



УДК 004.5, 004.738.1www, 004.77

DOI: 10.20535/2077-7264.3(85).2024.310162

© Т. С. Клімович, магістрантка, В. М. Скиба, канд. техн. наук,  
доц., КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна

## ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА КОРИСТУВАЦЬКИЙ ДОСВІД СУЧАСНИХ ВЕБСАЙТІВ

**У роботі висвітлено питання складності створення вебсайтів. Сформовано класифікаційну схему різновидів вебсайтів та чинників, що впливають на процес проектування дизайну сучасних вебсайтів.**

**Ключові слова: UI/UX дизайн; орієнтованість на користувачів; класифікація чинників; вебсайти; дизайнери; контент; юзабіліті.**

### Постановка проблеми

Впродовж останніх років вебсайти є невід’ємною частиною життя суспільства. Вебвзаємодія постійно розвивається та адаптується під запити користувачів та сучасні тенденції. Для цього кожен популярний вебсайт має відповідати ряду вимог, зокрема: цілям власників, потребам користувачів, рівню технічного розвитку ринку чи домену, мати необхідне функціональне забезпечення, а також бути унікальним. Це все створює нові виклики для відповідних фахівців.

Перше, що бачить користувач при завантаженні вебсторінки — це її візуальна складова — користувацький інтерфейс або UI-дизайн. Окрім очевидних візуальних ефектів, зокрема колірно-шрифтового оформлення, іконок та ілюстрацій, він організовує взаємодію користувача з вебсайтом. Тому органічне поєднання візуальної та інтерактивної складової ство-

рює цілісний образ вебсайту, що або приваблює або відштовхує користувача від подальшої взаємодії. У зв’язку з цим, одним із завдань UI-дизайну є зацікавлення користувачів з перших секунд взаємодії зручним, сучасним та самобутнім дизайну. Після візуальної оцінки дизайну вебсайту розпочинається наступний етап — взаємодія користувача та вебсайту з виконанням дій, що забезпечать досягнення цілей користувача, власне задовільнення його потреб. Від того наскільки така взаємодія буде легкою та зрозумілою для саме для користувача і залежить ефективність вебсайту. Основне завдання UX-дизайну — це надати користувачам максимально простий та інтуїтивний процес вирішення користувацьких завдань можливостями вебсайту. Складна чи незрозуміла взаємодія, на жаль, все є однією із найпоширеніших проблем сучасних вебсайтів. У користувачів



вона формує негативний досвід, роздратованість та антипатію, а для власників вебсайтів — це негативні відгуки та невиконання поставлених бізнес-задач. Сьогодні все більше різних сфер діяльності потребують якісних цифрових продуктів, що робить створення ефективного UI/UX дизайну процесу актуальним завданням.

Вміле поєднання сучасних практик UI/UX дизайну з урахуванням специфіки та особливостей бізнес-цілей, всебічне вивчення та реалізація всіх технологічних аспектів функціонування майбутнього вебсайту, а також фокусування на реальному вирішенні потреб користувачької аудиторії здатне реалізувати дійсно ефективне рішення. Хоча на сьогодні діють та активно використовуються при проектуванні вебсайтів стандарти W3C, проте їх зміст не враховує всіх особливостей сучасної взаємодії із вебсайтами. Це обумовлюється тим, що кожен вебсайт є доволі унікальним та вимагає більш персоналізованого розгляду. Залежно від призначення вебсайту і дизайн проектується різним, тому чинники можуть відрізнятися та ступінь їх аналізу також є варіативним. Невпинне впровадження новітніх технологій та інструментів допомагає у дослідженні та реалізації важливих аспектів проектування цифрових продуктів, наприклад, залучення штучного інтелекту, — одночасно захоплює і лякає. На жаль, можливість залучення великої кількості інструментів не є запорукою створення ефективного вебсайту. Наразі практично відсутня інформація щодо вивчення та систематизації чинників, які впливають на якість взаємодії користувача

із сучасним вебпродуктом. Натомість переважає дещо розрізнена інформація щодо загальних підходів, методів та процесів, що покликані підвищити результативність процесу проектування. Тому визначення чинників впливу на користувацький досвід взаємодії із вебсайтом є актуальною та перспективною науково-технічною задачею.

### **Аналіз попередніх досліджень**

Для вирішення поставленої задачі проведено аналіз патентної інформації та науково-технічних джерел, що досліджують процес проектування вебпродуктів та вивчають користувацький досвід.

У стандартах [1–3] висвітлено необхідність орієнтуватися на користувацький досвід та основні принципи, яких варто дотримуватися для створення доступних та зручних вебпродуктів. В цих документах приділяється увага до дизайн-процесів, зокрема залучення користувачів до різних етапів розробки дизайну, створення однакового рівня доступу та можливості використання інформації для всіх користувачів. Проте в них практично відсутні позиції, що розкривають необхідність розуміння інших сторонніх чинників, які можуть суттєво вплинути на створення вебпродукту.

