

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

**ІНСТРУМЕНТИ WEB-ДИЗАЙНУ У СТВОРЕННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО  
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

з галузі знань: 24 Сфера обслуговування  
за спеціальністю: 242 Туризм  
за освітньо-науковою програмою: Туризм  
на здобуття освітнього ступеню: Магістра

Магістерська робота  
студента/студентки денного відділення  
Яворського Арсена Руслановича

Науковий керівник:  
к.геогр.н, ас. Гринюк Д.Ю.

КИЇВ – 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ WEB-ДИЗАЙНУ У СТВОРЕННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	6
1.1. Web-дизайн у сучасному інформаційному суспільстві	6
1.2. Теоретичні аспекти та ступінь наукової вивченості інструментів web-дизайну у туристичній індустрії	10
1.3. Організаційні та технологічні особливості використання інструментів web-дизайну у створенні інформаційного туристичного продукту	14
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ WEB-ДИЗАЙНУ У СТВОРЕННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	19
2.1. Історичний контекст розвитку та застосування інструментів web-дизайну у туристичній індустрії в світі та в Україні	19
2.2. Класифікація та варіативність інструментів web-дизайну	22
2.3. Характеристика застосування інструментів web-дизайну під час розробки інформаційного туристичного продукту у різних секторах туристичної індустрії	29
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ/КЕЙСИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ WEB-ДИЗАЙНУ ДЛЯ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	33
3.1. Технологія розробки інформаційного туристичного продукту в Україні, з урахуванням сучасної кон'юнктури та потреб воєнного часу	33
3.2. Авторська розробка інформаційного туристичного сайту	40
ВИСНОВКИ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТКИ	53

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Серед безлічі досліджень та стратегій розвитку у туристичній галузі, увагу заслуговують наукові дослідження та інновації, спрямовані на розвиток гостинності та туристичного бізнесу. Останнім часом особливий інтерес викликають технологічні новації, які базуються на інформаційних технологіях та інструментах які впроваджуються в діяльність туристичних підприємств та їх посередників.

Протягом епохи використання обчислювальної техніки та Інтернету, спостерігається постійна тенденція до розвитку високоефективних систем керування, спрямованих на оптимізацію збору та використання інформаційних ресурсів. Цей процес породжує значний обсяг створення та розвитку різноманітних видів веб-сайтів за допомогою інструментів веб-дизайну.

Сучасне суспільство неможливо уявити без використання інформаційних технологій, вони відіграють ключову роль у всіх практично усіх сферах діяльності. Особливе значення ці технології мають у туристичному ринку, де системи обробки та надання інформації стають необхідними для ефективного управління об'єктами та послугами. Нині неможливо уявити будь-яку організацію чи туристичне підприємство, які не застосовують соціальні мережі та сайти в мережі Інтернет.

Ключовим моментом розробки сайтів для туріндустрії з інструментами web-дизайну є поглиблене вивчення цієї галузі. Виявлення сутностей і специфіки web-дизайну є надзвичайно відповідальним заняттям. Технології допомагають туріндустрії швидше та краще обирати інформацію для клієнта та про клієнта, забезпечувати споживача даними та аналітикою, враховувати всі його побажання та бути цінним консультантом.

Очевидно, що ринок туризму у світі та в Україні змінюється, онлайн-туризм активно набирає обертів і в наступні роки зростатиме. Цьому є логічні

пояснення. Жорстка конкуренція, ринкові тренди, пов'язані з технічним прогресом та молоде покоління туристів є рушійною силою цих змін.

**Метою дослідження** є аналіз інструментів web-design у формуванні осучасненого супроводу туристичного сайту.

До головних завдань дослідження належать **завдання**:

- 1) дослідити Web-дизайн у сучасному інформаційному суспільстві;
- 2) визначити теоретичні аспекти та ступінь наукової вивченості інструментів web-дизайну у туристичній індустрії;
- 3) проаналізувати організаційні та технологічні особливості використання інструментів web-дизайну у створенні інформаційного туристичного продукту
- 4) охарактеризувати класифікацію та варіативність інструментів web-дизайну;
- 5) охарактеризувати застосування інструментів web-дизайну під час розробки інформаційного туристичного продукту у різних секторах туристичної індустрії
- 6) описати технологію розробки інформаційного туристичного продукту й авторську розробку інформаційного туристичного сайту.

**Об'єктом дослідження** є теоретичні та організаційно-методичні аспекти аналізу інструментів web-дизайну у створенні інформаційного туристичного продукту.

**Предметом дослідження** є практичні та технологічні кроки із застосуванням інструментів web-дизайну для розробки інформаційного туристичного продукту.

Основою магістерського дослідження є комплекс теоретичних та методологічних принципів, які включають логічність та неупередженість, забезпечуючи глибоке та всебічне дослідження за допомогою широкого спектру наукових джерел. Ці принципи не можуть бути використані ізольовано для аналізу складних аспектів, таких як використання інструментів

веб-дизайну для розробки сучасних туристичних веб-сайтів чи продуктів, але разом вони формують міцну основу для комплексного розуміння теми.

Магістерська робота містить вступ, три основних розділи, які поділяються на вісім підрозділів, а також висновок та додатки. У висновку розкривається значущість досліджуваної теми, формулюються основний об'єкт і предмет дослідження, цілі, завдання та методологія. Узагальнення відображають основні висновки, отримані в ході дослідження, і пропонують генералізації.

Для аналізу проблематики було використано широкий спектр джерел та літератури, як українською, так і англійською мовами, що відрізняються за напрямками, науковою значимістю, методами аналізу, висновками та рекомендаціями, що дозволило всебічно розглянути поставлене питання, однак у науковому дискурсі проблематика інструментів web design у формуванні осучасненого супроводу туристичних сайтів недостатньо досліджена і потребує подальших наукових аналізів та напрацювань.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ WEB-ДИЗАЙНУ У СТВОРЕННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

### 1.1. Web-дизайн у сучасному інформаційному суспільстві

Мільярди людей у світі користуються Інтернетом. Стало звичним бачити красиві та функціональні сайти, якими люди користуються щодня. Деякі вже забули, а багато і не застали моменту, коли все тільки починалося і коли Інтернет виглядав зовсім не так, як зараз – в інформаційну еру.

У зв'язку з розвитком інформаційних технологій велике значення набула проблема вивчення основ Web-дизайну в різних сферах. Сфера веб-дизайну охоплює процес створення візуального контенту для сайтів, що включає в себе планування, концептуалізацію та аранжування текстової та графічної інформації в інтернет-просторі.

Ця дисципліна має на меті оптимізувати користувацький досвід, забезпечуючи інтуїтивно зрозуміле та естетично привабливе представлення інформації. Веб-дизайнери використовують різноманітні інструменти та техніки для досягнення цілісності та функціональності веб-ресурсів, що сприяє зручності та задоволенню потреб користувачів.

Крім цього Web-дизайн – це не лише необхідність, це ще й майданчик для творчості та розвитку, оскільки робота з самостійного створення Web-сайту може бути дуже цікавою та захоплюючою [20, с. 94].

Сучасний користувач воліє не тільки переглядати готові сайти, але й створювати власні Web-сторінки, що поєднують різні види інформації: текст, графіку, звук, анімацію і відео. Від того, наскільки якісно і красиво зроблено ту чи іншу Web-сторінку, залежить багато в чому її успіх у мережі.

Фраза "Web-дизайн" поєднує в собі два поняття. "Web" відсилає нас до глобальної мережі, яка охоплює весь світ, відомої як Всесвітня Павутина. З іншого боку, "дизайн" має коріння в англійському слові design, що включає в

себе різноманітні аспекти створення та планування, від концептуалізації до візуалізації. Отже, якщо ми розглянемо цей термін у контексті української мови, то можемо визначити Web-дизайн як процес створення інтернет-ресурсів, що включає в себе не тільки технічне виконання, але й візуальне оформлення, себто проектування для Інтернету

Щоб краще зрозуміти цей концепт, давайте розглянемо вже існуючі ідеї та їх інтерпретації. Термін "дизайн" може означати процес створення чогось нового, включаючи предмети, інструменти чи обладнання. У більш вузькому розумінні, дизайн пов'язаний з артистичним проектуванням, де головною задачею є створення об'єктів, форма яких ідеально підходить для їх функціонального призначення.

Елементи візуального оформлення, які використовуються у дизайні: точка, лінія, фактура, текстура, колір, форма, пропорція та ін. Коротко розглянемо ці терміни.

Текстура – текстурність визначається як зовнішній вигляд та відчуття поверхні матеріалу, що є результатом його молекулярної композиції та взаємодії зі світлом і теплом (наприклад, деревина, сталь, склопакети, текстильні вироби тощо).

Фактура визначає зовнішній вигляд та відчуття поверхні матеріалу, включаючи її гладкість, шорсткість або відблиск. Цей параметр є важливим показником способу обробки матеріалу та його кінцевих властивостей.

Колір – здатність тіл створювати певне зорове відчуття відповідно до спектрального складу й інтенсивності видимого випромінювання, що відбивається або випромінюється ними. Три ключові характеристики, що формують сприйняття кольору, це його відтінок, інтенсивність та яскравість. Відтінок кольору залежить від довжини хвилі світла, що його випромінює, насиченість – кількістю сірого кольору, що додається, а світлота – яскравістю.

Зауважимо, що у літературних джерелах трапляються інші написання цього терміна: Веб-мастеринг, Веб-дизайн.

