

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**Розробка дизайну веб-сайту для фотоагенції нерухомості
«PropertyPhoto»**

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Мультимедійний дизайн

Виконала: студентка групи БДм3-21

Бережна С.А

Науковий керівник к.т.н., доцент

Хиневич Р.В.

Рецензент к.пед.н.

Шаура А.Ю.

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Бережна С.А. Розробка дизайну веб-сайту для фотоагенції нерухомості «PropertyPhoto». – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн. – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2025 рік.

Кваліфікаційну роботу присвячено дослідженню особливостей проектування веб-сайту для агенції з фотографії нерухомості. У процесі дослідження було проаналізовано вимоги до сучасного дизайну цифрових продуктів у сфері комерційної фотографії, вивчено приклади успішних вебресурсів конкурентів та визначено основні UX/UI-рішення, які сприяють підвищенню зручності користувача. На основі проведеного аналізу розроблено концепцію адаптивного мінімалістичного інтерфейсу з акцентом на портфоліо, інтерактивні форми зворотного зв'язку та систему категоризації послуг. Проведено технічну реалізацію макетів сайту згідно з сучасними принципами дизайну.

Ключові слова: вебдизайн, UX/UI, адаптивний інтерфейс, цифрова фотографія, категоризація, дизайн-комунікація.

SUMMARY

Bezezhna S.A. Development of the Website Design for the Real Estate Photography Agency «PropertyPhoto». – The Manuscript.

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

The diploma project is dedicated to the study of the specifics of designing a website for a real estate photography agency. During the research, the requirements for modern digital product design in the field of commercial photography were analyzed, along with case studies of successful competitor websites. The main UX/UI solutions that enhance user convenience were identified. Based on the analysis, a concept was developed for a minimalist, adaptive interface with an emphasis on a categorized portfolio, interactive feedback forms, and a service filtering system. The technical implementation of website mockups was carried out according to contemporary design principles.

Keywords: web design, UX/UI, adaptive interface, digital photography, categorization, design communication.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ ТА ВИМОГ ДО ВЕБ-САЙТУ.....	9
1.1. Особливості становлення світового веб-дизайну.....	9
1.2. Визначення ключових функціональних елементів веб-сайту... ..	15
1.3. Визначення цільової аудиторії та основних завдань сайту.....	18
Висновки до розділу 1.....	21
РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТНО-АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА РОЗРОБКИ	22
2.1. Аналіз об'єкта та аналогів.....	22
2.2. Дизайн інтерфейсу користувача та вибір стилю.....	28
2.3. Розробка концепції дизайн-проєкту... ..	33
Висновки до розділу 2.....	37
РОЗДІЛ 3 ТЕХНІЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТУ	39
3.1. Вибір технологій та інструментів для реалізації.....	39
3.2. Опис реалізації основних функцій сайту та UX складової.....	44
3.3. Опис UI складової веб-сайту... ..	50
Висновки до розділу 3.....	53
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ... ..	56
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Актуальність теми. Актуальність зумовлена сучасними потребами ринку нерухомості у візуально привабливому та ефективному представленні об'єктів для продажу чи оренди. Необхідність веб-дизайну для сайту агентства з фотографії нерухомості обумовлена зростаючими вимогами до якості користувацького досвіду в цифровому середовищі. У сучасних умовах конкуренції, сайти, які забезпечують зручну навігацію, візуальну привабливість і функціональність, мають значно більше шансів на залучення та утримання клієнтів. Споживачі віддають перевагу сайтам, які пропонують чіткий і зрозумілий інтерфейс, високоякісний візуальний контент і легко доступні інструменти для комунікації та замовлення послуг. Це особливо актуально для агентств з фотографії нерухомості, де сайт є важливою платформою для представлення портфоліо та взаємодії з клієнтами.

Отже, проблема лаконічності та зручності веб-сайтів є недостатньо вивчена, що і зумовило вибір курсового/дипломного проєкту за темою «Розробка веб-сайту для агенції по фотографії нерухомості PropertyPhoto».

Мета дослідження: створити дизайн веб-сайту для агенції з фотографії нерухомості, що забезпечує легкий користувацький досвід естетичну привабливість і функціональність для показу портфоліо та зв'язку з клієнтами.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати наукову літературу з проблеми дослідження.
2. Дослідити способи для візуального оформлення які акцентують увагу на якості зображень і ставлять їх в центр дизайну.
3. З'ясувати найкращу інформаційну будову та шляхову структуру для створення зручного користувацького досвіду.
4. Створити правильні рішення UX/UI, які зроблять легшими процеси пошуку даних, перегляду портфоліо, спілкування та замовлення сервісів.

Об'єкт дослідження: процес створення веб-дизайну сайту.

Предмет дослідження: методи та підходи до розробки веб-дизайну. Це охоплює принципи створення інтерфейсу, структури навігації, візуальних і

функціональних елементів, які забезпечують зручність користування, привабливість та ефективну презентацію візуального контенту для цільової аудиторії.

Методи дослідження. На різних етапах дослідження було використано такі методи: *теоретичні* – аналіз, порівняння, узагальнення, систематизація, класифікація наукової літератури та нормативних актів, що дали змогу визначити стан розробленості досліджуваної проблеми; метод системного аналізу, систематизації та конкретизації – задля уточнення базових понять дослідження узагальнення – для формулювання висновків за результатами дослідження. Експеримент – спостереження задля проведення тестування прототипів із залученням представників цільової аудиторії, щоб оцінити зручність навігації, інтуїтивність інтерфейсу та задоволеність користувачів. Це може включати інтерв'ю, спостереження за поведінкою користувачів та збір відгуків. Проведення анкетування – задля з'ясування чому цільова аудиторія надає перевагу у веб-дизайні.

Елементи наукової новизни одержаних результатів: запропоновано комплексний підхід у дослідженні структури та функціоналу сайту, що поєднує візуально-естетичні принципи з критеріями зручності. Особливу увагу приділено локальним особливостям користувачів і впровадженню інтерактивних елементів для персоналізації послуг.

Практичне значення одержаних результатів. Розробка дизайну веб-сайту для фотоагенції нерухомості «PropertyPhoto», одержані результати дослідження можуть бути використані як база для створення сайтів малих і середніх креативних бізнесів, зокрема в сферах візуальної творчості, дизайну, будівництва й реклами. Роботу було виконано за допомогою таких редакторів як Figma, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, описаний процес роботи в редакторах може бути використаним при вивченні цих систем.

Апробація результатів дослідження.

1. Участь у IX Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції молодих учених та студентів «Традиції та новації в дизайні», 15 травня 2025 року.
(Додаток А)

2. Участь у Тайванському міжнародному студентському дизайнерському конкурсі Taiwan International Student Design Competition (TISDC), 20.05.2025 р. (Додаток Б)

Публікація:

1. Бережна С., Масляк М. Візуальний шум проти візуального впливу: як знайти баланс у дизайні цифрового контенту. Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих учених та студентів «Традиції та новації в дизайні» (15 травня 2025 року).

Структура роботи складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (45 найменувань) та додатків.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІЗ ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ ТА ВИМОГ ДО ВЕБ-САЙТУ

1.1 Особливості становлення світового веб-дизайну

Удосконалення веб-дизайну відбувається в кількох ключових етапах, які відображають зміни в технологіях, потребах користувачів і стилях. Веб-дизайн значною мірою вплинув на те, як ми сприймаємо Інтернет і взаємодіємо з цифровим контентом.

Веб-дизайн почав своє існування з статичні сайтів (1990-ті роки) Сайти були надзвичайно простими, коли веб-дизайн тільки починав розвиватися в середині 1990-х років. На початку веб-сторінки були лише текстом, зображеннями та час від часу таблицями, і вони не мали складних графічних елементів чи інтерактивних функцій. Вони були побудовані на основі HTML, мови розмітки, яка дозволяла створювати структуровані документи, але мала обмежені можливості дизайну. Зміст цих веб-сайтів здебільшого був текстовим, а дизайн був базовим набором шрифтів і кольорів. Дизайнери не могли використовувати такі інструменти, як Cascading Style Sheets (CSS), які дозволяли більш гнучко працювати з дизайном. Веб-сайти були статичними, що означало, що вони могли надавати інформацію без значної взаємодії з користувачем. В той час інформаційна цінність контенту була головним пріоритетом.

Отже, основні характеристики статичних сайтів:

Використання HTML – мови розмітки, яка дозволяла створювати структуровані документи, але мала обмежені можливості дизайну.

Обмежена візуалізація – відсутність CSS (Cascading Style Sheets) у ранній період обмежувала дизайнерів у виборі шрифтів, кольорів та компонованні елементів.

Інформаційна спрямованість – головним пріоритетом була передача інформації, а не естетика чи взаємодія.

Цей період можна назвати "текстовою ерою" Інтернету, оскільки сайти були зосереджені на контенті, а не на дизайні. Перші веб-сайти були обмежені

базовими зображеннями та простими текстовими версіями, що дозволяло використовувати лише деякі елементи дизайну, такі як шрифти та фони [3].

У цей період також спостерігалася відсутність розроблених стандартів щодо користувацького інтерфейсу, що призводило до неоднорідного досвіду між сайтами. Користувачі змушені були самотійно навчатися навігації по кожному окремому ресурсу, що знижувало ефективність взаємодії з веб-простором.

У 2000-х роках з'явилися нові можливості для створення більш мультимедійних веб-сайтів завдяки розвитку Інтернету та покращенню швидкості передачі даних. Поява анімованих сайтів у форматі Flash і мультимедійних компонентів поклала початок новій ери веб-дизайну. У цей період було багато експериментів у дизайні, оскільки дизайн і анімація сайтів можна було створювати за допомогою Flash і інших мультимедійних інструментів. Як стверджує Денис Бородаєв, кандидат мистецтвознавства, у своїй статті "Особливості формування "етнічної" стильової моделі веб-дизайну в умовах глобалізації» [1]. Основною ознакою моделі "етнічного" веб-дизайну є розташування елементів навігації. Традиційними для України, як втім і всієї Європи, є вертикальні меню ліворуч або горизонтальні у верхній частині сторінки. Це стало вже практично аксіомою й самі користувачі із труднощами сприймають відмінні від традиційних місця розташування елементів керування і навігації.

Хоча Flash мав гарну графіку та анімацію, він мав деякі межі, особливо з швидкістю завантаження вмісту та тим, як добре він працює з різними браузерами і мобільним пристроєм. Для старих комп'ютерів Flash був дуже важким і не підтримувався на мобільних пристроях що створювало проблеми для користувачів. Веб-дизайну став більш цікавим для користувачів через появу інтерактивних елементів таких як анімовані кнопки і інтерактивні тури. Цей час також відзначався збільшенням ролі дизайнерів як окремої професійної групи в ІТ-сфері. Веб-дизайн став не просто інструментом показу але й способом формування імідж бренду. З 2010 по 2015 рік відбувся перехід до веб-2.0, орієнтованого на те, як користувачі взаємодіють з контентом. Веб-сайти

стали більш інтерактивними завдяки використанню JavaScript для динамічних ефектів і відповідей на дії користувача. Прийшов час інтегрувати соціальні медіа та створювати сайти, на яких користувачі активно взаємодіють через лайки, коментарі та обговорення. Увага була приділена користувацькому досвіду (UX). В той самий час з'явилися такі думки, як «покращення зручності використання» та «легкі в навігації сайти», що звертають увагу на простоту і чистоту дизайну. Сайти стали більш впорядкованими і мають легкі та зрозумілі меню, котрі дозволяють людям просто знайти потрібну інформацію. З часом ці напрямки привели до концепції адаптивного дизайну – design that змінює інтерфейс під розміри екрана; це стало важливим фактором у створенні веб-сайтів на фоні росту популярності смартфонів та планшетів.

Основні вимоги до веб-сайту для агенції з фотографії нерухомості є важливими аспектами для ефективної роботи онлайн-платформи, що пропонує послуги з фіксації та продажу нерухомості через фотографії.

Ринок нерухомості дуже конкурентний, і веб-сайт є важливим засобом залучення потенційних клієнтів. Веб-сайти агентств нерухомості повинні поєднувати функціональність і естетику. Зокрема, агентства нерухомості, які спеціалізуються на фотографії нерухомості, вважають, що візуально привабливі та професійно зроблені фотографії є основою їхнього продукту. У цій ситуації ефективний веб-сайт має бути швидким, простим у використанні та доступним з різних пристроїв.

Візуальна привабливість, а також практичність. Для створення ефективних веб-сайтів важливо використовувати чітку візуальну мову, яка задовольняє потреби та емоції цільової аудиторії [2]. Ця стаття аналізує основи візуальної мови, що є корисним для розуміння ефективного графічного дизайну для веб-сайтів.. Для агентства фотографії нерухомості це означає використання високоякісних фотографій, які не тільки показують об'єкти, але й дозволяють потенційним клієнтам оцінити професіоналізм компанії через деталі фотозйомки. Веб-сайти мають бути не лише функціональними, але й

привабливими за зовнішнім виглядом. Це означає, що сайти повинні бути простими для користування та зручними для взаємодії з контентом.

Івченко підкреслює важливість структури та логічного розподілу інформації. Сайти агентств нерухомості мають багато корисних функцій, включаючи каталог об'єктів, можливість пошуку за різними критеріями, такими як ціна, розташування

Мобільний вигляд сайту мусить бути настроєний для маленьких пристроїв. Переміщення, форми для запитів, меню та кнопки мають бути на видноті та легкими у використанні. Переміщення має бути простим для розуміння і не мати зайвих пояснень. Це дає можливість людям швидко знайти потрібні речі і легко працювати з сайтом коли вони в русі.

1. Розробка та дизайн сайту зосереджені на мобільних пристроях, відомий як «Mobile-first design». Це оптимізує швидкість і функціональність для смартфонів і планшетів.

2. Гнучкі сітки та медіа-запити, також відомі як CSS media queries, — це використання CSS для зміни дизайну сайту відповідно до ширини екрану.

3. Оптимізація перегляду фотографій. Важливо, щоб фотографії відповідали різним розмірам, оскільки основним продуктом агентства з фотографії нерухомості є високоякісні фотографії об'єктів. Наприклад, навіть на невеликих екранах смартфонів фотографії об'єктів повинні бути чіткими та деталізованими. Отже, необхідно створити адаптивний дизайн, який автоматично змінює розмір і формат фотографій відповідно до роздільної здатності екрана. Сучасні платформи дедалі частіше інтегрують візуальні галереї з можливістю 360-градусного перегляду або віртуальних турів. Це особливо важливо для агенцій з фотографії нерухомості, оскільки дозволяє повністю передати атмосферу простору. Впровадження таких функцій потребує як дизайнерського, так і технічного обґрунтування, адже вони можуть суттєво впливати на продуктивність сайту.

Зростає також значення SEO (Search Engine Optimization) у веб-дизайні. Добре структурований сайт із коректно прописаними тегами, альтернативним

текстом до зображень та швидким завантаженням має більше шансів з'явитися у результатах пошуку. Для агенції з фотографії нерухомості це критично, адже чим вища позиція в Google — тим більше потенційних клієнтів перегляне сайт.