У роботах [4, 5] підкреслено важливість створення інтуїтивності, легкості та послідовності у цифрових продуктах, акцентується увага на досяганні позитивного користувацького досвіду. Суттєва перевага продукту — детальне пропрацювання адаптивності та кросплатформеності, а також



особлива увага елементів дизайну, зокрема колірно-шрифтового оформлення, використання простору та контенту. Проте рекомендації надають лише фундаментальні знання, які необхідно адаптувати та поєднувати із сучасними тенденціями, технологіями, потребами користувачів та побажаннями замовників.

У джерелах [6, 7] акцентовано увагу на вебюзабільті, зокрема надано корисні поради та практичні застосування, які базуються на дослідницьких матеріалах. Представлено перелік шаблонів та можливих проблем, з якими стикаються вебдизайнери під час створення цифрових продуктів. Проте у них майже не розкривається проблематика адаптивного дизайну, яка грає важливу роль сьогодні. Також мало зазначено щодо використання інтеграцій вебпродуктів із різними системами, які є бажаними для користувачів.

У роботі [8] досліджено особливості різних культурних контекстів щодо сприйняття інформації та взаємодії на вебсайтах. Акцентовано на необхідності аналізу чинників, які можуть впливати на користувацький досвід, наприклад, зручність навігації чи загальне сприйняття дизайну вебсайту. Проте у роботі не розкрито вплив цих аспектів на подальшу технічну реалізацію та способи впровадження отриманих даних. У науковій роботі [9] висвітлено вплив кольорової палітри на емоційний стан користувачів та на їх подальшу взаємодію із вебсайтом. Узагальнено, що афективна психологія має бути розглянута у процесі розробки вебдизайну для створення візуально привабли-

віших цифрових продуктів. Проте у роботі також практично відсутні рекомендації з функціонального впровадження таких результатів.

У роботі [10] виокремлено, що підходи дизайн-мислення є актуальними для проблемних ситуацій, які можуть виникати в процесі розробки, а також допомагають у створенні інноваційних рішень. Підкреслено, що дизайн-мислення надає детальне розуміння потреб користувачів, акцентуючи увагу на творчій складовій процесу, користі емпатії до споживачів та ітераційного прототипування. Проте практично не розглянуто технічні аспекти дизайн-процесів, зокрема необхідність інтеграції підходу дизайн-мислення в потреби замовника, а саме бізнес-цілі та життєдіяльність вебпродукту. В іншій роботі [11] висвітлено інтеграцію підходів Lean UX та Agile у процес створення вебсайтів. Дані методології допомагають не тільки детально розуміти потреби користувачів, але й сприяють підвищенню продуктивності та ефективності роботи дизайнерів, у більшості випадків саме командної. Проте у процесі дослідження цих підходів не розкрито питання доступності та інклюзивності, які є важливими для сучасного вебдизайну.

У результаті аналізу патентної інформації виокремлено патент [12], в якому представлено систему і метод для створення матеріалів з дизайну користувацького досвіду. Тобто запропоновано концепт, що буде здатен допомагати дизайнерам розробляти більш доступні інтерфейси шляхом аналізу вже наявних варіантів та формування рекомендації



з їх покращення. Проте в цьому патенті практично не розглянуто питання щодо крос-культурних аспектів дизайну, а також складності інтеграції таких автоматизованих інструментів у традиційний процес роботи фахівців. Аналіз іншого патенту [13] виявив цікаве рішення з покращення процесів UI/UX дизайну внаслідок застосування платформи, яка буде використовувати адаптивне користувацьке тестування, що забезпечується підтвердженими демографічними та поведінковими даними. Такий критерій фокусується на персоналізованому підході, проте фактично не розглядається вплив візуальних та естетичних елементів візуального дизайну на користувацький досвід.

Згідно з проведеним аналізом встановлено, що досліджена інформація мало класифікована, потребує систематизації та більш комплексного підходу, оскільки кожне джерело зазвичай присвячено певному аспекту і не містить загального аналізу та не враховує всі чинники впливу на користувацький досвід у вебсередовищі.

### **Мета роботи**

Визначити та систематизувати чинники, що впливають на досвід користувачів при взаємодії із вебсайтами.