Web-дизайн вважається сучасною формою візуального мистецтва, яка використовує унікальні цифрові інструменти, такі як комп'ютерні програми та редактори, а також спеціалізовані мови кодування (наприклад, HTML) і інтернет-технології (наприклад, CGI, CSS, SSI). Його основна мета полягає у розробці візуальних інтернет-об'єктів, таких як веб-сторінки, банери, аплети та скрипти, для їх подальшого розміщення в мережі.

Розробка веб-сайту для бізнесу вимагає глибоких знань і досвіду, а також здатності виявляти ключові виклики і мати естетичне відчуття. Дизайнери, працюючи над веб-сайтами, застосовують принципи, які беруть свій початок у традиційних формах мистецтва, таких як живопис, скульптура та архітектура, а також у новітніх напрямках, включаючи графіті та художня фотографія.

Водночас, унікальні методики веб-дизайну, які не мають аналогів у інших видах мистецтва, відкривають йому статус нової художньої дисципліни з власними правилами та канонами, що формуються в умовах сучасного інформаційного простору і перевіряються через практичну апробацію в глобальній мережі Інтернет.

У сфері веб-дизайну, на противагу традиційному мистецтву, не застосовуються традиційні художні інструменти. Замість цього, створення цифрових шедеврів вимагає використання сучасних технологічних засобів: редакторів для розмітки HTML, програм для обробки графіки (відео та аудіо), інструментів для анімації та написання скриптів, а також спеціалізованих утиліт. Також до процесу входять мови програмування, мережеві технології, а також обладнання, як-от цифрові камери та сканери.

На Web-сторінках присутні не лише текст та статичні зображення, а й анімація, відео- та аудіокліпи. Інтерфейси веб-сайтів, які ми бачимо, динамічно показують певний рух у відповідь на взаємодію з користувачем. Це перетворює їх на складні твори, що існують на перехресті різних видів мистецтва, таких як література, журналістика, візуальне мистецтво, кінематографія, телебачення, радіомовлення та фотографія.

Кваліфікований розробник веб-сайтів має уявлення про аудиторію, яка регулярно відвідує його ресурси, враховує психологічні особливості цих користувачів та вибирає для контенту актуальні теми, які зараз є трендовими в інтернеті. Велика частина веб-сайтів сьогодні є мультимедійними продуктами [29].

Розробка веб-інтерфейсів стає складнішою через те, що один і той же контент може відрізнятись в залежності від веб-переглядача (наприклад, Firefox або Safari) та розмірів екрану. Часто переглядачі автоматично визначають, як буде виглядати завантажена сторінка. Користувачі також можуть впливати на це, вимикаючи зображення чи анімацію у налаштуваннях.

Щоб створити веб-сторінки, які адаптуються до користувача (наприклад, з елементами AI), вміст може завантажуватися в залежності від часу дня або за допомогою алгоритмів випадковості. Це дозволяє автоматично оновлювати музику, зображення, жарти та цитати, які відображаються на сторінці.

Під час проектування сайту важливим аспектом роботи дизайнера є вміння підбирати гармонійне поєднання кольорів тексту та фону, що значно впливає на сприйняття та комфорт читача. Рекомендується віддавати перевагу синім буквам на білому фоні, чорним – на жовтому, зеленим – на білому, чорним – на білому, білим – на синьому. При виборі палітри кольору враховується чутливість очей: найбільша до жовто-зеленого кольору, а найменша – до фіолетового і червоного кольорів. Спостереження показують, що кольорові відтінки впливають на емоційний стан особи: теплі тони можуть стимулювати, в той час як холодні тони надають заспокійливий ефект [29].

Перші інструменти розробки веб-сайтів були досить складні у використанні. Можна сказати, що це був свого роду метод спроб і помилок для всіх рішень, які виникали. На той час не було базового браузера, який використовували всі користувачі. Тому розробники намагалися щосили догодити аудиторії. Початкові інструменти ускладнювали процес проектування. Невдалі дизайнерські підходи вимагали більше зусиль, ніж

кодування від самого початку. На той час розробники, видавці та веб-фахівці прагнули до загальнопромислових конвенцій, які зробили б їхню діяльність більш плідною. Тому сьогодні існують загальноприйняті угоди та напрямки для учасників ринку.

Якими б перспективними не були тенденції на ринку, нові дизайнерські інструменти частіше функціонують через друкований погляд на світ, а не через цифрові екрани. Звертаючи увагу на історію перших інструментів, їх проблеми та специфіку, розробникам досить складно надати новому поколінню можливості, які забезпечують доступність та свободу створення веб-сайтів.

І це несправедливо – мережа відкрита для всіх, і кожен повинен мати змогу зробити свій внесок. Більшість існуючих веб-конструкторів або занадто заплутані, або закриті за своєю суттю. Тому гнучкі рішення з великим спектром можливостей можуть бути складними у використанні. У той час як простіші рішення встановлюють безліч обмежень на використання та масштабування, тим самим скорочуючи можливості середовища.

## **1.2. Теоретичні аспекти та ступінь наукової вивченості інструментів web-дизайну у туристичній індустрії**

Web-дизайн – невід’ємна частина будь-якого сайту, і в цьому немає жодних сумнівів. Однак коли справа доходить до такої галузі та тематики, як туризм та відпочинок, то питань, пов’язаних з дизайном, ставиться значно більше, ніж відповідей. Загальновідомо, що люди в усьому світі люблять подорожувати, їздити відпочивати або їм доводиться часто здійснювати ділові поїздки закордоном.

Так чи інакше, але всім їм буває необхідно відвідати турсайти, щоб забронювати номер в готелі, замовити квитки, вибрати місце для відпочинку тощо. Відповідно, вимоги до таких сайтів дуже високі. Навіть часом складно сказати, що створювати важче: дизайн турсайту або великої компанії.

Хороший дизайн туристичного сайту завжди перевершує очікування відвідувачів і при цьому забезпечує першокласний досвід та шлях від першої сторінки до оформлення та передоплати путівок. І до сайтів бронювання готелів це також стосується. У цифрову епоху, яка панує нині, головна перевага та зручність користувачів Інтернету – миттєве оформлення броні, пряме замовлення і цього прагнуть усі бренди. І власнику бренду, мережі готелів або виконавецю замовлення завжди хотітиметься зручності користування на сайті.

В останні роки спостерігається тенденція, коли все більше мандрівників планують свої відпустки самостійно, уникаючи послуг туристичних агентств. Така зміна поведінки споживачів створює значні виклики для традиційних операторів туристичного ринку, викликаючи кризові явища у цій галузі [16, с. 254].

Теоретичні аспекти та ступінь наукової вивченості інструментів web-дизайну у туристичній індустрії у вітчизняній історіографії незначні. У контексті застосування цифрових інновацій у сфері туризму, глибоке вивчення цієї теми все ще чекає свого часу. Однак, існують значущі праці в секторі електронного маркетингу, авторство яких належить таким фахівцям, як Томас Мартін Кі, Каннан П., Патрік Де Пельсмакер, Софі Бург, Крістіан Холт, а також статті в таких відомих виданнях, як THE GUARDIAN, MASHABLE, SKIFT [39], [33], [34].

З появою інтернет-платформ для резервації номерів у готелях, бронюванням авіарейсів та іншими елементами планування подорожей, споживачі отримали змогу самостійно керувати своїми відпустками, минаючи туристичні агентства. Цифрова ера принесла з собою зміни у підходах до маркетингу у туристичній галузі, зокрема, зменшення розмірів рекламних блоків у друкованих ЗМІ на користь онлайн-присутності.

Веб-сайти дозволяють проводити ефективні рекламні акції з низькими бюджетами. Розміщення рекламного контенту в електронних медіа розширює

аудиторію до глобальних масштабів, забезпечуючи доступність інформації на значно триваліший час.

Завдяки прогресу в області інформаційних технологій, зокрема у сфері веб-розробки, сфера туристичних послуг зазнала значних змін. Унікальність туристичних послуг полягає у потребі оперативно надавати актуальну інформацію про доступність місць для проживання та перевезення, а також у можливості їх онлайн-резервації. Ефективне використання новітніх ІТ-рішень для обробки даних дозволяє це здійснювати ефективно та без зайвих затримок.

Інтернет виступає як важливий інструмент для ефективного розподілу даних, що сприяє стратегічному плануванню та оптимізації бізнес-процесів у корпораціях. Він не обмежується лише розсиланням текстових повідомлень. Інтерактивність та візуальні аспекти веб-інтерфейсів дозволяють фірмам презентувати візуальний контент (зображення закладів, транспорту, туристичних атракцій), що ефективно використовується в маркетингових цілях.

Крім того, Інтернет пропонує розширені можливості пошуку, дозволяючи користувачам налаштовувати критерії пошуку для оцінки та порівняння цінових пропозицій, а також зберігати інформацію, яка їх зацікавила.

Академічні дебати підкреслюють наступні аспекти та вигоди веб-ресурсів для туризму:

- Цілеспрямоване залучення специфічної групи користувачів;
- Ініціювання первинного інтересу відвідувачів до збору даних;
- Глибоке роз'яснення інформації;
- Вільний доступ до даних без часових обмежень;
- Підтримка релевантності та швидкості оновлення інформації;
- Двосторонній діалог з користувачами та збір відгуків;
- Моніторинг та аналітика відвідувань;
- Організація опитувань та проведення аналітичних досліджень.

