

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
Кафедра комп'ютерних мультимедійних технологій

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ О.А. Бобарчук  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ “БАКАЛАВР”

Тема: «Проект редизайну веб сайту благодіного фонду «MILA UA Foundation»»

Виконавець \_\_\_\_\_ Дар'я СІДЕЛЬНІКОВА

Керівник \_\_\_\_\_ к.пед.н., доцент Світлана ДЕНИСЕНКО

Нормоконтролер: \_\_\_\_\_ Світлана ГАЛЬЧЕНКО

КИЇВ 2024

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра комп'ютерних мультимедійних технологій

Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія

Освітньо-професійна програма Технології електронних мультимедійних видань

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

О.А. Бобарчук

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

## ЗАВДАННЯ

### на виконання кваліфікаційної роботи

Сідельнікової Дар'ї Сергіївни

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти в родовому відмінку)

1. Тема роботи «Проект редизайну веб сайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*»» затверджена наказом ректора від «26» березня 2024 р. № 440/ст.
2. Термін виконання роботи: з 13.05.2024 р. по 16.06.2024 р.
3. Вихідні дані до роботи: перелік вимог до оновлення сайту від замовника, логотип, фотографії фонду та текст.
4. Зміст пояснювальної записки: Теоретичні підходи вирішення проблеми редизайну веб сайтів. Етапи реалізації та програмне забезпечення для редизайну веб сайту. Практична реалізація редизайну веб сайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*».
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Презентаційний матеріал, електронні макети розробленого редизайну веб сайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*», створені ілюстрації.

## 6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Здійснити аналіз наукової літератури за темою	13.05.2024 – 13.05.2024	
2	Визначити значення редизайну веб сайтів у сучасному та дослідити основні поняття і термінологію	14.05.2024 – 14.05.2024	
3	Оглянути сучасні підходи і дослідження у сфері редизайну веб сайтів, зокрема для благодійних організацій	15.05.2024 – 15.05.2024	
4	Визначити етапи процесу редизайну веб сайтів, включаючи планування, розробку концепції та прототипування	16.05.2024 – 16.05.2024	
5	Дослідити і обґрунтувати вибір програмного забезпечення для створення макетів та верстки веб сайтів	17.05.2024 – 17.05.2024	
6	Проаналізувати поточний стан веб сайту благодійного фонду « <i>MILA UA Foundation</i> » та розробити концепцію нового дизайну	18.05.2024 – 20.05.2024	
7	Впровадити новий дизайн, включаючи верстку адаптивних версій і додавання анімаційних ефектів	21.05.2024 – 24.05.2024	
8	Оформити презентаційний матеріал	25.05.2024 – 25.05.2024	

7. Дата видачі завдання: «13» травня 2024 р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Денисенко С.М.  
(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_  
(підпис здобувача вищої освіти)

Сідельнікова Д.С.  
(П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Проект редизайну веб сайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*»» складається з 83 сторінок, містить 69 рисунків та 45 використаних джерела.

РЕДИЗАЙН, ВЕБ САЙТ, БЛАГОДІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ, ВЕБДИЗАЙН, ВЕРСТКА, *FIGMA*, *WEBFLOW*, АДАПТИВНИЙ ДИЗАЙН, МАКЕТ.

**Об'єкт дослідження** – веб сайт благодійної організації.

**Предмет дослідження** – редизайн веб сайту БФ «*MILA UA Foundation*».

**Мета роботи** – визначити та розробити підходи до редизайну веб сайту та здійснити практичну реалізацію редизайну веб сайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*» з метою покращення користувацького досвіду, підвищення функціональності та візуальної привабливості сайту, а також підвищення його ефективності в досягненні благодійних цілей фонду.

**Методи дослідження:** метод аналізу – аналіз літературних джерел та інтернет-ресурсів, що стосуються дослідження редизайну веб сайтів; метод порівняння – порівняння існуючих веб сайтів благодійних організацій з аналогічною тематикою; метод узагальнення – узагальнення отриманих теоретичних даних для визначення ключових принципів редизайну; практичний метод – проведення практичних експериментів, що передбачають створення прототипів, верстку і технічну реалізацію нового дизайну.

**Практичне значення одержаних результатів:** розроблений та впроваджений редизайн веб сайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*» сприятиме покращенню користувацького досвіду, підвищенню функціональності та візуальної привабливості сайту. Це допоможе залучити більше користувачів та підвищити ефективності діяльності фонду. Впроваджені зміни можуть служити прикладом для інших благодійних організацій, що прагнуть оновити свої вебресурси, а також стати основою для подальших досліджень у сфері редизайну веб сайтів.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ РЕДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТІВ .....	9
1.1. Поняття та термінологія проблеми дослідження .....	9
1.2. Сучасні підходи та дослідження у сфері редизайну вебсайтів .....	15
1.3. Дослідження та порівняння підходів до редизайну сайтів різних благодійних організацій .....	20
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ РЕДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТІВ .....	31
2.1. Дослідження етапів розробки редизайну вебсайтів .....	31
2.2. Аналіз програмного забезпечення для створення макетів сайтів... ..	39
2.3. Дослідження програмного забезпечення для верстки сайтів.....	42
Висновки до розділу 2.....	48
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ РЕДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТУ БЛАГОДІЙНОГО ФОНДУ «MILA UA FOUNDATION».....	50
3.1. Аналіз поточного вебсайту «MILA UA Foundation» з врахуванням проблем та побажань для майбутнього редизайну .....	50
3.2. Розробка концепції та створення прототипів нового вебсайту.....	55
3.3. Впровадження візуального оновлення дизайну макетів вебсайту .....	59
3.4. Верстка вебсайту для різних пристроїв та додавання анімаційних ефектів для покращення користувацького досвіду .....	67
Висновки до розділу 3.....	72
ВИСНОВКИ .....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75
ДОДАТКИ .....	79

## ВСТУП

**Актуальність теми** кваліфікаційної роботи «Проект редизайну вебсайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*»» обумовлена зростаючим значенням онлайн-присутності для благодійних організацій у сучасному світі. Вебсайт є ключовим інструментом комунікації з потенційними донорами, волонтерами та бенефіціарами. Від його зручності, функціональності та візуальної привабливості залежить ефективність діяльності фонду, включаючи залучення фінансування, підтримку громадськості та успішне реалізування благодійних проєктів. В умовах постійного розвитку вебтехнологій і змін у поведінці користувачів, важливо регулярно оновлювати та покращувати вебресурси для підтримки їх конкурентоспроможності.

Редизайн вебсайту «*MILA UA Foundation*» спрямований на усунення існуючих недоліків, адаптацію до сучасних стандартів *UX/UI* та підвищення загальної ефективності онлайн-діяльності фонду.

**Об'єкт дослідження** – вебсайт благодійної організації.

**Предмет дослідження** – редизайн вебсайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*».

**Мета роботи** – визначити та розробити підходи до редизайну вебсайту та здійснити практичну реалізацію редизайну вебсайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*» з метою покращення користувацького досвіду, підвищення функціональності та візуальної привабливості сайту, а також підвищення його ефективності в досягненні благодійних цілей фонду.

**Методи дослідження:** метод аналізу – аналіз літературних джерел та інтернет-ресурсів, що стосуються дослідження редизайну вебсайтів; метод порівняння – порівняння існуючих вебсайтів благодійних організацій з аналогічною тематикою; метод узагальнення – узагальнення отриманих теоретичних даних для визначення ключових принципів редизайну; практичний

метод – проведення практичних експериментів, що передбачають створення прототипів, верстку і технічну реалізацію нового дизайну.

**Завданнями даної роботи є:**

- визначення значення редизайну вебсайтів у сучасному інформаційному середовищі та аналіз основних понять і термінології;
- огляд сучасних підходів і досліджень у сфері редизайну вебсайтів, зокрема для благодійних організацій;
- опис етапів процесу редизайну вебсайтів, включаючи планування, розробку концепції та прототипування;
- аналіз і обґрунтування вибору програмного забезпечення для створення макетів (*Figma*) та верстки (*Webflow*) вебсайтів;
- аналіз поточного стану вебсайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*» та розробка концепції нового дизайну;
- впровадження нового дизайну, включаючи верстку адаптивних версій для різних пристроїв і додавання анімаційних ефектів для покращення користувацького досвіду.

**Наукова новизна:** полягає в комплексному підході до дослідження та реалізації редизайну вебсайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*». Уперше проведено детальний аналіз сучасних підходів до редизайну благодійних вебресурсів. Такий підхід не лише покращує функціональність та візуальну привабливість вебсайту «*MILA UA Foundation*», але й сприяє розвитку науково-практичних підходів у сфері вебдизайну для благодійних організацій.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає в створенні вебсайту для благодійного фонду «*MILA UA Foundation*». Цей вебресурс може використовуватися як ефективний інструмент комунікації з потенційними донорами та спонсорами, що сприяє збору фінансових коштів для підтримки благодійних проєктів та програм фонду. Такий інформаційний ресурс допомагає залучати нових партнерів та волонтерів, розширювати аудиторію та підвищувати свідомість про соціальні проблеми, які вирішує фонд «*MILA UA Foundation*».

**Апробація отриманих результатів.** Результати досліджень, що були включені до кваліфікаційної роботи, були розглянуті на Міжнародній науково-практичній конференції «Мультимедійні технології в освіті та інших сферах діяльності». Дослідження, які було надіслано у якості тез на міжнародну конференцію, були опубліковані як частина збірників на сайті НАУ та сайті ФМВ. Самі тези можна знайти в збірниках конференцій за 2023 рік: Сідельнікова Д.С. «Розробка вебсайту з використанням платформи *Webflow*» та за 2024 рік: Сідельнікова Д.С.«Дослідження факторів, що обумовлюють потребу у редизайні вебсайту».



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ РЕДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТІВ

### 1.1. Поняття та термінологія проблеми дослідження

Постійний розвиток вебтехнологій відкриває нові можливості як для функціональності, так і для зовнішнього вигляду вебсайтів. Дизайн, створений, наприклад, 5 років тому, сьогодні вже вважається застарілим і може негативно впливати на користувачів, порушуючи їхнє сприйняття сайту. Редизайн ресурсу може ефективно вирішити цю проблему [1].

Щоб зрозуміти важливість редизайну та впровадження нових технологій, спершу потрібно чітко усвідомити, що таке вебсайт.

Відповідно до ДСТУ 7157:2010 «Інформація та документація. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості», вебсайт можна розглядати як електронне видання. Згідно з визначенням у стандарті 3.11, мережне електронне видання – це електронне видання, доступне користувачам через мережні засоби. Крім того, у визначенні 3.12 зазначається, що мультимедійне електронне видання – це електронне видання, в якому рівнозначно та взаємопов'язано за допомогою відповідних програмних засобів існує текстова, звукова, графічна та інша інформація [2].

Вебсайт відповідає цим визначенням, оскільки:

Доступний користувачам через мережні засоби, тобто через Інтернет (відповідає визначенню 3.11).

Може містити текстову, звукову, графічну та іншу інформацію, яка взаємопов'язана за допомогою програмних засобів, що відповідає визначенню мультимедійного електронного видання (відповідає визначенню 3.12).

Таким чином, вебсайт є електронним виданням, яке може бути як мережним, так і мультимедійним за своєю суттю, відповідаючи критеріям, зазначеним у ДСТУ 7157:2010.

Вебсайт – це сукупність взаємопов'язаних вебсторінок, доступних в Інтернеті під єдиним доменним ім'ям. Вебсайти можуть містити текст, зображення, відео та інші мультимедійні елементи і створюються за допомогою мови розмітки *HTML*. Кожна вебсторінка на сайті може містити гіперпосилання, які дозволяють користувачам переходити між сторінками.

Для полегшення розробки та визначення ключових функцій та особливостей вебсайтів було проведено багато досліджень з їх класифікації [4; 5; 6; 7]. Але на сьогоднішній день не існує загально визнаної системи класифікації. Наприклад, М.С. Лебеденко та І.В. Лученко [3] ідентифікують наступні типи вебсайтів:

1. Інформаційні – функціонують для надання певної інформації з метою збільшення рівня обізнаності про певні товари чи послуги, та формування позитивного ставлення до компанії. Наприклад сайт арт-центру (рис. 1.1).

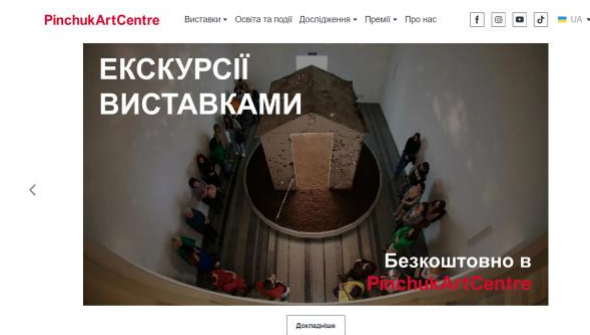


Рис. 1.1. Сайт *Pinchuk Art Centre* [24]

2. Комерційні, основна функція яких – розширення ринку збуту та здійснення процесів купівлі-продажу. Наприклад сайт магазину електроніки (рис. 1.2).

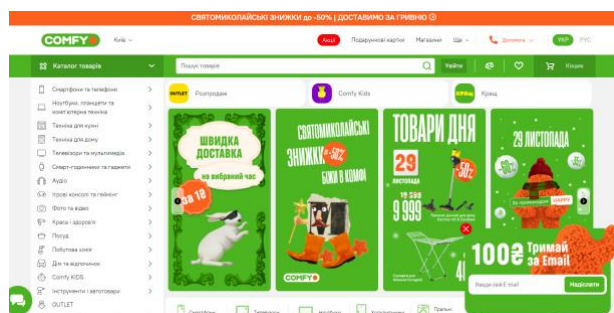


Рис. 1.2. Сайт магазину електроніки Comfy [25]

3. Навігаційні – слугують для посилення позицій фірми на ринку, зацікавлюють та утримують клієнта на своєму вебресурсі. Наприклад сайт університету (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Сайт НАУ [26]

Розглянемо основні типології сайтів, що виділяються за певними ознаками.

1. Типи сайтів за метою створення:

Комерційні. Вони є «обличчям» компанії, здійснюючи взаємодію з широкою аудиторією потенційних клієнтів (покупців, замовників тощо). Головне призначення комерційних сайтів полягає в отриманні максимальної фінансової вигоди, яка може виражатися у прямому збільшенні доходів компанії, або у зростанні інших комерційних показників;

Некомерційні – це сайти, які не мають одержання прибутку основною метою своєї діяльності [6].

2. Типи сайтів за доступністю [7]:

- відкриті – доступні для будь-яких відвідувачів;
- напіввідкриті – для доступу необхідна реєстрація;
- закриті – доступні для вузького кола людей.

3. Типи сайтів за особливостями представлення інформації та категоріями розв'язуваних завдань [4, 260 с.]:

- інтернет-представництва організацій (сайти, що містять інформацію про компанії та їхні послуги, здійснюють функцію електронної торгівлі);

- інформаційні ресурси (призначені для інформування відвідувачів, поширення новин, тематичні сайти, енциклопедії, словники тощо);
- вебсервіси (сайти, на яких надаються послуги для виконання певних завдань, зокрема, сайти пошукових служб, поштові сайти, сайти служб онлайн документообігу тощо);
- соціальні мережі (інтерактивні багатокористувацькі вебсайти, які наповнюються самими учасниками мережі. Сайт являє собою автоматизоване соціальне середовище, що дозволяє спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільним інтересом).

Враховуючи, що вебсайт є електронним виданням, яке може бути як мережним, так і мультимедійним за своєю суттю, відповідно до ДСТУ 7157:2010, стає зрозуміло, що питання редизайну вебсайтів має значну важливість у контексті їхньої функціональності та користувацького досвіду. Теоретичні підходи до вирішення проблеми дослідження редизайну вебсайтів включають розгляд поняття та термінології, пов'язаної з цим процесом.

У сучасному світі редизайн є важливою стратегією для покращення функціональності та користувацького досвіду на сайті та в мобільному додатку.

Перш за все, редизайн є стратегічним інструментом веброзробки, який дозволяє оптимізувати та поліпшити роботу сайту або додатку, щоб забезпечити кращий досвід для користувачів.

Переосмислення дизайну вебсайту означає не лише зміну його зовнішнього вигляду, а й вдосконалення функціоналу, часто навіть перехід на нову платформу. Це необхідно для того, щоб поновити застарілий сайт, зробити його більш сучасним та привабливим для відвідувачів. Редизайн є важливою складовою вебдизайну, яка допомагає підвищити конкурентоспроможність та популярність сайту серед користувачів, а також полегшити їхнє користування ним [8].

Редизайн сайту може включати такі елементи як зміну логотипу, колірну палітру, шрифти, стиль оформлення, контент, анімацію та функціональні можливості, а також оптимізацію коду [9].

Існує кілька типів редизайну, які різняться за глибиною вирішення проблем:

Візуальний: змінює зовнішній вигляд сайту, включаючи колірну палітру, розміщення зображень та анімації. Це дозволяє оновити зовнішній вигляд сайту, але не впливає на його структуру або функціональність.

Функціональний: змінюються функціональні можливості сайту, навігація, розділи, меню. Це покращує користувальницький досвід, зменшує час пошуку інформації та додає нові цікаві функції.

Технічний: оптимізується програмний код, що покращує технічну складову сайту, зменшує час завантаження сторінок, що поліпшує досвід користувача.

Повний: цей тип редизайну включає усі попередні аспекти, від розробки візуальної, функціональної до технічної частини. Це найбільш складний та часомісткий процес, але дозволяє отримати найкращі результати [10].

Перед розпочатком редизайну важливо чітко визначити фактори, які впливають на нього, щоб зрозуміти його мету та спосіб організації. Основні чинники, які слід врахувати при проведенні редизайну, включають [10]:

- зміну фірмового стилю: Разом зі зміною стилістики оформлення компанії потрібно адаптувати його на сайті, оскільки він є частиною іміджу компанії;
- низьку конкурентоспроможність: Конкуренти можуть мати більш сучасний та привабливий вигляд в інтернеті, що привертає увагу клієнтів і призводить до звернення до інших компаній;
- зменшення кількості продажів;
- використання стандартних шаблонів в конструкторі: Відсутність індивідуальності в дизайні, невідповідність тематиці та вмісту;
- проблеми зручності використання: Непослідовна структура, незрозумілий розподіл за розділами, повільне завантаження сторінок та інші незручності;
- застарілий дизайн сайту: Не може привернути увагу відвідувачів, викликає сумніви та незручний у використанні.

Будь-який сайт з часом втрачає свою актуальність, час йде, змінюються тренди та дизайнери вигадують нові ідеї для того, щоб завжди відрізнитись від конкурентів [11].

Нові тенденції у дизайні дозволяють сайтам залишатися актуальними та привабливими для аудиторії. Часом користувачам набридає використовувати застарілий та незручний сайт, і редизайн надає можливість не лише оновити зовнішній вигляд, а й поліпшити його зручність та приємність для користувачів. Крім того, він дозволяє сайтам вирізнитися серед конкурентів і привертати більше уваги.

Редизайн, розглядаючи його як стратегічний інструмент веброзробки:

- оновлює візуальний вигляд сайту та підвищує його ефективність;
- може відображати зміни в потребах користувачів та бізнес-стратегії компанії;
- правильно проведений редизайн може допомогти залучити нових користувачів та підвищити конверсію на сайті або в додатку;

Існує багато методів редизайну сайтів та мобільних додатків, кожен з яких може використовуватися в залежності від потреб та вимог проєкту.

Метод аналізу поведінки користувачів полягає у зборі та аналізі даних щодо взаємодії користувачів із вебсайтом або додатком. Цей аналіз дозволяє зрозуміти, які елементи дизайну працюють ефективно, а які потребують поліпшення. На основі цих даних розробники можуть вносити зміни в дизайн, орієнтуючись на фактичний користувацький досвід.

Метод опитування користувачів полягає у зборі даних щодо вражень користувачів від дизайну вебсайту або мобільного додатку. Отримані відгуки дозволяють з'ясувати, які елементи дизайну користувачам подобаються, а які ні. Ця інформація може бути використана для внесення змін у дизайн з метою поліпшення користувацького досвіду.

Метод тестування включає проведення тестів з участю користувачів для оцінки ефективності дизайну вебсайту або додатку. Це може включати тести

взаємодії користувача з вебсайтом або додатком, а також збір даних про час відповіді та інші параметри взаємодії.

Один із способів тестування – це А/В тестування. Цей метод дозволяє порівняти ефективність двох різних варіантів дизайну, контенту або функціональності вебсайту. Він полягає в одночасному випуску двох різних версій сайту – версії А і версії В, після чого проводиться тестування, щоб визначити, який варіант є більш ефективним. Основна ідея А/В тестування полягає в тому, що замість розроблення рішень на основі особистих припущень або інтуїції можна використати дані для визначення, який варіант привабливіший для користувачів та який може призвести до більшої кількості продажів або вищої конверсії [8].

Таким чином, сайт для благодійної організації «*MILA UA Foundation*» за метою створення є некомерційним, за доступністю – відкритим. Щодо редизайну, запланована його реалізація за глибиною вирішення проблем передбачає повне оновлення та поліпшення сайту.

## **1.2. Сучасні підходи та дослідження у сфері редизайну вебсайтів**

Редизайн вебсайтів є невід'ємною складовою стратегії розвитку інтернет-присутності компаній у сучасному цифровому середовищі. Постійні зміни в технологіях, користувацьких звичках та дизайні вимагають систематичного перегляду та оновлення вебресурсів для забезпечення їх актуальності та ефективності.

Сучасні підходи до редизайну вебсайтів базуються на глибокому аналізі користувацьких потреб, дослідженні трендів вебдизайну та впровадженні передових технологій.

Згідно з Джейкобом Нільсоном, відомим експертом з питань вебдизайну та користувацьких інтерфейсів, «Ваш вебсайт не є кінцевою точкою. Це вікно, що відкривається на безмежний світ.» Ця цитата підкреслює важливість постійного вдосконалення та редизайну вебсайтів з метою відповідати змінюючимся потребам користувачів та ринковим умовам [12].

Для оцінки потреби в оновленні вебресурсу підприємства можна використовувати простий критерій: час з моменту останнього оновлення поточної версії. Це важливо, оскільки технології та вимоги користувачів постійно змінюються, що може вимагати адаптації вебсайту.

Наприклад, аналізуючи історію змін на сайті найбільшого українського маркетплейсу *ROZETKA* протягом останнього десятиліття, можна помітити суттєві зміни як у дизайні, так і у функціоналі. Порівнюючи вигляд порталу у 2010, 2015 роках та сучасний, можна виявити різні стратегії адаптації до змінних потреб користувачів та технологічного прогресу. Такий аналіз допоможе визначити, чи потребує вебресурс оновлення для відповідності сучасним стандартам і очікуванням користувачів (рис. 1.4-1.6).