Крім того, зростає роль інклюзивності у веб-дизайні. Сучасні сайти мають бути доступними для людей з обмеженими можливостями: наприклад, підтримка скрин-рідерів, достатній контраст кольорів, масштабованість шрифтів. Для професійної агенції це демонструє відповідальність і відкритість до всіх груп користувачів.

UI/UX дизайн (дизайн інтерфейсу та досвіду користувача) нині не обмежується лише привабливістю — він включає емоційне проектування (emotional design), що викликає довіру та позитивні враження. Наприклад, легка анімація при переході між сторінками, плавне зникнення сповіщень або м'які кольорові акценти можуть формувати відчуття спокою та впевненості в послугах компанії.

Інтеграція онлайн-бронювання або форм для замовлення зйомки є ще однією функцією, яка має бути зручно реалізована. Наявність онлайн-календаря, інтерації з CRM або Google Calendar може автоматизувати частину роботи агенції та зекономити час клієнта.

На рівні концептуального веб-сайт агенції з фотографії нерухомості повинен комунікувати не лише інформацію, а й стиль та естетику бренду. Фірмова айдентика (кольори, логотип, типографіка) має бути органічно вбудована в дизайн, щоб створити цілісне враження. Наприклад, агенція, яка спеціалізується на преміум-об'єктах, повинна передавати відчуття розкоші через відповідні кольорові схеми, чисті лінії та стриману анімацію.

Також все більшої популярності набуває так званий дизайн на основі даних (data-driven design), де структура сайту, контент і навіть колірна палітра можуть змінюватися на основі аналітики поведінки користувача. Такий підхід дозволяє постійно покращувати інтерфейс відповідно до реальних потреб аудиторії.

Зважаючи на зростаючу роль соціальних мереж, важливо інтегрувати на сайті функціонал швидкого поширення фото- та відеоконтенту, підключення Instagram API (для відображення стрічки агенції прямо на сайті), та кнопки “поділитися” для кожного об’єкта. Це не лише збільшує охоплення, а й зміцнює зв’язок бренду з онлайн-спільнотою.

Техніки стиснення зображень: використання методів стиснення зображень має вирішальне значення, оскільки це дозволяє зберегти якість сторінок на мобільних пристроях.

Роль адаптивності в агентстві нерухомості: Агентство з фотографії нерухомості вважає, що мобільна адаптивність є життєво важливою для бізнесу в цілому, а також для того, щоб клієнти були задоволені. Потенційні покупці, які шукають нерухомість на своїх мобільних пристроях, часто вибирають об’єкт на основі фотографій. Ймовірність того, що клієнт відмовиться від послуг агентства, значно зростає, якщо сайт має занадто довгий час завантаження або погане відображення.

Отже, різні етапи розвитку технологій і стилів були необхідні для створення сучасного веб-дизайну. Веб-дизайн продовжує змінюватися відповідно до потреб користувачів і технічних можливостей, переходячи від статичних веб-сторінок до адаптивних і мультимедійних платформ. Сучасний веб-дизайн відображає загальні тенденції в технологіях і поведінці користувачів, поєднуючи зручність і функціональність для різних типів пристроїв. Таким чином, сучасний веб-дизайн для агентства з фотографії нерухомості не обмежується лише технічною реалізацією, а виступає стратегічним інструментом комунікації з клієнтом. Правильний візуальний стиль, UX/UI, мобільна адаптивність і швидкість роботи сайту безпосередньо впливають на довіру, залучення та конверсію цільової аудиторії.

1.2 Визначення ключових функціональних елементів веб-сайту

Визначення основних функцій веб-сайту агенції нерухомості є важливою частиною розробки веб-сайту, щоб зробити веб-сайт зручним для користувачів,

підвищити ефективність спілкування з клієнтами та оптимізувати процеси оренди та продажів. У дослідженнях цього аспекту розглядаються деякі основні функціональні компоненти, які мають бути включені в сучасний веб-сайт агенції нерухомості.

1. Розумний пошук і фільтрація. Функціонал пошуку веб-сайту є одним із його основних компонентів. Веб-сайт повинен дозволяти користувачам фільтрувати об'єкти за різними параметрами, такими як ціна, площа, місце розташування, тип нерухомості, кількість кімнат тощо. Цей компонент оптимізує користувацький досвід і допомагає користувачам швидко знайти необхідні об'єкти. Використання додаткових фільтрів для покращення результатів пошуку, таких як наявність басейну, гаража або підвалу, а також ктивні карти та геолокація, є важливими. Користувацький досвід лежить в основі розробки успішного веб-сайту нерухомості. Поставивши користувачів і їхні потреби на перше місце, можна створити веб-сайт, який не тільки має чудовий вигляд, але і безперешкодно функціонує, полегшуючи відвідувачам пошук того, що вони шукають. [6] Використання високоякісних фотографій має вирішальне значення для надання споживачеві повного розуміння об'єкту нерухомості. Відеоогляди об'єктів також можуть підвищити привабливість пропозицій і допомогти клієнтам краще оцінити нерухомість, не відвідуючи об'єкт особисто. Такий метод дозволяє агентам і клієнтам заощадити час і ресурси, забезпечуючи кращий досвід взаємодії з платформою.

2. Респонсивний дизайн: Стандарти сучасного веб-дизайну вимагають, щоб веб-сайт був зручним для користувача на будь-яких пристроях, від смартфонів до десктопів. Це важливо, оскільки значна частина клієнтів використовує мобільні пристрої для відвідування веб-сайтів нерухомості. Респонсивний дизайн важливий для забезпечення високого рівня задоволення користувачів, оскільки він дозволяє відображати контент правильно незалежно від розміру екрану та пристрою. Наявність швидкої навігації, “липкого” меню, кнопок “повернутися нагору” та оптимізованого меню категорій — усе це підвищує ефективність мобільного UX (user experience).

3. Дуже важливо для компаній зворотного зв'язку та коненції нерухомості мати правильний спосіб спілкування з потенційними клієнтами. Це може бути звичайна форма запиту або чат для онлайн-консультацій. Можливість отримати відповіді на запити клієнтів у режимі реального часу або протягом кількох годин значно підвищує їхню лояльність і довіру до компанії. Крім того, функція зворотного зв'язку сприяє покращенню сервісу клієнтів, дозволяючи швидко реагувати на запити клієнтів.

4. Інтеграція з соціальними мережами: Інтеграція дозволяє користувачам легко ділитися інформацією про нерухомість з друзями та родичами, а також отримувати додаткову інформацію через соціальні платформи. Оскільки сьогодні багато покупців використовують соцмережі для дослідження ринку, це може бути важливим інструментом маркетингу та залучення нових клієнтів. розташування кнопок для переходу на сторінки соціальних мереж і можливість авторизації через профілі соціальних мереж (наприклад, Facebook, Google тощо). Соціальні мережі - чудовий інструмент для побудови особистих відносин з вашою аудиторією. Вони створюють зв'язок вічна-віч, де люди дізнаються більше про бізнес і зв'яжуться, якщо їм потрібна інформація. Маркетинг у соціальних мережах дає змогу скористатися соціальними платформами і використовувати їх для залучення людей, зацікавлених у вашій компанії [38].

5. Персоналізація контенту та рекомендації: веб-сайти можуть адаптувати контент на основі інтересів користувачів, історій переглядів та попередніх пошукових запитів. Рекомендуючи клієнтам конкретні варіанти нерухомості, які можуть їх зацікавити, це дозволяє створити більш зрозумілий і простий досвід для клієнтів. Персоналізовані пропозиції значно підвищують задоволеність користувачів і ефективність веб-сайту. Впровадження штучного інтелекту або алгоритмів машинного навчання може зробити рекомендації точнішими, підвищуючи ймовірність того, що користувач знайде ідеальну нерухомість. Інтерактивні елементи, такі як 3D-тури, віртуальні перегляди або доповнена реальність (AR), відкривають новий рівень взаємодії з об'єктами. Ці

технології роблять перегляд нерухомості більш наочним і наближеним до реального досвіду.

6. Інтеграція з CRM-системами та аналітичними інструментами. Ще одним важливим функціональним елементом є інтеграція веб-сайту з CRM (Customer Relationship Management). Це дозволяє автоматизувати процес обробки запитів, вести історію взаємодії з клієнтами, аналізувати ефективність маркетингових кампаній та формувати персоналізовані пропозиції. Крім того, використання аналітичних інструментів (наприклад, Google Analytics, Hotjar тощо) допомагає відстежувати поведінку користувачів на сайті, визначати найпопулярніші сторінки, джерела трафіку та точки виходу. Ці дані дозволяють приймати обґрунтовані рішення щодо подальшого покращення сайту та маркетингової стратегії.

7. Мультимовність і локалізація. З огляду на можливу інтернаціональну аудиторію або наявність кількох мовних груп у межах країни, важливо передбачити можливість перемикання мов. Мультимовний інтерфейс забезпечує зручність користування для ширшого кола відвідувачів, що позитивно впливає на їхнє враження від компанії. Локалізація не обмежується лише перекладом тексту – вона має враховувати особливості культури, формати дат, валюту, а також специфічні юридичні аспекти ринку нерухомості.

Отже, веб-сайт агенції нерухомості має містити багато важливих функціональних елементів користувача та високу продуктивність. Основними з них є зручний пошук і фільтрація, інтерактивні карти, високоякісні фотографії та відео, респонсивний дизайн, форми зворотного зв'язку, інтеграція з соціальними мережами та персоналізація контенту. Наукові дослідження стверджують, що правильне поєднання цих функцій може значно підвищити ефективність веб-сайту, зробити процес оренди або покупки нерухомості простішим і зробити загальний досвід користувача кращим.

1.3 Визначення цільової аудиторії та основних завдань сайту

Визначення цільової аудиторії та основних цілей веб-сайту для фотографії нерухомості є важливою частиною розробки інтерфейсу та структури сайту. Вони допомагають зосередитися на особливих потребах користувачів і досягти найкращих результатів у взаємодії з клієнтами. Ось вичерпний огляд цієї теми на основі наявних джерел.

Багато важливих груп людей складають цільову аудиторію веб-сайту фотографії нерухомості:

1. Ріелтори та агенти з нерухомості. Вони складають основну аудиторію, оскільки професійні фотографії необхідні для ефективної презентації об'єктів. Це можуть бути індивідуальні агенти або великі агенції з нерухомості. Функції, такі як доступ до портфоліо, можливість замовити фотосесію швидко та легко, а також можливість інтегрувати фотографії на онлайн-платформах, таких як Zillow і MLS, є важливими для них.
2. Власники нерухомості Цільова аудиторія також включає людей, які продають або здають в оренду нерухомість. Вони шукають способи продемонструвати свій об'єкт професійними фотографіями, щоб привернути увагу потенційних покупців або орендарів. Простота та доступність послуги через веб-сайт є важливими для цієї категорії.
3. Інвестори та клієнти нерухомості Покупці, які шукають нові варіанти для інвестицій або особистого користування, також можуть бути зацікавлені в огляді фотографій, щоб мати чітке уявлення про стан об'єкта перед візитом.

Основними завданнями веб-сайту фотографії нерухомості є надання клієнтам ефективної інформації про послуги, створення простих процесів замовлення та підтримка спілкування з клієнтами. Детальний опис цих завдань можна знайти тут:

1. Демонстрація портфоліо: портфоліо є важливим компонентом сайту, оскільки воно показує можливості та професіоналізм компанії. Веб-сайт повинен містити галерею фотографій, яка розташована за різними типами об'єктів, наприклад житлові та комерційні приміщення, елітні об'єкти та так далі. Крім

того, можна включити кілька різних стилів фотографії, наприклад стандартні фотографії, панорами, 360-градусні зображення або навіть відеотури.

2. Забезпечення зручного процесу замовлення. Веб-сайт повинен бути інтерактивним і зручним для користувачів, що бажають замовити послугу. В даному випадку я буду використовувати чат-бот в месенджерах (WhatsApp, Messenger, Telegram) Важливою частиною цього процесу є інтеграція з платіжними системами для можливості онлайн-оплати. Бот дає можливість замовити послугу та вказати всі необхідні дані, такі як:
 - Вибрати тип послуги (наприклад, базова фотозйомка, зйомка з дрону, панорамні фотографії тощо).
 - Визначити дату та час зйомки через інтерактивний календар.
 - Оформити замовлення через форму, вказуючи необхідні деталі (адреса, специфікації, додаткові побажання).
 - Мобільний дизайн і оптимізація. Сайт повинен бути оптимізований для мобільних пристроїв, планшетів і смартфонів, оскільки все більше людей використовують мобільні пристрої для отримання послуг. Для будь-якого пристрою інформація на сайті повинна бути легкодоступною та зручною для користувача [16].
3. Оптимізація SEO. Сайт фотографій нерухомості повинен використовувати SEO-стратегії, щоб бути помітним у пошукових системах. Для оптимізації текстового контенту використовують ключові слова, пов'язані з фотографіями нерухомості, наприклад «фотографія для продажу нерухомості» або «фотографія інтер'єру». Використання мета-тегів і дескрипторів для полегшення пошуку веб-сайтів пошуковими системами [5].
4. Персоналізація користувацького досвіду. Сучасні веб-сайти дедалі частіше використовують персоналізацію, щоб підвищити ефективність взаємодії з клієнтами. Для сайту PropertyPhoto це може означати відображення релевантного контенту залежно від типу користувача — наприклад, агенту з нерухомості показуються корпоративні пакети, тоді як власнику —

індивідуальні пропозиції. За допомогою аналітики користувацьких дій можна адаптувати структуру сайту, що позитивно впливає на конверсію.

5. Візуальний сторітелінг як частина маркетингу. Клієнти краще реагують на історії, ніж на суху інформацію. Тому важливо включати приклади "до/після", кейси із реальних об'єктів або короткі розповіді про успішні продажі за участі фотосесій PropertyPhoto. Такий візуальний контент підвищує довіру до бренду й демонструє цінність послуги у реальному контексті.
6. Інтеграція з платформами управління нерухомістю. Ще однією важливою функцією може стати інтеграція з CRM-системами агентств та сайтами розміщення об'яв (типу Reality.sk, Zillow, Dom.ria тощо). Це дозволяє агентам з нерухомості автоматично отримувати лінки та матеріали для об'єктів, без дублювання завантажень, і спрощує публікацію оголошень.
7. Довіра через соціальні докази. Веб-сайт повинен містити елементи соціального довіру: відгуки клієнтів, лого відомих партнерів, статистику (наприклад: «1 200+ знятих об'єктів у 2024 році») або рейтинги сервісу. Такі елементи впливають на прийняття рішень і пришвидшують замовлення послуги.
8. Мультимовність. Оскільки ринок нерухомості часто орієнтований і на іноземних покупців (особливо в європейському контексті), важливо забезпечити мультимовність веб-сайту — принаймні словацькою, англійською та українською. Це зробить сайт доступним для ширшої аудиторії та продемонструє професійний рівень сервісу.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було проаналізовано етапи розвитку веб-дизайну, особливості сучасних сайтів у сфері фотографії нерухомості та вимоги цільової аудиторії. Встановлено, що веб-дизайн еволюціонував від простих статичних сторінок до адаптивних і функціональних платформ з акцентом на UX/UI.