При створенні веб-сайту, ключовим аспектом є створення візуально привабливого інтерфейсу, який слугуватиме обличчям компанії в онлайн-просторі. У процесі дизайну основна увага приділяється аналізу естетики інтерфейсу, відповідності вибраного стилю та важливості візуального враження.

У конкурентному середовищі, ключовим фактором є високий рівень якості даних, які представлені на веб-ресурсі. Туристи обиратимуть центри, що приймають, переважно на основі отриманої інформації, на сприйняття якої так чи інакше впливає веб-дизайн. Web-сайт повинен бути:

- читабельним для аудиторії;
- привабливим для аудиторії;
- справляти враження на аудиторію;
- дивувати аудиторію.

Розвиток інтернет-простору для туристичного агентства передбачає запуск онлайн-маркетингової стратегії, спрямованої на залучення цільової аудиторії. Ефективне поширення інформації про послуги агентства можливе завдяки використанню електронних листів, SEO-оптимізації, рекламних банерів, контекстної реклами, рейтингових систем, обміну лінками, інформаційних сервісів, контент-маркетингу та публічних відносин. Важливо пам'ятати, що веб-сайт потребує регулярного оновлення та підтримки після його запуску. Для ефективного використання інтернету як інструменту маркетингу, компанія має активно управляти веб-ресурсом, оновлювати контент, перевіряти його актуальність та забезпечувати привабливість сайту, що впливає на зацікавленість користувачів.

Оптимізація веб-технологій вимагає дотримання кількох ключових принципів. Зокрема, розробку веб-сайту для сфери туризму бажано замовляти у спеціалізованій веб-студії чи маркетинговому агентстві, яке має досвід у цій галузі, адже ефективний веб-сайт вимагає спільних зусиль розробників, дизайнерів та інших фахівців.

Крім того, запуск інтернет-проекту має базуватися на специфіці бізнесу, що забезпечить його відповідність цілям та завданням компанії. На сайті турагентства важливо не просто розмістити актуальну інформацію, але й подати її так, щоб із усього різноманіття сайтів клієнт обрав саме цей.

Корпоративний веб-ресурс служить первинно для маркетингових цілей, а не для тестування новітніх веб-технологій. Важливо уникати перетворення офіційного сайту компанії на платформу, яка демонструє технічні новинки, що можуть спричинити затримки у завантаженні сторінок.

### **1.3. Організаційні та технологічні особливості використання інструментів web-дизайну у створенні інформаційного туристичного продукту**

Сайт – це Інтернет-ресурс, який представляє собою збірник взаємопов'язаних веб-документів, які можуть бути ідентифіковані за специфічною адресою та виступають в ролі віртуального простору для розміщення інформаційного матеріалу. Ці документи, зазвичай, утворюють єдину структуру, яка надає користувачам можливість сприймати їх як одне цілісне джерело інформації.

На цей час склалося кілька способів створення сайту. Оскільки кожен сайт відрізняється один від одного, то і для кожного сайту потрібен той чи інший спосіб створення, наприклад, написання власного коду мовою HTML, CSS, JavaScript. Для того, щоб робити з нуля, необхідно знати кілька мов програмування, таких як HTML.

Для створення шаблону, CSS – присвоєння різним банерам, об'єктам та іншим об'єктам стилі, або просто привласнити позицію, де вони будуть на цій сторінці майбутнього сайту. Іншими словами, це процес оптимізації сайту. А також мова JavaScript, призначена для додавання анімації та завдання різним об'єктам руху.

Другий варіант – зробити сайт на конструкторі або за допомогою CMS. Щоб зробити сайт на конструкторі, не обов'язково знати мови програмування та верстки, причому тимчасові витрати також менші [35].

Аналіз показує, що в літературі з інформаційних технологій немає методичних розробок науково-обґрунтованого вибору способу створення сайтів, при цьому такий вибір часто здійснюється за інтуїтивними методиками з нечітко заданими метриками створення сайтів. Такий стан справ призводить до зменшення ефективності прийнятих управлінських рішень у предметній галузі дослідження та актуалізує розробку відповідної методики.

Етап 1. На початковому етапі алгоритму з'ясовуються способи створення сайтів, які оцінюються. Вибір методів залежить від масштабів проведеного дослідження.

Етап 2. Формування мети дослідження.

На другому етапі оцінки методики створення сайтів здійснюється постановка цілі такої оцінки. Серед головних цілей оцінки можна назвати вибір способу створення сайту для конкретного запиту та детально розглянути різницю у вартості створення сайту.

Етап 3. Формування системи метрик створення сайту.

Після визначення мети оцінки методики створення сайту слідує етап формування системи метрик для такої оцінки. Серед найбільш очевидних метрик, виходячи із запропонованого вище визначення, можна назвати фінансово-економічні, тимчасові, виробничо-технологічні та інші метрики, а також метрики, що визначаються експертним шляхом: Хостинг, SEO та аналітика (рис. 1.1.). Також у пул метрик повинні бути включені специфічні для аналізованого процесу показники.

Етап 4. Стандартизація метриків створення сайту.

Після розрахунку поодиноких метрик методики створення сайту здійснюється процедура їхньої стандартизації. Реалізація цієї процедури викликана тим, що поодинокі показники виражені в різних одиницях і їх згортки потрібно привести всі показники до єдиної системи виміру. Для

показників, зростання яких знижує конкурентоспроможність процесу, слід використати зворотний розмір, тобто  $1/\text{метрика}$ .

Етап 5. Визначення вагових коефіцієнтів метрик створення сайту.

На цьому етапі здійснюється розстановка вагових коефіцієнтів по кожній одиничній метриці. Вибір техніки розміщення здійснюється експертами, які залучаються для цих цілей.



**Рис. 1.1. SEO, пошукова оптимізація для формування системи метрик створення сайту [32]**

Етап 6. Розрахунок інтегрального критерію конкурентоспроможності методу створення сайту.

Етап 7. Формулювання висновків.

На останньому етапі відбувається формування висновків дослідження.

Для створення функціонального сайту турфірми можна скористатися:

*Вбудовані та спливаючі web-форми для оформлення замовлень та звернень.* Набір полів легко змінюється та налаштовується під себе. Можна додати можливість вибору часу і дати, списки, що випадають, наприклад, для додавання наборів послуг і т.д.

*Проста інтеграція із CRM-системою* (для єдиного управління взаємовідносинами з клієнтами). Заявки оброблятимуться цілодобово в автоматичному режимі.

*Блоки із онлайн-картами.* Можна позначити маршрути на карті, відзначити розташування готелів, з якими ведеться співпраці тощо.

*Великий вибір інструментів для роботи із зображеннями:* слайдери, галереї, іконки, одиночні блоки з картинками, ефекти появи тощо. Показати товар обличчям буде просто.

*За бажання можна інтегрувати зовнішні сервіси,* наприклад, за рахунок вставки свого HTML-коду або за допомогою готових віджетів.

*Вбудовані інструменти для роботи з персональними даними* (типова угода з користувачами та політика конфіденційності).

Функціонал майбутнього сайту визначається не лише обраною платформою, а й бюджетом. Як показує практика, навіть безкоштовна CMS може бути не такою вже і «безкоштовною» – зміст сайту на тому ж WordPress буде дорожчим, ніж підписка на популярні онлайн-конструктори.

Малому та мікробізнесу туристичної індустрії простіше розпочати з хмарних рішень, вони не вимагають великих разових вкладень та забезпечують необхідний базовий функціонал.

Таким чином, у сфері цифрової епохи, створення веб-сайтів вважається новітнім видом художньої діяльності, який використовує унікальні засоби, такі як комп'ютерне програмування та редакторські платформи, а також мови кодування (наприклад, HTML) і протоколи інтернету (такі як CGI, CSS, SSI). Основна мета веб-дизайну полягає у розробці інтернет-ресурсів, таких як веб-сторінки, рекламні банери, аплети, скрипти та інші компоненти, для їх подальшого розміщення в мережі.

Важливо пам'ятати, що після запуску веб-сайту він потребує регулярного оновлення та технічної підтримки, щоб залишатися актуальним і функціональним.

У науковій та спеціальній літературі з інформаційних технологій немає методичних розробок науково-обґрунтованого вибору способу створення сайтів, при цьому такий вибір часто здійснюється за інтуїтивними методиками з нечітко заданими метриками створення сайтів. Такий стан справ призводить до зменшення ефективності прийнятих управлінських рішень у предметній галузі дослідження та актуалізує розробку відповідної методики.

## РОЗДІЛ 2

### ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ WEB-ДИЗАЙНУ У СТВОРЕННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

#### 2.1. Історичний контекст розвитку та застосування інструментів web-дизайну у туристичній індустрії в світі та в Україні

Процеси глобалізації, що змінили уявлення про кордони, помітно вплинули на індустрію туризму. Вони виявилися не лише у загальному зростанні кількості бажаючих подорожувати світом, а й у появі нових галузевих напрямів таких, як екотуризм, медичний туризм, джайлоо-туризм, кінотуризм, гастрономічний туризм, фестивальний туризм тощо. Ця багатоаспектність дозволяє, з одного боку, враховувати різноманітність інтересів споживачів туристичного продукту та сприяти їх залученню в ту чи іншу країну чи регіон, а з іншого боку, створювати та розвивати унікальний бренд тієї чи іншої території.

