

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Тема: «UI/UX ДИЗАЙН ВЕБ-САЙТУ ФІТНЕС КЛУБУ «PEAK PULSE»»

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Спеціальність – 122 «Комп’ютерні науки»

Освітня програма «Комп’ютерні науки»

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Виконав: здобувач 4 курсу

групи КН-21

Михайло МОХ

Керівник: викладач кафедри інформаційного

менеджменту, математики та

статистики

Олег МУШИНСЬКИЙ

Засвідчую, що кваліфікаційна
робота оформлена відповідно
до ДСТУ 3008:2015 та не
містить запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань.

Здобувач: _____

(підпис)

м. Київ – 2025 рік

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»»

ЗАТВЕРДЖУЮ:
завідувач кафедри
комп'ютерних наук
___Сергій МІЧКІВСЬКИЙ
«__»___20__р

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Мох Михайло Віталійович

Тема роботи	UI/UX дизайн веб-сайту фітнес клубу "Peak Pulse"
Номер та дата наказу про затвердження теми	№121-7 від 24 грудня 2024 року
Коротка постановка завдання	Проектування UI/UX дизайну веб-сайту фітнес клубу "Peak Pulse" для заохочення споживачів
Посилання на джерела інформації (не більше п'яти найменувань, які рекомендує науковий керівник)	1. Чеботарьова І. Б., Черкашина Г. І. Основні тренди UI/UX дизайну 2024. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології : матеріали Молодіжної школи-семінару ІХ Міжнар. наук.-техн. конф., 14-28 травня 2024 р. – Харків : ТОВ «Друкарня Мадрид», 2024. – Т. 2. – С. 40-47 2. Ozdamli F., Fulbert M. Positive and negative impacts of gamification on the fitness industry. <i>European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education</i> . 2023. №13, pp. 1411-1422. DOI: https://doi.org/10.3390/ejihpe13080103
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачити теоретичне, системотехнічне або експериментальне дослідження складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми в галузі комп'ютерних наук, яке характеризується комплексністю та невизначеністю умов і потребує застосування теорій і методів інформаційних технологій.

Дата видачі завдання 27 грудня 2024 р.

Керівник

Олег МУШИНСЬКИЙ

Здобувач освітнього ступеня бакалавра

Михайло МОХ

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання	Примітка
Підготовчий етап			
1	Вибір напрямку дослідження	02.12.2024 р.	<i>виконано</i>
2	Формування теми та призначення керівника	16.12.2024 р.	<i>виконано</i>
3	Затвердження теми кваліфікаційної роботи	23.12.2024 р.	<i>виконано</i>
4	Затвердження завдання на кваліфікаційну роботу	27.12.2024 р.	<i>виконано</i>
Основний етап			
5	Розробка концепції кваліфікаційної роботи	13.01.2025 р.	<i>виконано</i>
6	Підбір та вивчення джерел інформації з напрямку дослідження. Огляд існуючих аналогів	20.01.2025 р.	<i>виконано</i>
7	Затвердження розширеної постановки завдання. Підготовка та подання керівникові розділу 1 кваліфікаційної роботи	10.03.2025 р.	<i>виконано</i>
8	Проектування. Підготовка та подання керівникові розділу 2 кваліфікаційної роботи	24.03.2025 р.	<i>виконано</i>
9	Підготовка доповіді для експертизи стану виконання кваліфікаційної роботи (проміжний контроль)	31.03-04.04.2025 р.	<i>виконано</i>
10	Реалізація. Підготовка та подання керівникові розділу 3 кваліфікаційної роботи	07.04.2025 р.	<i>виконано</i>
11	Підготовка та подання керівнику першого варіанту всієї кваліфікаційної роботи	14.04.2025 р.	<i>виконано</i>
12	Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахуванням зауважень керівника та представлення керівникові доопрацьованого варіанту кваліфікаційної роботи	21.04.2025 р.	<i>виконано</i>
Завершальний етап			
13	Представлення рукопису для перевірки на плагіат	28.04-04.05.2025 р.	<i>виконано</i>
14	Підготовка презентації та доповіді на передзахист	05.05-11.05.2025 р.	<i>виконано</i>
15	Передзахист кваліфікаційної роботи	12.05-16.05.2025 р.	<i>виконано</i>
16	Доопрацювання роботи за результатами передзахисту	19.05-06.06.2025 р.	<i>виконано</i>
17	Експертиза роботи керівником та зовнішнім експертом	09.06-15.06.2025 р.	<i>виконано</i>
18	Доопрацювання доповіді та презентації для захисту	09.06-15.06.2025 р.	<i>виконано</i>
19	Захист кваліфікаційної роботи	16.06-22.06.2025 р.	<i>виконано</i>

Керівник

Олег МУШИНСЬКИЙ

Здобувач освітнього ступеня бакалавра

Михайло МОХ

Мох М.В. UI/UX дизайн веб-сайту фітнес клубу "Peak Pulse".

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи за спеціальністю 122 – Комп'ютерні науки (освітня програма – Комп'ютерні науки) СО Бакалавр. – ВНЗ .Університет економіки та права .КРОК., Навчально-науковий інститут інформаційних та комунікаційних технологій, кафедра комп'ютерних наук, Київ, 2025

Описано розробку UI/UX дизайну веб-сайту фітнес-клубу "Peak Pulse", який забезпечує зручну та інтуїтивну взаємодію користувачів із платформою, оптимізує навігацію та візуальне сприйняття контенту.

Ключові слова: UI/UX дизайн, веб-сайт, фітнес-клуб, адаптивний інтерфейс, користувацький досвід.

Moh MV UI/UX Design of the PEAK Pulse Fitness Club.

Explanatory note of qualification work in the specialty 122 - computer science (educational program - computer science) CO Bachelor. -university. University of economy and law.2025

The development of UI/UX design of the PEAK Pulse fitness club, which provides convenient and intuitive interaction of users with the platform, optimizes navigation and visual perception of content.

Keywords: UI/UX Design, website, fitness club, adaptive interface, custom experience.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
Розділ 1 ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ НА РОЗРОБКУ UI/UX дизайну веб-сайту фітнес клубу "Peak Pulse"	8
1.1 Опис предметної області.....	8
1.2 Огляд конкурентів та визначення їхніх недоліків і переваг	11
1.3 Вимоги до UI/UX дизайну продукту.....	14
Висновки до розділу 1	15
Розділ 2 ПРОЄКТУВАННЯ UI/UX ДИЗАЙНУ веб-сайту фітнес клубу "Peak Pulse"	16
2.1 Моделювання структури UI/UX дизайну.....	16
2.2 Моделювання поведінки UI/UX дизайну.....	17
2.3 Інформаційна архітектура.....	19
Висновки до розділу 2	20
Розділ 3 Прототипування UI/UX дизайну веб-сайту фітнес клубу "Peak Pulse"	22
3.1 Обґрунтування колористики та типографіки.....	22
3.2 Створення високоякісного прототипу.....	24
3.3 Адаптивний прототип	28
Висновки до розділу 3	32
ВИСНОВКИ	34
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	35

ВСТУП

Актуальність теми. З розвитком цифрових технологій і зростанням популярності здорового способу життя все більше людей обирають онлайн-платформи для підтримки своєї фізичної форми. Це стосується не лише індивідуальних користувачів, а й фітнес-клубів, які активно використовують інтернет для взаємодії зі своїми клієнтами. У зв'язку з цим, створення зручного, інтуїтивно зрозумілого та ефективного веб-сайту для фітнес-клубу "Peak Pulse" з сучасним дизайном набуває особливої важливості. Це дозволить зробити процес взаємодії з клубом не тільки більш простим, але й приємним для користувачів, надаючи їм доступ до всіх необхідних функцій в онлайн-форматі.

Мета дослідження. Основною метою цього проекту є створення функціонального і естетично привабливого веб-сайту для фітнес-клубу "Peak Pulse". При цьому особлива увага буде приділена зручності користування платформою, що забезпечить безперешкодний доступ до необхідної інформації та дозволить користувачам без зусиль записуватися на тренування, отримувати персоналізовані рекомендації та вільно орієнтуватися на сайті. Створення такого ресурсу, з урахуванням потреб сучасних користувачів, покликане зробити взаємодію з клубом максимально комфортною і ефективною.

Для досягнення цієї мети було виконано кілька важливих завдань:

- аналіз існуючих фітнес-сайтів для вивчення їхніх сильних і слабких сторін;
- визначення вимог до веб-сайту і його функціональності;
- вивчення сучасних підходів до дизайну інтерфейсу і користувацького досвіду;
- створення архітектури сайту за допомогою UML-діаграм;
- розробка адаптивного UI/UX дизайну для зручного перегляду сайту на будь-якому пристрої;

- створення простого інтерфейсу для перегляду послуг клубу, тренувальних програм і запису на заняття;
- проведення тестування для перевірки роботи сайту та його компонентів.

Об’єктом дослідження. Розробка та вдосконалення дизайну веб-сайту, який дозволяє забезпечити зручну взаємодію користувачів з платформою.

Предметом дослідження. Розробка UI/UX дизайн веб-сайту фітнес клубу "Peak Pulse

Методи дослідження. Для розробки сайту використовувалися аналіз існуючих рішень в галузі дизайну інтерфейсів, аналіз літературних джерел методи дослідження принципів UX/UI, а також тестування на реальних користувачах для покращення взаємодії з сайтом.

Практичне значення. Розробка зручного та інтуїтивно зрозумілого веб-сайту для фітнес-клубу "Peak Pulse" допоможе зробити процес взаємодії з клубом простішим і приємнішим для користувачів, що в результаті сприятиме підвищенню рівня задоволеності клієнтів і інших послуг спорт клубу.

