявність інформації про те, як діяти в різних ситуаціях, сприяє підвищенню користувацької компетентності та спрощує процес прийняття рішень.

Усі сервіси надають можливість зв'язатися з притулками та службами порятунку, створюючи ефективний канал комунікації для вирішення проблем.

Присутність соцмереж на платформах сприяє взаємодії користувачів та розширює соціальний вплив сервісів.

Даний аналіз дизайну веб-сервісів пошуку тварин дозволяє визначити оптимальні підходи для створення продукту, який буде зручним, ефективним та конкурентоздатним. Врахування переваг та недоліків розглянутих сервісів є важливим етапом у створенні кращого дизайну для власної розробки веб-сервісу.



## **Висновки до другого розділу**

Розділ 2 надає глибокий аналіз вимог до веб-сервісу, фокусуючись на методах дослідження у веб-дизайні та аналізі існуючих веб-сервісів для пошуку тварин. Здійснення ефективного дизайну веб-сервісу вимагає комплексного підходу, що враховує потреби та очікування користувачів, а також контекст та обмеження постачальника послуг.

Аналіз методів дослідження вказує на важливість вивчення користувацького досвіду. Використання інтерв'ю, аналізу конкурентів, тестування юзабіліті, фокус-груп, та інших методів дозволяє отримати інсайти щодо потреб та уподобань користувачів.

Аналіз існуючих веб-сервісів (Happy Paw, Petco Love, Paw Boost) виявляє ряд ключових переваг та недоліків. Функціональність, зрозуміла навігація, наявність інформації та засобів зв'язку з притулками роблять їх зручними та ефективними. Однак важливо врахувати недоліки, такі як відсутність відгуків, неоднаковий дизайн кнопок, та нецілісність головної сторінки.

Для створення конкурентоздатного веб-сервісу важливо акцентувати на простому та зрозумілому дизайні, повній інформаційній супроводі, та використанні сучасних технологій. Аналіз трендів у веб-дизайні та технологіях, а також участь користувачів у процесі створення через фокус-групи та тестування юзабіліті може значно покращити кінцевий продукт.

Рекомендації, виведені з цього аналізу, можуть служити важливим керівництвом при розробці нового веб-сервісу для пошуку загублених домашніх тварин.

## РОЗДІЛ 3. ДИЗАЙН ВЕБ-СЕРВІСУ ПОШУКУ ЗАГУБЛЕНИХ ТВАРИН

### 3.1. Аналіз досвіду користувачів веб-сервісу

Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) [67] пропонує визначення досвіду користувача як "сприйняття та реакції людини, що виникають внаслідок використання або передбачуваного використання продукту, системи чи послуги" (ISO 9241-210, Ергономіка взаємодії людини та системи — Частина 210: Проектування, орієнтоване на людину, для інтерактивних систем) [68]. Це визначення є ключовим для нашого розуміння важливості користувацького досвіду в контексті веб-сервісів.

Легкість використання стає критичною характеристикою в будь-якому продукті, особливо в сучасному цифровому середовищі. Швидке освоєння нових функцій та відсутність терпіння до низькоякісного дизайну визначають відношення користувачів до продукту. Продукти, що мають складний інтерфейс або виявляються схильними до помилок, найімовірніше, будуть відкинуті користувачами.

Дизайн досвіду користувача (UX) представляє собою високо вивчений процес, що обов'язково враховує широкий спектр факторів, включаючи потреби користувачів, обмеження ресурсів та врахування принципів юзабіліті. Здатність створювати продукти та послуги, які є не тільки ефективними, але й зручними у використанні, вимагає від дизайнерів UX великої ерудиції та розуміння взаємодії людей з навколишнім середовищем. [69]

На початковому етапі роботи над UX дизайном виникає потреба у застосуванні таких методів дослідження як брейнстормінг та матриця "вплив-ефект".

У контексті розробки веб-сервісу Пет гелпер, брейнштормінг надає можливість стимулювати появу ідей, які враховують технічні, дизайнерські та функціональні аспекти.

Починається брейнстормінг із чіткого визначення завдань веб-сервісу та його основних функціональних вимог. Для веб-сервісу Пет гелпер, головною

метою є розробка сервісу для швидкого та ефективного пошуку загублених тварин та їх повернення власникам.

Наступним етапом є генерація якомога більшої кількості ідей, пов'язаних із функціональністю та дизайном веб-сервісу. Це включає в себе ідеї щодо алгоритмів пошуку, функцій інтерфейсу користувача, та механізмів взаємодії з базою даних. У цьому процесі важливо враховувати технічну реалізованість, корисність для користувача та можливість інтеграції в сучасне інформаційне середовище.

У ході брейнстормінгу було сформовані такі ідеї:

1. Створити окремі сторінки оголошень для втрачених і знайдених тварин.
2. Можливість пошуку за заданим радіусом, за описом, породою тварини тощо.
3. Розміщення спільноти веб-сервіса у соціальну мережу Фейсбук, де також можна публікувати оголошення.
4. Можливість створювати оголошення.
5. Додати на головну сторінку блок з недавно доданими оголошеннями.
6. Додати швидкі відповіді на часті запитання.
7. Окрема веб-сторінка з описом сервісу.
8. Додати статті з порадами для людей, що загубили і знайшли тварину.
9. Інтегрувати соцмережі.
10. Розробити макет для друку флаєрів/оголошень про зниклу тварину.
11. Додати на сайт контакти сервісу та партнерів.
12. Додати можливість користувачам створити власний кабінет.
13. Пошук збігів між втраченими і знайденими тваринами.
14. Можливість додати винагороду за знаходження тварини.
15. Додавати та видаляти маркери на мапі (де знаходиться тварина та опис характеристик).
16. Переглядати на мапі маркери всіх знайдених та втрачених тварин.
17. Можливість поширити оголошення за межами веб-сервісу.
18. Розмістити пропозицію підтримати сервіс.

## 19. Наявність звітності даних про кількість зниклих, знайдених та повернутих додому тварин.

### Брейнштурмінг для сайту пошуку домашніх улюбленців



Рис. 3.1.1. Брейнштурмінг для веб-сервісу Пет гелпер

Матриця "Вплив-Ефект" використовується для класифікації ідей та визначення їхнього порядку впровадження. Кожна ідея оцінюється за впливом (значущістю) та ефектом (реалізованістю). Оцінювання ґрунтується на важливості ідей та їхньому потенційному впливі на користувача та вирішення поставлених завдань.

За впливом, матрицю було поділено на такі категорії: просто зробити і складно зробити. За ефектом: значний і незначний вплив.

Ідеї, які просто реалізувати і мають значний вплив позначені зеленим кольором і мають бути виконані у першу ітерацію (рис. 3.1.2.).

Ідеї, які мають значний вплив, проте їх складно виконати, позначені помаранчевим кольором. Вони мають бути відкладені на подальше доопрацювання (рис. 3.1.2.).

Ідеї які просто виконати, але вони мають незначний вплив на веб-сервіс — блакитного кольору. Ці ідеї не є терміновими і можуть бути виконані в останню чергу, навіть після запуску проєкту (рис. 3.1.2.).

Четвертою категорією є ідеї, які складно виконати і вони не мають значного впливу для Пет гелпер. Ці ідеї позначено фіолетовим кольором і вони не будуть враховуватися (рис. 3.1.2.).

До першої категорії відносяться такі ідеї:

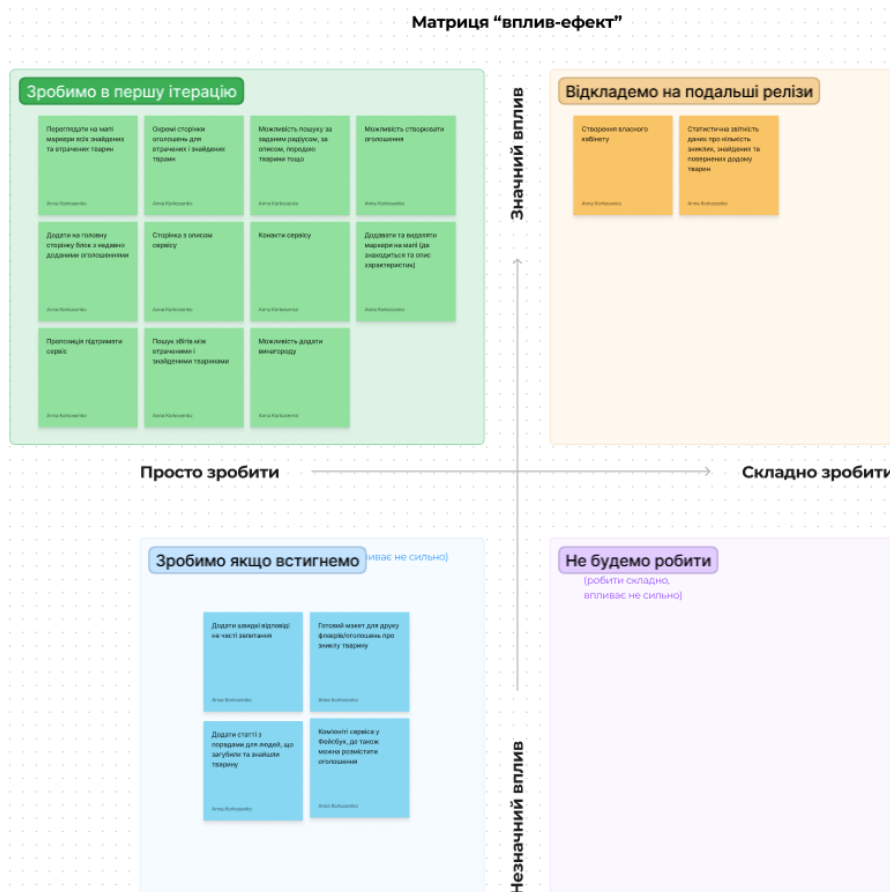
1. Можливість переглядати на мапі маркери всіх знайдених та втрачених тварин.
2. Створення окремих сторінок оголошень для втрачених і знайдених тварин.
3. Пошук за заданим радіусом, за описом, породою тварини тощо.
4. Додати на головну сторінку блок з недавно доданими оголошеннями.
5. Окрема веб-сторінка з описом сервісу.
6. Додати контакти веб-сервісу.
7. Розміщення пропозиції підтримати веб-сервіс Пет гелпер.
8. Здійснювати пошук збігів між втраченими і знайденими тваринами.
9. Можливість додати винагороду за знаходження тварини.
10. Додавати та видаляти маркери на інтерактивній мапі.

Другу категорію (відкладено на подальші релізи) становлять такі ідеї:

1. Створення особистого кабінету для користувачів.
2. Статистична звітність про кількість зниклих, знайдених та повернутих додому тварин.

До третьої категорії, яку становлять необов'язкові впровадження, відносяться такі ідеї:

1. Швидкі відповіді на часті запитання.
2. Розробка макетів для друку флаєрів/оголошень про зниклу тварину.
3. Статті з порадами для людей, що загубили та знайшли тварину.
4. Спільнота сервіса у Фейсбук.



*Рис. 3.1.2. Застосування матриці "вплив-ефект"*

На наступному етапі дослідження виникає поняття Design Person (дизайн персона). Персона UX є вигаданими образами, які відображають характеристики та якості реальних користувачів. Вони стають важливим інструментом для розуміння аудиторії та створення продуктів, що відповідають їхнім унікальним потребам. Ці персона включують текстові та візуальні елементи, такі як піктограми, графіка, та, за необхідності, фотографії чи ілюстрації. Незважаючи на вигаданий характер, персона UX мають глибокі корені в реальних даних, здобутих завдяки дослідженням користувачів та аналізу їхньої поведінки.

Персона UX включає ім'я, зображення (ілюстрацію, аватар, фотографію або стокове зображення), демографічну інформацію, що охоплює вік, стать, сімейний стан, статус зайнятості та інші параметри, пов'язані з продуктом або сферою проблеми, що вирішується. Також враховуються потреби та цілі персона, а також коротке резюме викликів, розчарувань та точок болю, з якими стикається користувач. [\[70\]](#)

У випадку веб-сервісу Пет гелпер акцент робиться на двох основних персонах: особі, яка втратила тварину, та особі, яка знайшла загублену тварину. Це спрямованість дозволяє ефективно вирішувати конкретні проблеми та задовольняти потреби обох категорій користувачів.

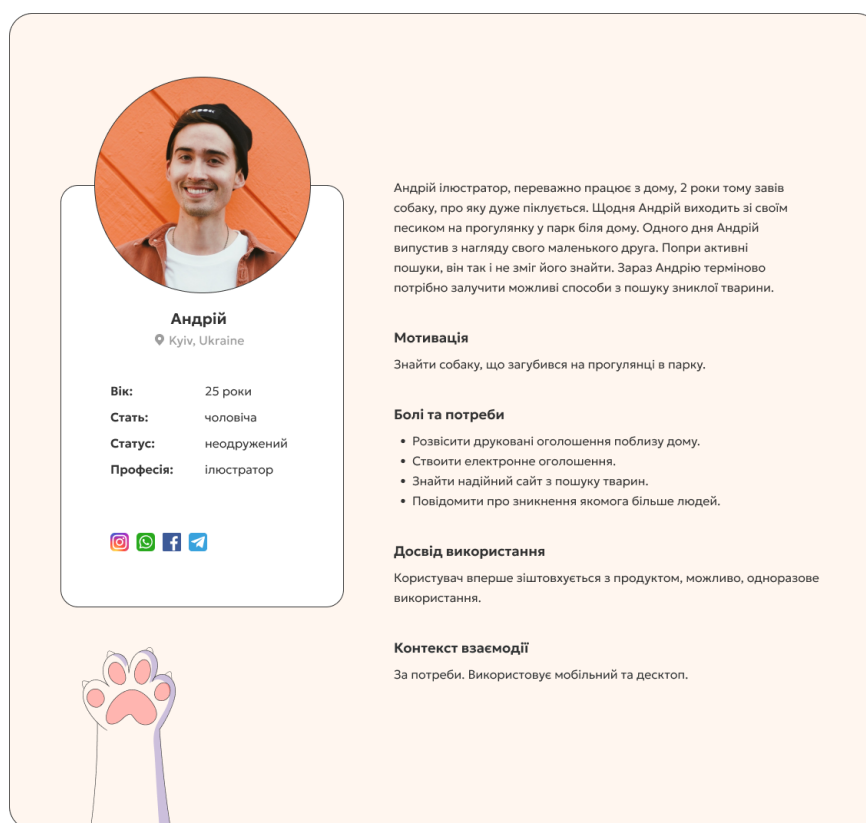
**Персона 1.** Андрій, 25 роки, неодружений, проживає в Києві. Більш детальний опис: Андрій ілюстратор, переважно працює з дому, 2 роки тому завів собаку, про яку дуже піклується. Щодня Андрій виходить зі своїм песиком на прогулянку у парк біля дому. Одного дня Андрій випустив з нагляду свого маленького друга. Попри активні пошуки, він так і не зміг його знайти. Зараз Андрію терміново потрібно залучити можливі способи з пошуку зниклої тварини.

Мотивація: Знайти собаку, що загубився на прогулянці в парку.

Болі та потреби:

- Розвісити друковані оголошення поблизу дому.
- Створити електронне оголошення.
- Знайти надійний сайт з пошуку тварин.
- Повідомити про зникнення якомога більше людей.

Досвід використання веб-сервіса: користувач вперше зіштовхується з продуктом, можливо, одноразове використання.



*Рис. 3.1.1. Персона 1*

**Персона 2.** Ліза, 29 років, одружена, проживає в Києві. Більш детальний опис: Ліза працює адвокаткою в офісі. Її місце роботи знаходиться далеко від дому, тому щодня вона їздить у офіс на авто. Повертаючись додому, вона натрапила на самотнього песика при дорозі. Зрозумівши, що тварина загубилася, вона вирішила допомогти йому знайти свого власника.

Мотивація: допомогти тварині повернутися додому.

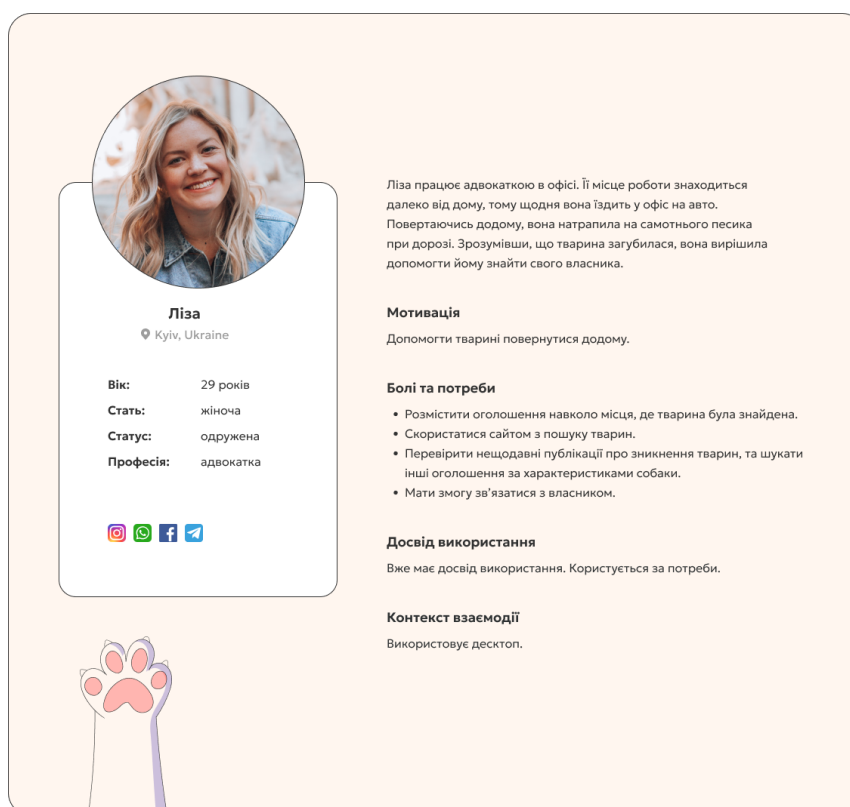
Болі та потреби:

- Розмістити оголошення навколо місця, де тварина була знайдена.
- Скористатися сайтом з пошуку тварин.
- Перевірити нещодавні публікації про зникнення тварин, та шукати інші оголошення за характеристиками собаки.
- Мати змогу зв'язатися з власником.

Досвід користування веб-сервісом: вже має досвід використання.

Користується за потреби.





*Рис. 3.1.2 Персона 2*

Виходячи з визначених потреб та мотивацій користувачів, я сформуvala ряд необхідного функціоналу для веб-сервісу Пет гелпер для забезпечення ефективності та користувацької задоволеності.

1. Конструктор оголошень для пошуку тварин:

Розширений інтерфейс конструктора оголошень, де користувачі можуть деталізувати характеристики своєї загубленої тварини.

2. Блок нещодавніх публікацій:

Відображення виділеного блоку на головній сторінці з нещодавніми публікаціями, де користувачі можуть швидко переглядати найновішу інформацію.

3. Фільтр оголошень:

Розширений функціонал фільтрації для дозволу користувачам вибирати критерії пошуку, такі як місце, час зникнення, або вид тварини. Впровадження штучного інтелекту допоможе більш точно знаходити збіг та сканувати завантажені зображення тварин.

4. Можливість розміщення контактних даних:

Додавання можливості розміщення контактних даних користувачів для більш швидкого та ефективного зв'язку.

5. Пошук за заданим радіусом:

реалізація геолокаційної функції для пошуку тварин в заданому географічному радіусі від користувача.

6. Інтерактивна карта:

Інтеграція інтерактивної карти для візуалізації місцезнаходження загублених тварин та місць їхнього знаходження.

7. Безпека та приватність:

Розробка реєстрації та входу користувачів на сайт як системи забезпечення конфіденційності даних користувачів для підвищення рівня безпеки.

Цей розширений функціонал для веб-сервісу дозволить задовольняти потреби різних категорій користувачів та зробить його більш ефективним та привабливим для використання в контексті пошуку загублених тварин.

**Концепція Jobs-to-be-done.** Концепція "Роботи, яку потрібно виконати" (JTBD) є методологією, що розглядає продукт чи послугу як інструмент, який споживач використовує для досягнення конкретної задачі. Відмінною особливістю JTBD є акцент на меті, яку споживач хоче досягти, використовуючи даний продукт чи послугу, замість акценту на його характеристиках.

Концепцію JTBD розробив Клейтон Крістенсен, консультант з менеджменту, підприємець і давній професор Гарвардської школи бізнесу. Він запропонував погляд на споживачів, як на осіб, які не купують просто продукти чи послуги, а рішення для своїх конкретних проблем. Професор Гарвардської школи бізнесу Теодор Левіт підкреслив, що основна потреба клієнта полягає в задоволенні конкретних вимог, а не в покупці самого продукту.

Теорія JTBD стверджує, що ринки еволюціонують та розвиваються, коли клієнти мають конкретну роботу, яку вони прагнуть виконати. Споживачі вибирають продукт чи послугу як інструмент для досягнення мети, пов'язаної з роботою, яку їм необхідно виконати. [\[71\]](#)

Ключовим елементом JTBD є опис того, яким чином клієнт прагне змінити свою поточну ситуацію на бажану. Робота, яку потрібно виконати, представляє собою процес, який споживач пройде, вживаючи зусиль для досягнення зміни. Цей процес виявляється особливо важким через наявні обмеження, що їх необхідно подолати.

В рамках теорії JTBD визначення роботи може бути виконано за допомогою загальної формули "Історії роботи": коли (ситуація), я хочу (мотивація), щоб (результат). [\[28\]](#)

### **JTBD для Персони 1:**

Коли (ситуація): користувач втратив свого домашнього улюбленця.

Я хочу (мотивація): створити оголошення та переглянути існуючі оголошення.

Щоб (результат): отримати повідомлення від осіб, які знайшли мого улюбленця, а також знайти співпадіння з іншими тваринами, які розміщені на сайті.

Гіпотези:

1. Користувач прагне ефективно та оперативно розмістити оголошення на веб-сайті.
2. Користувач бажає детально вказати особливі характеристики своєї тварини.
3. Користувач зацікавлений у пошуку схожих оголошень знайдених тварин.
4. Користувач має намір забезпечити можливість зв'язку для осіб, які знайшли його тварину.

### **JTBD для Персони 2:**

Коли (ситуація): користувач знаходить загублену тварину.

Я хочу (мотивація): створити оголошення та переглянути існуючі оголошення з розшуку тварин.

Щоб (результат): дати власнику тварини можливість побачити моє оголошення та знайти співпадіння з розміщеними на сайті тваринами.