Дійсно, Інтернет для багатьох людей – одне з основних джерел інформації, оскільки сьогодні він є найбільшою комунікаційною мережею у світі. Не дивно, що глобальна мережа стала важливим каналом і для просування туристичних послуг. Як свідчать дані досліджень, пошук інформації при плануванні подорожі займає більше часу і передбачає використання кількох джерел інформації, порівняно з пошуком інформації про інші споживчі товари та послуги [31]. При цьому створення веб-сайту є одним з найпопулярніших і обов'язкових інструментів.

Просування веб-сайту в пошукових системах є одним із найефективніших способів залучення цільових відвідувачів на веб-ресурс. Він дешевше багатьох видів Інтернет-реклами, при цьому результати просування легко проконтролювати та оцінити за позиціями веб-сайту у пошукових системах та збільшення загального трафіку. Статистика показує, що більше 80% відвідувачів приходять на веб-сайт за запитами в пошукових системах,

при цьому шукають інформацію в основному на першій сторінці, рідко на другій і особливо на наступних – для попадання на першу сторінку запитів і потрібне просування туристичного web-сайту [7, с. 20].

Розвиток веб-дизайну на теренах України розпочався у дев'яностих роках двадцятого століття з появою перших елементарних веб-сторінок. У 1993 році світ побачив Mosaic – перший браузер, що підтримував графіку, а через три роки відбулося введення Gif-графіки. Проте, справжній прорив у цій сфері припав на початок нового тисячоліття. Тоді веб-сайти перетворилися з карамельних у більш об'ємні та тривимірні формати, згодом знову повернувшись до більш простих форм. Одночасно з цим, завдяки стрімкому розвитку технологій, адаптивний дизайн став невід'ємною частиною веб-розробки [4].

Для сфери туризму нині актуальні в повному обсязі різні типи сайтів. Розглянемо докладніше деякі визначення, які пропонує знаменита дизайн-студія QASI:

*Сайт-візитка* – складається з кількох сторінок, які містять загальну інформацію про організацію для ознайомлення відвідувачів з тим, чим займається компанія, місцезнаходження та контакти для зв'язку. Також сайт створює загальне враження про організацію і відповідно для сайту-візиток важливий веб-дизайн.

*Презентаційний сайт* – за інформаційною насиченістю практично не відрізняється від сайту-візитки, але в ньому більше уваги приділено дизайну для ефектної презентації товару або послуги, якісні фото, оригінальні графічні рішення у фірмовому стилі компанії, флеш-анімація та інтерактивні елементи.

*Інформаційний портал* – електронний каталог інформації, яка може бути представлена в каталогах і таблицях, може міститися в архівах або базах даних. Для таких сайтів важлива структура та система навігації, а також пошук по сайту. Інформаційний портал призначений як для внутрішньофірмового, так і для зовнішнього користування.

*Корпоративний сайт для великих організацій* – відповідає за представницькі та інформаційні функції, має розділи, доступні лише окремій категорії користувачів, детально висвітлює інформацію про партнерів та клієнтів. Дуже важливо, щоб система управління інформацією на такому сайті була зручною для оперативності поновлення інформації на сайті, а також скорочення тимчасових витрат працівників, які відповідальні за це.

У 2000-ті роки індустрія туризму продовжила активно використовувати інформаційні технології. Були створені нові онлайн-сервіси, такі як онлайн-карти та геолокаційні програми, які допомагали туристам знаходити місця для проживання, ресторани та визначні місця. Також виникли нові форми онлайн-комунікації між туристами та представниками туристичної галузі, такі як онлайн-чати та обговорення на форумах. Із розвитком мобільних пристроїв інформаційні технології стали ще доступнішими для туристів. З'явилися мобільні програми, які допомагали туристам планувати та бронювати свої поїздки, а також отримувати інформацію про пам'ятки та заходи в режимі реального часу.

Таким чином, історія розвитку інформаційних технологій в індустрії туризму свідчить про постійне зростання та розвиток цієї сфери, а також необхідність використання нових технологій для підвищення ефективності та конкурентоспроможності туристичних компаній і підприємств.

Веб-ресурс туристичної організації виконує кілька ключових функцій:

- Служить платформою для презентації та розповсюдження контенту, що належить організації;
- Використовується як засіб підвищення відомості бренду та відданості клієнтів, а також створення іміджу як провідника у своїй галузі;
- Забезпечує пошук кваліфікованих працівників та формування резерву кадрів через маркетингові стратегії;
- Сприяє навчанню та культурному розвитку співробітників;
- Стимулює розширення міжнародних комерційних відносин;
- Функціонує як місце для продажу товарів та послуг;

- Забезпечує збір даних для маркетингового аналізу через зворотний зв'язок від споживачів;
  - Підтримує просування продуктів та послуг, які пропонує організація.
- Основні напрямки діяльності корпоративного веб-ресурсу включають:
- Керівництво стратегічними ініціативами та прогресом організації (визначення місця на ринку, забезпечення ключовою інформацією, взаємодія зі стейкхолдерами);
  - Управління маркетингом та ідентичністю бренду (забезпечення основними маркетинговими даними, комунікація з медіа, розширення присутності на ринку);
  - Функції збуту (безпосередній продаж, обробка замовлень та запитів від клієнтів);
  - Підтримка клієнтів (встановлення зв'язку з користувачами, надання консультацій, проведення освітніх заходів);
  - Аналіз бізнес-процесів (дослідження уподобань та поведінки споживачів).

Слід зауважити, що в сучасному цифровому світі дизайн і інтерфейс користувача відіграють ключову роль у формуванні першого враження про організації та її пропоновані туристичні послуги в світі та в Україні. Застарілий дизайн і незручний інтерфейс користувача можуть створити враження низької якості сервісу. Крім того, недостатня підтримка соціальних функцій, таких як інтеграція соціальних мереж, можливість ділитися турами та відгуками у соціальних медіа, призводить до упущення можливості взаємодії з аудиторією та залучення нових клієнтів.

## **2.2. Класифікація та варіативність інструментів web-дизайну**

Програми, прототипи, стоки та бібліотеки – це ключові інструменти в області веб-дизайну, кожен з яких виконує свої специфічні функції.

**Програми:** Програми для web-дизайну є спеціалізованими програмами, які використовуються дизайнерами для створення та редагування графічних елементів, макетів та інтерфейсів веб-сайтів та додатків. Ці програми надають широкий спектр інструментів для роботи із зображеннями, текстом, кольорами та іншими дизайнерськими елементами. До популярних програм для веб-дизайну відносять Adobe XD, Sketch, Figma, InVision Studio та Marvel.

**Прототипи:** Прототипи у веб-дизайні – це інтерактивні моделі або макети, які створюються для демонстрації функціональності та візуального вигляду майбутнього веб-сайту або програми. Вони дозволяють дизайнерам та розробникам перевірити концепцію та взаємодію користувачів з інтерфейсом. Інструменти для створення прототипів, такі як Justinmind, Fluid, ProtoPie та Balsamiq, допомагають дизайнерам створювати інтерактивні моделі та тестувати їх на реальних користувачах [8, с. 233].

**Стоки:** Стокові ресурси є колекціями зображень, відео, звуків та інших медіафайлів, які можуть бути використані у веб-дизайні. Дизайнери купують ліцензії на стокові ресурси, щоб запровадити їх у свої проекти. Стокові зображення та елементи використовуються для створення візуального контенту, який відповідає тематиці та стилю проекту.

**Бібліотеки:** Бібліотеки та фреймворки є готовими компонентами, кодом або структурами, які прискорюють процес розробки веб-сайтів і додатків. Вони надають дизайнерам та розробникам готові рішення для створення інтерфейсів, включаючи готові CSS-стили, JavaScript-компоненти та макети. Прикладами бібліотек та фреймворків є Bootstrap, Proto.io та UXPin.

У підсумку, ці інструменти працюють у сукупності, дозволяючи дизайнерам створювати привабливі та функціональні веб-сайти та програми, починаючи з розробки концепції та закінчуючи впровадженням графічних елементів та функціональності.

У сучасному світі веб-дизайн відіграє значну роль у створенні привабливих та функціональних веб-сайтів та програм. Веб-дизайнери є важливими учасниками в процесі розробки, і для успішної роботи їм потрібен

набір інструментів, які допоможуть перетворити їх творчі ідеї на реальність та забезпечити відмінну користувальницьку взаємодію.

Adobe XD – це високофункціональне програмне забезпечення, розроблене Adobe Systems, призначене для проектування та прототипування інтерфейсів веб-сайтів та мобільних програм. Цей інструмент надає широкий набір функцій та можливостей, які роблять процес дизайну та створення інтерактивних прототипів ефективнішим та зручним.

Sketch – це векторний графічний редактор, спеціально розроблений для дизайнерів інтерфейсів і доступний тільки для операційної системи macOS. Ця програма стала популярною серед професійних веб-дизайнерів і розробників завдяки своїй спеціалізації на створенні макетів і елементів інтерфейсу користувача.

Figma – це веб-додаток для дизайнерів, який став одним із найпопулярніших інструментів у сфері дизайну інтерфейсів та спільної роботи. Він надає широкий спектр функціональних можливостей та особливостей, роблячи процес дизайну гнучкішим та ефективнішим.

InVision Studio – це потужний інструмент для дизайнерів, який спеціалізується на створенні інтерактивних прототипів і взаємодій в інтерфейсах. Цей інструмент надає дизайнерам можливість більш детально опрацювати та тестувати досвід користувача перед фактичною реалізацією веб-сайтів та мобільних додатків.