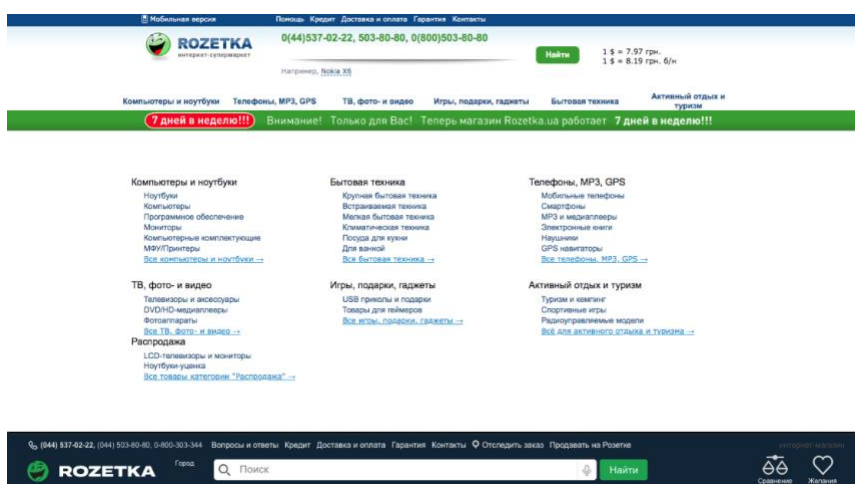


Рис. 1.4. Дизайн сайту компанії *ROZETKA* 2010 року [27]

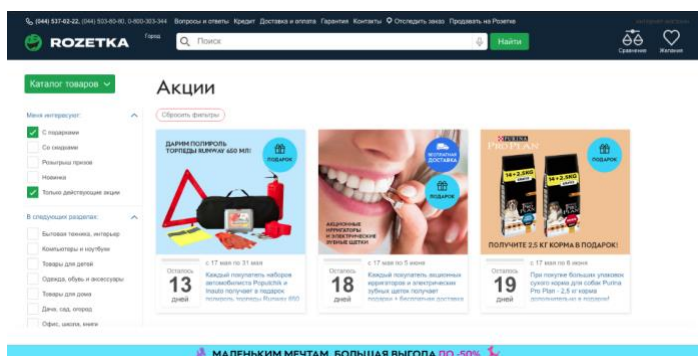


Рис. 1.5. Дизайн сайту компанії *ROZETKA* 2015 року [27]



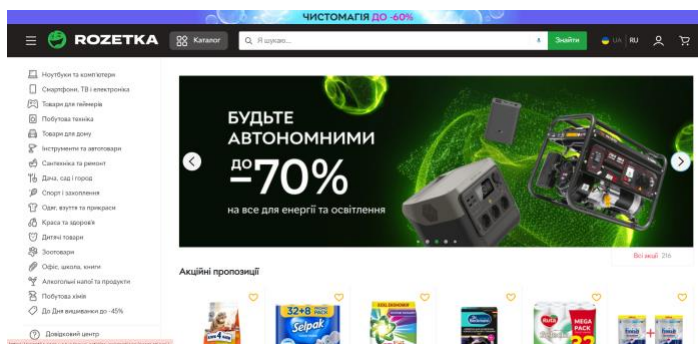
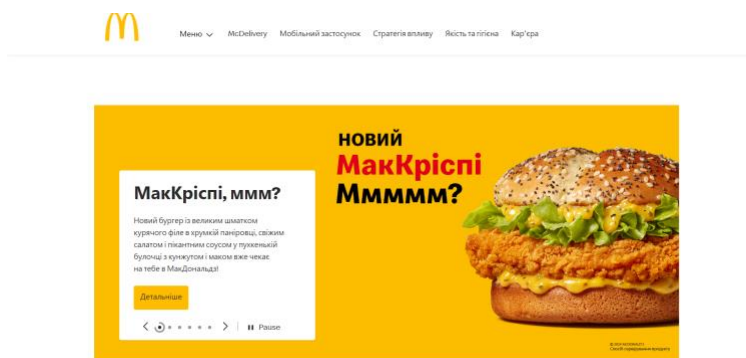


Рис. 1.6. Дизайн сайту компанії ROZETKA 2024 року [27]

Сучасний підхід до редизайну вебсайтів включає в себе інтерактивний дизайн, який активно залучає користувача до взаємодії з вебресурсом. Дослідження свідчать, що відчутна участь користувача має позитивний вплив на його сприйняття сайту та зацікавленість у ньому. За словами Дона Нормана, який є висококваліфікованим фахівцем у галузі дизайну та когнітивних наук, «Для досягнення успішного дизайну важливо зосередитися на користувачі, їхніх можливостях, а також на способах комунікації між користувачем та продуктом» [13].

Редизайн сайту *McDonald's* відображає сучасні тенденції вебдизайну, зокрема інтерактивний підхід, що активно залучає користувача до взаємодії з вебресурсом. Новий дизайн включає ряд інтерактивних елементів, які стимулюють користувача взаємодіяти з сайтом та роблять його перегляд більш захоплюючим і ефективним. (рис. 1.7)



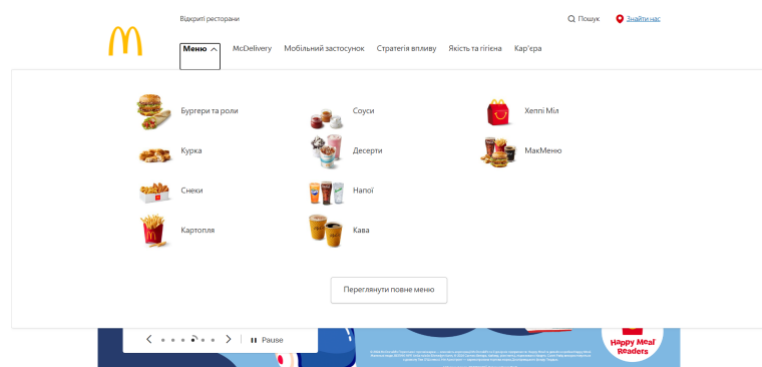


Рис. 1.7. Дизайн сайту компанії McDonald's 2024 року [28]

Ще одним ключовим аспектом редизайну є врахування мобільних пристроїв. З урахуванням поширення смартфонів і планшетів важливо забезпечити адаптивність вебсайту під різні типи екранів. Як зазначає Етан Маркотт, відомий дизайнер та письменник, «Мобільний дизайн – це не про те, які кнопки ви натискаєте. Це про контекст, в якому ви це робите» [14].

Відмовлятися від редизайну вебсайту означає ризикувати втратою конкурентної переваги та втратою користувачів. Тому сучасні дослідження та підходи акцентують на необхідності постійного вдосконалення та адаптації вебресурсів до змін у вимогах та технологіях.

У 1990 році Якоб Нільсен, провідний дослідник в галузі інтерфейсного дизайну та юзабіліті, представив десять рекомендацій, спрямованих на покращення інтерфейсів вебсайтів та програмного забезпечення. Ці рекомендації, відомі як «евристичні правила», стали ключовими принципами для розробників інтерфейсів, сприяючи покращенню користувацького досвіду та забезпеченню конкурентної переваги, які і нині використовуються вебдизайнерами для редизайну та модернізації сайтів.

Перший принцип – «ясний статус системи» – підкреслює важливість надання користувачам зрозумілої інформації про поточний стан системи або вебсайту. Це може включати індикатори завантаження, підказки або повідомлення про стан процесу.

«Елементи з реального світу» використовуються для створення зрозумілої та інтуїтивно зрозумілої взаємодії з користувачем шляхом використання знайомих метафор та образів.

«Контроль та свобода» надають користувачам можливість виходу з будь-якого етапу взаємодії та повернення до попереднього стану без необґрунтованих обмежень.

«Послідовні правила» вимагають дотримання логічної послідовності та стандартних патернів взаємодії для спрощення навігації та розуміння користувачем.

«Попередження помилок» важливою складовою є забезпечення можливості уникнення помилок або надання зрозумілих інструкцій для їх виправлення.

«Важливе – вперед» вказує на необхідність видимості та доступності важливих функцій та даних для користувача без зайвих зусиль.

«Гнучкість досягнення цілей» вимагає надання користувачам різних шляхів досягнення своїх цілей, що може включати альтернативні шляхи та опції.

«Відсутність візуального шуму» передбачає мінімізацію відволікаючих елементів у дизайні для забезпечення кращого сприйняття та фокусування уваги користувача.

«Допомога в усуненні помилок» включає надання зрозумілих та конкретних інструкцій для виправлення помилок або проблем, що виникають під час взаємодії з системою.

«Зрозуміла справка» ставить за мету забезпечення доступної та зрозумілої допомоги та підказок для користувачів у вирішенні їхніх запитань або проблем [12].

Ці принципи, які визначив Нільсен, залишаються актуальними в сучасному вебдизайні та редизайні, сприяючи створенню ефективних та користувачьки-орієнтованих вебсайтів.

### **1.3. Дослідження та порівняння підходів до редизайну сайтів різних благодійних організацій**

Редизайн благодійних організацій представляє собою складний процес, який вимагає системного підходу та уваги до деталей. Організації можуть використовувати різні стратегії та методи для досягнення своїх цілей у цьому процесі.

Важливим аспектом є розробка вебсайту та онлайн платформ. Це включає створення користувачко-орієнтованих інтерфейсів, що спрощують навігацію та доступ до інформації. Деякі організації акцентують увагу на вражаючому дизайні та використанні мультимедійних елементів для залучення уваги аудиторії.

Крім того, ефективна комунікація та зв'язок є ключовими для успіху редизайну. Деякі організації активно використовують соціальні медіа та інші онлайн канали для взаємодії зі спільнотою та залучення пожертвувачів. Інші надають перевагу особистому спілкуванню та індивідуальному підходу до кожного пожертвувача.

Технологічні інновації грають також важливу роль у редизайні благодійних організацій. Деякі організації впроваджують передові технології, такі як блокчейн, для забезпечення прозорості та безпеки транзакцій. Інші розвивають мобільні додатки та онлайн платформи для зручності пожертвувачів та підвищення їхньої залученості.

Необхідно також приділяти увагу стратегічному плануванню. Деякі організації переглядають свою місію та стратегії для досягнення більш ефективних результатів. Це може включати розвиток нових програм або переорієнтацію у своїй діяльності з урахуванням потреб та очікувань спільноти.

Нарешті, залучення волонтерів відіграє значущу роль у редизайні. Волонтери можуть принести унікальні знання та навички, які сприяють покращенню роботи організації. Деякі організації активно залучають волонтерів до процесу редизайну, використовуючи їхні здібності та ентузіазм для досягнення спільних цілей.

Вебсайти благодійних організацій є ключовим інструментом для залучення пожертв та комунікації з аудиторією. Їхня структура та особливості повинні бути націлені на досягнення цих цілей. Головною метою є створення користувачко-

орієнтованого середовища, яке надасть інформацію про діяльність організації та зробить процес пожертвування легким і зручним.

На вебсайті повинна бути чітка структура, щоб відвідувачі швидко знаходили потрібну інформацію. Це може бути досягнуто шляхом розміщення основних розділів, таких як «Про нас», «Проекти», «Пожертви», «Блог» та «Контакти», на видимих місцях.

Один з ключових аспектів – це прозорість. Важливо, щоб інформація про фінансовий звіт, річний звіт та використання пожертв була доступною та зрозумілою для відвідувачів. Це підвищує довіру та сприяє залученню пожертв.

Ще однією важливою особливістю є акцент на історіях успіху та впливі організації. Розміщення реальних історій про те, як жертви були використані для досягнення позитивних змін, може надихати інших на підтримку.

Також важливою є можливість для відвідувачів зв'язатися з організацією. Форма зворотного зв'язку або відділ контактів повинні бути легкодоступними, щоб будь-яка особа могла задати питання чи виразити свої думки.

Загалом, вебсайт благодійної організації повинен бути не лише джерелом інформації, але й інструментом для спілкування з аудиторією та залучення її до підтримки місії організації.

Аналіз редизайну вебсайтів благодійних організацій є важливим етапом у дослідженні їхнього впливу та ефективності. Він дозволяє оцінити якість та ефективність змін, внесених у вебприсутність організацій.

Для проведення аналізу було обрано дві благодійні організації з різними сферами діяльності та рівнями впливу, а саме Червоного Хреста та *UNICEF*.

Червоний Хрест – це міжнародна гуманітарна організація, яка працює на захист і підтримку життя та гідності людей у кризових ситуаціях. Вона надає допомогу військовим, біженцям, жертвам природних катастроф та іншим людям, які опинилися у складних життєвих обставинах.

*UNICEF* (Фонд ООН з дітей) – це міжнародна організація, яка працює на благо дітей по всьому світу. Її місія полягає у забезпеченні прав дітей на життя, розвиток, охорону здоров'я, освіту та захист від насильства та зловживань. *UNICEF*

активно займається вирішенням проблем бідності, хвороб, недохідності та інших проблем, що ставлять під загрозу здоров'я та добробут дітей.

Для аналізу редизайну сайтів благодійних організацій використовувався ресурс *Wayback Machine*. Цей інтернет-архів дозволяє переглядати сторінки вебсайтів у їхніх попередніх версіях. Завдяки *Wayback Machine* була можливість прослідкувати еволюцію дизайну, структури та контенту сайтів благодійних організацій через різні періоди часу. Це дозволило отримати більш повний та об'єктивний огляд змін, що відбулися на цих сайтах протягом часу [15].

Вивчення вебсайтів цих організацій здійснювалося на основі кількох критеріїв, таких як дизайн, навігація, інформаційна доступність, функціональність та взаємодія з аудиторією.

Стара версія вебсайту *UNICEF*, що існувала у 2016 році, відзначалася досить простою структурою. Головне меню складалося з п'яти основних розділів, а саме: «Про нас», «Що ми робимо», «Де ми працюємо», «Прес-центр», «Статистика» та «Блог» (рис. 1.8).

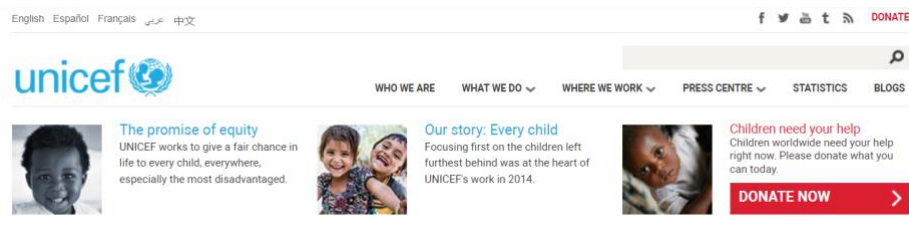


Рис. 1.8. Дизайн меню сайту благодійної організації *UNICEF* 2016 року [29]

Кожен з цих розділів мав свою власну сторінку з відповідною інформацією.

На сайті також були розташовані кнопки для пожертвування, але вони не були належним чином відзначені чи виділені, що може бути фактором, що стримує користувачів від здійснення пожертв (рис. 1.9).

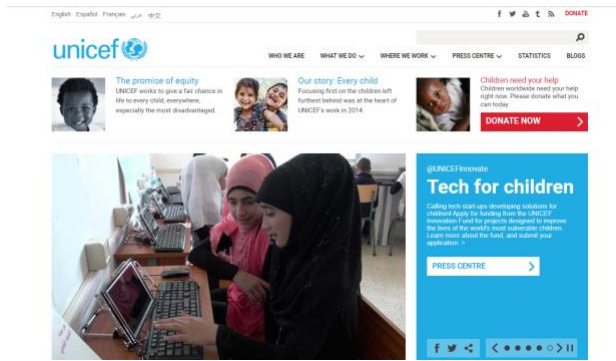


Рис. 1.9. Дизайн сайту благодійної організації *UNICEF* 2016 року [29]

Щодо дизайну, він відповідав стандартам того часу, проте система транзакцій донатів могла бути більш зрозумілою для відвідувачів (рис. 1.10).

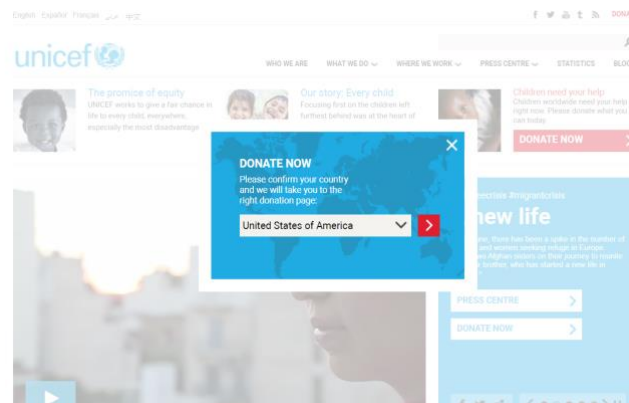


Рис. 1.10. Дизайн сайту благодійної організації *UNICEF* 2016 року [29]  
Текст на сайті не завжди був оптимально розподілений, що робило інформацію менш зрозумілою та менш привабливою для читання (рис. 1.11).

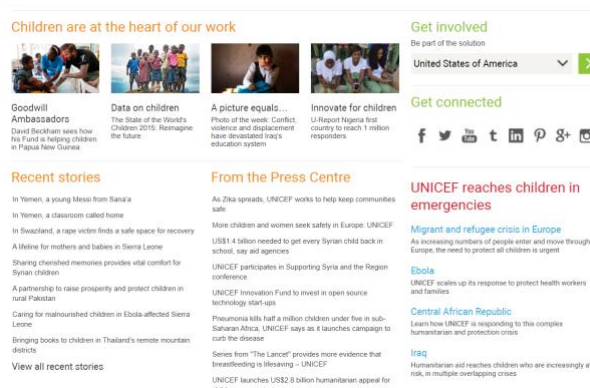


Рис. 1.11. Дизайн сайту благодійної організації *UNICEF* 2016 року [29]

У новій версії сайту *UNICEF* структура була оновлена. Тепер сайт має п'ять основних розділів у головному меню: «Про нас», «Що ми робимо», «Статті та репортажі», «Історії» та «Зроби дію» (рис. 1.12).



Рис. 1.12. Дизайн меню сайту благодійної організації *UNICEF* 2024 року [29]

Особливою рубрикою є «Зроби дію», де користувачі можуть здійснити пожертвування, стати спонсором або волонтером (рис. 1.13).

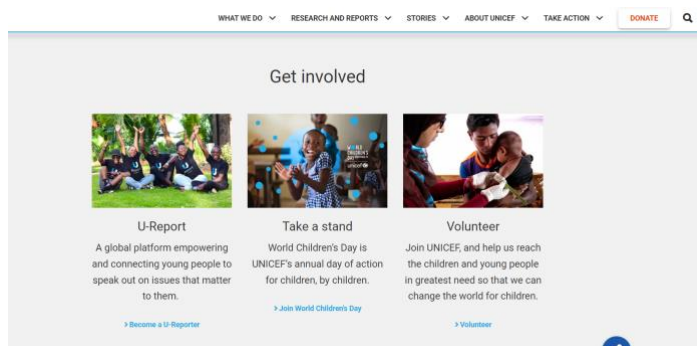


Рис. 1.13. Дизайн сайту благодійної організації *UNICEF* 2024 року [29]  
Нові кнопки для пожертвування відзначаються більшими та яскравішими кольорами, що сприяє їхньому кращому розпізнаванню (рис. 1.14).

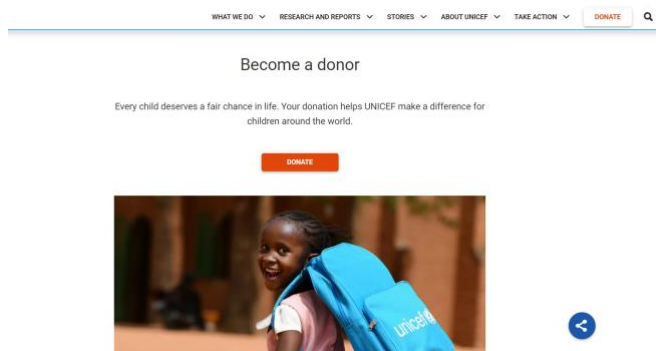


Рис. 1.14. Дизайн сайту благодійної організації *UNICEF* 2024 року [29]



Також було додано актуальні репортажі та ілюстрації, які допомагають підкреслити важливі теми (рис. 1.15).

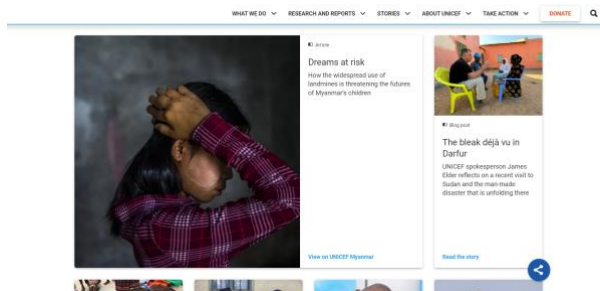


Рис. 1.15. Дизайн сайту благодійної організації *UNICEF* 2024 року [29]

Дизайн сайту став більш сучасним та відповідає сучасним трендам, а додавання яскраво-оранжевого коліру до стандартних корпоративних кольорів організації доповнює візуальну привабливість сторінок (рис. 1.16).

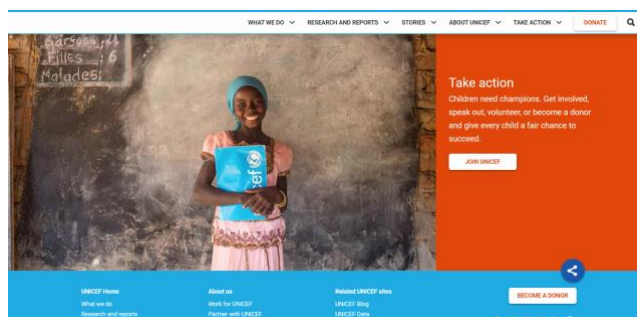


Рис. 1.16. Дизайн сайту благодійної організації *UNICEF* 2024 року [29]

Ці зміни поліпшили користувацький досвід та зробили сайт більш привабливим та зручним для відвідувачів.

Для проведення аналізу над другим редизайном було обрано українську версію сайту благодійної організації Червоний Хрест, яка відображає діяльність цієї організації саме в Україні. Це було зроблено з метою отримання об'єктивного уявлення про те, як редизайн сайту організації сприймається та функціонує на місцевому рівні.