### **Результати проведених досліджень**

Для досягнення поставленої мети спочатку систематизовано та структуровано різні типи вебсайтів за такими ознаками: призначення, спеціалізація, тип структури, функціональність, цільова аудиторія, тип контенту, тип взає-

модії та вид технічної реалізації. Розроблену класифікацію вебсайтів наведено на рис. 1. Відповідно до розподілу за наведеними ознаками виокремлено як саме вебсайти різняться між собою та на чому слід сфокусуватися фахівцям на початку проєкту, щоб запроєктувати позитивну взаємодію із користувачем. Однак варто все-таки зазначити, що за певних обставин вебсайти можуть відповідати декільком категоріям одночасно, оскільки це може бути викликане вимогами замовника чи потребами користувачів, а також формувати індивідуальність вебпроєкту.

При подальших дослідженнях встановлено дев'ять груп чинників, які впливають на користувацький досвід при взаємодії із вебсайтами, а саме: знання про користувачів, дизайн-практика, технологічні аспекти, функціональні та структурні особливості, законодавчі, управлінські та показники забезпечення якості реалізації, розвитку та бізнес-чинники. Звичайно, кожен вебсайт прагне бути унікальним, але врахування наведених чинників (див. рис. 2) суттєво покращують користувацький досвід та збільшують ефективність вебсайту.

Встановлено, що при створенні будь-якого вебсайту усі наведені показники мають бути якісно проаналізовані, адаптовані та проваджені у вебпродукт задля забезпечення якнайкращого користувацького досвіду. Проте відповідно до типу вебсайту, особливостей та специфіки кожен конкретний чинник може бути реалізованим більш або менш детально.