Структура та обсяг пояснювальної записки. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку посилань (17 найменувань). Пояснювальна записка містить 13 рисунків. Загальний обсяг пояснювальної записки складає 36 сторінок, основний зміст викладено на 34 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ НА РОЗРОБКУ UI/UX ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТУ ФІТНЕС КЛУБУ "PEAK PULSE"

1.1 Опис предметної області

UX розшифровується як user experience, тобто користувальницький досвід. Іншими словами, це взаємодія користувача з інтерфейсом, то, наскільки зручним для нього є сайт або додаток. UX-дизайн є процесом, за допомогою якого можна забезпечити кращий досвід, який користувач отримує при роботі з тим чи іншим продуктом.

UI – це user interface – користувальницький інтерфейс, тобто оформлення сайту: шрифт, колірне рішення, кнопки, іконки. UI-дизайн означає роботу саме над графічною складовою [1].

Основним завданням цієї діяльності є не лише отримання привабливого сайту, а й оптимізація роботи користувача з ним.

Для чого необхідний UX/UI дизайн:

- конкурентна перевага – завдяки продуманому дизайну продукт запам'ятається аудиторії та виділиться на тлі конкурентів;
- залучення трафіку – користувач оцінює зручність та зовнішній вигляд сайту і, якщо все влаштовує, продовжує його використовувати;
- збільшення конверсії – стильне оформлення, швидкий пошук інформації, зрозуміла форма замовлення – все це спонукає клієнта до цільової дії;
- впізнаваність – фірмові шрифти та кольори, унікальне розташування блоків та елементів робить сайт впізнаваним;
- підвищення довіри – простий та зрозумілий інтерфейс, адаптивний дизайн сприяють комфортній роботі з додатком чи вебресурсом, тим самим викликаючи в аудиторії довіру;
- покращення сприйняття продукту – якісний дизайн підштовхує клієнта дізнатися подробиці про послугу чи товар.

Основним завданням UX/UI дизайну у фітнес-сфері є не лише створення привабливого інтерфейсу, а й забезпечення зручності, мотивації та залучення користувача до постійної активності.

UX/UI дизайн у фітнесі дозволяє:

- надати конкурентну перевагу – фітнес-додаток або сайт з продуманим дизайном приваблює більше користувачів і виділяється серед однотипних сервісів;
- залучити й утримати аудиторію – зручна навігація, зрозуміла логіка та приємний вигляд інтерфейсу мотивують користувача повертатись до застосунку;
- збільшити конверсію – чим легше людині записатися на тренування або оплатити абонемент, тим більше ймовірність, що вона це зробить;
- формувати впізнаваний бренд – фірмові кольори, стилістика інтерфейсу та унікальні ілюстрації створюють довіру та запам'ятовуються;
- підвищити довіру до послуг – адаптивний, зрозумілий та стабільний інтерфейс створює позитивне враження про сервіс і викликає бажання ним користуватися постійно.

UX/UI дизайн робить більш доступною взаємодію людини та системи, що сприяє побудові хороших взаємин компанії зі споживачами. Це і є одним із ключових критеріїв для підвищення продажів і зростання конверсії.

Для глибшого розуміння потреб і поведінки потенційних користувачів сайту фітнес-клубу було використано метод створення карти емпатії.

Цей інструмент дозволяє систематизувати та візуалізувати почуття, думки, потреби та бар'єри користувача під час взаємодії з продуктом.

Поряд із цим, у дослідженні була побудована модель потенційного користувача (персона), що є узагальненим образом цільової аудиторії з урахуванням віку, професії, рівня цифрових навичок, поведінки та очікувань. Об'єднання цих двох інструментів (рис 1.4.) дозволяє сформувати цілісний

портрет клієнта та знайти оптимальні рішення для покращення юзабіліті та рівня задоволеності від використання сайту.



 <p>Іван Чоловік</p> <ul style="list-style-type: none">• 35 років• Професія: Підприємець• Освіта: Вища економічна• Цифрові навички: Середній рівень, користується смартфоном та ноутбуком для роботи і дозволяє• Мета: Набір м'язової маси, покращення фізичної форми <p>Сценарій використання:</p> <ul style="list-style-type: none">• Придбання абонементу онлайн• Порівняння цін і акційних пропозицій• Перегляд фотографій залу та відгуків клієнтів• Отримання онлайн-консультації перед першим візитом	 <p>Анна Жінка</p> <ul style="list-style-type: none">• 28 років• Професія: Маркетолог в IT-компанії• Освіта: Вища• Цифрові навички: Вище середнього, активно користується соціальними мережами, онлайн-записом, додатками для тренувань• Мета: Підтримка фізичної форми, зняття стресу після роботи <p>Сценарій використання:</p> <ul style="list-style-type: none">• Швидкий запис на тренування через сайт або застосунок• Ознайомлення з розкладом групових занять• Отримання інформації про тренерів та напрямки тренувань• Читання корисних статей про харчування та тренування у блозі клубу
---	--



Рисунок 1.4 - Карта емпатії і модель потенційного користувача

Джерело: розроблено автором

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що потенційні користувачі фітнес-клубу цінують прозорість, зручність та простоту використання онлайн-сервісів. Вони прагнуть отримувати повну інформацію

про послуги, легко записуватись на тренування та мати можливість швидко отримати консультацію.

1.2 Огляд конкурентів та визначення їхніх недоліків і переваг

На українському ринку присутня велика кількість спортивних клубів але я виділю лише декілька:

Sport Life (рис.1.1)– українська мережа фітнес-клубів, один з лідерів ринку. Група компаній Sport Life заснована в 2001 році [2].

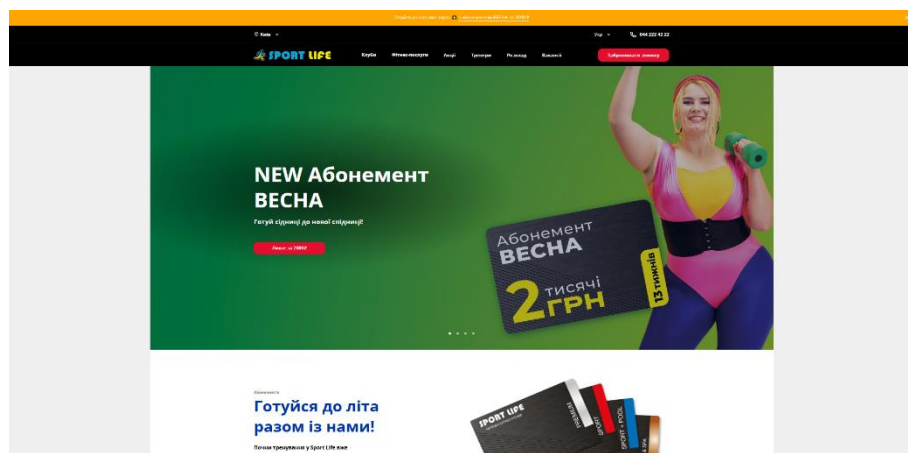


Рисунок 1.1 - Сайт спорт клубу (Sport life)

Джерело[3]

Переваги та недоліки у дизайні даного фітнес клубу:

Переваги:

- інтуїтивно зрозумілий інтерфейс: Легко знайти розклад занять, послуги, ціни. Веб-сайт адаптований для мобільних пристроїв;
- інтеграція з додатками: Спрощує процес запису на заняття та моніторинг результатів;
- гарний візуальний дизайн: Чистий і сучасний стиль з великими зображеннями, що робить сайт привабливим.

Недоліки:

- перенавантаження інформацією: Деякі розділи можуть виглядати перевантаженими, що ускладнює швидке сприйняття.

FitCurves (рис 1.2) - так само відома в західних країнах як Curves International, або просто Curves, – міжнародна фітнес-франшиза, заснована Гаррі і Діаною Гевін в 1992 році [4].

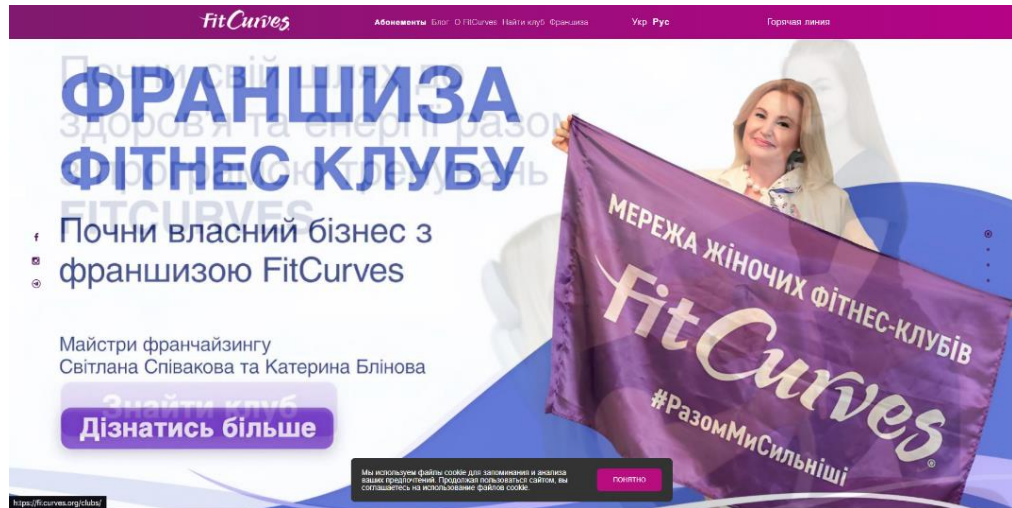


Рисунок 1.2 - Сайт спорт клубу (FitCurves)

Джерело: [5]

Переваги та недоліки у дизайні даного фітнес клубу:

Переваги:

- персоналізовані програми: Легко можна знайти програму, яка відповідає інтересам або потребам користувача;
- доступність та простота: Веб-дизайн орієнтований на жінок і виглядає дружнім, що може залучити цільову аудиторію;
- мобільна версія: Зручний доступ до програми через смартфон, що важливо для зайнятих людей.