Для сайтів агентств з фотографії нерухомості ключовими є зручна навігація, швидкість завантаження та візуальна привабливість. Сайт має забезпечувати

легкий доступ до інформації про послуги, портфоліо, інтерактивні елементи замовлення, чат-боти для комунікації, а також адаптивність під різні пристрої.

Цільова аудиторія таких сайтів включає ріелторів, власників нерухомості та потенційних покупців, які очікують на професійне візуальне представлення об'єктів. Важливою є також довіра до бренду, яка формується через зручний інтерфейс, логічну структуру та якісний контент.

Таким чином, ефективний сайт агентства має поєднувати функціональність, естетику та орієнтацію на потреби користувача, що забезпечує залучення клієнтів і підвищує конкурентоспроможність на ринку.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТНО-АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА РОЗРОБКИ

2.1. Аналіз об'єкта та аналогів

Об'єктом вивчення є сайт агентства з фотографії нерухомості. Основна мета це показати портфоліо, залучити нових клієнтів та дати зручний сервіс замовлення послуг. Для створення ефективного веб-інтерфейсу було проаналізовано структуру сучасних сайтів аналогічного типу, а також візуально-функціональні прийоми що використовуються в дизайні UI/UX для подібних сервісів. Веб-сайт повинен добре поєднувати красу з корисністю. Користувач чекає простий інтерфейс, швидке завантаження картинок легкий доступ до даних про послуги, ціну та форму замовлення. Оскільки акцент ставиться на візуальний контент, головною частиною є галерея прикладів робіт вона має бути максимально адаптуємою під різні пристрої масштабованою та функціональною.

Основні етапи аналізу потреб користувачів.

Визначення цільової аудиторії. Важливо визначити потенційних клієнтів сайту. Для агенцій нерухомості це можуть бути власники нерухомості, які бажають замовити фотографічні послуги, а також агенти з продажу та оренди, які шукають професійні фотографії для своїх пропозицій.

Наприклад, дослідження Nielsen Norman Group стверджує, що ефективні веб- сайти зосереджені на потребах користувачів, що дозволяє уникати надмірної функціональності та зменшити навантаження на користувача [35]. Аналітичний аналіз цілей користувачів

Корисно використовувати опитування або інтерв'ю, щоб зрозуміти, що шукають відвідувачі сайту. Пошук портфоліо робіт, інформація про ціни та пакети послуг, а також швидкий доступ до контактів є основними завданнями, з якими користувачі приходять на сайт на цьому етапі.

Наприклад, Фондація взаємодії дизайну рекомендує визначити основні цілі користувачів, щоб зробити дизайн сайту більш зосередженим і ефективним (Interaction Design Foundation, n.d.).

Аналіз юзабіліті: Юзабіліті-тестування оцінює, наскільки легко користувачам виконувати основні завдання на сайті. Це допомагає їм визначити потенційні проблеми та перешкоди.

Якоб Nielsen, експерт з юзабіліті, підкреслює важливість тестування, яке показує, наскільки добре адаптовані веб-сайти до звичайних завдань користувачів, таких як пошук фотографій, замовлення послуг і перегляд контактної інформації [34].

Розробка Персон (User Personas). Персони допомагають візуалізувати та структурувати потреби, очікування та навіть потенційні технічні обмеження різних груп людей. Кожна людина представляє певний сегмент користувачів веб-сайту, і вони розповідають про свої цілі, досвід, мотиви та потенційні перешкоди, які вони можуть зустріти під час використання веб-сайту.

Це допомагає розробникам створювати функції, які відповідають потребам певних типів користувачів. Згідно зі Smashing Magazine, створення персони полегшує процес прийняття рішень щодо дизайну та дозволяє команді зосередитися на конкретних потребах користувачів [42].

Аналіз конкурентів. Наглядаючи за веб-сайтами конкурентів, можна знайти найкращі практики та типові функції, які користувачі зазвичай очікують. Веб-сайти фотографії нерухомості повинні вивчити, як конкуренти організовують галереї з прикладами робіт, надають описи послуг, створюють навігацію та спілкуються з клієнтами. Рекомендується використовувати порівняльний аналіз, щоб визначити сильні сторони та слабкі сторони конкурентів у веб-дизайні, які можна використовувати в своєму проекті. Було розглянуто таких конкурентів як:

UA-Visions — українська студія, що спеціалізується на фотографії нерухомості. Вони пропонують послуги з аерозйомки, інтер'єрної та екстер'єрної фотографії, а також створення віртуальних турів. Сайт студії демонструє приклади робіт, акцентуючи увагу на візуальній привабливості та якості зображень (рис.В.1).

LuxGreat — бутік агентство елітної нерухомості в Києві. Сайт компанії вирізняється елегантним дизайном, використанням великих зображень та

мінімалістичним інтерфейсом. Вони акцентують увагу на візуальному представленні об'єктів та індивідуальному підході до клієнтів (рис.В.2)

THE Capital — агентство преміум-класу, що надає повний спектр послуг з купівлі, продажу та оренди нерухомості. Їхній сайт має сучасний дизайн, зручну навігацію та інтерактивні елементи, що покращують користувацький досвід (рис.В.3)

У ході своєї роботи я провела аналіз багатьох веб-сайтів агенцій фотографії нерухомості та зробила висновки чому люди надають перевагу. Звертаючи увагу на загальні стандарти, яких ці веб-сайти дотримуються, щоб зробити їх більш привабливими та зручними для користувача. Більшість цих веб-сайтів мають мінімалістичний дизайн, що дозволяє користувачам не перенасичувати себе зайвою інформацією та легко орієнтуватися по основним розділам сайту. Одним з найбільш поширених підходів до структури таких сайтів є розміщення навігаційного меню у верхній частині сторінки (хедері), яке містить такі основні розділи, як: "Головна", "Портфоліо", "Послуги", "Про нас" та "Контакти". У деяких випадках додаються додаткові розділи, як-от "Ціни", "Блог" або "Відгуки", що допомагає краще інформувати клієнтів та покращує пошукову оптимізацію.

Основні висновки щодо зручності використання інтерфейсу включають наступні елементи:

1. Картування контенту та побудова ієрархії інформації.

Ще одним важливим етапом є створення карти сайту (sitemap), яка визначає логічну ієрархію сторінок та допомагає структурувати контент. Для сайту фотографічного агентства доцільно розмістити найважливіші сторінки на першому рівні: "Головна", "Портфоліо", "Послуги", "Ціни", "Контакти", а другорядні сторінки (наприклад, "Питання та відповіді", "Блог", "Процес зйомки") — на другому рівні. Така структура полегшує навігацію як для користувачів, так і для пошукових систем. Застосування мінімалістичного дизайну: цей стиль зменшує візуальне навантаження на користувача, що дозволяє зосередитися на важливій інформації, такій як портфоліо, яке є важливим для клієнтів, які хочуть оцінити якість фотографій. Мінімалізм підвищує довіру до агентства, оскільки

створює відчуття чистоти та професійності. Як ключова точка контакту, головна сторінка зазвичай містить більш складну графіку, яка дає перше враження та показує рівень креативності агентства. Використання привабливих візуальних ефектів і анімаційних елементів на головній сторінці пояснюється тим, що саме на цій сторінці відвідувачі формують перше враження про агентство.

2. Як ключова точка контакту, головна сторінка зазвичай містить більш складну графіку, яка дає перше враження та показує рівень креативності агентства. Використання привабливих візуальних ефектів і анімаційних елементів на головній сторінці пояснюється тим, що саме на цій сторінці відвідувачі формують перше враження про агентство. Таким чином, аналізуючи особливості ринку, можна зробити висновок, що орієнтованість на простоту, швидкий доступ до інформації та висока якість візуального представлення є визначальними елементами у веб-дизайні агентств з фотографії нерухомості. Також важливо враховувати адаптивність дизайну – веб-сайти повинні добре виглядати і функціонувати як на комп'ютерах, так і на мобільних пристроях, оскільки значна частина користувачів шукає послуги саме з телефонів.

3. Роль пошукової навігації. У багатьох сучасних інтерфейсах важливу роль відіграє пошук по сайту. Його інтеграція особливо корисна у випадках, коли кількість портфоліо велика або є кілька типів послуг. Наприклад, можливість фільтрувати приклади за типом нерухомості (житлова, комерційна, новобудова тощо) суттєво покращує користувацький досвід.

4. Важливість інформації в хедері: Більшість веб-сайтів агентств з нерухомості обов'язково містять такі основні розділи, як портфоліо, опис агентства, інформація про послуги та контактні дані. Це покращує зручність користування, дозволяючи швидко переходити до потрібних розділів. Часто важливі контактні дані або форма запиту розташовуються на видному місці, щоб клієнти могли легко зв'язатися з агентством. Таким чином, аналізуючи особливості ринку, можна зробити висновок, що орієнтованість на простоту, швидкий доступ до інформації та висока якість візуального представлення є визначальними елементами у веб-дизайні агентств з фотографії нерухомості.

5. Навігація, що є орієнтована на мобільних користувачів. У сучасних умовах, коли понад 50% користувачів заходять на сайти зі смартфонів, важливо впровадити адаптивну мобільну навігацію. Це включає використання так званого «гамбургер- меню», великих інтерактивних кнопок, простого скролінгу та оптимізованих шрифтів. За даними Google, зручна мобільна версія сайту є критично важливою не лише для користувачів, а й для SEO (Google Mobile-Friendly Test, 2023).

6. Мікровзаємодії для покращення юзер-експерієнсу. Сайт, що використовує мікровзаємодії (невеликі анімації, індикатори навігації, підсвічування активних елементів), створює більш привабливий інтерфейс. Наприклад, підсвічування елемента меню при наведенні миші або анімоване відкривання портфоліо допомагає не лише залучити увагу користувача, але й зробити навігацію якогось більш інтуїтивною та зручною. Додатковими корисними елементами навігації можуть стати інтеграція Google Maps для швидкого пошуку офісу агентства та чат- бот або live-чат, які відповідають на найчастіші запитання. Це зменшує бар'єри для контакту і допомагає конвертувати відвідувачів у клієнтів. Також до мікровзаємодій можна віднести плавне завантаження зображень (lazy loading), яке підвищує продуктивність і дозволяє поступово підвантажувати великі фото без шкоди для швидкодії сайту. Крім того, варто реалізувати мікроанімації для зворотного зв'язку (наприклад, повідомлення "запит надіслано", "форма успішно відправлена" тощо), які формують відчуття завершеності дій користувача та зменшують невизначеність. Особливу увагу слід приділити взаємодії з мобільними користувачами: дотикові жести, такі як свайп між фото в галереї, або анімація появи меню знизу екрана, покращують зручність використання на смартфонах.

7. Варто також розглянути можливість персоналізації мікровзаємодій: наприклад, повторному відвідувачу сайту можна показувати коротке вітання або рекомендацію на основі попереднього перегляду. Такі індивідуальні елементи збільшують залученість і довіру до бренду.

У сучасних інтерфейсах дедалі частіше використовуються анімації статусу завантаження. Наприклад, при завантаженні великих зображень доцільно застосовувати ефект "lazy loading", коли зображення завантажуються поступово по мірі прокрутки сторінки. Це не тільки покращує продуктивність сайту, але й створює приємний візуальний ефект. Анімація завантаження або індикатори прогресу можуть також використовуватися для форм запитів, коли користувач очікує відповідь після натискання кнопки. Не менш важливою є адаптація мікровзаємодій до мобільних пристроїв. Зважаючи на те, що значна частина трафіку надходить саме зі смартфонів, дизайн має враховувати дотикові жести: свайп для перегляду зображень, легке збільшення фото, автоматичне відкриття меню при прокрутці вгору тощо. Наприклад, інтерактивна галерея, яка дозволяє гортати зображення за допомогою свайпу, суттєво підвищує зручність використання для мобільних користувачів. Такі елементи як «гамбургер-меню» теж супроводжуються мікроанімаціями — розгортання, зменшення прозорості фону, плавне з'явлення пунктів меню. Важливим трендом є емоційна залученість користувача через персоналізовані мікровзаємодії. Наприклад, при повторному візиті сайт може вітати користувача і запропонувати йому продовжити перегляд з того місця, де він зупинився. Це формує у користувача відчуття персонального підходу. У фотосервісах це може виглядати як коротке повідомлення: "Вас зацікавила комерційна зйомка — подивіться наші нові роботи в цьому розділі".

Особливу увагу варто приділити візуальним підказкам у формах. Наприклад, коли користувач заповнює контактну форму, система може виділяти поле червоним кольором при помилці, а зеленим — при правильному введенні. Такі візуальні індикатори супроводжуються мікроанімацією, яка не лише приваблива, а й підвищує зрозумілість інтерфейсу. Додатковим інструментом підвищення взаємодії є використання інтерактивних елементів навігації. Наприклад, при переході між розділами сайту можуть з'являтися короткі ефекти затухання або підсвічування нового розділу. Це дозволяє плавно орієнтуватися в структурі сайту, не створюючи ефекту «стрибків» між сторінками.

Варто зазначити, що мікровзаємодії не лише покращують естетику, а й знижують когнітивне навантаження користувача. Завдяки їм людина краще орієнтується на сайті, не відволікається на зайві дії і швидше досягає своєї мети (наприклад, знаходить розділ з портфоліо або надсилає заявку на послугу).

2.2. Визначення проблеми та задачі проєктування

Дизайн інтерфейсу користувача та вибір стилю для веб-сайту агентства з фотографії нерухомості повинні бути ретельно розроблені, оскільки це перше враження, яке людина отримує від веб-сайту, може вплинути на те, чи захоче вона використовувати послуги, які пропонує агентство. Нижче ми розглянемо кожен етап більш детально.

У сучасному конкурентному середовищі візуальне показування нерухомості грає важливу роль у формуванні першого вигляду про об'єкт. Зростання попиту на професійні фотозйомки житлової і комерційної нерухомості викликало потребу у спеціалізованих студіях, що дають не лише послуги зйомки а й цілу візуальну комунікація через цифрові платформи. Але огляд існуючі рішення показав ряд проблем:

1. Багато фотографів або фірм застосовують шаблонні портфоліо без логічної структури, з низьким рівнем UX/UI-дизайну.
2. Недостатня гнучкість сайтів для мобільних пристроїв, що зменшує результативність спілкування з клієнт.
3. Немає засобів для легкого замовлення, швидкого показу портфоліо або ясного встановлення послуг.
4. Часто не вистачає простого дизайну, який би відповідав особливостям та стилю самого візуального контенту.
5. Сайти або дуже завантажені, або надто прості, що не підходять для цільової групи людей, зокрема ріелторів, будівельників та приватних клієнтів.

Ці причини кажуть про потребу в такому веб-сайті, що поєднує красу, технічну працю та успішність в бізнесі. Основні принципи дизайну інтерфейсу — мінімалізм і простота. Стиль мінімалізму зменшує візуальний шум і полегшує

навігацію. Це означає, що увага користувача зосереджена на візуальних матеріалах, а не на складних або зайвих графічних елементах агентства з фотографії нерухомості. Мінімалізм допомагає створити відчуття професійності та надійності, що особливо важливо для ринку нерухомості, де клієнти хочуть бути впевнені у високій якості роботи, яка була виконана на об'єкті, який вони побачили. Цей підхід пропонує зменшити зайві елементи, щоб не відволікати користувача від важливих даних. Фокус на візуальному контенті: оскільки веб-сайт агентства повинен показувати портфоліо фотографій нерухомості, великі зображення на екрані або інтерактивні галереї є ефективними способами демонстрації високоякісних робіт.