На основі розробленої класифікації чинників, проведено оцінювання

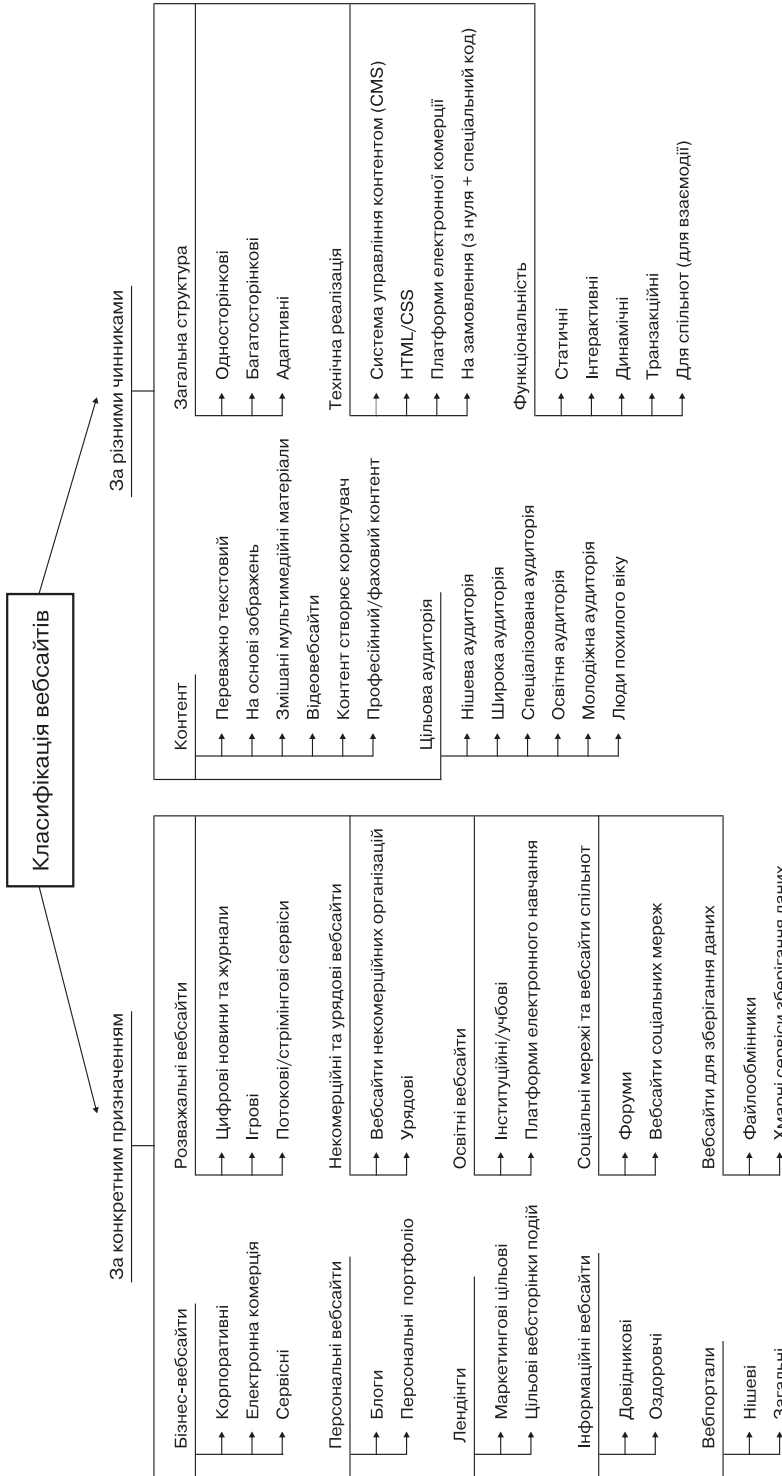


Рис. 1. Класифікаційна схема вебсайтів

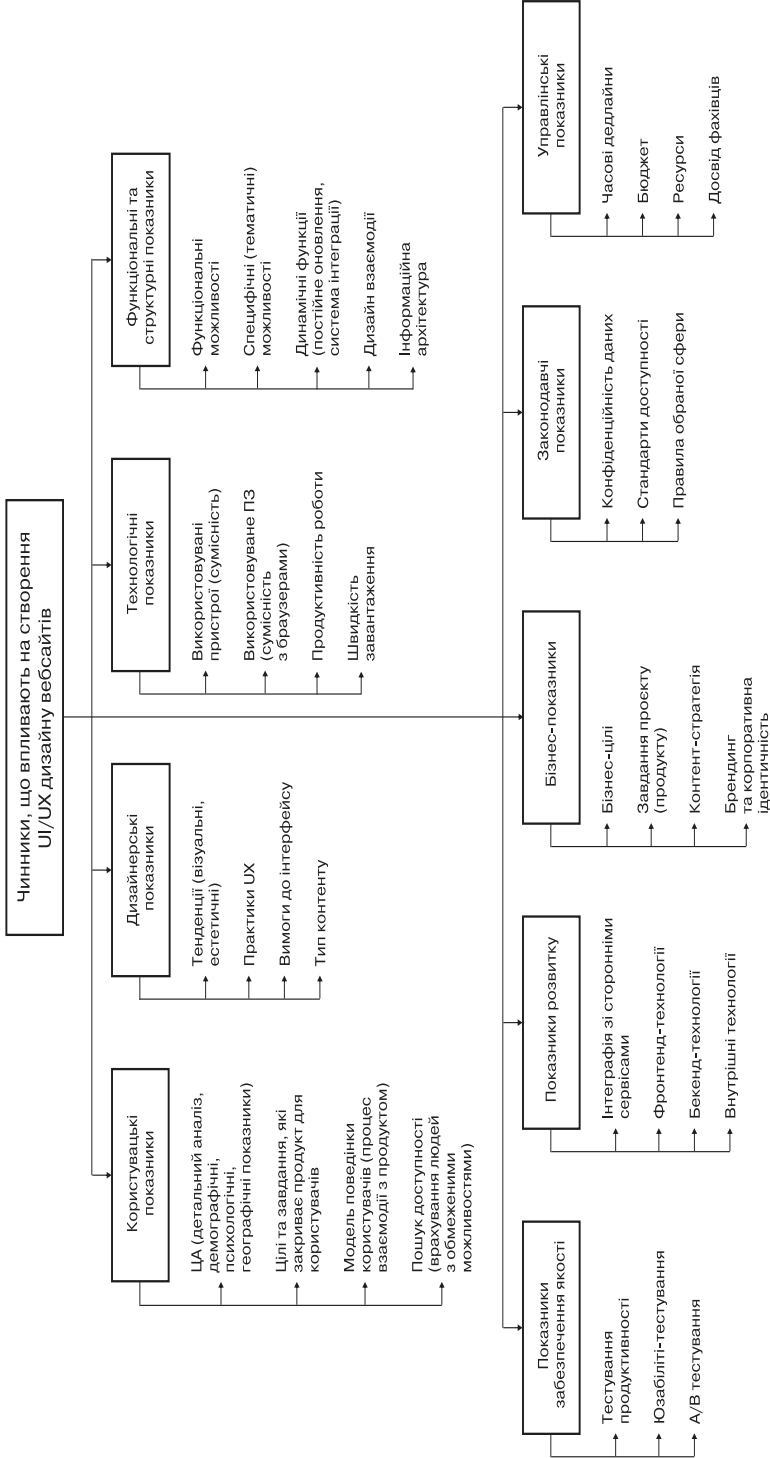


Рис. 2. Схема чинників, що впливають на користувацький досвід при взаємодії із вебсайтами



серед двох залучених категорій. Перша, експертна група — це чинні дизайнери, з необхідним досвідом в індустрії, які спеціалізуються на різних стадіях дизайну та фокусуються на певних аспектах, наприклад, дизайн вебсайтів електронної комерції, мобільний дизайн, інклюзивний дизайн, особливості юзабіліті та інше. Завдання — проранжувати групи чинників від найбільш пріоритетних для них до найменш пріоритетних. У випадку експертів відповіді базувалися на професійному досвіді, тобто на чому вони фокусуються у процесі створення вебсайту.