Недоліки:

- можлива складність для нових користувачів: Деяким може бути складно знайти інформацію або звикнути до дизайну через обмежену кількість навігаційних елементів;

– обмежений функціонал на старіших пристроях: Для деяких користувачів старі телефони можуть не підтримувати певні функції сайту чи додатка.

Total Fitness (рис. 1.3)– Мережа фітнес клубів

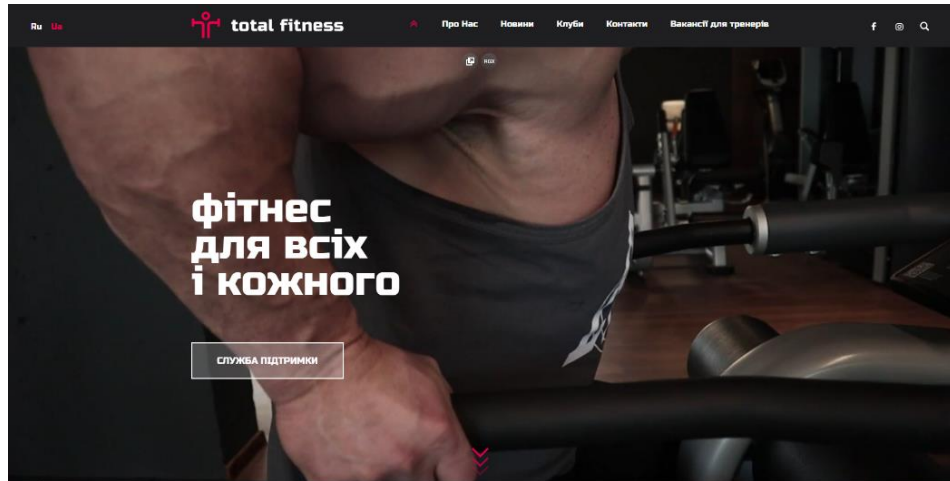


Рисунок 1.3 - Сайт спорт клубу (Total Fitness)

Джерело: [6]

Переваги:

- адаптивність: Клуби пропонують різноманітні програми та мають інтерактивні елементи для кращого користувацького досвіду;
- інтерактивність і зручність: Завдяки інтеграції з соцмережами можна легко записуватися на заняття та відстежувати прогрес;
- крос-платформенний доступ: Можна використовувати сайт чи мобільний додаток для доступу до послуг.

Недоліки:

- технічні проблеми з мобільною версією: Іноді може виникати затримка в роботі мобільної версії сайту.

З цього всього ми можемо зробити висновки по конкурентам (табл 1.1)

Таблиця 1.1 – Аналіз конкурентів

Критерій	Total Fitness	Sport Life	FitCurves
Візуальна привабливість	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆

Зручність навігації	★★★★☆	★★☆☆☆	★★★★☆
Адаптивність (мобільна)	★★★★☆	★★☆☆☆	★★★★☆
Швидкість завантаження	★★★★☆	★★☆☆☆	★★★★☆
Інформативність	★★★★☆	★★★★☆	★★☆☆☆
Запис онлайн / СТА	★★★★☆	★★☆☆☆	★★★★☆
Загальна UX-оцінка	8.5/10	5.5/10	8.0/10

1.3 Вимоги до UI/UX дизайну продукту

Для створення успішного дизайну фітнес клубу потрібно врахувати такі речі як:

Інтуїтивна навігація:

- Інтерфейс повинен бути простим у використанні для людей будь-якого віку. Користувачі мають швидко знаходити розклад занять, бронювати тренування або консультуватися з тренером.

Мобільна адаптація:

- Більшість користувачів взаємодіють з сервісом через смартфони, тому мобільна версія або додаток повинні бути бездоганно адаптовані – швидкі завантаження, великі кнопки, читабельні шрифти.

Персоналізація та зворотний зв'язок:

- Можливість відстеження особистих результатів, рекомендації тренувань, нагадування про записи – усе це покращує користувацький досвід. Додайте можливість швидко залишити відгук або отримати допомогу.

Адаптивний дизайн:

- створити версії сайту, які добре працюють як на мобільних пристроях, так і на комп'ютерах.

Перевірка та тестування:

- провести тестування серед реальних користувачів та зібрати відгуки;
- внести зміни на основі зворотного зв'язку.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було проведено аналіз предметної області та дослідження ключових понять UX та UI дизайну, їхнього значення для створення сучасного та ефективного веб-сайту фітнес-клубу. Було визначено, що якісний UX/UI дизайн безпосередньо впливає на зручність користування платформою, підвищує рівень довіри до бренду, сприяє зростанню конверсії та впізнаваності компанії.

Також було проведено аналіз веб-сайтів конкурентних фітнес-клубів, зокрема таких, як Sport Life, FitCurves та Total Fitness. Під час цього аналізу було виявлено їхні основні переваги, серед яких інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, адаптивність дизайну, інтеграція з мобільними додатками та наявність персоналізованих програм. Проте, в ході дослідження було виявлено і деякі недоліки, серед яких перенавантаження інформацією, складність навігації для нових користувачів, а також технічні проблеми, які виникають у мобільних версіях сайтів.

Отже, на основі отриманих результатів можна зробити висновок, що для веб-сайту фітнес-клубу "Peak Pulse" необхідно створити інтерфейс, який буде одночасно простим, зрозумілим і візуально привабливим. Важливим аспектом є розробка адаптивного дизайну та ретельно продуманої структури навігації, орієнтованої на максимальний комфорт користувачів. Такий підхід дозволить уникнути типових помилок конкурентів і створити по-справжньому зручний і ефективний ресурс, який відповідатиме потребам клієнтів клубу.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТУВАННЯ UI/UX ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТУ ФІТНЕС КЛУБУ "PEAK PULSE"

2.1 Моделювання структури UI/UX дизайну

На початковому етапі проєктування інтерфейсу особливу увагу приділяють створенню прототипу (рис 2.1), який виступає базовою основою для подальшого розвитку дизайну. Йдеться про розробку спрощеної візуальної моделі, яка містить усі основні елементи інтерфейсу, розміщені відповідно до передбачуваної логіки взаємодії користувача з майбутнім цифровим продуктом. Такий прототип зазвичай реалізується у формі так званої «wireframe» – чорно-білої схеми без зайвих декоративних деталей. Завдяки цій мінімалістичній подачі можна зосередитися виключно на функціональній структурі майбутнього вебресурсу, не відволікаючись на графіку, кольори або шрифти. Це дозволяє на ранньому етапі виявити потенційні проблеми в навігації або логіці розташування елементів та вчасно внести необхідні корективи.

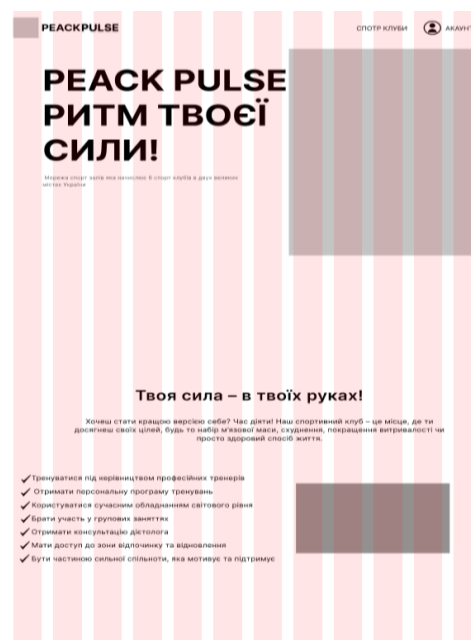


Рисунок 2.1 – Wireframe прототипу

Джерело: розроблено автором

Моделювання структури UI/UX дизайну є надзвичайно важливим і відповідальним етапом у процесі створення сучасних цифрових продуктів. Саме на цьому етапі закладаються фундаментальні принципи організації інтерфейсу, що визначають, яким чином користувач буде взаємодіяти з сайтом або застосунком. Метою цього процесу є побудова чіткої й логічної архітектури, яка враховує як технічні, так і психологічні аспекти поведінки користувача. Продумана взаємодія між елементами інтерфейсу дозволяє досягти максимальної зручності в користуванні, інтуїтивного сприйняття навігації та забезпечення візуальної гармонії, що підсилює загальну естетичну привабливість продукту. Таким чином, моделювання структури є не лише технічним завданням, а й творчим процесом, що потребує комплексного підходу і розуміння потреб цільової аудиторії.

2.2 Моделювання поведінки UI/UX дизайну

Мапа подорожі клієнта (Customer Journey Map, CJM) – це візуальне представлення всіх етапів і точок взаємодії клієнта з компанією, починаючи від першого контакту до завершення покупки або подальшої взаємодії [7].

Цей інструмент допомагає компаніям краще розуміти потреби, емоції та поведінку клієнтів на кожному етапі їхнього шляху. виявити потреби та мотивації користувача на кожному етапі. [8]

Мапа подорожі клієнта потрібна для:

- Покращення клієнтського досвіду: Виявлення слабких місць у взаємодії з клієнтами та їх усунення.
- Оптимізація процесів: Зрозуміння, які етапи можна спростити або автоматизувати.
- Підвищення лояльності: Створення більш персоналізованого та приємного досвіду для клієнтів.
- Покращення комунікацій: Забезпечення узгодженості між різними каналами взаємодії.

Мапа подорожі клієнта наведена на рис 2.2.