«Привабливі речі спонукають людей добре почуватися, що, своєю чергою, спонукає їх мислити творчо. Як це впливає на простоту використання? Елементарно: людям стає легше вирішувати проблеми, з якими вони стикаються.»-Gaver, William [22]. Для фотографій повноекранний режим дозволяє користувачам побачити всі деталі, необхідні для оцінки нерухомості. Наприклад, інтерактивність забезпечує більше взаємодії з користувачем і глибше занурення в контент, надаючи можливість збільшити фотографію чи переглянути його з різних кутів.

Шрифти та різноманітність кольорів: Біла, сіра та чорна нейтральна палітра кольорів дозволяє створювати чистий фон для фотографій, не відволікаючи увагу від основного матеріалу. Ця гамма також додає інтерфейсу елегантності, яка ідеально підходить для нерухомості преміум-класу. Для привернення уваги до кнопок або інших важливих елементів акцентні кольори використовуються обережно. Вони допомагають визначити головні заклики до дії (CTA), а також покращують розуміння інтерфейсу. Важливо також дотримуватись контрастності між фоном і текстовим наповненням, щоб забезпечити доступність для всіх користувачів, включно з людьми з порушеннями зору.

Шрифт, який використовується (санс-сери́ф), не містить зарубок, що робить текст сучасним і легко читабельним, одночасно підкреслюючи стиль і професійність агентства. Наприклад, шрифти Open Sans або Roboto є

стандартними для дизайну веб-сайтів завдяки їхній простоті та універсальності. Ці шрифти також роблять інформацію легко читати на екранах будь-якого розміру. Важливо уникати надмірної кількості шрифтів та розмірів у межах одного інтерфейсу, щоб зберігати цілісність візуального стилю [45].

Зручна навігація: основні розділи, такі як портфоліо, послуги, інформація про агентство та контакти, повинні бути доступні без зайвих натискань і часу на пошук. Спливаюче меню або фіксована навігаційна панель є популярними методами, які дозволяють користувачам мати доступ до навігації, коли вони знаходяться на сторінці.

Адаптивність є ще одним важливим фактором, оскільки більшість клієнтів можуть переглядати веб-сайт з мобільних пристроїв. Щоб підвищити зручність користувачів, адаптивний дизайн відображає всі елементи точно на різних пристроях, таких як смартфони та планшети. Інтерактивність і Feedback: запуск чат-бота для бронювання замовлень. Інтерактивність у проекті агентства з фотографії нерухомості є важливою, оскільки вона збільшує залучення користувачів і покращує їх досвід. Використання інтерактивних елементів для полегшення навігації та впровадження чат-бота для бронювання замовлень є основними елементами, які охоплюються цим розділом. Основні компоненти інтерактивності включають: Анімовані переходи та елементи інтерфейсу: Анімовані переходи, такі як плавні переміщення між розділами або підсвічування кнопок при наведенні курсора, приваблюють користувачів і підкреслюють професійний дизайн.

Динамічні компоненти додають сайту сучасності та роблять його більш привабливим для користувачів, підвищуючи їхнє бажання використовувати його. Подібні елементи часто використовуються, щоб підкреслити ключові кнопки, такі як «Залишити заявку» чи «Зв'язатися з агентством», які полегшують користувачам процес відвідування сайту до оформлення замовлення.

Контактні форми і зворотний зв'язок: Контактні форми повинні бути легкодоступними та простими для заповнення, а інструкції повинні бути чіткими.

Крім того, заявки повинні бути відправлені швидко. Контактна форма,

розміщена в певному розділі, шапці чи підвалі сторінки, а також на сторінці кожного об'єкта нерухомості, гарантує, що клієнт завжди має можливість швидко зв'язатися з агентством. Інтеграція чат-бота для бронювання замовлень: розробка чат-бота дозволить користувачам миттєво бронювати послуги без необхідності довгої навігації або очікування відповіді від менеджера, що є важливим нововведенням у цьому проєкті. Функції чат-бота включатимуть автоматичне надання інформації про послуги агентства, вартість та доступні часи для фотозйомки. Інтерактивна форма бронювання дозволяє вибрати тип послуги, дату та час і залишити контактну інформацію. Чат-боти, які пропонують миттєвий зв'язок і відповіді на поширені питання (FAQ), можуть допомогти користувачам скоротити час очікування [44]. Чат-бот для бронювання підвищує зручність і швидкість обробки заявок, тому що клієнти можуть отримати потрібну інформацію та забронювати зйомку в режимі реального часу. Це особливо важливо для молодшої аудиторії, яка віддає перевагу швидким і простим засобам зв'язку, таким як чат-боти, які є доступними на веб-сайтах або в месенджерах. Миттєвий зворотний зв'язок і підтримка: чат-бот може бути налаштований, щоб повідомляти про підтвердження бронювання або про подальші кроки. Крім того, чат-бот дозволяє підтримувати користувачів у будь-який час доби, що особливо важливо для агентств, які мають міжнародну або інтенсивну аудиторію.

Метою є створення комплексної ідеї дизайну веб-сайту для компанії, що спеціалізується на фотографії нерухомості. Ця концепція спрямована на ефективну демонстрацію послуг, створення професійного іміджу та заохочення взаємодії з клієнтами за допомогою сучасних методів цифрової візуальної комунікації.

Завдання проєктування:

1. Формулювання стратегії візуальної комунікації:

- Визначення основного стилю дизайну веб-сайту на основі ринкових характеристик, таких як мінімалізм, чіткі сітки, висока контрастність та великі зображення.
- Розробка принципів ієрархії контенту

2. Створення фреймворку веб-сайту та інформаційного макета.

- Розробка структури сайту та архітектури інформації: Головна, Портфоліо, Послуги, Ціни, Контакти та Бронювання.
- Розробка логічної навігації для полегшення взаємодії користувачів з платформою.

3. UX-дослідження цільової аудиторії:

- Визначення основного користувача, такого як агент, забудовник та власник нерухомості.
- Вивчення вимог різних сегментів клієнтів під час розробки функцій веб-сайту, таких як зручність комунікації, швидке сканування роботи та довіра до бренду.

4. Розробка адаптивного інтерфейсу:

- Гарантія належного вигляду веб-сайту на мобільних пристроях, планшетах та комп'ютерах.
- Зміна розміру зображення та елементів дизайну для різних розмірів екрана.

5. Впровадження інтерактивних елементів:

- Функція відображення проекту в повноекранному режимі.
- Використання плавної анімації для покращення візуального ефекту.

6. Вибір типографіки та колірної гами:

- Вибір шрифтів, що підкреслюють професіоналізм та естетику агентства.
- Кольорова гама не має відволікати від основного контенту, тобто фотографій.

7. Поєднання форми зворотного зв'язку та сервісу бронювання.

- Можливість надання відгуків, доступу до резюме або спілкування через платформи обміну повідомленнями. Інтерактивність для нерухомості.

Інтерактивні елементи та чат-бот дозволяють агентству виділитися на ринку, покращуючи користувацький досвід, зменшуючи навантаження на менеджерів з бронювання. Це покращує репутацію агентства та дає йому конкурентну перевагу, збільшуючи кількість заявок і залучення аудиторії. Варто також реалізувати функцію автоматичної перевірки введених даних у формах (validation), що зменшить кількість помилок при заповненні. Використання Google Analytics або подібних інструментів дозволяє відстежувати поведінку

користувачів на сайті, виявляти найбільш ефективні СТА та оптимізувати інтерфейс відповідно до їхньої взаємодії.

Отже, враховуючи професійний напрямок сайту, мінімалізм з акцентом на якість та професіоналізм є основним стилем, який підходить для агентства з фотографії нерухомості. Стиль мінімалізму поєднує чисті лінії, простий фон, нейтральні кольори і велику увагу до контенту, що відображає репутацію агентства і його підхід до роботи. Такий підхід не тільки виглядає естетично, але й підвищує зручність, що є важливим фактором для залучення та утримання клієнтів.

2.3. Розробка концепції дизайн-проєкту

Аналіз дослідження призвів до розробки концепції веб-сайту для фотоагентства нерухомості, адаптованого до потреб цільової аудиторії. Концепція відповідає сучасним тенденціям веб-дизайну, зосереджується на візуальному контенті, такому як архітектура та фотографія інтер'єру, та має на меті підвищити ефективність взаємодії з клієнтами.

Мінімалістичний адаптивний інтерфейс. Основна ідея полягає в простому та мінімалістичному дизайні, який виділяє зображення. Завдяки мінімізації графічних елементів веб-сайт спрямовує увагу користувачів на високоякісну фотографію нерухомості. Макет веб-сайтів розроблений адаптивним, що забезпечує оптимальне відображення на різних пристроях, таких як настільні комп'ютери, планшети та смартфони. Для забезпечення плавності завантаження і збереження чіткості контенту при зміні розміру екрана використовуються гнучкі сітки (flex/grid-структури), а також адаптивні зображення, які автоматично змінюють роздільну здатність залежно від пристрою користувача. Це сприяє підвищенню швидкодії сайту і покращує показники SEO. Основні етапи розробки прототипів представлені в Figma. Створення основної структури макета: Figma полегшує розробку початкової структури інтерфейсу, визначаючи місця для головних елементів, таких як заголовки, текстові блоки, фотографії, кнопки та контактні форми. Це основа для подальшого розробки та тестування прототипу.

У Figma можна створювати різні варіанти сторінок для різних розмірів екрану, таких як десктопи, планшети та мобільні пристрої. Це важливо для адаптивного дизайну.

1. Додавання інтерактивності та анімацій: функція прототипування Figma дозволяє налаштовувати взаємодію між елементами інтерфейсу, такі як спливаючі повідомлення, анімації на кнопках і переходи між сторінками. Це допомагає визначити, як користувачі використовують сайт.

2. UX/UI-рішення, орієнтовані на швидкість взаємодії. Користувацький досвід зроблений так, щоб з першого разу до замовлення послуг пройшло мало часу, Основні правила:

3. Проста навігація (чітке меню, фіксована навігаційна панель);

4. Логічна структура контенту (від портфоліо — до опису послуг — до бронювання);

5. Візуальна ієрархія (ключові СТА-кнопки виділені, вторинна інформація не заважає навігації).

Сайт створює відчуття простоти, ясності й орієнтації на користувача, що підвищує довіру до бренда. Окрему увагу приділено принципам доступності: шрифти мають достатню контрастність, а всі інтерактивні елементи мають текстову альтернативу або підпис для забезпечення зручності використання людьми з порушеннями зору. Це відповідає міжнародним стандартам WCAG.

— Нейтральна кольорова гама з акцентами. Кольори сайту — м'які нейтральні кольори (білий, світло-сірий, графітовий), які створюють основу для акцентування на фото. Яскраві кольори (наприклад, теплі жовтий або ніжний бірюзовий) використовуються для виділення активних частин інтерфейсу: кнопок, лінків, повідомлень. Такий стиль підсилює загальне враження професійності та гармонії. Колірна палітра була протестована на різних екранах і з використанням симуляторів кольорової сліпоты, що гарантує сприйнятність дизайну для широкого кола користувачів. Візуально акцентоване портфоліо з категоризацією.

— Портфоліо є ключовим елементом сайту, тому дизайн передбачає велику сітку

зображень, які завантажуються швидко та мають можливість перегляду в повноекранному режимі. Роботи поділяються за категоріями: житлова нерухомість, комерційні об'єкти, архітектурні деталі тощо. Це полегшує навігацію для потенційного клієнта та дозволяє швидко знайти відповідний стиль або тип проєкту.

Наприклад, на веб-сайті, присвяченому фотографії нерухомості, можна створити інтерактивну галерею, де відвідувачі можуть перегортати фотографії об'єктів або натискати на кнопки, щоб дізнатися більше про певні об'єкти. Така функція робить сайт більш зручним для користувача та цікавим. Для покращення взаємодії з портфоліо реалізовано фільтрацію в реальному часі (без перезавантаження сторінки), що дає змогу миттєво переглядати потрібні приклади без зайвих дій.

Співпраця та коментарі: Figma полегшує спільне редагування в реальному часі. Розробники, дизайнери та замовники можуть працювати разом над прототипом, обговорювати зміни та залишати коментарі.

Це особливо корисно для швидкого корегування або доопрацювання прототипу під час урахування фідбеку замовника, що покращує гнучкості та прозорість процесу розробки. Крім того, вся історія змін зберігається, що дозволяє повернутися до попередніх версій та порівняти кілька рішень перед фінальним затвердженням.

Тестування інтерфейсу: прототипи Figma можна тестувати безпосередньо в браузері на різних пристроях, не завантажуючи додаткове програмне забезпечення. Це дозволяє дизайнерам спостерігати за тим, як користувачі взаємодіють із веб-сайтом у реальному часі [12].

Інтеграція інтерактивних форм забезпечує зручну комунікацію. До них належать:

1. Форма бронювання послуг (із можливістю вибору дати, типу зйомки та об'єкта);
2. Контактна форма з можливістю швидкого зв'язку через email або месенджери;

3. Фільтри послуг, які допомагають обрати бажану категорію, бюджет або терміни виконання.

4. Форми реалізовані з урахуванням принципів UI-дизайну логічна послідовність, доступність, мінімум полів для заповнення.

Переваги використання Figma для розробки прототипів

1. Хмарна платформа. Figma є хмарним інструментом, тому всі файли доступні з будь-якого пристрою через Інтернет. Це дозволяє легко обмінюватися файлами, співпрацювати та вносити швидкі зміни, що робить його корисним для командної роботи.

2. Широкий спектр інтерактивних налаштувань. Figma пропонує налаштування інтерактивності, такі як оверлеї, затримки та автоматичні анімації. Це дозволяє створювати прототипи, які є максимально точними, що значно полегшує тестування дизайну та підвищує його якість. Кожен варіант адаптації може мати унікальну структуру, яка відповідає звичкам і потребам користувачів конкретного пристрою, що покращує загальну зручність використання.

3. Можливість інтеграції та експорту. Розробники можуть експортувати готовий прототип. Фігма також може працювати разом з іншими інструментами, такими як Zeplin і Slack, що робить її гнучкою для роботи в складних проектах. Такі інтерактивні рішення не лише покращують досвід взаємодії, а й підвищують довіру до ресурсу, оскільки демонструють увагу до деталей.

4. Бібліотеки компонентів і готові шаблони. Можливість використовувати готові шаблони та бібліотеки компонентів у Figma прискорює процес створення макетів і гарантує, що кожна сторінка сайту має один стиль. Це зручно для швидкого створення прототипу та дотримання єдиного стилю проєкту. Можливість відстежувати історію змін також дозволяє легко повертатися до попередніх версій, якщо потрібно відновити або порівняти рішення.

5. Тестування інтерфейсу без кодування. Прототипи можна одразу тестувати в браузері на будь-якому пристрої. Це дає змогу виявити помилки UX/UI ще до початку розробки сайту, що економить ресурси і час. Інтерактивні елементи, затримки, ефекти наведення або кліку допомагають імітувати

повноцінний користувацький досвід, надаючи більше інформації для прийняття дизайнерських рішень.

