

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»  
ФАКУЛЬТЕТ АРХІТЕКТУРИ, БУДІВНИЦТВА ТА ДИЗАЙНУ

Кафедра комп'ютерних мультимедійних технологій

---

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ О.А. Бобарчук  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ “БАКАЛАВР”

Тема: «Макет електронного каталогу побутової техніки»

---

Виконавець: \_\_\_\_\_ Катерина РУДЕНСЬКА

Керівник: \_\_\_\_\_ д.пед.н., професор Світлана ЛОБОДА

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

КИЇВ 2025

ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»  
Факультет архітектури, будівництва та дизайну  
Кафедра комп'ютерних мультимедійних технологій  
Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія  
Освітньо-професійна програма Технології електронних мультимедійних видань

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
О.А. Бобарчук  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

### **ЗАВДАННЯ**

**на виконання кваліфікаційної роботи**

**Руденської Катерини Романівни**

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

1. Тема роботи «Макет електронного каталогу побутової техніки» затверджена наказом ректора від «01» травня 2025 р. № 688/ст.
2. Термін виконання роботи: з 19.05.2025 р. по 22.06.2025 р.
3. Вихідні дані до роботи: ілюстративний матеріал; текстовий матеріал.
4. Зміст пояснювальної записки: Теоретичні засади створення електронного каталогу. Програмне забезпечення процесу верстки електронного каталогу. Розробка макету електронного каталогу «Ninja».
5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: презентація PowerPoint, електронний макет каталогу «Ninja».

## 6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Опрацьовано вихідні дані та матеріали	19.05.2025- 20.05.2025	
2	Провести аналіз інформаційних джерел	21.05.2025- 22.05.2025	
3	Дослідити теоретичні та практичні аспекти розробки електронних видань і структурних компонентів каталогів.	23.05.2025- 24.05.2025	
4	Розробити концепцію електронного каталогу побутової техніки «Ninja»	25.05.2025- 26.05.2025	
5	Обрати та обґрунтувати використання програмного забезпечення	27.05.2025- 28.05.2025	
6	Підготувати текстові та графічні матеріали для наповнення каталогу.	29.05.2025- 01.05.2025	
7	Виконати верстку електронного каталогу у форматі PDF та оформити звіт про проведену роботу.	01.05.2025- 02.05.2025	
8	Підготувати презентаційні матеріали.	02.05.2025- 03.06.2025	

7. Дата видачі завдання: «19» травня 2025 р.

Керівник кваліфікаційної роботи

\_\_\_\_\_ (підпис керівника)

Лобода С.М.

(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання

\_\_\_\_\_ (підпис здобувача вищої освіти)

Руденська К.Р.

(П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломного проєкту на тему «Макет електронного каталогу побутової техніки «Ninja» складає: 50 сторінки, 9 рисунків, 3 додатки, 22 використаних джерела.

ЕЛЕКТРОННИЙ КАТАЛОГ, ВЕРСТКА, ІНТЕРАКТИВНЕ ВИДАННЯ, ДИЗАЙН, ПОБУТОВА ТЕХНІКА, UX-ДИЗАЙН, ГІПЕРПОСИЛАННЯ, МОБІЛЬНИЙ ІНТЕРФЕЙС.

**Об'єкт дослідження:** електронні мультимедійні видання.

**Предмет дослідження:** макет електронного каталогу побутової техніки бренду Ninja.

**Мета роботи:** розробити макет електронного каталогу побутової техніки «Ninja».

**Методи дослідження:** Теоретичні загальнонаукові: аналіз наявної наукової літератури щодо дизайну електронних видань, порівняльний аналіз для обґрунтування вибору програмного забезпечення; специфічні наукові: проектування, макетування для виготовлення макету електронного каталогу побутової техніки «Ninja».

**Технічні та програмні засоби:** використано Canva для верстки макету, PhotoRoom для обробки графічних зображень, Microsoft Word для структурування змісту, Google Forms для збору зворотного зв'язку з боку користувачів.

**Практичне значення:** розроблений макет може бути адаптований для подальшого використання компаніями, що спеціалізуються на побутовій техніці, а також як приклад навчального матеріалу для студентів спеціальностей видавничо-поліграфічного та мультимедійного спрямування.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО КАТАЛОГУ .....	8
1.1. Поняття та особливості електронних каталогів.....	8
1.2. Дизайн та верстка електронних каталогів .....	10
1.3. Формати та способи збереження електронного каталогу .....	12
Висновки до розділу 1. ....	15
РОЗДІЛ 2. ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ВЕРСТКИ ЕЛЕКТРОННОГО КАТАЛОГУ .....	16
2.1. Програмне забезпечення для обробки контенту .....	16
2.2. Програмне забезпечення для виготовлення ілюстративного матеріалу .....	19
2.3. Програмне забезпечення для створення макету.....	21
Висновок до розділу 2. ....	26
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАКЕТУ ЕЛЕКТРОННОГО КАТАЛОГУ «NINJA» .	28
3.1. Створення концепції .....	28
3.2. Налаштування стилістики та фінальне оформлення.....	30
3.3. Оптимізація та тестування електронного каталогу .....	35
Висновки до розділу 3 .....	41
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ....	46
ДОДАТКИ .....	48

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Сучасний бізнес усе більше орієнтується на інноваційні технології для покращення взаємодії з клієнтами та оптимізації процесів продажу. Одним із таких інструментів є електронні каталоги, які вже здобули велику популярність у різних сферах торгівлі, зокрема в галузі продажу побутової техніки. Порівняно з традиційними друкованими каталогами, електронні версії пропонують численні переваги, серед яких: зручність у використанні, доступність на різних пристроях, економія коштів і часу, а також позитивний вплив на екологію, адже вони не потребують використання паперу та транспортування.

Електронні каталоги дозволяють підприємствам значно знизити витрати на друк, розповсюдження та оновлення матеріалів. Вони є зручними для кінцевих споживачів, оскільки можуть бути доступні в будь-який час і в будь-якому місці, що створює комфортні умови для прийняття рішень щодо покупок. Крім того, відмова від надрукованих матеріалів дозволяє компаніям зробити свій внесок у збереження навколишнього середовища.

**Мета роботи** – розробити макет електронного каталогу побутової техніки «Ninja».

### **Завдання дослідження.**

1. Дослідити сучасні тенденції використання електронних каталогів в бізнесі.
2. Оцінити переваги та недоліки електронних каталогів порівняно з друкованими версіями.
3. Визначити вимоги до структури та дизайну електронних каталогів для продажу побутової техніки.
4. Розробити макет електронного каталогу побутової техніки.

**Об'єкт дослідження** – електронні мультимедійні видання.

**Предмет дослідження** – макет електронного каталогу побутової техніки бренду Ninja.

**Методи дослідження.** Теоретичні загальнонаукові: аналіз наявної наукової літератури щодо дизайну електронних видань, принципів UX/UI; порівняльний аналіз для обґрунтування вибору програмного забезпечення; специфічні наукові: проектування, макетування для виготовлення макету електронного каталогу побутової техніки «Ninja».

**Теоретичне значення.** Аналіз, узагальнення та систематизація наукової, навчально-методичної та спеціалізованої літератури з теми електронних каталогів; порівняння підходів до структурування, дизайну та форматування електронних видань; вивчення нормативних вимог щодо оформлення видавничої продукції.

**Практичне значення.** Розроблений макет може бути адаптований для подальшого використання компаніями, що спеціалізуються на побутовій техніці, а також як приклад навчального матеріалу для студентів спеціальностей видавничо-поліграфічного та мультимедійного спрямування.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО КАТАЛОГУ

#### 1.1. Поняття та особливості електронних каталогів

У видавничій практиці електронний каталог трактується як форма представлення інформаційного продукту, що зберігає основні ознаки друкованого каталогу, але реалізована у цифровому форматі. Такий каталог створюється за допомогою сучасного видавничого програмного забезпечення (наприклад, Adobe InDesign, Affinity Publisher тощо) та зберігається у форматі PDF або публікується через хмарні сервіси, що дозволяють доступ до нього через мережу Інтернет. Це визначає його як тип цифрового видання з фіксованою структурою і макетом, оптимізованим для візуального ознайомлення на різних пристроях.

На відміну від динамічних вебкаталогів або баз даних електронної комерції, які функціонують переважно через серверно-клієнтську архітектуру, електронний каталог у форматі PDF виконує функцію інформаційного носія зі сталою, цілісною візуально-графічною структурою. Його зміст зазвичай включає опис товарів, послуг або ресурсів, згрупованих за логічною структурою, з дотриманням принципів дизайну, типографіки та візуальної ієрархії.

Характерною особливістю такого каталогу є збереження макетованої подачі матеріалу, що надає йому властивостей друкованого документа – визначеної кількості сторінок, сталої верстки, елементів дизайну та ілюстративного наповнення. Таким чином, електронний каталог водночас виконує функції інформування, презентації, реклами й організації даних, подібно до традиційного друкованого видання.

Формат PDF забезпечує стабільність відображення документа незалежно від операційної системи або пристрою користувача, що робить його придатним

для широкого кола користувачів. При цьому інтеграція з хмарними платформами дозволяє значно розширити функціональні можливості: надання спільного доступу, вбудовування у вебсторінки, інтерактивна навігація, гіперпосилання, мультимедійні вставки, відстеження кількості переглядів тощо.

З видавничого погляду, електронні каталоги цього типу мають низку суттєвих переваг. По-перше, знижується вартість підготовки і розповсюдження продукції, оскільки відсутні витрати на поліграфію, логістику та фізичне зберігання. По-друге, процес оновлення змісту є гнучким і швидким – зміни можна оперативнo внести у макет і повторно зберегти файл без потреби повторного друку. По-третє, цифрова форма дозволяє легко масштабувати каталог: доповнювати його новими сторінками, редагувати рубрикацію, оновлювати ілюстрації чи таблиці, зберігаючи при цьому загальний стиль і структуру.

Важливою є і зручність для користувача: перегляд PDF-каталогу на мобільному пристрої або в браузері не вимагає спеціалізованого програмного забезпечення, оскільки більшість систем мають вбудовані засоби для відкриття такого формату. Каталоги, розміщені у хмарному середовищі, можуть бути доступні цілодобово з будь-якого місця, де є доступ до Інтернету, що значно підвищує їх функціональну доступність.

Крім того, електронні каталоги мають позитивний екологічний вплив. Відмова від друку знижує витрати паперу, фарби та енергії, а також зменшує навантаження на логістичні ресурси. Це особливо важливо у контексті дотримання принципів сталого розвитку у видавничій та поліграфічній діяльності.

Незважаючи на численні переваги, електронні каталоги в цифровому форматі мають і певні обмеження. Зокрема, доступ до них потребує наявності електронного пристрою та стабільного інтернет-з'єднання у разі використання хмарного сховища. Крім того, необхідно враховувати питання захисту авторських

прав та персональних даних, якщо каталог містить персоніфіковану інформацію або конфіденційні дані.

У підсумку, електронний каталог у форматі PDF або в хмарному сховищі – це ефективна форма цифрового подання інформації, яка зберігає видавничі стандарти друкованого продукту, поєднуючи їх з перевагами цифрових технологій. Такий каталог виконує роль мультимедійного носія, що забезпечує доступність, гнучкість і функціональність, залишаючись при цьому зручним у сприйнятті й ефективним у практичному застосуванні в комунікаційних, маркетингових, інформаційних та освітніх цілях.