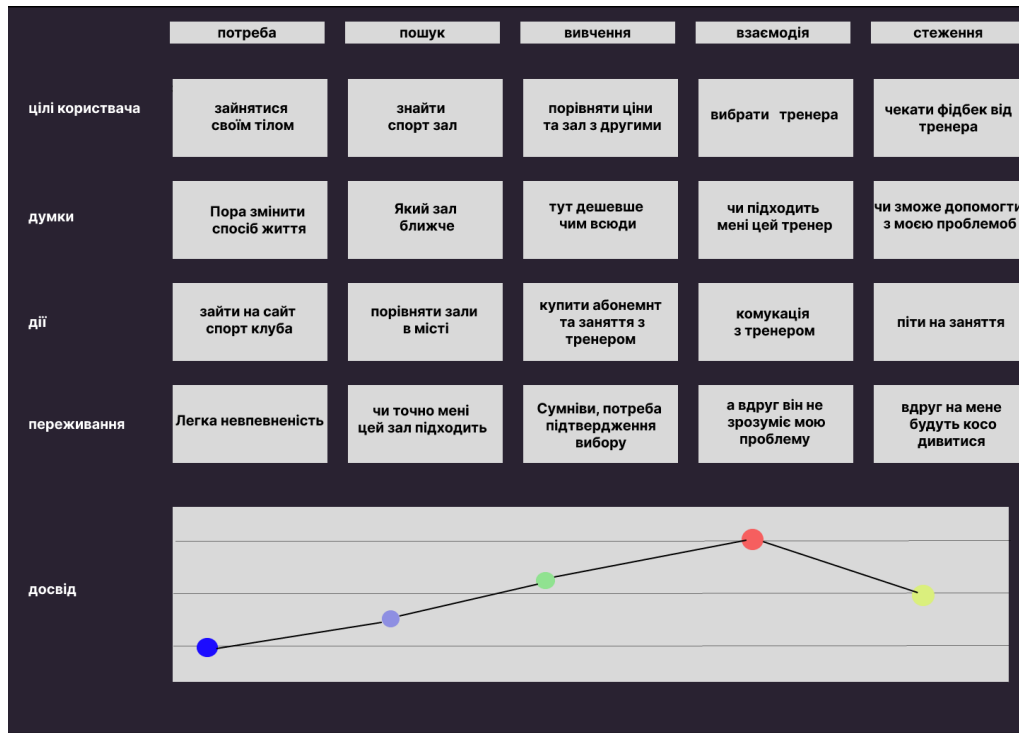


Рисунок 2.2 – Мапа подорожі клієнта

Джерело: розроблено автором

User flow, або UX flow, або діаграми користувацького досвіду (рис 2.3), ілюструють повний шлях користувача та його взаємодію з продуктом. Вони відображають кожен крок від початку до фінальної дії. Це візуальний путівник, що демонструє різні шляхи, якими користувачі можуть рухатися в додатку або на вебсайті [9].

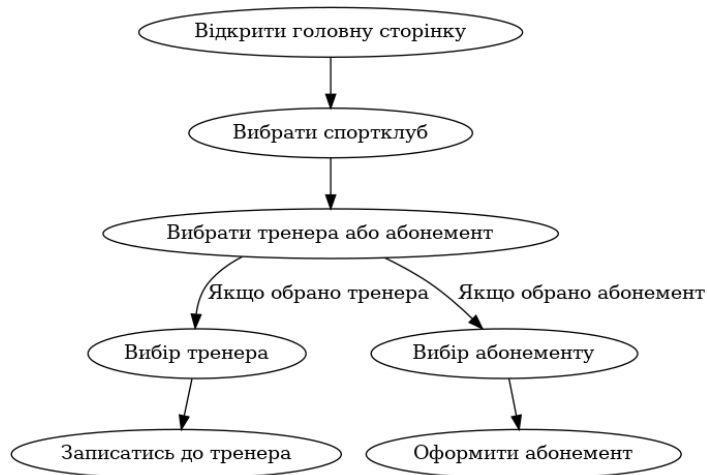


Рисунок 2.3 – Діаграма потоку користувача

Джерело: розроблено автором

2.3 Інформаційна архітектура

Діаграма варіантів використання (use case diagram) є надзвичайно важливим інструментом, що активно застосовується під час моделювання поведінки користувача у взаємодії з майбутньою системою. Вона виконує роль візуального посередника між командою розробників і кінцевим користувачем, дозволяючи зрозуміло і структуровано відобразити всі основні сценарії використання продукту. Завдяки такій діаграмі можна наочно представити функціональні можливості системи саме з точки зору людини, яка безпосередньо користуватиметься нею в реальному житті. Це дає змогу не лише краще оцінити очікування аудиторії, але й запобігти появі логічних помилок або суперечностей у процесі проєктування.

Застосування діаграм варіантів використання на ранніх етапах розробки дає змогу ще до написання коду сформулювати чітке розуміння логіки взаємодії користувача з інтерфейсом, і відповідно – адаптувати функціонал системи під реальні потреби. Такий підхід значно підвищує ефективність проєктного процесу та знижує ймовірність суттєвих змін на пізніших стадіях.

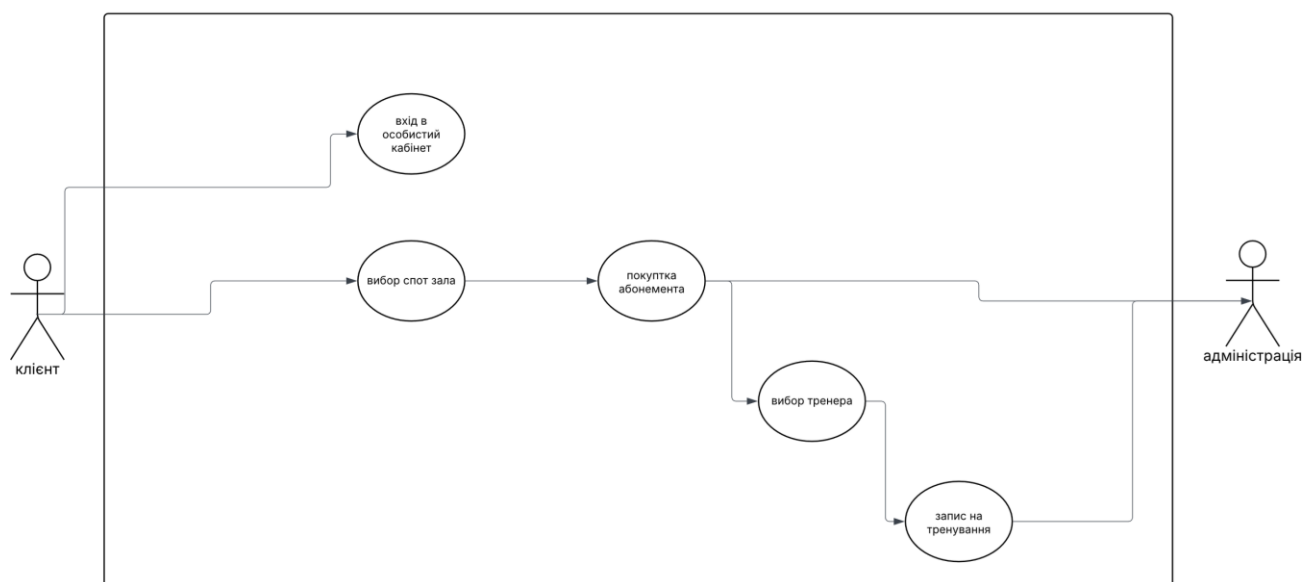


Рисунок 2.4 – Діаграма варіантів використання (Use Case Diagram),

Джерело: розроблено автором

Після того, як була побудована діаграма варіантів використання (рис 2.4), яка чітко окреслює різноманітні типи користувачів та сценарії їхньої взаємодії з системою, наступним важливим кроком у процесі розробки став створення карти сайту (Site Map). Цей етап дозволяє візуалізувати структуру і взаємозв'язки між різними сторінками, що в свою чергу полегшує подальшу організацію та планування навігації по сайту, забезпечуючи зручність і логічність у використанні.

Структура сайту (Site Map) – це схема розміщення ієрархічно розташованих сторінок на ньому. Іншими словами, це розробка плану, згідно з яким всі сторінки, категорії, підкатегорії, картки товарів чи описи послуг логічно з'єднані одна з іншою [10].

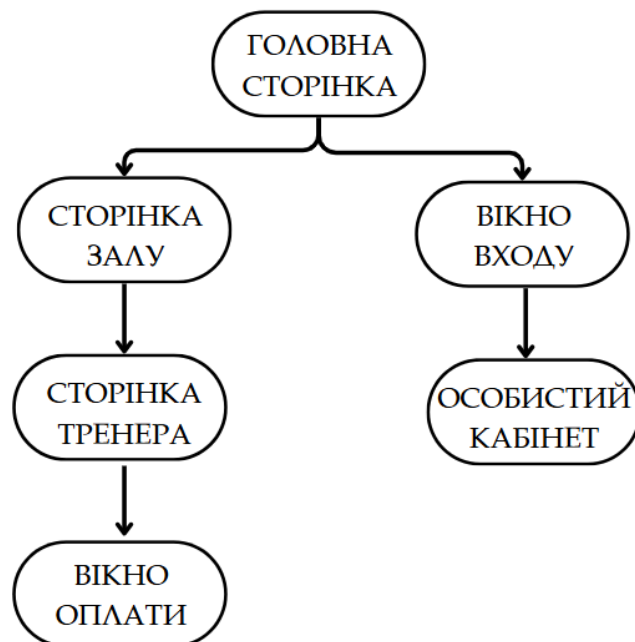


Рисунок 2.4 – Site Map

Джерело: розроблено автором

Висновки до розділу 2

У цьому розділі було детально розглянуто ключові етапи проектування користувацького інтерфейсу, зокрема в контексті UX-дизайну, який спрямований на оптимізацію взаємодії між користувачем та цифровим

продуктом. Кожен підрозділ розкриває окремий, але тісно пов'язаний аспект, що дозволяє сформувати цілісну картину ефективної і зручної взаємодії.