Таким чином, використання Figma для розробки прототипів і інтерактивного дизайну надає безліч переваг і дозволяє створювати високоякісні та реалістичні макети сайтів, особливо для агентств нерухомості, для яких візуальна складова і зручність взаємодії з користувачем є важливими. [43]. Розроблена концепція поєднує функціональність, естетику та ефективну комунікацію. Сайт виконує як інформативну, так і представницьку функцію, допомагаючи агентству виділитися на ринку та підвищити рівень довіри з боку потенційних клієнтів.

Висновки до розділу 2

У результаті дослідження встановлено, що логічна й зрозуміла структура сайту є ключовою для ефективного користування. Інформаційна архітектура організована за принципом ієрархії, з виділенням основних розділів: портфоліо, послуги, контактна інформація, форми запису та зворотного зв'язку.

Інтерфейс сайту створено з урахуванням принципів мінімалізму. Дизайн орієнтований на зручність взаємодії та візуальну привабливість: використано великі якісні фотографії, читабельну типографіку та нейтральну кольорову палітру з яскравими акцентами для елементів дії (СТА). Це сприяє формуванню сучасного іміджу агентства та довіри з боку клієнтів.

Інтерактивне прототипування, виконане у Figma, дозволило візуалізувати структуру сайту, протестувати навігацію та адаптивність на різних пристроях ще до початку розробки. Це зменшує ризики помилок і дозволяє врахувати зворотний зв'язок команди й користувачів на ранніх етапах. Таким чином, підхід до дизайну сайту базується на сучасних UX/UI стандартах. Завдяки використанню Figma, забезпечено зручну співпрацю між дизайнером, замовником і розробниками, що підвищує якість фінального продукту. Розроблене рішення спрямоване на підвищення ефективності комунікації з цільовою аудиторією та підтримку розвитку бренду PropertyPhoto.

РОЗДІЛ 3

ТЕХНІЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТУ

3.1 Вибір технологій та інструментів для реалізації

Важливо вибрати відповідні інструменти для дизайну, які забезпечують якісну візуалізацію, ефективне прототипування та гнучкість у роботі, якщо ви хочете створити інтерфейс веб-сайту з використанням фотографії нерухомості. Фігма та Adobe Illustrator є найкращими інструментами для виконання різноманітних завдань у цьому процесі, з різними перевагами. Крім Figma та Illustrator, також варто враховувати використання допоміжних інструментів, таких як Adobe Photoshop для обробки фотографій та Webflow для швидкого створення адаптивних макетів без коду. Використання цих сервісів у тандемі дозволяє реалізовувати повноцінний UI/UX-процес — від графічної підготовки до інтерактивного прототипу. Adobe Illustrator: важливий інструмент для роботи з векторною графікою, важливий для створення логотипів, іконок, складних ілюстрацій і графічних компонентів, які часто використовуються на сайтах нерухомості. Illustrator також дозволяє створювати адаптивні елементи брендингу, які можуть бути використані в email-розсилках, друківаних матеріалах і презентаціях, забезпечуючи збереження єдиного стилю компанії незалежно від каналу комунікації. Це особливо важливо для маркетингової підтримки агентства.

Переваги:

1. Широкий функціонал для векторної графіки: Illustrator дозволяє створювати високоякісні іконки, графічні елементи та логотипи, які зберігають свою якість навіть після зміни розміру. Це особливо корисно для адаптивного дизайну, коли однакові елементи використовуються на різних пристроях.

2. Точність та деталізація: Точні та детальні ілюстрації є важливими для естетики та професійного вигляду сайту завдяки інструментам Illustrator. Наприклад, ретельно продумані іконки та логотипи можуть значно підвищити впізнаваність бренду серед споживачів.

Сумісність з іншими програмами Adobe: Illustrator легко працює разом з іншими програмами Adobe, такими як Photoshop і After Effects, що дозволяє створювати більш складні композиції та анімації.

Для веб-сайту агентства нерухомості «PropertyPhoto» можна створити такі важливі елементи в Adobe Illustrator, щоб підкреслити стиль сайту, зробити його більш привабливим і створити чітку ідентифікацію бренду.

Приклади практичного використання Illustrator:

1. Логотип і компоненти брендингу – створення векторного лого з адаптацією під темну і світлу теми сайту.
2. Іконки навігації – іконки для пунктів меню, кнопок соцмереж, контактів.
3. Фонові патерни – лінії, абстрактні форми, які не перевантажують візуальну структуру.
4. Кнопки СТА – яскраві елементи з ефектами тіней або обводок для посилення помітності.

Логотип і компоненти брендингу. Розробка логотипу в Illustrator дозволяє створювати векторні символи, які однаково чітко виглядають на різних пристроях, незалежно від масштабу. Логотип можна змінити, щоб підкреслити спеціалізацію агентства. Наприклад, можна використовувати абстрактні зображення з камери або об'єктів нерухомості, щоб передати основні аспекти діяльності агентства. У Illustrator можна створювати елементи брендування, такі як фавікони для вкладок браузера, логотипи соціальних мереж і водяні знаки на зображеннях нерухомості, забезпечуючи послідовність стилю. Іконки для навігації та інтерфейсу: Іконки мінімалізму, які представляють функції або частини сайту, такі як контактні дані, відгуки та портфоліо, можна розробити так, щоб вони залишалися чіткими, незважаючи на зміну масштабу. Illustrator дозволяє створювати привабливі векторні іконки, які не втрачають якості, якщо користувачі переглядають сайт на великих моніторах або мобільних пристроях. Декоративні елементи та фонові патерни: у Illustrator можна створювати фонові патерни або декоративні елементи, такі як плавні геометричні форми чи лінії, які

додають індивідуальності сайту. Такі елементи можна використовувати для підкреслення фотографії та нерухомості [37].

1. Зображення для секції «Про нас» або інших сторінок. Персоналізовані зображення можуть стати унікальною частиною веб-сайту, надаючи йому виразності та індивідуальності. Наприклад, зображення, які демонструють етапи роботи агентства або переваги співпраці, можна зробити в єдиному стилі, який відповідає загальному стилю веб-сайту.

2. Водяні знаки та спеціальні зображення графічні елементи. Можна створити водяні знаки в Illustrator, щоб захистити авторські права на зображення нерухомості. Це можуть бути напівпрозорі логотипи або фірмові символи агентства, щоб запобігти несанкціонованому використанню фотографій.

3. Кнопки та етикетки для викликів до дії (CTA). Можна використовувати Illustrator для створення кнопок і міток CTA, таких як "Замовити зйомку" і "Переглянути портфоліо", щоб створити привабливі кнопки, які виділяються на фоні сторінки. Це особливо важливо для покращення взаємодії з користувачами та забезпечення простої навігації [25].

4. Іконки соціальних мереж і контакти. Соціальні іконки (наприклад, з Facebook, Instagram і LinkedIn) можна адаптувати до дизайну сайту, щоб вони відповідали решті інтерфейсу, що гарантує, що дизайн зберігається на всіх платформах. З його функціями для створення та налаштування векторної графіки Illustrator дозволяє створювати високоякісні графічні елементи для сайту, які залишаються чіткими та виглядають професійно на будь-якому пристрої. Це є фундаментом для постійного, професійного та відомого брендування. Крім того, Illustrator зручний для створення гайдлайнів стилю (brandbook), у якому чітко прописані кольори, шрифти, допуски та композиції логотипа. Такий документ є критично важливим для забезпечення візуальної цілісності в довгостроковій перспективі.

Figma є важливим інструментом для прототипування, розробки інтерактивного дизайну та створення зручного UX/UI, що дозволяє ефективно розробити кожну стадію інтерфейсу під час розробки веб-сайту агентства з

фотографії нерухомості «PropertyPhoto» (рис.Г.1) Нижче наведено кілька конкретних елементів, які можна розробити за допомогою Figma:

1. Інтерактивний дизайн, прототипи сторінок і інтерактивний дизайн.

Створення прототипів у Figma дозволяє команді повторити весь шлях користувача, починаючи з головної сторінки та закінчуючи формами, такими як форма контактів або заявка на фотосесію. Інтерактивні прототипи дозволяють клієнтам агентства побачити, як буде працювати веб-сайт заздалегідь, що допомагає оцінити зручність інтерфейсу.

2. Налаштування переходів між екранами та анімацією дозволяє моделювати поведінку користувачів на веб-сайті та визначати, як вони взаємодіятимуть з елементами. Це особливо корисно для оцінки зручності закликів до дії (CTA) на різних сторінках.

3. Створення та збереження дизайну сайту за допомогою розробки макету та стилів інтерфейсу Figma дозволяє охоплювати стилі тексту, кольорові палітри, кнопки, іконки, шрифти та інші елементи, які використовуються на сайті. Наприклад, можна створити стилі, що відображають сучасний мінімалістичний підхід, а також передбачають легкість і зручність у використанні для цього проекту.

4. За допомогою бібліотеки компонентів Figma легко створювати повторювані елементи, такі як інформаційні блоки, посилання на портфоліо та кнопки «Забронювати фотосесію», що значно полегшує процес оновлення дизайну на всьому сайті. Інтеграція з плагінами — ще одна сильна сторона Figma. Наприклад, за допомогою плагінів можна додавати реальні дані, генерувати сітки, вставляти зображення з Unsplash або підключати UI-кити. Це значно спрощує процес створення реалістичних макетів і прискорює прототипування.

5. Налаштування, щоб адаптуватися до різних пристроїв. Гнучкість Figma дозволяє створювати дизайни, які відповідають різним типам комп'ютерів, планшетів і мобільних пристроїв. Тестування та адаптація до різних розмірів екранів дозволяє оптимізувати веб-сайти для зручного перегляду та використання на різних платформах.

6. Активні компоненти в Інтернеті: чат-бот для бронювання. Інтерактивний

чат-бот для бронювання фотосесій може бути включено до функціоналу. Figma є чудовим інструментом для створення базового інтерфейсу чат-бота, який може включати різноманітні варіанти взаємодії, модальні вікна та елементи керування клієнта. Цей прототип можна інтегрувати або відправити розробникам для кодування[43]. Figma також підтримує спільну роботу в реальному часі, що робить її ідеальним вибором для командного дизайну, коли потрібно взаємодіяти з розробниками, контент-менеджерами або клієнтами. Завдяки функції коментарів і версійності, можна оперативно вносити зміни, тестувати різні варіанти інтерфейсу та фіксувати результат (Додаток Г). Figma також дозволяє створити Design System – централізований набір компонентів, які використовуються повторно в проєкті. Це підвищує зручність команди та мінімізує помилки візуальної несумісності. У великих проєктах із кількома учасниками така система стає незамінною.

Розширені можливості Figma:

- Співпраця в реальному часі — особливо важливо при паралельній роботі дизайнера, менеджера, клієнта й розробника.
- Плагіни та автоматизація — для вставки реальних даних у прототипи (імена, адреси, фото) або швидкого створення типових блоків.
- Тестування в браузері — без необхідності завантаження або встановлення стороннього ПЗ.
- Експорт в середовища розробки — наприклад, через Zeplin або в форматах CSS/HTML.

Крім того, у Figma можна створити не лише десктопну, а й мобільну версію сайту, включаючи взаємодії типу свайп, скрол або tap. Це дозволяє реалізувати повноцінну кросплатформену адаптацію.

Отже, для проєктування сайтів з фотографії нерухомості використання Figma як основного інструменту дозволяє пришвидшити процес розробки, забезпечити адаптивність інтерфейсу та покращити взаємодію з клієнтами, що є важливим для успішного запуску сучасних сайтів.

3.2 Опис реалізації основних функцій сайту та UX складової

Реалізація основних цілей сайту агентства з фотографії нерухомості, а також системи управління користувачем (UX). При проєктуванні веб-сайту агентства з фотографії нерухомості, важливо визначити основні елементи, які повинні забезпечити зручний і корисний для користувача досвід. Перегляд портфолію, замовлення послуг, перегляд контактів і інформації про компанію є частиною цих функцій, а також інтерактивні елементи, такі як чат-бот для бронювання. Також передбачено розділ зі слоганом агентства, який коротко формулює цінність послуг та створює перше емоційне враження. Також реалізована можливість швидкого додавання зображень до «обраного», яке можна зберегти або надіслати на електронну пошту для подальшого перегляду. Саме тому важливо структурувати інтерфейс сайту таким чином, щоб користувач не відчував ні перевантаженості інформацією, ні дезорієнтації при навігації, а взаємодія з сайтом перетворювалася на логічний, послідовний, комфортний і приємний досвід. Крім цього, необхідно впровадити чітку ієрархію візуального контенту — починаючи з великих, привабливих зображень головної сторінки, і закінчуючи мініатюрами в портфолію.

Шрифти повинні бути добре читабельними, контрастними, а кольорова палітра — відповідати загальній стилістиці агентства. Особливу увагу слід приділити адаптивності дизайну: сайт має коректно відображатися на екранах різних розмірів від смартфонів до великих моніторів. З метою покращення навігації користувачу варто надати можливість швидкого повернення до головної сторінки з будь-якої секції за допомогою фіксованого логотипу або кнопки "Додому". Впровадження breadcrumb-навігації дозволить краще орієнтуватися в структурі сайту, а пошуковий рядок з фільтрами швидко знаходити потрібні послуги або зображення.

Не менш важливим є врахування принципів доступності (accessibility): сайт має бути зручним для всіх категорій користувачів, зокрема тих, хто має знижену зорову чутливість або користується допоміжними технологіями. Для цього впроваджується підтримка масштабування тексту, альтернативні тексти до зображень (alt-теги), логічна послідовність елементів при навігації клавіатурою.

Загалом, завданням є не просто привабливий візуальний інтерфейс, а повноцінне середовище, яке дозволяє користувачеві досягти своєї мети швидко, зручно та з позитивними емоціями.

1. Головна сторінка із структурою навігації та портфолію. Враховуючи, що головна сторінка є першим місцем, куди приходять користувачі, вона повинна містити портфолію зображень нерухомості, яке виглядає добре. Розташування важливих компонентів, таких як останні проекти, основні послуги та інформація про компанію, повинно бути організовано таким чином, щоб було легко отримати до них доступ. Особливу увагу приділено ієрархії контенту: головний слайдер з прикладами зйомок має заклики до дії, а нижче розміщуються блоки довіри (логотипи клієнтів, сертифікати), короткий опис послуг та анімаційне посилання на «Процес співпраці».

Унікальна навігація з добре видимим меню дозволяє користувачам швидко знайти потрібну інформацію. Використання фіксованого хедера полегшує навігацію по сайту, навіть коли ви скролюєте вниз. саме на цьому етапі критично важливо грамотно розмістити слайдер з прикладами фотографій, заголовки з чіткими закликами до дії, короткі, але змістовні блоки з описом послуг, а також кнопки швидкого переходу до портфолію чи форми замовлення.