## **1.2. Дизайн та верстка електронних каталогів**

У процесі створення електронного каталогу важливу роль відіграють дизайн і верстка, які забезпечують ефективне сприйняття інформації, легкість навігації, а також привабливість цифрового видання. Грамотно розроблений дизайн не лише покращує зовнішній вигляд каталогу, а й виконує стратегічну функцію – сприяє взаємодії з користувачем, підвищує його зацікавленість і мотивує до подальших дій, зокрема придбання товарів чи ознайомлення з матеріалами.

Основою структурування електронного каталогу є модульна сітка – система вертикальних і горизонтальних ліній, що поділяє простір на логічні блоки. Це дозволяє впорядкувати контент, створити баланс між графічними елементами, текстом і зображеннями. Модульна сітка забезпечує послідовність, симетрію та візуальну гармонію на всіх сторінках каталогу, що особливо важливо у цифровому форматі, коли користувачі можуть гортати сторінки або переглядати каталог частинами. [3]

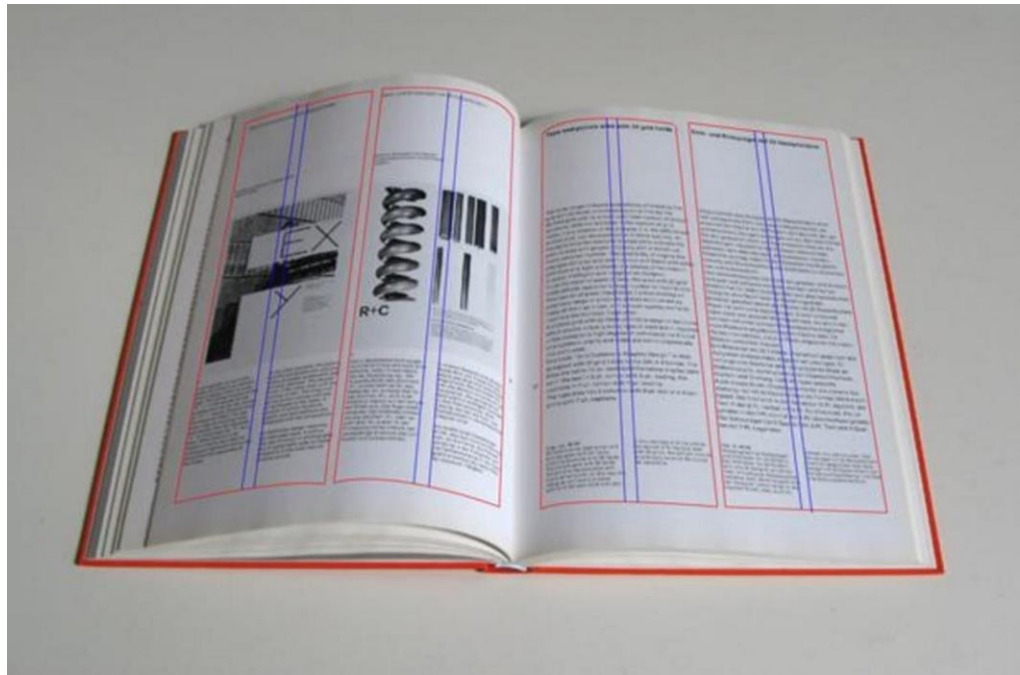


Рис. 1.1. Приклад використання модульної сітки для видань [3]

Типографіка у електронних виданнях повинна відповідати вимогам читабельності на екранах різного розміру. Найчастіше використовуються гротескові шрифти (sans-serif), оскільки вони мають чіткі форми і добре відображаються як на мобільних, так і на десктопних пристроях. Важливо дотримуватися правильного розміру шрифтів, міжрядкових інтервалів, гармонії між заголовками і текстом, а також контрасту між фоном і текстом. Крім того, застосовується ієрархічне структурування тексту за допомогою кегля, кольору або товщини шрифту, що полегшує сканування сторінки поглядом. [14]

Ще одним важливим аспектом є колірна палітра, яка повинна відповідати візуальному стилю бренду, але водночас залишатися функціональною. Основна мета – не перевантажити користувача кольорами, а забезпечити візуальний комфорт і фокус на ключових елементах: кнопках, заголовках, цінах тощо. Використання акцентного кольору сприяє швидкому орієнтуванню на сторінці та повертає увагу до найважливішого.

У контексті цифрових технологій ключовим є UX/UI-дизайн (User Experience та User Interface), який забезпечує користувачеві зручний, логічний та

інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. UX-дизайн визначає логіку розміщення інформації, функціональність і загальну поведінку користувача у взаємодії з електронним каталогом. Наприклад, доцільним є використання фільтрів, сортування товарів, пошукової панелі, кнопок швидкого доступу та персоналізованих рекомендацій. UI-дизайн, своєю чергою, відповідає за візуальне оформлення цих елементів – кольори, шрифти, розміри, анімації. [4]

Окрему увагу слід приділити інтерактивним елементам: кнопкам, анімаціям, гіперпосиланням, відеооглядам, 3D-моделям товарів. Їхнє застосування дозволяє зробити взаємодію з електронним каталогом більш живою, цікавою та динамічною. Завдяки цьому підвищується рівень залученості користувача, зменшується показник відмов, а також створюється позитивний досвід взаємодії з брендом.

Таким чином, дизайн та верстка є не лише технічними чи естетичними компонентами електронного каталогу, а й ключовими елементами його функціональності, зручності та комерційної ефективності. Поєднання грамотної модульної структури, чіткої типографіки, гармонійної кольорової гами та продуманого UX/UI забезпечує комфортну роботу з каталогом та сприяє досягненню його основної мети – ефективної презентації продукції чи послуг.

### **1.3. Формати та способи збереження електронного каталогу**

Формати та способи збереження електронного каталогу побутової техніки є важливим етапом у процесі цифрового видання, оскільки безпосередньо впливають на зручність доступу, функціональність ресурсу та якість користувацького досвіду. У практиці цифрового публікування переважають три основні підходи: використання PDF-файлів, ePub-документів та графічних форматів. Кожен з них має свої переваги, обмеження та сфери доцільного застосування.

Найбільш універсальним і широко застосовуваним форматом є PDF (Portable Document Format), який дозволяє зберігати верстку сторінок із високою точністю. Однією з головних переваг цього формату є його незалежність від платформи: зміст каталогу відображається ідентично на різних типах пристроїв і операційних системах. Це особливо важливо для видань, що містять велику кількість графіки, таблиць, фірмових елементів та навігаційних інструментів, таких як гіперпосилання. PDF також підтримує векторну графіку, що зберігає високу якість при масштабуванні, і може бути оптимізований для інтерактивного використання шляхом вбудовування змісту та інтерактивних елементів.

Проте фіксована структура PDF-документів має і свої недоліки. Насамперед це обмеження у зручності читання на пристроях із невеликими екранами, наприклад смартфонах. У таких випадках користувачам часто доводиться масштабувати окремі фрагменти сторінок або прокручувати їх у горизонтальному напрямку, що знижує загальну ергономіку взаємодії. Також важливо враховувати розмір файлу: використання великих зображень у високій роздільності призводить до збільшення обсягу документа, що, у свою чергу, впливає на швидкість завантаження. Для вирішення цих питань у видавничій практиці застосовується оптимізація: сторінки формату А4 (орієнтовно 800×1280 px), стискання растрових зображень до 72–150 dpi та обмеження розміру окремих графічних елементів до 100–200 КБ. Також доцільним є використання внутрішніх гіперпосилань для створення інтерактивного змісту та швидкої навігації між категоріями товарів.

У випадках, коли необхідно забезпечити адаптивність верстки до різних розмірів екранів та можливість налаштування інтерфейсу користувачем, доцільним є використання формату ePub. На відміну від PDF, формат ePub підтримує так звану «плаваючу верстку» (reflowable layout), завдяки якій текст автоматично перебудовується під параметри конкретного пристрою. Це забезпечує підвищену зручність читання на планшетах, електронних книгах та мобільних телефонах. Окрім цього, ePub дозволяє змінювати розмір і тип шрифту,

а також налаштовувати інтервали між рядками відповідно до уподобань користувача.[5]

Перевагою ePub у контексті мультимедійного представлення інформації є можливість вбудовування відео- та аудіофайлів (у версії ePub3), що розширює функціонал електронного каталогу, зокрема для демонстрації особливостей роботи побутової техніки. Також підтримка JavaScript-елементів відкриває можливості створення додаткових інтерактивних функцій – наприклад, порівняльних таблиць, динамічних описів або калькуляторів енергоспоживання.

Окрему нішу займає збереження каталогів у вигляді графічних форматів, таких як JPEG або PNG, а також слайдів у PDF, експортованих із середовищ розробки макетів, як-от Adobe InDesign, Canva чи Affinity Publisher. Такий підхід часто використовується для створення презентаційних версій або рекламних матеріалів для публікації в соціальних мережах. Графічні зображення зручно переглядати, однак вони не підтримують текстову адаптацію та інтерактивність: текст не копіюється, а гіперпосилання не функціонують. Для збереження якості зображень на мобільних пристроях рекомендується використовувати роздільність 1080×1920 px при щільності 72–150 dpi, тоді як для десктопних платформ доцільно застосовувати формат 1920×1080 px.

У підсумку, вибір формату збереження електронного каталогу визначається метою використання, типом аудиторії та технічними параметрами платформи розповсюдження. Формат PDF залишається оптимальним для статичних версій з фіксованим макетом, призначених для друку або офлайн-розповсюдження. Формат ePub забезпечує більшу адаптивність і є доцільним для інтерактивного мультимедійного представлення на різних пристроях. У свою чергу, графічні формати використовуються для коротких демонстрацій або маркетингових кампаній. Розумне поєднання цих форматів дозволяє максимально ефективно охопити різні канали комунікації з користувачем і підвищити функціональну ефективність електронного видання.

## Висновки до розділу 1

У результаті аналізу теоретичних засад створення електронного каталогу можна зробити висновок, що електронні каталоги є важливим елементом сучасної цифрової комунікації між бізнесом і споживачем. Вони поєднують зручність доступу, багатofункціональність і екологічність, що робить їх ефективним інструментом для презентації товарів та послуг у різних галузях.

Такий каталог може інтегруватися з іншими системами, забезпечуючи оперативне оновлення інформації, автоматизацію процесів і взаємодію з користувачем. Його переваги – це зниження витрат, інтерактивність, широкі можливості пошуку та персоналізації.

Дизайн і верстка електронного каталогу мають визначальне значення для користувацького досвіду. Вони забезпечують зручність навігації, естетичну привабливість і ефективне сприйняття інформації. Використання модульної сітки, сучасної типографіки та інтерфейсів, орієнтованих на UX/UI, створює цілісну структуру, яка відповідає вимогам цифрового середовища.

Формати та способи збереження каталогу залежать від цільової аудиторії та каналу розповсюдження. Найбільш універсальним є PDF, який забезпечує стабільність макету. Формат ePub дозволяє адаптацію під мобільні пристрої та інтеграцію мультимедійного контенту, а графічні формати використовуються для промо-матеріалів і соціальних мереж.

Таким чином, електронний каталог – це багатокomпонентна система, що поєднує технологічні, дизайнерські та функціональні рішення, і потребує комплексного підходу для досягнення високої ефективності у візуалізації та розповсюдженні інформації про продукцію.