Гіпотези:

1. Користувач бажає ефективно розмістити оголошення на веб-сайті.
2. Користувач використовує фільтри для пошуку оголошень, які відповідають характеристикам знайденої тварини.
3. Користувач бажає надати засіб зв'язку для власників тварин.

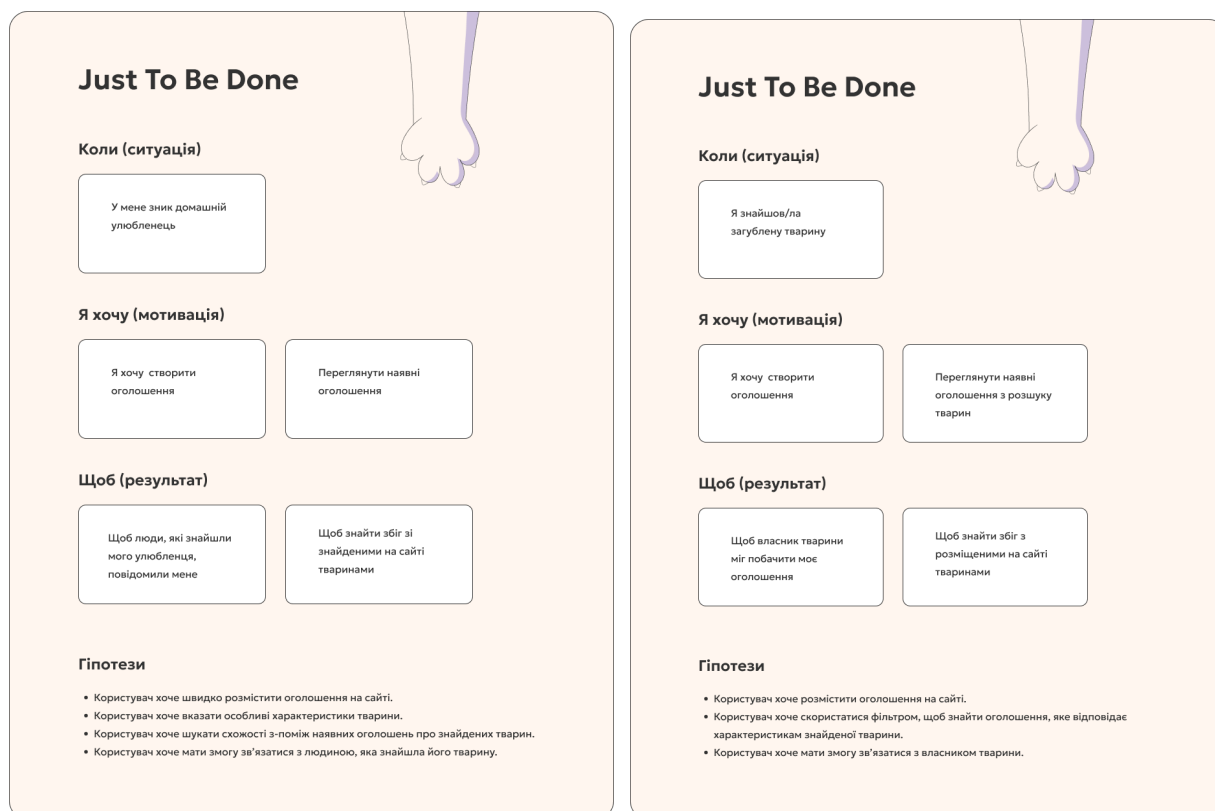


Рис. 3.1.3. JTBD для Персона 1; 3.1.4. JTBD для Персона 2

Створена JTBD-схема дозволила визначити ключові моменти, які я інтегрую на сайт з метою поліпшення користувацького досвіду та збільшення ефективності використання сервісу.

Перший ключовий момент полягає в наданні користувачам можливості пошуку та створення оголошень негайно при потраплянні на сайт. Це передбачає розміщення пошукової системи та кнопки створення публікації на першому екрані веб-сервісу.

Другий момент визначає необхідність розширеного вибору характеристик для більш детального опису та класифікації тварин, що сприяє більш точному виявленню збігів.

Третій момент зосереджений на розробці інтуїтивно зрозумілої системи фільтрації всіх публікацій з метою виявлення збігів або схожих публікацій. Фільтр, який привертає увагу та простий у взаємодії полегшить користувачам знайти необхідну інформацію ефективно та швидко.

Останній момент, визначений схемою JTBD, включає створення системи навігації для швидкого перемикання між ключовими сторінками сервісу, наприклад, такими як "створення оголошення", "головна", "всі публікації". Це сприятиме покращенню загальної навігації та зручності використання веб-сервісу.

### **Аналіз та оптимізація юзер флоу (User Flow).**

Юзер флоу, або потік користувача, є ключовим аспектом веб-дизайну та користувацького досвіду. Цей термін визначає послідовність кроків, які відвідувач повинен здійснити на веб-сайті для виконання конкретної дії. Підтримка чіткого та ефективного юзер флоу стає вирішальною для досягнення успішності в електронному середовищі. [7] Юзер флоу може бути представлений у вигляді блок-схеми, яка охоплює весь процес від входу користувача до досягнення остаточної дії чи результату. Починаючи з екрану вітання або домашньої сторінки і завершуючи, наприклад, покупкою товару або реєстрацією облікового запису, кожен крок важливий для формування позитивного користувацького досвіду.

Блок-схема юзер флоу стає інструментом для візуалізації цього процесу, дозволяючи дизайнерам та розробникам оцінювати та оптимізувати користувацький досвід. Це графічне зображення слугує внутрішнім документом, який компанії використовують для вдосконалення веб-сайту та всієї взаємодії, спрямованої на інтуїтивно зрозуміле користування. [6]

Оптимізація юзер флоу для сервісу Пет гелпер сприятиме підвищенню конверсії клієнтів та забезпеченню швидкого та легкого доступу до необхідної інформації чи функціоналу. Таким чином, відвідувачі мають більше шансів здійснити бажану дію.

Зазвичай юзер флоу складається з наступних елементів:

- точка входу - це місце, де користувач вперше зустрічається з продуктом;
- цілі - це дії, які користувач хоче виконати на продукті;
- шляхи - це послідовність кроків, які користувач повинен виконати, щоб досягти цілі. [29]

Для власної розробки я вирішила поділити юзер флоу за такими блоками:

- шлях до цілі персони 1 (рис. 3.1.5.);
- шлях до цілі персони 2 (рис. 3.1.6.);
- реєстрація/ вхід на сайт (рис. 3.1.7.);
- публікація оголошення (рис. 3.1.8.);
- підтримка сервіса (рис. 3.1.9.).

Флоу для першої персони починається з того, що користувач, зайшовши на сайт, потрапляє на головну сторінку. На першому екрані головної сторінки можна відразу створити оголошення, шукати тварину місцезнаходженням, зареєструватися або увійти. Сформувані оголошення буде недоступним користувачу, якщо він є незареєстрованим, що спонукатиме його створити власний акаунт. Це є необхідною умовою для того, аби зберегти та захистити дані конкретного користувача. Наступними діями є: переглянути нещодавні публікації, дізнатися більше про сервіс, підтримати сервіс фінансово, дізнатися контакти Пет гелпер. Блок нещодавніх оголошень дозволяють перейти на сторінку з усіма публікаціями та скористатися фільтром. Переглядаючи оголошення, користувач також може додати його у власний список обраних оголошень, щоб повернутися до них пізніше.

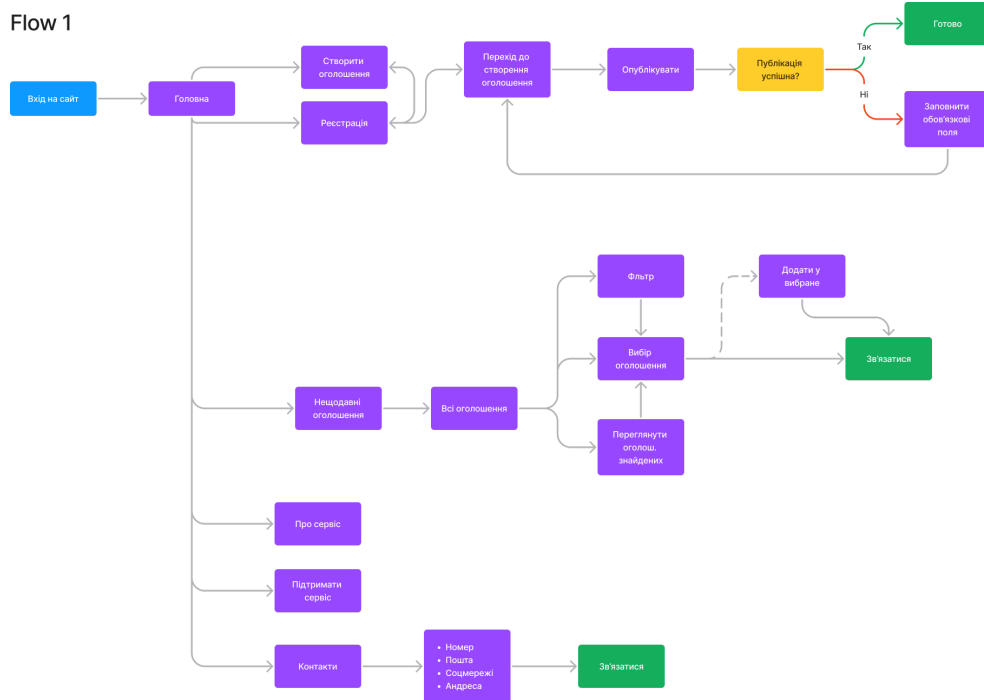


Рис. 3.1.5. Юзер флоу для Персони 1

Шлях до цілі другої персони налічує ті ж самі шляхи та функціонал. Головною відмінністю є мотивація користувача у тому, щоб знайти не загублену тварину, а її власника.

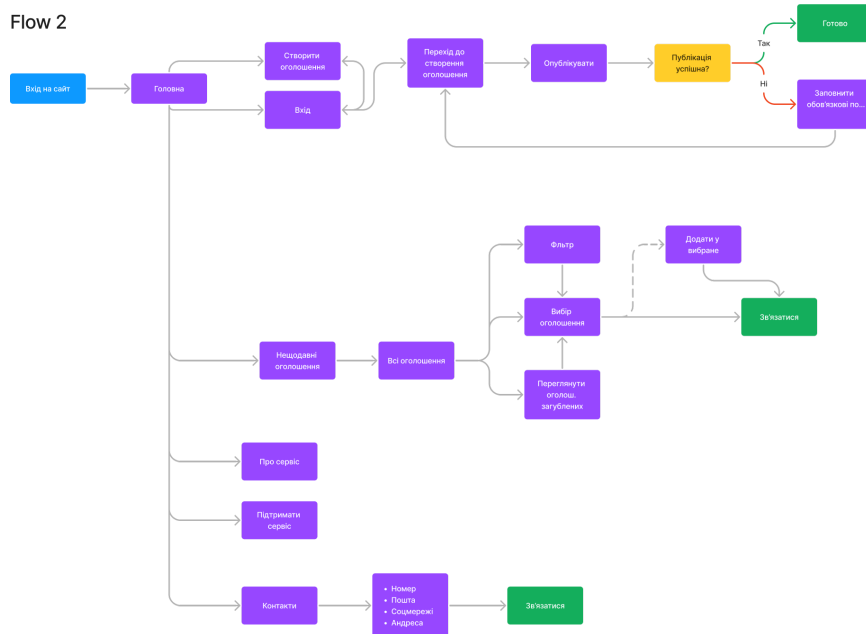


Рис. 3.1.6. Юзер флоу для Персони 2

Флоу процесу реєстрації потребує надання повного імені користувача та електронна пошта для підтвердження особи, після чого він має створити унікальний пароль. Вхід на сервіс вимагає, відповідно, вказати пошту та пароль. Якщо користувач забув пароль, він може відновити його. Для цього веб-сервіс автоматично надсилає спеціальний код на пошту для підтвердження особистості, після чого дозволяє оновити пароль. Опціональним варіантом є можливість зареєструватися чи увійти за допомогою облікового запису Гугл, який вже налічує всю інформацію про людину.

#### Sign Up/ Login

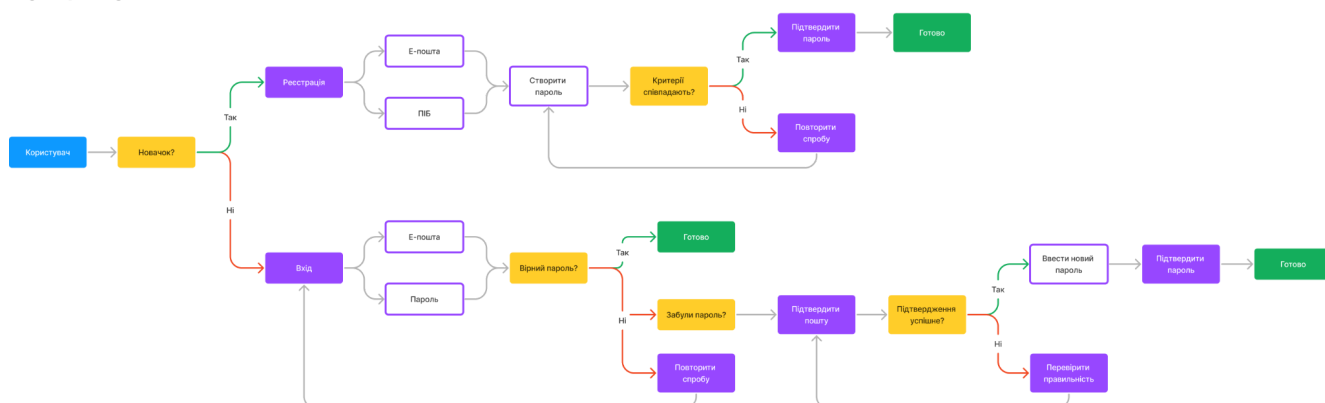


Рис. 3.1.7. Юзер флоу реєстрації та входу на веб-сервіс

Конструктор створення оголошення має ряд послідовних кроків та обов'язкових дій для успішної публікації. Для даного функціоналу також було побудоване окреме флоу. Для оголошення користувач має заповнити таку інформацію як: статус тварини (знайдена чи загублена), додати фото та характеристики, надати свою контактну інформацію та позначити геолокацію маркером на інтерактивній карті. Додатковим і необов'язковим є можливість вказати винагороду за пошук улюбленця.



### Advertisement

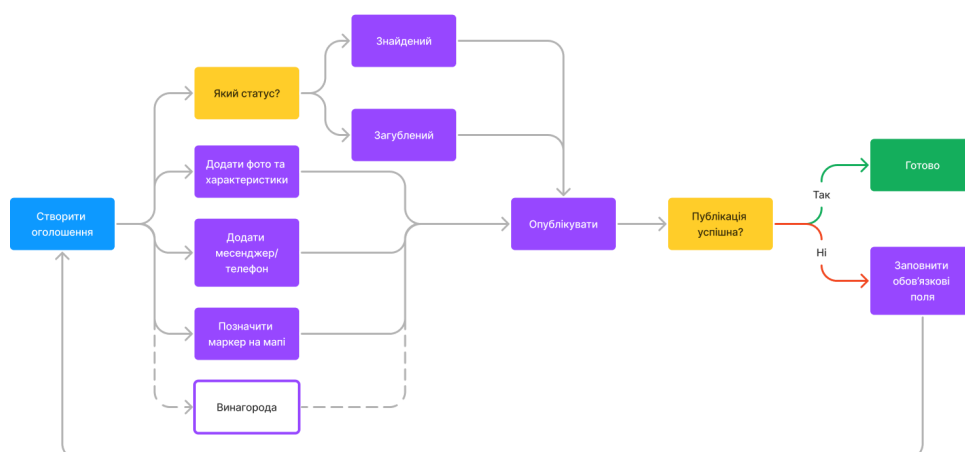


Рис. 3.1.8. Юзер флоу для публікації оголошення на веб-сервісі

Оскільки веб-сервіс є безкоштовним для користувачів, для нього важливо мати пожертвування від клієнтів. Щоб підтримати Пет гелпер, потрібно ввести дані картки, вказати суму та підтвердити платіж.

### Support

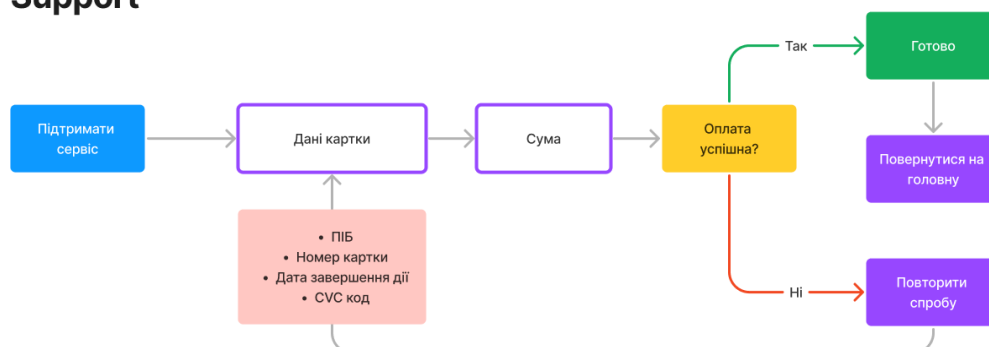


Рис. 3.1.9. Юзер флоу для здійснення фінансової підтримки сервіса

**Wireframes.** Wireframes перекладається з англійської як "каркаси" в дослідницькому контексті, являють собою ключовий елемент дизайну веб-сторінок та програм. Вони виступають як двовимірні скелетні контури, що відображають структуру, макет, інформаційну архітектуру, потік користувачів, функціональність та очікувану поведінку продукту. Використовуючи каркаси, дизайнери створюють фундаментальну основу для подальшого розвитку продукту, визначаючи його зовнішній вигляд та функціонал. [10]

Дизайнери можуть виготовляти каркаси як вручну, так і за допомогою цифрових інструментів, враховуючи рівень деталізації, необхідний для

конкретного проекту. Спрощені каркаси можуть бути створені вручну, в той час як для складніших проектів застосовують спеціалізовані програми.

Каркасне моделювання відіграє ключову роль у розробці веб-сервісів та додатків, дозволяючи дизайнерам визначити структуру сторінки чи програми, розташувати елементи інтерфейсу для оптимального користування, спроектувати потік користувачів та визначити функціональні можливості продукту.

Унаочнюючи макет в ранніх етапах розробки, каркаси дозволяють виявити потенційні проблеми, що робить їх важливим інструментом для вдосконалення користувацького досвіду. Оптимізовані каркаси сприяють збільшенню конверсії клієнтів, оскільки полегшують користувачам знаходження відповідного ресурсу на веб-сайті.

Wireframes слугують засобами комунікації, сприяючи відгукам від користувачів, розмовам з зацікавленими сторонами та генеруванню ідей серед дизайнерського колективу. Тестування користувачів на ранніх стадіях розробки каркасів дозволяє отримати об'єктивний зворотний зв'язок та виявити ключові недоліки, що полегшує встановлення та розвиток концепції продукту. [19]

Науковий підхід до вивчення каркасів визначає три основних типи: низькодеталізовані, середньодеталізовані та високодеталізовані. Кожен з них має свої переваги та обмеження, сприяючи в розробці різноманітних концепцій та деталізації продуктів. [30]

**Низькодеталізовані ваєрфрейми (Low-fidelity wireframes).** Низькодеталізовані каркаси є базовими візуальними представленнями веб-сторінки та зазвичай служать вихідною точкою дизайну. Низькодеталізовані каркаси не вміщують собі жодних деталей, які можуть потенційно відволікати, маючи лише спрощені зображення, блокові форми та макетний вміст, наприклад, заповнюючий текст для заголовків та підписів. Низькодеталізовані каркаси корисні для початку розмов, визначення плану навігації. Вони також неймовірно корисні для дизайнерів, які мають кілька концепцій продуктів і хочуть швидко вирішити, в якому напрямку рухатися.

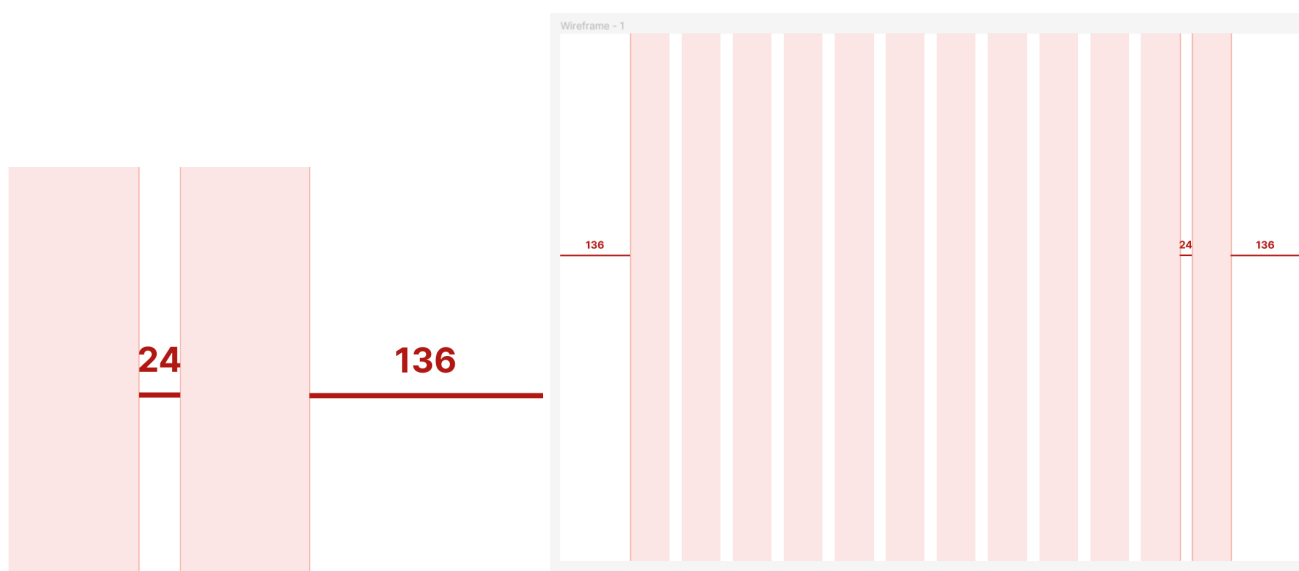
**Середньодеталізовані ваєрфрейми (Mid-fidelity wireframes).** Найбільш часто використовувані каркаси з трьох - це середньодеталізовані каркаси. Хоча вони все ще уникають відволікаючих елементів, таких як зображення або типографія, до окремих компонентів додається більше деталей, а функції чітко розрізняються між собою.