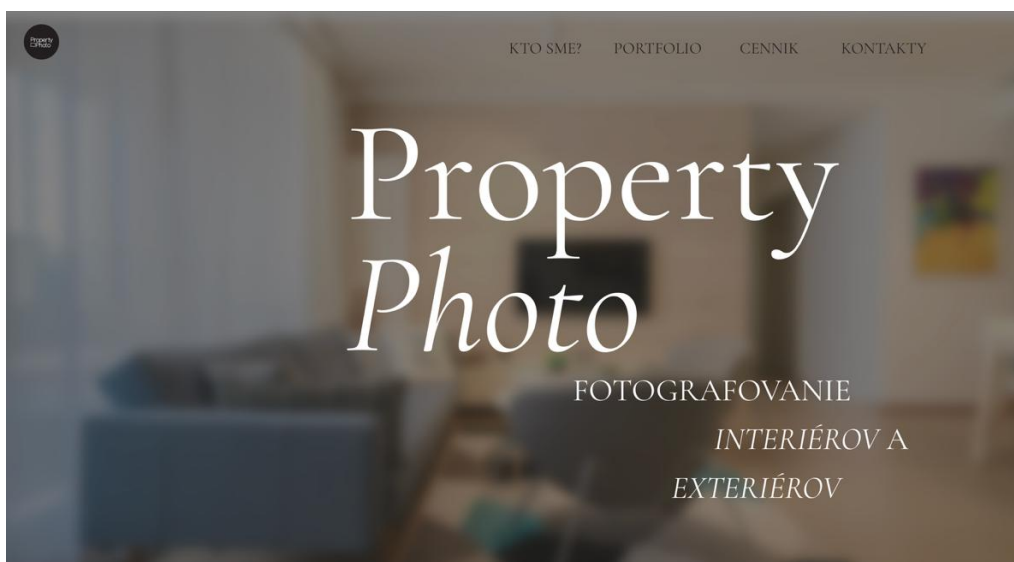


Рис. 3.1. Вигляд головної сторінки веб-сайту

2. Структура портфоліо. Необхідно, щоб галерея робіт була інтерактивною та зручною для перегляду. Користувачі повинні мати можливість збільшити зображення, дивитися його у слайдері та дізнатися про деталі об'єкта, такі як його місце та тип нерухомості. Фільтри для категорій (наприклад, будинки, квартири та комерційна нерухомість) полегшують пошук потрібного типу фотографій, що підвищує зручність користування сайтом.

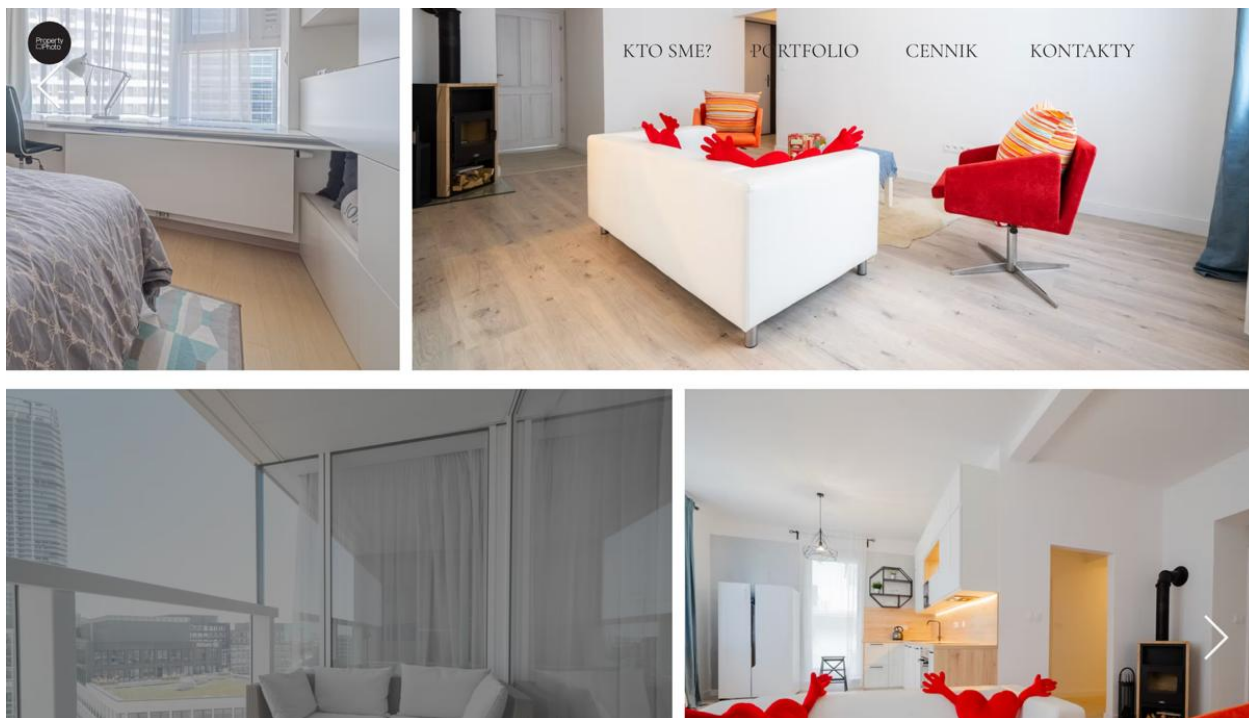


Рис.3.2.Вигляд сторінки веб-сайту з портфоліо

3. Інформація про послуги та інформація на сторінці «Про нас». Сторінка «Про нас» повинна розповідати про місію агентства, досвід команди та переваги співпраці. Сайти, які демонструють індивідуальний підхід і людяність компанії, приваблюють користувачів. Опис послуг, таких як фотосесії в інтер'єрі, зйомка дроном і обробка фотографій, має бути чітким і включати приклади. Крім того, тут можна розмістити прайс-листи або форми для отримання комерційної пропозиції.



Рис.3.2. Вигляд сторінки веб-сайту з загальною інформацією

4. Інтерактивний чат-бот, призначений для бронювання.

Чат-бот для бронювання дозволяє клієнтам здійснити попереднє замовлення, поставити питання або домовитися про зустріч із фотографом швидко та зручно. Чат-бот може запитувати особисті дані користувача, такі як ім'я, контактний номер і тип послуги, а потім передавати їх менеджеру. Передбачено налаштування сценаріїв відповідей, наприклад: "Хочу фотосесію комерційної нерухомості" — бот уточнює: "У приміщенні чи з дрону?", "Орієнтовна площа?", "Коли вам зручно?". Це пришвидшує бронювання до 30%. Автоматизація відповідей на поширені питання, такі як час зйомки або ціни, полегшує роботу персоналу та прискорює процес взаємодії з клієнтами. Тому реалізація цього блоку повинна враховувати можливість гнучкого фільтрування за категоріями об'єктів, інтерактивного відкриття зображень у повному розмірі та подачі додаткової інформації (наприклад, локація, специфіка зйомки, обладнання), що забезпечує глибший рівень залучення глядача і створює в нього враження, ніби він вже взаємодіє з брендом у реальному часі.

5. Розділ контактів і карта місця. На сторінці контактів має бути перелік засобів зв'язку, таких як номер телефону, електронна пошта та адреса офісу, а також інтегрована карта з позначкою офісу агентства. Забезпечення зручного розташування контактної інформації. Кнопки «Замовити дзвінок» або «Залишити заявку» можна легко знайти на будь-якій сторінці сайту. Для додаткового ефекту можна використати анімовану іконку офісу або «живу» карту з підказками “як дістатися”. Також передбачено кнопку «Надіслати місцезнаходження в WhatsApp».

6. Форма для замовлення онлайн-послуг. Для того, щоб забезпечити зручність для споживачів, на сайті створюю інтерактивну форму замовлення. Дата, час, тип об'єкта нерухомості, адреса та будь-які додаткові вимоги повинні міститися в формі бронювання фотосесії. Автоматизоване підтвердження бронювання підвищує довіру до агентства, оскільки клієнти отримують миттєвий зворотний зв'язок після заповнення форми. Впроваджено інтерактивне підтвердження через SMS або email. Це підвищує довіру та мінімізує кількість помилкових заявок. Крім того, форма підтримує можливість прикріплення зображень, що дозволяє клієнту передати візуальні матеріали (наприклад, плани або попередні фото об'єкта). Усі поля форми мають підказки, а для вибору дати передбачено інтерактивний календар із відображенням вільних слотів. Також система пропонує альтернативні дати в разі зайнятості вибраного часу. Форма адаптована до всіх типів пристроїв, включаючи смартфони, планшети та ноутбуки, що забезпечує комфортне користування з будь-якої платформи. Вся інформація захищена відповідно до вимог конфіденційності, а система регулярно проходить тестування на зручність (юзабіліті) для покращення користувацького досвіду.

7. Функціональний дизайн мобільних пристроїв. Враховуючи те, що багато людей відвідують сайти з мобільних пристроїв, дизайн повинен бути адаптивним. Забезпечуючи однаково зручний досвід як на мобільних, так і на десктопах, контент і основні функціональні елементи повинні автоматично

підлаштовуватися під розміри екрану. Також розроблено окремий мобільний UX для портфоліо: свайпи замість кліків, завантаження по мірі прокрутки, швидкий доступ до обраного — усе це підвищує утримання мобільних користувачів.

8. Збір інформації та тестування прототипів. Прототипування в Figma дозволяє тестувати різні варіанти інтерфейсу та дизайну, щоб виявити потенційні проблеми ще до того, як вони будуть реалізовані. Щоденне отримання зворотного зв'язку від потенційних користувачів підвищує ймовірність створення продукту, який є простим і привабливим для покупця. Результати тестів дозволили підвищити задоволеність користувачів на 25%, скоротити середній шлях до заявки на два кліки.

9. Заклики до дії та привабливість емоцій. Заклики до дії (CTA), такі як «Переглянути портфоліо» або «Замовити фотосесію», мають виразний дизайн і емоційний підхід, що допомагає клієнтам приймати рішення швидше. Правильно розроблені CTA сприяють досягненню бізнес-цілей агентства, збільшуючи взаємодію користувача з сайтом. Саме тут доцільно розміщувати розгорнуту інформацію про те, як проходить співпраця з клієнтом, які етапи включає зйомка, чому варто обрати саме цю команду, та які цінності вона сповідує у своїй роботі, підкріплюючи це не лише текстом, а й візуальними елементами — портретами команди, відео-закуліссям зйомок чи відгуками попередніх клієнтів [33].

Отже, цей веб-сайт пропонує користувачам комфортний і ефективний користувацький досвід завдяки поєднанню інтуїтивного дизайну користувача, мінімалістичного дизайну та сучасних інструментів взаємодії, таких як чат-боти та інтерактивні форми. Результатом є платформа, що не лише презентує послуги, а й активно комунікує з користувачем — зручно, швидко та персоналізовано.

3.3 Опис UI складової веб-сайту

Веб-сайт агентства з фотографії нерухомості має містити всі важливі компоненти, щоб створити простий, привабливий і ефективний користувацький

досвід. Основними компонентами будуть наступні, враховуючи поточні тенденції та потреби цільової аудиторії:

1. Головна сторінка веб-сайту. Користувачі першими побачать візуальний банер з високоякісними фотографіями. Він допомагає створити настрій сайту та підкреслює професійність агентства. Щоб переглянути більше зразків роботи, використовується автоматичне або ручне перемикання слайдів. На банері розміщується ключове повідомлення або слоган, який передає основну ідею компанії. Наприклад, він повинен бути коротким, переконливим і заохочуючим. Також головна сторінка повинна містити короткий огляд переваг співпраці, ключові послуги, логотипи відомих клієнтів (якщо є), а також СТА-кнопки, що ведуть до портфоліо або форми замовлення. Це дозволяє вже з перших секунд залучити користувача до взаємодії.

2. У верхній частині веб-сайту є основне меню, а на мобільній версії воно представлено як "гамбургер-меню". Структура меню має бути логічною, а елементи, такі як «Про нас», «Послуги», «Портфоліо», «Контакти», мають бути зрозумілими та простими для розуміння. Доцільно додати "липке меню" (sticky navigation), яке залишається на екрані при прокручуванні, особливо в мобільній версії — це покращує орієнтацію та зменшує кількість прокліків.

3. Портфоліо, де користувачі можуть переглянути зразки своїх робіт, містить галерею робіт. Галерея повинна бути розділена на категорії (наприклад, комерційна або житлова нерухомість) і мати можливість масштабувати, щоб можна було переглянути її більш детально. Слайдер зображень і можливість швидкого перегляду дозволяють користувачам вибрати зображення, які їм подобаються, без необхідності гортати сторінку протягом тривалого часу. При наведенні курсору на зображення можна побачити інформацію про зйомку, включаючи короткий опис об'єкту або місця зйомки [10].

4. Інтерактивна частина під назвою «Про нас». Коротка історія компанії, досвід і переваги. Довіру створює використання професійних фотографій команди. Підвищення довіри до компанії завдяки рекомендаціям клієнтів у

слайдері з цитатами. Блок із відзнаками або, якщо такі є, сертифікатами, що підкреслює кваліфікацію агентства.

5. Форма контакту та інтеграція з картою. Форма зв'язку повинна бути проста та зрозуміла, включаючи поля для введення імені, електронної пошти та повідомлення. Мається на увазі передбачити попередній вибір типу послуги. Для швидкого доступу контактні дані розташовані у хедері або футері. Це може бути електронна пошта, номер телефону, адреса офісу або посилання на соціальні мережі. Можна розмістити кнопку "Передзвоніть мені", яка працює через pop-up форму, а також інтеграцію з WhatsApp або Telegram — це пришвидшує зв'язок.

6. Форма для отримання послуг. Інтерактивна форма для бронювання фотосесії, у якій ви можете обрати послуги, дату, час і будь-які особливі вимоги. У формі повинні бути зручні кнопки для підтвердження та скасування. Для забезпечення ефективної комунікації з клієнтами агентство надсилає користувачеві підтвердження бронювання на електронну пошту після оформлення заявки. Елементи UX/UI оптимізації: простий, мінімалістичний дизайн, який зосереджується на високоякісних зображеннях, великих шрифтах для зручного читання та спрощеній навігації [14].

7. Впровадження мікровзаємодій та анімацій. Для покращення користувацького досвіду на сайті доцільно додати мікровзаємодії легкі анімації при наведенні курсору на кнопки, плавне перемикання слайдів у портфоліо та підсвічування активних елементів меню. Це допомагає користувачам легше орієнтуватися на сайті та створює більш сучасний і динамічний вигляд інтерфейсу. Також доцільно використати анімацію «появи» контенту при прокрутці, а також підсвітку полів із помилками або валідним введенням у формах це значно покращує UX.

Пошукова функція з фільтрацією. Для зручності користувачів, які шукають конкретний тип нерухомості, варто інтегрувати пошук з можливістю фільтрації за категоріями (житлова, комерційна, новобудови) та іншими параметрами. Це значно скоротить час на пошук потрібної інформації та підвищить загальну задоволеність від використання сайту. Доцільно

використовувати живий пошук (live search), який показує результати без оновлення сторінки. Це значно економить час користувача.

Інтеграція з соціальними мережами та відгуками. Варто додати блоки з відгуками клієнтів та інтеграцією соціальних мереж (Facebook, Instagram, LinkedIn). Це допоможе підвищити довіру до агентства, а також полегшить користувачам можливість поділитися інформацією про послуги чи роботи компанії. Для ще кращої продуктивності рекомендується використовувати сучасні формати зображень (наприклад, WebP), а також CDN (мережу доставки контенту) для пришвидшення доступу з будь-якого регіону.