## РОЗДІЛ 2

### ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ВЕРСТКИ ЕЛЕКТРОННОГО КАТАЛОГУ

#### 2.1. Програмне забезпечення для обробки контенту

У процесі розроблення електронного каталогу особливе значення має якісна підготовка та оптимізація всього контенту, зокрема графічного, який виконує не лише інформативну, а й естетичну функцію. Візуальне наповнення цифрового видання значною мірою формує перше враження користувача про продукт і впливає на загальне сприйняття бренду. Тому на етапі підготовки графічних матеріалів важливо забезпечити високий рівень якості зображень, їхню стилістичну узгодженість, а також відповідність технічним параметрам, що оптимізовані під перегляд у цифровому середовищі.

Редагування візуального контенту передбачає не лише базову обробку зображень, а й стратегічне планування структури візуального представлення товарів. Одним із ключових завдань на цьому етапі є усунення фону зі знімків продукції, що дозволяє акцентувати увагу безпосередньо на об'єкті. Для реалізації цієї задачі було використано спеціалізовану онлайн-платформу PhotoRoom, яка функціонує на основі алгоритмів штучного інтелекту. Даний сервіс забезпечує автоматизоване виділення об'єкта з фону з високим рівнем точності, що суттєво спрощує й прискорює робочий процес [7]. Використання таких технологічних рішень дозволяє досягти чистоти зображень, виключити візуальні шуми, а також сприяє єдності стилю усього макета електронного каталогу.

Графічні елементи, підготовлені в такий спосіб, інтегруються до електронного макета із застосуванням однорідного білого або прозорого фону, що відповідає принципам мінімалістичного дизайну. Такий підхід дозволяє

забезпечити естетичну чистоту сторінок та сконцентрувати увагу користувача виключно на характеристиках продукції. Це також полегшує сприйняття інформації та підтримує професійний імідж видання.

Паралельно з редагуванням візуального контенту здійснювалося формування текстового наповнення, яке виконує функцію інформаційного навігатора. У процесі структурування тексту важливо дотримуватися принципів логічної послідовності, зручності навігації та юзабіліті, що сприяє підвищенню користувацького досвіду (User Experience). Для створення ієрархії розділів і організації товарних блоків було використано текстовий редактор Microsoft Word, який забезпечує достатній рівень гнучкості для побудови логічно послідовної структури, відповідно до загальних принципів дизайну інформаційних систем. Такий підхід дозволяє уникнути фрагментарного або хаотичного подання інформації, забезпечуючи послідовний перехід від загального до конкретного – від категорій продукції до окремих позицій.

Окрему увагу приділено технічним параметрам візуального контенту, оскільки електронний каталог функціонує виключно в цифровому середовищі, а отже, до графіки висуваються специфічні вимоги щодо формату, роздільної здатності та колірної моделі. Усі зображення було оптимізовано за розміром і роздільною здатністю відповідно до вимог екранів цифрових пристроїв. Показники роздільної здатності було встановлено в межах 72–150 DPI (dots per inch). Значення 72 DPI є стандартним для перегляду на екранах, тоді як 150 DPI дозволяє зберегти достатній рівень деталізації без значного збільшення розміру файлу [8]. Такий компроміс забезпечує зручний перегляд навіть на екранах з високою щільністю пікселів, водночас оптимізуючи загальну вагу PDF-документа для швидкого завантаження.

Для забезпечення точного відображення кольорів усі графічні елементи формувалися в колірній моделі RGB (Red, Green, Blue), яка є базовою для цифрових дисплеїв. Це гарантує збереження колірного балансу і яскравості під час перегляду на різноманітних пристроях: комп'ютерах, планшетах, смартфонах.

Застосування друкарської моделі СМҮК, навпаки, може спричинити спотворення кольорів при екранному відображенні, оскільки вона призначена для поліграфічного виробництва.

Не менш важливою є інтеграція інтерактивних елементів до структури електронного каталогу. В цьому контексті важливим є не лише візуальний або текстовий контент, а й функціональні можливості електронного документа. Йдеться, зокрема, про гіперпосилання, які ведуть на офіційні сайти виробників або додаткові інформаційні ресурси. Такі інтерактивні елементи трансформують PDF-файл із суто презентаційного засобу в динамічне середовище комунікації. Вони надають користувачеві можливість здійснювати миттєвий перехід до джерел додаткової інформації або навіть до онлайн-магазинів, тим самим підтримуючи маркетингову функцію каталогу [8].

Зменшення обсягу PDF-файлу шляхом оптимізації медіаконтенту також сприяє підвищенню доступності каталогу за умов використання мобільного інтернету або пристроїв з обмеженою пропускнуою здатністю мережі. Плавне завантаження сторінок, відсутність затримок при перегортанні або масштабуванні – усі ці аспекти прямо залежать від грамотної підготовки графічних ресурсів і адаптації їх до вимог цифрового середовища.

Отже, процес підготовки мультимедійного контенту для електронного каталогу є комплексною діяльністю, що поєднує креативні, технічні та технологічні аспекти. Він вимагає глибокого розуміння як дизайнерських принципів, так і специфіки цифрових платформ, що зрештою забезпечує високий рівень зручності, функціональності та візуальної привабливості готового продукту.

## **2.2. Програмне забезпечення для виготовлення ілюстративного матеріалу**

У процесі розробки електронного каталогу важливим аспектом є створення якісного графічного та ілюстративного контенту. Візуальні матеріали відіграють ключову роль у формуванні першого враження користувача від електронного видання, суттєво впливаючи на легкість сприйняття інформації та загальну естетичну привабливість продукту. Ефективна візуалізація продукції є запорукою залучення уваги цільової аудиторії та підвищення її зацікавленості у представлених товарах.

Для реалізації етапу створення та інтеграції візуального контенту, а також фінальної верстки, було обрано хмарний графічний редактор Canva. Ця платформа є універсальним інструментом, що поєднує функції графічного дизайну, верстки та презентаційного оформлення в єдиному середовищі. Також важливою перевагою є можливість створення інтерактивного PDF-документа, де можна додати посилання на розділи, вебсайти або відеопродукцію. Однією з вагомих переваг Canva є її веб-орієнтований характер: вона працює безпосередньо у веб-браузері, що забезпечує гнучкість доступу до проєкту з будь-якого комп'ютера або мобільного пристрою без необхідності встановлення спеціалізованого програмного забезпечення [9]. Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс Canva робить її доступною як для професійних дизайнерів, так і для користувачів без глибоких знань у галузі графічного дизайну, дозволяючи створювати візуально привабливі макети швидко та ефективно.

На етапі роботи з візуальним контентом та фіналізацією дизайну в Canva було виконано комплекс специфічних завдань. Це включало розробку обкладинки електронного каталогу, що передбачає гармонійне поєднання логотипу бренду та чіткої, виразної типографіки для привернення уваги. Особливу увагу було приділено створенню візуальної структури сторінок, де враховувалася ієрархія інформації та логічне розділення розділів, наприклад, за

видами продукції. Інтеграція різноманітних графічних елементів, таких як функціональні кнопки, розділові лінії та декоративні блоки, сприяла наданню каталогу сучасного та професійного вигляду. Для підвищення інтерактивності видання було додано активні гіперпосилання, що забезпечують безперешкодний перехід користувачів до вебсторінок офіційного сайту бренду для замовлення або детальнішого ознайомлення з товарами і загальної навігації по самому каталогу. Також було ретельно продумано дизайн текстових блоків, забезпечуючи їхню адаптацію для оптимального відображення як на мобільних, так і на десктопних пристроях, що гарантує комфортне читання незалежно від розміру екрана [10].

Важливою особливістю підходу до дизайну стало те, що всі елементи макету були створені вручну, без використання готових шаблонів Canva. Це дозволило досягти максимальної унікальності та автентичності дизайну, що відповідає індивідуальним потребам проєкту та бренду. Візуальне оформлення каталогу суворо узгоджувалося з корпоративним стилем бренду, що включало використання стриманої кольорової гами, наприклад, чорно-білих відтінків і фотографій продукції від самого виробника. Такий вибір забезпечує високу контрастність, чистоту композиції та дозволяє уникнути візуального перевантаження, акцентуючи увагу користувача на основному вмісті – зображеннях продукції та її характеристиках .

Для забезпечення високої якості зображень, які інтегрувалися в каталог, була застосована попередньо обробка. Зокрема, для автоматичного видалення фону з фотографій продукції використовувалася онлайн-платформа Photoroom. Цей етап є критично важливим, оскільки дозволяє ефективно розміщувати зображення техніки на чистому фоні без будь-яких візуальних завад, що значно покращує естетичне сприйняття сторінок та зменшує візуальний шум, роблячи продукт більш привабливим та професійним [7].

Після завершення верстки та дизайну, готові сторінки каталогу експортувалися у форматі PDF. Цей формат було обрано через його здатність зберігати фіксований макет та забезпечувати коректне відображення на більшості

пристроїв та платформ, що є критично важливим для інтерактивного електронного видання. Для екранного відображення застосовувалася колірна модель RGB та роздільна здатність зображень у діапазоні 72–150 DPI, що є визнаним стандартом для цифрових публікацій [8]. Такий підхід дозволив досягти оптимального балансу між якістю візуального ряду та розміром кінцевого файлу, що суттєво впливає на швидкість завантаження каталогу та комфорт користувача при перегляді на різних екранах.

Отже, використання Canva в якості основного інструменту створення ілюстративного матеріалу дало змогу поєднати гнучкість дизайну, інтерактивність і швидкість реалізації без залучення додаткових складних графічних редакторів.

### **2.3. Програмне забезпечення для створення макету.**

У сучасному ландшафті цифрових медіа, де візуальна привабливість та зручність доступу є визначальними факторами успіху, вибір комфортного програмного забезпечення для верстки електронних видань набуває першочергового значення. Створення електронного каталогу побутової техніки, такого як Ninja, вимагає не лише інтеграції різнорідного контенту, а й забезпечення його оптимального відображення на численних пристроях та платформах. У контексті даної кваліфікаційної роботи, для розробки макету електронного каталогу було обрано хмарне програмне забезпечення Canva, яке зарекомендувало себе як один із найзручніших та найфункціональніших інструментів для дизайну цифрових видань [7].

Вибір Canva обумовлений її інноваційним підходом до графічного дизайну, що значною мірою демократизує процес створення високоякісних візуальних матеріалів. На відміну від традиційних десктопних видавничих систем, Canva функціонує переважно у веб-браузері. Ця особливість забезпечує надзвичайну доступність та мобільність – користувач може легко переглянути і відредагувати

макет з будь-якого комп'ютера або мобільного пристрою, що має підключення до мережі Інтернет. Це усуває потребу у встановленні спеціалізованого та часто дороговартісного програмного забезпечення, такого як Adobe InDesign або QuarkXPress, які вимагають значних системних ресурсів та глибоких професійних навичок. Мобільність є особливо важливою для швидкого редагування, оперативного внесення змін у макет та ефективної співпраці в команді, дозволяючи учасникам проєкту працювати над каталогом дистанційно та синхронно [8]. Важливо також врахувати динамічний характер каталогів побутової техніки. Ця галузь характеризується постійним оновленням асортименту: нові моделі регулярно надходять у продаж, тоді як інші знімаються з виробництва та реалізації. Така нестабільність портфеля продукції вимагає гнучкого та оперативного інструменту для оновлення візуальних матеріалів. Саме тому Canva є ідеальним середовищем розробки для подібних макетів. Її хмарна природа забезпечує доступ до актуальної інформації в реальному часі для всіх користувачів та розробників, що дозволяє миттєво вносити зміни та оновлення без необхідності зберігати численні версії файлів на локальних пристроях. Це значно підвищує ефективність робочого процесу та гарантує актуальність представленої інформації, що є критично важливим для електронного каталогу побутової техніки.