Для розділення заголовків та основного вмісту можна також використовувати різні кегелі тексту, а для композиції — різні відтінки сірого для передачі візуальної помітності окремих елементів. Середньодеталізовані каркаси є хорошим вибором для визначення макета веб-сайту та тестування різних варіантів навігації.

**Високодеталізовані ваєрфрейми (High-fidelity wireframes).** Високодеталізовані каркаси демонструють макети з точною піксельною розміткою, включати фактичні зображення та відповідний письмовий вміст.

Для власної розробки я використовувала два типи каркасів — середньо- та високодеталізовані. Середньодеталізовані ваєрфрейми були потрібні для того, щоб вибудувати основний макет сайту, структуру та функціональні можливості. Високодеталізований каркас є кінцевим результатом дизайну. Саме цей варіант віддається у подальшому для кодування сервісу.

Для чіткого та структурованого дизайну використовується сітка. Для десктопа з розширенням — 1440/1024, я обрала такі такі параметри сітки: 12 колонок, відступ від країв — 136 px, відступи між колонками — 24 px.

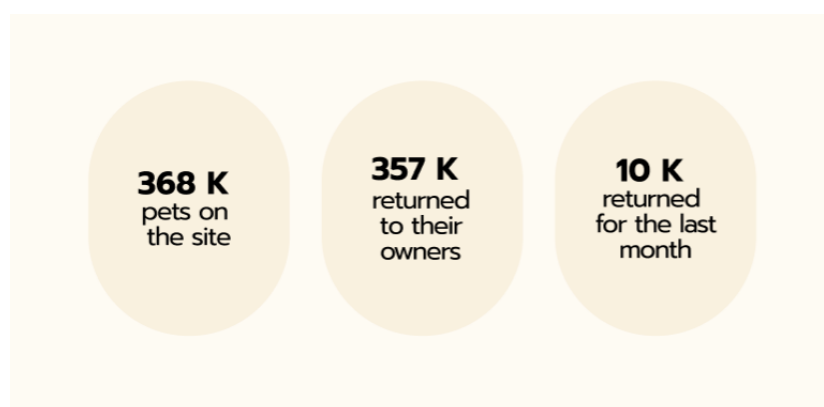


*Рис. 3.1.10. Відступи сітки**Рис. 3.1.11. Сітка десктопу*

Всього було розроблено 21 каркас для різних елементів веб-сервісу Пет гелпер. Серед них: головна сторінка, сторінки створення та публікації оголошень, форми входу та реєстрації з правильним та неправильним введенням даних, сторінка всіх оголошень із фільтрами, вигляд оголошення з повною інформацією про тварину, форма фінансової підтримки, а також сторінка "Про нас", яка надає докладну інформацію про сервіс.

Розробка каркасів Пет гелпер відбувалася на основі вже сформованого "user flow" для конкретної персони. Початковим етапом було розроблено каркас головної сторінки, яка виступає ключовою точкою входу для користувачів.

Також на першому екрані головної сторінки розміщено три статистичних показники, які відображають загальну кількість оголошень, тварин, які успішно повернулися до власників, та кількість тварин, які знайшли своїх власників за останній місяць. Ознайомлення користувача з цієї інформацією при вході на сайт, має на меті продемонструвати ефективність веб-сервісу Пет гелпер, та викликати почуття довіри.

*Рис. 3.1.12. Кількісні дані діяльності сервісу Пет гелпер*

Іншими важливими інформаційними блоками та головній сторінці є — "Про нас", який дозволяє користувачам краще ознайомитися з сервісом, а також блок фінансової підтримки, розміщений внизу сторінки. Футер, розташований в кінці сайту, дублює деякі елементи хедера та містить додаткову інформацію, таку як контактні дані.

Такий підхід до розробки каркасів на головній сторінці веб-сервісу має на меті надати користувачам зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, полегшуючи їхню навігацію та взаємодію із сервісом.

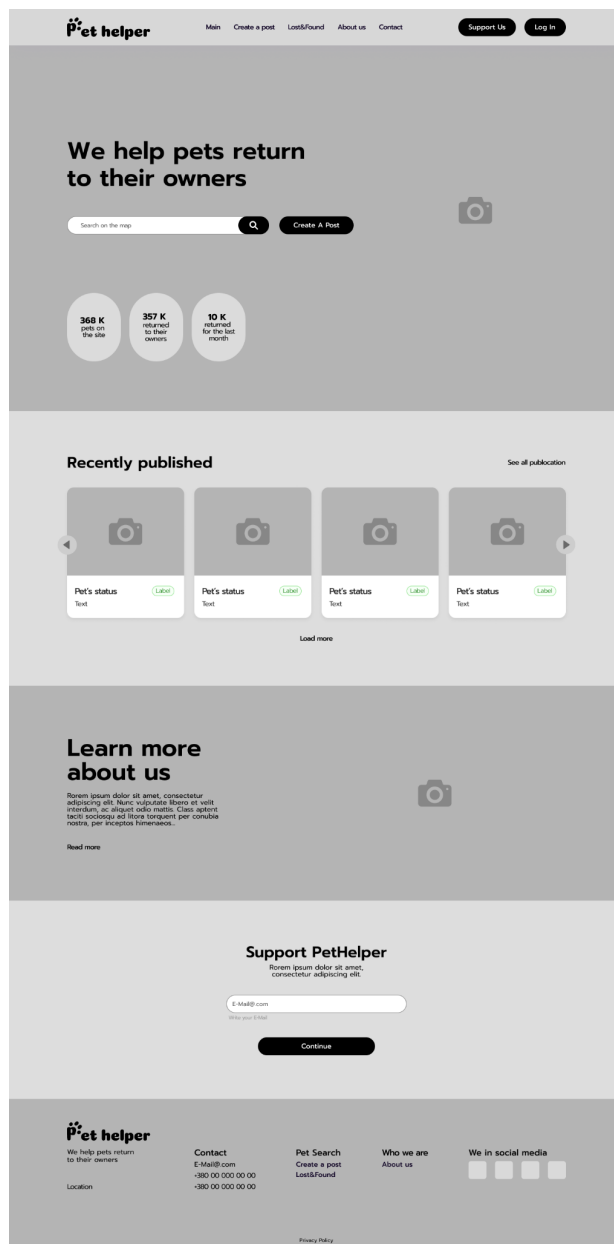


Рис. 3.1.13. UX головної сторінки

На наступних етапах були розроблені три каркаси сторінок, спрямованих на область створення оголошень, а саме: конструктор оголошення, сторінка повідомлення про успішну публікацію та сторінка, що повідомляє про виникнення помилки.

Конструктор оголошення включає в себе наступні елементи:

1. Заголовок та підказку, яка вказує на необхідні дії.

2. Можливість завантажити фотографії тварини.
3. Вказання таких даних, як: обраний статус, вид тварини, поле для введення імені тварини, порода, вік, гендер, наявність стерилізації та ідентифікаційний номер. Особливості, відмічені символом зірочки (\*), є обов'язковими для заповнення, без яких неможливо опублікувати оголошення, оскільки достатня інформація необхідна для ефективного пошуку.
4. Вказання колір шерсті.
5. Дата, коли тварина була загублена або знайдена.
6. Імпут для пошуку локації, який паралельно існує з головною сторінкою.
7. Мапа, на якій також можна визначити радіус місцезнаходження через використання маркера.
8. Поле для введення текстового опису, де користувач може подати детальну інформацію, таку як унікальні характеристики тварини.
9. Можливість вказати винагороду за знайдену тварину.

Цей конструктор оголошень розроблено таким чином, щоб надати користувачеві зручний і інтуїтивно зрозумілий інтерфейс для детального та ефективного створення оголошень про загублену чи знайдену тварину.

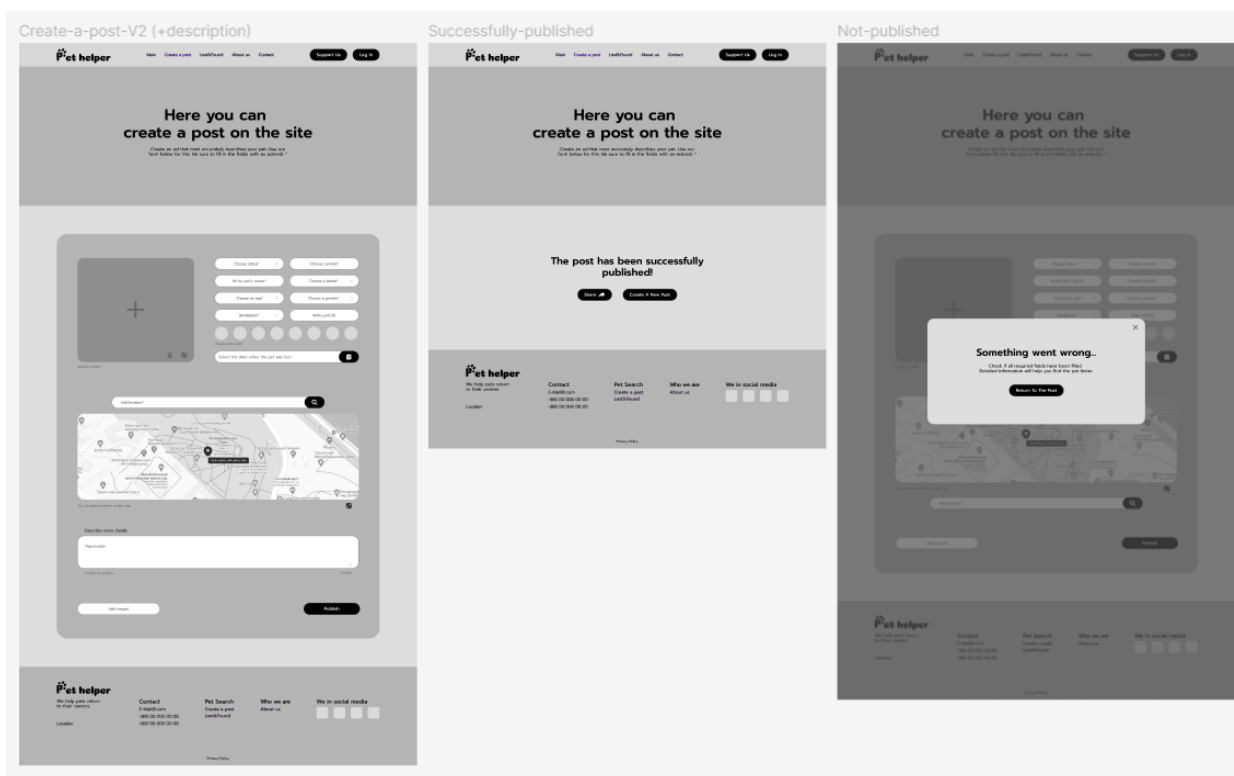
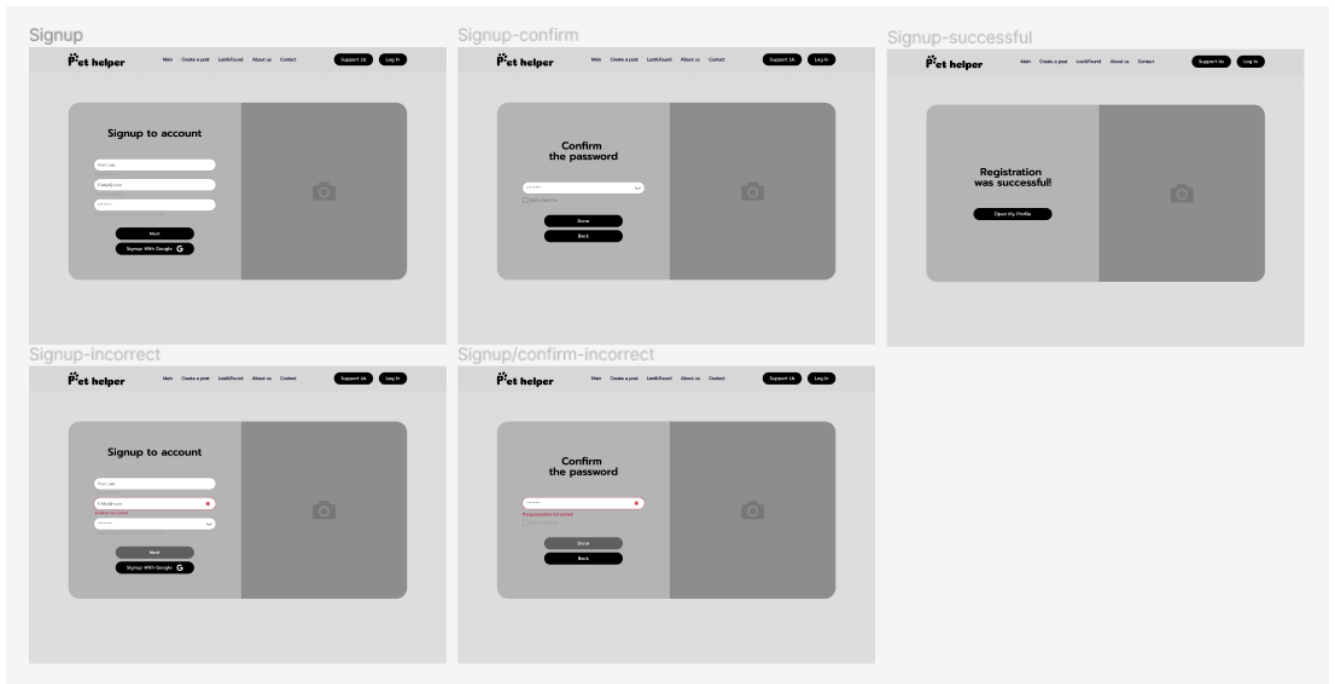


Рис. 3.1.14. UX сторінки зі створення оголошення.

(Окремі зображення див. у додатку А)

**Форма реєстрації.** Реєстраційна форма представляє собою важливий елемент взаємодії користувача з веб-сервісом. Ця форма входу для сервісу Пет гелпер обладнана трьома інпутами для введення повного імені, електронної пошти та створення пароля. Крім того, надається можливість реєстрації за допомогою облікового запису Google. З метою оптимізації безпеки та зручності користування, були розроблені Wireframes для сценаріїв підтвердження паролю, а також у випадках, коли введені дані виявляються неправильними чи недійсними.



*Рис. 3.1.15. UX екрани форми реєстрації  
(Окремі екрани див. у додатку Б)*

**Форма входу.** Форма входу на веб-сервіс Пет гелпер призначена для вже зареєстрованих користувачів веб-сайту. Сценарій входу аналогічний до сценарію реєстрації, вимагаючи введення електронної пошти та пароля для підтвердження. Додатково вбудована функція відновлення паролю для випадків, коли користувач забуває його. Цей процес передбачає відправлення спеціального коду на електронну пошту користувача. Відповідні етапи ілюструються на рисунку 3.1.15.





*Рис. 3.1.16. UX форми входу  
(Окремі екрани див. у додатку В)*

**Сторінка оголошень** на веб-сервісі Пет гелпер є важливим елементом, де систематизовано всі актуальні повідомлення про знайдених та загублених тварин. Заголовок та підказка на цій сторінці спрямовані на допомогу користувачам у взаємодії з розміщеними оголошеннями. Крім того, присутня функція пошуку, яка, як зазначено раніше, дозволяє користувачам швидко та ефективно знаходити оголошення на основі заданих параметрів. На даній сторінці наведена низка фільтрів, які користувач може використовувати для точного визначення властивостей тварини, яка їм цікава. Фільтри включають вибір статусу, виду тварини, ім'я тварини, породи, вік, гендер, наявність стерилізації та ID. Оголошення представлені на цій сторінці, а також існує можливість переходу на наступні сторінки для детальнішого ознайомлення з іншими оголошеннями.

Процес перегляду оголошень відбувається в стислому форматі в звичайному режимі. При натисканні на конкретне оголошення відкривається повноцінна сторінка з усією детальною інформацією. Ця інформація включає дані, раніше вказані у конструкторі оголошення, а також інформацію про особу,

яка розмістила оголошення. Крім того, присутня функція збереження оголошення в обрані, що надає можливість користувачам зручно переглядати обрані оголошення в подальшому.

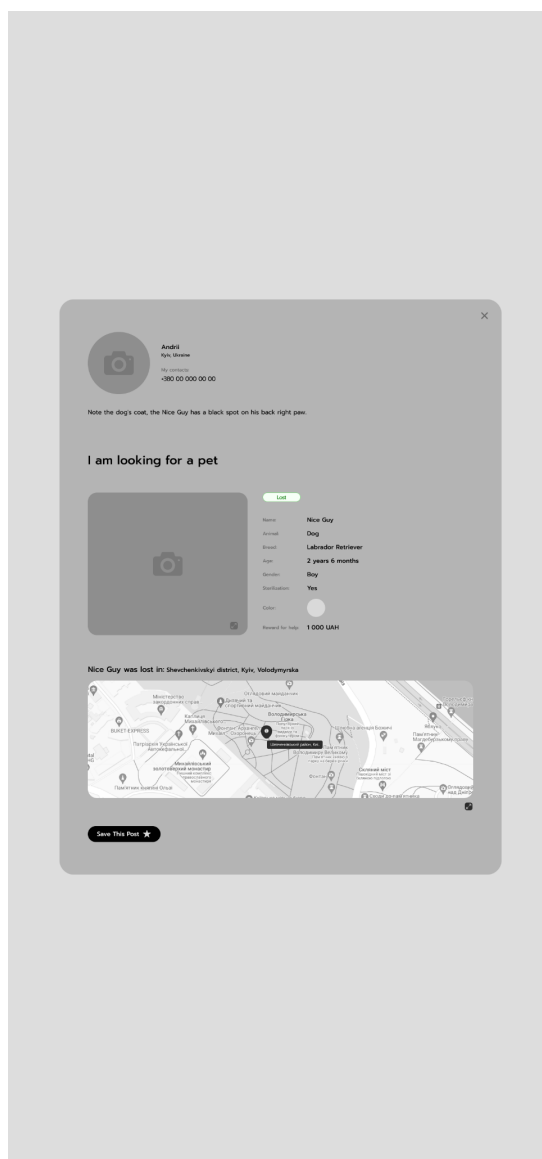
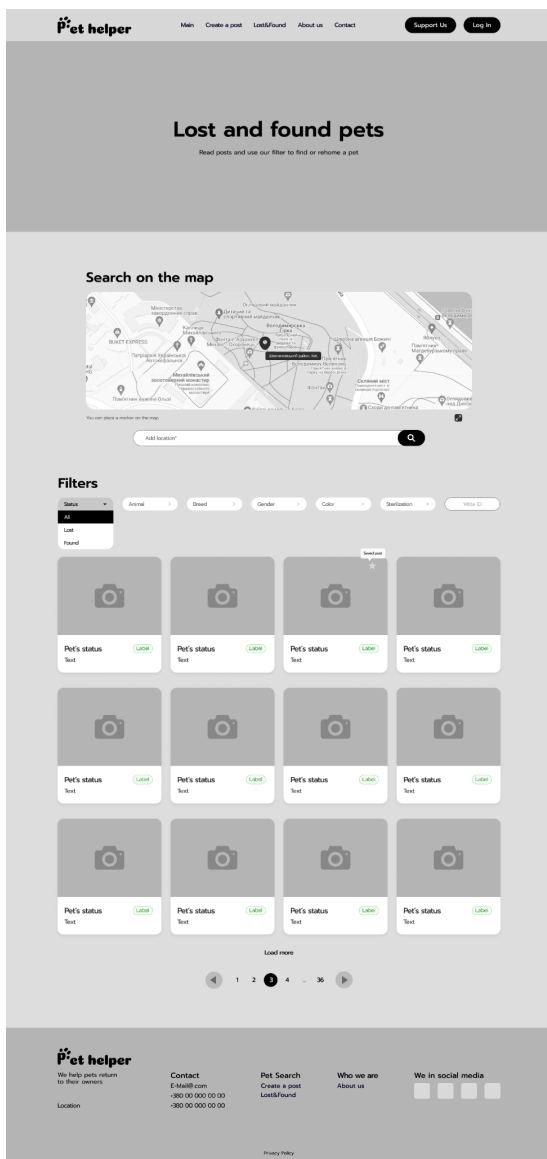


Рис. 3.1.17. UX сторінка оголошень      Рис. 3.1.18. UX перегляд оголошення

**Сторінка підтримки сервісу.** Сторінка підтримки сервісу виступає ключовим елементом взаємодії користувача з веб-сервісом. На цій сторінці розміщені імпути для введення даних кредитної картки та визначення суми донату. Крім того, забезпечено послідовні екрани, які надають повідомлення про результат проведеної оплати, чи вона була успішною.

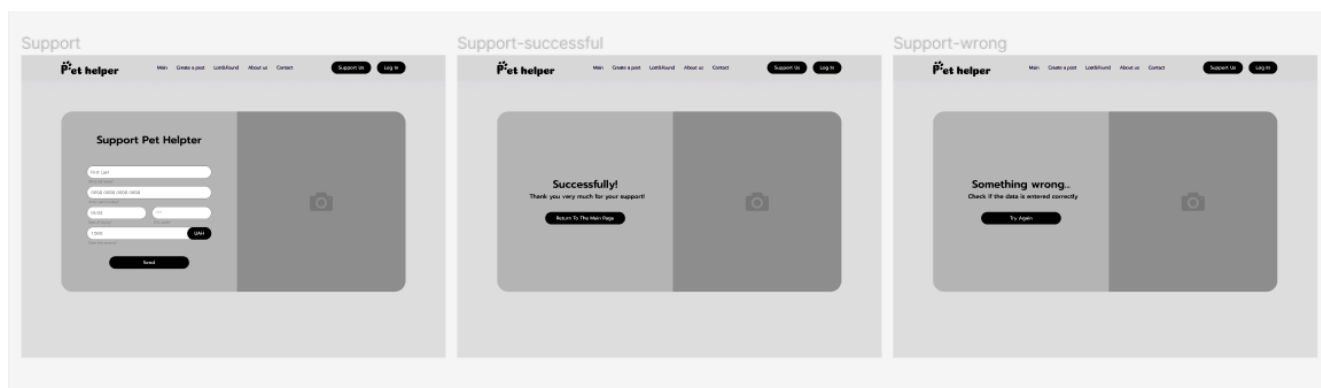


Рис. 3.1.19. UX підтримки сервіса (окремі екрани див. у додатку Г)

**Про нас.** Сторінка "Про нас" призначена для інформування користувача про історію веб-сервісу, його засновників та діяльність. На даній сторінці надається можливість перегляду невеликих статей, які розкривають особистий досвід успішного пошуку домашнього улюбленця за допомогою Pet Helper.