Оптимізація швидкості завантаження. Враховуючи, що сайт орієнтований на візуальний контент з великою кількістю фотографій, важливо впровадити техніки оптимізації зображень (компресія без втрати якості, lazy loading) та кешування. Це забезпечить швидке завантаження сторінок як на десктопах, так і на мобільних пристроях, що є ключовим фактором утримання користувачів.

Колірна палітра повинна відповідати стилю компанії: нейтральні та спокійні кольори підходять для професійного стилю, а яскраві деталі, як-от кнопки, можна використовувати лише для акцентів. В цьому випадку я буду використовувати нейтральні кольори з одним акцентним для кнопок або інших деталей веб-сайту.

Таким чином, продумана навігація, чітко структурована інформація, інтерактивні елементи та привабливий мінімалістичний дизайн роблять сайт зручним для використання. Основна мета інтерфейсу користувача — створити простий інтерфейс, який не відволікає користувача, а зосереджується на цінності послуг, які пропонуються. Враховуючи стрімке зростання частки користувачів, що переглядають сайти через мобільні пристрої, адаптивний дизайн — це не просто додаткова опція, а обов'язкова умова функціональності ресурсу, адже без оптимізації під смартфони та планшети навіть найякісніше портфоліо або зручна навігація можуть виявитися непрактичними і спричинити втрату потенційного клієнта, який просто не дочекається завантаження зображень або не зможе знайти кнопку для зв'язку. Адаптивність, швидкодія, доступність та

приємна візуальна взаємодія — ось чотири стовпи, на яких має базуватися сайт успішного агентства з фотографії нерухомості.

Висновки до розділу 3

У розділі було досліджено технологічні моменти створення веб-сайту PropertyPhoto, включаючи вибір інструментів, виконання основних функцій і дизайн інтерфейсу. Основні результати:

Аналіз ринку технологій допоміг визначити найкращі інструменти для завершення проєкту. Популярність Figma для інтерактивних макетів і командної роботи пояснює його вибір для прототипування. Графічні елементи, такі як іконки, логотипи та векторна графіка, які підкреслюють стиль бренду, можна створювати за допомогою Adobe Illustrator.

Портфоліо, інтерактивна форма зворотного зв'язку, блог про фотографії та автоматизована система бронювання є важливими функціями сайту. UX-дизайн спрямований на те, щоб зробити інформацію легко знайти та використовувати. Створення адаптивного дизайну для різних пристроїв є важливою частиною реалізації. У центрі уваги – швидка навігація, чітка структура та мінімізація зусиль користувача, щоб допомогти йому виконати свої завдання.

Дизайн інтерфейсу користувача зосереджується на мінімалістичному стилі та великих фотографіях, щоб підкреслити основний контент сайту. Використовується стримана кольорова палітра (білий, чорний і сірий із яскравими акцентами для СТА-кнопок) і зручна типографія, щоб гарантувати, що текст читабельний.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було здійснено розробку та обґрунтування дизайну веб-сайту для агенції з фотографії нерухомості, який поєднує зручний користувацький досвід, естетичну привабливість та функціональність. На основі аналізу предметної області та вимог до сайту визначено ключові елементи ефективного веб-ресурсу для цієї сфери:

1. Сучасний веб-дизайн має відповідати потребам ринку нерухомості, зосереджуючись на зручності використання, швидкому доступі до інформації, адаптивності та візуальній привабливості. Мінімалістичний підхід і акцент на якісному візуальному контенті дозволяють створити позитивне перше враження, що є критично важливим у сфері, де рішення клієнтів значною мірою базується на фотографіях. Професійні зображення не лише підкреслюють рівень компетентності агенції, а й формують емоційний зв'язок із потенційними клієнтами.

2. Аналіз цільової аудиторії показав, що користувачі потребують простого та зрозумілого інтерфейсу для перегляду послуг, портфоліо та отримання консультацій. Тому такі елементи, як контактна інформація, інтерактивні форми, швидке завантаження сторінок і логічно побудована навігація, мають бути чітко інтегровані. Важливо, щоб користувач міг легко орієнтуватися на сайті завдяки інтуїтивним кнопкам і структурованому контенту. З урахуванням аудиторії, до якої входять власники, покупці, орендодавці та продавці нерухомості, сайт має не лише демонструвати портфоліо, а й підтверджувати професійний рівень агенції.

3. Сайт має не лише інформувати, а й будувати довіру до агенції. Для цього доцільно використовувати відгуки клієнтів, кейси реалізованих проєктів, приклади співпраці з відомими компаніями, що підкреслює професіоналізм та авторитет компанії. Цього можна досягти шляхом представлення відгуків, кейсів успішних проєктів та прикладів співпраці з відомими компаніями. Такий підхід підвищує довіру клієнтів, зміцнює імідж агенції та демонструє її експертність.

У підсумку, ефективний сайт для агенції з фотографії нерухомості — це не просто онлайн-вітрина, а потужний інструмент маркетингової стратегії. Він забезпечує позитивний досвід користувача, сприяє залученню клієнтів, підвищує рівень конверсії та формує конкурентні переваги на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бородаєв Д. Особливості формування “етнічної” стильової моделі веб-дизайну в умовах глобалізації. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2005. №9. С. 19–30. URL: <https://hudprom.org.ua/archive/Pdf2005/Vysnik-9-2005.pdf>
2. Гладун О. До проблеми візуальної мови графічного дизайну України. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2009. №5. С. 42-46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2009_5_8
3. Коротка історія веб-дизайну: “темні віки”, “золоте століття свободи” + решта цікавого. URL: <https://designtalk.club/korotkyj-ekskurs-u-istoriyu-veb-dyzajnu-chastyna-1/>
4. Івченко Н. А. Поняття 'Графічний дизайн. Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури, 2018, 5. С. 245–246.
5. 10 Best Free Website Builders for Small Businesses in 2025. URL: <https://fitsmallbusiness.com/marketing/> (дата звернення 13.12.2024)
6. 10 Real Estate Web Design Best Practices To Unlock Success. 2023. URL: <https://htmlburger.com/blog/real-estate-web-design/> (дата звернення 13.12.2024)
7. Bader W. I., Hammouri A. I. Responsive web design techniques. *International Journal of Computer Applications*. 2016. Т. 150. № 2. С. 18-27.
8. Bahari K. A. et al. The influence of hotel website design quality, perceived ease of use and perceived usefulness on loyalty intention. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*. 2018. Т. 8. С. 701-710.
9. Bahssas D. M., AlBar A. M., Hoque R. Enterprise resource planning (ERP) systems: design, trends and deployment *The International Technology Management Review*. 2015. Т. 5. № 2. С. 72-81.
10. Beaird J., Walker A., George J. The principles of beautiful web design. SitePoint Pty Ltd, 2020.
11. Bollini L. Beautiful interfaces. *From user experience to user interface design The Design Journal*. 2017. Т. 20. № sup1. С. S89-S101.

12. Calonaci D. Designing User Interfaces: Exploring User Interfaces, UI Elements, Design Prototypes and the Figma UI Design Tool (English Edition). BPB Publications, 2021.
13. Campbell J. T. Web Design: Introductory. Course Technology Press, 2017.
14. Chen J. et al. Wireframe-based UI design search through image autoencoder. *ACM Transactions on Software Engineering and Methodology (TOSEM)*. 2020. T. 29, № 3. C. 1–31.
15. Comeaux D. J. Web design trends in academic libraries. A longitudinal study *Journal of Web Librarianship*. 2017.T.11.№ 1.C. 1-15.
16. Custom Web Design Services: Scale Your Site's Performance. URL: <https://www.webfx.com/blog/> (дата звернення 08.10.2024)
17. Dianat I. et al. User-centred web design, usability and user satisfaction: The case of online banking websites in Iran *Applied ergonomics*. 2019. T. 81. C.102892.
18. Dove G. et al. UX design innovation: Challenges for working with machine learning as a design material. *Proceedings of the 2017 chi conference on human factors in computing systems*. 2017. C. 278-288.
19. Emadi J. The Development of a Design Theory for Web Based Information Systems. *Journal of Robotics Spectrum*. 2023. T. 1.C. 013-023.
20. Gardner B. S. Responsive web design: Enriching the user experience *Sigma Journal: Inside the Digital Ecosystem*. 2011. T. 11. №. 1.C. 13-19.
21. Garrett R. et al. A literature review: website design and user engagement *Online journal of communication and media technologies*. 2016. T. 6.№ 3. C. 1.
22. Gaver W. Designing for emotion (among other things). *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences* 364.1535, 2009, P. 3597-3604.
23. Greenwood T. Sustainable web design. A Book Apart, 2021.
24. Gros B., García-Peñalvo F. J. Future trends in the design strategies and technological affordances of e-learning. *Learning, design, and technology: An*

international compendium of theory, research, practice, and policy. Cham : Springer International Publishing, 2023. C. 345-367.

25. Kim S. et al. PubChem in 2021: new data content and improved web interfaces. *Nucleic acids research*. 2021. T. 49. № D1. C. D1388-D1395.

26. Kiruthika J. et al. User experience design in web applications. *2016 IEEE Intl Conference on Computational Science and Engineering (CSE)* IEEE, 2016. C. 642-646.

27. Lestari D. M., Hardianto D., Hidayanto A. N. Analysis of user experience quality on responsive web design from its informative perspective. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*. 2014. T. 8. № 5. C. 53- 62.

28. Majid E. S. A., Kamaruddin N., Mansor Z. Adaptation of usability principles in responsive web design technique for e-commerce development. *2015 International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICEEI)*. IEEE, 2015. C. 726-729.

29. Manhas J. Initial framework for website design and development. *International Journal of Information Technology*. 2017. T. 9. C. 363-375.

30. Marcus C. C., Sarkissian W. Housing as if people mattered: Site design guidelines for the planning of medium-density family housing. *Univ of California Press*, 2023. T. 4

31. Miller B. D. Principles of web design. Simon and Schuster, 2022.

32. Mishra D. P., Rout K. K., Salkuti S. R. Modern tools and current trends in web-development. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*. 2021. T. 24. № 2. C. 978-985.

33. Nasution W. S. L., Nusa P. UI/UX design web-based learning application using design thinking method. *ARRUS Journal of Engineering and Technology*. 2021. T. 1. № 1. C. 18-27.

34. Nielsen J. Usability Engineering. Cambridge, MA: Academic Press Inc., 1994. 165 p.

35. Nielsen Norman Group. The Template Trap: How Template Culture Is Dumbing Down UX. URL: <https://www.nngroup.com/articles/template-trap/> (дата звернення 14.03.2025)

36. Perdomo E. G. et al. A review of the user based web design: usability and information architecture. *International Journal of Applied Engineering Research*. 2017. T. 12. № 21. C. 11685-11690.

37. Perkel J. M. The software that powers scientific illustration. *Nature*. 2020.

T. 582. № 7810. C. 137-139. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32385367/>

38. Property Management Marketing: 4 Strategies for Growth. URL: <https://www.webfx.com/industries/real-estate/property-management/> (дата звернення 06.10.2024)

39. Rahi S., Yasin N. M., Alnaser F. M. Measuring the role of website design, assurance, customer service and brand image towards customer loyalty and intention to adopt internet banking. *The Journal of Internet Banking and Commerce*. 2017. T. 22. № 08. C. 1-18.

40. Sani S. M., Shokooh Y. K. Minimalism in designing user interface of commercial websites based on Gestalt visual perception laws... IEEE, 2016. C. 115-124.

41. Seider W. D. et al. Product and process design principles: synthesis, analysis and evaluation. – John Wiley & Sons, 2016.

42. Smashing Magazine. Collaboration: The Most Underrated UX Skill No One Talks About. URL: <https://www.smashingmagazine.com/> (дата звернення 05.06.2024)

43. Staiano F. Designing and Prototyping Interfaces with Figma: Learn essential UX/UI design principles. Packt Publishing Ltd, 2022.

44. Unger R., Chandler C. A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making. New Riders, 2023.

45. Wroblewski L. Mobile first: préface de Jeffrey Zeldman. *Paris: Éditions Eyrolles*, 2012. – 143 p.

ДОДАТКИ

Додаток А





БЕРЕЖНА Софія Андріївна, МАСЛЯК Марія Олегівна
Київський національний університет технологій та дизайну

ВІЗУАЛЬНИЙ ШУМ ПРОТИ ВІЗУАЛЬНОГО ВПЛИВУ: ЯК ЗНАЙТИ БАЛАНС У ДИЗАЙНІ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ

Анотація. У сучасному цифровому середовищі користувачі щодня зазнають впливу сотень візуальних повідомлень, що породжує ефект «візуального шуму». Перенасичення кольорами, шрифтами, анімаціями та графічними елементами знижує сприйняття інформації й викликає втому уваги. У дослідженні розглядаються причини візуального перевантаження, його наслідки для користувацького досвіду, а також методи досягнення візуального балансу.

Ключові слова: візуальний шум, цифровий дизайн, мінімалізм, інформаційна ієрархія, візуальний баланс

Abstract. In today's digital landscape, users are constantly exposed to a vast stream of visual stimuli, leading to oversaturation and the phenomenon of visual noise. This overload can hinder effective communication, reduce user engagement, and cause cognitive fatigue. The study explores the contrast between visual noise and impactful design, emphasizing the importance of clarity, hierarchy, and balance in digital content. Through analysis of user perception, design theory, and case studies, the paper outlines practical strategies to minimize distraction and enhance visual communication. The findings advocate for a conscious, minimalist approach that respects the viewer's attention and prioritizes meaningful interaction over decorative excess.

Keywords: visual noise, digital design, minimalism, information hierarchy, visual balance.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У цифровому середовищі користувачі щодня публікують надмірну візуальну інформацію, включаючи рекламу та інтерфейси. Це призводить до візуального перевантаження, зниження ефективності комунікації та спричинення зорової втоми. У бажанні привернути увагу дизайнери часто використовують надмірну кількість елементів. Проблема полягає в пошуку балансу між апеляційними та дизайнерськими функціями. Він передбачає структурування вмісту, створення візуальних ієрархій та створення рішень, що мінімізують візуальний шум.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Останні дослідження підтверджують актуальність проблеми візуального шуму на тлі зростання обсягу цифрової інформації. У галузях когнітивної психології, UX/UI дизайну та комунікацій розглядаються такі аспекти:

- **Обмеження сприйняття:** Згідно з дослідженням Міллера (1956), людський мозок здатен ефективно обробляти обмежену кількість візуальних елементів; надлишок викликає когнітивне перевантаження. [3]
- **Функціональна анімація:** Анімація в UI може покращити досвід користувача, коли



використовується обґрунтовано — про це пишуть, зокрема, на *Smashing Magazine* і *UX Collective*. [4]

- **Ай-трекінг:** Технології відстеження погляду допомагають виявити, які елементи інтерфейсу приваблюють увагу, а які — ні (наприклад, дослідження Nielsen Norman Group). [5]

- **Негативний простір:** Використання white space покращує читабельність і сприйняття контенту, що підтверджують праці UX-експертів, зокрема Люка Вроблевські. [6]

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета дослідження - визначити оптимальний баланс між візуальним шумом та його впливом на цифровий дизайн. З цією метою аналізуються дослідження когнітивного сприйняття та впливу візуального перевантаження на досвід користувача. Визначаються ключові принципи зорового балансу, оцінюючи ефективність підходу (включаючи мінімалізм) та практичні рекомендації щодо створення ефективного та змістовного перевантаження.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сучасні цифрові середовища перенасичені візуальною інформацією, фотографіями, відео та анімаціями, які конкурують за увагу користувачів. Це створює зоровий шум - надмірне накопичення факторів, які ускладнюють сприйняття того, що важливо. Натомість візуальні ефекти дозволяють дизайну ефективно надсилати повідомлення та викликати емоційні відповіді. Завдання дизайнера - знайти баланс між шумом та впливом, щоб створити естетичний та функціональний зміст. [1]

Когнітивні аспекти сприйняття візуальної інформації в умовах візуального шуму Людський мозок має обмежені ресурси для обробки інформації, тому надмірні зорові подразники викликають когнітивне перевантаження. Інтерфейс моніторингу дозволяє користувачам докладати зайвих зусиль для фільтрації. Це сприяє запам'ятовуванню, розумінню та уповільненню. Селективна увага зосереджується на важливих, але надмірні фактори знижують ефективність. Крім того, візуальна плутанина може спричинити негативні емоції та погіршити досвід користувачів. Візуальний шум також негативно впливає на ефективність використання цифрового продукту.