Стара версія вебсайту Червоного Хреста, що була активною у 2016 році, мала досить просту структуру, яка складалася з основних розділів: «Хто ми», «Наша діяльність», «Ваш внесок», «Інформаційна база» та «Контакти». Проте, це меню не було оптимально організованим та може бути вважаним недостатньо

інформативним для відвідувачів сайту. Крім того, кнопка для здійснення пожертвувань не була чіткою та легко доступною, що могло стримати користувачів від активної участі (рис. 1.17).

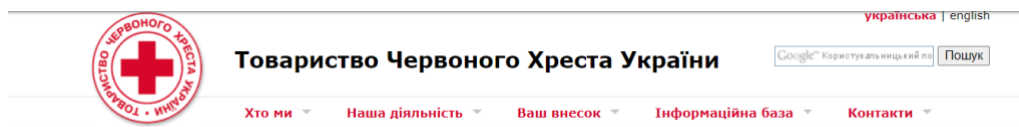


Рис. 1.17. Дизайн меню сайту благодійної організації Червоний Хрест 2016 року [30]

Головна сторінка старої версії сайту містила фотографію з командою організації, що, можливо, не найкращим чином відображало діяльність та проекти Червоного Хреста. Більш привабливим для відвідувачів може бути фотографії з реалізованими проектами, а також зображення людей, яким допомогли (рис. 1.18).

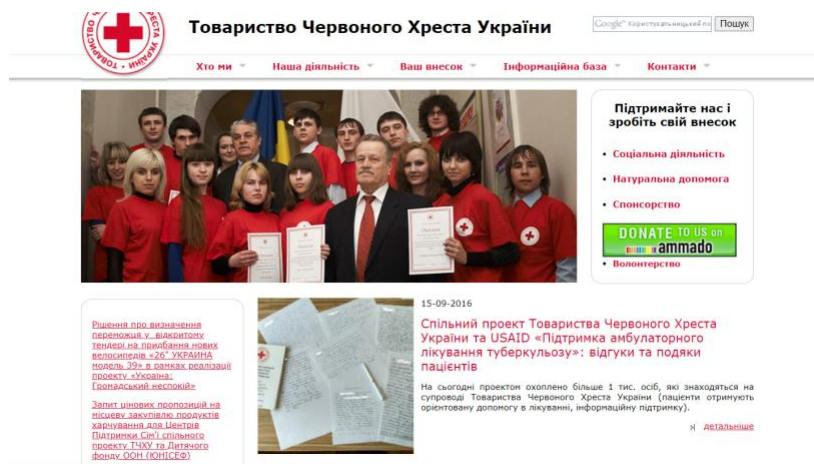


Рис. 1.18. Дизайн сайту благодійної організації Червоний Хрест 2016 року [30]

Дизайн сайту був відносно простим, з великою кількістю тексту, що робило сайт менш привабливим для користувачів, особливо для тих, хто шукає швидкого та лаконічного доступу до інформації (рис. 1.19).

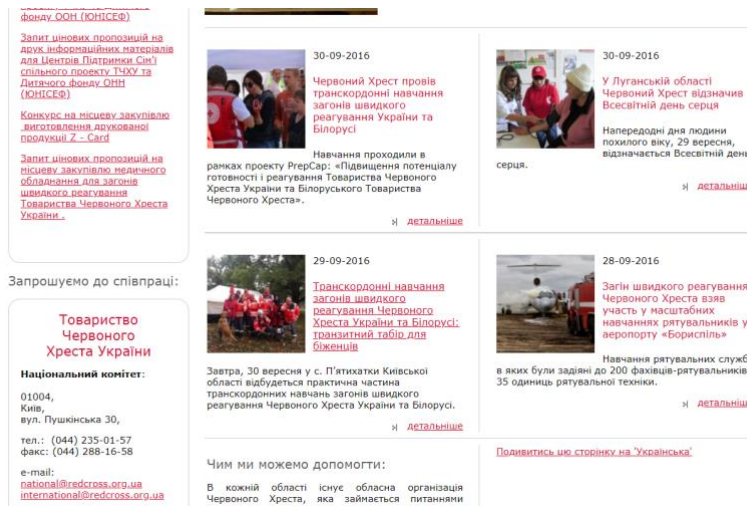


Рис. 1.19. Дизайн сайту благодійної організації Червоний Хрест 2016 року [30]

У новій версії сайту Червоного Хреста структура була значно оновлена. Тепер меню містить такі пункти, як «Підтримати», «Війна в Україні», «Про нас», «Діяльність», «Прес-центр» та «Контакти». Додатково, сайдбар на сайті містить новини та три кнопки: «Стати волонтером», «Підтримати» та «Донатити». Головне зображення сайту тепер – інфографіка з картою України, що ілюструє кількість людей, яким надана допомога та їхні місця проживання (рис. 1.20).



Рис. 1.20. Дизайн сайту благодійної організації Червоний Хрест 2024 року [30]

Також на сайті розміщено блок зі статистикою про зібрані гроші та надану допомогу, що робить інформацію більш вражаючою та конкретною (рис. 1.21).



Рис. 1.21. Дизайн сайту благодійної організації Червоний Хрест 2024 року [30]

Після редизайну сайт має мінімальну кількість тексту, що супроводжується інфографікою, що підвищує зручність та читабельність (рис. 1.22).

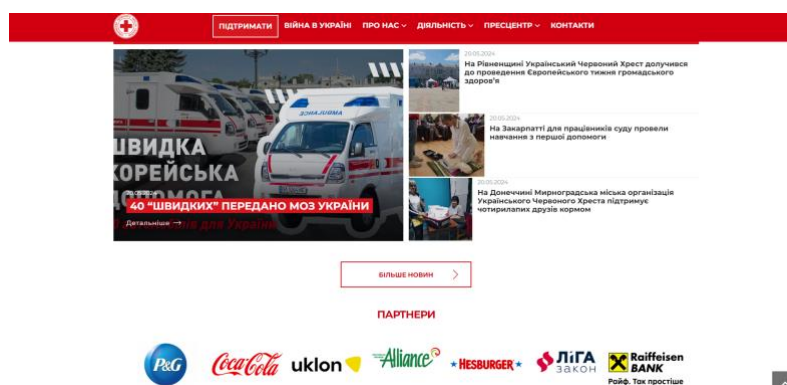


Рис. 1.22. Дизайн сайту благодійної організації Червоний Хрест 2024 року [30]

Додатково, сайт має просту анімацію, яка привертає увагу користувачів. Оновлення дизайну успішно покращили комунікацію користувачів з сайтом, звертаючи увагу на дизайн та цікаві функції.

Дослідження редизайну вебсайтів благодійних організацій є істотним для оцінки його впливу та ефективності. У цьому контексті, аналіз редизайну вебсайтів UNICEF та Червоного Хреста надає можливість зрозуміти зміни, що відбулися у структурі, дизайні та функціональності цих сайтів.

Під час аналізу було виявлено, що обидва сайти після редизайну отримали значні поліпшення. Структурні зміни включали оновлення меню та створення нових розділів, що спрощує навігацію та робить інформацію більш доступною для користувачів. Дизайн сайтів став більш сучасним та привабливим завдяки

яскравішим кольорам, привабливим зображенням та ефектній візуальній презентації. Функціональні можливості сайтів були покращені для спрощення здійснення пожертвувань та іншої взаємодії з аудиторією. Крім того, контент став більш цікавим та зрозумілим завдяки використанню ілюстрацій, інфографіки та іншого мультимедійного матеріалу.

Редизайн вебсайтів *UNICEF* та Червоного Хреста відображає важливість постійного оновлення та удосконалення вебприсутності благодійних організацій з метою забезпечення ефективної комунікації з аудиторією та досягнення їхніх місій. Аналіз таких редизайнів є важливим для забезпечення максимального впливу та ефективності вебсайтів благодійних організацій.

## **Висновки до розділу 1**

У першому розділі було визначено ключові аспекти, що відіграють значущу роль у редизайні вебсайтів благодійних організацій. Серед них особливу увагу приділено користувацько-орієнтованому підходу, який базується на розумінні та задоволенні потреб користувачів. Зазначено, що успішний редизайн передбачає аналіз та оцінку вимог аудиторії, врахування їхніх очікувань та спрощення взаємодії з сайтом.

Далі, висвітлено важливість використання принципів, запропонованих експертом з *UX* Дональдом Нільсеном. Ці принципи, такі як простота та зрозумілість інтерфейсу, консистентність та навігаційна структура, визначають якість користувацького досвіду та забезпечують ефективність взаємодії з вебсайтом.

У контексті благодійних організацій, було розглянуто важливість створення прозорої фінансової звітності на вебсайті, що дозволяє користувачам відчувати довіру та переконаність у тому, що їхні пожертви будуть використані ефективно.

Надалі, розглянуті методи дослідження та порівняння різних підходів до редизайну, зосереджуючись на аналізі змін, що відбулися на прикладі сайтів

організацій *UNICEF* та Червоного Хреста. Це дозволило зрозуміти, як ефективності та результативність діяльності цих організацій впливає на користувацький досвід.

Таким чином, розділ став не лише теоретичним оглядом, але й методологічним керівництвом для подальших досліджень ефективності редизайну вебсайтів благодійних організацій. Враховуючи потреби та очікування користувачів, такий підхід сприяє покращенню комунікації з аудиторією та досягненню більшого впливу на реалізацію місії організації.

## РОЗДІЛ 2

### ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ РЕДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТІВ

#### 2.1. Дослідження етапів розробки редизайну вебсайтів

Метою дослідження було розробити структуру, яка допоможе вебдизайнерам ефективно і систематично реалізовувати редизайн вебсайтів. Зокрема, дослідження фокусувалося на виявленні ключових етапів цього процесу, їхній послідовності та важливості кожного етапу.

Результати дослідження показали, що процес редизайну вебсайту можна розділити на кілька ключових етапів, кожен з яких має критичне значення для кінцевого успіху проекту. Нижче наведено загальний алгоритм, розроблений на основі отриманих даних.

1. Аналіз поточного стану вебсайту. На першому етапі проводиться детальний аналіз поточного стану вебсайту. Це включає:

- візуальний аналіз: Оцінка загального естетичного вигляду сайту, відповідності стилю бренду та сучасним тенденціям дизайну;
- аналіз юзабіліті: Вивчення зручності навігації, логічної структури сторінок, розташування ключових елементів, зрозумілості інтерфейсу для користувачів;
- аналіз користувацького досвіду (UX): Вивчення шляхів користувачів на сайті, виявлення можливих бар'єрів, що заважають досягненню цілей користувачів;
- аналіз контенту та його актуальності.

В ході дослідження проєктувальник інтерфейсів буде збирати інформацію, використовуючи різні джерела і засоби, для створення позитивного користувацького досвіду.

Розглянемо деякі з цих методів далі. Джефф Готелф, автор методології *Lean UX*, наголошує на важливості постійного спілкування з аудиторією в процесі розробки програмного забезпечення. Він вважає, що це дозволяє дизайнерам постійно отримувати зворотний зв'язок від користувачів і враховувати їхні потреби під час прийняття рішень. Такий підхід дозволяє ефективно використовувати час і ресурси, оскільки можна оперативно вносити корективи в проєкт.

Ніл Тернер, автор блогу *UxfortheMasses*, підтримує цей підхід, стверджуючи, що дослідження користувацької аудиторії є ключем до успішного проєктування. Він порівнює його з міцним фундаментом для будинку, який є необхідним для стабільності та довговічності будівлі. Без належного дослідження ризикуєте, що ваш дизайн розпочне розсипатися з часом [16].

2. Визначення цілей та задач редизайну. Після аналізу необхідно чітко визначити цілі та задачі редизайну. Це може включати:

- покращення користувацького досвіду (*UX*) ;
- підвищення конверсій та продажів;
- адаптація вебсайту до нових технологій (наприклад, мобільна адаптивність) ;
- оновлення брендингу та візуальної ідентичності;
- бажання зробити дизайн сайту трендовим;

Спонукальні мотиви для розробки користувацького інтерфейсу або вебсайту можуть бути різноманітні, але всі вони зв'язані з виявленням проблем або потреб у вдосконаленні існуючого інтерфейсу чи створенні нового. Перш за все, важливо розуміти, що причини непридатності інтерфейсу або вебсайту можуть включати незручну структуру, застарілий дизайн, відсутність необхідної функціональності або інші аспекти, які не відповідають потребам користувачів чи бізнесу.

Коли клієнт усвідомлює проблему, важливо, щоб він чітко сформулював цілі і завдання проєкту, а також встановив критерії для оцінки досягнення цих цілей. Це забезпечить передбачуваність і ефективність у розробці та впровадженні продукту.

Правильна постановка завдання і чітке розуміння кінцевої мети є запорукою успішного результату. Цілі повинні бути вимірюваними, досяжними і обмеженими



в часі, щоб забезпечити реалізацію проєкту вчасно і ефективно. Оцінка досягнення цілей повинна проводитися регулярно, щоб вчасно виявляти та виправляти можливі відхилення від поставлених завдань.

Серед цілей, що висувають клієнти можна виділити наступні [16]:

- підвищення популярності ресурсу або компанії, підтримання позитивного іміджу;
- збільшення числа відвідувачів, клієнтів і партнерів замовника;
- контакт з цільовою аудиторією, надання для неї необхідної та актуальної інформації, оперативна взаємодія з відвідувачами, клієнтами, партнерами;
- просування ідей (творів, товарів, послуг) за допомогою Інтернету.

3. Дослідження конкурентів та аналіз ринку. Важливо вивчити вебсайти конкурентів та проаналізувати ринкові тенденції. Це дозволить визначити сильні та слабкі сторони існуючих рішень і уникнути типових помилок.

Завданням будь-якого користувацького інтерфейсу або вебсайту є втримання відвідувача і змусити його зробити дії, заради яких створювався сайт.

Щоб здійснити успішну розробку сайту, важливо не просто бути середнім серед багатьох, а стати лідером у своїй галузі. Оцінка конкурентів допоможе виявити сильні та слабкі сторони проєктів, які працюють у подібній сфері:

- зовнішній вигляд та користувацький інтерфейс: оцінка дизайну та структури сайту, зрозуміла навігація;
- зміст: оцінка повноти та доцільності матеріалів, наявність наочного контенту;
- функціональність: перевірка роботи сервісів, таких як пошук та зворотній зв'язок;

Аналіз конкурентів також може відкрити нові ідеї щодо рекламної стратегії та розкрити потенційні можливості для покращення власного проєкту [16].

4. Розробка прототипів та концепцій. На цьому етапі створюються первинні прототипи та концепції нового дизайну. Це може включати:

- створення карти сайту;

Карти сайту зазвичай включають невеликий опис проекту та його вимоги. Стандартна карта сайту зображується у вигляді графіку, що відображає ієрархію та зв'язки між основними та вторинними сторінками. Це інструмент, який допомагає дизайнерам та розробникам краще розуміти структуру вебсайту.

Карти сайтів повинні відображати навігацію вебсайту, включаючи, крім головних і другорядних ще й приховані сторінки, лендінги або спливаючі віконця. Карта сайту на прикладі портфоліо для фрилансера досить проста, так що ми сфокусуємось тільки на головних сторінках, які є у кожного вебсайту (рис. 2.1).

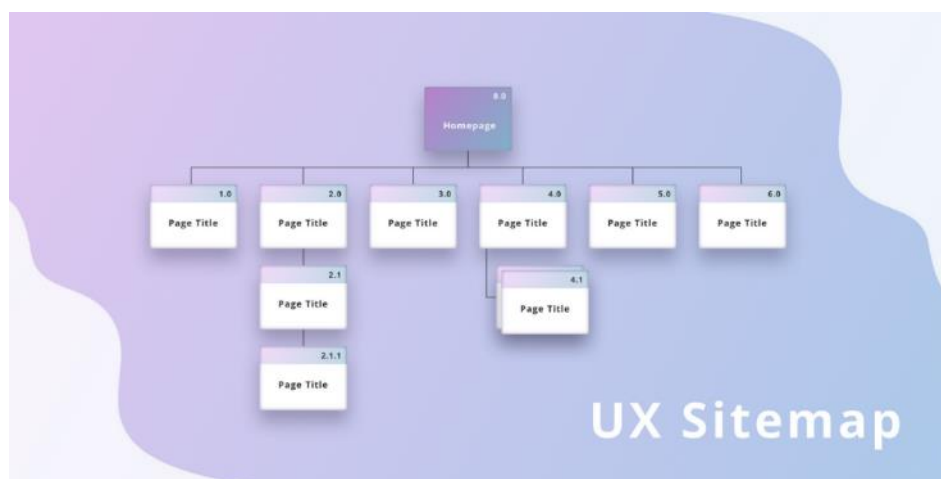


Рис. 2.1. Приклад карти сайту [31]

- візуальні концепти для визначення стилю та кольорової гами;
- вайрфрейми (wireframes) для визначення загальної структури сторінок (рис. 2.2);

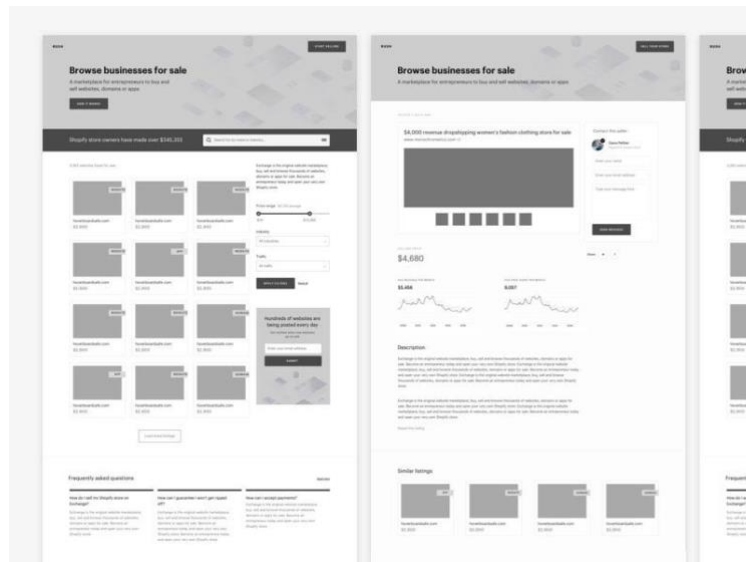


Рис. 2.2. Приклад вайрфрейму [31]

Етап прототипування, на якому створюються структурні схеми сторінок (*wireframes*), що показують, яка інформація і елементи керування повинні розташовуватися на сторінках системи, є найважливішим у проектуванні інтерфейсу. Це ще не дизайн, але вже основа для нього, технічне завдання.

Розробка вайрфреймів низької точності допомагає знайти середину між перевитратами та переосмисленням, адже вони вимагають занадто мало інвестицій та у результаті надають занадто багато тестування користувачами. Кілька характерних особливостей каркаса такі:

- показує основні фрагменти контенту;
- малює контур і структуру макета;
- зображує найпростіший інтерфейс користувача;

5. Тестування та збір зворотного зв'язку. Прототипи випробовуються на фокус-групах або за допомогою інструментів для тестування користувацького досвіду, щоб зібрати зворотний зв'язок та внести необхідні корекції. Тестування може проводитися різними способами, такими як прості спостереження, анкети, опитування та інтерв'ю. Для ефективного юзабіліті-тестування необхідний чіткий план, мети тестування та участь реальних користувачів. Важливо зауважити, що етап тестування можна проводити які після етапу прототипування, так і після етапу дизайну та верстки.

Холгер Еггерт, головний юзабіліст компанії *LevelGreen*, рекомендує не намагатися вирішити всі проблеми одночасно, а почати з найістотніших, а потім знову проводити тестування для ефективного використання часу.

Після завершення тестування аналізуються результати, на основі яких складається звіт. Потім можуть бути внесені зміни в дизайн перед переходом до його реалізації. Алекс Ширазі, проєктувальник інтерфейсів в компанії *Graph*, зауважує, що важливо проводити тестування з участю користувачів на кожному етапі динамічного процесу проєктування, від ідеї до прототипів [16].

6. Розробка дизайну та його інтеграція. Після затвердження прототипів розпочинається розробка фінального дизайну, який включає:

- створення графічних елементів та макетів;
- розробка адаптивного дизайну для різних пристроїв;

Цей етап може бути розділений на кілька підетапів:

- генерація ідей дизайну, під час якої клієнту пропонуються ескізи з текстовими поясненнями;
- розробка попереднього макету дизайну головної сторінки;
- виправлення зауважень замовника (якщо такі є) та доробка макета до завершеного вигляду;
- розробка внутрішніх сторінок за подібним алгоритмом.

У макеті повинні бути промальовані всі блоки, які будуть на сайті. Якщо на момент розробки дизайну текстові та графічні матеріали ще не готові, можна використовувати довільний текст, але не можна залишати порожні місця в макеті [16].

7. Верстка вебсайту. На цьому етапі завершується технічна частина розробки нового дизайну та здійснюється підготовка до запуску вебсайту.

Верстка вебсайту може бути виконана двома основними способами: за допомогою ручного кодування або використанням платформ візуального кодингу та конструкторів вебсайтів.

Верстка за допомогою кодів:

– *HTML/CSS*. Розробка *HTML* та *CSS* кодів для створення структури та стилю вебсторінок відповідно до затвердженого дизайну;

– *JavaScript*. Додавання інтерактивних елементів за допомогою *JavaScript* або бібліотек, таких як *jQuery*, *React* чи *Vue.js*.

Адаптивний дизайн: Забезпечення коректного відображення та функціональності вебсайту на різних пристроях та екранах (мобільних телефонах, планшетах, настільних комп'ютерах).

Тестування кросбраузерності: Перевірка сумісності сайту з різними браузерами (*Chrome*, *Firefox*, *Safari*, *Edge* тощо) для забезпечення стабільної роботи.

Верстка за допомогою платформ візуального кодингу та конструкторів вебсайтів

Платформи візуального кодингу: Такі платформи, як *Webflow*, дозволяють створювати складні вебсайти за допомогою візуального інтерфейсу, що значно спрощує процес розробки для дизайнерів, які не володіють навичками програмування.

Конструктори вебсайтів: Інструменти типу *Wix*, *Squarespace* або *WordPress* з конструкторами типу *Elementor* дозволяють швидко створювати вебсайти за допомогою *drag-and-drop* інтерфейсу, що ідеально підходить для малих бізнесів та стартапів.

8. Запуск вебсайту. Вибір домену: Вибір відповідного доменного імені, яке буде легко запам'ятовуватися та асоціюватися з брендом або проєктом. Ідеальне доменне ім'я повинно бути коротким, зрозумілим та легко вимовлятися.

Реєстрація домену: Реєстрація вибраного доменного імені через акредитованого реєстратора доменів, такого як *GoDaddy*, *Namecheap*, або *Google Domains*. Важливо перевірити доступність доменного імені перед його реєстрацією.