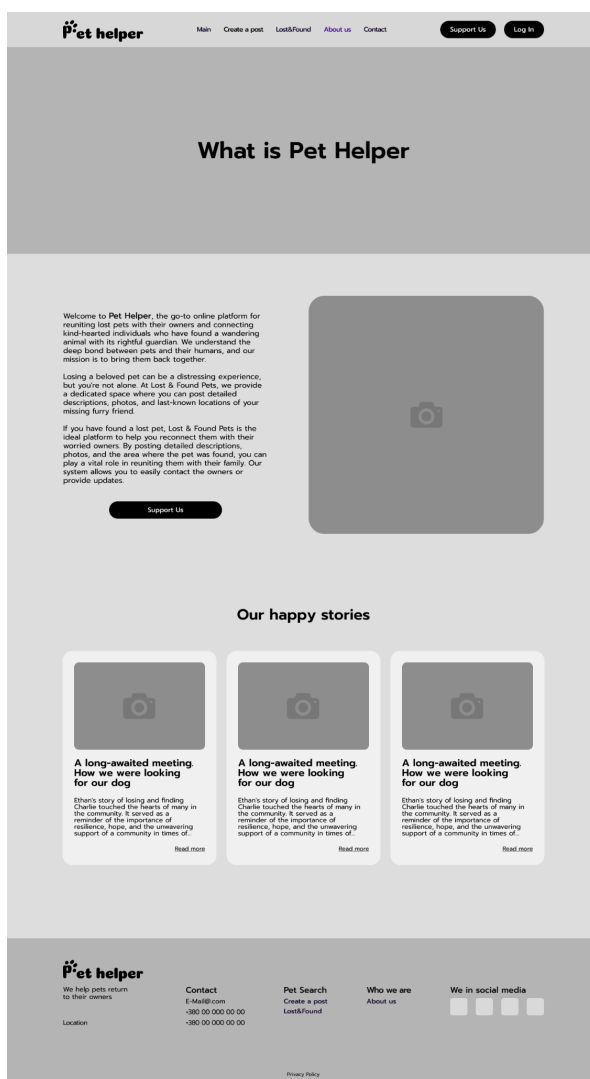


Рис. 3.1.20. UX сторінки про веб-сервіс

### 3.2. Розробка дизайну інтерфейсу

Розробка дизайну інтерфейсу являє собою процес створення взаємодії між користувачами та цифровими продуктами через визначення і управління їхнім зовнішнім виглядом та функціональністю. Інтерфейс виступає як ключовий момент взаємодії між людьми та технологією, і відіграє важливу роль у формуванні вражень від користування.

Користувацький інтерфейс (UI) складається з двох важливих компонентів: візуальної та функціональної. Візуальна частина відповідає за зовнішній вигляд інтерфейсу, в той час як функціональна частина визначає його робочі аспекти.

Успішний дизайн UI повинен узгоджувати в собі якість зручності використання, функціональність та естетичність. Зручність використання передбачає простоту розуміння та використання інтерфейсу, функціональність означає ефективність його роботи, а естетика створює приємний візуальний досвід. [\[32\]](#)

При розробці UI необхідно враховувати потреби та очікування користувачів. Дизайнерам слід розуміти, як користувачі бажають взаємодіяти з продуктом і створювати інтерфейс, який відповідає їхнім потребам.

Інтерфейс повинен бути інклюзивним і доступним для всіх користувачів, незалежно від рівня їхніх знань і навичок. Дизайнерам важливо використовувати просту і зрозумілу мову, а також надавати альтернативні способи взаємодії для людей із обмеженими можливостями.

Для досягнення ефективного та привабливого дизайну користувацького інтерфейсу важливо дотримуватися узгодженості у всіх елементах веб-сайту чи програми. Це включає використання спільних кольорів, стилів шрифтів та композицій для створення відчуття єдності та візуальної гармонії. Навігаційні елементи та кнопки слід розташовувати послідовно на всіх сторінках для полегшення користувачам пошуку необхідної інформації. [\[47\]](#)

Кольорова схема та схема брендингу також грають ключову роль у покращенні взаємодії користувача та навігації. Використання узгоджених кольорів для позначення важливих дій або елементів допомагає користувачам

швидко сканувати веб-сайт та знаходити необхідну інформацію, що робить дизайн UI більш інтуїтивним та зручним. [1]

Створення різних кольорів, кнопок та шрифтів для кожної дії на веб-сайті може ускладнювати пошук потрібного користувачеві посилання, особливо коли у нього обмежений час. Наприклад, використання різних кольорів для кнопок "Скасувати" та "Надіслати" допомагає уникнути плутанини та полегшує розпізнавання різних функцій.

Кольорова гама важлива для дизайну сайту пошуку втрачених тварин Пет гелпер, оскільки вона має створювати позитивну атмосферу. Це важливо для того, щоб користувачі відчували, що на сайті покладаються належну увагу та піклуються про безпеку тварин. Крім того, кольорова гама повинна відповідати сучасним стильовим тенденціям та привертати молоду аудиторію сервісу, яка, згідно дослідження, становить від 25 до 34 років.

Обрані основні кольори відіграють ключову роль у досягненні зазначених цілей. Салатовий колір, використаний для хедера та футера, створює відчуття цілісності та гармонії. Рожевий та блакитний використовуються для додаткових кнопок, надаючи їм видимості та акцентуючи увагу на важливих функціях. Чорний колір використовується для основної кнопки дії з метою максимального контрасту та виділення серед інших елементів. Бежевий колір, застосований для фону сайту, створює атмосферу спокою та комфорту, відповідаючи основним вимогам аудиторії (рис. 3.2.1.).

Найкращі веб-сайти визначаються їхньою здатністю спрощувати виконання складних завдань для користувачів, що досягається мінімізацією навантаження на них. Для досягнення цього об'єктива використовуються різноманітні техніки, розпочинаючи від полегшення читання тексту та завершуючи більш складними процесами структурування контенту та сторінок для досягнення максимальної ефективності.



*Рис.3.2.1. Кольорова палітра веб-сервісу*

Організація елементів на веб-сайті має бути спрямована на відображення їхньої важливості, наприклад, за допомогою великих та кольорових кнопок чи посилань, що привертають увагу користувача і слугують індикаторами їхнього визначення.

Візуальні засоби та орієнтири важливі для навігації користувачів в інтерфейсі. Основна ідея полягає в тому, щоб забезпечити передбачуваність навігації на веб-сайті.

Суттєвою також є збалансованість тексту, забезпечуючи його легке зчитування та легку ідентифікацію необхідних розділів та інформації відвідувачами.

Роль шрифтів у дизайні сервісу Пет гелпер є важливою, оскільки вони повинні бути читабельними і зрозумілими. Мною було обрано шрифт Promt, який не має зарубок, читабельний на різних пристроях та придатний для різних цілей. Він також відзначається сучасним і стильним дизайном, відповідно до очікувань цільової аудиторії. [47]

Розмір шрифту для основного тексту — 16 пікселів, що забезпечує сприйняття без зайвого використання простору на екрані.

Обраний відтінок чорного (#252525) для шрифту основного тексту на бежевому тлі дозволяє легко відрізнити текст від фону.

Форма шрифту також впливає на його зрозумілість, і обраний простий шрифт Prompt відзначається високою читабельністю завдяки його простій формі.

Шрифти також можуть впливати на емоційне сприйняття сайту. Зарубці в шрифтах можуть створювати відчуття вишуканості та елегантності, в той час як відсутність зарубок може передавати враження простоти та лаконічності.

Для створення ієрархії шрифту застосовувалися різні товщини та розміри. Відповідно до цього, розмір і товщина шрифту для різних елементів, таких як заголовки, кнопки та текст, були вибрані з урахуванням їхньої ролі та важливості на веб-сайті.

Обрані параметри шрифтів та їх розміщення спрямовані на забезпечення оптимальної читабельності та візуальної привабливості веб-сайту для цільової аудиторії.

|                   |    |
|-------------------|----|
| <b>Pet helper</b> | 56 |
| <b>Pet helper</b> | 36 |
| <b>Pet helper</b> | 20 |
| <b>Pet helper</b> | 16 |
| <b>Pet helper</b> | 16 |
| Pet helper        | 14 |

*Рис. 3.2.2. Шрифт веб-сервісу*

Веб-дизайн використовує візуальні елементи з метою створення інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу для користувачів. Засоби візуального сприйняття повинні бути не лише знайомими, а й асоціативно зрозумілими, враховуючи психологічні аспекти взаємодії із споживачем.

Один із основних принципів візуальної комунікації виявляється у використанні іконок, які добре відомі користувачам комп'ютерів. Наприклад, цифрові папки, схожі на реальні, інтерпретують функції зберігання, в той час як зображення дискети символізує процес збереження, а кошик для сміття - видалення файлів. Цей підхід полегшує розуміння функціоналу в цифровому середовищі, оскільки користувачі вже ознайомлені з концепціями папок та видалення у реальному житті. [72]

В дизайні веб-сервісу Пет гелпер використовуються різноманітні символи, які допомагають користувачам розпізнати та взаємодіяти із функціоналом сайту. Зображення ока зазвичай використовується, коли потрібно показати чи сховати якусь інформацію. Я обрала ці іконки для форми реєстрації та входу, щоб користувач міг керувати прихованістю власного паролю. Іконка лупи використовується для пошуку, а саме — пошуку геолокації. Календар, у свою чергу, повідомляє користувачу про те, що він може вибрати певну дату, коли заповнює форму оголошення. Корзина для сміття використовується для видалення зображень у конструкторі оголошення.

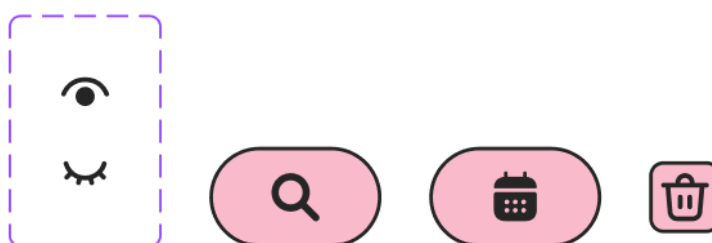


Рис. 3.2.3. Візуальні символи кнопок



**Дизайн система.** Дизайн-система — це колекція багаторазових компонентів і вказівок, які співробітники компанії можуть об'єднувати в інтерфейси та взаємодії. Компоненти дизайну та методи впровадження можуть сильно відрізнятись в різних компаніях залежно від розміру та рівня розвитку практики дизайну, а також від потреб команди розробників продуктів. [\[36\]](#)

В основі дизайн-систем лежать узгоджені стилі та рекомендації щодо взаємодії для команд. Наприклад, дизайн-система може містити:

- Стандартні елементи, такі як вхідні поля, випадаючі списки та структури меню, для використання в інтерфейсах.
- Список схвалених фірмових кольорів та шрифтів разом із рекомендаціями щодо їх використання.
- Стандартні кнопки та інші засоби інтерактивності.
- Рекомендації щодо взаємодії, наприклад, чи використовувати висувну бічну панель або підтримувати розтягування зображень за допомогою стискання.
- Гнучку сітку для узгодженого розташування екранів, включаючи елементи стилізації карток або роздільників вмісту.
- Правила розміщення певних об'єктів, наприклад, завжди зберігати піктограми входу/виходу та профілю у верхньому правому куті робочого столу.
- Список значків та їх значення.
- Рекомендації щодо вмісту, які визначають, як і коли використовувати вміст, наприклад, чи всі елементи меню повинні бути дієсловами чи іменниками або чи компанія звертається до користувача у першій чи другій особі.
- Правила використання значків і тексту як міток.
- Візуальні рекомендації щодо розміщення певних типів кнопок із закликком до дії.
- Правила використання таких функцій, як автоматичне збереження, проти явних кнопок збереження/скасування.

В дизайн-системі можуть бути й інші рекомендації. Гугл Матеріал Дизайн (Google Material Design) — це приклад досить послідовної дизайн-системи з великою кількістю різних типів елементів і досить чіткими рекомендаціями щодо того, коли та як використовувати кожен елемент. [73]

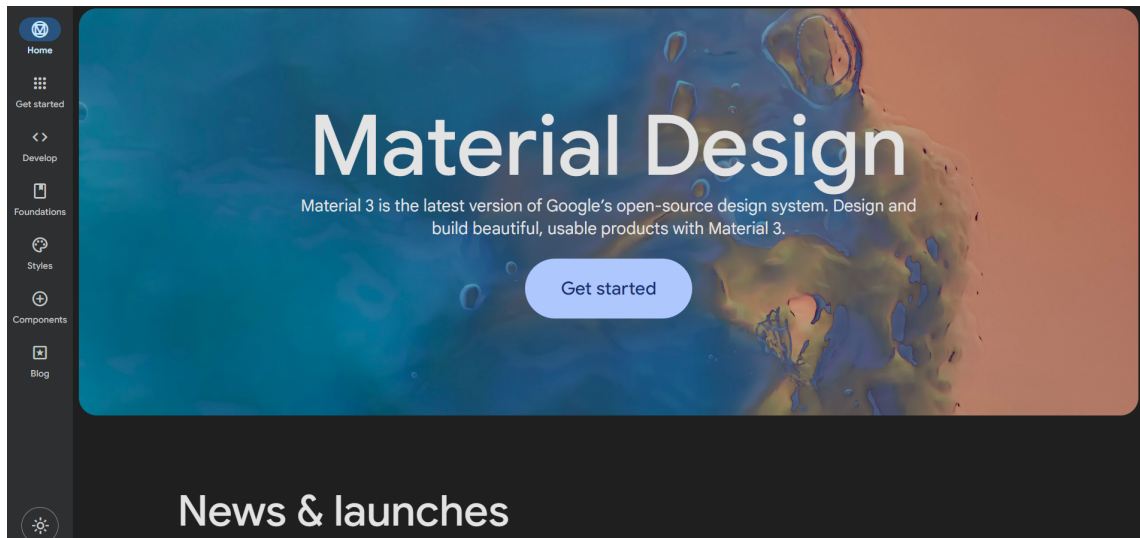


Рис. 3.2.4. Гугл Матеріал Дизайн (Google Material Design)

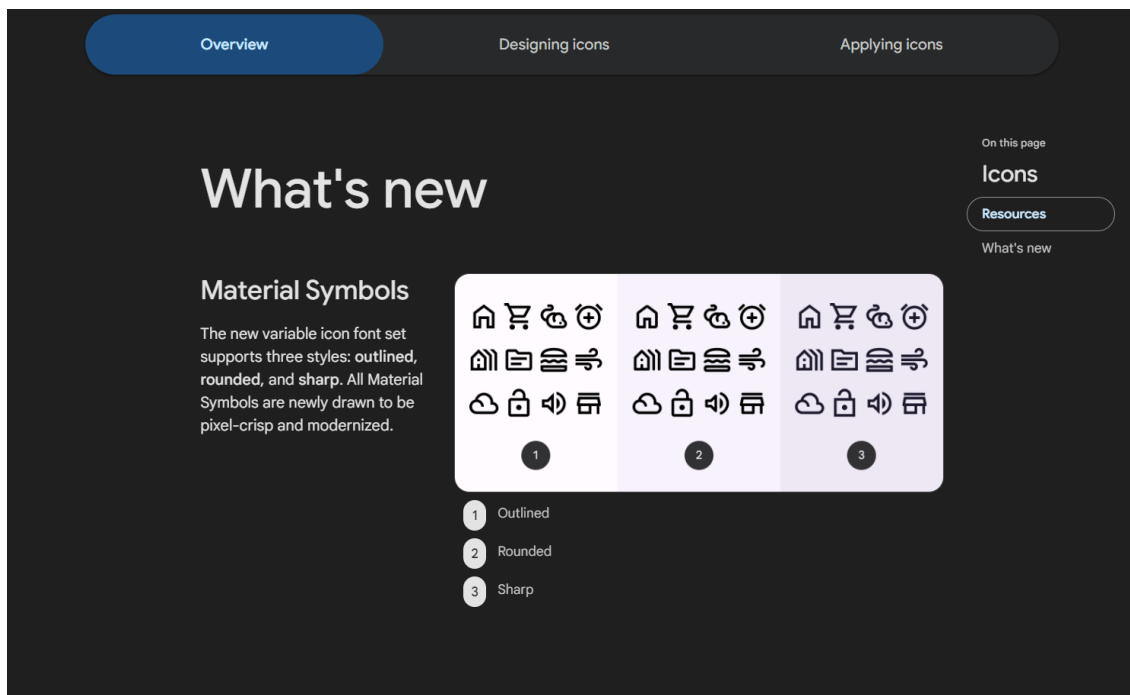


Рис. 3. 2.5. Рекомендації Гугл Матеріал Дизайн (Google Material Design)  
на прикладі іконок

Дизайн-системи можна створювати також для інструментів, які не мають візуального елемента, наприклад, для систем голосового керування. Найефективніші дизайн-системи постійно розвиваються та змінюються

відповідно до потреб продукту чи набору продуктів. Крім того, дизайн-системи ефективні лише тоді, коли їх використання є обов'язковим.

В ідеалі різні елементи дизайн-системи фактично є фрагментами коду, які розробники можуть вставляти в інтерфейси, щоб швидше створювати функції або швидше прототипувати. В інших випадках це просто елементи дизайну в інструменті прототипування, які дизайнери можуть повторно використовувати.

Дизайн-системи, якщо їх правильно впровадити, значно прискорюють процес дизайну. Вони також дозволяють дизайнерам та решті команди продукту більше зосереджуватися на потоці та логіці нової функції або екрана, а не на візуальному дизайні.

Такі елементи, як іконки, я не розробляла самостійно, а скористалася вже наявними у вільному доступі дизайн-систем.

**UI Kit.** UI Kit, або комплект інтерфейсу користувача, є комплексом графічних ресурсів та файлів, призначених для фасилітаційного організованого розміщення та редагування елементів інтерфейсу на робочій області. Такі комплекти зазвичай включають в себе всі необхідні компоненти інтерфейсу, які несуть смислове навантаження та забезпечують функціональність для кінцевих користувачів, такі як кнопки, віджети, прапорці, індикатори прогресу, навігаційні елементи та інші.

Побудова UI Kit може вдаватися до використання принципів атомного дизайну, методології, що виникла в 2016 році в книзі Бреда Фостера. В рамках атомного дизайну, кожен компонент веб-сайту порівнюється з хімічним атомом. Схоже до того, як природні елементи можна розглядати як атоми, методологія атомного дизайну базується на поділі елементів HTML на конкретні частини, аналогічно поділу елементів у хімії.

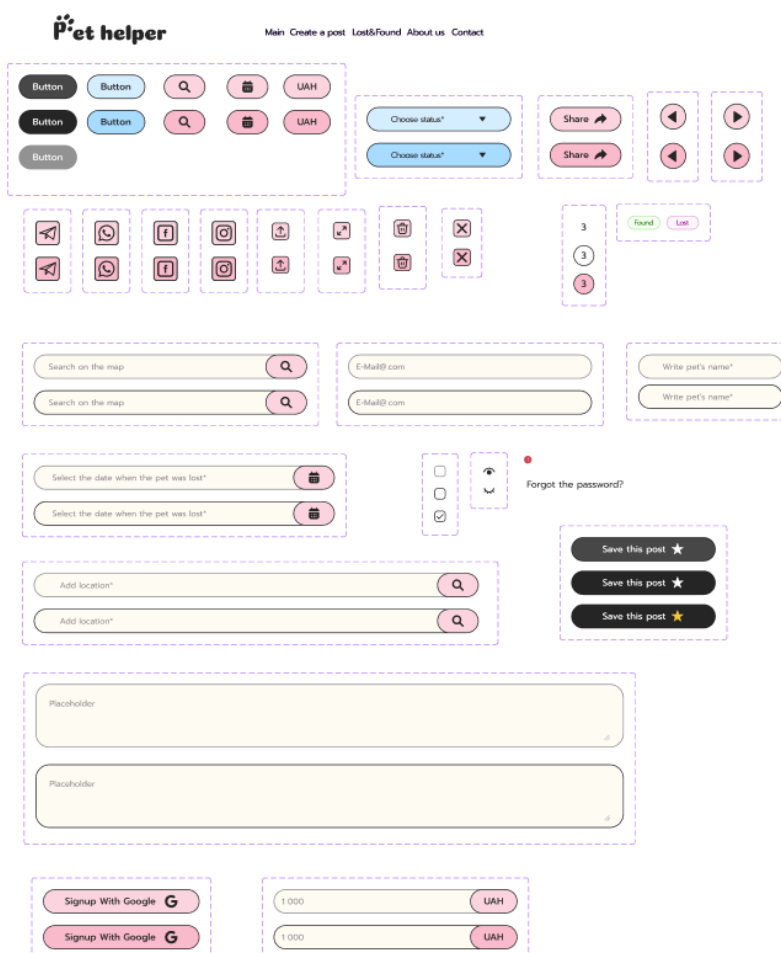
Атомний дизайн розглядає інтерфейс як систему, що складається з п'яти рівнів: атом, молекула, організм, шаблон і сторінка. [\[74\]](#)

Атоми, найпростіші елементи інтерфейсу, є його основою та структурою. До атомів, при розробці веб-сервісу Пет гелпер, входять такі елементи, як кнопки, іконки та імпути. (Рис. 3.2.6.)

Молекули представляють собою групи атомів, з'єднаних між собою, і виконують спільні функції як єдина одиниця. Відповідно, системою молекул Пет гелпер є: хедер (верхня навігаційна панель), перемикач сторінок, фільтри, пошуковик, дані користувача. (Рис. 3.2.9.)

Організми - це складні компоненти, що включають групи молекул і атомів та можуть функціонувати самостійно, утворюючи окремі частини інтерфейсу. Організмами Пет гелпер є: картки публікацій та статей, система характеристик тварин, форма підтримки, футер (нижня навігаційна панель). (Рис. 3.2.10., рис. 3.2.11.)