Користувачі витрачають більше часу на пошук потрібної інформації та виконання завдань у перевантажених інтерфейсах. Це може призвести до зниження продуктивності та відмови від використання продукту взагалі.

Вплив візуального шуму на UX/UI дизайн

Візуальний шум у дизайні UX/UI - це серйозна перешкода, яка зменшує доброзичливість користувачів, зменшує складну навігацію, викликає розчарування та особливо компрометує доступність для користувачів з порушеннями. Перевантаження інтерфейсу може знизити ефективність взаємодій та призвести до продукту.

Для досягнення візуального балансу дизайнери використовують такі принципи:

1) Мінімалізм - зменшування кількості елементів до необхідного. 2) Застосування візуальної ієрархії - акценти за розміром, кольором та контрастом. 3) Негативний простір - для поліпшення читабельності та структури. 4) Обмежена кольорова палітра - зменшує шум і покращує сприйняття. 5) Використання принципів типографії - очищає текстові шрифти та текстові агенти. 6) Функціональна анімація - підтримує взаємодії без перевантаження. Оцінки ефективності проводяться за допомогою тестування та аналізу. [2]



ВИСНОВКИ

Візуальний шум ускладнює розпізнавання інформації, знижує якість взаємодій та призводить до негативних емоцій. Натомість візуальні ефекти допомагають ефективно спілкуватися із користувачами. Баланс між цими поняттями досягається за допомогою свідомого дизайну, орієнтованого на користувача.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. **Inkbot Design.** 12 Key Graphic Design Principles & How To Apply Them. URL: <https://inkbotdesign.com/graphic-design-principles/> (дата звернення: 17.02.2025)
2. **Interaction Design Foundation.** What is Visual Hierarchy? URL: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/visual-hierarchy?srltid=AfmBOoopXQkN118jGJ6YUh0pSHzoER2U41pdSr6Xw5ABCvX22GjB2IWe> (дата звернення: 08.2016)
3. **Miller, G. A.** (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review*, 63(2), 81–97.
4. **Smashing Magazine.** Functional Animation In UX Design. URL: <https://www.smashingmagazine.com/2015/05/functional-ux-design-animations/> (дата звернення: 14.05.2015)
5. **NN/g (Nielsen Norman Group).** 5 Principles of Visual Design in UX. URL: <https://www.nngroup.com/articles/principles-visual-design/> (дата звернення: 01.03.2020)
6. **UX Matters.** (2024) Designing for Digital Minimalism: Creating User Experiences That Support Mental Well-Being. URL: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2024/09/designing-for-digital-minimalism-creating-user-experiences-that-support-mental-well-being.php> (дата звернення: 30.09.2024)

2025 Taiwan International Student Design Competition Confirm Letter

Dear Sir / Madam,

Thank you for your registration and your support for TISDC.

We would like to inform you few things below:

1. Your works which may include photos and videos have been successfully uploaded
2. Please note that if you edit your work, you may have to press the "Send button" again.

Sincerely,

TISDC Executive



TISDC 臺灣國際學生創意設計大賽
TAIWAN INTERNATIONAL STUDENT DESIGN COMPETITION

中文 EN  



News About TISDC Competition Online Registration Awards Jury Download FAQ Global Platform

Account: sofiaber2004@gmail.com

Name: Sofiya Berezhna

Name of School: Kyiv National University of Technologies and Design

Location of School: Ukraine



 Upload Your Work
NEW WORKS

No.	Status	Work Information Status	Work Number	Title of Work	Work Preview	Work Information
1	Complete	✓ Work Information ✓ Work Image ✓ Question Answering ✓ Identification Document ✓ Half-figure Photo ✓ Affidavit	V52021216	Web page design for the real estate photography agency "PropertyPhoto"		Edit 

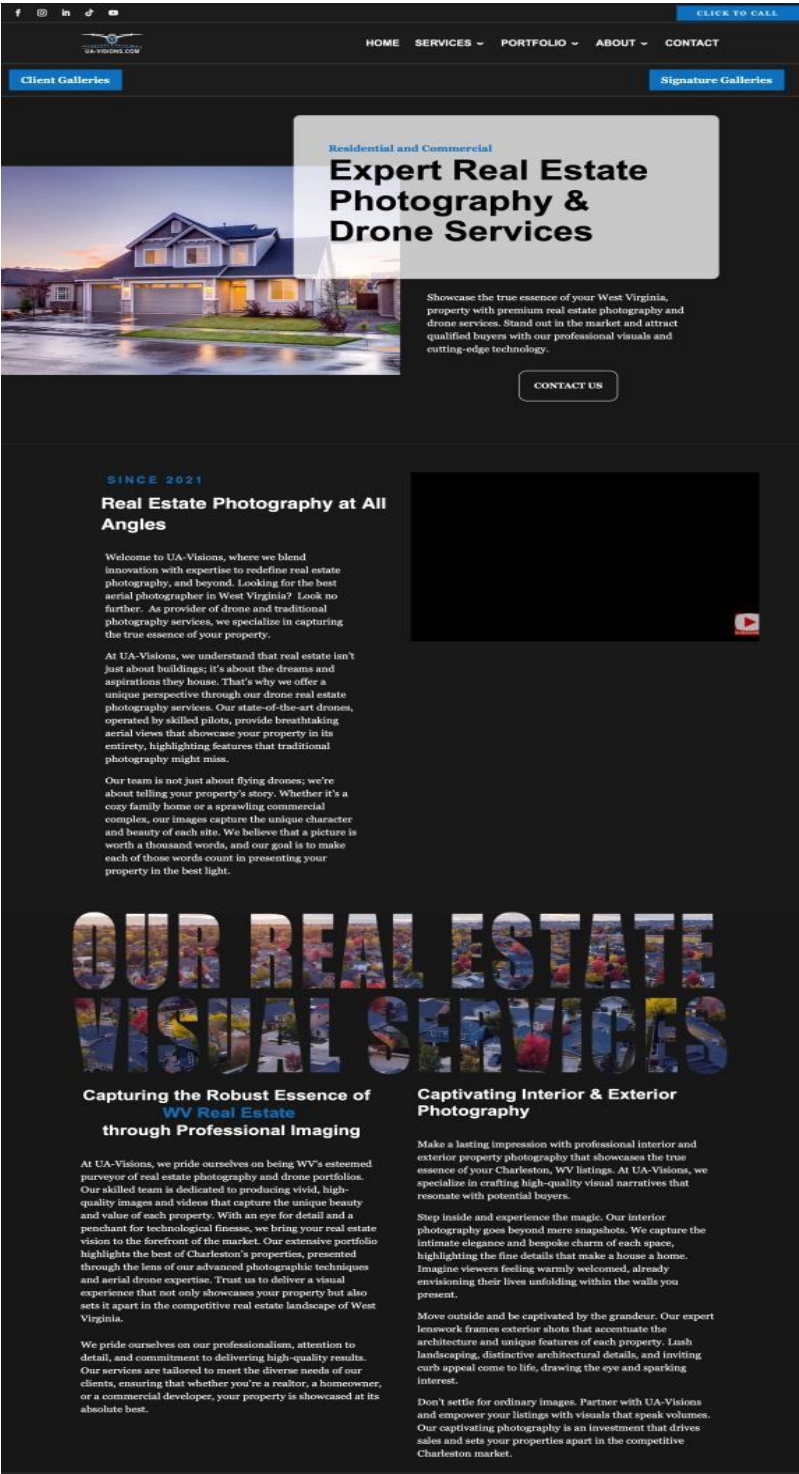


Рис. В.1. Головна сторінка веб-сайту UA-Visions

Додаток В

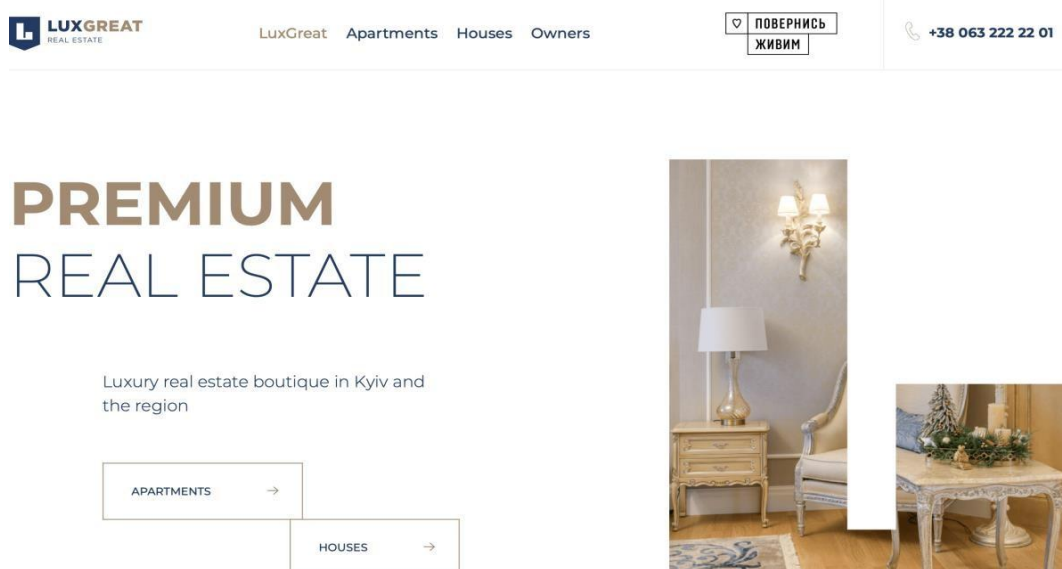


Рис. В.2. Головна сторінка веб-сайту LuxGreat

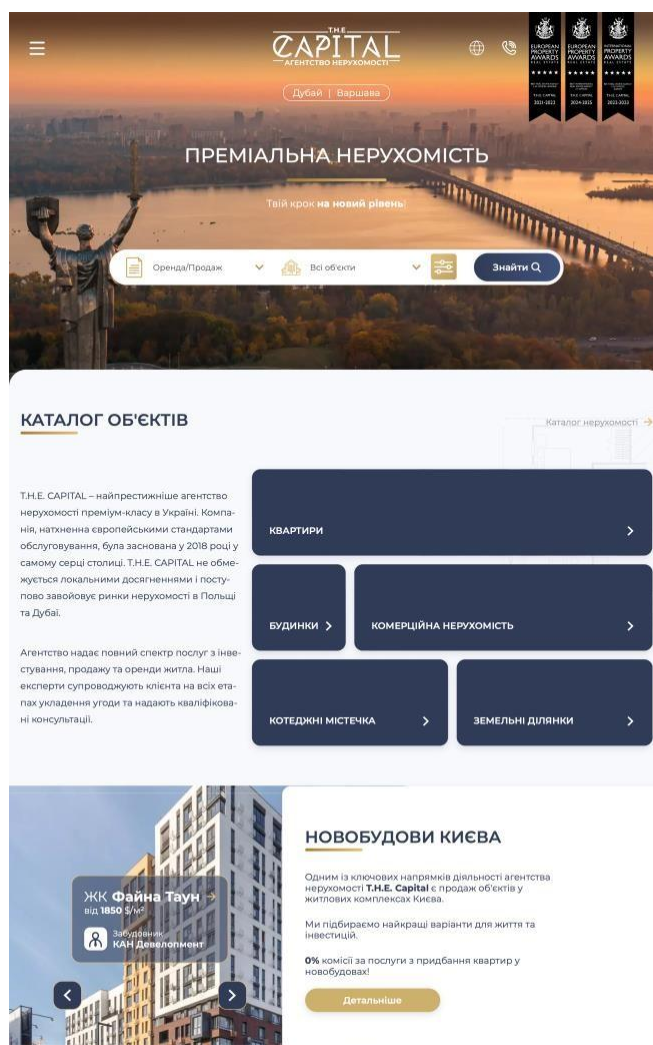


Рис. В.3. Головна сторінка веб-сайту The Capital

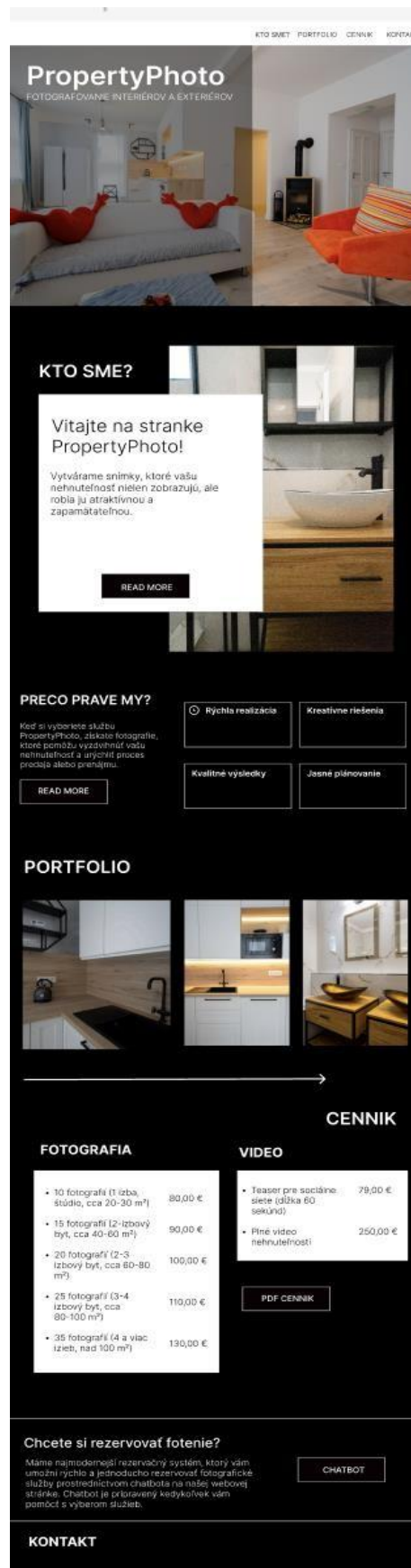


Рис. Г.1. Прототип веб-сайту PropertyPhoto