*DNS*-сервери: Налаштування *DNS*-серверів для доменного імені. Більшість реєстраторів пропонують власні *DNS*-сервери, але можна використовувати також сторонні сервіси, наприклад, *Cloudflare*.

Вибір хостингу: Вибір відповідного хостинг-провайдера залежно від потреб проєкту (спільний хостинг, VPS, виділений сервер або хмарний хостинг). Популярні провайдери включають *Bluehost*, *SiteGround*, *AWS*, та *DigitalOcean*.

Процес редизайну вебсайту вимагає комплексного підходу, що включає аналіз, планування, розробку та запуск. Кожен етап, від аналізу до запуску, має своє значення і впливає на кінцевий результат.

Для полегшення використання цієї методології було розроблено структурну схему (рис. 2.3) з усіма етапами редизайну. Ця схема допомагає командам управління проєктами та вебдизайнерам чітко організувати робочий процес та забезпечити успішний результат.



Рис. 2.3. Схема етапів редизайну. Джерело: складено автором

## 2.2. Аналіз програмного забезпечення для створення макетів сайтів

У сучасному світі вебдизайн відіграє значну роль у створенні привабливих і функціональних вебсайтів і додатків. Вебдизайнери є важливими учасниками в процесі розробки, і для успішної роботи їм потрібен набір інструментів, які допоможуть перетворити їхні творчі ідеї на реальність і забезпечити чудову користувацьку взаємодію [17].

*Adobe XD* – це високофункціональне програмне забезпечення, розроблене *Adobe Systems*, призначене для проектування і прототипування інтерфейсів вебсайтів і мобільних додатків. Цей інструмент надає широкий набір функцій і можливостей, які роблять процес дизайну та створення інтерактивних прототипів ефективнішим і зручнішим (рис. 2.4).

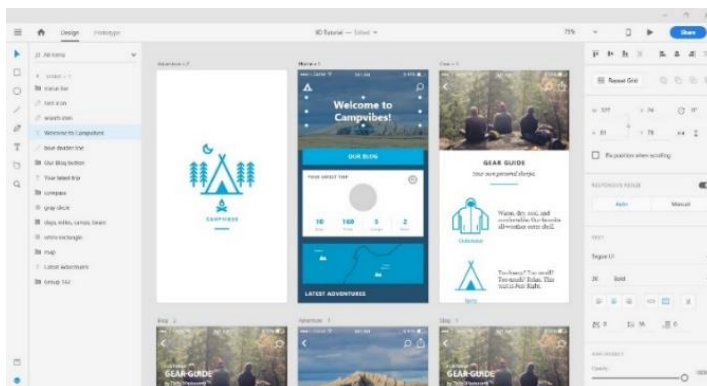


Рис. 2.4. Інтерфейс програми *Adobe XD* [32]

*Sketch* – це векторний графічний редактор, який спеціально розроблений для дизайнерів інтерфейсів і доступний тільки для операційної системи *macOS*. Ця програма стала популярною серед професійних вебдизайнерів і розробників завдяки своїй спеціалізації на створенні макетів і елементів користувацького інтерфейсу (рис. 2.5).

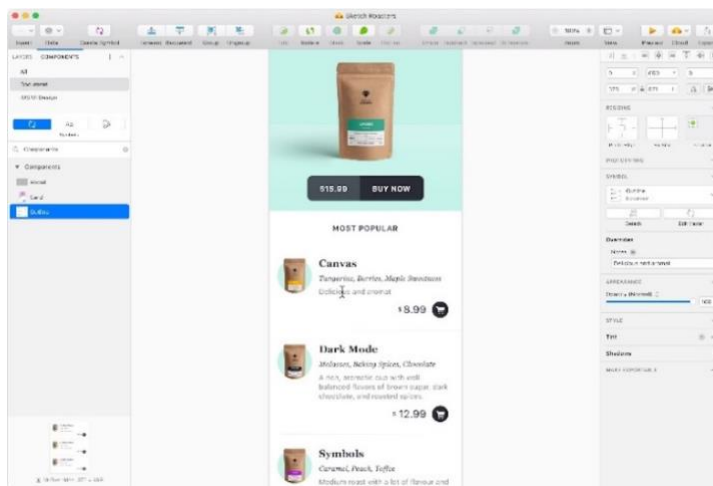


Рис. 2.5. Інтерфейс програми *Sketch* [33]

*Figma* – це вебдодаток для дизайнерів, який став одним із найпопулярніших інструментів у сфері дизайну інтерфейсів і спільної роботи. Він надає широкий спектр функціональних можливостей і особливостей, роблячи процес дизайну гнучким і ефективним (рис. 2.6).

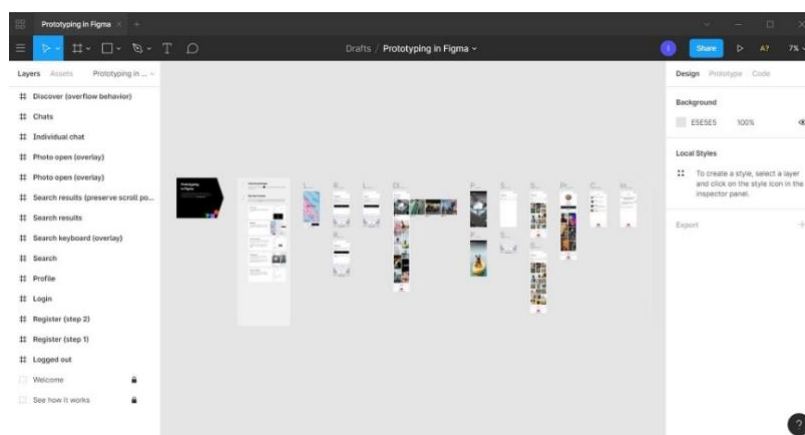


Рис. 2.6. Інтерфейс програми *Figma* [34]

*InVision Studio* – це потужний інструмент для дизайнерів, який спеціалізується на створенні інтерактивних прототипів і взаємодій у користувацьких інтерфейсах. Цей інструмент надає дизайнерам можливість більш детально опрацювати та тестувати користувацький досвід перед фактичною реалізацією вебсайтів і мобільних додатків (рис. 2.7).



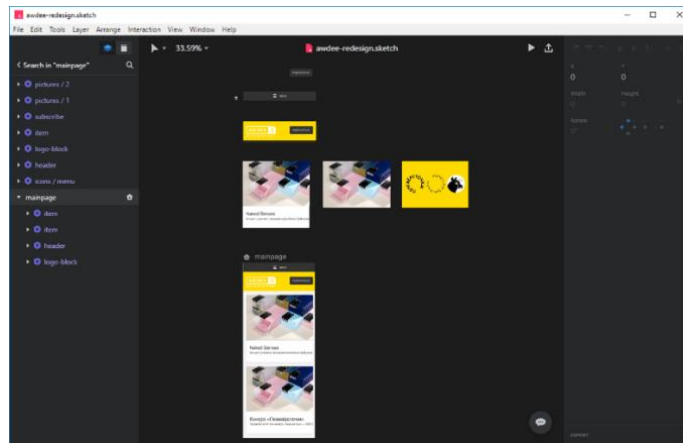


Рис. 2.7. Інтерфейс програми *InVision Studio* [35]

*Marvel* – це інструмент для створення прототипів, який вирізняється простотою використання і доступністю для дизайнерів і розробників. Він надає базові засоби для проектування і тестування концепцій вебсайтів і мобільних додатків (рис. 2.8).

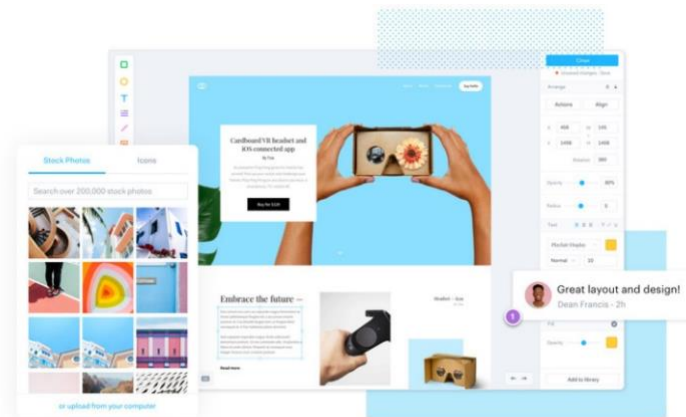


Рис. 2.8. Інтерфейс програми *Marvel* [36]

Для реалізації у Розділі 3 макету проєкту редизайну вебсайту було обрано програмне забезпечення *Figma* з кількох причин:

Колаборація та онлайн-робота: *Figma* – це інструмент, який дозволяє багатьом користувачам одночасно працювати над одним проєктом. Це важливо, оскільки розробка вебсайту зазвичай вимагає спільної роботи дизайнерів, розробників та інших учасників.

Інтерфейс та зручність використання: *Figma* має інтуїтивний і простий у використанні інтерфейс, що дозволяє швидко освоїти його і почати створювати дизайн-макети навіть новачкам.

Адаптивний дизайн: *Figma* пропонує зручні інструменти для створення адаптивного дизайну, що дозволяє переглядати та тестувати вебсайт на різних пристроях та екранах.

Можливості прототипування: за допомогою *Figma* можна створювати інтерактивні прототипи вебсайту, що дає можливість перевірити функціональність та навігацію ще до початку розробки.

Загалом, *Figma* визначається своєю простотою використання, колаборативними можливостями та інструментами для створення якісних дизайн-макетів вебсайтів, що робить його відмінним вибором для розробки проєктів у команді. До того ж, безкоштовної версії програми цілком вистачає для створення повноцінних дизайнів сайтів будь-яких типів та розмірів.

### **2.3. Дослідження програмного забезпечення для верстки сайтів**

Вибір програмного забезпечення для верстки вебсайтів є важливим етапом у процесі розробки вебресурсів. Існують різні підходи до створення верстки, що можуть бути реалізовані як за допомогою кодування, так і за допомогою платформ візуального кодування або конструкторів вебсайтів.

Перший підхід передбачає використання текстових редакторів та інтегрованих середовищ розробки (*IDE*), що надають розширені можливості для написання та редагування коду.

Основна перевага *HTML* полягає в тому, що ваш документ може бути переглянутий на веббраузерах різних типів і на різних платформах. Каскадні таблиці стилів (англ. *Cascading Style Sheets* або скорочено *CSS*) – спеціальна мова, що використовується для опису сторінок, написаних мовами розмітки даних [18].

*Visual Studio Code* є одним з найпопулярніших інструментів у цій категорії завдяки своїй безкоштовності, широкому спектру плагінів та розширень, а також

вбудованій підтримці мов програмування, таких як *HTML*, *CSS* та *JavaScript* (рис. 2.9).

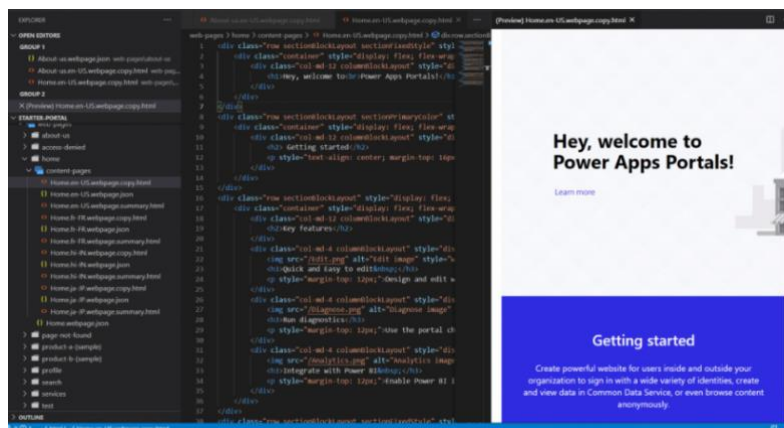


Рис. 2.9. Інтерфейс програми *Visual Studio Code* [37]

Іншим відомим інструментом є *Sublime Text*, який відрізняється швидкістю роботи, легкістю та можливістю налаштування через велику кількість плагінів (рис. 2.10).

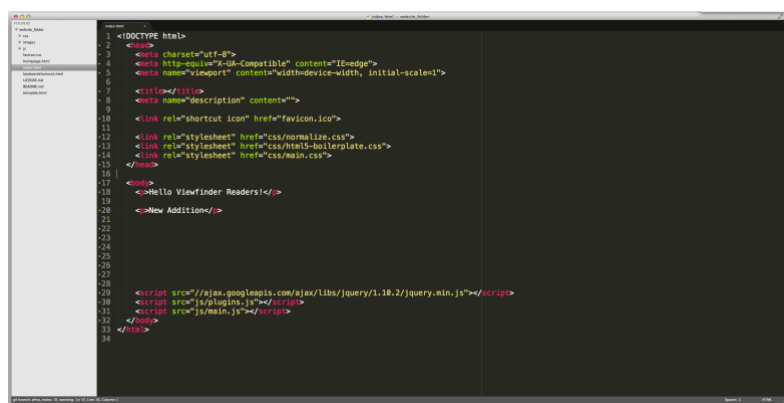


Рис. 2.10. Інтерфейс програми *Sublime Text* [38]

*Atom*, розроблений *GitHub*, також є популярним вибором серед розробників завдяки своїй безкоштовності та гнучкості, хоча на великих проєктах він може працювати повільніше (рис. 2.11).

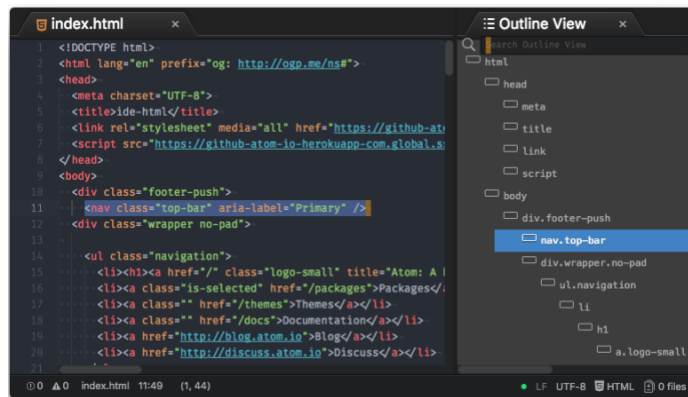


Рис. 2.11. Інтерфейс програми *Atom* [39]

Другий підхід включає використання систем управління контентом (*CMS*), які надають розширені можливості для управління вебресурсами без необхідності глибоких знань програмування.

*WordPress* є найпоширенішою *CMS*, що забезпечує гнучкість, велику кількість доступних плагінів та тем, а також активну спільноту підтримки (рис. 2.12) [18].

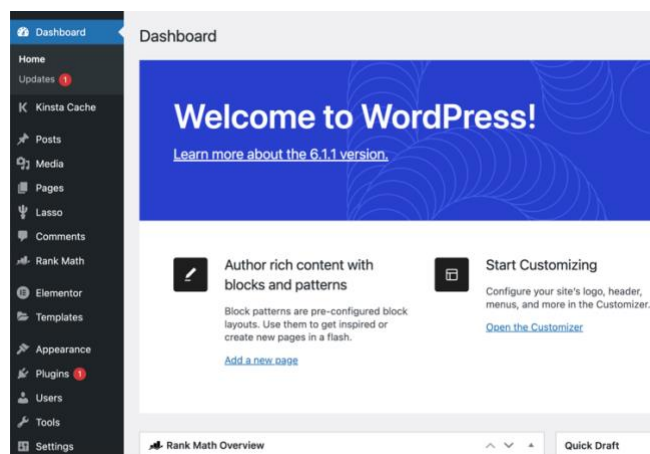


Рис. 2.12. Інтерфейс програми *WordPress* [40]

*Joomla*, хоча й більш складна у налаштуванні та використанні, пропонує потужні функції, включаючи багатомовну підтримку та широкий вибір розширень (рис. 2.13) [19].

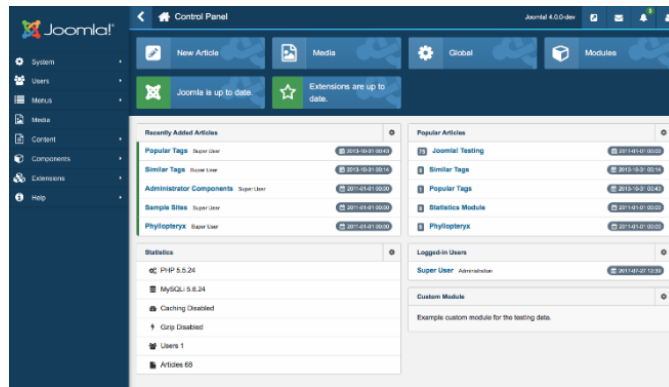


Рис. 2.13. Інтерфейс програми *Joomla* [41]

*Drupal* відзначається високою гнучкістю та безпекою, що робить його підходящим для складних та масштабних проєктів, хоча його налаштування та використання потребують значних зусиль. (рис. 2.14) [19].

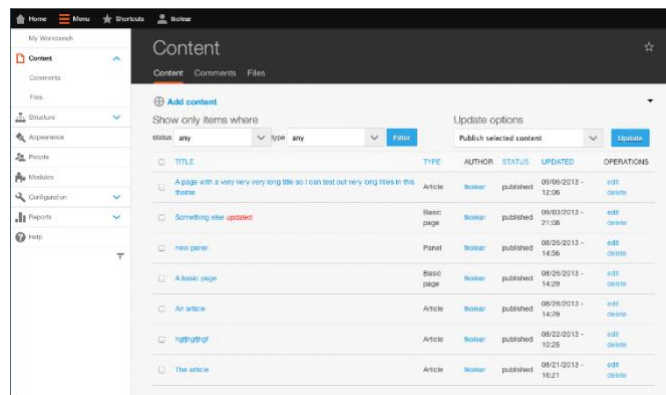


Рис. 2.14. Інтерфейс програми *Drupal* [42]

Третій підхід базується на використанні платформ візуального кодування або конструкторів вебсайтів, які дозволяють створювати вебресурси без написання коду.

*Wix* є одним з найпопулярніших інструментів у цій категорії завдяки своїй простоті використання, великій кількості шаблонів та можливості створення сайтів без необхідності кодування (рис. 2.15).

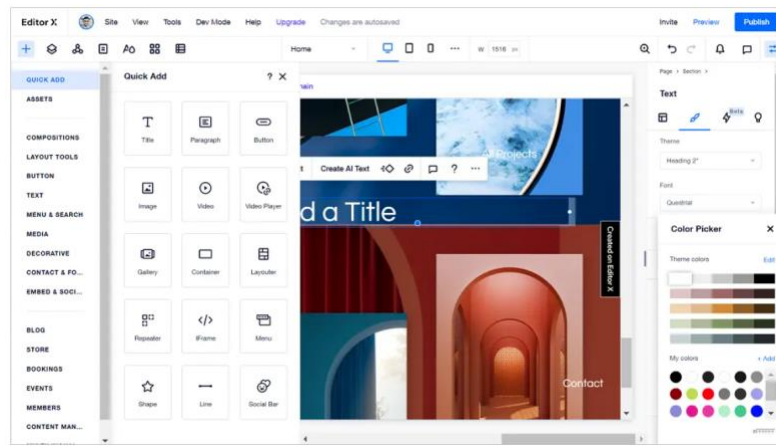


Рис. 2.15. Інтерфейс програми Wix [43]

*Webflow* відзначається своєю потужністю та гнучкістю, поєднуючи візуальний дизайн з можливістю редагування коду, що дозволяє створювати складні та *SEO*-оптимізовані вебсайти, хоча його використання може вимагати більше часу на навчання (рис. 2.16).

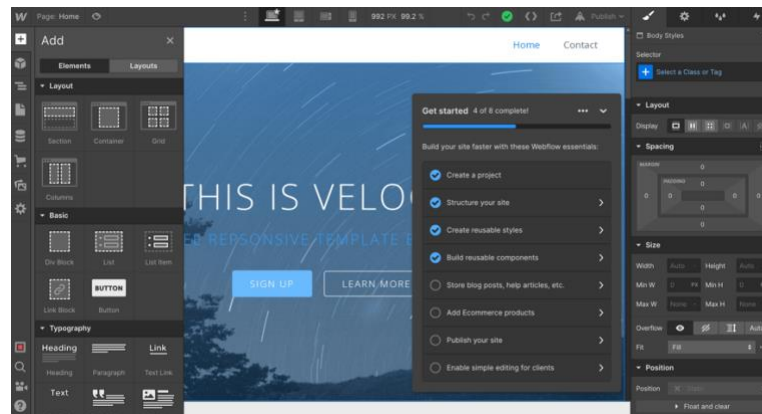


Рис. 2.16. Інтерфейс програми Webflow [44]

Таким чином, вибір інструментів для верстки вебсайтів залежить від конкретних потреб проекту, рівня навичок розробника, бюджету та вимог до функціональності і гнучкості вебресурсу. Використання текстових редакторів та *IDE* підходить для тих, хто має досвід у кодуванні та потребує максимального контролю над кодом. Системи управління контентом є оптимальним вибором для проектів, що потребують частого оновлення контенту та легкої масштабованості. Платформи візуального кодування та конструктори вебсайтів ідеально підходять

для швидкого створення вебресурсів без необхідності знань програмування, забезпечуючи при цьому достатню гнучкість та функціональність для більшості типових проєктів.

Вибір платформи візуального кодингу *Webflow* для реалізації верстки проєкту редизайну сайту благодійного фонду є обґрунтованим рішенням з кількох причин. *Webflow* поєднує в собі інтуїтивний інтерфейс, потужні можливості налаштування, а також забезпечує високу якість коду, що робить його ідеальним інструментом для створення сучасних, функціональних та естетично привабливих вебресурсів.

Однією з основних переваг *Webflow* є його інтуїтивний візуальний редактор, який дозволяє створювати складні макети без необхідності написання коду. Це особливо важливо для проєкту редизайну сайту благодійного фонду, оскільки процес розробки може бути значно прискорений, що дозволить зекономити час і ресурси. Крім того, візуальний редактор *Webflow* дозволяє бачити зміни в режимі реального часу, що забезпечує високу точність і відповідність дизайну бажаному результату [21].

*Webflow* також забезпечує високу гнучкість і масштабованість, що є ключовим для проєктів з різними вимогами до функціональності. Платформа підтримує адаптивний дизайн, що гарантує коректне відображення сайту на різних пристроях і розширеннях екрану. Це важливо для благодійного фонду, оскільки забезпечення доступності сайту для широкого кола користувачів, включаючи мобільних, є критичним для залучення донорів та волонтерів.