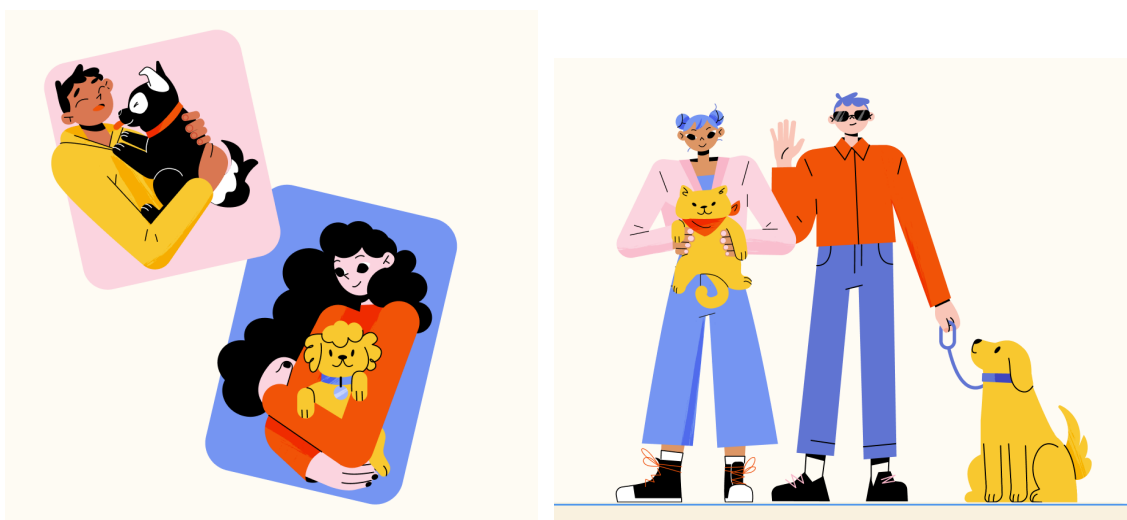
Шаблони є наступним рівнем атомного дизайну, який виступає каркасом. Мета шаблонів полягає в установленні зв'язків між організамами та іншими компонентами, розташованими на сторінці в певному порядку, без використання будь-яких стилів або даних. Шаблонами веб-сервісу Пет гелпер є: конструктор оголошення до та після опублікування. (Рис. 3.2.12., 3.2.13.)



*Рис. 3.2.6. Система атомів UI Kit*

Всі графічні ілюстрації та візуальні елементи, розташовані на веб-сайті Пет гелпер, відзначаються єдиною стилістикою та палітрою кольорів, сприяючи тим самим створенню цілісного зовнішнього вигляду веб-ресурсу. Ілюстративні композиції виникають у контексті тематики, де різні персонажі перебувають у супроводі своїх домашніх улюбленців, що викликає асоціації із аудиторією користувачів сайту. Зображення посмішки та задоволених тварин в ілюстраціях надає позитивний емоційний вимір та сприяє створенню приємної атмосфери.

Зазначені візуальні прийоми стратегічно використовуються з метою викликати у відвідувачів сайту відчуття турботи та підтримки з боку сервісу щодо тварин, призводячи до позитивних емоцій і радості як у власників, так і в їхніх чотирилапих супутників. [\[38\]](#), [\[31\]](#)



*Рис. 3.2.7., 3.2.8. Використання ілюстрацій на сайті*

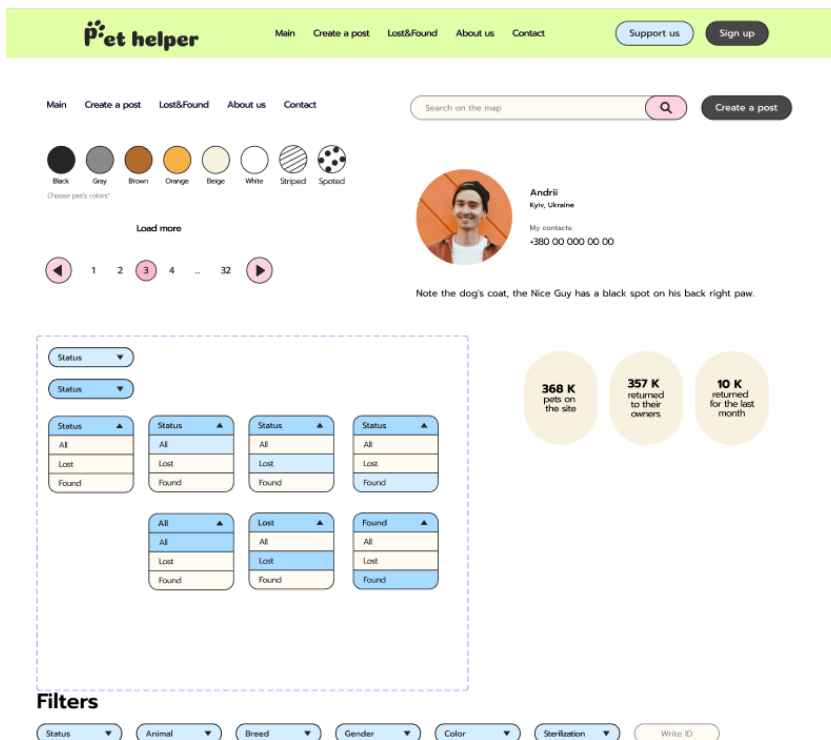


Рис. 3.2.9. Система молекул UI Kit

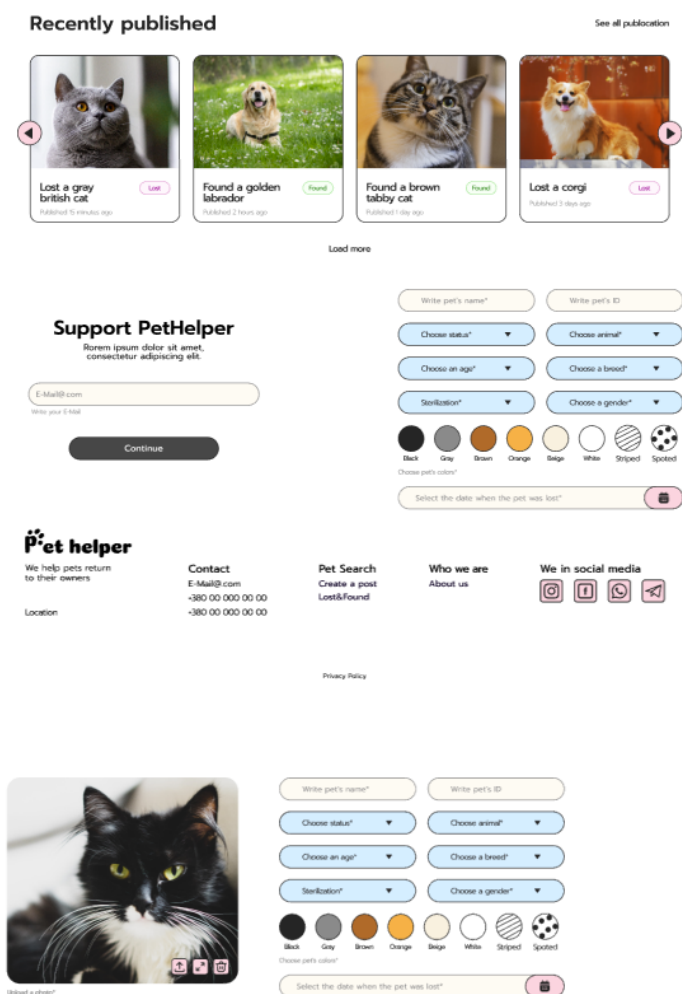


Рис. 3.2.10. Система організмів UI Kit (1)

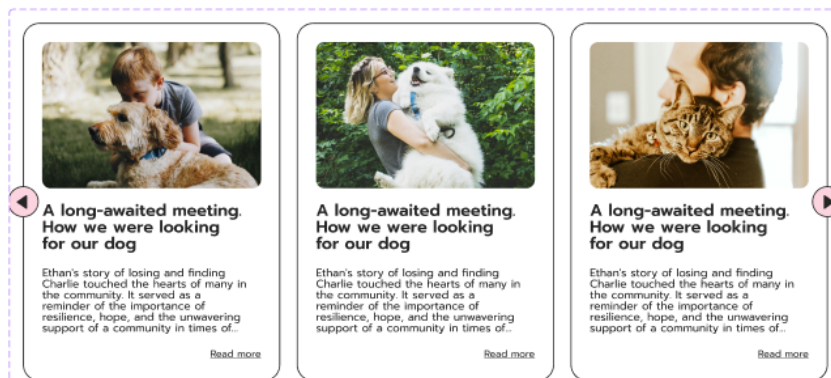
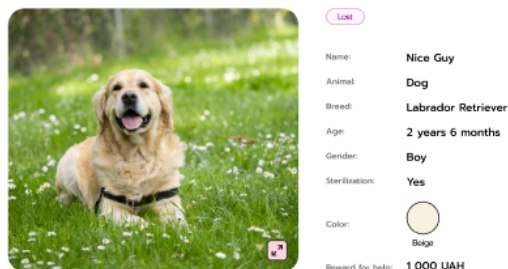


Рис. 3.2.11. Система організмів UI Kit (2)

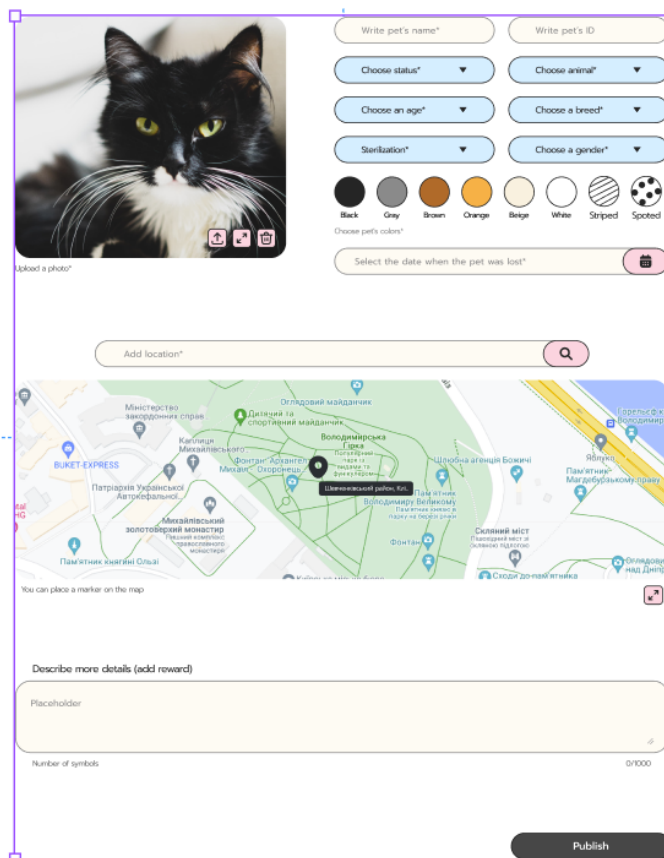


Рис. 3.2.12. Система шаблонів UI Kit (1)

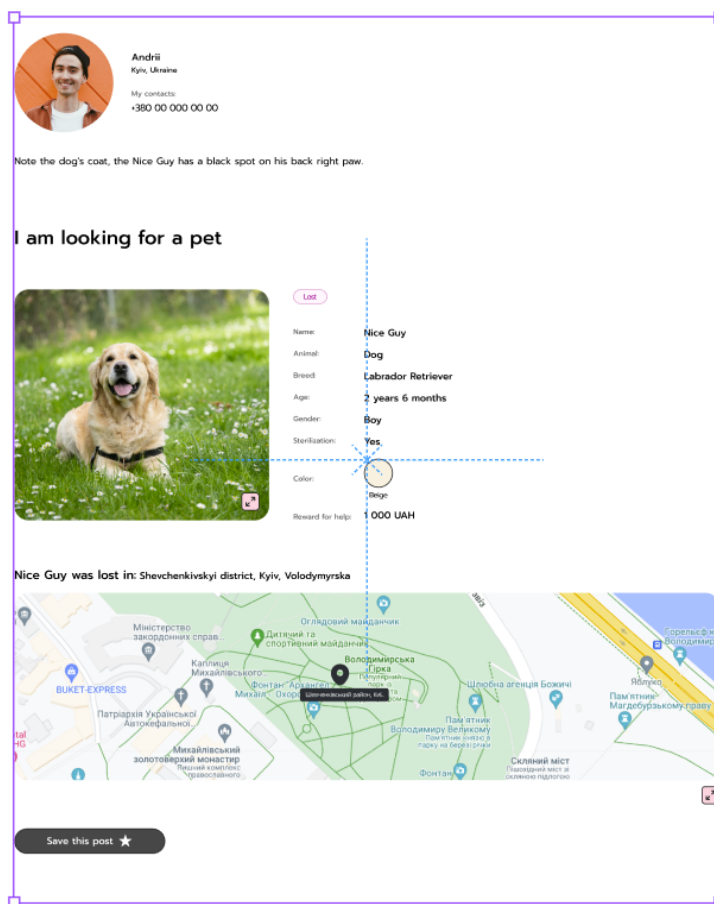


Рис. 3.2.13. Система шаблонів UI Kit (2)

**Сторінки.** Сторінки, в рамках даного веб-сервісу, розробляються на базі попередньо визначених каркасів, які в подальшому заповнюються передбаченими компонентами.

Усі елементи-заповнювачі були заміщені реальним вмістом, конкретним текстом та графічними зображеннями. Сторінки, у свою чергу, служать простором, де більшість клієнтів та внутрішніх зацікавлених сторін можуть оцінювати дизайн.



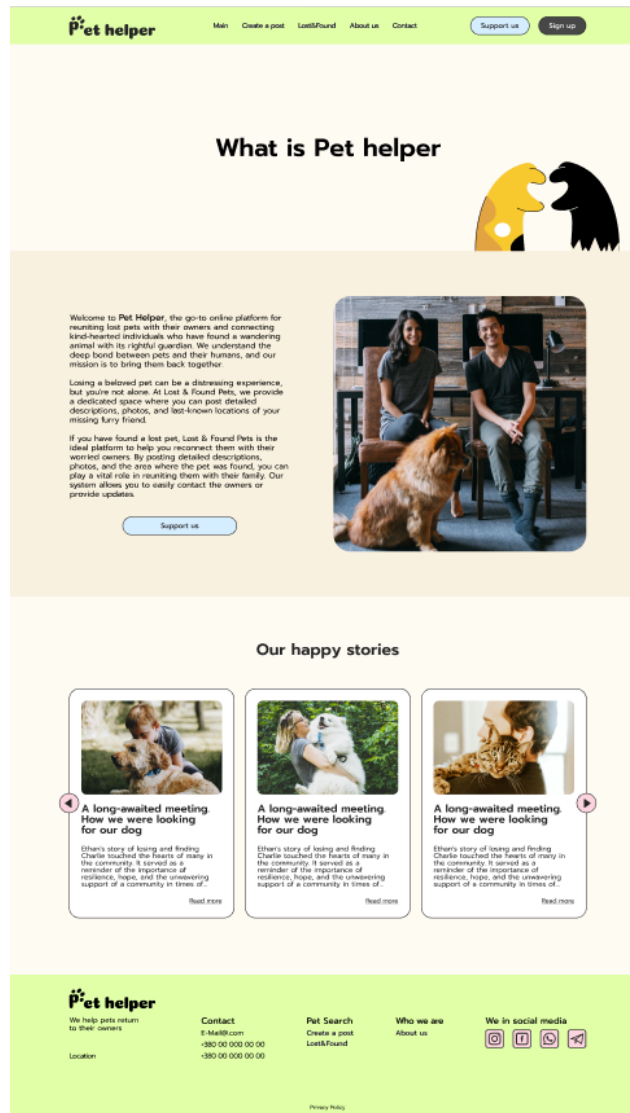


Рис.3.2.14. Приклад побудови сторінки зі справжнім контентом

**Сторінка помилки 404.** Потрапляючи на сторінки з помилками 404, користувач розуміє, що щось пішло не так. Причиною цього може бути те, що сторінка більше не існує, введена URL-адреса неправильна або посилання нікуди не веде тощо. Коли користувачі потрапляють на сторінку 404: це перериває їхній потік, створює відчуття розчарування і вимагає від них знайти шлях назад. Саме тому дуже важливо розробити правильний дизайн, звернути увагу на текст, щоб користувачі не втратили інтерес до продукту. А відмова в більшості випадків є чітким свідченням того, що користувацький досвід поганий.

В ході розробки сторінки помилки 404 для Пет гелпер, було приділено певну увагу позитивному відзначенню цієї ситуації. Використання

пояснювального тексту про причини помилки та надання вказівки для подальших дій було стратегічно важливим кроком. Додавання кнопки із закликом повернутися на головну сторінку — це необхідним елементом, спрямованим на підтримання уваги та утримання користувача на веб-сайті.

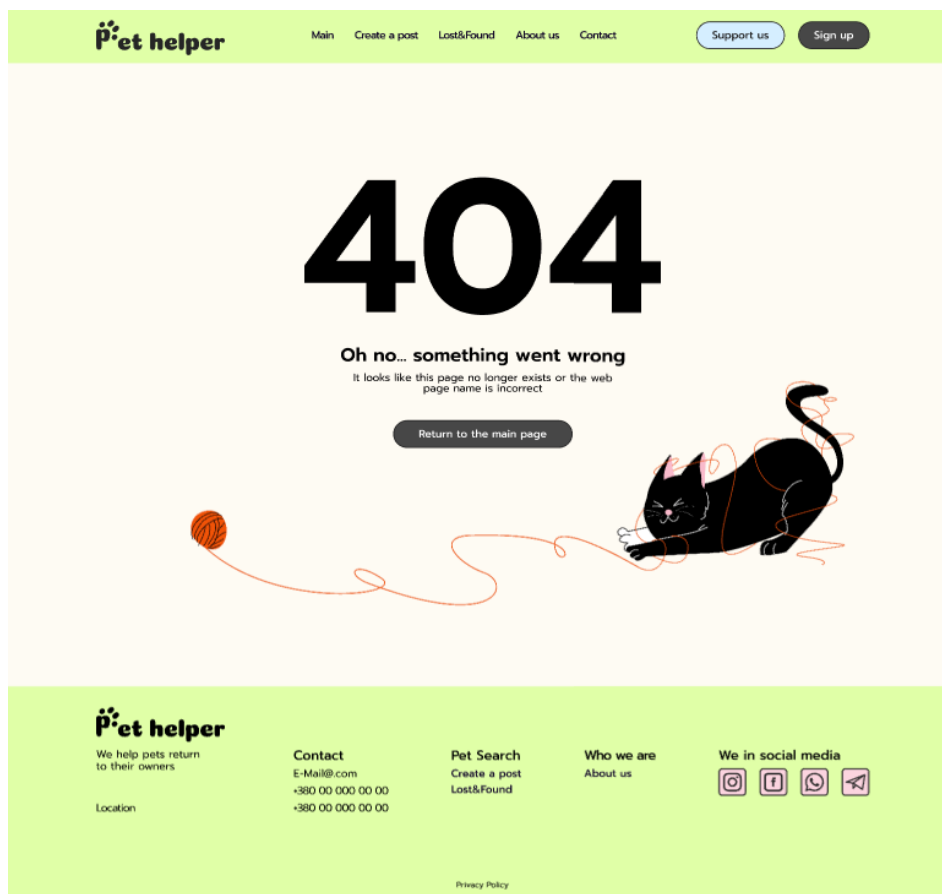


Рис. 3.32. Сторінка 404

**Інтерактивний дизайн.** Тенденції веб-дизайну постійно змінюються, і інтеграція нових елементів дизайну стає необхідною для того, щоб користувачі залишалися захопленими та залученими. Все більш популярною тенденцією в світі веб-дизайну стало введення інтерактивних та адаптивних елементів веб-сайту, щоб забезпечити користувачам більш приємний та захоплюючий користувацький досвід протягом усієї їх подорожі. Найкращі компанії з IT-рішень очолюють процес розробки цих елементів, визнаючи їх важливу роль у сучасному користувацькому досвіді.

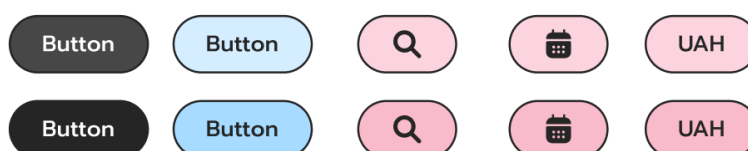
Інтерактивність користувачів зростає в галузі дизайну та розробки, і ймовірно, що все більше організацій будуть переходити на цей тренд у своїх

веб-дизайнах. Додавання інтерактивних елементів на веб-сторінку може збільшити час, який користувачі проводять на веб-сторінці, продемонструє талант дизайну та креативність бренду в цілому. [25]

Бренди можуть зробити це, ввівши анімацію, керовану прокручуванням, або мікроінтеракції на веб-сторінки. Це залучає користувачів, дозволяючи їм надавати зворотний зв'язок у режимі реального часу. Це також робить враження більш динамічним та захоплюючим, спрямовуючи увагу користувачів саме туди, куди ви хочете.

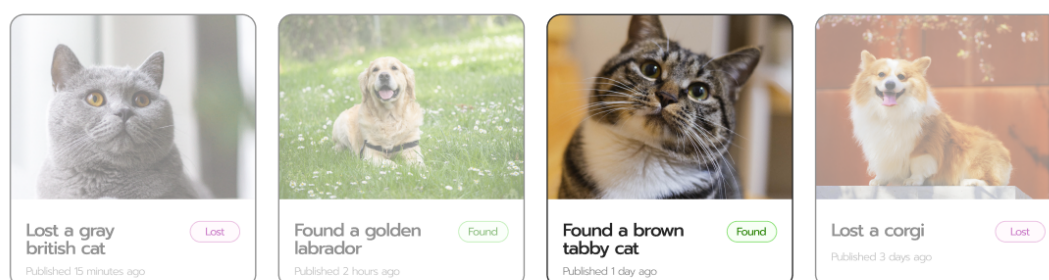
Люди більше не хочуть просто дивитися, вони хочуть і торкатися. Вони хочуть відчувати себе частиною досвіду, а не просто свідками всього цього. Інтерактивні веб-дизайни - це стимулюючий спосіб змусити користувачів відчувати себе важливими та брати активну участь.

У розробці дизайну Пет гелпер я також додала ряд інтерактивних елементів. Перш за все, це взаємодія користувача з кнопками. Інтерактивні кнопки — це найпопулярніший вид інтерактивної анімації на сайтах. Ці кнопки змінюють свій вигляд під час або наведення курсору миші.



*Рис. 3.33. Інтерактивні кнопки веб-сервісу*

Крім кнопок, я використала інтерактивність при виборі публікацій. Коли користувач наводить на конкретне оголошення, інші набувають вигляду неактивності та вся увага концентрується на вибраній UI картці.



*Рис. 3.34. Інтерактивні оголошення*

Також інтерактивними є деякі ілюстрації та ілюстративні елементи. Наприклад, на першому екрані головної сторінки, при наведенні курсору на ілюстрації вони змінюють своє положення; а наводячи курсором на ілюстрації лап, вони виїжджають з-за екрану.