Інтуїтивність інтерфейсу та функціональні можливості Canva є однією з ключових переваг Canva, що робить її ідеальним вибором для подібного проєкту. Платформа розроблена таким чином, щоб полегшити процес верстки навіть для користувачів без глибоких знань у графічному дизайні або верстці. Весь функціонал, від вибору шаблонів до маніпуляцій з текстом та зображеннями, представлений у логічний та візуально привабливий спосіб. Це дозволяє зосередитися на творчому процесі та змістовому наповненні каталогу, мінімізуючи час на освоєння програмного забезпечення.

В процесі створення макету каталогу побутової техніки Ninja було активно використано різноманітні інструменти Canva для роботи з текстом, графікою та інтерактивними елементами.

**Робота з текстовим контентом:** Canva надає широкий вибір шрифтів, дозволяючи налаштовувати їхній розмір, колір, міжрядковий інтервал та вирівнювання. Це забезпечує можливість чіткого структурування текстових блоків – від заголовків розділів до детальних описів товарів та їх технічних характеристик. Простота додавання текстових полів та їх модифікації значно прискорює процес наповнення каталогу інформацією про продукцію. Важливою перевагою є можливість копіювати та вставляти текст з текстових процесорів (наприклад, Microsoft Word), що дозволяє зберегти попередньо підготовлену та вичитану інформацію.

**Робота з графічним контентом:** Для каталогу побутової техніки візуальна складова є визначальною. Canva дозволяє швидко імпортувати та розміщувати графічні матеріали, що були створені або оброблені раніше у спеціалізованих програмах. Це включає професійні фотографії продуктів, ретушовані зображення з видаленим фоном, що покращує естетику макету та дозволяє уникнути зайвих візуальних шумів. Платформа також пропонує вбудовані інструменти для базової корекції зображень (обрізка, фільтри, яскравість, контрастність), що може бути корисним для фінального налаштування візуалу без необхідності звернення до стороннього програмного забезпечення [9].

**Інтерактивні елементи:** Однією з ключових переваг використання Canva для електронного каталогу у форматі PDF, який не передбачає друк, є можливість інтеграції інтерактивних елементів. В рамках цього проєкту особливу увагу було приділено використанню гіперпосилань. Ці посилання забезпечують зручну навігацію всередині каталогу (наприклад, перехід до розділу "Технічні характеристики" з опису продукту) та, що є ще важливішим, перенаправляють користувачів на офіційні сайти продуктів, сторінки інтернет-магазинів або додаткову інформацію (наприклад, відеоогляди на YouTube). Це значно

розширює функціональність електронного каталогу порівняно з його друкованим аналогом, перетворюючи його на динамічний інтерактивний ресурс, що спонукає користувача до подальшої взаємодії з брендом.

Оптимізація відображення та дизайн-рішення для електронного каталогу

При розробці електронного каталогу в Canva було враховано специфіку відображення контенту на різноманітних цифрових пристроях. Завдяки підтримці колірної моделі RGB (Red, Green, Blue), макет оптимально відображається на екранах смартфонів, планшетів, ноутбуків та настільних моніторів. Ця колірна модель є стандартом для цифрових дисплеїв, забезпечуючи точну та яскраву передачу кольорів продукції побутової техніки Ninja, що є критично важливим для формування позитивного візуального сприйняття у цільової аудиторії, оскільки каталог не передбачає подальшого друку [11].

Водночас, важливим аспектом оптимізації для електронних видань є баланс між якістю візуального ряду та розміром кінцевого файлу. Canva дозволяє налаштовувати роздільну здатність зображень у межах 72–150 DPI (точок на дюйм). Цей діапазон є оптимальним для цифрового перегляду: 72 DPI достатньо для базового відображення на екрані, тоді як 150 DPI забезпечує вищу чіткість при масштабуванні без надмірного збільшення обсягу файлу. Таке налаштування дозволяє ефективно керувати швидкістю завантаження каталогу та комфортом користувача при його перегляді, особливо при нестабільному інтернет-з'єднанні або при використанні мобільних пристроїв зі обмеженим обсягом пам'яті [12].

Окрім технічних аспектів, значну увагу було приділено розробці дизайну з суворим дотриманням корпоративного стилю бренду Ninja. Це включало ретельний вибір наступних даних:

1. Колірної гама: використання фірмових кольорів бренду для фонів, текстових елементів та акцентів;
2. Шрифтів: застосування фірмових або сумісних шрифтів для забезпечення впізнаваності та єдності візуального стилю;

3. Розташування елементів: продумане розміщення зображень, текстових блоків, іконок та логотипів для створення гармонійної та логічної композиції сторінок;

4. Стилiстики оформлення сторiнок: застосування єдиних принципiв дизайну для всiх сторiнок каталогу, що забезпечує єднiсть сприйняття i пiдвищує довіру цiльової аудиторії до бренду та його продукції. Дотримання корпоративного стилю є ключовим фактором у формуванні сильного візуального образу та підкресленні професіоналізму видання .

Ефективність робочого процесу в Canva також підвищується завдяки її можливості швидко імпортувати та розміщувати графічні матеріали, створені раніше у спеціалізованих програмах. Наприклад, зображення побутової техніки з уже видаленим фоном можуть бути легко завантажені та інтегровані в макет. Це не тільки покращує естетику каталогу, роблячи продукти більш помітними та візуально привабливими, але й дає змогу уникнути зайвих візуальних шумів, що можуть відволікати користувача від основної інформації [13].

Фіналізація проєкту в Canva передбачає експорт готового каталогу у формат PDF. Основним форматом для розповсюдження є PDF, який забезпечує сумісність з більшістю пристроїв і платформ для перегляду, зберігаючи при цьому фіксований макет, шрифти та інтерактивні елементи.

У підсумку, вибір Canva як основного інструменту верстки електронного каталогу є стратегічно обґрунтованим рішенням. Вона є потужним і водночас доступним програмним забезпеченням, що відповідає сучасним вимогам до створення інтерактивних електронних видань, дозволяючи поєднати якісний дизайн, функціональність та зручність у роботі, що є критично важливим для успішної презентації продукції бренду Ninja [7], [8].

## Висновок до розділу 2

Аналіз, представлений у Розділі 2, переконливо демонструє, що успішне створення сучасного електронного каталогу побутової техніки потребує комплексного підходу до добору програмного забезпечення, яке не лише взаємодоповнює функціональні можливості окремих етапів розробки, а й відповідає специфіці цифрового видання. Ключовим інструментом для верстки та інтеграції мультимедійного контенту стала хмарна платформа Canva, яка завдяки доступності, інтуїтивно зрозумілому інтерфейсу та широкому функціоналу виявилася оптимальним рішенням для дизайнерської роботи. Це дозволило ефективно реалізувати візуальну частину проєкту, мінімізуючи технічні бар'єри для користувачів без глибоких знань у традиційних видавничих системах.

Для попередньої обробки графічного контенту, який є основою візуального оформлення каталогу, з високою ефективністю застосовувалася онлайн-платформа PhotoRoom. Її функціонал, що базується на технологіях штучного інтелекту, забезпечив швидке й точне видалення фону, завдяки чому зображення набули професійного вигляду та стали придатними для інтеграції в єдиний дизайн-макет. Паралельно зі створенням графічної частини, текстовий контент формувався та структурувався у Microsoft Word з урахуванням принципів юзабіліті й UX-дизайну, що є критично важливим для навігації в довідкових електронних виданнях.

Окрему увагу було приділено технічним аспектам оптимізації контенту. Застосування колірної моделі RGB та налаштування роздільної здатності зображень у межах 72–150 DPI дозволили досягти оптимального балансу між якістю візуалізації на екранах цифрових пристроїв і мінімальним обсягом підсумкового PDF-документа. Це, у свою чергу, забезпечує швидке завантаження та комфортний перегляд каталогу навіть за умов мобільного доступу.

Значною перевагою обраної концепції є можливість інтеграції інтерактивних елементів, таких як гіперпосилання, що трансформують статичний документ у динамічне середовище комунікації. Користувач отримує змогу миттєво переходити до сторінок продуктів, відеооглядів або зовнішніх джерел, що істотно підвищує функціональність та рівень залученості до контенту.

Хмарна природа платформи Canva додатково підсилює ефективність цифрового каталогу – особливо у випадку динамічного асортименту, характерного для ринку побутової техніки. Можливість оперативного оновлення даних та редагування макета в реальному часі без необхідності роботи з локальними файлами робить платформу ідеальним інструментом для підтримки актуальності видання.

Таким чином, комбіноване використання сучасних програмних засобів Canva і PhotoRoom, у поєднанні з грамотною оптимізацією контенту та дотриманням принципів UX-дизайну, дозволяє створити ефективний, візуально привабливий і функціонально зручний електронний каталог у форматі PDF. Обране рішення забезпечує поєднання якості дизайну, інтерактивності й оперативності оновлень – що є ключовими факторами успішної цифрової комунікації з цільовою аудиторією.

## РОЗДІЛ 3

### РОЗРОБКА МАКЕТУ ЕЛЕКТРОННОГО КАТАЛОГУ «NINJA»

#### 3.1. Створення концепції

Надзвичайно важливим та визначальним етапом у реалізації проєкту електронного каталогу побутової техніки «Ninja» стало всебічне формування його концепції. Цей початковий етап не лише закладає фундамент майбутнього видання, а й окреслює його основні принципи, функціональні можливості та цільове призначення. Головною рушійною силою проєкту було прагнення замінити традиційний паперовий каталог сучасним, динамічним і інтерактивним цифровим форматом. У світі, що невпинно рухається в напрямку цифровізації, таке переосмислення подачі інформації є не лише тенденцією, а й має глибоке екологічне й економічне значення.

Центральна ідея концепції полягала у створенні універсального каталогу, який забезпечував би максимальну гнучкість у використанні. Це означає, що користувач має можливість комфортно переглядати його як на великих екранах стаціонарних комп'ютерів, так і на компактних дисплеях мобільних пристроїв – смартфонів і планшетів. Важливою вимогою також була відсутність обов'язкової прив'язки до постійного інтернет-з'єднання, що дозволяє забезпечити доступ до каталогу навіть за умови обмеженого мережевого покриття. Вибір формату PDF виявився оптимальним для реалізації цих завдань, оскільки він зберігає високу якість візуального представлення товарів та цілісність верстки незалежно від типу пристрою, а також підтримує різноманітні інтерактивні функції, недосяжні для статичних друкованих аналогів. Таким чином, перехід до цифрового формату відкрив нові горизонти взаємодії з контентом, зробивши каталог не просто джерелом інформації, а інтерактивним інструментом для користувача.

Визначення цільової аудиторії не було формальною процедурою, а стало одним із ключових етапів, що визначив подальші дизайнерські та структурні рішення під час розробки електронного каталогу. Проект орієнтований на демографічну групу користувачів віком від 25 до 40 років, для яких характерне прагнення до здорового способу життя, інтерес до функціональних кухонних пристроїв та активне використання сучасних технологій у повсякденному житті. До цільової аудиторії належать молоді батьки, родини, люди, що ведуть активний спосіб життя, займаються спортом, а також користувачі, схильні до впровадження новітніх технологічних рішень у сфері кулінарії.