Ще однією значущою перевагою *Webflow* є можливість експорту коду, що дозволяє розробникам зберігати повний контроль над кінцевим продуктом. Це може бути корисним для подальшого розширення функціональності сайту або інтеграції з іншими системами. *Webflow* також надає можливість створення динамічних контентних сторінок за допомогою *CMS* (системи управління контентом), що дозволяє легко оновлювати та змінювати інформацію на сайті без потреби в технічних знаннях. Це особливо корисно для благодійного фонду, де

часто необхідно оперативно публікувати новини, звіти про діяльність або інформацію про нові акції та заходи.

Важливою перевагою *Webflow* є його інтеграція з різними сторонніми сервісами та інструментами, такими як *Google Analytics*, *MailChimp*, *Zapier* та іншими. Це дозволяє благодійному фонду легко налаштовувати та автоматизувати процеси збору даних, управління розсилками та аналітики, що сприяє ефективнішому управлінню ресурсами і взаємодії з аудиторією [21].

Щодо *SEO*-оптимізації, *Webflow* надає вбудовані інструменти для налаштування мета-тегів, створення чистих *URL*, оптимізації швидкості завантаження сторінок, що є критичним для підвищення видимості сайту в пошукових системах. Благодійні організації часто залежать від органічного трафіку для залучення нових донорів та волонтерів, тому забезпечення високого рівня *SEO* є надзвичайно важливим [21].

Таким чином, вибір *Webflow* для реалізації верстки проєкту редизайну сайту благодійного фонду є оптимальним рішенням, що забезпечує поєднання простоти використання, гнучкості, масштабованості та високої якості кінцевого продукту. *Webflow* дозволяє швидко створювати адаптивні та естетично привабливі вебсайти, легко оновлювати контент, інтегрувати різноманітні сервіси та забезпечувати високий рівень *SEO*-оптимізації, що робить його ідеальним інструментом для даного проєкту.

## **Висновок до розділу 2**

У другому розділі було визначено, що процес редизайну вебсайту є складним і багатогранним, вимагаючи ретельного планування і використання відповідних інструментів для досягнення поставлених цілей. Вибір програмного забезпечення для створення макетів вебсайтів та їх верстки є критично важливим на кожному етапі цього процесу.

Процес редизайну розпочинається з аналізу та дослідження, де визначаються потреби користувачів і вимоги до функціональності сайту. Цей етап включає



детальне вивчення існуючого вебресурсу, його сильних і слабких сторін, що дозволяє сформуванню чіткого розуміння напрямку редизайну. Наступний етап – планування і концептуалізація – передбачає створення загальної концепції майбутнього сайту, визначення його структури, візуального стилю і ключових елементів дизайну.

Далі на етапі дизайну і верстки обрані інструменти допомагають перетворити концептуальні макети в деталізований візуальний дизайн. Такі інструменти, як *Figma*, забезпечують ефективну комунікацію між дизайнерами та розробниками, що сприяє швидкому впровадженню змін. Верстка вебсайту здійснюється за допомогою текстових редакторів і інтегрованих середовищ розробки, що дозволяють розробникам створювати функціональні і адаптивні вебресурси.

Завершальними етапами редизайну є тестування і оптимізація, де перевіряється коректність роботи вебсайту на різних пристроях і браузерах, а також його продуктивність і безпека.

## РОЗДІЛ 3

# ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ РЕДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТУ БЛАГОДІЙНОГО ФОНДУ «MILA UA FOUNDATION»

### 3.1. Аналіз поточного вебсайту «MILA UA Foundation» з врахуванням проблем та побажань для майбутнього редизайну

Аналіз вебсайту «MILA UA Foundation» здійснено з метою визначення проблем та формулювання побажань для майбутнього редизайну. Зокрема, оцінювалися візуальні аспекти, юзабіліті, користувацький досвід (UX), а також контент та його актуальність.

Візуальний аналіз сайту виявив, що, хоча дизайн не є застарілим, оскільки він був створений за допомогою конструкторів та готових шаблонів у 2022 році, він не є унікальним. Це пов'язано з тим, що використання готових шаблонів призводить до одноманітності дизайну, який може здаватися користувачам знайомим і нецікавим. Головна проблема полягає в тому, що сайт з типовим дизайном не привертає увагу користувачів, адже вони вже бачили подібні рішення на багатьох інших ресурсах (рис. 3.1).

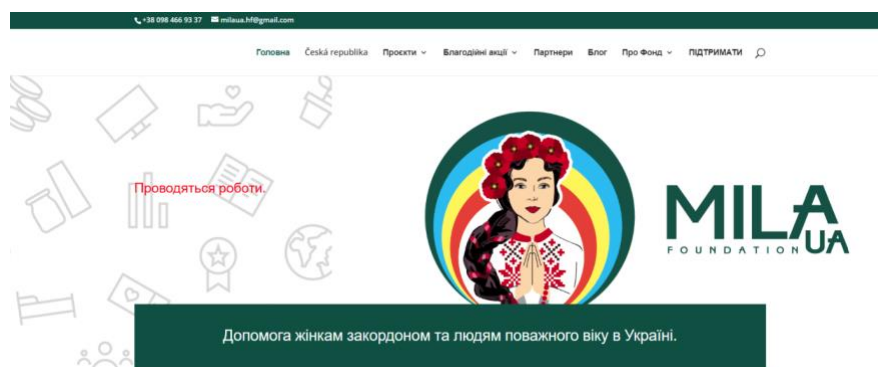


Рис. 3.1. Вигляд головної сторінки сайту та меню до редизайну [45]

Крім того, аналіз виявив, що на більшості сторінок сайту елементи та блоки не вирівняні за єдиною сіткою, що ускладнює сприйняття інформації

користувачами. Відсутність чіткого вирівнювання призводить до візуального хаосу, який негативно впливає на зручність користування сайтом (рис. 3.2).

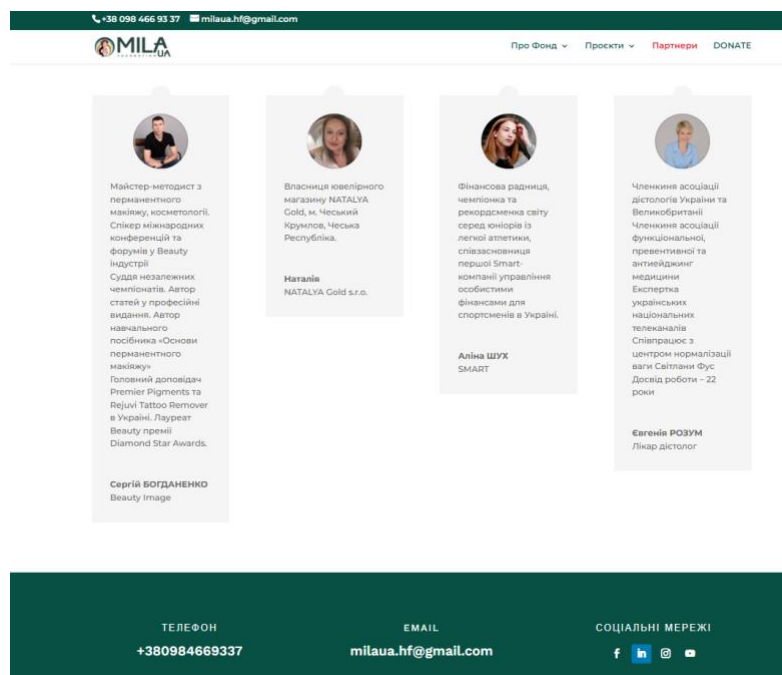


Рис. 3.2. Вигляд сторінки з партнерами фонду [45]

Також було відзначено, що один з найважливіших елементів сайту – кнопка «Донатити» – не виділена достатньою мірою. Відсутність візуального акценту на цьому елементі знижує його ефективність і може призводити до втрати потенційних пожертвувачів. Важливо, щоб така кнопка була помітною і легко доступною для користувачів (рис. 3.3).

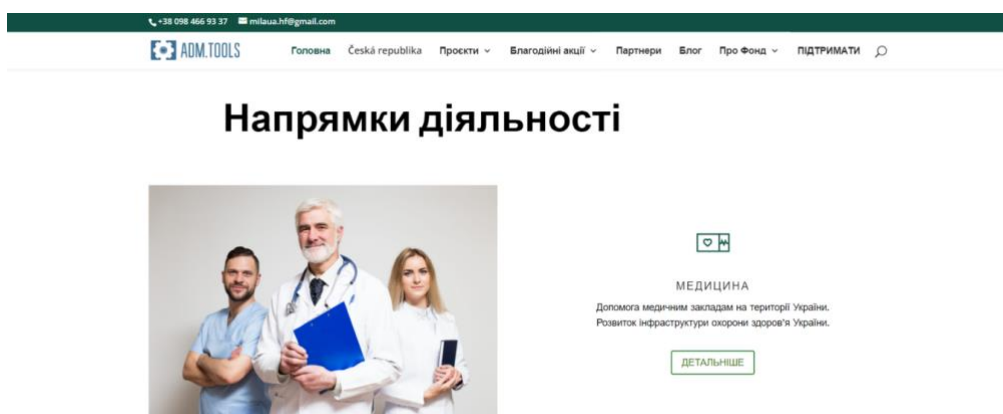


Рис. 3.3. Вигляд сторінки з напрямками діяльності фонду [45]

Крім того, виявлено, що на сайті представлено велику кількість пунктів меню, призначення яких не завжди зрозуміле користувачам. Це ускладнює навігацію та може призвести до фрустрації користувачів, які не можуть швидко знайти необхідну інформацію.

Також виявлено недостатню деталізацію інформації про діяльність фонду. Хоча вказано, що фонд допомагає жінкам та дітям за кордоном, відсутня інформація про інші важливі аспекти діяльності, такі як підтримка військових та пенсіонерів в Україні. Це обмежує повне розуміння користувачами масштабів та напрямків роботи фонду.

Додатково, слід зазначити, що на сайті використовуються стокові зображення, які виглядають нереалістично та не викликають довіри з боку користувача. Це може негативно впливати на сприйняття сайту та послуг фонду, оскільки відсутність оригінальних та автентичних зображень може знизити довіру та відчуття достовірності серед відвідувачів сайту. Рекомендується замінити стокові зображення на якісні та реалістичні фотографії, які краще відображають реальність та діяльність фонду, тим самим підвищуючи довіру користувачів (рис. 3.4).

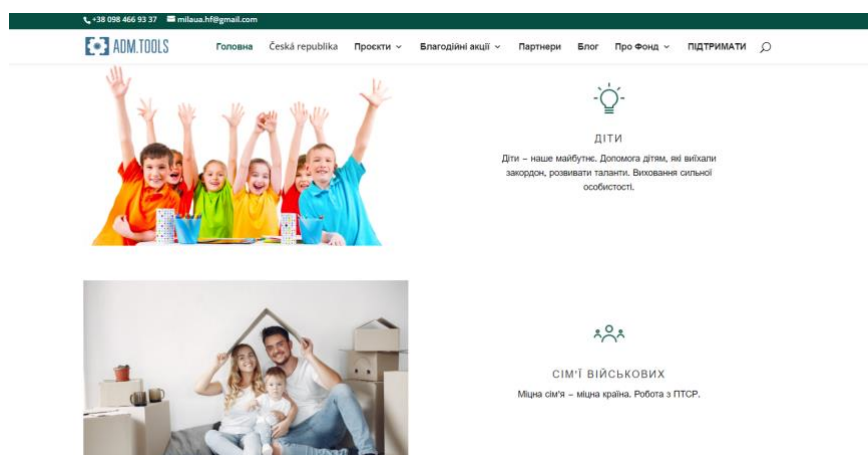


Рис. 3.4. Вигляд сторінки з напрямками діяльності фонду [45]

Отже, для підвищення ефективності вебсайту необхідно внести зміни, що сприятимуть його унікальності, покращенню візуального сприйняття та зручності використання.

Для подальшого проведення аналізу юзабіліті, користувацького досвіду (UX) та актуальності контенту було створено анкету в *Google Forms* для збору даних. Ця анкета була поширена у телеграм-чаті благодійного фонду, що дозволило залучити цільову аудиторію, а також у чаті факультету, щоб отримати відповіді від незалежних користувачів. Після проведення опитування було отримано 45 відповідей, на основі яких сформовано висновки.

Аналіз юзабіліті показав, що користувачі можуть стикатися з труднощами у навігації через складну структуру меню та нелогічне розташування сторінок (рис. 3.5). Важливі елементи, такі як кнопки пожертвувань, форми зворотного зв'язку або інформація про проєкти, можуть бути розміщені непомітно. Це ускладнює користувачам доступ до необхідної інформації. Рекомендується забезпечити просту і логічну структуру, з інтуїтивно зрозумілим меню та чітко визначеними розділами. Важливі елементи мають бути легко доступні та помітні на сторінках, а інтерфейс повинен бути інтуїтивно зрозумілим для користувачів різного рівня підготовки.

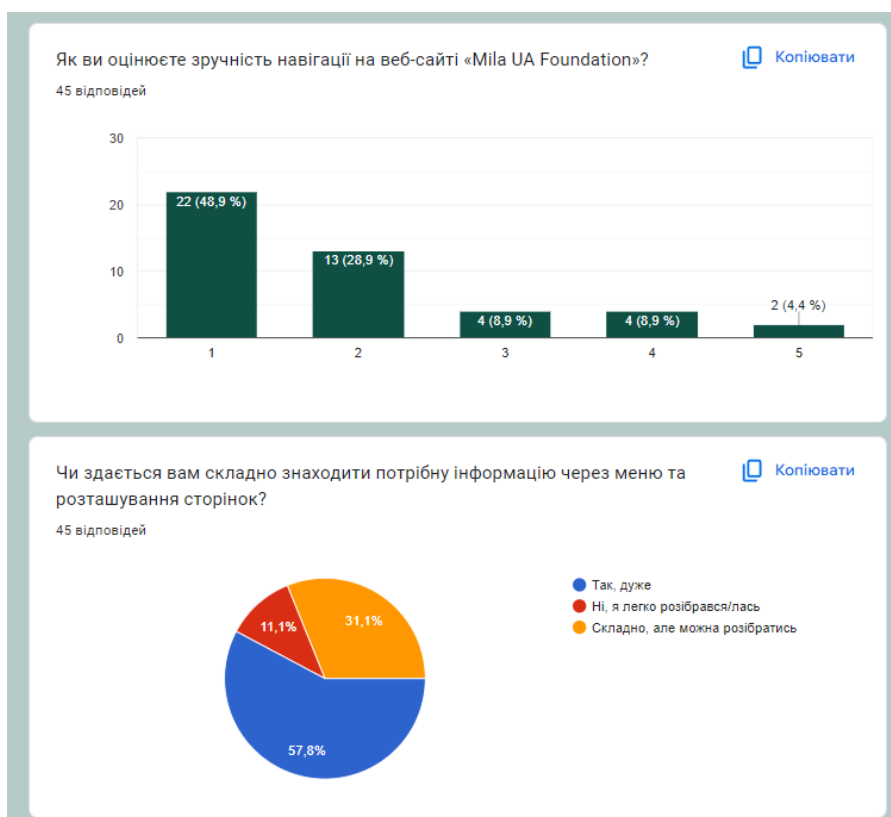


Рис. 3.5. Проведене анкетування. Джерело: складено автором

Аналіз користувацького досвіду (*UX*) виявив наявність бар'єрів, що заважають користувачам досягати основних цілей, таких як пожертвування, отримання інформації про діяльність фонду або контакт з організацією (рис. 3.6). Відсутність мотивуючих елементів може знижувати активність користувачів. Рекомендовано мінімізувати кількість кліків та етапів для досягнення цілей користувачів, а також впровадити мотивуючі елементи, такі як заклики до дії (*CTA*), історії успіху та відгуки, що стимулюватимуть користувачів до взаємодії з фондом.



Рис. 3.6. Проведене анкетування. Джерело: складено автором

Аналіз контенту та його актуальності виявив, що на сайті може бути недостатньо повної або актуальної інформації про проєкти, новини фонду та інші важливі аспекти діяльності організації. Незрозумілий або неструктурований контент ускладнює сприйняття інформації користувачами. Рекомендується регулярно оновлювати інформацію про діяльність фонду, новини та події, забезпечуючи якісний та зрозумілий контент, структурований для легкого сприйняття. Важливо також використовувати візуальний контент, такий як фотографії, інфографіку та відео, для покращення сприйняття інформації (рис. 3.7).

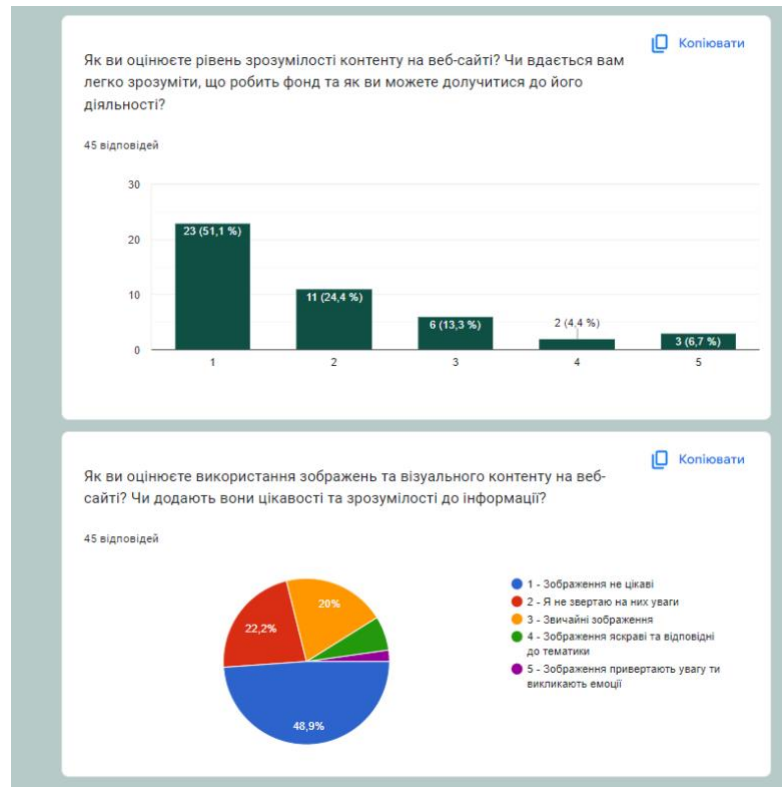


Рис. 3.7. Проведене анкетування. Джерело: складено автором

Таким чином, аналіз вебсайту «*MILA UA Foundation*» дозволяє окреслити конкретні напрямки для його вдосконалення під час редизайну. Впровадження сучасного дизайну, покращення юзабіліті, оптимізація користувацького досвіду та оновлення контенту сприятимуть підвищенню привабливості та ефективності вебресурсу, що, у свою чергу, може позитивно вплинути на залучення користувачів та підтримку фонду.

### 3.2. Розробка концепції та створення прототипів нового вебсайту

Розробка концепції та створення прототипів нового вебсайту для благодійної організації «*MILA UA Foundation*» розпочалися з ретельного аналізу сайтів-конкурентів та інтерв'ю із замовником. На підставі отриманих даних було розроблено структуру сайту (рис. 3.8), яка значно спрощена для полегшення розуміння та використання.

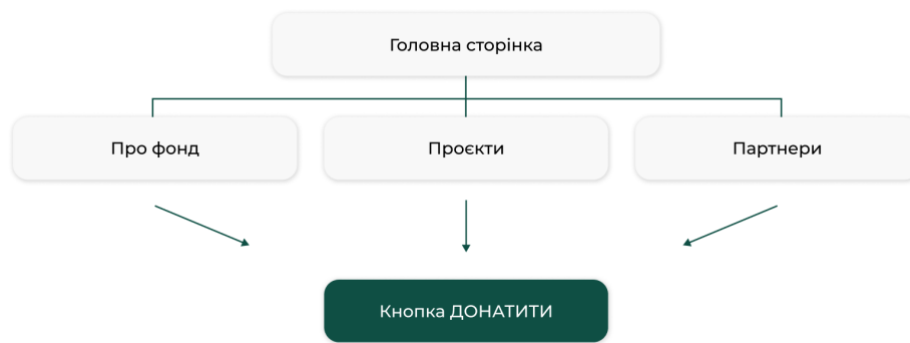


Рис. 3.8. Карта сайту

Структура меню включає три основні пункти: «Про фонд», «Проекти» та «Партнери» (рис. 3.9). Окремо в контекстному меню виділена кнопка «Донатити», що буде підкреслена яскравим кольором для привернення уваги користувачів. Така структура була узгоджена із замовником та вважається оптимальною для зручного користування сайтом.

Концепція сайту передбачає використання кнопок «*Call to action*», таких як «Хочу допомогти» (з посиланням на форму для волонтерів) та «Потребую допомоги» (з посиланням на анкету для людей, які потребують допомоги). Це рішення було прийняте після аналізу структур сайтів у сфері благодійної діяльності (рис. 3.9).



Рис. 3.9. Прототип головної сторінки сайту «Про фонд»



За допомогою інструменту *Google Forms* було створено форми з анкетами для користувачів, які мають бажання стати волонтерами або партнерами фонду, а також для тих, хто потребує допомоги (рис. 3.10).

The image shows a browser window displaying a Google Form titled "Потребую допомогу". The form content includes a privacy notice in Ukrainian, contact information for Milaua Foundation (+380984669337, Anna TRUBILKO, www.milaua.com), and two required input fields: "Email" and "Ім'я". The browser tabs show "Потребую допомогу" and "Стати волонтером". The URL in the address bar is docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdgtP\_OJIAK9UDkwiGFPDA7OCUHsl... The form is displayed on a light purple background.

Рис. 3.10. Створення форм для анкетування

Створення цих форм дозволило фонду ефективно збирати та організувати інформацію від користувачів, що сприяло покращенню процесів волонтерської та благодійної діяльності.