Рис. 3.35, 3.36. Інтерактивні ілюстрації

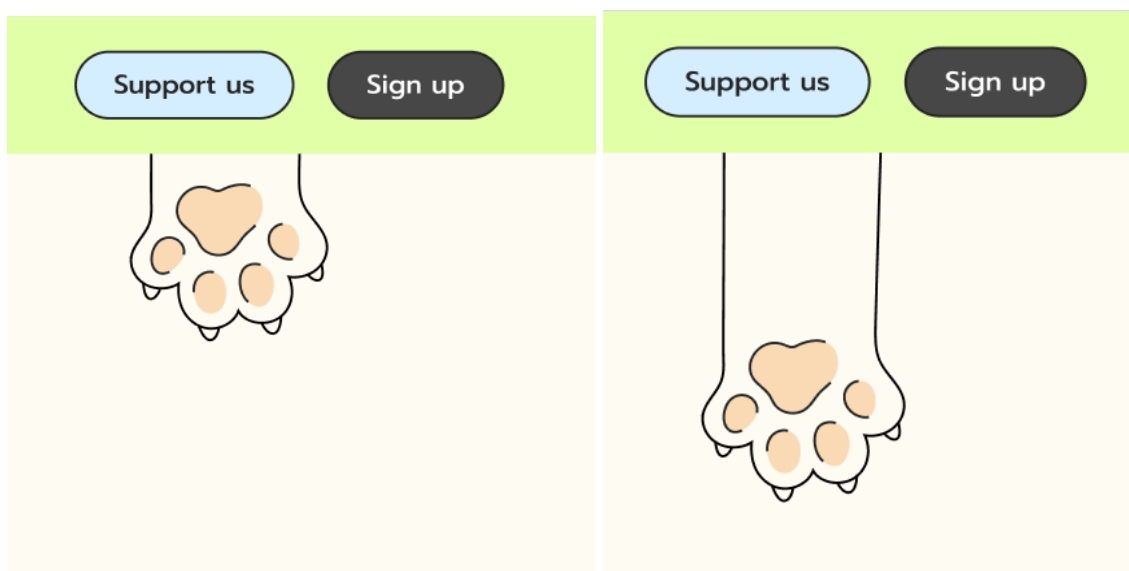


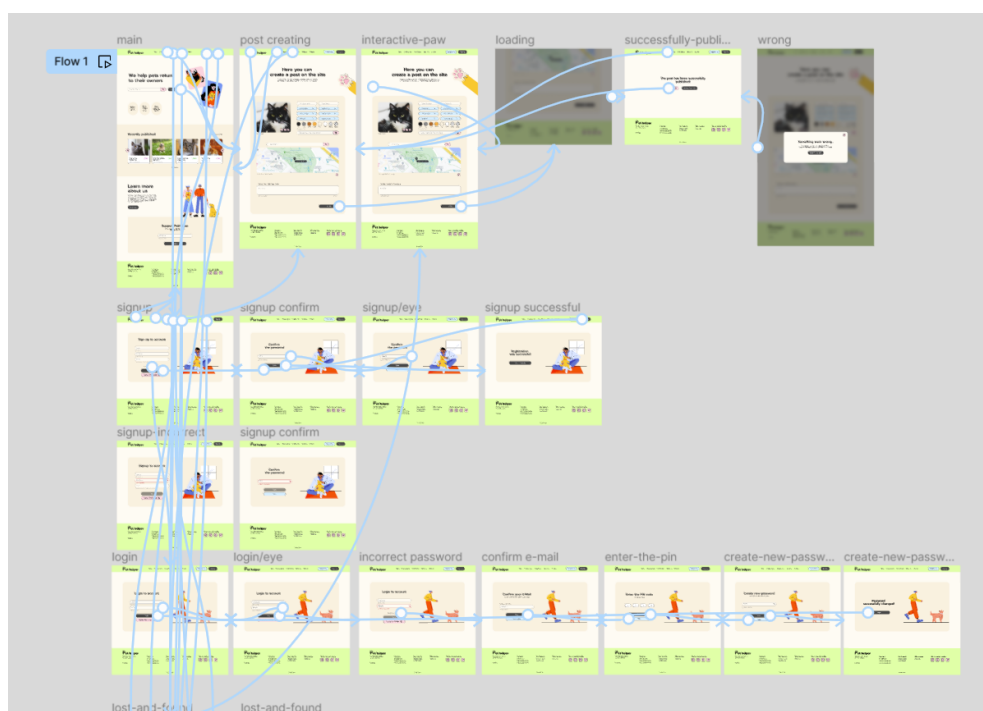
Рис. 3.37., 3.38. Анімовані графічні елементи

**Прототипування.** Прототип веб-сайту служить візуальним представленням дизайну веб-сайту і використовується для демонстрації функціональності та інтерактивності. Прототипи веб-сайтів є високоточними дизайнами; вони використовують комбінацію елементів, компонентів та остаточного тексту, щоб показати, як виглядатиме готовий продукт. Прототипи веб-сайтів також використовуються для тестування користувацького досвіду шляхом відображення потоку користувачів між екранами дизайну за допомогою комбінації елементів та компонентів. [\[46\]](#)

Прототипування допомагає чітко спілкуватися між розробниками, дизайнерами та користувачами, запобігає помилкам розробки та забезпечує високу якість кінцевого продукту.

Прототипування також може допомогти запобігти помилкам розробки. Коли розробники розуміють, як користувачі будуть взаємодіяти з веб-додатком або веб-сайтом, вони можуть розробити код, який відповідає їхнім потребам.

Програма Figma, в якій я створюю веб-дизайн також дозволяє створювати і прототипи. Для цього потрібно вибрати об'єкти взаємодії та налаштувати тип анімації, переходу, швидкості, тощо. У веб-сервісі Пет гелпер, прототипування було застосоване як для переходу між сторінками, взаємодіючи із кнопками, так і для деяких анімації. Зовні це має вигляд переплетених між собою стрілок. [\[47\]](#)



*Рис. 3.39. Прототипування веб-сервісу*

**Адаптивний дизайн.** Адаптивний дизайн є стратегією веб-дизайну, спрямованою на оптимізацію візуального та функціонального досвіду користувача на різноманітних електронних пристроях. Цей підхід, реалізований через адаптивну верстку, автоматично пристосовує структуру веб-сайту до розміру екрану конкретного пристрою, на якому відбувається його відтворення.

Адаптивний дизайн побудований на низці переваг, серед яких слід виділити забезпечення комфортного доступу до веб-сайту незалежно від типу пристрою, що сприяє підвищенню конверсії та поліпшенню позицій сайту в пошуковій видачі, оскільки алгоритми, використовувані Гугл (Google), враховують адаптивність при оцінці якості ресурсу.

Варіативність реалізації адаптивного дизайну включає в себе створення набору готових макетів для різних розмірів екранів, призначених для вибору браузером пристрою, або використання медіазапитів, які дозволяють динамічно адаптувати макети в реальному часі. [11], [13]

Адаптивний дизайн для Пет гелпер, що є невід'ємною складовою сучасного веб-дизайну, забезпечує не лише зручний доступ до веб-ресурсу для користувачів на різноманітних пристроях, але й підвищує загальну ефективність

функціонування сайту. Мною також були розроблені адаптації для планшетів та смартфонів, що спрямовано на забезпечення швидкого та комфортного використання послуг користувачами.

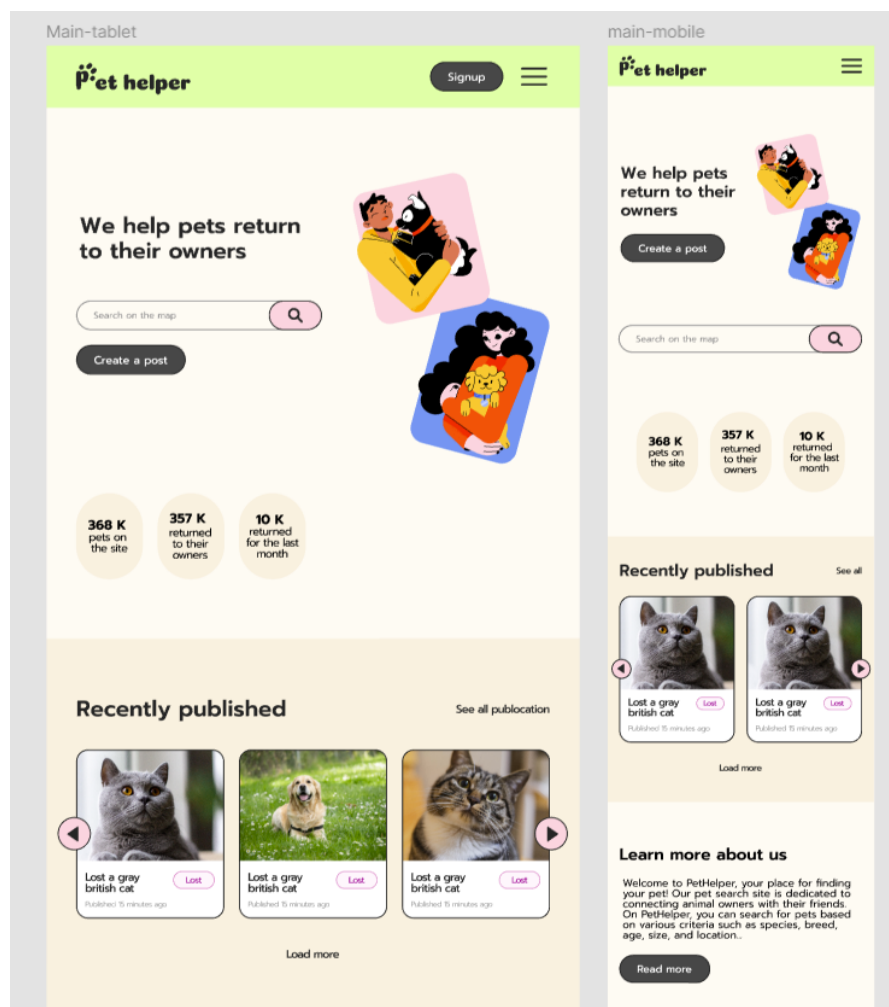


Рис. 3.40. Адаптація дизайну під планшет на смартфон

### **Висновки до третього розділу.**

У даному розділі було ретельно досліджено концепцію користувацького досвіду в контексті веб-сервісів, зокрема визначено його роль та важливість за визначенням Міжнародної організації зі стандартизації (ISO).

Дизайн досвіду користувача (UX) представляє собою вивчений процес, який враховує різноманітні фактори, включаючи потреби користувачів, обмеження ресурсів та принципи юзабіліті. Зазначено, що для успішного створення продуктів та послуг, що є ефективними та зручними для використання, дизайнерам UX необхідна велика ерудиція та розуміння взаємодії людей з навколишнім середовищем.

Мною було досліджено, що на початковому етапі роботи над UX дизайном виникає поняття Design Person (дизайн персона), яке представляє вигадані образи, що відображають характеристики та якості реальних користувачів. Зазначено, що ці персони включають текстові та візуальні елементи, такі як піктограми, графіка, та, за необхідності, фотографії чи ілюстрації, і мають глибокі корені в реальних даних.

У конкретному випадку досліджуваного веб-сервісу, акцент було зроблено на двох основних персонах: особі, яка втратила тварину, та особі, яка знайшла загублену тварину. Це спрямованість дозволило ефективно вирішувати конкретні проблеми та задовольняти потреби обох категорій користувачів.

Також висвітлено концепцію Jobs-to-be-done (JTBD) як методології, що розглядає продукт чи послугу як інструмент для досягнення конкретної задачі, акцентуючи увагу на меті, яку споживач хоче досягти використовуючи даний продукт чи послугу.

Значна увага приділена User Flow, або потоку користувача, як ключовому аспекту веб-дизайну та користувацького досвіду, який визначає послідовність кроків, необхідних для виконання конкретної дії на веб-сайті. Підкреслено, що підтримка чіткого та ефективного User Flow є вирішальною для успішності в електронному середовищі.



Розглянуто використання Wireframes, як головного елемента дизайну веб-сторінок та програм, які виступають як двовимірні скелетні контури, визначаючи структуру, макет, інформаційну архітектуру, потік користувачів, функціональність та очікувану поведінку продукту. Для розробки веб-сервісу, мною було розроблено 21 каркас для різних елементів, що дозволило створити основу для подальшого розвитку продукту.

Приділено увагу ролі інтерфейсу користувача (UI) та його впливу на взаємодію людей з цифровими продуктами. Зазначено, що директиви інтерфейсу користувача (UI guidelines) та дизайн-система є важливими аспектами, які сприяють систематизації та управлінню використанням бренду та інтерфейсних компонентів.

Наголошено на використанні UI Kit, або комплекту інтерфейсу користувача, як комплексу графічних ресурсів та файлів, спрямованих на фасилітацію організованого розміщення та редагування елементів інтерфейсу на робочій області.

Виокремлено значення сторінки помилки 404 як засобу інформування користувача про невдалі спроби доступу до ресурсу, підкреслено важливість інтерактивного дизайну та описано роль прототипування веб-сайту для візуального представлення його дизайну та демонстрації функціональності та інтерактивності.

Завершено розділ висновком про стратегію адаптивного дизайну як ефективного засобу оптимізації візуального та функціонального досвіду користувача на різноманітних електронних пристроях. Загальний висновок свідчить про ретельну розробку та імплементацію дизайну веб-сервісу з урахуванням сучасних підходів до користувацького досвіду та інтерфейсного дизайну, що сприяє створенню продукту, що відповідає вимогам та очікуванням користувачів.

## РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ВАРТОСТІ ПРОЄКТУ

Результатом науково-дослідницької роботи є створення інноваційного веб-сервісу для пошуку загублених домашніх тварин, який враховує всі аспекти проблеми. Фінансове обґрунтування вартості роботи базується на об'єктивних даних щодо зарплатні в обраній сфері та специфічних витратах на дослідження, що підтверджує раціональність і відповідність отриманих результатів запитам ринку.

Вартість UI/UX дизайну визначається кількома чинниками, які враховують складність та обсяг роботи, рівень експертизи фахівця, а також ринкові умови. UI/UX дизайнери мають спеціалізовані навички і знання, які роблять їх ефективними у вирішенні складних завдань. Вони повинні розуміти психологію користувача, тенденції дизайну, технічні аспекти та взаємодію з іншими елементами розробки. Зростаючий попит на якісний UI/UX дизайн також може підвищити вартість послуг, оскільки досвідчені фахівці стають більш високоцінними. [\[75\]](#)

### **Фактори, які впливають на вартість веб-дизайну:**

#### 1. Складність проєкту:

Проєкти різної складності можуть вимагати різного обсягу робочих годин та технічних навичок. За проєктами, що потребують великої деталізації або впровадження інновацій, може бути закріплено вищу ціну.

#### 2. Досвід та кваліфікація:

Рівень досвіду та кваліфікації веб-дизайнера безпосередньо впливає на вартість його послуг. Досвідчені фахівці можуть розраховувати на вищу зарплату через свою експертизу та навички. Рівень досвідченості UI/UX фахівців поділяються на три категорії: Junior (початковий), Middle (середній), Senior (професійний). Мій досвід як веб-дизайнерки, на даний момент становить рівень початківця.

#### 3. Тип клієнта:

Робота з різними типами клієнтів, такими як великі корпорації, стартапи чи неприбуткові організації, може впливати на цінову політику. Проекти для корпорацій можуть вимагати вищих витрат через більші вимоги та ресурси.

#### 4. Глобальні зміни в оплаті:

Останні глобальні тенденції варіювання зарплат веб-дизайнерів показують, що після пандемії багато компаній переглядають свої ставки з урахуванням дистанційної роботи.

#### 5. Вплив технологічних інновацій:

Впровадження новітніх технологій, таких як штучний інтелект чи віртуальна реальність, може підвищити ціну роботи веб-дизайнера через необхідність нових навичок та інноваційних підходів.

#### 6. Стратегії ціноутворення:

Визначення ефективних стратегій ціноутворення, таких як фіксована оплата або годинна ставка, допомагає підтримувати конкурентоспроможність.

Для роботи над професійним дизайном використовуються дорогі програмні засоби та інструменти, що також впливає на вартість роботи. Мною були використані інструменти, такі як Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Sketch, Figma. Технічне забезпечення включає ноутбук DELL (модель та конфігурація згідно з потребами роботи), графічний планшет Wacom, та ергономічне обладнання.

### **Вартість програмного та технічного забезпечення для веб-дизайнера:**

#### 1. Adobe Creative Cloud:

- Це підписка, яка надає доступ до всього набору Adobe, включаючи Photoshop, Illustrator і багато інших програм.
- План для одного користувача коштує \$71.54, залежно від обраного плану та регіону [\[54\]](#).

#### 2. Sketch:

- Місячна плата становить щонайменше \$12 [\[55\]](#).

#### 3. Figma:

- Безкоштовний план доступу із обмеженими можливостями.

- Платний план з розширеними можливостями коштує \$12 на місяць для одного користувача [56].

### **Технічне забезпечення:**

#### 1. Ноутбук DELL

- Сучасні та потужні ноутбуки DELL для веб-дизайнера можуть коштувати від \$1,000 до \$3,000 і більше.

#### 2. Графічний планшет

- Wacom Intuos (базова модель) коштує близько \$80-100.
- Дорогі моделі, такі як Wacom Intuos Pro, можуть варіюватися від \$300 до \$500 та вище.

#### 3. Ергономічне обладнання:

- Вартість може варіюватися, але орієнтовно від \$100 до \$500 і більше за ергономічний стіл, стілець, клавіатуру та мишу.

Глобальний ринок заробітних плат UI/UX-дизайнерів визначається багатofакторно. Зміна робочих моделей та концентрація технологічних компаній в певних регіонах призводять до різноманітності заробітних плат в цій професійній галузі.

В США середня зарплата Junior UI/UX дизайнера становить близько 60 000 - 75 000 доларів США на рік. Молоді спеціалісти можуть розраховувати на збільшення цих цифр у процесі розвитку та набуття досвіду.

В Європі показники заробітної плати веб-дизайнера становлять 35 000 - 45 000 євро на рік. Перспективи кар'єрного зростання та навчання грають важливу роль у формуванні рівня оплати.

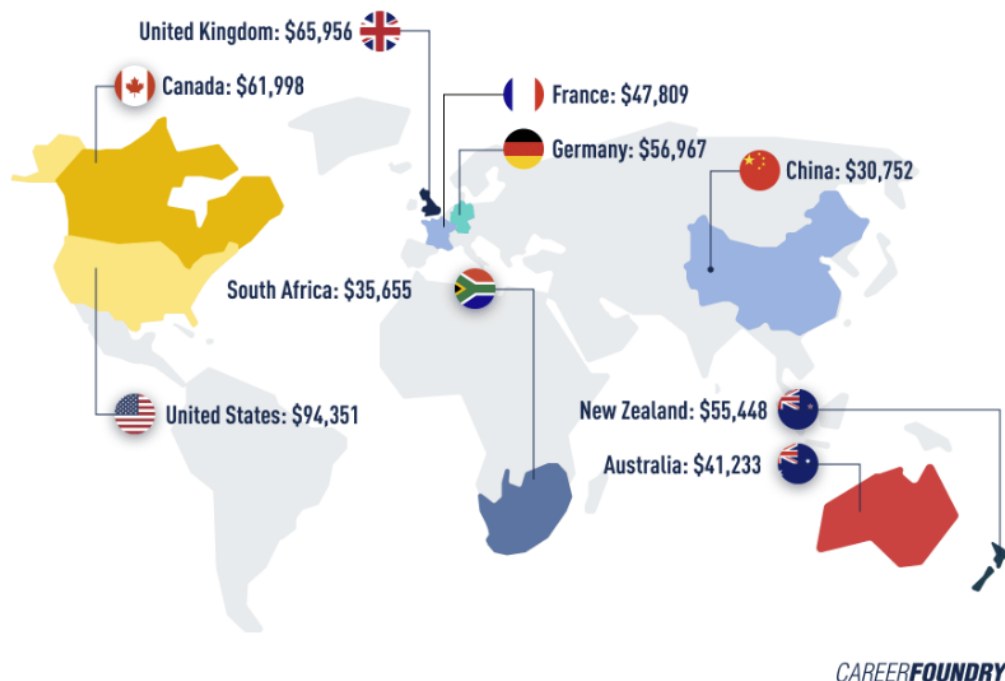


Рис. 4.1. Показники середньої заробітної плати веб-дизайнерів у світі [53]

За даними найбільшої ІТ спільноти України DOU [52], середня річна заробітна плата UI/UX дизайнерів — 19 200 доларів, тобто 1600 доларів на місяць, що вдвічі-втричі менше за фінансування в Європі та США.

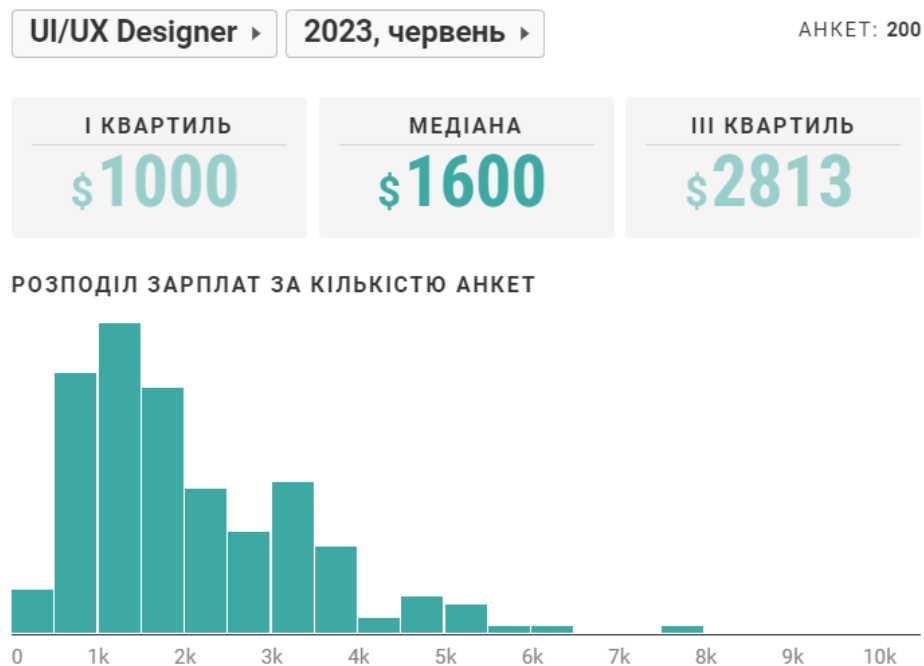


Рис. 4.2. Середня заробітна плата веб-дизайнерів в Україні [52]

**Розрахунок вартості розробки дизайну веб-сервісу з пошуку тварин:**

Тривалість виконання проєкту становить близько 6 місяців. Маючи всю наявну техніку та програмне забезпечення, я орієнтувалася на показники статистичних даних DOU. Враховуючи тривалість виконання проєкту, фінансове обґрунтування вартості роботи можна провести за формулою:

Вартість роботи = середня заробітна плата x тривалість проєкту:

1600 доларів x 6 місяців = 9600 доларів (~ 354 429 грн).