Аналіз результатів проведеного експертного оцінювання встановив таке: для дизайнерів (див. рис. 3) більш вагомими є користувачські, дизайнерські, функціональні та структурні чинники. Середнє значення мають технологічні чинники, чинники забезпечення якості та розвитку, а менш вагомими — бізнес-чинники, законодавчі та управлінські. Також переважною біль-

шістю експертів зазначено, що всі чинники обов'язково мають враховуватись в процесі створення, однак за певних умов одні з них матимуть більш суттєвий вплив, ніж інші. Наприклад, для вебсайтів, основною цільовою аудиторією якого є люди із особливими потребами, та, які проєктуються із інклюзивним дизайном законодавчі чинники будуть більш вагомими. Натомість для вебсайтів електронної комерції досить вагомими є бізнес-чинники, а от для вебсайтів із широкою аудиторією та різноманітною кількістю функцій є доволі вагомими технологічні чинники.

Також відповідно до запропонованої класифікації та на основі результатів опитування встановлено певні особливості підкатегорій. Найбільш пріоритетні групи чинників для презентаційних вебсайтів — це дизайнерські, функціональні та структурні, а також чинники забезпечення якості. Відповідно до свого призначення

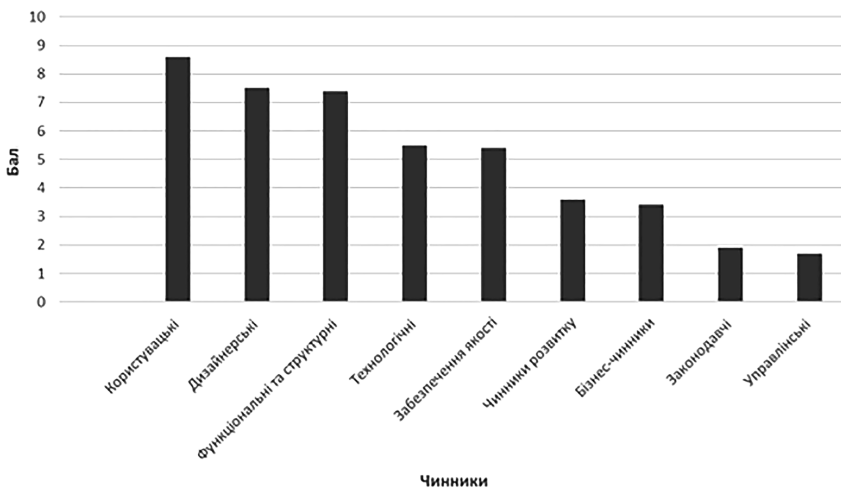


Рис. 3. Результати експертного оцінювання групи дизайнерів



саме такі вебсайти частіше за все представляють щось, тому мають бути впізнаваними та візуально привабливими для користувачів. При цьому мати зрозумілу структуру та навігацію і просту взаємодію, щоб користувачі легко могли знаходити потрібну інформацію.

Для цільових вебсторінок (лендінгів) більш вагомими слід вважати користувацькі, дизайнерські та бізнес-чинники. Такі вебпродукти більш орієнтовані на конверсію, тому для них важливо чітко розуміти користувачів, щоб мати змогу спрямувати їх на певну цільову дію. Дизайн такого типу не повинен мати відволікаючих елементів, а лише підкреслювати тематику та візуально підводити до необхідних блоків вебсторінки. За своїм призначенням лендінги спрямовані на бізнес-цілі, тому детальне врахування саме бізнес-чинників є для них більш пріоритетним.

Для вебсервісів пріоритетними слід вважати технологічні, функціональні та структурні, а також чинники забезпечення якості. Такі вебпродукти є доволі розповсюдженими та спрямовані на велику кількість призначень та користувачів, тому й мають доволі високі вимоги щодо оптимізації адаптивності, швидкості та продуктивності. Реалізація таких вимог потребує постійного тестування, оновлення та оперативного виправлення помилок у разі їх виникнення. Внаслідок різноманітного наповнення та структурних особливостей користувачі мають більш легко орієнтуватися у функціональності вебсайту та інтуїтивно переміщуватися між його складниками.