Головна сторінка «Про фонд» включає кілька ключових блоків: «Інформація у числах», «Інформація про актуальні збори», «Про фонд та про його засновницю» та «Команда волонтерів». Всі ці елементи були відображені на прототипі, що дозволяє отримати загальне враження від майбутнього сайту вже на етапі розробки структури (рис. 3.11)

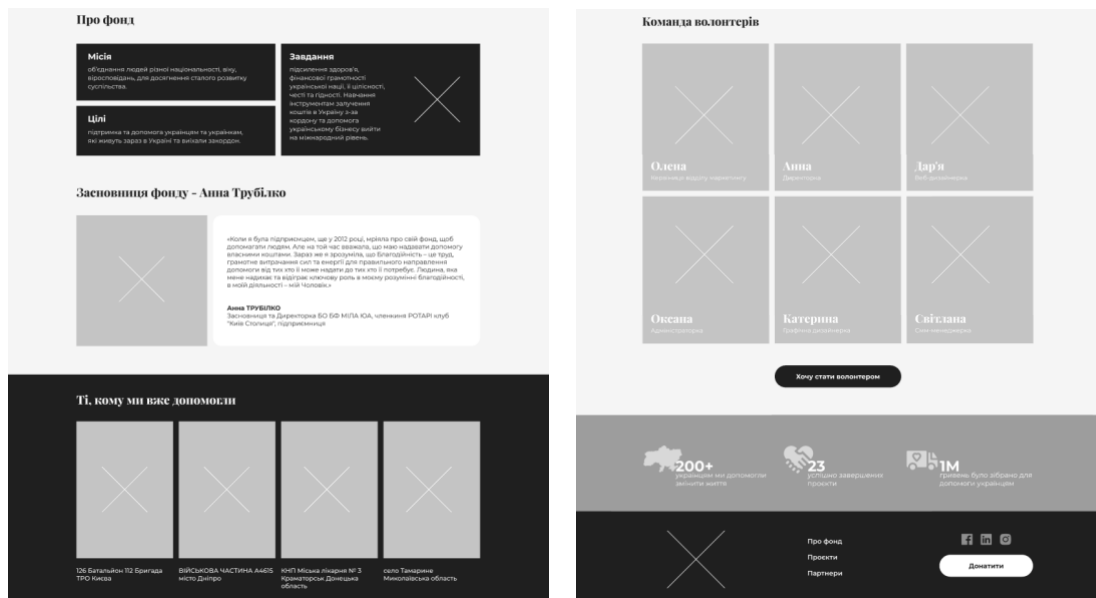


Рис. 3.11. Прототип головної сторінки сайту «Про фонд»

На сторінці «Проекти» передбачено блоки з проєктами фонду, орієнтованими на різні категорії людей, а також звіт з інформацією від військових, яким була надана допомога. Це рішення дозволяє наочно продемонструвати результати діяльності фонду та забезпечити прозорість його роботи (рис. 3.12).

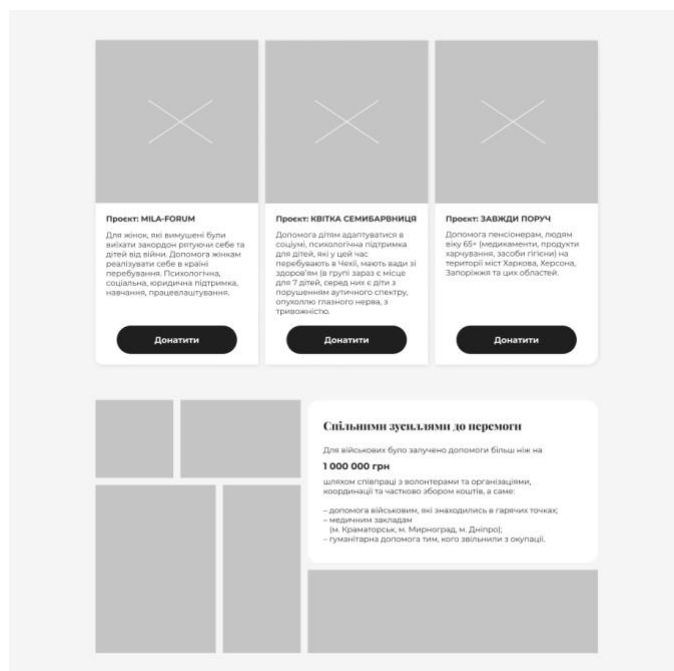


Рис. 3.12. Прототип частини торінки сайту «Проекти»

Сторінка «Партнери» містить невеликі блоки з інформацією про людей та організації, які підтримують фонд. Це сприяє зміцненню довіри до фонду та заохочує нових партнерів до співпраці (рис. 3.13).

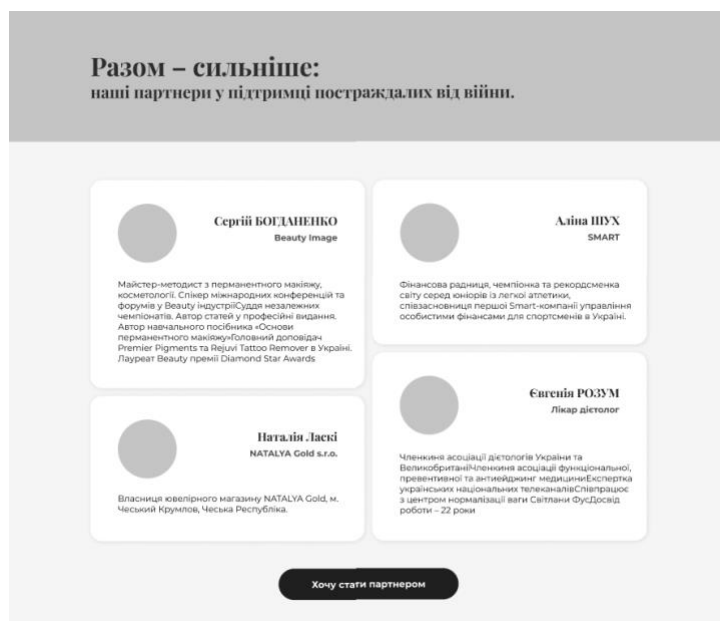


Рис. 3.13. Прототип частини сторінки сайту «Партнери»

Таким чином, запропонована структура сайту та використання «*Call to action*» елементів спрямовані на підвищення зручності користування та ефективності благодійної діяльності «*MILA UA Foundation*».

### 3.3. Впровадження візуального оновлення дизайну макетів вебсайту

Впровадження візуального оновлення дизайну макетів вебсайту благодійної організації «*MILA UA Foundation*» спрямоване на підвищення візуальної привабливості та відповідність бренду цілям організації. Цей процес включає декілька ключових етапів, серед яких особливе місце займає підбір кольорової палітри, яка відобразить цінності та місію фонду. Вибір кольорів здійснюється з урахуванням психологічного впливу кольорів на користувачів та їх здатності викликати емоційний відгук, що сприятиме залученню більшої кількості благодійників.

Відомо, що колір на 90% формує перше враження про вебсайт. Гармонійна кольорова палітра створює відчуття балансу та порядку. Кількість використовуваних кольорів залежить від складності обраного типу колірних поєднань, а також додаткових кольорів для виділення елементів, що «спонукають до дії» (наприклад, кнопки). Вибір кольорової палітри для всіх частин вебсайту є складним процесом, оскільки найважливішим аспектом є збереження збалансованості на сторінці [22].

Основним кольором був обраний темно-зелений (#094E44), який використовується в логотипі організації. Це сприяє консистентності та визначенню брендовго стилю (рис. 3.14).

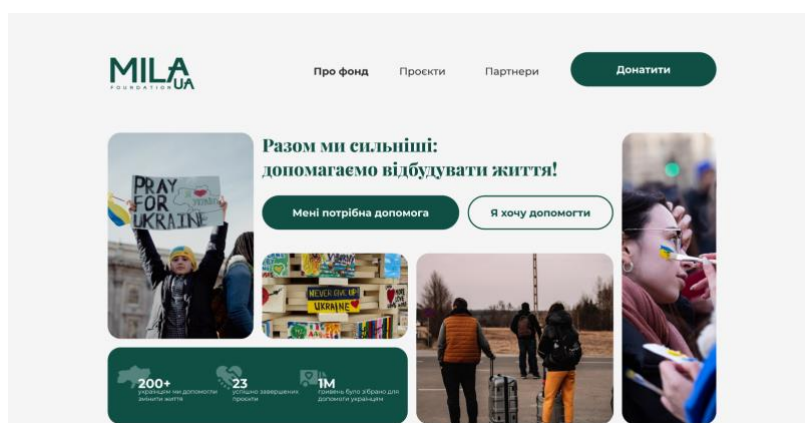


Рис. 3.14. Використання основного зеленого кольору у редизайні макету

Доповнюючим кольором став теплий бежевий (#FCD7AD), який додає тепла та м'якості дизайну, підкреслюючи гуманітарний характер організації (рис. 3.15).

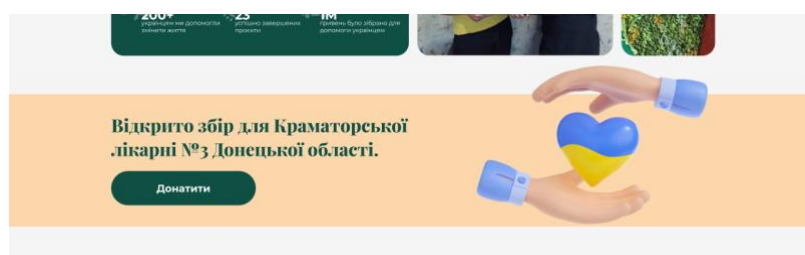


Рис. 3.15. Використання бежевого кольору у редизайні макету

Світло-сірий (#F5F5F5) був використаний для фону сайту, щоб забезпечити чистий і приємний контраст з іншими кольорами, підкреслюючи зрозумілість та легкість сприйняття контенту (рис. 3.16).

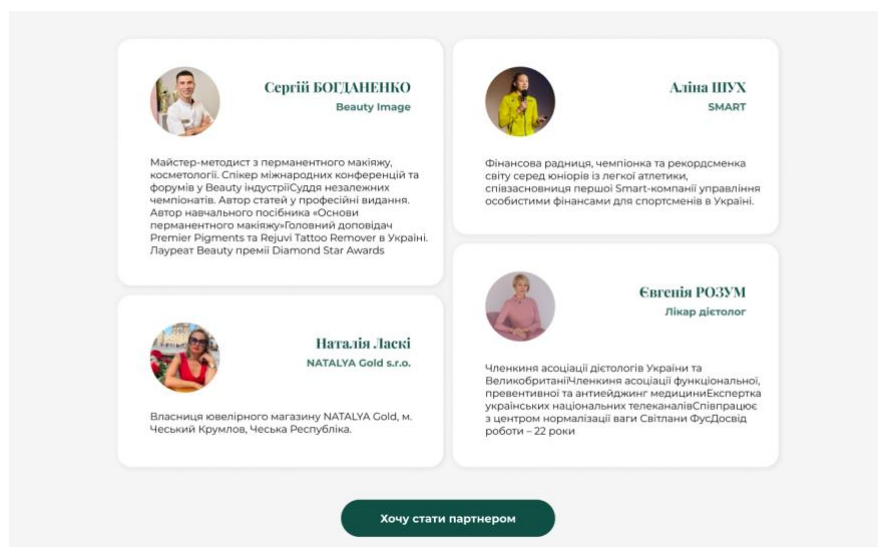


Рис. 3.16. Використання світло-сірого кольору у редизайні макету

Наступним важливим кроком є вибір шрифтової пари. Шрифт виконує важливу функцію в передачі інформації, сприяючи зрозумілості та читабельності тексту, що дозволяє легше сприймати та розуміти написане. Правильний вибір шрифту може покращити комунікацію і зробити інформацію більш доступною.

Окрім функціонального аспекту, шрифт має також естетичне значення у візуальному сприйнятті. Різні шрифти викликають різні емоції та настрої. Наприклад, шрифт з округлими лініями може створювати відчуття ніжності та дружелюбності, тоді як геометричні шрифти можуть передавати сучасність і суворість. Шрифт може відображати характер бренду або формувати певний настрій на вебсайті, у рекламних матеріалах, книгах та інших засобах комунікації [23].

Використання відповідного шрифту може викликати асоціації, пов'язані з певною групою людей або конкретними культурними чи історичними контекстами.

Загалом, шрифт впливає на наше сприйняття, настрої, розуміння та взаємодію з текстом. Він може надавати тексту індивідуальність, відображати настрої автора або передавати специфічну інформацію через свою форму та стиль.

Для проєкту було обрано шрифт *Playfair Display* для заголовків та важливих елементів завдяки його класичному, елегантному вигляду, що додає стильності та урочистості. Шрифт *Montserrat* був використаний для основного тексту на сайті, оскільки він легко читається та має чистий вигляд, що сприяє хорошій читабельності на вебсторінках. (рис. 3.17).

# Playfair Display

## Montserrat

Рис. 3.17. Обрані шрифти

Створення унікальних графічних елементів є ще одним важливим аспектом візуального оновлення. Ці елементи повинні підкреслювати особливість бренду «*MILA UA Foundation*» та сприяти впізнаваності організації. Графічні елементи можуть включати логотипи, іконки, ілюстрації та інші візуальні компоненти, які гармонійно інтегруються у загальний дизайн сайту.

До початку редизайну було створено логотип благодійної організації «*MILA UA Foundation*» (рис. 3.18). Оскільки замовник бажав залишити логотип без змін, відповідно до цього завдання було збережено основний колір бренду – зелений. Інші графічні елементи були розроблені таким чином, щоб гармонійно поєднуватися з існуючим логотипом.

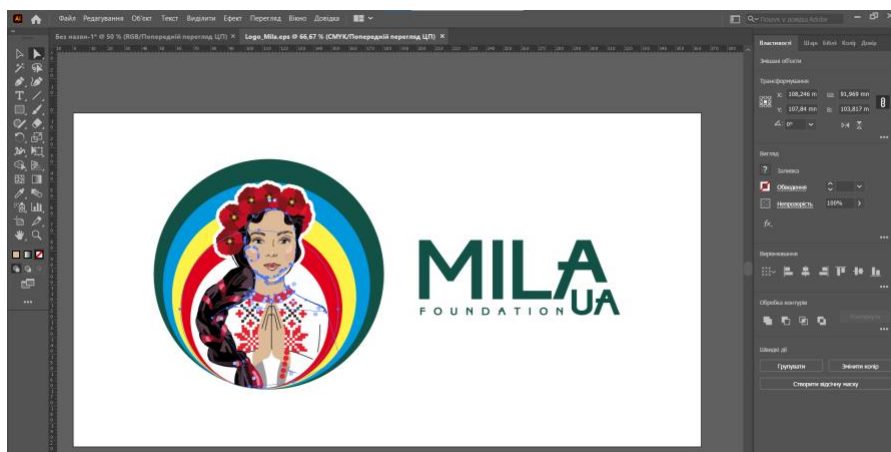


Рис. 3.18. Розроблений логотип

Для блоку Проєктів на сайті було створено три векторні ілюстрації у програмі *Adobe Illustrator*. Ці ілюстрації символізують цілі організації та відображають мету кожного проєкту окремо. Наприклад, пташка використовується для проєкту, спрямованого на підтримку жінок за кордоном, допомагаючи їм відчувати себе вільними та незалежними. Для проєктів, орієнтованих на дітей з особливостями розвитку, ілюстрація передає ідею бути щасливими та радісними незалежно від обставин. Калину було обрано як символ для проєктів, що підтримують пенсіонерів, наголошуючи на тому, що вони не залишені на самоті та про них є кому подбати.

Усі ілюстрації виконані таким чином, що виглядають як намальовані однією лінією, що символізує єдність. Цей стиль підкреслює нерозривність зв'язків між різними аспектами діяльності організації та сприяє створенню цілісного та гармонійного візуального образу (рис. 3.19).

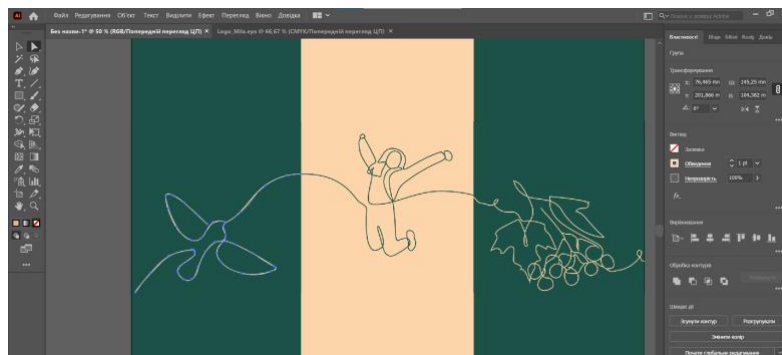


Рис. 3.19. Створені векторні ілюстрації

Завершальним етапом є впровадження всіх цих елементів у вебдизайн за допомогою попередньо створених прототипів. Прототипування дозволяє провести тестування і оцінку різних дизайнерських рішень перед їх остаточною реалізацією. Це забезпечує оптимізацію користувацького досвіду та функціональності сайту, що є критично важливим для успішної діяльності благодійної організації в цифровому просторі.

Впровадження візуальних змін у дизайн вебсайту «*MILA UA Foundation*» було здійснено за допомогою платформи *Figma*. Для комп'ютерної версії сайту використовувалося стандартне розширення макету шириною 1920 пікселів. Було застосовано сітку з 12 колонками, кожна з яких мала ширину 100 пікселів, а відстань між колонками становила 20 пікселів (рис. 3.20).

Макет, який заснований на сітці, це макет з вертикальними і горизонтальними напрямними, який може допомогти організувати ваш контент і підтримувати однаковість структури дизайну протягом усього проєкту [16].

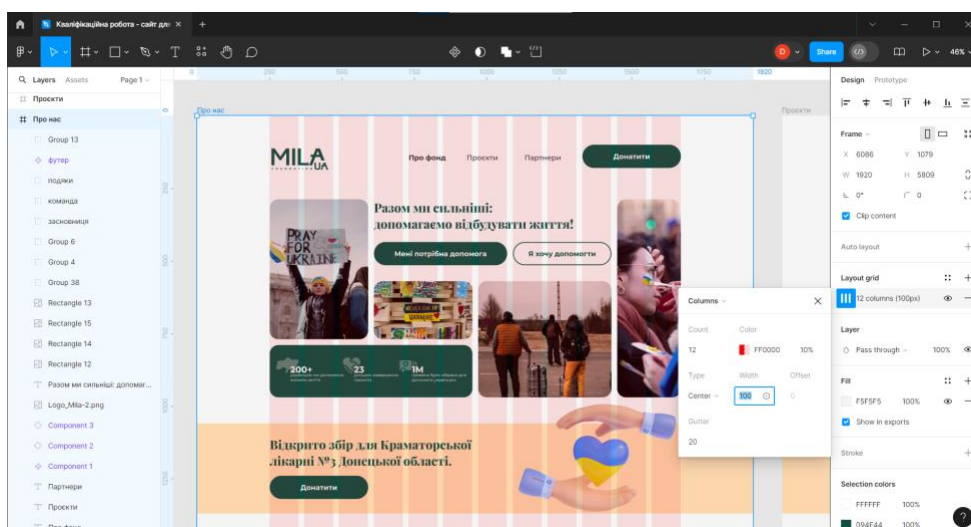


Рис. 3.20. Макет дизайну сторінок сайту

Для зручності роботи *Figma* має функцію компонентів, яка активно застосовувалася під час створення таких елементів, як кнопки та меню. Цей інструмент дозволяє створювати повторно використовувані елементи дизайну, які можна легко змінювати і оновлювати в усіх місцях використання (рис. 3.21).



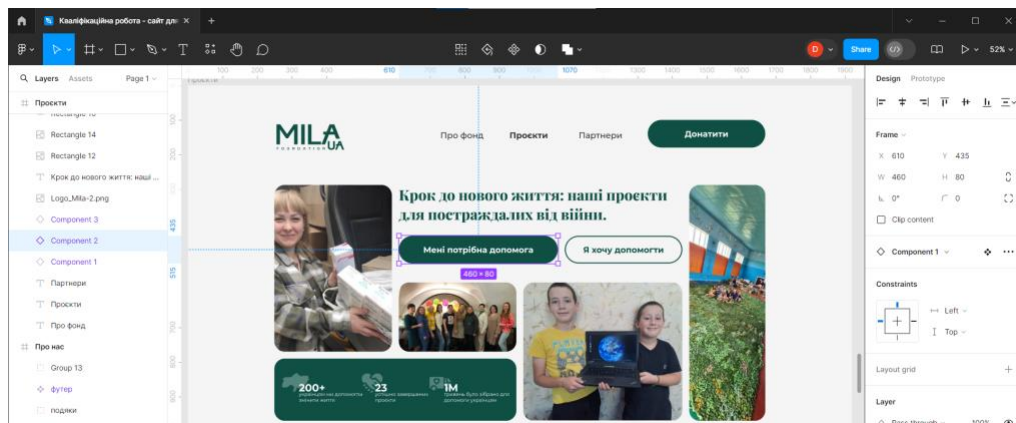


Рис. 3.21. Макет дизайну сторінок сайту

Компоненти у *Figma* дозволяють дизайнеру створювати основний варіант елемента (наприклад, кнопку), а потім створювати його копії, які автоматично оновлюються при зміні оригіналу. Це значно полегшує процес внесення змін та підтримки узгодженості дизайну на всіх сторінках сайту. Використання компонентів сприяє підвищенню ефективності роботи та забезпечує єдність стилю всіх елементів інтерфейсу.

Швидкий розвиток мобільних пристроїв потребує сучасного підходу до розробки вебсайтів. Інтернет-користувачі переглядають сайти на різних екранах різних розмірів. Розміри екранів завдяки зміні ландшафтної та портретної орієнтації мобільного пристрою змінюються навіть під час однієї сесії по декілька десятків раз, тому важливо, аби сайт адаптувався до будь-якого з них [16].

Створення мобільної та планшетної версій адаптивних макетів сайту «*MILA UA Foundation*» було здійснено за допомогою платформи *Figma*. Мобільна версія сайту розроблена для екранів шириною 428 пікселів, що є стандартним розміром для більшості смартфонів. Сітка була спрощена до 4 колонок з шириною по 80 пікселів і відстанню між ними в 10 пікселів, що забезпечило оптимальне розташування елементів на малому екрані. Всі елементи були адаптовані для вертикального скролінгу, а зображення, текстові блоки та інші компоненти змінено відповідно до нової сітки. Ілюстрації та графічні елементи були масштабовані для збереження чіткості та легкої сприйнятливості. Навігаційні елементи були

перетворені в мобільний формат, у вигляді «гамбургер-меню» для економії місця (рис. 3.22).

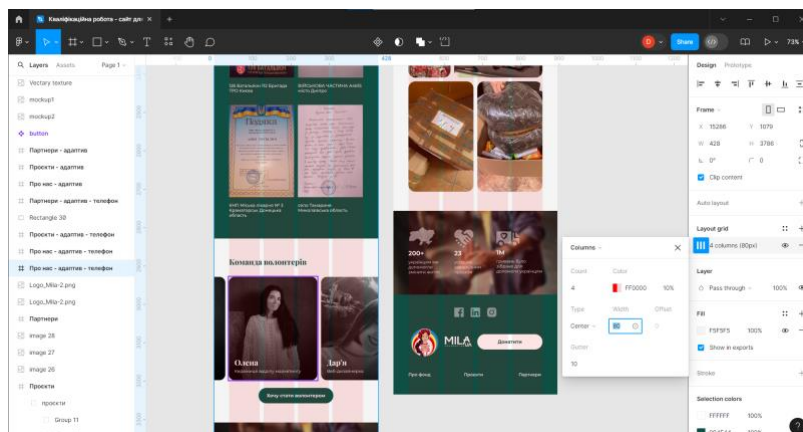


Рис. 3.22. Макет мобільної версії

Планшетна версія була розроблена для екранів шириною 834 пікселів. Сітка була адаптована до 8 колонок з шириною по 70 пікселів і відстанню між ними в 10 пікселів, що забезпечило більшу гнучкість розташування елементів. Елементи були оптимізовані для горизонтального та вертикального скролінгу з урахуванням розміру екрану планшетів. Ілюстрації та графічні елементи також були масштабовані відповідно до нового розміру екрану, зберігаючи їхню чіткість та візуальну привабливість. Меню та інші навігаційні елементи були адаптовані для зручності використання на планшетах, враховуючи можливість використання як у портретній, так і у ландшафтній орієнтації (рис. 3.23).