Ця вартість обґрунтована великим обсягом проведеного дослідження, розробкою унікального функціоналу та високоякісним дизайном, що враховує специфіку ринку та потреби користувачів.

## Висновки до четвертого розділу

У цьому розділі проведено докладне економічне обґрунтування вартості розробки інноваційного веб-сервісу для пошуку загублених домашніх тварин. Результати науково-дослідницької роботи підтверджують раціональність та відповідність отриманих результатів запитам ринку.

Визначено, що вартість UI/UX дизайну визначається комплексом факторів, таких як складність та обсяг роботи, рівень експертизи фахівця та ринкові умови. Зазначено, що висока вартість послуг UI/UX дизайнера обумовлена його спеціалізованими навичками та знаннями, які роблять його ефективним у вирішенні складних завдань.

Основні фактори, що впливають на вартість веб-дизайну, включають складність проекту, рівень досвіду та кваліфікації фахівця, тип клієнта, глобальні зміни в оплаті після пандемії, вплив технологічних інновацій та стратегії ціноутворення.

Окрема увага приділена витратам на програмне та технічне забезпечення для веб-дизайнера. Зазначено, що використання дороговартісних програмних засобів та інструментів, таких як Adobe Creative Cloud, Sketch, Figma, впливає на вартість роботи. Технічне забезпечення, таке як ноутбук DELL, графічний планшет Wacom та ергономічне обладнання, також враховані при розрахунку вартості.

У глобальному контексті зазначено різноманітність заробітних плат UI/UX дизайнерів у різних країнах. При цьому зазначено, що зміни робочих моделей та концентрація технологічних компаній призводять до різниці у заробітних платах в цій професійній галузі.

Наприкінці розділу визначено вартість розробки дизайну веб-сервісу з пошуку тварин на основі середньої заробітної плати UI/UX дизайнера та тривалості проекту. Зазначено, що вартість обґрунтована великим обсягом проведеного дослідження, розробкою унікального функціоналу та високоякісним дизайном, враховуючи специфіку ринку та потреби користувачів.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У сучасному інформаційному суспільстві, де технології та Інтернет невід'ємна частина повсякдення, акцент моєї магістерської роботи став на інноваційному підході до розробки дизайну веб-сервісу Пет гелпер (Pet helper) для пошуку загублених тварин. Передусім, було проведено глибокий аналіз сучасних проблем у сфері пошуку загублених тварин, що дозволило чітко визначити основні виклики та завдання для подальшої розробки.

Втрата домашніх тварин є глобальною проблемою, яка має серйозний вплив на суспільство. Оскільки кількість загублених тварин зростає, виникає необхідність у розробці ефективних методів пошуку та повернення їх власникам. Ця проблема стала предметом дослідження даної магістерської роботи.

Для досягнення поставленої мети було вирішено ряд завдань, що включають огляд сучасних проблем у пошуку загублених тварин, дослідження існуючих веб-сервісів, вивчення технологічних аспектів розробки веб-сервісів, аналіз потенційних користувачів та їх проблем, візуалізацію дій користувачів та створення адаптивного дизайну для різних пристроїв.

На основі аналізу конкурентів була розроблена концепція веб-сервісу Пет гелпер, яка враховує сучасні технологічні та дизайнерські тенденції. Враховуючи потреби користувачів, було використано метод "Аналіз вимог користувачів", щоб визначити ті аспекти, які найбільше важливі для ефективного вирішення проблеми загублених тварин.

У контексті розробки було проведено "Мозковий штурм", спрямований на генерацію різноманітних ідей для функціональності та графічного дизайну. Застосування матриці "вплив-ефект" дозволило визначити пріоритетність ідей та розпочати реалізацію проєкту.

Важливою частиною розробки стало вивчення технологічності веб-сервісів, включаючи використання адаптивного дизайну для різних пристроїв. Застосування методу "Прототипування" дозволило створити ранню модель сервісу для перевірки концепцій та ефективності взаємодії з користувачем. Ці аспекти сприяють візуальній репрезентації дизайну,



демонстрації функціональності та інтерактивності, що є важливим для залучення та утримання користувачів.

Було також висвітлено і використано концепцію користувацького досвіду (UX), де розглядаються методи вивчення потреб користувачів, розробка Дизайн персон (Design Person), концепція “Роботи, яку потрібно виконати” (Jobs-to-be-done), а також важливість Юзер флоу (User Flow) та використання Ваєрфреймів (Wireframes) у дизайні веб-сервісів.

Крім цього було досліджено роль інтерфейсу користувача (UI) в цифрових продуктах. Розглянуті аспекти відображають важливість інноваційного та систематизованого дизайну для ефективної взаємодії користувачів з технологічними рішеннями. В UI дизайні веб-сервісу Пет гелпер були закладені принципи, які включають сучасність, емоційність, відповідність цільовій аудиторії та інтуїтивну зрозумілість. Дизайн Пет гелпер втілює актуальні тенденції та сприяє позитивному враженню від користування сервісом.

Особливий акцент зроблений на відображенні цінностей, що лежать в основі сервісу. Турбота про тварин і прагнення повернути їх власникам визначають не лише функціональність, але й естетику та спосіб спілкування з користувачами.

Було проведено економічне обґрунтування вартості розробки веб-сервісу, враховуючи різноманітність факторів, таких як складність проєкту та рівень експертизи фахівця. Зазначено, що вартість пов'язана із спеціалізованими навичками та знаннями UI/UX дизайнера, які вирішують складні завдання.

Усі ці висновки свідчать про важливість розуміння та врахування специфіки веб-сервісів у всіх аспектах їхнього розвитку, від технічних особливостей до економічного планування. Високоякісний та конкурентоздатний веб-сервіс вимагає глибокого аналізу та інтеграції різноманітних аспектів, що стає ключовим фактором його успіху в сучасному цифровому середовищі.

Таким чином, результати роботи підтверджують вдале поєднання функціональності та дизайну у веб-сервісі Пет гелпер, створеного для

віддзеркалення важливих цінностей та забезпечення високого рівня задоволення користувачів.

У підсумку, дослідження відкриває перспективні шляхи для подальшого вдосконалення дизайну інтерфейсів користувача, надаючи підставу для подальших наукових та практичних розвідок у цій сфері.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Mark Boulton. Designing for the Web. 2009. URL: <https://designingfortheweb.co.uk/>
2. Thomas Erl. Service-Oriented Architecture. Analysis and Design for Services and Microservices. Prentice hall. Service Tech Press. 2016
3. Francisco Curbera, William A. Nagy. Web Services: Why and How. IBM T. J. Watson Research Center. August 9, 2001. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=6496c1012ecc3bf99f7ee0e71206c6c04c9d499>
4. R. Raward. Academic Library Website Design Principles: Development of a Checklist. Routledge. 2001. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/00048623.2001.10755151?needAccess=true>
5. Алексеєнко В. В., Усата О. Ю. Проектування сайту-каталогу веб-ресурсів для учителя інформатики. Ukr. J. of Educ. Stud. and Inf. Technol, 7(2), 1 - 10. ЖДУ ім. Івана Франка, 2019. URL: <https://uesit.org.ua/index.php/itse/article/view/236/203>
6. Douglas K. van D., James A. L. The design for sites. Patterns, principles and processes for crafting a customer-centered web experience. Addison-Wesley. 2002. URL: [https://www.google.com.ua/books/edition/The\\_Design\\_of\\_Sites/CyT089J95agC?hl=uk&gbpv=1&dq=web+design+principles&printsec=frontcover](https://www.google.com.ua/books/edition/The_Design_of_Sites/CyT089J95agC?hl=uk&gbpv=1&dq=web+design+principles&printsec=frontcover)
7. Brian B. M. Principles of web design. Allworth, 2022. URL: [https://www.google.com.ua/books/edition/Principles\\_of\\_Web\\_Design/qFk1EAA\\_AQBAJ?hl=uk&gbpv=1&dq=web+design+principles&printsec=frontcover](https://www.google.com.ua/books/edition/Principles_of_Web_Design/qFk1EAA_AQBAJ?hl=uk&gbpv=1&dq=web+design+principles&printsec=frontcover)
8. Louis Rosenfeld, Peter Morville. Information Architecture for the World Wide Web. O'REILLY, 2002. URL: [https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=hLdcLklZOFAC&oi=fnd&pg=PR13&dq=information+architecture+design&ots=hT9tvT0ePS&sig=wGyxgI\\_f](https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=hLdcLklZOFAC&oi=fnd&pg=PR13&dq=information+architecture+design&ots=hT9tvT0ePS&sig=wGyxgI_f)

9. Mark W. N., James A. L. Sitemaps, storyboards, and specifications: a sketch of Web site design practice. August 2000. URL: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/347642.347758>
10. Sian Morson. Using Wireframes to Design Your App. USA, December 2013.
11. Qian Yang, John Zimmerman. Planning Adaptive Mobile Experiences When Wireframing. DIS '16: Proceedings of the 2016 ACM Conference on Designing Interactive Systems. June 2016.
12. Matthew J. Hamm. Wireframing Essentials. Packt Publishing Ltd, 2014. URL: <https://books.google.com.ua>
13. Irene Garrigós , Cristian Cruz. A Prototype Tool for the Automatic Generation of Adaptive Websites. Universidad de Alicante, IWAD, Campus de San Vicente del Raspeig, Apartado 99 03080 Alicante, Spain, 2007. URL: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/25150/1/2007\\_Garrigos\\_Cruz\\_Gomez\\_AEWSE.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/25150/1/2007_Garrigos_Cruz_Gomez_AEWSE.pdf)
14. SimilarWeb. PawBoost. URL: [https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/\\*/999/3m?webSource=Total&key=pawboost.com](https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/*/999/3m?webSource=Total&key=pawboost.com)
15. SimilarWeb. Петко Лав Лост. URL: [https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/\\*/999/3m?webSource=Total&key=lost.petcolove.org](https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/*/999/3m?webSource=Total&key=lost.petcolove.org)
16. Linda Tezloff, David R. Shewartz. The use of guidelines in interface design. IBM. NY, 1991. URL: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/108844.108936>
17. San-Yih Hwang, Ee Peng Lim. Dynamic web service selection for reliable web service composition. Singapore Management University. Institutional Knowledge at Singapore Management University. 2009. URL: <https://core.ac.uk/reader/13248560>
18. Saša Baškarada. Qualitative Case Study Guidelines. The Qualitative Report. 2014. URL: <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php>
19. Chris Bank. The guide to Wireframing. 2015. URL: [https://issuu.com/franciscodelcorral2/docs/uxpin\\_the\\_guide\\_to\\_wireframing](https://issuu.com/franciscodelcorral2/docs/uxpin_the_guide_to_wireframing)

20. Гепі Пав. Благодійний фонд. URL: <https://happy paw.ua/ua>
21. Петко Лав Лост. Сервіс з пошуку загублених та знайдених тварин. URL: <https://lost.petcolove.org/>
22. Пав Буст. Сервіс з пошуку загублених та знайдених тварин. URL: <https://www.pawboost.com/>
23. SimilarWeb. Website analysis. URL: <https://pro.similarweb.com/>
24. Wikipedia. SimilarWeb. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/SimilarWeb>
25. Gavin Allanwood, Peter Beare. Basics Interactive Design: User Experience Design: Creating Designs Users Really Love. A&C Black, 2014 p. URL: [https://books.google.de/books?id=LTUeAwAAQBAJ&dq=user+experience+design&lr=&hl=uk&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.de/books?id=LTUeAwAAQBAJ&dq=user+experience+design&lr=&hl=uk&source=gbs_navlinks_s)
26. Debbie Stone, Caroline Jarrett. User Interface Design and Evaluation. Elsevier, 2005 p. URL: <https://books.google.de/books?hl=uk&lr=&id=VvSoyqPBPbMC&oi=fnd&pg=PR21&dq=user+experience+design>
27. Yvonne Earnshaw, Andrew A. Tawfik. Foundation of learning and instructional design technology. Pressbooks, 2018. URL: <https://pressbooks.pub/lidtfoundations/chapter/user-experience-design/>
28. Anthony W. Ulwick , Perrin Hamilton. The Jobs-to-be-Done Growth Strategy Matrix. Strategyn, 2010. URL: <https://strategyn.com/wp-content/uploads/2019/11/The-Jobs-to-be-Done-Growth-Strategy-Matrix-Strategyn-1.pdf>
29. Seobility. User Flow. URL: [https://www.seobility.net/de/wiki/User\\_Flow](https://www.seobility.net/de/wiki/User_Flow)
30. Matthew J.Hamm. Wireframing Essentials. An introduction to user experience design. Packt publishing, 2014. URL: <https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=GhyxAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=wireframes+web+design&ots=eyfegim>
31. Donald A. Norman. Author of the design of everyday things. Emotional design: Why we love (or hate) everyday things. TLFeBOOK, 2004. URL:

[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5609810/mod\\_resource/content/5/NORMAN\\_emotional%20design.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5609810/mod_resource/content/5/NORMAN_emotional%20design.pdf)

32. Dave Wood. Basics interactive design: Interface design. An introduction to visual communication in UI design. Bloomsbary, 2014. URL: [https://books.google.de/books?hl=uk&lr=&id=rV03DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=P1&dq=ui+design&ots=qkxwrDKUZ8&sig=bvmb\\_kiNDwZZXuuJT4c\\_QkRBt4E&redir\\_esc=y#v=onepage&q=ui%20design&f=false](https://books.google.de/books?hl=uk&lr=&id=rV03DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=P1&dq=ui+design&ots=qkxwrDKUZ8&sig=bvmb_kiNDwZZXuuJT4c_QkRBt4E&redir_esc=y#v=onepage&q=ui%20design&f=false)
33. Jeff Jonson. Designing with the Mind in Mind. Simple Guide to understanding User Interface design guidelines. Morgan Kaufmann Publishers, 2021. URL: [https://books.google.de/books?hl=uk&lr=&id=\\_dLVDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=P1&dq=ui+design&ots=t0DWlqSt1l&sig=hdPaY4yK6Eisz5F0X64SX3Qgp10&redir\\_esc=y#v=onepage&q=ui%20design&f=false](https://books.google.de/books?hl=uk&lr=&id=_dLVDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=P1&dq=ui+design&ots=t0DWlqSt1l&sig=hdPaY4yK6Eisz5F0X64SX3Qgp10&redir_esc=y#v=onepage&q=ui%20design&f=false)
34. P. Reed , K. Holdaway. User interface guidelines and standards: progress, issues, and prospects. Interacting with Computers. Oxford University Press, 1999.
35. Jane Koivisto. The Building Blocks Of a UI Sandwich: Examining the Efficiency and the Customization of Design Systems. Department of Media. New Media Design & Production, 2019. URL: <https://aaltodoc.aalto.fi/server/api/core/bitstreams/06b77ee6-5f95-43c5-966b-8992cb479985/content>
36. Shrivardhan Ramakant Limbkar. Evaluating UI Design Frameworks and transform the learnings into own UI Design System. Dublin Business School, 2022. URL: <https://esource.dbs.ie/server/api/core/bitstreams/a16f9350-ba17-4ed2-b46b-da13ca429765/content>
37. Judy Bowen , Steve Reeves. UI-Design Driven Model-Based Testing. Electronic Communications of the EASST Volume 22, 2009. URL: <https://researchcommons.waikato.ac.nz/bitstream/handle/10289/3632/UI-Design%20Driven.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
38. Hanan El-Sherbiny. The use of flat illustrations in websites and smart phones applications' user interface (UI) Design. Graphics Department, Faculty of Fine

- Arts, Helwan University. JAARS, Volume 1. Issue 2, December 2020. URL: [https://jaars.journals.ekb.eg/article\\_153877\\_4d72c519294ef165bc32bfed9051da71.pdf](https://jaars.journals.ekb.eg/article_153877_4d72c519294ef165bc32bfed9051da71.pdf)
39. Malcom Barnard. Art, design and visual culture. Palgrave Macmillan, New York, 1998. URL: <https://books.google.de/books?hl=uk&lr=&id=5SFIEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=P>
40. Lawrence Zeegen. What is illustration?. Essential design handbooks. RotoVision, UK, 2009. URL: <https://books.google.de/books?hl=uk&lr=&id=JfcYzi5M1rUC&o>
41. Chen He. An illustration of web survey methodology. Aalborg University Denmark, 2009. URL: <https://orgprints.org/id/eprint/16548/2/16548paper.pdf>
42. Козак О. Аналіз впливу ілюстрації на взаємодію людини з комп'ютером. Український католицький університет. Львів, 2020. URL: [https://www.researchgate.net/profile/Oles-Kozak/publication/342438044\\_Analysis\\_of\\_illustration\\_influence\\_on\\_Human-Computer\\_Interaction/links/](https://www.researchgate.net/profile/Oles-Kozak/publication/342438044_Analysis_of_illustration_influence_on_Human-Computer_Interaction/links/)
43. Kamal Choudhary , Faical Yannick P. Congo. Evaluation and comparison of classical interatomic potentials through a user-friendly interactive web-interface. Scientific Data, 2017.
44. Mike P.Liang, D.Rey Banatao. WebFEATURE: an interactive web tool for identifying and visualizing functional sites on macromolecular structures. Stanford University, 2003. URL: <https://watermark.silverchair.com/gkg553.pdf?token=AQECAHi208BE49Oan9>
45. Fabio Staiano. Designing and prototyping interfacing with Figma. Packt Publishing, 2022. URL: <https://books.google.de/books?hl=uk&lr=&id=GOBeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=>
46. Stephen Andriole, Leonard Adelman. Cognitive Systems Engineering for User-Computer Interface Design, Prototyping and Evaluation. CRC Press, 2009. URL: <https://books.google.de/books?hl=uk&lr=&id=3Jm-EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=P>

47. Dario Calonaci. Designing User Interface. Exploring User Interfaces, UI elements, design prototypes and the Figma UI design tool. BPB Publications, 2022. URL: <https://books.google.de/books?hl=uk&lr=&id=gMA5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=>
48. Chris Ward. Jump start responsive web design. Modern dynamic responsive solutions. Site Point, 2017.
49. Aaron Gustafson. Adaptive web design. Crafting rich experiences with progressive enhancement. Easy Readers, 2011. URL: <https://kammerkunst.de/data/Adaptive-Web-Design.pdf>
50. Paul De Bra. Design Issues in Adaptive Web-Site Development. Eindhoven University of Technology, 1999.
51. Peter Brusilovsky , Alfred Kobsa. The adaptive web. Methods and strategies of web personalization. Springer, 2007.
52. Зарплати UI/UX дизайнерів у 2023 році. URL: <https://jobs.dou.ua/salaries/?period=2023-06&position=UI/UX%20Designer>
53. Careerfoundry. URL: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/how-much-will-i-earn-as-a-ux-designer/>
54. Adobe. URL: [https://www.adobe.com/ua/creativecloud/plans.html?gclid=CjwKCAiAg9urBhB\\_](https://www.adobe.com/ua/creativecloud/plans.html?gclid=CjwKCAiAg9urBhB_)
55. Sketch. URL: <https://www.sketch.com/pricing/>
56. Figma. URL: <https://www.figma.com/pricing/>
57. Interaction Design Foundation. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/article/ui-ux-designer-salaries-how-much-can-i-earn-in-2023>
58. Francisco Curbera, William A. Nagy. Web Services: Why and How. IBM T.J. Watson Research Center, 2001. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=6496c1012ecc3bf99f7ee0e71206c6c04c9d499>



59. Michael P. Papazoglou, Jean-jaques Dubrau. A survey of web service technologies. Department of information and communication technology. University of Trento, 2004. URL: <http://eprints.biblio.unitn.it/586/1/mike.pdf>
60. Brian Suda. SOAP Web Services. University of Edinburgh, 2003. URL: <https://suda.co.uk/publications/MSc/brian.suda.thesis.pdf>
61. IBM. Web server vs. application server: What is the difference? URL: <https://www.ibm.com/topics/web-server-application-server>
62. Ethan Cerami. Web Services Essentials Distributed Applications with XML-RPC, SOAP, UDDI & WSDL. O'Reilly, 2002. URL: [https://docs.google.com/document/d/1FOO3Sw9rZGihEwULcQwpNEBXDQo\\_OziGo\\_7lXszsQK4/edit](https://docs.google.com/document/d/1FOO3Sw9rZGihEwULcQwpNEBXDQo_OziGo_7lXszsQK4/edit)
63. Maxnet. URL: <https://maxnet.ua/blog/top-20-najbilsh-vidviduvanih-veb-sajtiv-u-2023-roci-analizyemo-rejtingi-v-ukrayini-ta-u-sviti/>
64. Carol Barnum. The State of UX Research. Journal of usability studies, 2019. URL: [https://uxpajournal.org/wp-content/uploads/sites/7/pdf/JUS\\_Barnum\\_Nov2019.pdf](https://uxpajournal.org/wp-content/uploads/sites/7/pdf/JUS_Barnum_Nov2019.pdf)
65. Белла Мартін, Брюс Ганінгтон. Універсальні методи дизайну. 100 ефективних рішень для найбільш складних проблем дизайну. Rockport Publishers, 2012.
66. Devita Mira Lestari, Dadan Hardianto. Analysis of User Experience Quality on Responsive Web Design from its Informative Perspective. International Journal of Software Engineering and Its Applications, 2014. URL: [https://www.researchgate.net/profile/Achmad-Hidayanto-2/publication/268808298\\_Analysis\\_of\\_User\\_Experience\\_Quality\\_on\\_Responsive\\_Web\\_Design\\_from\\_its](https://www.researchgate.net/profile/Achmad-Hidayanto-2/publication/268808298_Analysis_of_User_Experience_Quality_on_Responsive_Web_Design_from_its)
67. ISO. ISO: Global standards for trusted goods and services. URL: <https://www.iso.org/home.html>