Моделювання структури UI/UX дизайну стало основою для створення першочергового прототипу (wireframe), який покладає базу для подальшого розвитку інтерфейсу. Цей етап акцентує увагу на функціональності, логічності та зручності користування, що є першорядними критеріями для якісного дизайну.

У процесі моделювання поведінки користувача за допомогою мапи подорожі клієнта та діаграми потоку користувача вдалося детально описати реальні сценарії використання продукту, виявити болісні точки і знайти оптимальні шляхи для покращення користувацького досвіду. Це дозволило побудувати більш ефективну та приємну взаємодію з продуктом.

Таким чином, всі інструменти, від прототипів до діаграм і карт, є важливими елементами для створення інтуїтивно зрозумілого, зручного та логічно організованого інтерфейсу. Вони забезпечують не лише візуальну привабливість, але й ефективність та зручність використання продукту на всіх етапах його життєвого циклу.

РОЗДІЛ 3

ПРОТОТИПУВАННЯ UI/UX ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТУ ФІТНЕС КЛУБУ "PEAK PULSE"

3.1 Обґрунтування колористики та типографіки

Колористика – це не просто естетика. Це потужний інструмент, що формує перше враження, викликає емоції користувача і впливає на його поведінку на сайті. Правильно підібрана палітра кольорів допомагає:

- підсилити впізнаваність бренду;
- покращити читабельність контенту;
- створити правильну атмосферу для цільової аудиторії.

Сам прототип побудований на основі двох ключових кольорів, і цей вибір був зовсім не випадковим. Кожен з них має своє змістове навантаження та виконує важливу роль у створенні загального візуального образу продукту.

Назва прототипу – «Peak Pulse» – одразу викликає чітку асоціацію з життєво важливою темою: роботою серцево-судинної системи. Саме тому ми звернулися до візуальної символіки, близької до тематики серця, кровообігу, ритму та енергії життя.

Основні кольори були підібрані з урахуванням цих емоційних та біологічних асоціацій. Один із них нагадує насичений відтінок артеріальної крові (рис 3.1) – яскравий, теплий, динамічний. Він символізує силу, рух, енергію та життєвий пульс. Другий (рис 3.2) – спокійніший, врівноважений, який створює контраст і водночас підтримує гармонію, підкреслюючи глибину, стабільність та надійність інтерфейсу.

Цей підхід дозволив не лише створити естетично приємний дизайн, а й закласти в нього певний сенс – підкреслити зв'язок між назвою, функціональністю та емоційним сприйняттям продукту.

Розробка логотипу компанії – це не просто дизайнерське завдання, а важливий стратегічний крок, який має довгостроковий вплив на формування іміджу бренду. Логотип виступає своєрідним візуальним кодом або ключем,

що одразу асоціюється з компанією, її цінностями, напрямком діяльності та унікальною пропозицією для споживача. Саме завдяки логотипу формується перше враження про бренд, яке, як відомо, часто виявляється вирішальним у подальшій взаємодії з аудиторією.

Головним чином розробка логотипу є унікальним візуальним елементом, який допомагає бренду виділитися серед конкурентів. Хороший лого легко впізнається, що сприяє запам'ятовуванню бренду серед споживачів [11].

У прототипі логотип (рис 3.3) виконує функцію орієнтиру він з'являється у верхній частині інтерфейсу (header), підсилює загальний стиль сайту та адаптований для всіх типів екранів. Особлива увага приділена тому, щоб логотип гармонійно поєднувався з кольоровою палітрою та типографікою бренду.



Рисунок 3.1 – Наближений колір серця

Джерело: розроблено автором



Рисунок 3.2 – Наближений колір артеріальної крові

Джерело: розроблено автором



Рисунок 3.3 логотип прототипу

Джерело[12]

У цьому проєкті використовується лише один шрифт – Inter, що забезпечує чисту, сучасну та послідовну типографіку на всіх пристроях.

Чому обрано Inter?

- Оптимізований для екранів: Inter розроблений спеціально для цифрових інтерфейсів. Його висока x-висота та чіткі форми покращують читабельність на екранах будь-якого розміру.
- Гнучкість завдяки змінним шрифтам: Inter підтримує змінні шрифти, що дозволяє плавно змінювати вагу та нахил без завантаження кількох файлів, покращуючи продуктивність сайту.

[13]

- Відкритий код: Inter є безкоштовним та відкритим шрифтом, що дозволяє використовувати його без обмежень у комерційних та некомерційних проєктах. [14]

3.2 Створення високоякісного прототипу

Після того як були визначені основні візуальні складові бренду – зокрема, кольорова палітра, логотип, шрифтове оформлення та загальний стиль – проєкт переходить до наступного, не менш важливого етапу розробки. Йдеться про створення високоякісного прототипу, який слугує завершеною візуальною моделлю майбутнього цифрового продукту. На відміну від початкових ескізів або wireframe-макетів, цей прототип не є лише загальною схемою розміщення елементів, а повністю оформленим інтерактивним рішенням, яке дає змогу максимально точно уявити кінцевий результат.

Такий прототип демонструє не лише зовнішній вигляд інтерфейсу, а й логіку його роботи, включаючи взаємодію користувача з різними елементами – кнопками, меню, формами, анімаціями тощо. Це дозволяє клієнтам, розробникам і дизайнерам побачити, як саме працюватиме продукт у реальному середовищі, ще до його технічної реалізації. Таким чином, створення високоякісного прототипу є ключовим етапом перевірки концепції й узгодження всіх деталей перед запуском у розробку.