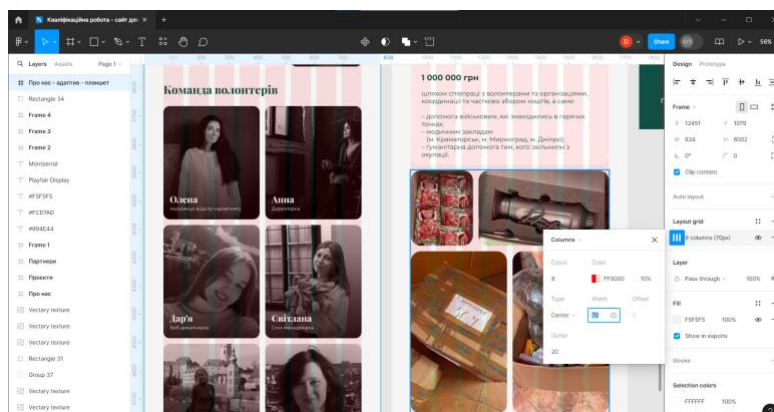


Рис. 3.23. Макет планшетної версії

В обох версіях забезпечено консистентність бренду та зручність користування. Використання компонентів у *Figma* спростило процес адаптації елементів дизайну до різних розмірів екрану, дозволяючи швидко вносити зміни та зберігати узгодженість стилю. Це забезпечило високий рівень якості та професіоналізму у створенні адаптивних макетів для сайту «*MILA UA Foundation*» (рис. 3.24).

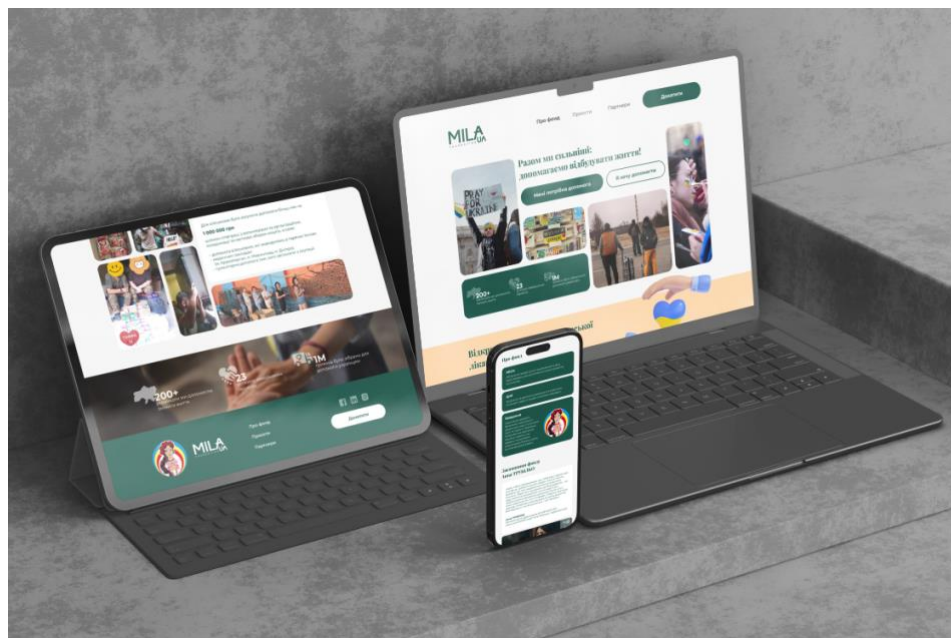


Рис. 3.24. Адаптивний дизайн

Розробка дизайну у *Figma* дозволила детально опрацювати кольори, шрифти та загальну естетику сайту перед його реалізацією. Використання зазначених кольорів та шрифтів сприяло створенню зручного та привабливого інтерфейсу, що відповідає меті та цілям благодійної організації. (Додаток А-Е)

### **3.4. Верстка вебсайту для різних пристроїв та додавання анімаційних ефектів для покращення користувацького досвіду**

Дизайн сайту «*MILA UA Foundation*» був продемонстрований замовнику та затверджений з урахуванням деяких змін, запропонованих замовником. Після цього розпочався етап верстки сайту на платформі візуального кодингу *Webflow*.

Основною перевагою *Webflow* є візуальний редактор, який дозволяє створювати вебсайти шляхом перетягування та розміщення елементів на сторінці. Платформа підтримує створення респонсивних та інтерактивних вебсайтів, що пристосовуються до різних пристроїв і роздільних здатностей екрану.

Однією з головних переваг *Webflow* є можливість кастомізації дизайну і структури вебсайту. Користувачі можуть створити унікальний вигляд свого сайту, використовуючи різноманітні елементи дизайну, кольори та шрифти. Платформа також підтримує інтеграцію зі сторонніми сервісами та зберігає можливість доступу до вихідного коду для розробників, які бажають реалізувати специфічні функції [21].

Верстка усіх версій дизайну для різних пристроїв включала наступні етапи:

Комп'ютерна версія: використовуючи стандартне розширення макету шириною 1920 пікселів, було застосовано сітку з 12 колонок, кожна з яких мала ширину 100 пікселів, а відстань між ними становила 20 пікселів. Всі елементи були розміщені відповідно до цієї сітки, забезпечуючи структурованість і логічність розташування контенту (рис. 3.25).

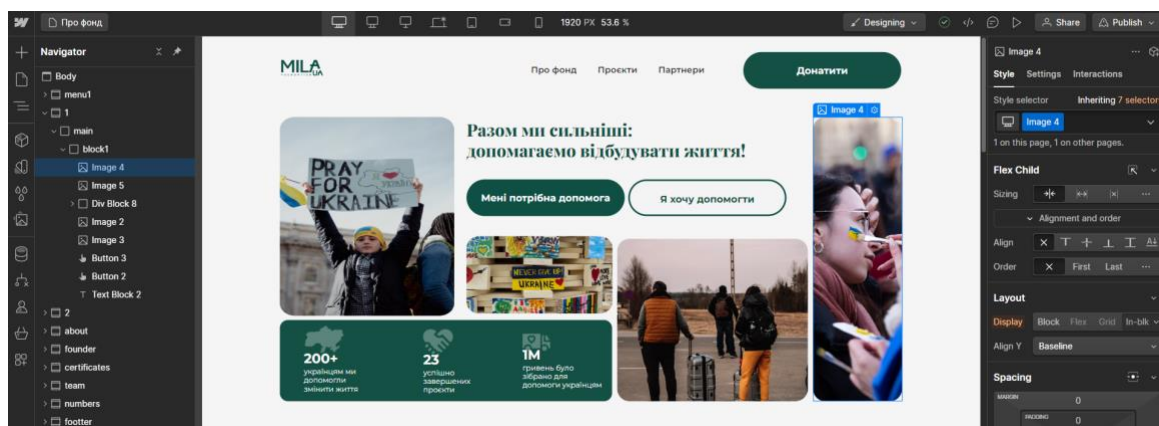


Рис. 3.25. Верстка комп'ютерної версії на платформі *Webflow*

Мобільна версія: для мобільних пристроїв використовувалося розширення макету шириною 375 пікселів. Сітка була спрощена до 4 колонок з шириною по 70 пікселів і відстанню між ними в 10 пікселів. Всі елементи були адаптовані для вертикального скролінгу, зображення та текстові блоки змінені відповідно до нової

сітки, а навігаційні елементи перетворені у формат «гамбургер-меню» (рис. 3.26). Для блоку з подяками застосовано слайдер (рис. 3.27).

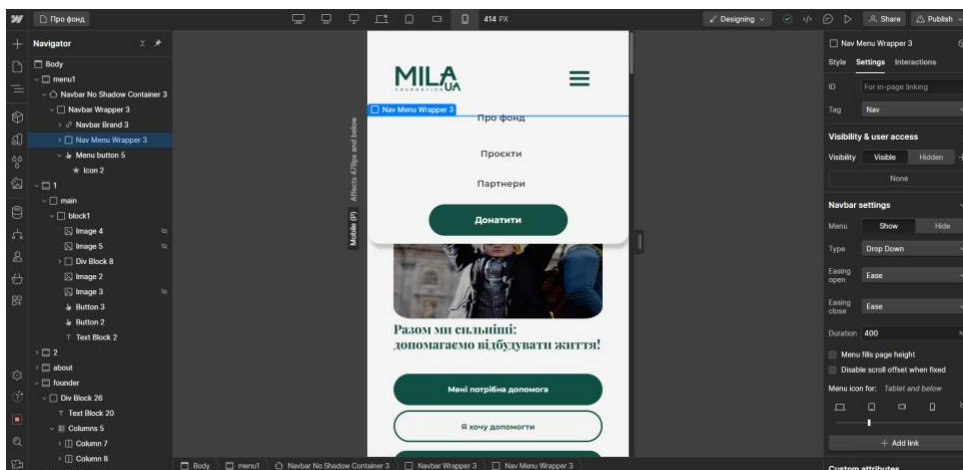


Рис. 3.26. Верстка бургеного меню мобільної версії на платформі *Webflow*

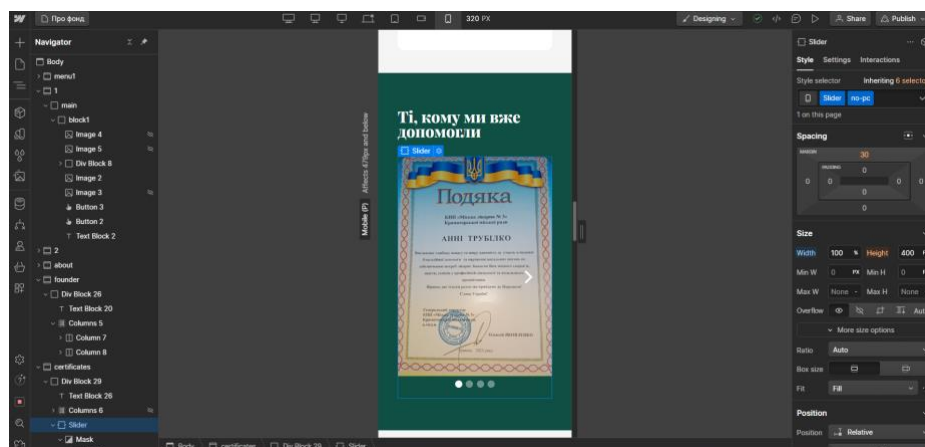


Рис. 3.27. Верстка мобільної версії на платформі *Webflow*

Планшетна версія: Для планшетних пристроїв використовувалося розширення макету шириною 768 пікселів. Сітка була адаптована до 8 колонок з шириною по 80 пікселів і відстанню між ними в 10 пікселів. Елементи були оптимізовані для горизонтального та вертикального скролінгу з урахуванням більшого розміру екрану. Меню та навігаційні елементи були адаптовані для зручності використання у різних орієнтаціях (рис. 3.28).



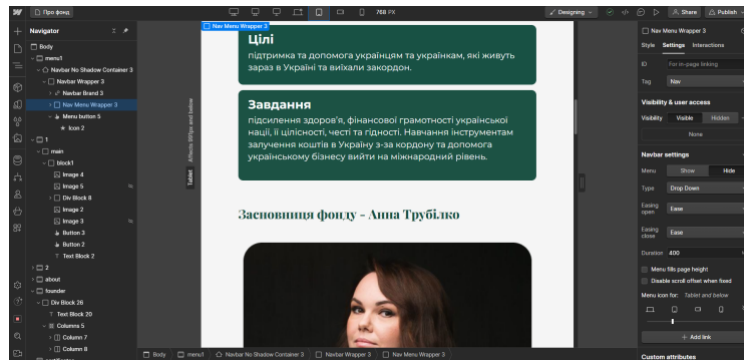


Рис. 3.28. Верстка планшетної версії на платформі *Webflow*

Для забезпечення кращої та плавнішої адаптивності були створені додаткові екрани з іншими розширеннями, які у *Webflow* називаються ключовими точками («breakpoints») (рис. 3.29). Дизайн був адаптований під такі розширення екрану:

- комп'ютер: 1920, 1440, 1280 та 990 пікселів;
- планшет: від 989 до 768 пікселів;
- телефон у горизонтальному положенні: від 568 до 480 пікселів;
- телефон у вертикальному положенні: від 428 до 240 пікселів.

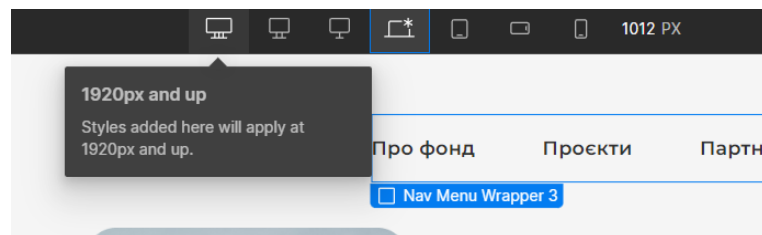


Рис. 3.29. Ключові точки адаптивного дизайну

Для покращення користувацького досвіду були додані анімаційні ефекти. Якісна і доречна анімація пожвавлює сторінку і сприяє кращому сприйняттю інформації. Вона здатна повідомляти про певні стани сторінки та привертати увагу. Анімація допомагає користувачеві побачити результат його дій і може впливати на його поведінки [16]. Використовуючи можливості *Webflow*, були реалізовані наступні анімації.

Процес додавання анімаційних ефектів до кнопок, меню та «бургерного» меню на сайті «*MILA UA Foundation*» здійснювався за допомогою платформи

*Webflow*. Спочатку створювалися базові елементи, такі як кнопки та меню, з визначеними параметрами (розмір, колір фону, шрифт, межі). Далі, для кнопок налаштовувалися різні стани, включаючи стандартний, при наведенні та при натисканні (рис. 3.30).

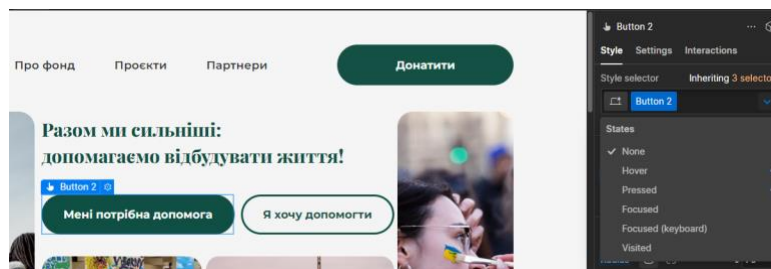


Рис. 3.30. Анімація кнопки

Для меню були реалізовані плавні переходи, які забезпечували безперервність та приємний користувацький досвід. «Бургерне» меню, яке використовується у мобільних версіях сайту, отримало анімацію відкриття та закриття, що робило навігацію більш інтуїтивною та цікавою.

Також було налаштовано анімацію освітлення зображення при наведенні для блоку з членами команди (рис. 3.31).

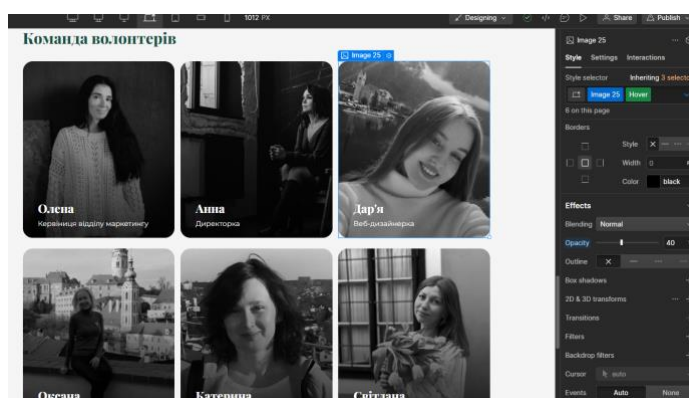


Рис. 3.31. Анімація при наведенні

Використання *Webflow* дозволило точно налаштувати анімації, забезпечуючи високу якість інтерактивних елементів та покращуючи загальну взаємодію користувачів із сайтом.

### Висновок до розділу 3

У третьому розділі було представлено процес редизайну вебсайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*», який включав чотири ключові етапи.

Аналіз поточного вебсайту дозволив виявити проблеми та потреби, які потребували вдосконалення. Це стало основою для розробки концепції та створення прототипів нового вебсайту, які відповідали вимогам замовника та меті оновлення.

Далі було проведено впровадження візуального оновлення дизайну макетів вебсайту, використовуючи платформу *Figma*. Вибір кольорів, шрифтів та графічних елементів був здійснений з метою створення стильного та елегантного інтерфейсу.

Нарешті, була проведена верстка усіх версій дизайну для різних пристроїв, з урахуванням адаптивності та додавання анімаційних ефектів для покращення користувацького досвіду. Використання платформи *Webflow* спростило цей процес, дозволяючи точно налаштувати адаптивність та інтерактивність вебсайту.

У результаті, реалізація редизайну вебсайту «*MILA UA Foundation*» відображає прагнення до якісної роботи та забезпечення задоволення потреб користувачів, відповідаючи вимогам сучасності та технологічного прогресу.



## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було проведено аналіз та реалізовано редизайн вебсайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*». Під час аналізу було виявлено, що редизайн вебсайтів в сучасному інформаційному середовищі має ключове значення для покращення користувацького досвіду та ефективності взаємодії з аудиторією.

У першому розділі детально розглянуто поняття та термінологія, пов'язані з редизайном вебсайтів, що вказує на важливість розуміння основних концепцій для успішної реалізації проєкту. Дослідження також виявило, що редизайн є невід'ємною частиною стратегії розвитку вебприсутності благодійних організацій, оскільки він може сприяти збільшенню залучення коштів та підвищенню свідомості про їхню місію. Було розглянуто сучасні підходи і дослідження у сфері редизайну вебсайтів, зокрема для благодійних організацій.

У другому розділі досліджено етапи реалізації редизайну вебсайтів, розглянуто можливості програмного забезпечення для створення макетів та верстки. Аналіз показав, що правильний вибір інструментів є важливою передумовою успішної реалізації проєкту. Детальна оцінка доступних опцій сприяла вибору оптимального програмного забезпечення, що підтримує необхідні функціональність та забезпечує ефективний процес розробки.

У третьому розділі було проведено практичну реалізацію редизайну вебсайту благодійного фонду «*MILA UA Foundation*». Аналіз поточного стану сайту, розробка концепції та створення прототипів нового дизайну були важливими кроками у процесі підготовки до впровадження. Далі була здійснена реалізація візуального оновлення та верстка для різних пристроїв, що сприяло покращенню користувацького досвіду та доступності сайту для широкої аудиторії.

Усі ці кроки демонструють, що редизайн вебсайту – це складний, але вкрай важливий процес, який може мати значний вплив на успіх діяльності благодійних організацій. Виконання кваліфікаційної роботи дозволило глибше розібратися у

важливості та процесі редизайну вебсайтів, а також надати практичні рекомендації для його успішної реалізації.

Ця кваліфікаційна робота не лише розкриває важливість редизайну вебсайтів у сучасному інформаційному середовищі, але й підкреслює його стратегічне значення для благодійних організацій. На відміну від комерційних підприємств, де головною метою є прибуток, благодійні організації мають у своєму центрі гуманітарні цілі, такі як допомога людям у потребі, захист навколишнього середовища тощо. Однак, щоб досягти цих цілей, вони також потребують ефективного маркетингу та залучення уваги своєї аудиторії, що робить вебсайт ключовим інструментом в їхній стратегії.

Робота не лише відзначає загальну важливість редизайну вебсайтів, але й розкриває його особливу роль у контексті благодійних організацій. Вона надає конкретний аналіз та рекомендації, які можуть допомогти цим організаціям покращити їхню онлайн-присутність, збільшити свою ефективність та досягти своїх гуманітарних мет. Новизна полягає у комбінації теоретичного аналізу з практичним застосуванням, а також у спробі впровадити редизайн конкретного вебсайту благодійного фонду.

## СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сідельнікова Д. Дослідження факторів, що обумовлюють потребу у редизайні вебсайту. Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених Політ : Зб. тез, м. Київ, 2–5 квіт. 2024 р. 2024.
2. ДСТУ 7157:2010. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості. [Чинний від: 11 березня 2010]. Вид. офіц. Київ, 2010. 20 с. (Інформація та документація).
3. Лебеденко М.С., Лученко І.В. Вебресурс як ефективний інструмент маркетингових комунікацій. Вісник Хмельницького національного університету, 2011. №2. Том 1. С. 178-182.
4. Пелешишин А.М. Позиціонування сайтів у глобальному інформаційному середовищі (монографія). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2007. 260 с.
5. Романюк О. Н. Вебдизайн і комп'ютерна графіка. Навч. посібник. В.: ВНТУ, 2007. 147 с.
6. Kriegel Hans-Peter, Schubert Matthias. Classification of Websites as Sets of Feature Vectors. In: Databases and applications. 2004. P. 127-132.
7. Lindemann C, and Littig L. Classifying web sites. In Proceedings of the 16th international conference on World Wide Web. 2007. ACM. P. 1143-1144.
8. Заратуйко М. О. Щодо аналізу методів редизайну сайтів та мобільних додатків. Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті : зб. матеріалів 27-го Міжнар. молодіжн. форуму, 10–12 травня 2023 р. Харків: ХНУРЕ, 2023. Т. 6, Ч. II. (конф. «Інформаційні інтелектуальні системи»).С. 230–231.
9. Крюкова А. Розробка зовнішнього інтерфейсу сайту засобами редизайну. Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Євразії. Збірник наукових праць за матеріалами V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, м. Переяслав, 30 квітня 2023 року. Переяслав: Університет Григорія Сковороди в Переяславі, 2023. С. 23-26.