Найпріоритетнішими чинниками для вебсайтів електронної комерції слід вважати бізнес-чинники, функціональні, структурні та законодавчі чинники. Такий перелік обґрунтовано тим, що такі вебпродукти мають забезпечувати довіру користувачів шляхом відповідності усім законодавчим вимогам для відповідної сфери діяльності. Бізнес-цілі є ключовими для власників таких продуктів, тому їх врахування у дизайні має сприяти більш ефективним результатам взаємодії із користувачами, а зрозуміла та інтуїтивна структура допоможе задовольнити їх потреби. Також варто врахувати роль і користувацьких чинників, оскільки персоналізація, чітка орієнтованість на обрану ЦА, розуміння її потреб допоможе покращити ефективність таких вебпродуктів.

Для інформаційних вебресурсів більш важливими є чинники забезпечення якості, функціональні та структурні, а також користувацькі. Такі вебпродукти мають надавати користувачам відповідний контент, з можливістю легкого та інтуїтивного переміщення для отримання бажаних запитів без перешкод. Для користувачів вебресурси, що містять велику кількість інформації, часто асоціюються із певним сприйняттям загубленістю та не зовсім чіткого розуміння поточного місцеперебування, навігації та розумінням як дістатися до бажаного контенту, тому ці перешкоди варто долати шляхом проектування інтуїтивно зрозумілої навігації та ефективних пошукових функцій.

Пріоритетними чинниками для соціальних мереж варто вважати користувацькі, технологічні





та законодавчі. Функціонування таких вебпродуктів побудовано на взаємодії між користувачами, тому розуміння їх поведінки, характеру та потреб є вагомим чинником, що впливає на ефективність такого продукту. Оскільки соціальні мережі зазвичай мають великий трафік, тому їхня архітектура має бути готова до високих навантажень і при цьому мати зрозумілий та функціональний візуальний дизайн, надаючи користувачам продуктивність, швидкість й адаптивність до різних пристроїв та браузерів. Також важливими є функції безпеки, конфіденційності даних та інші правові аспекти, що забезпечують надійність, а відтак і довіру у користувачів.

Друга залучена категорія для оцінювання — це користувачі, група людей, які мають певний досвід взаємодії з різноманітними вебпродуктами із запропонованої класифікації та дотичні до відповідних сфер діяльності. Завдання — проранжувати чинники від більш пріоритетних для них до менш пріоритетних. У випадку

користувачів — це наявний власний досвід взаємодії з різними типами вебсайтів. Для цієї групи дещо змінено чинники, оскільки користувачі не володіють професійними навичками на відміну від дизайнерів та потенційно не розуміють всієї складності процесу створення вебпродуктів, вони бачать лише кінцевий результат та взаємодіють вже із готовими рішеннями. Відтак для користувачів виділено наступний ряд чинників: юзабіліті, продуктивність, залучення (взаємодія), якість контенту, доступність, безпека та довіра.

Аналіз результатів проведеного оцінювання (див. рис. 4) встановив таке: для користувачів більш вагомими є юзабіліті та продуктивність вебсайтів та залучення користувачів, менш вагомими слід вважати якість контенту, доступність, безпека та довіра до вебпродуктів. Із додаткових аспектів при користувацькому оцінюванні встановлено, що первинно важливо, щоб вебсайт був зручним, привабливим та інтуїтивно зрозумілим

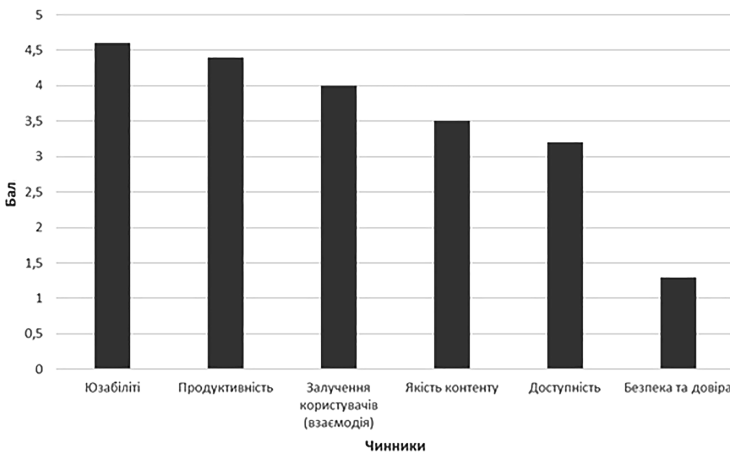


Рис. 4. Результати опитування групи користувачів



із самого початку взаємодії, а всі інші аспекти враховуються як додаткові. При розгляді вебсайтів до запропонованої класифікації встановлено, що для користувачів у презентаційних вебсайтів більш вагомим є якість контенту, у цільових вебсторінках — залучення (взаємодія), у вебсервісів — продуктивність та юзабіліті, у вебсайтах електронної комерції — юзабіліті та безпека й довіра, у інформаційних вебресурсах — якість контенту, у соціальних мережах — юзабіліті.