Урахування специфіки цієї цільової групи визначило підхід до інформаційної архітектури каталогу, його структурування, рівень інтерактивності та форму подання вмісту. Логічною основою побудови каталогу стало групування товарів за продуктовими категоріями, що відображають ключові напрями асортиментної політики бренду Ninja. Виділено такі категорії: мультипечі, мультиварки-скороварки, грилі-мультипечі, багатофункціональні блендери, електричні печі, чайники, тостери, морозивниці, кавомашини, термопляшки, термобокси та посуд. Порядок розміщення категорій сформовано на основі показників популярності товарів, частки їхньої присутності в асортименті та стратегічного маркетингового фокусу компанії. Такий підхід сприяє раціоналізації навігації та зручній орієнтації користувача, акцентуючи увагу на пріоритетних товарних групах.

На початковому етапі проектування каталогу була розроблена текстова концепція у програмі Microsoft Word. У документі визначено загальну структуру видання, порядок розміщення категорій та принципи групування товарів, що стало основою для подальшої візуальної реалізації. Такий підхід дозволив виявити й усунути можливі логічні розриви чи дублювання на ранній стадії, а також забезпечити змістову послідовність проекту.

Однією з ключових особливостей розробленого макету стало впровадження інтерактивних елементів, що значно підвищують

функціональність каталогу. У змісті реалізовано активні гіперпосилання, які забезпечують швидкий перехід до відповідної категорії. Крім того, кожен товар містить посилання на відповідну картку на офіційному вебресурсі бренду, що забезпечує безпосередній зв'язок з комерційним функціоналом. Така інтеграція поєднує переваги традиційного друкованого видання (зрозуміла структура, візуальна послідовність, комфорт читання) з можливостями цифрового середовища – швидкістю навігації, гнучкістю подання контенту та доступом до додаткової інформації онлайн.

### **3.2. Налаштування стилістики та фінальне оформлення**

На завершальному етапі розробки електронного каталогу, що є кульмінацією всього проєкту, було приділено особливу, стратегічно важливу увагу стилістичному налаштуванню та забезпеченню його абсолютної відповідності фірмовому стилю бренду Ninja. Цей процес є не просто питанням естетики, а фундаментальним аспектом формування сильного, впізнаваного та професійного візуального образу. Саме через послідовне дотримання брендкових гайдлайнів підвищується довіра споживачів до представленої продукції та формується її позитивне сприйняття. Основою візуального рішення було свідоме та продумане використання фірмової кольорової гами, що дозволило зберегти єдність візуального сприйняття на всіх рівнях. Обов'язковою умовою була інтеграція офіційного логотипу бренду, який слугує ключовим елементом ідентифікації. Крім того, застосовувалися виключно високоякісні фотографії продукції, надані безпосередньо виробником, що гарантувало достовірність та привабливість візуального контенту. Кожен із цих елементів ретельно контролювався на предмет відповідності оригінальним гайдлайнам, щоб зберегти цілісність та автентичність бренду на кожній сторінці каталогу.


Одним із найважливіших функціональних аспектів, що вимагав глибокого опрацювання на цьому етапі, був вибір шрифтів. Головним завданням було

забезпечення максимальної зручності читання, адже навіть найцінніша інформація втрачає свою ефективність, якщо її важко сприймати. Це не просто естетичне рішення, а критична функціональна вимога для будь-якого цифрового видання. З метою досягнення оптимального читацького досвіду було підібрано та ретельно протестовано декілька варіантів шрифтів. Кожен з них оцінювався з точки зору його здатності забезпечити чітке та легке сприйняття тексту на екрані. Фінальний вибір ґрунтувався на принципах ергономіки та результатах перевірки читабельності, яка здійснювалася на різноманітних типах пристроїв – від великих моніторів персональних комп'ютерів до компактних екранів планшетів та смартфонів. Це гарантувало, що текстовий контент залишатиметься чітким та зрозумілим навіть без додаткового масштабування, що суттєво покращує загальний користувацький досвід (UX) та знижує візуальне навантаження на читача. Цей підхід був підкріплений рекомендаціями, викладеними у фаховій літературі, яка присвячена правильному вибору шрифтів для цифрових видань та їхній адаптації до екранного відображення [13].

Послідовність та системність у верстці були забезпечені через суворе дотримання єдиної структури на всіх сторінках каталогу. Це означає, що всі візуальні та текстові елементи – від зображень до текстових блоків та функціональних кнопок – розміщені за фіксованою та послідовною схемою. Такий методичний підхід не лише забезпечує цілісність візуального сприйняття, роблячи каталог професійним та завершеним продуктом, а й значно підвищує його зручність навігації. Користувач швидко звикає до логічного розташування інформації та інтуїтивно розуміє, де знайти потрібні дані, що значно економить його час та зусилля. Розташування графічного та текстового контенту відповідає чіткій, продуманій логіці, яка спрямовує погляд читача: кожна сторінка каталогу умовно розділена на дві рівноцінні частини. В одній частині сторінки було розміщено велике, високоякісне зображення товару, яке слугувало візуальним якорем, привертало увагу та репрезентувало продукт у повному обсязі його функціональних можливостей та естетичних характеристик. На другій частині

сторінки зосереджувалася технічна інформація та детальний опис, що містив ключові характеристики, переваги та унікальні особливості продукції. Такий збалансований поділ дозволяє користувачеві швидко отримати вичерпну інформацію про продукт, не перевантажуючи його візуально та забезпечуючи оптимальний баланс між зображенням і текстом для легкого сприйняття. (Рис. 3.1)

Мультипечі
NINJA



**Мультипіч Ninja AF500EU**  
[Дізнатись більше](#)

**Характеристики**

Потужність, Вт .....	2470
Колір.....	Чорний
Доступні програми.....	Обсмажування до хрусткої скоринки; Аерофритюр; Випікання; Смаження; Розігрів; Сушка; Програма Тісто;
Матеріал пристрою.....	Пластик
Температурний діапазон.....	40°C - 240°C
Тип нагрівального елемента.....	ТЕН
Спосіб управління.....	Електронне
Кількість ємностей.....	2
Безпечність миття в посудомийній машині.....	Так, аксесуари підходять для миття в посудомийній машині
Місткість ємностей, л кожна ємність.....	кожна ємність - до 5,2 л
Нековзкі ніжки.....	Так
Вага, кг .....	9,375
Вага в упаковці, кг .....	11,9
Габарити (ВхШхГ), см.....	36x23x34 см
Габарити в упаковці (ВхШхГ), см.....	38,7x37x55 см
Гарантія, міс .....	.60
Комплектація.....	1 x відсік об'ємом 10,4 л; 2 x тарілки для сушіння; 1 x розділювач.

Рис. 3.1. Приклад оформлення картки товару.

У дизайні каталогу було свідомо прийнято стратегічне рішення використовувати виключно фотографії товарів, повністю відмовившись від будь-яких додаткових декоративних ілюстрацій або елементів, які могли б відволікати увагу споживача. Цей мінімалістичний стиль не тільки повністю відповідає філософії бренду Ninja, що сфокусований на функціональності, інноваціях та якості продукції, а й дозволяє акцентувати увагу споживача безпосередньо на самих товарах, їхніх особливостях та перевагах. Всі зображення були ретельно стандартизовані: вони мають однакові відступи від країв та пропорції, що створює неперевершену візуальну гармонію на всіх сторінках каталогу, забезпечуючи його збалансований, професійний та естетично досконалий вигляд.

Цей підхід не лише підвищує візуальну привабливість, але й сприяє легшому порівнянню різних моделей та категорій продукції, що є важливим для прийняття рішення про покупку.

Для реалізації такого продуманого та цілісного макету активно використовувалися широкі можливості хмарної платформи *Canva*, зокрема її інструменти для роботи з шарами (Рис. 3.2). Ця функція забезпечила надзвичайну гнучкість у керуванні композицією, дозволяючи точно вирівнювати та оптимально розміщувати всі елементи на сторінці. Завдяки багаторівневій структурі шарів стало можливим швидко та ефективно вносити корективи в дизайн, не порушуючи при цьому загальної узгодженості візуального стилю на всіх сторінках видання. Це значно прискорило процес фіналізації, забезпечило високу якість результату та дозволило оперативно реагувати на будь-які зміни чи уточнення, що виникали в процесі розробки. Можливість зберігати елементи в окремих шарах дала змогу контролювати кожен компонент незалежно, що є перевагою при роботі зі складними макетами.

Важливою особливістю, яка вплинула на підхід до верстки, є той факт, що каталог було створено у форматі PDF. Цей формат за своєю природою є статичним і зберігає фіксований макет, тому спеціальна адаптація під різні розміри екранів не проводилася у тому розумінні, як це відбувається, наприклад, для адаптивного веб-дизайну.

Натомість, основною метою було створення універсального цифрового продукту, який можна було б комфортно переглядати на будь-якому пристрої – чи то стаціонарний ПК, ноутбук, планшет, чи смартфон – без втрати якості зображень, читабельності тексту чи функціональності інтерактивних елементів. Формат PDF забезпечує цю універсальність, гарантуючи, що каталог виглядатиме однаково на всіх платформах, зберігаючи свою візуальну досконалість та зручність використання незалежно від дозволу екрана чи операційної системи (Рис. 3.3, Рис. 3.4).

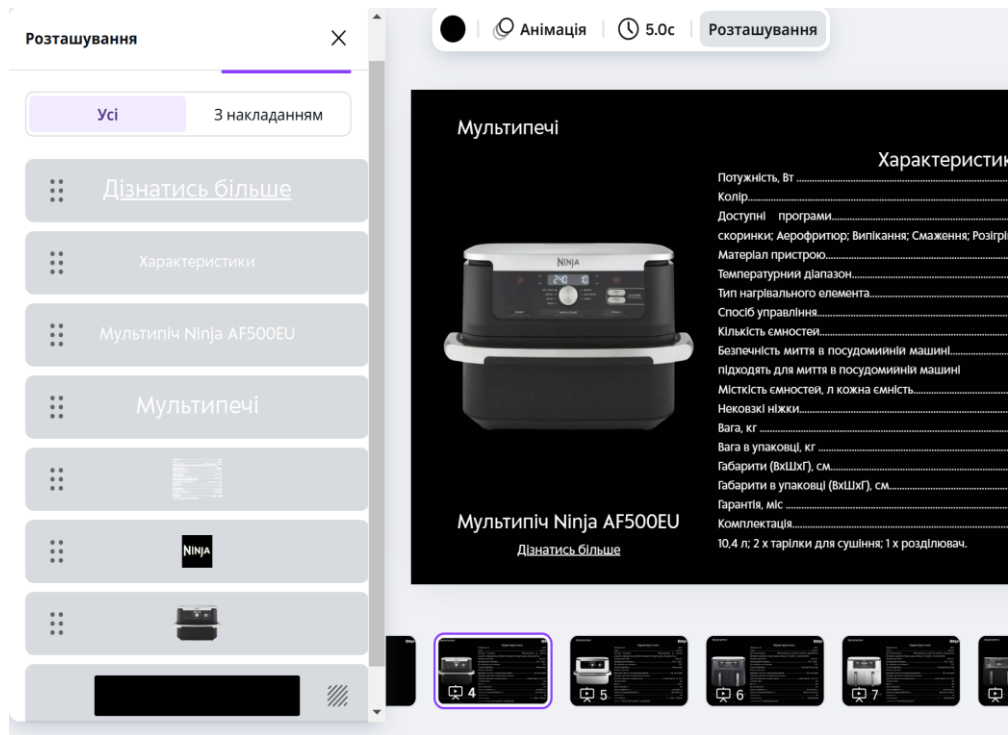


Рис. 3.2. Загальний вигляд розташування елементів сторінки на шарах

Ця особливість дозволила зосередитися на створенні єдиної, високоякісної версії, яка буде стабільною та доступною для широкого кола користувачів незалежно від їхнього обладнання, забезпечуючи передбачуваний та позитивний користувацький досвід.