10. Rykanova O. Website redesign: improving user experience and user interface on the Havusport website. Degree Programme in Design : Thesis, 1 April 2015. 2015. P. 27–30.
11. Krug S. Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability. Pearson Education, Limited, 2013. С. 102-110.
12. Jakob N. Eyetracking web usability. Berkeley, CA : New Riders, 2010. 437 p.
13. Norman D. The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition. Basic Books, 2013. 368 p.
14. Marcotte E. Responsive web design. New York : A Book Apart/Jeffrey Zeldman, 2011. 150 p.
15. Wayback Machine. Wayback Machine. URL: <https://web.archive.org/> (Дата звернення: 12.05.2024).
16. Чемерис Г. Ю. UX/UI дизайн : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн». Запоріжжя: ЗНУ, 2021. 290 с.
17. Інструменти вебдизайну. URL:<https://lemon.school/blog/instrumenty-veb-dyzajnu> (Дата звернення: 14.05.2024).
18. Гніденко І.А., Воробйов І.Є. Дослідження засобів для створення та супроводження WEB-сайтів. Проблеми інформатизації та управління: Зб. наук. пр. К.: НАУ, 2020. №2 (62) 77 с. С. 31-36
19. Drupal, WordPress, Joomla - Which One Is The Best CMS?. Five Jars. URL: <https://fivejars.com/blog/drupal-wordpress-joomla-which-one-best-cms> (Дата звернення: 18.05.2024).
20. Wix In-Depth Review. 33 Pros & 10 Cons (2024). WebsiteBuilderly. URL: <https://websitebuilderly.com/wix-review/> (дата звернення: 18.05.2024).
21. Сідельнікова Д. Розробка вебсайту з використанням платформи Webflow. XIV Міжнародної науково-практичної конференції «Мультимедійні технології в освіті та інших сферах діяльності» : Зб. тез, м. Київ, 10 листоп. 2023 р. Київ, 2023.

22. Гніденко С. О. Вибір колірних рішень для ергономічного дизайну вебсайтів // Політ. Сучасні проблеми науки : матеріали Міжнар. науково-практ. конф. здобувачів вищ. освіти і молодих уч., м. Київ, 5–9 квіт. 2021 р. Київ, 2021. С.382- 384
23. Денисенко С.М. Основи типографії. Навчальний посібник / уклад.: С. М. Денисенко. Київ: НАУ, 2021. 60 с. URL: [https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/53249/1/Основи%20типографії\\_Денисенко.pdf](https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/53249/1/Основи%20типографії_Денисенко.pdf) (дата звернення 18.05.2024 р.).
24. *PinchukArtCentre*. URL: <https://new.pinchukartcentre.org/> (дата звернення 01.05.2024 р).
25. Інтернет-магазин *Comfy*. URL: <https://comfy.ua/ua/> (дата звернення 01.05.2024 р).
26. Національний авіаційний університет. URL: <https://nau.edu.ua/> (дата з вернення 01.05.2024 р).
27. Інтернет-магазин *Rozetka*. URL: <https://rozetka.com.ua/> (дата звернення 01.05.2024 р).
28. МакДональдз Україна. URL: <https://www.mcdonalds.com/ua/uk-ua.html> (дата звернення: 17.05.2024).
29. *UNICEF*. URL: <https://www.unicef.org/> (дата звернення: 01.05.2024).
30. Товариство Червоного Хреста України. Товариство Червоного Хреста України. URL: <https://redcross.org.ua/> (дата звернення: 17.05.2024).
31. 2 Sitemap Examples: Different Types of Sitemaps & Best Practices URL: <https://redcross.org.ua/> (дата звернення: 10.05.2024).
32. Офіційний сайт компанії *Adobe*. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/xd/get-started.html> (дата звернення: 11.05.2024).
33. Офіційний сайт компанії *Sketch*. URL: <https://www.sketch.com/> (дата звернення: 16.05.2024).
34. Офіційний сайт компанії *Figma*. URL: <https://www.figma.com/community> (дата звернення: 16.05.2024).

35. Офіційний сайт компанії *InVision Studio*. URL: <https://www.invisionapp.com/inside-design/category/studio/>  
(дата звернення: 16.05.2024).
36. Офіційний сайт компанії *Marvel*. URL: <https://marvelapp.com/>  
(дата звернення: 16.05.2024).
37. Офіційний сайт компанії *Visual Studio Code*. URL: <https://code.visualstudio.com/> / (дата звернення: 16.05.2024).
38. Офіційний сайт компанії *Sublime Text*. URL: <https://www.sublimetext.com/> (дата звернення: 16.05.2024).
39. Офіційний сайт компанії *Atom*. URL: <https://atom-editor.cc/>  
(дата звернення: 16.05.2024).
40. Офіційний сайт компанії *WordPress*. URL: <https://uk.wordpress.org/>  
(дата звернення: 16.05.2024).
41. Офіційний сайт компанії *Joomla*. URL: <https://joomla.ua/>  
(дата звернення: 16.05.2024).
42. Офіційний сайт компанії *Drupal*. URL: <https://www.drupal.org/>  
(дата звернення: 16.05.2024).
43. Офіційний сайт компанії *Wix*. URL: <https://uk.wix.com/website/design>  
(дата звернення: 16.05.2024).
44. Офіційний сайт компанії *Webflow*. URL: <https://webflow.com/>  
(дата звернення: 16.05.2024).
45. Стара версія сайту БФ «*MILA UA Foundation*» URL: <https://www.MILAua.com/> (дата звернення: 13.05.2024).

# ДОДАТКИ

## Додаток А

### Результат створеного макета головної сторінки сайту

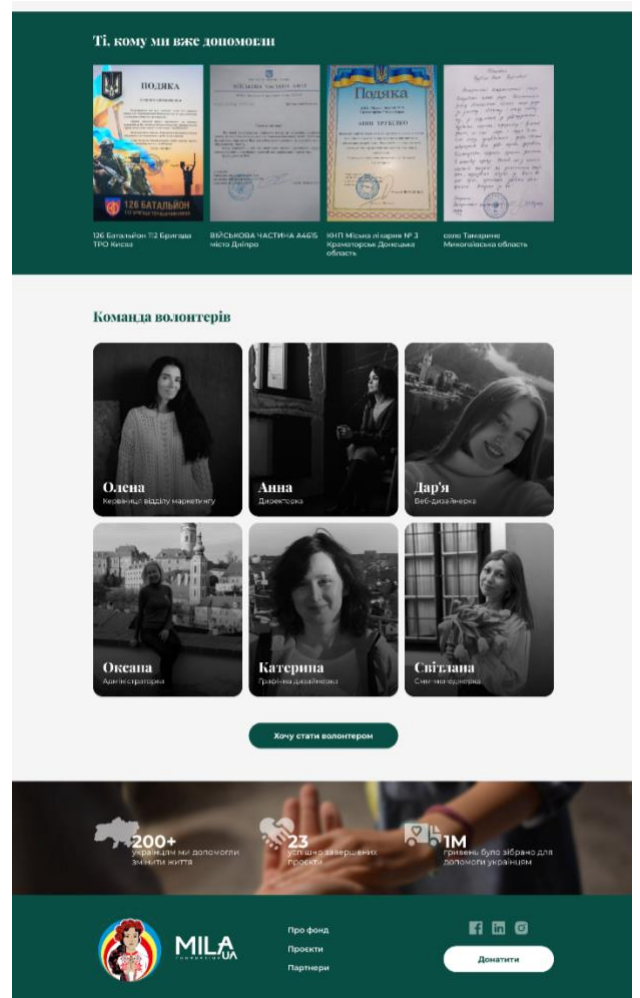
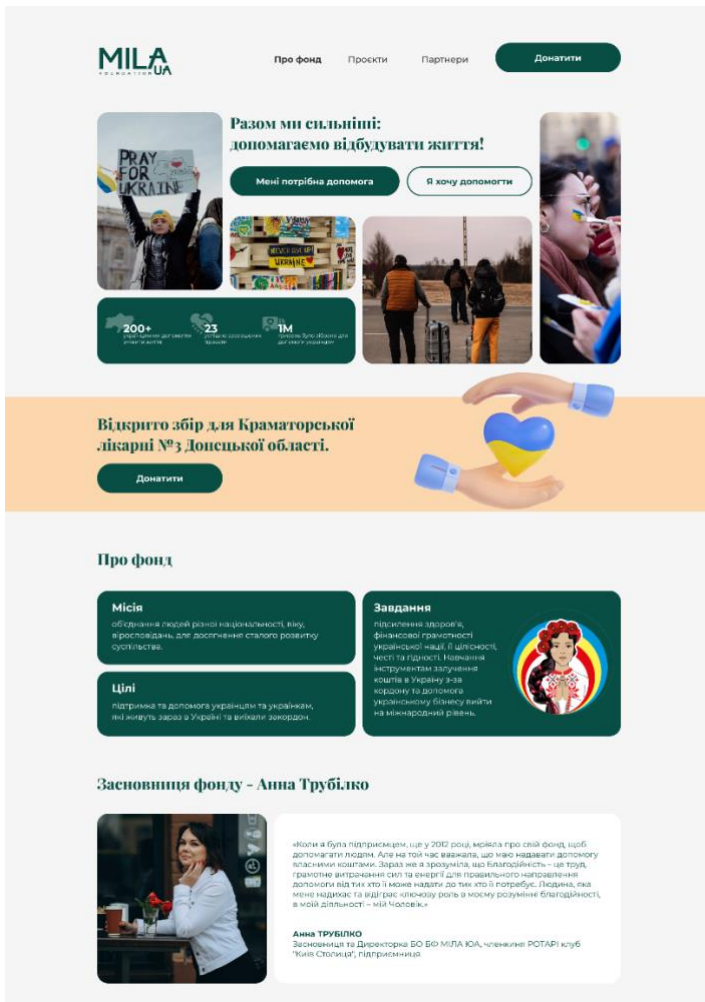


Рис. А.1. Макет головної сторінки сайту

Результат створеного макета сторінки сайту «Проекти»

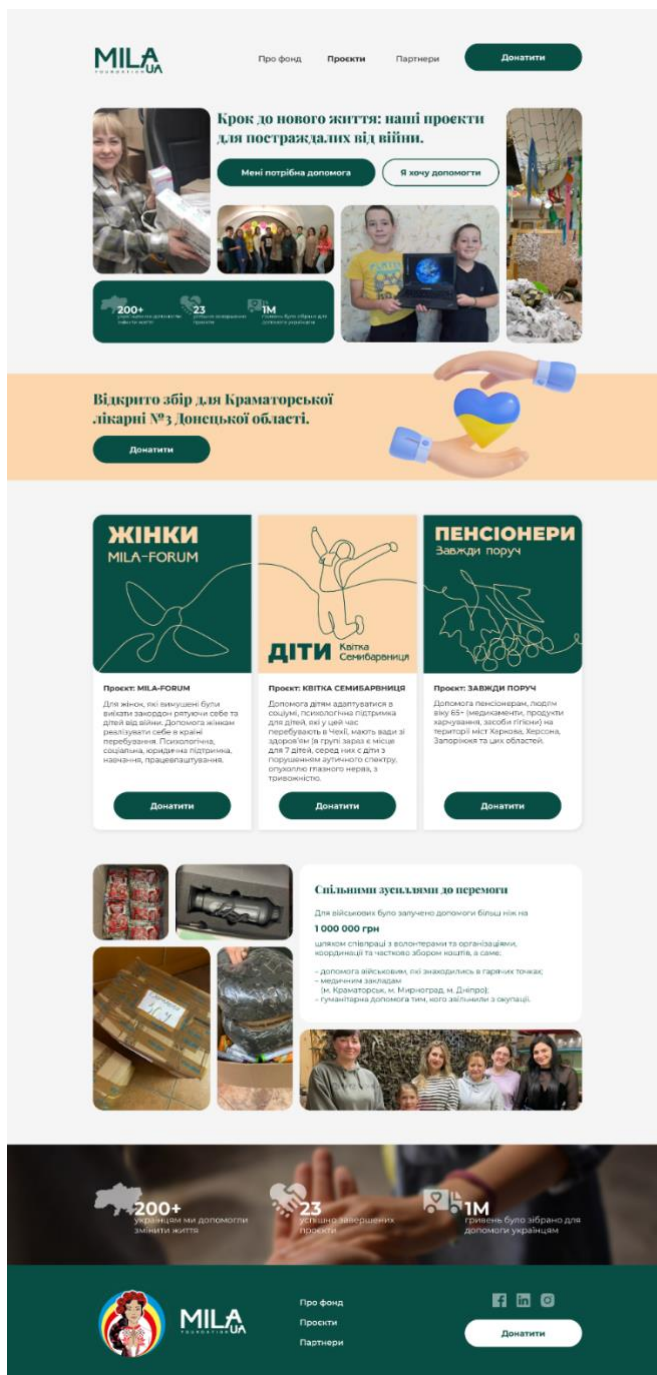


Рис. Б.1. Макет сторінки сайту «Проекти»



## Результат створеного макета сторінки сайту «Партнери»

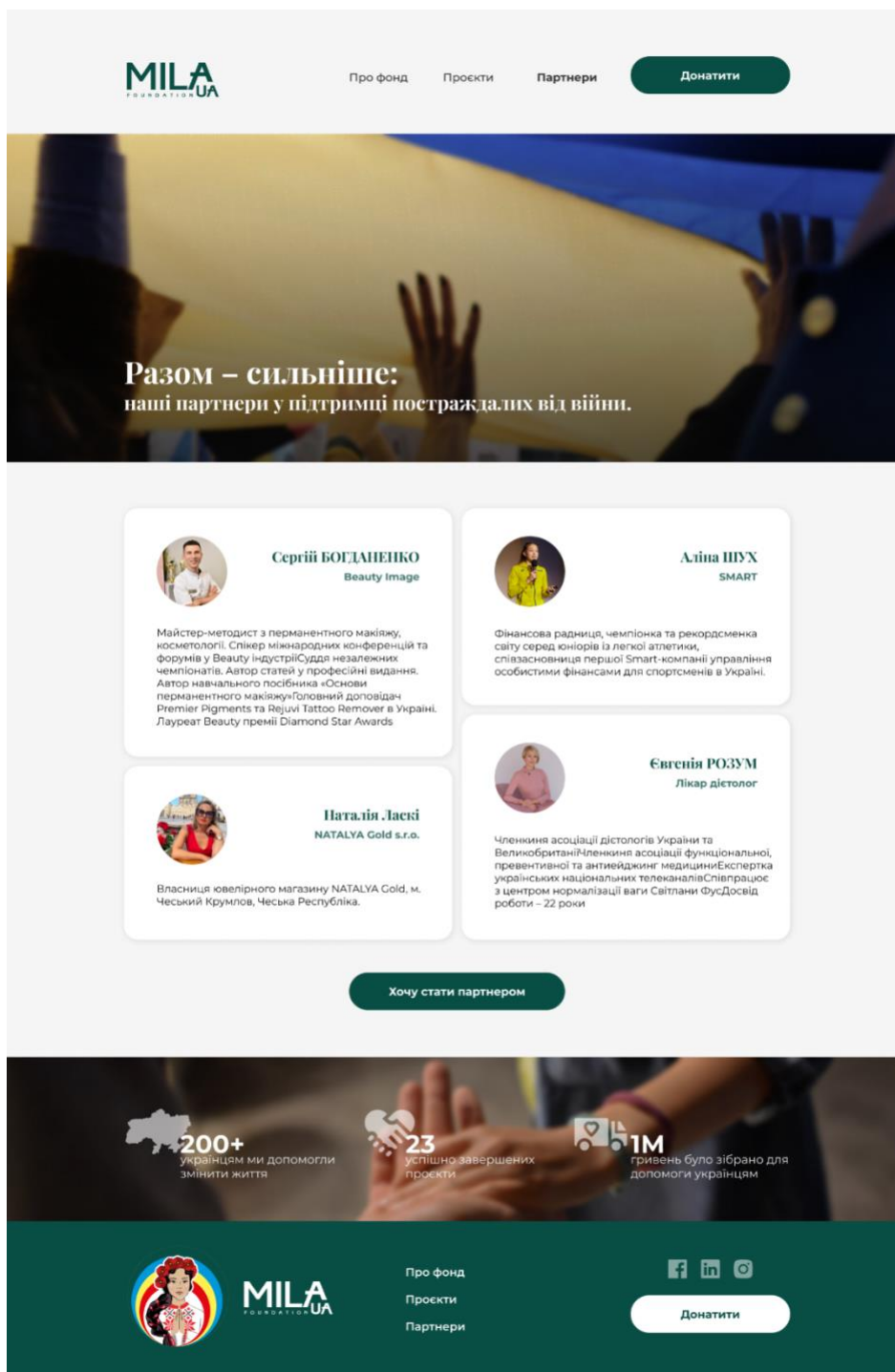


Рис. В.1. Макет сторінки сайту «Партнери»

## Результат створеного макета мобільної версії сайту

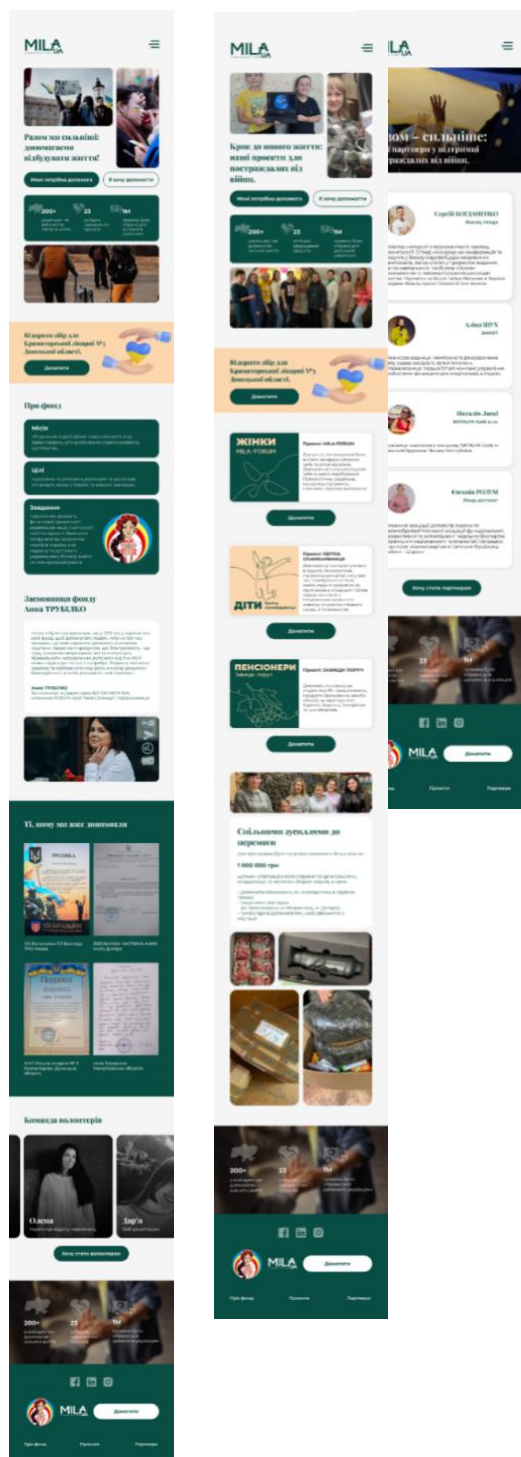


Рис. Д.1. Макет мобільної версії сайту

## Результат створеного макета планшетної версії сайту

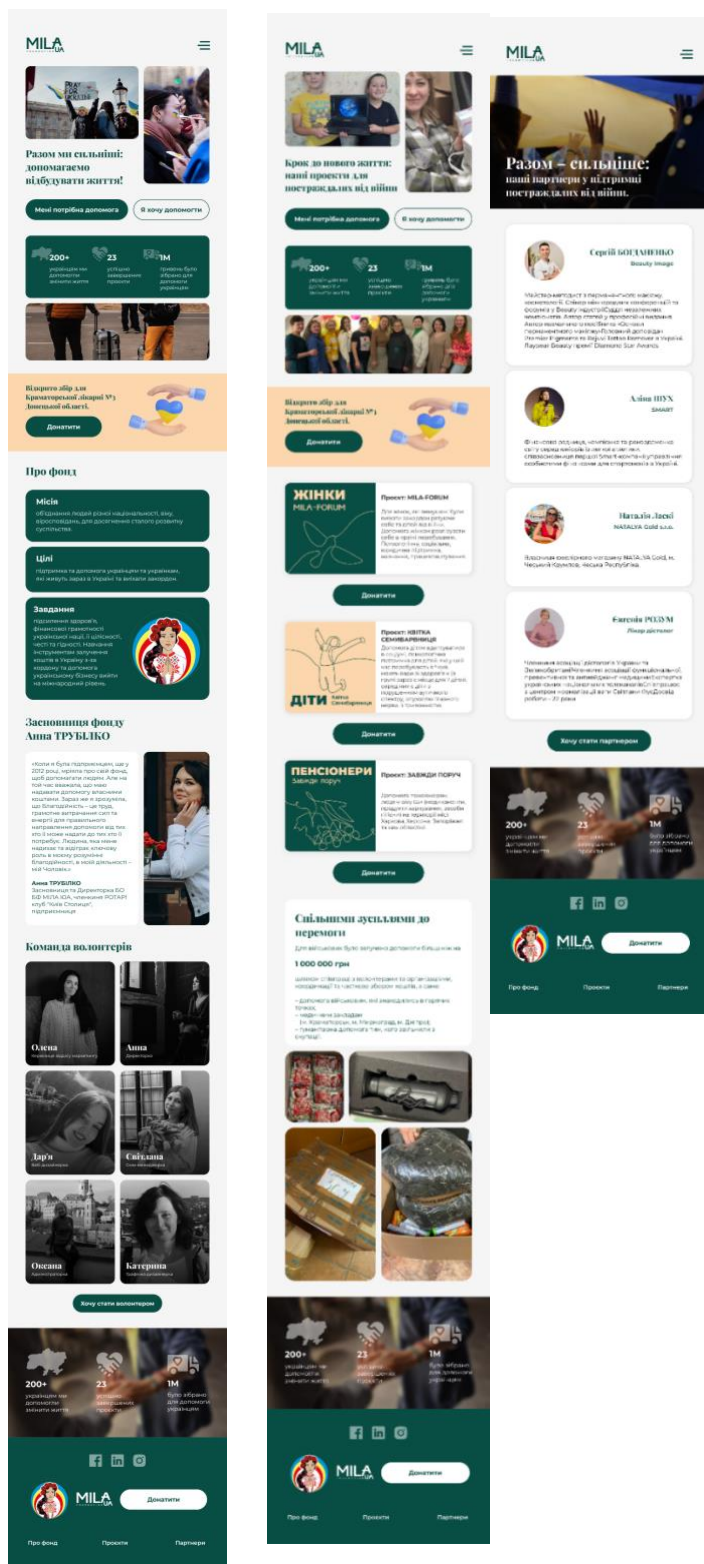


Рис. Е.1. Макет планшетної версії сайту