Marvel – це інструмент для створення прототипів, який відрізняється простотою використання та доступністю для дизайнерів та розробників. Він надає базові засоби для проектування та тестування концепцій веб-сайтів та мобільних додатків.

Прототипи і мокапи – це важлива частина процесу веб-дизайну. Вони дозволяють дизайнерам створювати інтерактивні моделі майбутнього продукту та тестувати його на користувачах. Інструменти для створення прототипів:

Justinmind – це потужний інструмент, розроблений спеціально для створення інтерактивних мокапів і прототипів досвіду користувача. Цей інструмент надає великі функціональні можливості для дизайнерів та розробників, дозволяючи їм детальніше опрацювати та тестувати концепції та інтерфейси веб-сайтів та мобільних додатків.

Fluid – це інноваційна платформа, розроблена для створення дизайн-систем та прототипів, з акцентом на забезпеченні послідовності та узгодженості дизайну у проектах. Цей інструмент покликаний спростити та вдосконалити процес спільної роботи дизайнерів та розробників, а також забезпечити єдиний стиль та брендову ідентичність у різних проектах.

ProtoPie – це потужний інструмент для створення високоінтерактивних прототипів, що спеціалізуються на відтворенні на пристроях із сенсорними екранами. Цей інструмент надає дизайнерам та розробникам можливість створювати прототипи мобільних програм та інтерфейсів із багатими інтерактивними функціями.

Balsamiq – це інструмент для створення дротових мокапів, який служить для швидкого і простого створення концептуальних чернеток інтерфейсу користувача. Головною особливістю Balsamiq є його спеціалізація на створенні провідних (або скетч-подібних) мокапів, які цілеспрямовано дотримуються мінімалізму та абстракції.

Бібліотеки і фреймворки надають дизайнерам готові компоненти та структури, які прискорюють процес розробки веб-сайтів та додатків:

Bootstrap – це відомий і широко використовується фреймворк для веб-розробки, який надає широкий набір готових CSS та JavaScript компонентів та інструментів. Він розроблений з метою спрощення процесу створення адаптивних, сучасних та стильних веб-сайтів.

Foundation – це потужний фреймворк для веб-розробки, що надає великий набір інструментів для створення адаптивних та мобільних веб-сайтів. Він розроблений з урахуванням сучасних вимог до веб-дизайну та забезпечує широкий функціональний набір для дизайнерів та розробників.

Semantic UI – це фреймворк для веб-розробки, який спеціалізується на наданні інтуїтивно зрозумілих класів та структур для створення семантичних та легко читаних веб-інтерфейсів. Він відомий своєю здатністю спростити створення структури та стилів для різних елементів веб-сайту.

Materialize – це фреймворк для веб-розробки, що базується на дизайн-системі Google Material Design. Цей фреймворк надає розробникам компоненти та стилі, що відповідають сучасному та чистому візуальному стилю Material Design. Він є відмінним вибором для створення веб-додатків та мобільних сайтів, які наслідують сучасні тенденції в дизайні.

Bulma – це сучасний CSS-фреймворк, який відрізняється простим та інтуїтивно зрозумілим синтаксисом класів. Цей фреймворк надає широкий спектр гнучких компонентів, що легко налаштовуються, які роблять створення красивих і адаптивних веб-інтерфейсів більш зручним.

Tailwind CSS – це фреймворк CSS, який надає набір гнучких і багаторазово використовуваних класів для швидкого налаштування стилів елементів веб-сайту. Він став популярним серед розробників та дизайнерів завдяки своїй простоті та потужності.

Ці бібліотеки та фреймворки спрощують процес розробки, дозволяючи дизайнерам та розробникам заощаджувати час та ресурси при створенні сучасних та адаптивних веб-проектів. Вибір конкретного інструменту залежить від потреб проекту та переваг команди.

Редактори зображень дозволяють дизайнерам створювати та редагувати графічні елементи, які будуть використовуватись у веб-дизайні:

Adobe Photoshop – це стандартний та високоцінний інструмент для редагування та створення графіки, який широко використовується професіоналами в галузі дизайну, фотографії та мистецтва. Цей програмний пакет, розроблений компанією Adobe, надає багатий набір функцій та інструментів для обробки та маніпулювання зображеннями та текстом.

GIMP (GNU Image Manipulation Program) – це безкоштовний та відкритий редактор зображень, доступний для різних операційних систем,

включаючи Windows, macOS та різні дистрибутиви Linux. GIMP надає безліч функцій і можливостей, які можна порівняти з Adobe Photoshop, і є відмінним вибором для дизайнерів, фотографів та художників з обмеженим бюджетом або тими, хто воліє використовувати програмне забезпечення з відкритим вихідним кодом.

Canva – це популярна онлайн-платформа для редагування та створення графічних матеріалів, яка надає широкий вибір шаблонів та інструментів для дизайну веб-графіки, банерів, презентацій та зображень для соціальних медіа. Це потужний та користувальницький дружній додаток, який дозволяє як початківцям, так і досвідченим дизайнерам та маркетологам створювати якісні графічні матеріали без необхідності великих навичок у графічному дизайні.

Affinity Designer – це векторний графічний редактор, доступний для операційних систем macOS і Windows. Цей редактор надає високофункціональні можливості та функціональність, що можна порівняти з Adobe Illustrator. Affinity Designer широко використовується для створення векторних зображень, ілюстрацій, логотипів та інших графічних елементів, особливо у сфері веб-дизайну.

Вибір редактора зображень залежить від потреб та переваг дизайнера, а також від бюджету проекту. Кожен із перерахованих інструментів має свої унікальні характеристики та функції, які можуть бути корисними у різних сценаріях веб-дизайну.

Анімація – це потужний інструмент у веб-дизайні, який додає життя та інтерактивності до інтерфейсів користувача. Вона не тільки робить веб-сайти та програми більш привабливими, але й покращує користувальницький досвід, роблячи його більш інформативним та цікавим.

CSS анімації – це ефективний та легкий спосіб додавання анімацій до елементів веб-сторінки за допомогою каскадних таблиць стилів (CSS). За допомогою CSS можна визначити анімації для різних властивостей елементів, таких як колір, розмір, положення та трансформації. CSS анімації є потужним інструментом для створення інтерактивних та привабливих веб-сайтів. Вони

підтримуються всіма сучасними браузером і легко налаштовані із допомогою ключових кадрів (keyframes).

JavaScript бібліотеки є потужними інструментами для створення складних та інтерактивних анімацій на веб-сайтах. Вони дозволяють розробникам більш тонко керувати анімацією, часом та параметрами, ніж доступно з використанням стандартних CSS анімацій.

Для створення унікальних та привабливих веб-інтерфейсів необхідні не тільки хороші ідеї, але й правильні інструменти для роботи з типографікою, шрифтами та іконками.

### **2.3. Характеристика застосування інструментів web-дизайну під час розробки інформаційного туристичного продукту у різних секторах туристичної індустрії**

Багато міст та країн розробляють сайти-гиди, призначені для туристів. В Інтернеті можна знайти велику кількість таких Інтернет-майданчиків, присвячених тим чи іншим містам або країнам. Структура таких сайтів є типовою: надається загальна інформація про регіон, майбутні заходи та події, надається можливість спланувати маршрут подорожі, замовити місця в готелі або літаку, пропонується путівник визначними пам'ятками, ресторанами та готелям [17; 18].

Основними критеріями оцінки туристичних веб-ресурсів є:

- Стратегія. Хороший сайт підтримує загальну стратегію суб'єкта PR. Навіть найпривабливіший, зручний веб-сайт не буде успішним, якщо його цілі не відповідають концепції бренду, цілям та завданням його комунікаційної кампанії.

- Зручність та простота використання (web-usability). Web-usability – досить ємне поняття, що включає дизайн веб-сайту, швидкість завантаження, зручність навігації по сайту, безпека, технічні деталі такі, як Sitemaps тощо. Крім того, сьогодні також дуже важлива адаптивність сайту для мобільних

пристроїв: багато людей бажають «заходити» в Інтернет зі смартфонів та планшетів.

- Стиль та дизайн веб-сайту. Якісний веб-сайт має своє обличчя, оригінальний логотип та ексклюзивний дизайн. При цьому його візуальне оформлення відповідає брендбуку та працює на створення позитивних вражень про сектор туристичної індустрії у відвідувачів.

- Зміст веб-сайту. Існує два основні критерії змісту веб-сайту – це інформативність та читання тексту. Тексти, графіки повинні бути читабельні, тому що, якщо текст занадто малий, представлений у блідому кольорі або малим шрифтом, відвідувачі сайту не затримаються на такому ресурсі. Релевантність інформації є важливим показником, тому що, якщо зміст не має значення для читача, відвідувач покине веб-сайт. Присутність яскравих, барвистих знімків підвищить привабливість сайту для відвідувачів. Наявність інформаційних довідників, інтерактивних карт та путівників, а також можливість бронювання турів, авіаквитків, готелів та хостелів на сайті змусить відвідувачів ресурсу затриматися на веб-ресурсі, можливо, зробити замовлення онлайн.