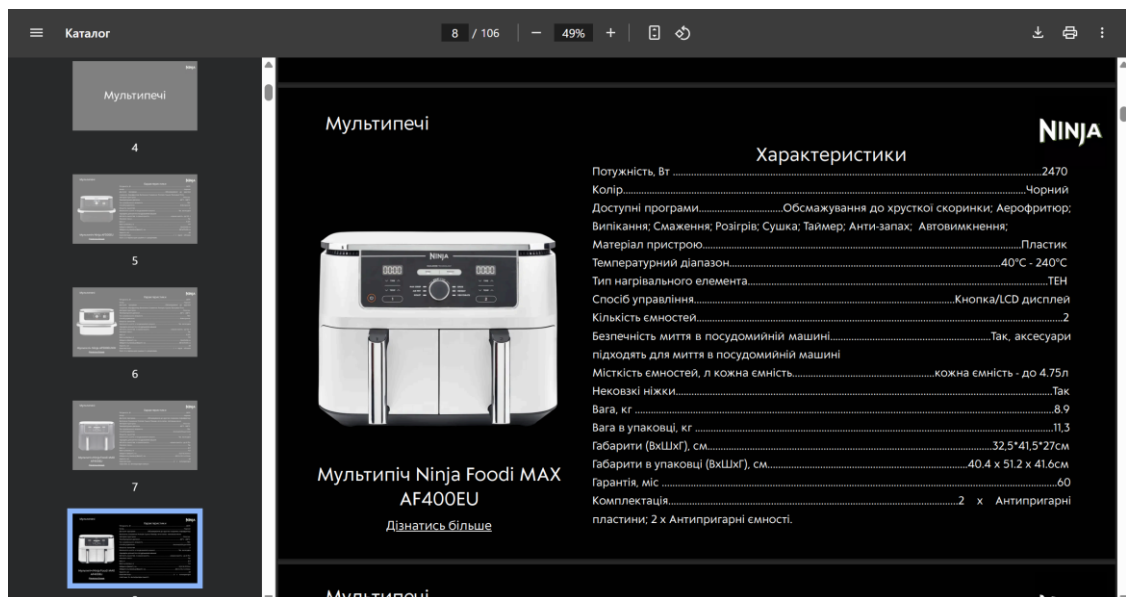


Рис. 3.3. Приклад відображення сторінки на персональному комп'ютері

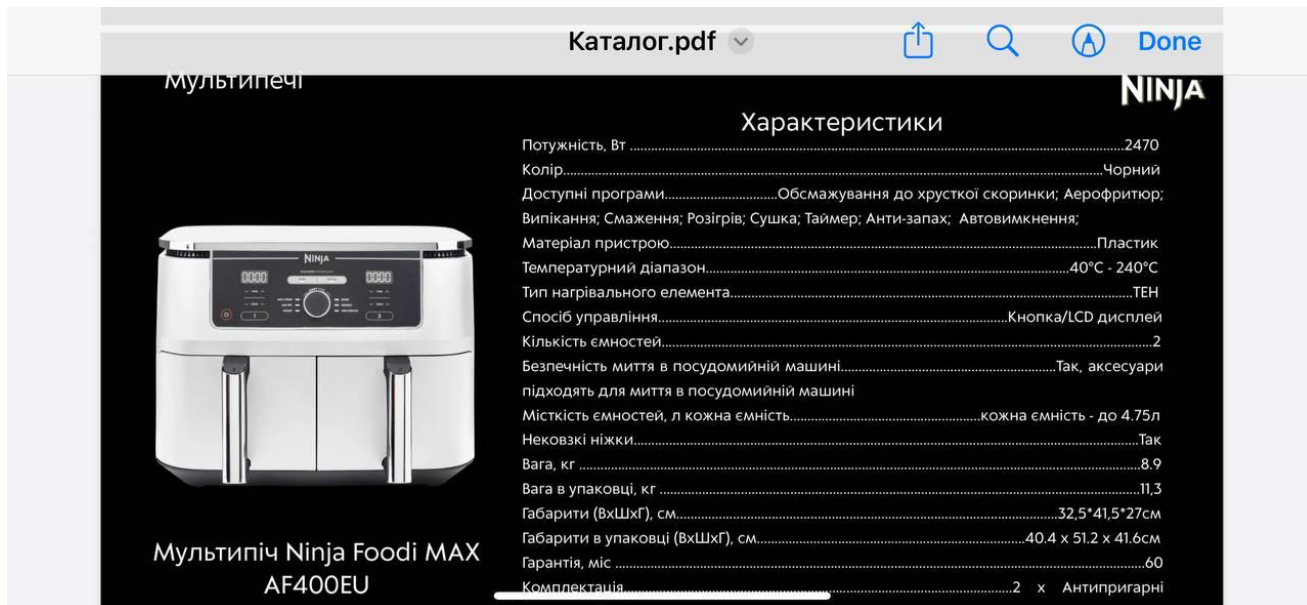


Рис. 3.4. Приклад відображення каталогу на смартфоні

### 3.3. Оптимізація та тестування електронного каталогу

Завершальним, проте критично важливим етапом у життєвому циклі розробки електронного каталогу стало його комплексне тестування та подальша ретельна оптимізація. Ця фаза є незамінною для досягнення найвищої якості користувацького досвіду, адже її основна мета полягала у виявленні будь-яких потенційних недоліків, підвищенні загальної читабельності представленого контенту та досконалій верифікації функціональності всіх інтерактивних елементів, що були інтегровані в структуру каталогу. Для забезпечення максимально об'єктивної оцінки та отримання достовірної інформації було організовано структуроване опитування респондентів. Користувачі, які виступили респондентами для виконаного проєкту, отримали можливість детально ознайомитися з фінальною версією електронного каталогу, після чого їм пропонувалося надати детальний зворотний зв'язок щодо зручності його використання, відповідаючи на низку спеціально розроблених, цільових

запитань. Опитування було проведено за допомогою інструменту гугл форм, в якому було виділено і запропоновано для оцінки ряд визначальних запитань, які напряду впливають на рівень якості і оцінки якості електронного каталогу.

Рис. 3.5. Розробка тестування в гугл формах для оцінки якості виконаної роботи

Результати проведеного тестування виявилися надзвичайно цінними, надавши глибокі дані щодо типових сценаріїв взаємодії користувачів із каталогом у реальних умовах. Зокрема, було чітко встановлено, що переважна більшість користувачів здійснювали перегляд каталогу на мобільних пристроях, таких як смартфони, та на портативних комп'ютерах, тобто ноутбуках. Це статистичне підтвердження слугує вагомим аргументом на користь застосування універсального дизайну, який забезпечує оптимальне відображення контенту та зручність навігації незалежно від розміру екрана пристрою. У межах тестування було проведено ретельну перевірку низки ключових параметрів, що безпосередньо впливають на ефективність та привабливість каталогу. До них

належали: зручність навігації по всьому каталогу, яка включала легкість переходу між розділами та пошук потрібних товарів; якість візуального контенту, що охоплювала чіткість зображень та ілюстрацій; логічність та зрозумілість структури представленої інформації, що є запорукою швидкого засвоєння даних; коректність функціонування всіх інтерактивних гіперпосилань, що є основою інтерактивності видання; а також загальне естетичне сприйняття дизайну та його привабливість для користувачів. Зокрема, особлива увага приділялася оцінці того, наскільки легко користувачі могли знаходити необхідні розділи та окремі товарні позиції, як виглядає текстовий контент на дисплеях з різними роздільними здатностями та розмірами, а також чи не виникало будь-яких складнощів із загальним сприйняттям інформації або взаємодією з інтерактивними елементами, що могли б знизити комфорт користування.

На основі зібраних результатів анкетування було проведено аналіз сприйняття користувачами структури, дизайну та функціональності електронного каталогу. Респонденти надали зворотний зв'язок щодо зручності навігації, читабельності текстових блоків, якості візуального наповнення та загальної інтуїтивності інтерфейсу. Ці відгуки дозволили отримати об'єктивну оцінку розробленого продукту з позиції кінцевого користувача. На основі виявлених побажань та зауважень були впроваджені конкретні зміни: удосконалено подачу текстового контенту, замінено частину текстових блоків табличними елементами для зручнішого сприйняття, додано зображення, що краще демонструють особливості техніки, а також внесено покращення у навігацію завдяки додатковим гіперпосиланням. Таким чином, проведене опитування дозволило не лише підтвердити ефективність обраної концепції, а й підвищити загальну якість макету електронного каталогу відповідно до реальних потреб цільової аудиторії.

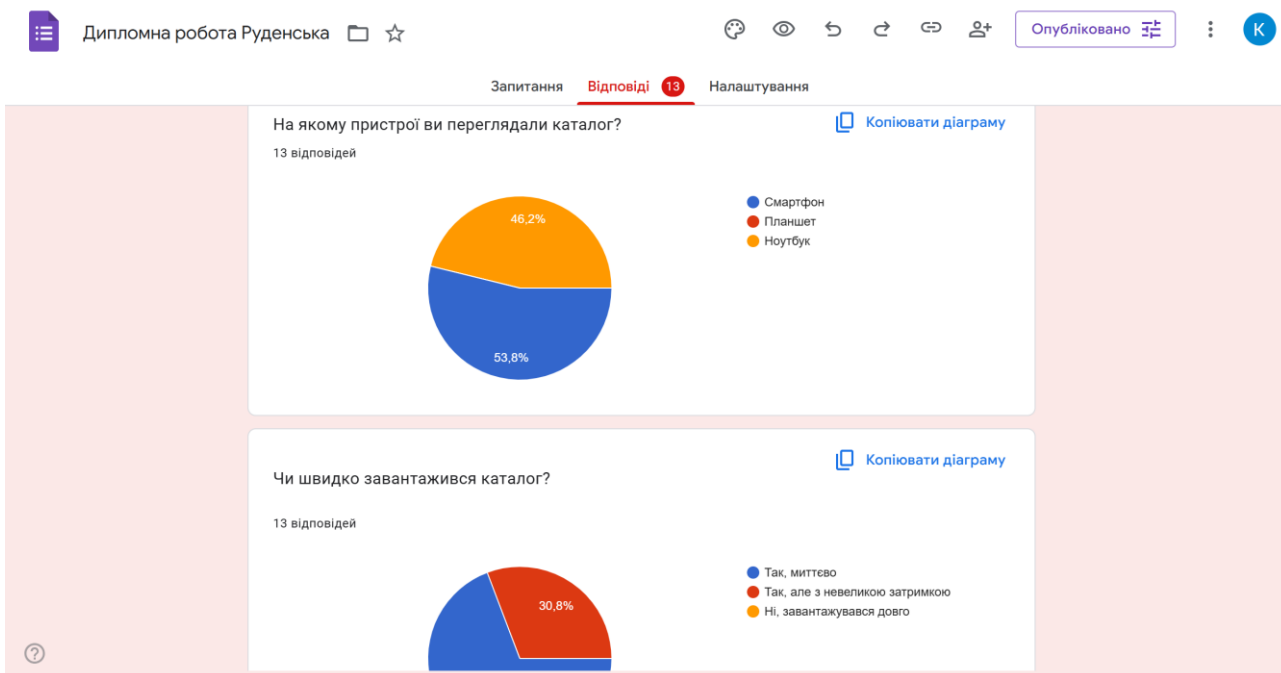


Рис. 3.6. Зведені дані результатів тестування

У процесі детального та всебічного аналізу отриманих результатів опитування були виявлені певні аспекти, які потребували додаткового вдосконалення та коригування для забезпечення ще вищого рівня користувацького досвіду. Зокрема, одним з ключових рішень, прийнятих на основі зворотного зв'язку, стало інтеграція зручного, легкодоступного посилання на зміст каталогу. Ця функція дозволяє користувачеві швидко та безперешкодно повертатися до початкового розділу, що значно покращує навігацію та економить час.