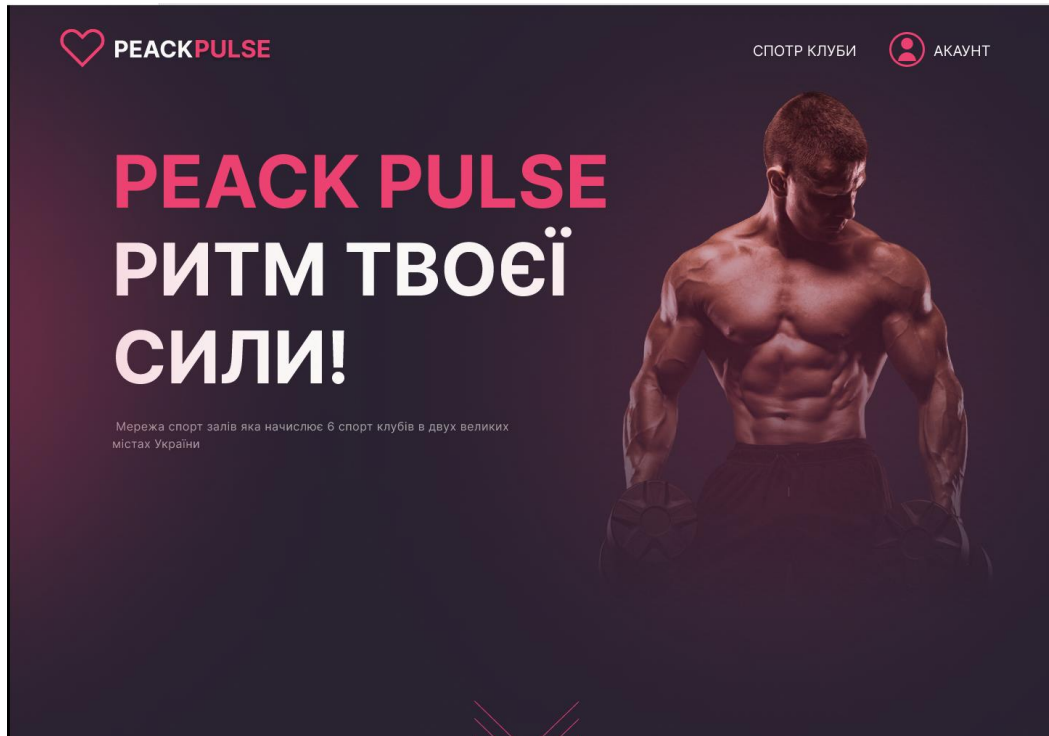


Рисунок 3.4 – Головна сторінка

Джерело: розроблено автором

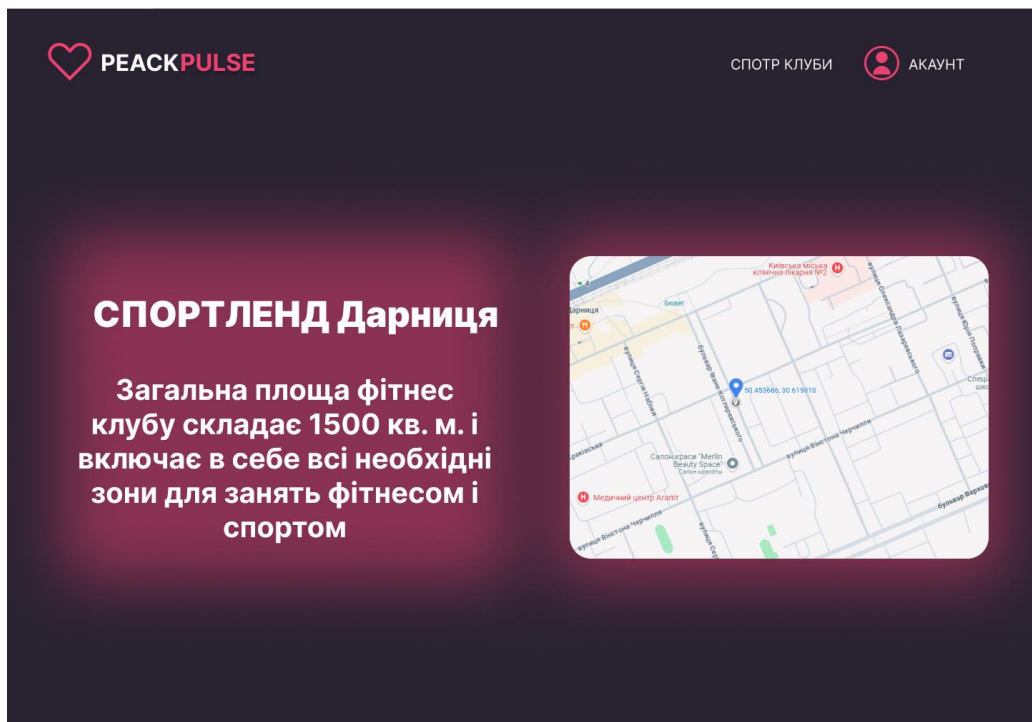


Рисунок 3.5 – Сторінка вибраного спорт залу

Джерело: розроблено автором

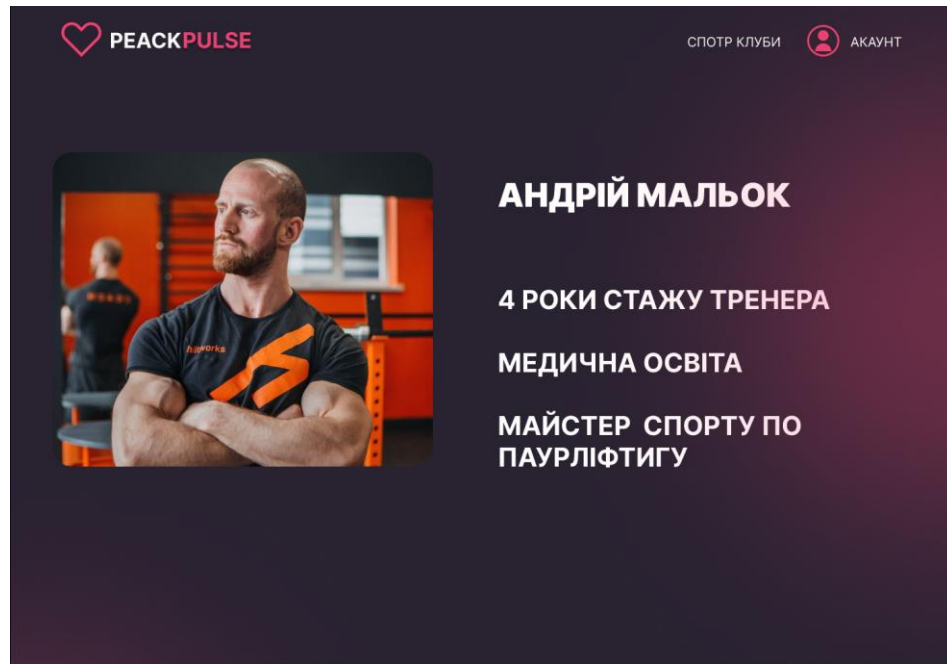


Рисунок 3.6 – Сторінка вибраного тренера

Джерело: розроблено автором

Особливий акцент у процесі розробки було зроблено на питаннях інклюзивності та доступності інтерфейсу для користувачів з різними потребами (рис 3.7). Зокрема, було реалізовано окремий варіант дизайну, спеціально адаптований для людей із порушеннями зору. Такий підхід не лише демонструє відповідальність і турботу про всіх користувачів без винятку, але й підкреслює прагнення до створення справді універсального цифрового продукту, який може бути комфортним та зрозумілим для максимально широкої аудиторії.

Розробка інтерфейсу з урахуванням вимог доступності передбачає дотримання сучасних міжнародних стандартів, таких як WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines). Ці стандарти регламентують принципи розробки контенту, що має бути сприйнятливим, функціональним, зрозумілим і стабільним для людей з різноманітними видами обмежень. Врахування таких норм у процесі проєктування дозволяє не лише покращити якість продукту, але й підвищити його конкурентоспроможність та соціальну значущість.

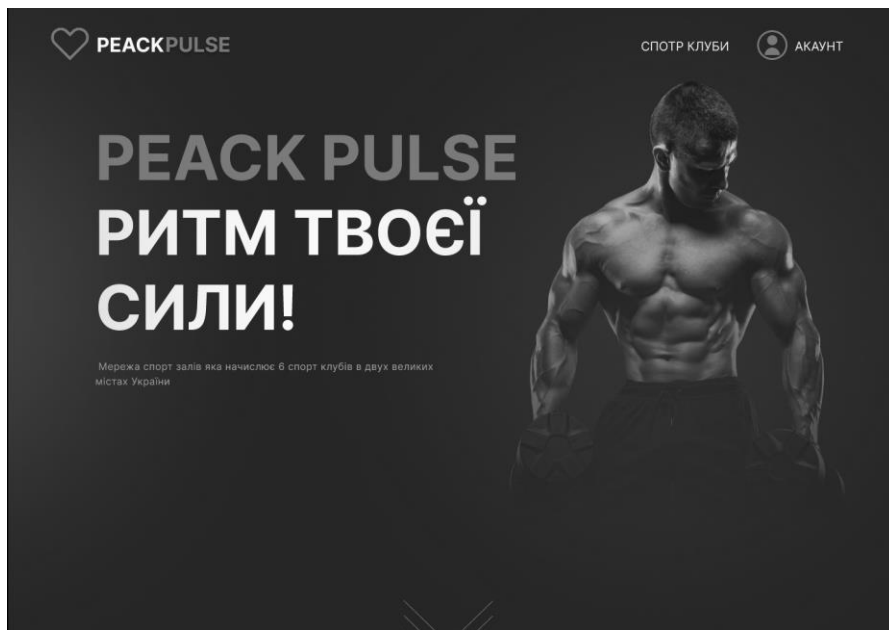


Рисунок 3.7 – Головна сторінка для людей з вадами зору

Джерело: розроблено автором

Також, в рамках розробки прототипу, було створено світлу тему (рис 3.8-3.9), оскільки варіант із яскравим фоном і світлими елементами інтерфейсу є більш зручним для деяких користувачів. Це дозволяє тим, хто віддає перевагу такому стилю, працювати з додатком або веб-сайтом без зайвого напруження для очей, особливо за умов хорошого освітлення.