Одним із першочергових аспектів застосування інструментів web-дизайну під час розробки інформаційного туристичного продукту у різних секторах туристичної індустрії є дизайн та інтерфейс користувача. Для оцінки зручності використання сайтів необхідний аналіз наступних елементів:

- навігація та інтуїтивність: наскільки легко та швидко користувач може здійснити необхідні дії на сайті, наприклад, бронювання туру або пошук інформації про конкретний напрям, а також загальна можливість дослідження структури сайтів та доступність основних розділів, пошук інформації, можливість фільтрації та сортування пропозицій. Сайт повинен мати логічну структуру, інтуїтивно зрозумілі категорії та підкатегорії, щоб користувачі могли легко знаходити потрібну інформацію;

- візуальний дизайн: оцінка естетичної привабливості сайту, використання кольорової гами, шрифтів та графічних елементів;

- адаптивність: чи коректно сайт відображається на різних пристроях, включаючи мобільні телефони та планшети. Тобто наскільки сайти адаптуються до різних пристроїв та екранів, у тому числі до мобільних телефонів та планшетів. Зручність використання на мобільних пристроях зараз дуже важлива, адже багато користувачів віддають перевагу пошуку та бронюванню турів, пошуку готелів тощо на мобільних пристроях;

- безпека та захист даних: сайти повинні використовувати захищене з'єднання (HTTPS), захист від різних ботів і т. д., мати політику конфіденційності. Туристичний сайт також повинен забезпечувати безпеку персональних даних та платежів користувача – використовувати шифрування та інші заходи для захисту конфіденційності. Користувачі повинні відчувати себе впевнено, надаючи особисту інформацію та здійснюючи платежі на сайтах;

- соціальний аспект: якщо туристичні компанії інтегрують соціальні мережі на власних веб-сайтах, це говорить про їх мобільність і сучасність.

Веб-дизайнери, працюючи над проектом, втілюють у життя візію замовника, створюючи унікальний цифровий простір, який відображає індивідуальність і специфіку його бізнесу. Кожен проект є втіленням конкретних вимог і очікувань клієнта, що забезпечує створення ексклюзивного і впізнаваного дизайну, який вирізняється серед інших і приваблює цільову аудиторію (рис. 2.1).



**Рис. 2.1. Застосування Flat дизайну [30]**

Розробка унікального корпоративного образу є ключовим фактором, який може значно підвищити впізнаваність бренду в різних аспектах повсякденного життя, а також сприяти успішному розвитку комерційної діяльності чи збільшенню обсягів продажів у майбутньому. Вибір ефективного веб-дизайну є вирішальним не тільки для естетичного вигляду інтернет-сторінок, але й для досягнення високого рівня популярності та ефективності веб-сайту, а також для того, як він буде сприйматися в глобальній мережі.

Таким чином, застосування інструментів веб-дизайну під час розробки інформаційного туристичного продукту у різних секторах туристичної індустрії не означає, що користувач отримає готовий формат дизайну сайту. В залежності від тематики розробки та конкретної сфери застосування сайту, дизайн завжди доводиться доопрацьовувати. Готовий шаблон сайту може бути розроблений для іншої сфери.

## РОЗДІЛ 3

### ПРАКТИЧНІ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ/КЕЙСИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ WEB-ДИЗАЙНУ ДЛЯ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

#### **3.1. Технологія розробки інформаційного туристичного продукту в Україні, з урахуванням сучасної кон'юнктури та потреб воєнного часу**

Туристичний бізнес є висококонкурентним навіть за умов воєнного часу, де це дозволяє ситуація та обстановка. Навіть в умовах воєнного стану люди прагнуть відпочинку і дозвілля. Доводиться боротися за кожного клієнта, надаючи максимально вигідні умови та приємний досвід співробітництва. У хід йдуть усі засоби. Наявність сайту – обов'язкова умова для тих, хто хоче заробляти у цьому бізнесі. Усі «сидять» в Інтернеті, бачать рекламу, ліниво переглядають пропозиції. Розраховувати тільки на те, що люди заходять в віддалений географічно офіс, в сучасних інформаційних і технологічних умовах просто безглуздо.

Інформаційний туристичний продукт потрібен без варіантів. Він повинен бути яскравим, інформативним, зручним, функціональним. Актуальність даних повинна підтримуватись – записи блогу регулярно оновлюватися, не кажучи про ціни та пропозиції, актуальність заходів, підтримки тих, хто постраждав і потребує допомоги в умовах воєнного стану в Україні. Клієнтоорієнтованість – вкрай важливий чинник: знижки, акції, бонуси, путівки, які «горять» тощо.

Для класичного сайту турагентства має значення зручність пошуку та фільтрації, динамічне оновлення інформації, особливо якщо продаються актуальні на сьогодні пропозиції. Головне – дати можливість швидко та легко вибрати.

Немає разових великих вкладень, проте постійно є операційні витрати. Від них можна відмовитися будь-якої миті, просто переставши оплачувати передплату. Використання конструктора знімає безліч проблем – не

доведеться розбиратися з хостингом, його налаштуванням, оптимізацією, встановленням CMS. З реалізацією типових рішень впорається вподальшому штатний функціонал. А якщо його можливості не влаштовують – доречно підібрати і використати численні зовнішні сервіси.

Основна мета створення сайту турфірми – зацікавити і отримати клієнтів. Навіть за обмежених можливостей функціоналу конструкторів буде цілком достатньо.

Наповнити сайт турагентства текстовим та візуальним контентом дуже важлива частина його створення. Фотографії та відео сприймаються найкраще. Щодо текстів, то вони повинні бути красивими, викликати бажання вирушити в ті місця, про які в них розказано. Люди хочуть бачити на фото куди вони вирушать і що відвідають.

Все це підживлює бажання вирушити на відпочинок, а для турфірми успішно продати путівку. Чим більше корисних подробиць у максимально позитивному руслі, тим краще. Такий підхід правильний насамперед для туристичного сайту.

Добре сприймаються конкретні корисні поради. Наприклад, статті про те, що брати в ту чи іншу подорож, якісь особливості харчування чи проживання. Відмінне рішення – розповідь про те, як і де замовити таксі, як заощадити на харчуванні або на які безкоштовні екскурсії можна відправитися. Тобто все, що може знадобитися для мандрівника, який вперше потрапляє в конкретне місце і навпаки, вже їздив на відпочинок, і тепер хоче чогось незвичайного. Якщо матеріал буде авторським, від імені туриста він ще цінніший.

Із контентом насправді все не так складно, адже туристичний сайт найчастіше продає різні типи турів, тобто представлені різні напрямки. Тобто, товар не один, багато і розповісти є про що.

Слід показати переваги у вигляді фішок певних об'єктів, їх завжди можна дуже мальовничо та цікаво розписати. На відміну від інших сайтів, що продають, контент на розробленому для цього дослідження може бути

емоційним, з мальовничими описами локацій, образів і т.д. В інших нішах такий підхід не доречний. Головне розуміти, що надавши цікавий контент, підвищують шанси на покупку відвідувачем туру.

Більшість конструкторів дають можливість підключати домен без будь-яких складнощів. Купити його можна безпосередньо на панелі управління. При цьому установка на сайт миттєва – вдається відразу ж зайнятися просуванням, поділитися посиланням з друзями та розкручувати ресурс. Якщо домен вже є, то жодних труднощів із цим не виникне. Все, що потрібно – це поміняти кілька налаштувань. Для цього найчастіше є детальні інструкції.

Єдиний момент, який потрібно врахувати – перед підключенням домену слід сплатити тарифний план. Тобто перед тим, як опублікувати сайт, визначитися з умовами, що підходять саме для розробленого ресурсу, далі сплатити необхідну суму. Після цього завантажте готовий ресурс на домен.

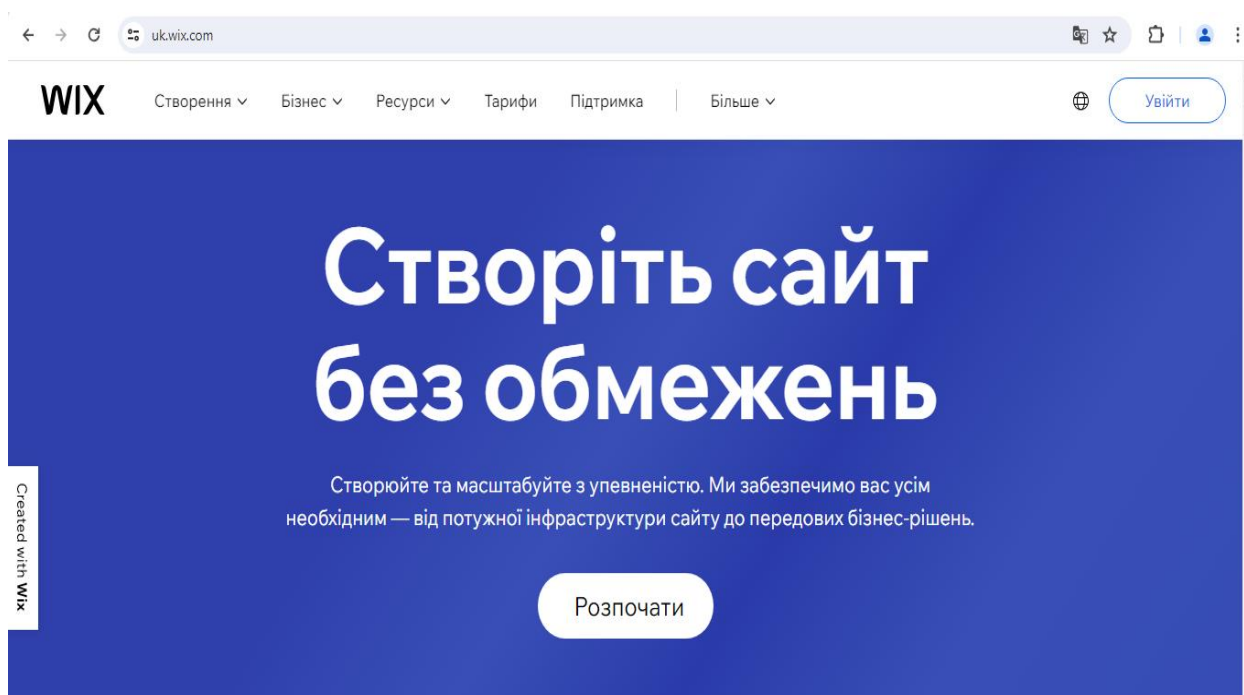
Туристична ніша – це дуже конкурентне середовище, тому без потужної реклами не обійтись. Один контент, хоч би яким якісним він не був, не витягне ресурс. Потрібно задіяти контекстну рекламу. Вона дасть відчутний результат.