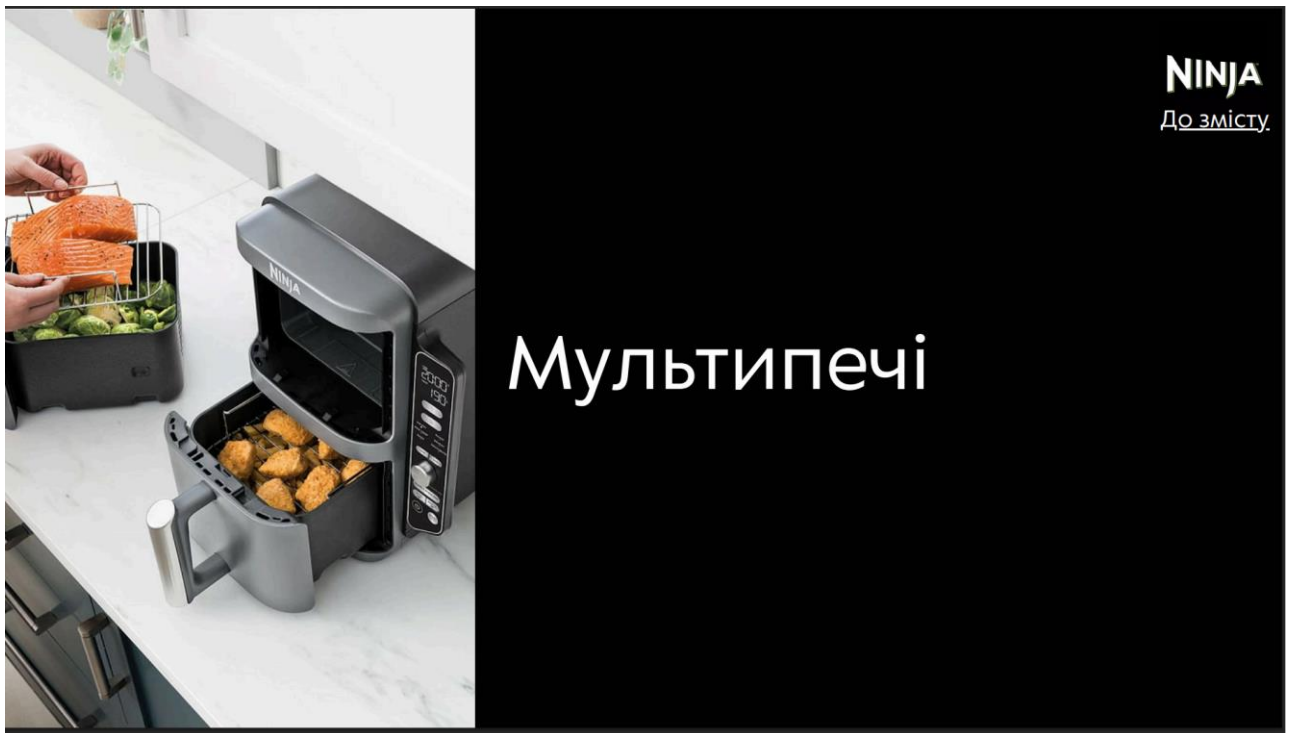


Рис. 3.7.Посилання для повернення до змісту

Крім того, було внесено суттєві зміни у структуру подачі інформації у товарних блоках: замість традиційних, іноді об'ємних текстових масивів було реалізовано більш ефективний табличний формат. Це рішення дозволило представити складні технічні характеристики та описи товарів у більш компактній, чітко структурованій та візуально організованій формі. Перехід до табличної форми не лише значно підвищив загальну ефективність навігації по сторінці, а й спростив візуальне сприйняття складних технічних даних, роблячи інформацію більш доступною та надзвичайно зручною для швидкого порівняльного аналізу різних моделей продукції.



### Висновки до розділу 3

У цьому розділі було проведено детальний розгляд та аналіз усіх ключових етапів розробки макету електронного каталогу побутової техніки «Ninja». Процес охопив послідовні фази – від початкового формування концепції видання до фінальної оптимізації та підготовки готового продукту до комерційного використання.

На початковому етапі розробки концепції було чітко визначено стратегічну мету створення каталогу: забезпечити повноцінну заміну традиційної друкованої версії на сучасний цифровий аналог. Цей електронний каталог мав гарантувати користувачам зручний доступ та комфортний перегляд інформації про продукцію на різноманітних цифрових пристроях, включаючи стаціонарні комп'ютери, ноутбуки, планшети та смартфони, при цьому без обов'язкової необхідності постійного підключення до мережі Інтернет. Також було проведено глибокий аналіз та ідентифікацію цільової аудиторії видання, що дозволило адаптувати контент та його подачу під потреби конкретних споживачів. Паралельно з цим, була розроблена та затверджена логічна структура подачі товарів, яка базувалася на їхній поточній популярності на ринку та стратегічних пріоритетах бізнесу, забезпечуючи інтуїтивну навігацію та легкість пошуку інформації.

На наступному етапі стилістичного налаштування було сформовано єдиний, узгоджений візуальний стиль каталогу, який бездоганно відповідав фірмовій ідентичності бренду Ninja. Цей процес включав ретельний вибір фірмової кольорової гами, що підкреслює візуальну узгодженість, оптимальних шрифтових рішень, які забезпечують читабельність та естетичну привабливість, а також продумане та ергономічне розміщення текстових та графічних блоків. Усі ці елементи були інтегровані таким чином, щоб сприяти візуальній узгодженості та гармонійному сприйняттю всього каталогу. Особливу увагу було приділено підвищенню читабельності текстового контенту на екранах різної роздільної здатності, дотриманню коректних відступів між елементами для забезпечення

простору у дизайні, а також забезпеченню високої якості зображень продукції. Це є критично важливим для формування позитивного візуального враження та комфортного сприйняття інформації користувачем.

Завершальний етап розробки включав проведення комплексного тестування каталогу за участю реальних респондентів. Результати цього тестування виявилися надзвичайно цінними, дозволивши ідентифікувати навіть незначні недоліки в користувацькому досвіді та оперативно їх усунути. Зокрема, на основі отриманого зворотного зв'язку було оновлено структуру подачі текстової інформації, перейшовши до більш компактного та візуально зручного формату. Крім того, були додані або оптимізовані зручні гіперпосилання, що суттєво покращило навігацію всередині каталогу та розширило його інтерактивні можливості, дозволяючи користувачам легко переходити між розділами та отримувати доступ до додаткових ресурсів.

Таким чином, в результаті послідовно та якісно виконаної роботи, було успішно створено функціональний, естетично привабливий та повністю оптимізований для користувача електронний каталог. Цей продукт, завдяки своїй універсальності та інтерактивності, є придатним для ефективного використання в комерційних цілях та слугуватиме потужним інструментом для презентації продукції бренду Ninja в сучасному цифровому середовищі.

## ВИСНОВКИ

У ході виконання даної дипломної роботи було проведене ґрунтовне та багатоаспектне дослідження особливостей процесу створення сучасного електронного каталогу. В ході дослідження було виконано наступні завдання:

1. Досліджено сучасні тенденції використання електронних каталогів у бізнесі. Було проаналізовано розвиток цифрових інструментів у сфері торгівлі, зокрема активне впровадження електронних каталогів як ефективного способу взаємодії з клієнтами. Встановлено, що електронні каталоги є популярним засобом презентації продукції, що дозволяє бізнесу залишатися конкурентоспроможним в умовах цифровізації.

2. Описано переваги та недоліки електронних каталогів порівняно з друкованими версіями. У результаті дослідження виявлено, що електронні каталоги мають низку значних переваг: мобільність, інтерактивність, зручність оновлення інформації, економічність та екологічність. Водночас були визначені й певні недоліки, такі як залежність від технічних засобів і рівень цифрової грамотності користувачів.

3. Визначено вимоги до структури та дизайну електронних каталогів для продажу побутової техніки. Проаналізовано приклади сучасних електронних каталогів і розроблено перелік рекомендацій щодо їх структурування, навігації, візуального оформлення та адаптації під різні пристрої. Визначено необхідність наявності чіткої рубрикації товарів, зручного інтерфейсу та інтеграції з комерційними платформами.

4. Розроблено макет електронного каталогу побутової техніки «Ninja». Створено інтерактивний макет електронного каталогу з урахуванням цільової аудиторії, технічних вимог і графічних особливостей. Каталог реалізовано у форматі PDF із вбудованими гіперпосиланнями для зручної навігації та переходу до онлайн-карток товарів. Використання сучасних програмних засобів дозволило

досягти високої якості верстки й забезпечити кросплатформну доступність каталогу.

Центральний фокус дослідження був зосереджений на забезпеченні оптимального поєднання ключових компонентів, що визначають ефективність цифрового видання: високоякісної графічної складової, логічно структурованого та легкодоступного контенту, а також відповідності актуальним вимогам до мультимедійного оформлення, що є визначальним для привабливості у цифровому середовищі. Основною метою представленої роботи стало проектування такого макету електронного каталогу побутової техніки для бренду Ninja, який би не лише вирізнявся зручністю у використанні та візуальною привабливістю, але й був функціонально досконалим, слугуючи ефективною та повноцінною альтернативою традиційному друкованому варіанту. При цьому особлива увага приділялася адаптації каталогу для безперешкодного перегляду на широкому спектрі цифрових пристроїв.

У межах наукового апарату дослідження було детально проаналізовано специфіку програмного забезпечення, що застосовується на всіх послідовних етапах створення електронного видання. Це охоплювало як інструменти для первинної обробки контенту, так і програмні засоби для формування ілюстративного матеріалу та безпосередньо верстки. На основі проведеного систематичного аналізу було науково обґрунтовано вибір конкретних програмних інструментів, що забезпечують максимальну ефективність робочого процесу, оптимізацію ресурсів та беззаперечну відповідність сучасним стандартам та вимогам до електронних публікацій. Розроблений макет каталогу в повній мірі імплементує ключові принципи UX/UI-дизайну, що знайшло своє відображення у його інтуїтивній та високоефективній навігації, реалізованій за допомогою інтегрованих гіперпосилань. Крім того, каталог був ретельно оптимізований під екрани різного розміру та роздільної здатності, а його розробка цілеспрямовано орієнтувалася на задоволення інформаційних та

естетичних потреб цільової аудиторії, що гарантує його високу релевантність та широку доступність.