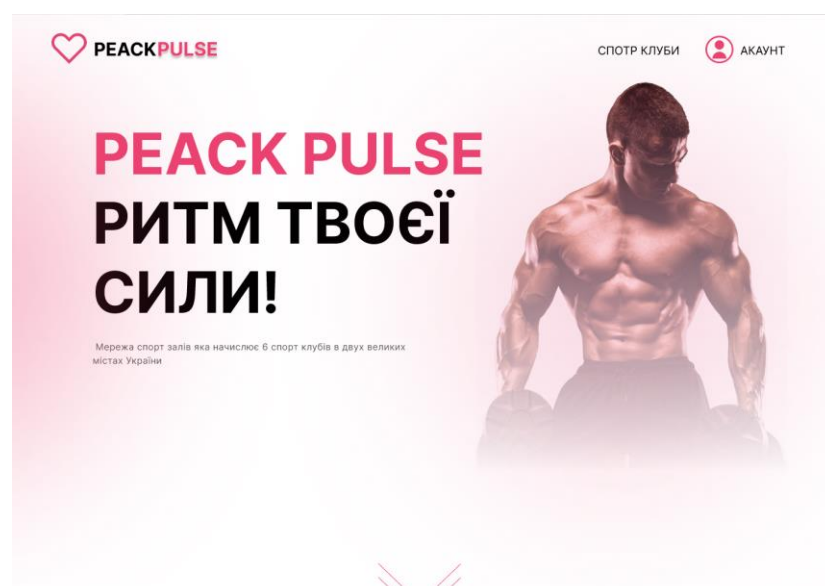


Рисунок 3.8 – Головна сторінка в світлій темі

Джерело: розроблено автором

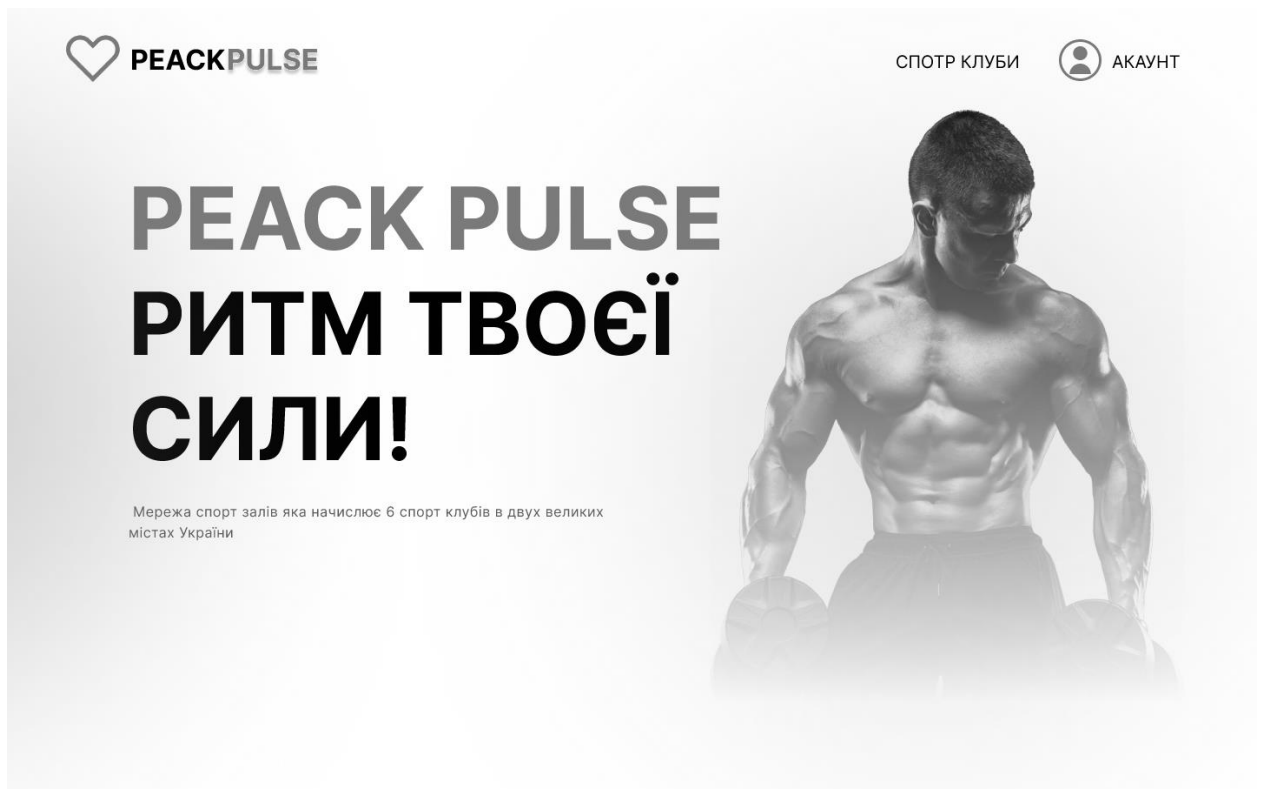


Рисунок 3.9 – Головна сторінка в світлій темі для людей з вадами зору

Джерело: розроблено автором

3.3 Адаптивний прототип

У процесі розробки було реалізовано адаптивну комп'ютерну версію інтерфейсу, а також спеціально оптимізовану версію для мобільних пристроїв, що враховує всі сучасні принципи зручності використання на різних типах екранів та у різних умовах. Обидві версії, як для десктопів, так і для мобільних платформ, були розроблені в двох кольорових темах – світлій і темній. Це рішення не лише відповідає популярним модним тенденціям, а й є важливим кроком у напрямку підвищення рівня персоналізації та максимального комфорту для користувача, надаючи можливість обирати найбільш зручний для себе варіант інтерфейсу залежно від умов освітлення чи індивідуальних вподобань.

Обидві версії враховують сучасні принципи зручності використання на різних типах екранів та в різноманітних умовах. Адаптована мобільна версія представлена на рис. 3.10.

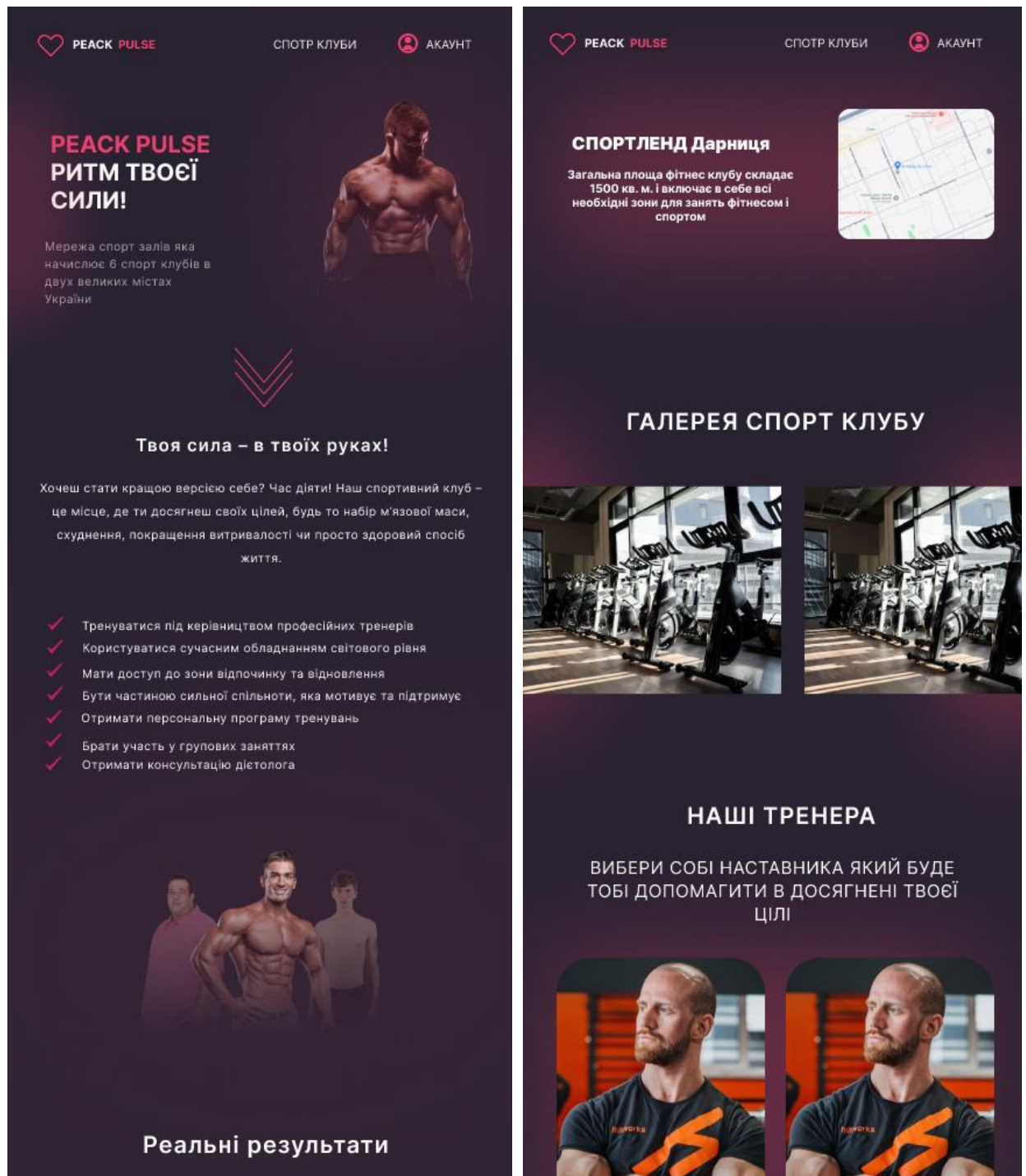


Рисунок 3.10 – Головна сторінка та сторінка спорт залу для мобільної версії

Джерело: розроблено автором

Окрему увагу приділено доступності: розроблено спеціальний варіант для людей з вадами зору, що враховує підвищений контраст і спрощену візуальну структуру (рис. 3.11).



Рисунок 3.11 – Головна сторінка та сторінка спорт залу

для людей з вадами зору

Джерело: розроблено автором

Також важливим аспектом стала реалізація підтримки двох кольорових тем – світлої та темної. Це рішення відповідає сучасним тенденціям UI/UX-дизайну, а також сприяє індивідуалізації взаємодії користувача з продуктом.

Темна тема особливо корисна в умовах низького освітлення або для зниження навантаження на зір, тоді як світла тема є традиційнішою та зручною в яскравому середовищі. Користувач має можливість самостійно перемикає тему інтерфейсу залежно від власних уподобань або умов використання. Візуалізацію інтерфейсу в світлій темі можна побачити на рисунках 3.12 (інтерфейс для людей з вадами зору) та 3.13 (стандартна версія).