Підсумовуючи результати проведеного оцінювання, можна зробити висновок, що бачення дизайнерів та користувачів мають свої точки перетину. Наприклад, юзабіліті легко можна віднести саме до функціональних та структурних чинників, в обох категоріях це найбільш вагомий результат. Також юзабіліті є дотичним до користувацьких та дизайнерських чинників, бо воно залежить від розуміння потреб та цілей користувачів, а ще візуальної оцінки вебпродукту. Продуктивність можна віднести до технологічних чинників, дизайнерами ця група оцінена як середніми значеннями, що не зовсім збігається із користувацькими оцінками, проте різниця є не досить суттєвою. Продуктивність можна віднести до чинників забезпечення якості та чинників розвитку, які також мають середнє значення. Залучення користувачів переважно відноситься до користувацьких та дизайнерських чинників, що підтверджує факт спільного бачення і для дизайнерів, і для користувачів. Якість контенту співвідноситься із чинниками забезпечення якості та бізнес-чинників,

тут бачення також перетинається, бо для обох категорій це вже менш вагомий дані. Доступність можна віднести до законодавчих чинників, які дизайнери і користувачі оцінюють не надто високо. Це вкотре підтверджує більше спільне бачення для цих двох категорій. Отже, з проведеного порівняння видно, що дизайнери дійсно намагаються зрозуміти потреби користувачів та реалізують ці знання для проектування ефективних вебпродуктів.

На основі аналізу отриманих результатів побудовано причинно-наслідкову діаграму користувацького досвіду сучасних вебсайтів (див. рис. 5), де проранжовано відповідно до отриманих оцінок чинники впливу на позитивний користувацький досвід.

Ця діаграма дозволяє зрозуміти які із чинників є більш впливовими, а які менш впливовими, врахування цієї інформації вебдизайнерами при проектуванні вебсайтів здатне більш цілеспрямовано сфокусувати їхні зусилля саме на ті аспекти майбутнього продукту, які будуть важливими і майбутнім користувачам та забезпечать успіх вебпродукту.

## Висновки

Внаслідок проведеного аналітичного дослідження встановлено недостатність вивчення чинників впливу на користувацький досвід взаємодії із сучасними вебсайтами.

На основі аналізу науково-технічних джерел розроблено класифікаційну схему вебсайтів, що дозволила систематизувати та структурувати знання про предмет дослідження.





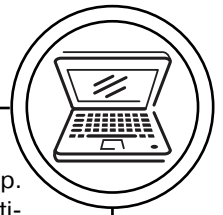
Визначено чинники, що впливають на користувацький досвід при взаємодії із вебсайтами та сформовано пріоритетність впливу таких чинників залежно від призначення вебсайту як серед вебдизайнерів, так і користувачів. Встановлено, що для дизайнерів більш важливо аналізувати та враховувати користувацькі, дизайнерські, функціональні та структурні чинники. Для користувачів більш важливими чинниками виявлено юзабіліті, продуктивність та залучення (взаємодія). Проте, обидві категорії зазначили, що всі чинники є вагомими та мають бути впроваджені у вебпродукти, але з різним рівнем деталізації. Опитуван-

ня також показало, що у дизайнерів та користувачів спільні вагомі результати — це свідчить про те, що обидві групи бачать процес однаково, але кожен зі своєї сторони. Дизайнери розуміють, чого хочуть користувачі та намагаються впроваджувати це у роботу для отримання якісних та ефективних вебсайтів.

Розроблено причинно-наслідкову діаграму користувацького досвіду, яка дозволить вебдизайнерам, враховуючи виявлені чинники впливу, проєктувати майбутні рішення, що здатні покращити взаємодію із вебсайтами та здатні забезпечити позитивну динаміку основних показників вебпроєктів.

## Список використаної літератури

1. International Organization for Standardization. (2019). ISO 27500:2019 — Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.iso.org/standard/77520.html>.
2. (WAI), W.A.I. (d. n.). Home. Web Accessibility Initiative (WAI). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.w3.org/WAI/>.
3. ДСТУ EN ISO 14915-1:2009. (2009). Інтерактивні системи інформаційних технологій. Принципи дизайну мультимедійних користувацьких інтерфейсів. Частина 1. Загальні положення.
4. Design and code Windows apps — Windows apps. (d. n.). Microsoft Learn: Build skills that open doors in your career. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://learn.microsoft.com/en-us/windows/apps/design/>.
5. Material Design. (d. n.). Material Design. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://m3.material.io/>.
6. Krug S. Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability (Third ed.) / S. Krug. New Riders. 2014.
7. Tidwell J. Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design (3rd ed.) / J. Tidwell, C. Brewer, A. Valencia. O'Reilly Media. 2019.
8. Lungwen K. Affective psychology and color display of interactive website design / K. Lungwen, Ch. Tsuiyueh, L. Chih-Chun // Displays. 2022. 71. pp. 102134. <https://doi.org/10.1016/j.displa.2021.102134>.
9. Rukshan Al. The Influence of User Culture on Website Usability / Al. Rukshan, N. Thompson, T. McGill, D. Murray // International Journal of Human-Computer Studies. 2021. 154. pp. 102688. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2021.102688>.
10. Liedtka J. Why Design Thinking Works / J. Liedtka // Harvard Business Review. 2018. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://hbr.org/2018/09/why-design-thinking-works>.