Кінцевим результатом виконаної роботи є створення повноцінного та інтерактивного електронного каталогу, представленого у форматі PDF. Цей формат був обраний не випадково, а завдяки його здатності забезпечувати безперешкодний доступ до контенту без необхідності постійного підключення до мережі Інтернет, що робить його винятково зручним для використання в будь-яких умовах та місцях. Каталог характеризується чітко структурованою ієрархією категорій, що значно полегшує навігацію та орієнтування користувача, а також забезпечує швидкий та ефективний доступ до детальної інформації про представлені товари. Важливим імплементаційним етапом стало також проведення тестування готового продукту за участю потенційних користувачів. Отримані результати цього тестування дозволили виявити та своєчасно усунути незначні, але важливі недоліки у подачі контенту, що призвело до подальшого суттєвого покращення зручності перегляду та загального користувацького досвіду.

Отримані в ході кваліфікаційної роботи результати підтверджують не лише доцільність, а й високу ефективність використання електронних каталогів як сучасного та потужного маркетингового інструменту в умовах цифрової епохи. Запропонований підхід до розробки електронних видань, демонструє свою універсальність. Він може бути успішно використаний та масштабований у подальших наукових та практичних проектах, пов'язаних із дизайном, версткою та розповсюдженням різноманітної електронної продукції, спрямованої на ефективну промоцію товарів або послуг у глобальному цифровому просторі.

## СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 7157:2010. Інформація та документація. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості. – Вперше; чинний від 2010—07—01.
2. ДСТУ 7449:2013. Шрифти друкарські (на кириличній та латинській графічних основах). Групи. Місткість. – Вперше (зі скасуванням в Україні ГОСТ 3489.1—71); чинний від 2014—07—01.
3. Yuliia Nikitina, Exploring Universal And Cognitive-Friendly UX Design Through Pivot Tables And Grids. URL: <https://www.smashingmagazine.com/2023/06/universal-cognitive-friendly-ux-design-tables-grids/>
4. The Difference Between UX and UI Design: A Beginner’s Guide by Emil Lamprecht. URL: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/the-difference-between-ux-and-ui-design-a-laymans-guide/>
5. ISO 32000-1:2008(en) Document management – Portable document format – Part 1: PDF 1.7
6. What is an .EPUB file? URL: <https://www.adobe.com/uk/acrobat/resources/document-files/ebook-files/epub.html#:~:text=EPUB stand for%3F-,The .,such as books and magazines.>
7. PhotoRoom. Онлайн-сервіс для обробки зображень. URL: <https://www.photoroom.com/>
8. Madsen, C. Optimizing Images for Web and Mobile. – Smashing Magazine. URL: <https://www.smashingmagazine.com/>
9. Canva. Офіційний сайт. URL: <https://www.canva.com>
10. Ninja Kitchen. Офіційний бренд-гайд. URL: <https://www.ninjakitchen.com>
11. RGB colour model URL: <https://www.britannica.com/science/RGB-color-model>

12. How to optimise your images for the web.  
URL: <https://www.adobe.com/uk/creativecloud/photography/discover/image-optimisation.html>
13. Visual Hierarchy. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/visual-hierarchy?srltid=AfmBOopLvwT2A970FgDzRpO66JsIfT-FdLEE8xiKLSZEIiwvrVDTyuEW>
14. The ultimate guide to choosing the perfect font size for any design  
URL: <https://www.wix.com/wixel/resources/font-size>
15. EPUB Accessibility 1.1. – W3C. URL: <https://www.w3.org/TR/epub-a11y-11/>
16. Digital Publishing Trends for 2024. – Joomag.  
URL: <https://blog.joomag.com/digital-publishing-trends-for-2024>
17. Web Content Accessibility Guidelines.  
W3C URL: <https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/>
18. UX Trends 2024. – UX Design. URL: <https://trends.uxdesign.cc/2024>
19. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні елементи. Терміни та визначення понять. – Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. – [https://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu\\_3017\\_2015.pdf](https://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu_3017_2015.pdf)
20. Як ідентифікують електронні видання у системі ISBN. – ЧитоМо, 2020.  
URL: <https://chytomo.com/iak-identyfikuiut-elektronni-vydannia-j-audioknyzhky-u-systemi-isbn/>
21. The UX Designer's Guide to Typography. – Interaction Design Foundation, 2022. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/article/the-ux-designer-s-guide-to-typography>
22. What is Readability in UX Design? – Interaction Design Foundation, 2025.  
URL: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/readability-in-ux-design>

# ДОДАТКИ

Додаток А

## Зміст каталогу побутової техніки “Ninja”

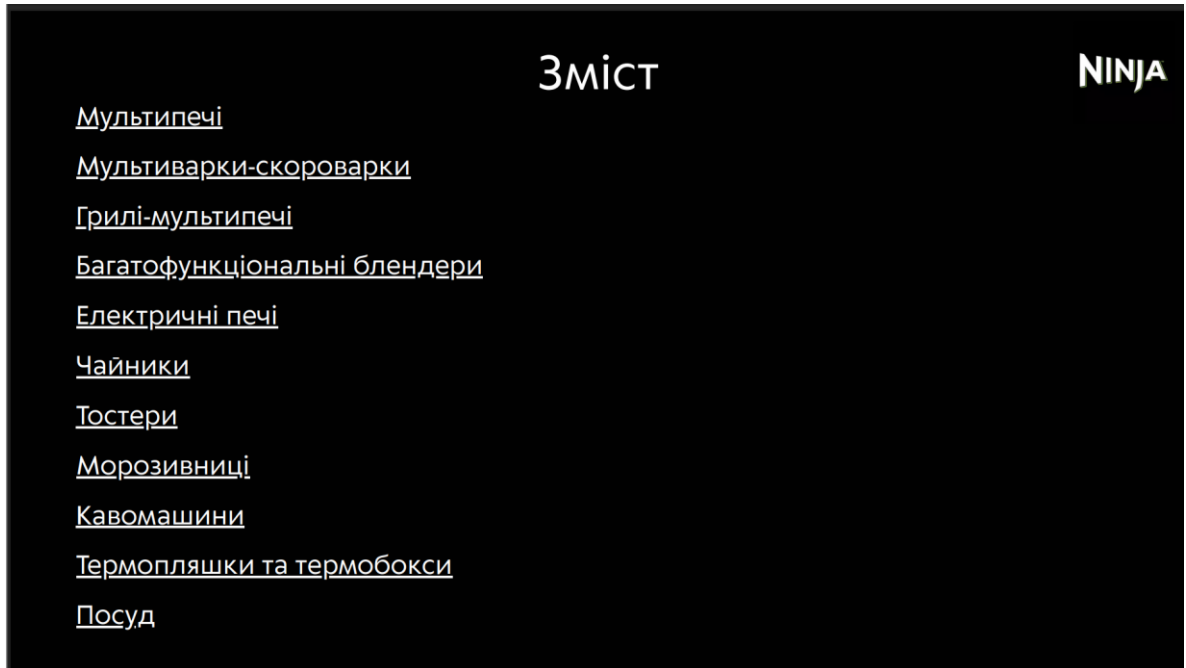


Рис. А.1. Зміст каталогу

Сторінка категорії товарів

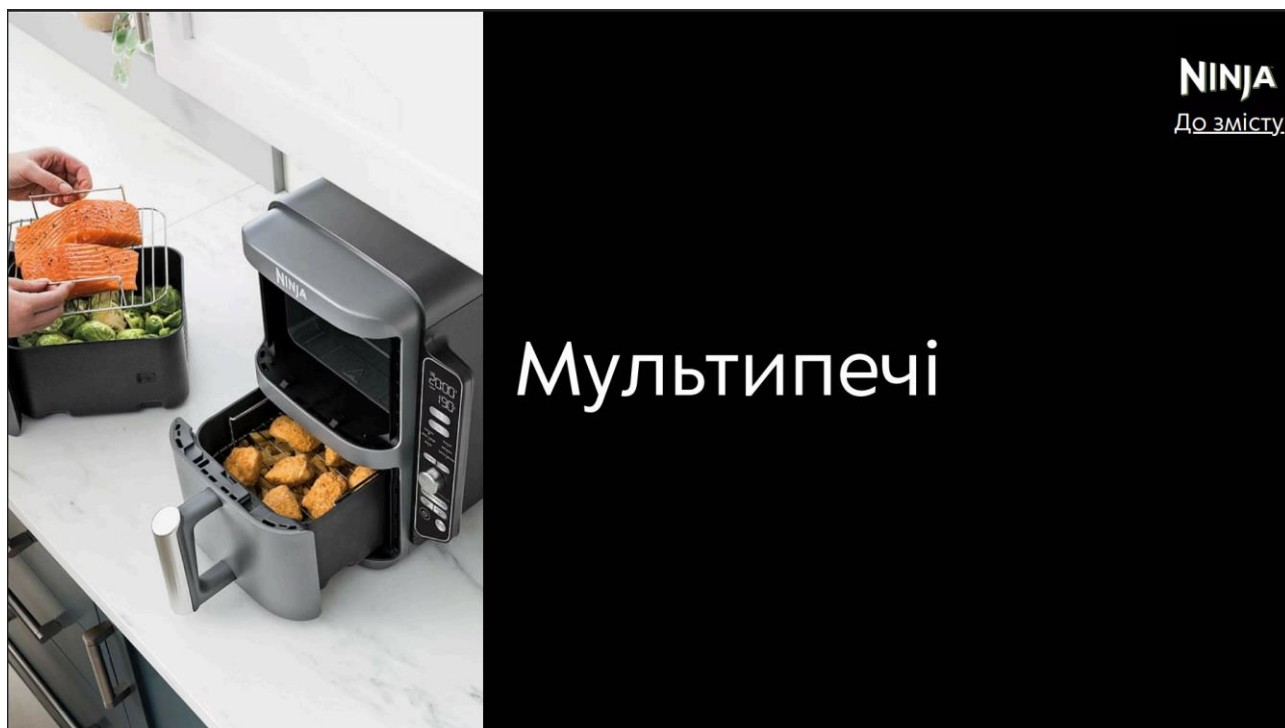



Рис. Б.1. Оформлення розділу категорії товарів

## Картка товарів

Мультипечі



Мультипіч Ninja Foodi MAX  
AF400EU  
*Дізнатись більше*

Характеристики **NINJA**

Потужність, Вт	2470
Колір	Чорний
Доступні програми	Обсмажування до хрусткої скоринки; Аерофритюр; Випікання; Смаження; Розігрів; Сушка; Таймер; Анти-запах; Автовимкнення;
Температурний діапазон	40°C - 240°C
Кількість ємностей	2
Місткість ємностей, л кожна ємність	до 4.75л
Гарантія, міс	60
Комплектація	2 x Антипригарні пластини; 2 x Антипригарні ємності.

---

Мультипечі



Мультипіч Ninja Foodi MAX  
AF400EU  
*Дізнатись більше*

Характеристики **NINJA**

Потужність, Вт	2470
Колір	Білий
Доступні програми	Обсмажування до хрусткої скоринки; Аерофритюр; Випікання; Смаження; Розігрів; Сушка; Таймер; Анти-запах; Автовимкнення;
Температурний діапазон	40°C - 240°C
Кількість ємностей	2
Місткість ємностей, л кожна ємність	до 4.75л
Гарантія, міс	60
Комплектація	2 x Антипригарні пластини; 2 x Антипригарні ємності.

Рис. В.1. Оформлення тексту і графічних елементів після тестування