Конструктор сайту для турфірми – коробкове рішення. Тут доступні спеціальні програми для верстки сторінок, адміністрування.

Wix [38] – універсальний конструктор з візуальним редактором. Потужний, гнучкий, у міру простий. Підходить для створення туристичних сайтів з унікальним (і шаблонним) дизайном та специфічною функціональністю, наприклад бронювання номерів у готелях, рейсах тощо. Тут можна розмістити будь-яку структуру макета, зібравши його з окремих елементів та налаштувавши пропорції. Прив'язки до абсолютного позиціонування тут немає, тобто можна розміщувати елементи на макеті як завгодно, отримуючи цікаві дизайнерські комбінації – дуже високий шанс на створення в подальшому красивого, яскравого туристичного сайту.

Wix Velo – інструмент для роботи з базами даних, кодом та створення власних кастомних веб-додатків. Якщо розібратися, можна збирати динамічно змінювані, інтерактивні форми, лістинги, слайдери та галереї з контентом, що

автоматично змінюється всередині, залежно від заданих умов. Освоївши, можна робити цікаві речі.



**Рис. 3.1. Стартова сторінка конструктора WIX [38]**

У системі велика бібліотека готових додатків (понад 350 варіантів). Тут є багато чого для маркетингу, збирання лідів, аналізу статистики, роботи з контентом, комунікації з відвідувачами, налаштування дизайну та іншого. Наприклад, Wix Bookings – додаток для бронювання місць, квитків, реєстрації відвідувачів заходів. Конкретно для бронювання номерів у готелях є програма «Wix Готелі». Загалом, корисні для ведення онлайн-бізнесу програми вбудовані в панель керування та об'єднані платформою Ascend [38].

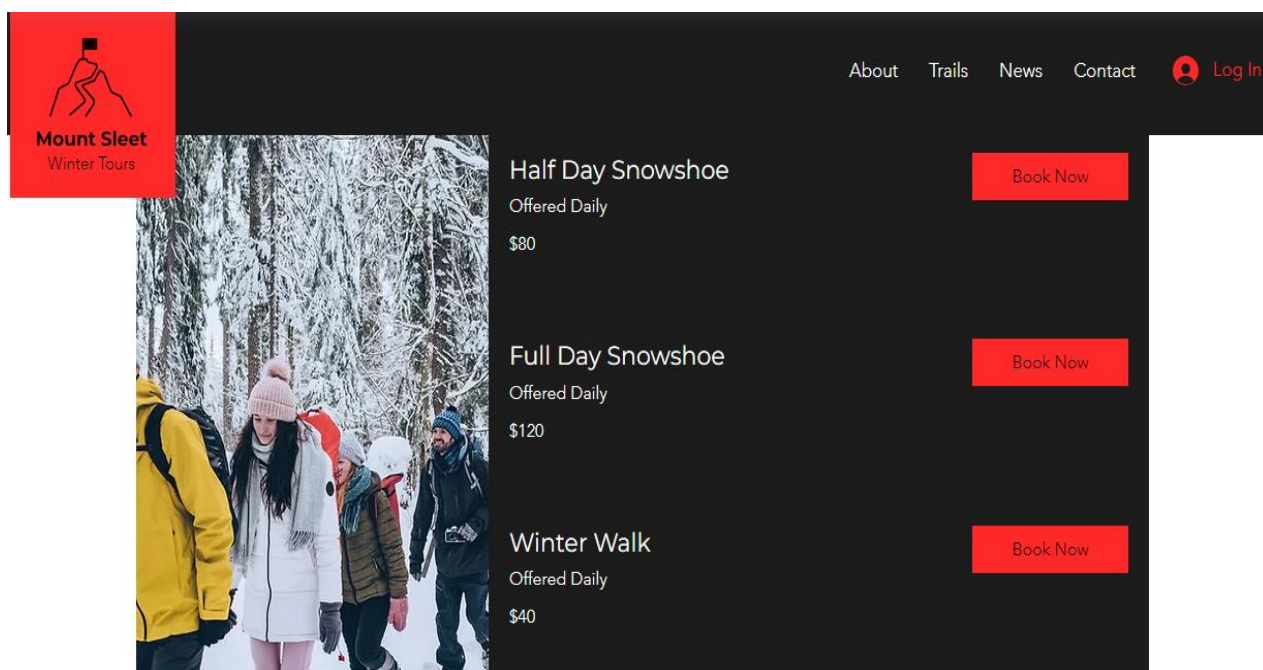
Також у Wix дуже хороший блоговий модуль, двигун навіть підходить для запуску тематичних блогів на тисячі публікацій, створення розділу з новинами та корисними статтями для туристичної візитки.

Візуальний редактор хороший, містить багато різноманітних віджетів, які легко налаштувати під створюваний ресурс: інтерактивні елементи, галереї, бокси, форми, списки та сітки, вставка коду, події і т.д. Анімації, відео на фоні, усілякі переходи – також доступні. Централізовано налаштувати

колірні схеми та шрифти для всього сайту можна у менеджері стилів. Є конструктор спливаючих вікон, вбудовані фото та відеоредактор, бібліотеки стокових фотографій, фігур та іконок.

У плані SEO все добре: спеціальний майстер підказує і покроково проводить по всіх аспектах внутрішньої пошукової оптимізації сайту. Двигун дає докладні звіти щодо ефективності проекту. Можна інтегрувати будь-які зовнішні веб-сервіси через встановлення відповідних програм або вставку коду на сторінки. Отже, можливостей багато.

Готові шаблони дозволяють максимально швидко створити сайт і візитівку до нього (рис. 3.2).



**Рис. 3.2. Mount Sleet – шаблон візитівки організатора локальних екскурсій [38]**

Кожен з доступних шаблонів можна використати без додаткових витрат, при цьому колекція регулярно поповнюється новими варіантами. Сайт чудово працює на всіх типах екранів, від великих моніторів до смартфонів, забезпечуючи високу якість перегляду. Версія для смартфонів розробляється незалежно, що дозволяє детально налаштувати її під конкретні потреби.

Елементи на сайті можуть бути налаштовані для автоматичного розміщення або фіксації вручну. При редагуванні версії для комп'ютерів, можна візуально контролювати, як контент буде виглядати на мобільних пристроях, завдяки чітко виділеним границям екрану, які виділені пунктирними лініями.

Після вибору типу сайту нам запропонували додати відповідні до вибраного напрямку програми. Це зручно, дозволить одразу визначити функціональність майбутнього сайту без необхідності подальшого пошуку потрібних модулів. Припустимо, модуль для продажу підписок, чат з відвідувачами, реєстрація на заходи з продажем квитків, онлайн-запис, форми для прийому платежів та збору інформації, форум та модуль для прийому замовлень, а також багато іншого. Загалом, у процесі вибору шаблону на Wix зібрано половину сайту щодо функціональності.

Самих шаблонів багато, тематик для туризму кілька десятків. Кожен макет має опис, вони дуже різні. Зустрічаються відверто прості, непоказні, а є такі, які хочеться розглянути.

Створити свого шаблону з нуля потребує використання майстра для автоматизованого створення сайтів за вихідними даними (ADI) або попрацювати в просунутому редакторі Editor X, який, водночас, пропонує додаткові сценарії та шаблони для роботи.

Зрозуміло, звичайні налаштування на зразок мета-тегів, перенаправлень, заборони індексації сторінок нікуди не поділися. Водночас, інтерактивна шпаргалка підказує, що ще потрібно зробити, щоб сайт вважався SEO-оптимізованим. Конструктор автоматично стискає зображення, що завантажуються, і підтримує поступове завантаження контенту в міру скролінгу (lazy load). Все це виливається у відмінну швидкість роботи сайтів. Середній показник тексту Google PageSpeed перевищує 80 балів – це означає, що відвідувачі турсайту не покину в очікуванні його завантаження. Пошукові системи також таке цінують.

Візуальний редактор містить весь необхідний набір віджетів. Крім стандартних кнопок, текстів, слайдерів та галерей, тут є калькулятор послуг,

онлайн-консультант, замовлення зворотного дзвінка (до речі, SMS-повідомлення по ньому безлімітні та безкоштовні), інтеактивна таблиця, таймер зворотного відліку.