11. Kaley A. *Lean UX & Agile: Study Guide* / A. Kaley. Nielsen Norman Group. 2023. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.nngroup.com/articles/lean-ux-agile-study-guide/>.

12. Madhugiri V., Hegde Sandeep L., Hanumantha Rao Pr. System and method for generating accessible user experience design guidance materials. US Patent No. US11847432B2. United States Patent and Trademark Office. Опубліковано 19.12.2023. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://worldwide.espacenet.com/patent/search?q=pn%3DUS11847432B2>.

13. Ziaee Ash., Hamilton F. Sk. Software as a service platform utilizing novel means and methods for analysis, improvement, generation, and delivery of interactive UI/UX using adaptive testing, adaptive tester selection, and persistent tester pools with verified demographic data and ongoing behavioral data collection. US Patent No. US10963369B2. United States Patent and Trademark Office. Опубліковано 30.03.2021. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://worldwide.espacenet.com/patent/search?q=pn%3DUS10963369B2>.

### References

1. International Organization for Standardization. (2019). *ISO 27500:2019 – Ergonomics of human-system interaction – Part 210: Human-centred design for interactive systems*. Retrieved from <https://www.iso.org/standard/77520.html>.

2. (WAI), W.A.I. (d. n.). Home. Web Accessibility Initiative (WAI). Retrieved from <https://www.w3.org/WAI/>.

3. National standards of Ukraine (2009). *DSTU EN ISO 14915-1:2009. Interaktyvni systemy informatsiinykh tekhnolohii. Pryntsyvy dyzainu multymediiykh korystuvatskykh interfeisiv. Chastyna 1. Zahalni polozhennia [Interactive information technology systems. Design principles for multimedia user interfaces. Part 1. General provisions]* [in Ukrainian].

4. *Design and code Windows apps – Windows apps*. (d. n.). Microsoft Learn: *Build skills that open doors in your career*. Retrieved from <https://learn.microsoft.com/en-us/windows/apps/design/>.

5. *Material Design*. (d. n.). *Material Design*. Retrieved from <https://m3.material.io/>.

6. Krug, S. (2014). *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability*. New Riders.

7. Tidwell, J., Brewer, C., & Valencia, A. (2019). *Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design*. O'Reilly Media.

8. Lungwen, K., Tsuiyueh, Ch., & Chih-Chun, L. (2022). Affective psychology and color display of interactive website design. *Displays*, (71), 102134. <https://doi.org/10.1016/j.displa.2021.102134>.

9. Rukshan, Al., Thompson, N., McGill, T., & Murray, D. (2021). The Influence of User Culture on Website Usability. *International Journal of Human-Computer Studies*, (154), 102688. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2021.102688>.

10. Liedtka, J. (2018). Why Design Thinking Works. *Harvard Business Review*. Retrieved from <https://hbr.org/2018/09/why-design-thinking-works>.

11. Kaley, A. (2023). *Lean UX & Agile: Study Guide*. Retrieved from <https://www.nngroup.com/articles/lean-ux-agile-study-guide/>.

12. Madhugiri, V., Hegde, Sandeep L., & Hanumantha Rao, Pr. *System and method for generating accessible user experience design guidance materials* // US Patent No. US11847432B2. Publish 19.12.2023. Retrieved from <https://worldwide.espacenet.com/patent/search?q=pn%3DUS11847432B2>.



13. Ziaee, Ash., & Hamilton, F. Sk. *Software as a service platform utilizing novel means and methods for analysis, improvement, generation, and delivery of interactive UI/UX using adaptive testing, adaptive tester selection, and persistent tester pools with verified demographic data and ongoing behavioral data collection* // US Patent No. US10963369B2. Publish 30.03.2021. Retrieved from <https://worldwide.espacenet.com/patent/search?q=pn%3DUS10963369B2>.

**The paper highlights the issue of the complexity of creating websites. A classification scheme of website types and factors influencing the design process of modern websites is formed.**

**Keywords: UI/UX design; user-centricity; classification of factors; websites; designers; content; usability.**

Надійшла до редакції 09.08.2024