68. DIN. Standards Committee Ergonomics. ISO 9241-210. URL: <https://www.din.de/de/mitwirken/normenausschuesse/naerg/veroeffentlichungen/wdc-beuth:din21:289443385>
69. Russ Unger, Carolyn Chandler. A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making. New Riders, 2012. URL: [https://books.google.de/books?id=dF7li-90OYQC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.de/books?id=dF7li-90OYQC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
70. Bruna Ferreira, Williamson Silva. Designing Personas with Empathy Map. USES Research Group, Instituto de Computação - IComp Universidade Federal do Amazonas (UFAM) Manaus, AM - Brazil, 2015. URL: [https://www.researchgate.net/profile/Bruna-Ferreira-7/publication/276207468\\_Designing\\_Personas\\_with\\_Empathy\\_Map/links/5552b16208aeaaff3bf00076/Designing-Personas-with-Empathy-Map.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Bruna-Ferreira-7/publication/276207468_Designing_Personas_with_Empathy_Map/links/5552b16208aeaaff3bf00076/Designing-Personas-with-Empathy-Map.pdf)
71. Michael S. Jordan. Forerunner of Jobs Theory—JTBD Progression. INNODYN, Demand Creation System, 2020. URL: <https://innodyn.net/forerunner-of-jobs-theory/>
72. Ronald Baecker, Ian Small. Bringing icons to life. 1991. URL: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/108844.108845>
73. Google Material Design. URL: <https://m3.material.io/>
74. Brad Frost. Atomic design. Pennsylvania, 2016. URL: [https://samatharavinda.lk/img/books/Atomic%20Design%20\(%20samatharavinda.lk%20\).pdf](https://samatharavinda.lk/img/books/Atomic%20Design%20(%20samatharavinda.lk%20).pdf)
75. Mara Calvello. The Cost of a Website Depends on These 4 Factors. G2, 2019. URL: <https://www.g2.com/articles/how-much-does-a-website-cost>
76. НАКККіМ. Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ, 2023. — 239с. URL: [https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/Akademiia/Vydannia/konferentsii/Tezy\\_09\\_11\\_2023-2.pdf](https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/Akademiia/Vydannia/konferentsii/Tezy_09_11_2023-2.pdf)

## ДОДАТКИ

## Додаток А1

## UX сторінки зі створення оголошення

[Main](#) [Create a post](#) [Lost&Found](#) [About us](#) [Contact](#)

[Support Us](#)

[Log In](#)

## Here you can create a post on the site

Create an ad that most accurately describes your pet. Use our form below for this. Be sure to fill in the fields with an asterisk \*

Upload a photo\*

Choose status\* >

Choose animal\*

Write pet's name\*

Choose a breed\* >

Choose an age\* >

Choose a gender\* >

Sterilization\* >

Write pet's ID

Choose pet's color\*

Select the date when the pet was lost\*

Add location\*

You can place a marker on the map

Describe more details

Placeholder

Number of symbols 0/1000

Add reward

Publish

We help pets return to their owners

Location

Contact  
E-Mail@com  
+380 00 000 00 00  
+380 00 000 00 00

Pet Search  
Create a post  
Lost&Found

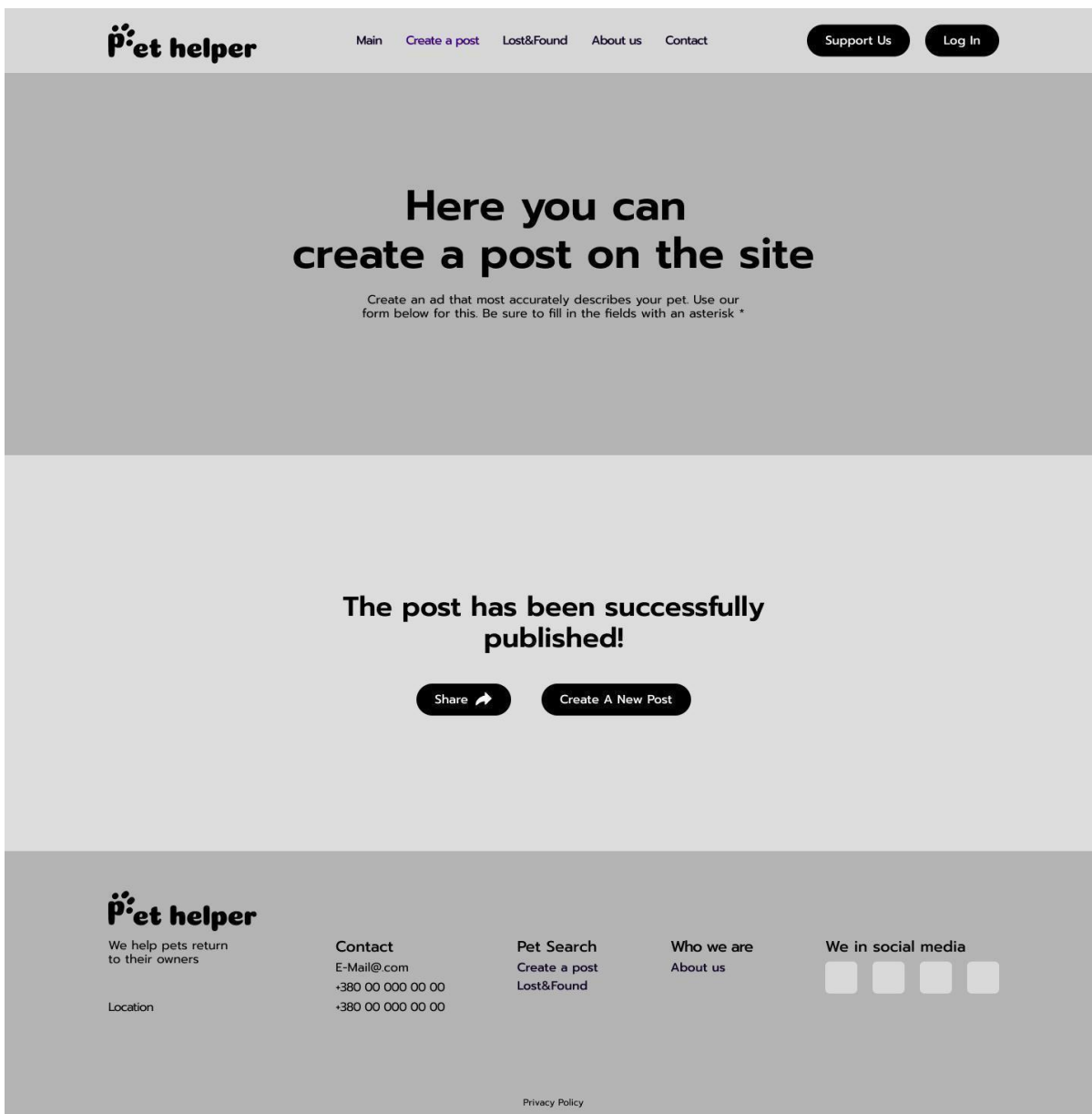
Who we are  
About us

We in social media

Privacy Policy

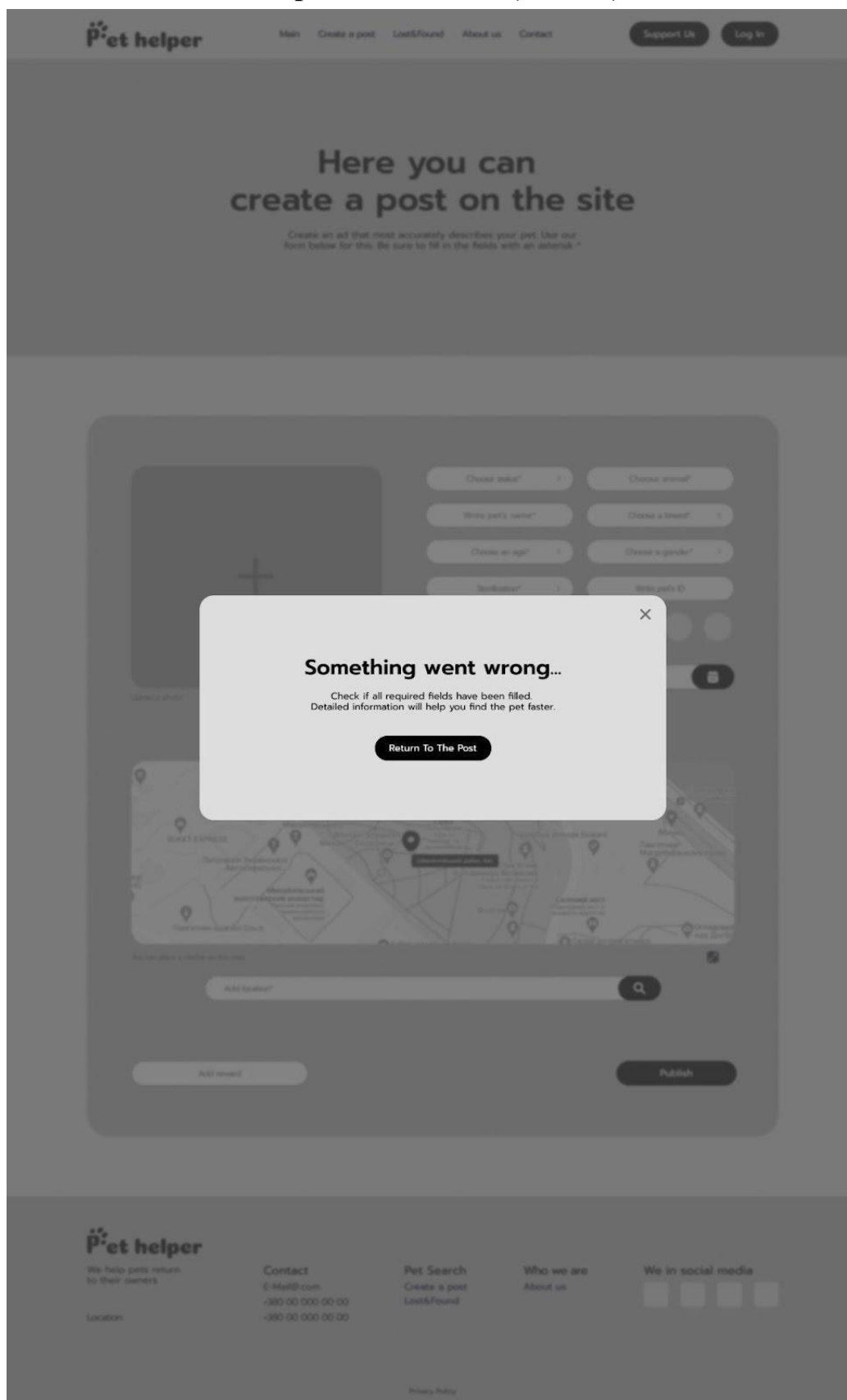
## Додаток А2

### UX сторінка успішної публікації



## Додаток АЗ

### Сторінка помилки (поп-ап)



## Додаток Б

### UX екрани форми реєстрації

The screenshot shows the 'pet helper' website header with navigation links: Main, Create a post, Lost&Found, About us, Contact, Support Us, and Log In. The main content area features a 'Signup to account' form with the following elements:

- Title:** Signup to account
- Form Fields:**
  - First Last (with placeholder 'Write full name\*')
  - E-Mail@.com (with placeholder 'Write your E-Mail\*')
  - Password field (with placeholder 'Create a password with at least of 8 symbols\*')
- Buttons:** Next, Signup With Google (with Google logo)
- Image:** A camera icon on a dark background to the right of the form.

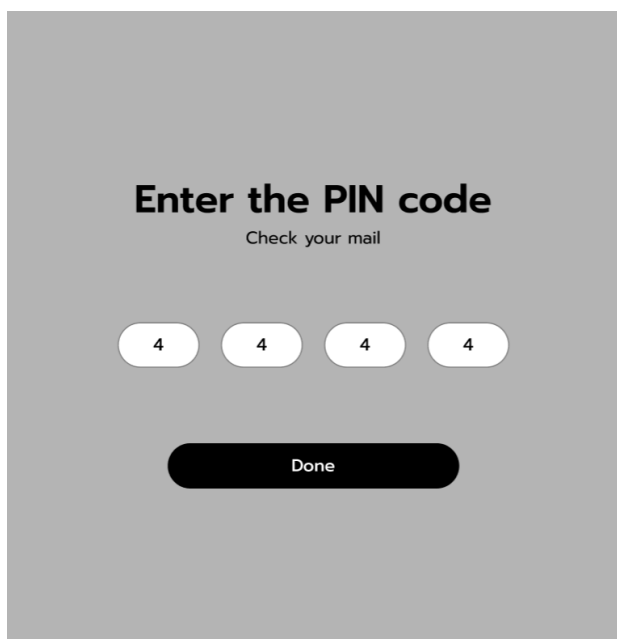
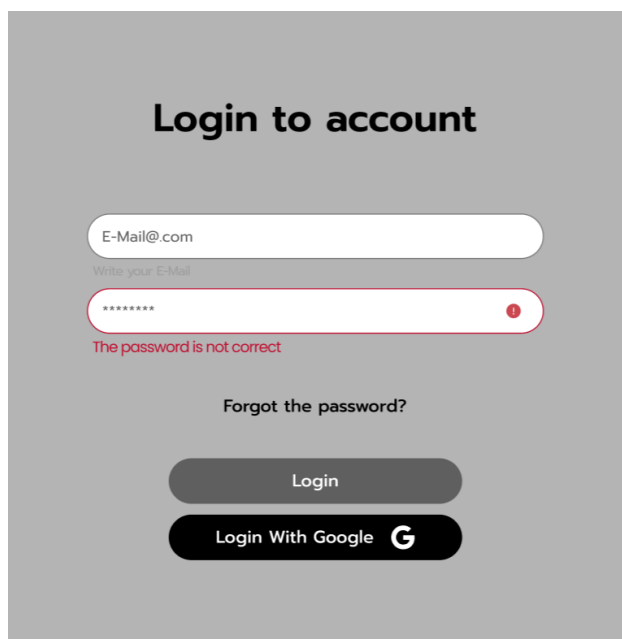
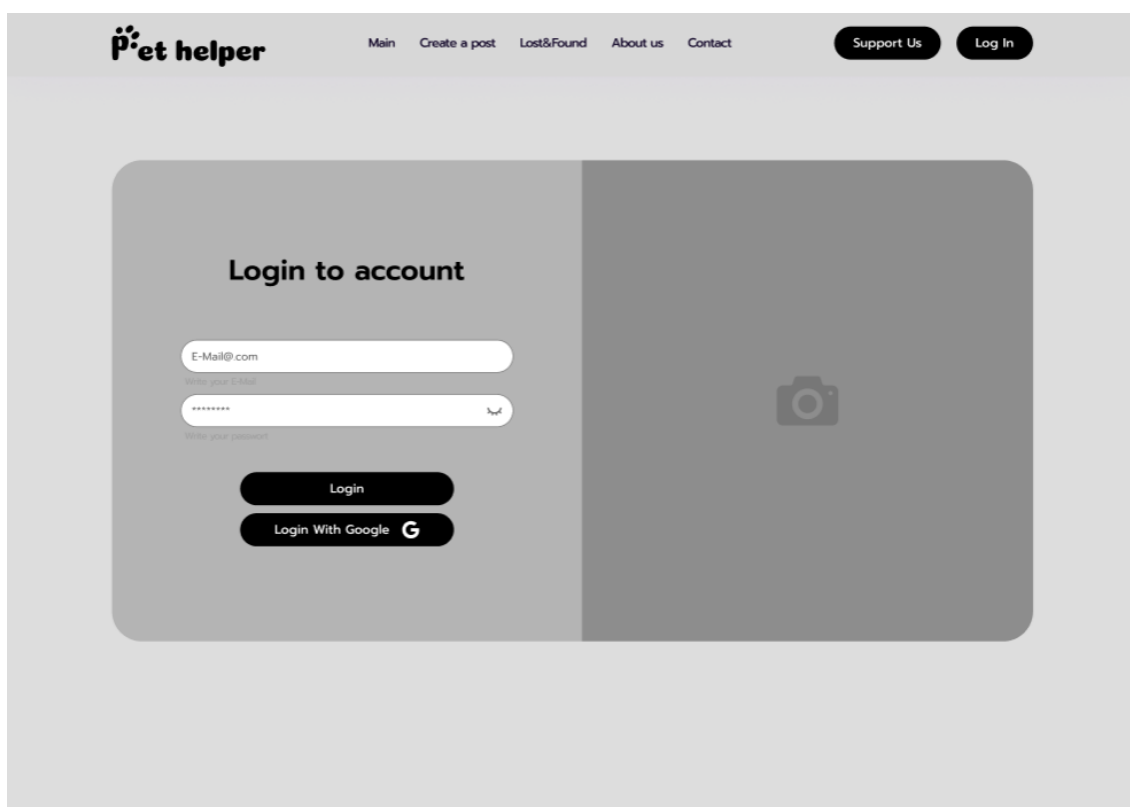
The screenshot shows the 'Confirm the password' form with the following elements:

- Title:** Confirm the password
- Form Field:** A password field with a placeholder '\*\*\*\*\*' and a visibility toggle icon.
- Checkbox:** Remmber me (with a small typo in the label)
- Buttons:** Done, Back

The screenshot shows the 'Signup to account' form with an error state. The elements are:

- Title:** Signup to account
- Form Fields:**
  - First Last (with placeholder 'Write full name\*')
  - E-Mail@.com (with placeholder 'Write your E-Mail\*', a red border, and a red error icon)
  - Password field (with placeholder 'Create a password with at least of 8 symbols\*', a visibility toggle icon, and a red error icon)
- Buttons:** Next, Signup With Google (with Google logo)
- Error Message:** E-Mail so not correct!

## Додаток В UX форми входу



## Додаток Г UX підтримки сервісу

The image shows a web interface for 'Pet Helper'. At the top left is the logo 'Pet helper'. The navigation menu includes 'Main', 'Create a post', 'Lost&Found', 'About us', and 'Contact'. On the right, there are buttons for 'Support Us' and 'Log In'. The main content area is divided into two panels. The left panel is titled 'Support Pet Helper' and contains a form with the following fields: 'First Last' (with subtext 'Write full name\*'), '0000 0000 0000 0000' (with subtext 'Write card number\*'), '01/24' (with subtext 'Date of expiry\*'), and '1 000' (with subtext 'Enter the amount\*'). There is also a 'CVC code\*' field with three asterisks and a 'UAH' button next to the amount field. A 'Send' button is at the bottom of the form. The right panel is a dark gray area with a camera icon in the center.



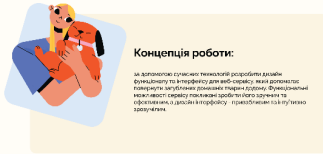
# ДОДАТОК Г

## Візуалізація проєктної графіки

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ  
ІНСТИТУТ ДИЗАЙНУ ТА РЕКЛАМИ  
КАФЕДРА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Дизайн веб-сервісу для пошуку загублених тварин Пет гелпер (Pet helper)

### Ідея-концепція



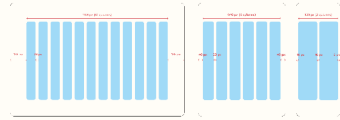
#### Концепція роботи:

Це додаток/сервіс, який технічно розробити досить просто. Основною функцією для веб-сервісу буде пошук. Крім функції пошуку на карті, веб-сервіс повинен робити його зручним та ефективним. Це робити в професійно призначеному дизайні.

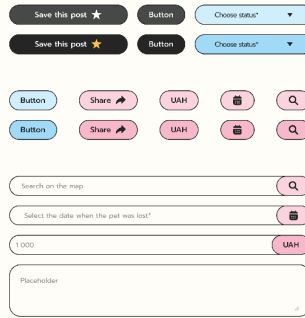
### Кольори веб-сервісу



### Сітка для дизайну екранів різних девайсів



### UI Kit веб-сервісу



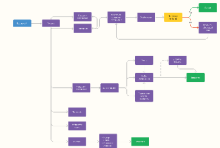
### Логотип веб-сервісу



### Шрифти веб-сервісу

|            |    |
|------------|----|
| Pet helper | 56 |
| Pet helper | 36 |
| Pet helper | 20 |
| Pet helper | 16 |
| Pet helper | 16 |
| Pet helper | 14 |

### Користувачський шлях (User Flow)

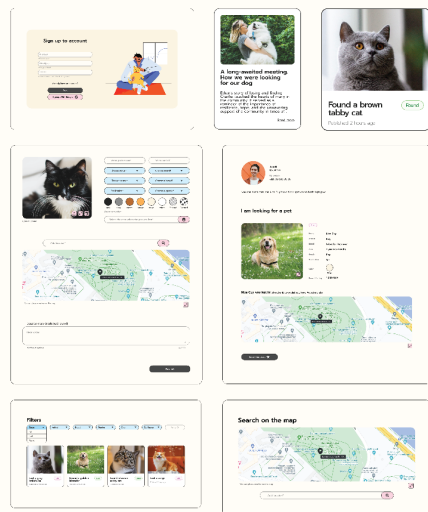


Виконала: здобувачка вищої освіти другого рівня  
II курсу групи МДЗ-11-22, Коркосенко Анна

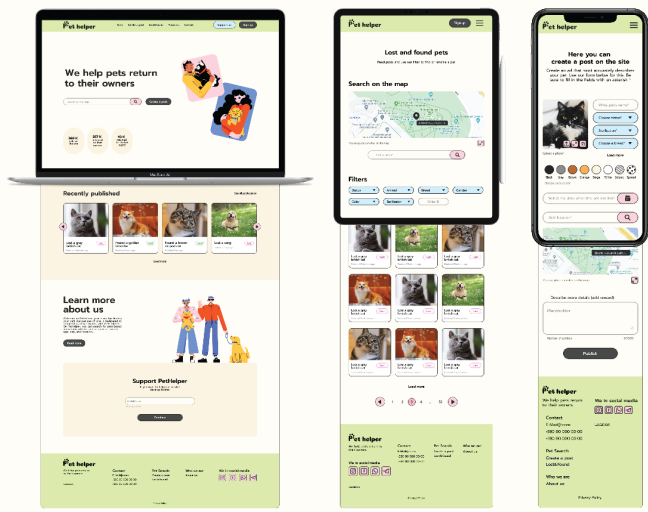
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ  
ІНСТИТУТ ДИЗАЙНУ ТА РЕКЛАМИ  
КАФЕДРА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Дизайн веб-сервісу для пошуку загублених тварин Пет гелпер (Pet helper)

### Головні складові веб-сервісу Пет гелпер



### Адаптація веб-сервісу під ноутбук, планшет та смартфон



Виконала: здобувачка вищої освіти другого рівня  
II курсу групи МДЗ-11-22, Коркосенко Анна