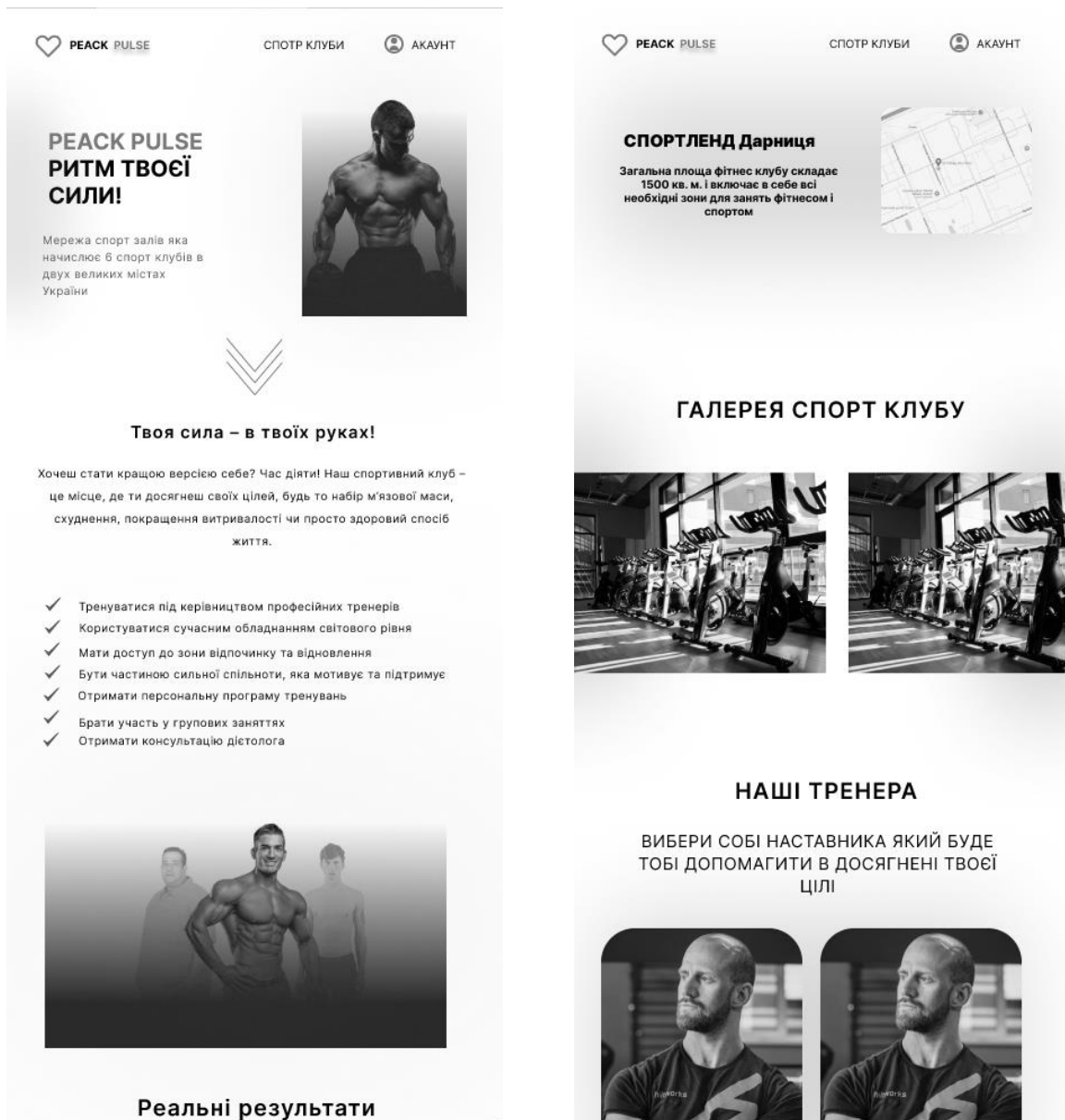


Рисунок 3.12 – Головна сторінка та сторінка спорт залу в світлій темі

Для людей з вадами зору

Джерело: розроблено автором

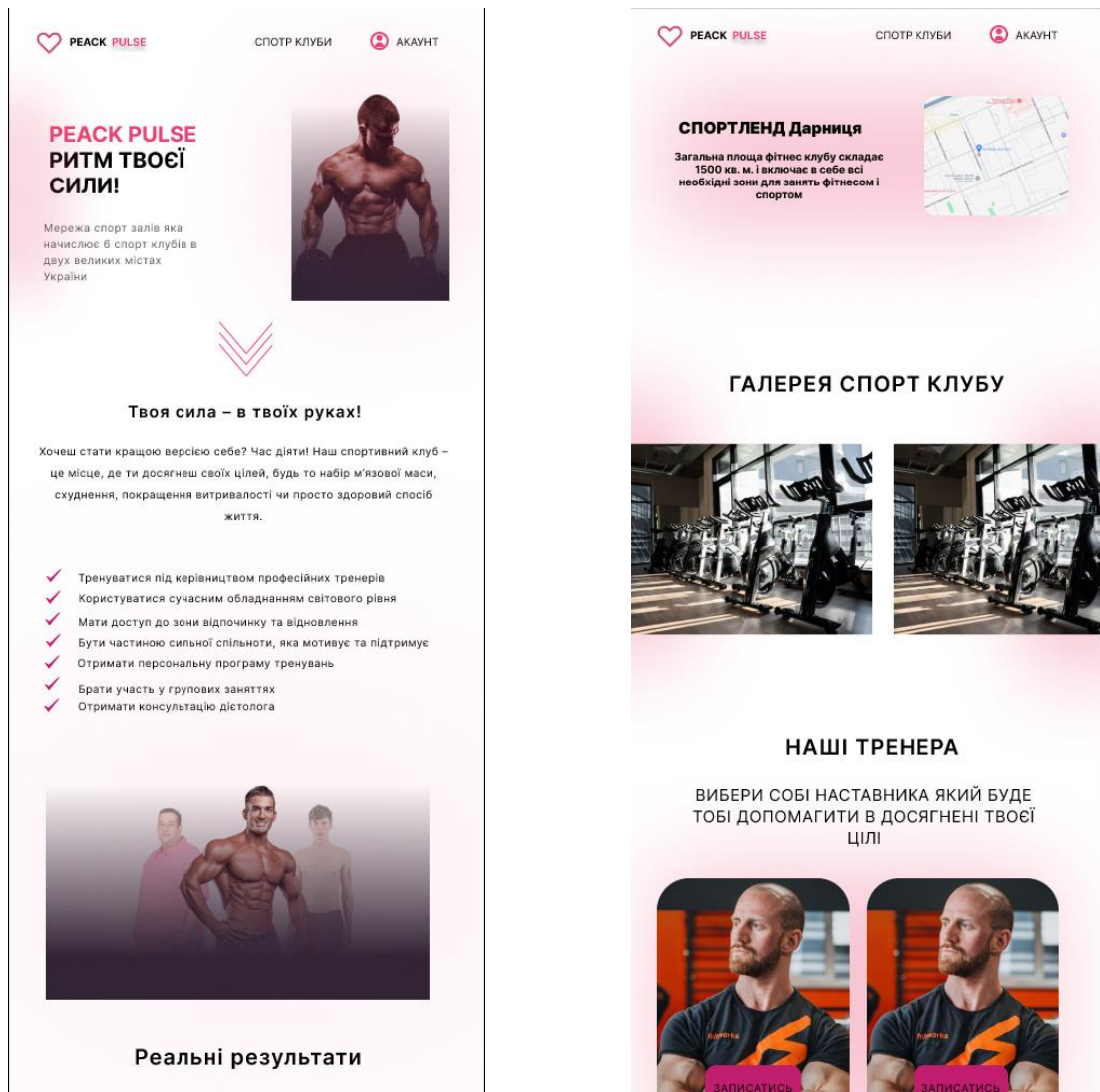


Рисунок 3.13 – Головна сторінка та сторінка спорт залу в світлій темі

Джерело: розроблено автором

Висновки до розділу 3

У результаті детальної роботи над третім розділом було сформульовано та ретельно обґрунтовано основні елементи візуального стилю для майбутнього інтерфейсу. Серед них особливу увагу було приділено колористиці та типографіці, оскільки вони відіграють ключову роль у створенні естетично приємного вигляду та зручного сприйняття інформації користувачем. На основі цих рішень було створено високоякісний прототип, який наочно демонструє структуру, функціональність і логіку взаємодії з продуктом, забезпечуючи чітке і зрозуміле використання всіх можливостей.

Завершальним етапом цього процесу стало розроблення адаптивного прототипу, що дозволяє гарантувати правильне та зручне відображення інтерфейсу на різних типах пристроїв, забезпечуючи комфортне використання як на настільних комп'ютерах, так і на мобільних платформах.

ВИСНОВКИ

У межах кваліфікаційної роботи було успішно реалізовано повний цикл розробки UI/UX дизайну веб-сайту для фітнес-клубу "Peak Pulse", що включає теоретичне обґрунтування, аналіз конкурентів, проектування інтерфейсу та створення прототипу з адаптивною та інклюзивною підтримкою.

У першому розділі досліджено предметну область та ключові принципи UI/UX-дизайну. Проведено порівняльний аналіз конкурентних вебсайтів провідних фітнес-клубів України, виявлено їхні сильні та слабкі сторони. Це дозволило сформулювати чіткі вимоги до майбутнього продукту з урахуванням потреб цільової аудиторії та помилок конкурентів.

У другому розділі здійснено моделювання структури, поведінки інтерфейсу та інформаційної архітектури сайту. Створено wireframe-прототип, customer journey map, use case та sitemap, що забезпечили логічну побудову взаємодії користувача з платформою. Такі інструменти дозволили ретельно продумати юзабіліті й навігацію.

У третьому розділі обґрунтовано візуальні елементи дизайну – колористику, типографіку та логотип, які формують впізнавану візуальну ідентичність бренду. На основі цих рішень створено високоякісний статичний прототип, а також адаптивну версію інтерфейсу для мобільних пристроїв. Особливу увагу приділено доступності: реалізовано інтерфейс для людей з вадами зору, що відповідає стандартам інклюзивного дизайну.

Узагальнюючи результати, можна зробити висновок, що розроблений UI/UX дизайн вебсайту фітнес-клубу "Peak Pulse" є сучасним, функціональним, зручним та адаптованим під потреби різних користувачів. Робота демонструє комплексний підхід до дизайну, поєднуючи теоретичні знання та практичні навички, а також відповідає актуальним вимогам цифрового продукту в галузі фітнесу.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Що таке UI/UX дизайн та як стати UI/UX дизайнером. URL: <https://jobitt.com/uk/blog/what-is-ui-ux-design> (дата звернення 27.03.25)
2. Sport Life // Вікіпедія вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Sport_Life#:~:text=Sport%20Life%20-%20українська%20мережа%20фітнес,спортивну%20інфраструктуру%20країн%20Східної%20Європи (дата звернення 27.03.25)
3. Sportlife. URL: <https://sportlife.ua/uk/> (дата звернення 27.03.25)
4. FitCurves // Вікіпедія вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/FitCurves> (дата звернення 27.03.25)
5. FitCurves. URL: <https://fitcurves.org> (дата звернення 27.03.25)
6. Total Fitness. URL: <https://totalfitness.com.ua> (дата звернення 27.03.25)
7. Як створити customer journey map в email-маркетингу // Netpeak Blog. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/yak-stvoriti-customer-journey-map-v-yemail-marketingu/> (дата звернення 03.05.25)
8. Customer Journey Map – що це таке? // SendPulse. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/customer-journey-map> (дата звернення 03.05.25)
9. Що таке діаграма User Flow // Weblium. URL: <https://ua.weblium.com/blog/sho-take-diagrama-user-flow> (дата звернення 03.05.25)
10. Структура сайту: основні види, вимоги та приклади // WeDeX. URL: <https://wedex.com.ua/blog/struktura-sajtu-osnovni-vydy-vymogy-ta-pryklady> (дата звернення 03.05.25)
11. Чому важливо розробляти логотип компанії // GRAD. URL: <https://grad.ua/articles/98263-chomu-vazhливо-rozrobljati-logotip-kompaniji.html> (дата звернення 03.05.25)

12. Зображення серця // PNGWing. URL: <https://www.pngwing.com/ru/search?q=сердце&page=8> (дата звернення 03.05.25)
13. Використання шрифтів у вебi // Joy of Code. URL: <https://joyofcode.xyz/using-fonts-on-the-web> (дата звернення 03.05.25)
14. Шрифт Inter // FontForge. URL: <https://fontforge.io/sans-serif/inter/> (дата звернення 03.05.25)