Із інтеграцій доступні Jivo, LiveChat, MailChimp, Disqus, amoCRM, SendPulse та деякі інші. Це означає, що можна запустити поштові розсилки по клієнтській базі, показувати push-повідомлення, працювати із заявками в CRM, а також дати можливість відвідувачам коментувати, наприклад, пости блогу: в uKit є віджет для публікації постів, що стане в нагоді сайту турагентства.

Із корисного відзначимо конструктор спливаючих вікон для акцій, «гарячих» путівок тощо. Динамічний текст може відображати різні варіанти заголовків сторінок для різних регіонів.

Візуальний редактор зручний та простий: віджети розміщені у потрібному порядку, вони утворюють секції. В один клік можна змінювати контент, налаштовувати зовнішній вигляд та структуру в опціях. Помилки можна не боятися – є кнопки «вперед» / «назад», а також резервні копії створюються автоматично.

Режим попереднього перегляду дозволяє перед вибором подивитися сайт із демо-контентом, який, до речі, є шпаргалкою: там вже оптимальна структура та зразки матеріалів, які підходять для позиціонування туристичного сайту.

Шаблон сайту може бути повністю трансформований шляхом інтеграції різноманітних віджетів, вставок HTML-коду, а також розміщенням елементів, які забезпечують додаткову функціональність. Особлива увага приділяється налаштуванню візуального стилю вебсайту, що включає не лише базові опції, такі як адаптація кольорової палітри чи фону, а й розширені можливості на платформі Wix, до яких відносяться:

- Впровадження унікальних шрифтів для додання індивідуальності.
- Конфігурація динамічних анімацій та візуальних ефектів.

- Розробка структури сторінок, включаючи налаштування розмірів, відступів та розташування елементів.

Редактор Wix пропонує інноваційну функцію – інтеграцію кінетичних зображень – синемаграфів. Ці унікальні візуальні ефекти, де обрані об'єкти ніби оживають на статичному фоні, зараз є трендом у сфері дизайну сайтів. Використовуючи ресурси внутрішньої колекції Wix, користувачі можуть легко впроваджувати ці елементи як індивідуальні графічні акценти або як динамічне тло для своїх веб-сторінок.

Кожен компонент веб-сторінки можна налаштувати для надання унікального стилю. Це досягається завдяки інтуїтивно зрозумілому інтерфейсу, який не вимагає від користувача знань у сфері кодування. В той час як управління CMS передбачає редагування коду та роботу з HTML, CSS, та JavaScript, на платформі Wix це можна зробити за допомогою використання елементів керування, таких як слайдери та випадаючі списки.

### **3.2. Авторська розробка інформаційного туристичного сайту**

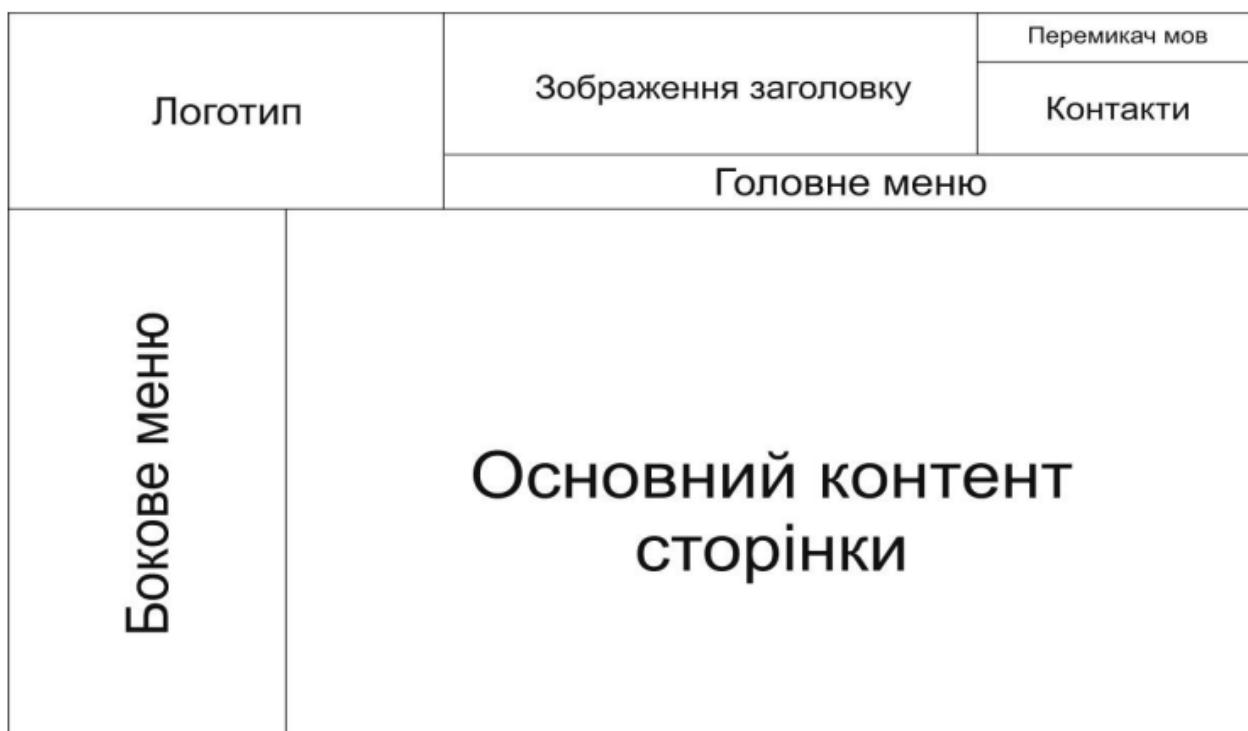
Створення інтернет-ресурсу включає наступні етапи:

- *Визначення вимог та специфікацій.*
- *Планування архітектури ресурсу, включно зі структурою та логікою веб-сторінок.*
- *Оформлення візуального стилю та користувацького інтерфейсу.*
- *Розробка програмного коду для клієнтської та серверної частин.*
- *Верифікація функціональності (тестування) та публікація на сервері.*

Домашня веб-сторінка служить основним входом до сайту та часто має найвищий рейтинг відвідуваності порівняно з іншими розділами. Хоча відвідувачі можуть потрапити на сайт через різні точки входу, домашня сторінка залишається ключовим елементом, який надає загальне уявлення про вміст та структуру веб-сайту. Як будинок з багатьма входами, сайт дозволяє відвідувачам входити через різні сторінки, які можуть бути знайдені через пошукові системи або зовнішні посилання, пропонуючи прямий доступ до

специфічних секцій. Тим не менш, перегляд домашньої сторінки часто є одним з перших кроків, які робить відвідувач після входу на сайт, щоб отримати орієнтир у новому цифровому просторі.

Макет дизайну домашньої сторінки туристичного сайту представимо схематично на рис. 3.3.



**Рис. 3.3. Макет дизайну сторінки сайту**

Використовуючи платформу Wix, можна ефективно розробити веб-сайт для туристів, який буде оптимізований для пошукових систем з моменту запуску. Проте, для поліпшення видимості сайту в інтернеті, необхідно виконати додаткові кроки: налаштувати мета-теги, забезпечити респонсивність дизайну та наповнити сайт оригінальним контентом.

В інтерфейсі розробника вбудовано функцію, яка дозволяє коригувати налаштування для пошукової оптимізації веб-ресурсу через інтуїтивно зрозумілий механізм, що включає декілька етапів. Для того, щоб скористатися порадами про вдосконалення веб-сторінки, необхідно завершити три етапи.:

**Введіть назву бренду**, для якого створюється сайт. Введено сферу діяльності – *туризм*.

**Обрати тип бізнесу** - з фізичною адресою (його попросять вказати) або лише онлайн.

**Додати до 5 фраз або ключових слів**, що визначають напрямок діяльності: *туризм, відпочинок, дозвілля, подорож, тур*.

Далі майстер, який оцінив веб-ресурс, склав детальний план дій, необхідних для його удосконалення. Він включає три основні етапи: реєстрація ресурсу в системі Google, вдосконалення окремих елементів сайту та постійне вдосконалення параметрів SEO. Кожен з цих етапів передбачає виконання декількох конкретних завдань. Ось перелік рекомендацій для покращення функціональності веб-сайту:

*Оновити заголовки та описи сторінок.*

*Додайте унікальні тексти.*

*Прикріпити домен другого рівня.*

*Підключити сайт до Google Search Console.*

*Оновити контактну інформацію та посилання на сторінки в соціальних мережах.*

Доступ до налаштувань, які відповідають критеріям, можливий безпосередньо через контрольний список, що є надзвичайно зручним. Налаштування SEO для сторінок також можна здійснювати через інтерфейс графічного редактора. В секції "Меню та сторінки" існує опція SEO для кожного елемента, що при активації відкриває доступ до налаштувань. В цьому розділі ви маєте можливість внести назву, опис, встановити числові значення, завантажити зображення для попереднього перегляду, яке буде показано при діленні посилання у соціальних мережах, а також додати спеціальні метатеги.



**Рис. 3.4. Логотип розробленого туристичного сайту**

Щоб надалі ефективно просувати проект, варто звернутися до фахівця або скористатися наявними рекомендаціями. Успішна оптимізація досягається завдяки універсальним настановам, які можуть бути застосовні як до Wix так і до інших платформ та систем управління контентом.:

- *Наповніть сайт оригінальним та вартісним матеріалом, який буде цікавий користувачам.*

- *Інтегруйте ваш сайт з соціальними мережами за допомогою спеціалізованих додатків.*

- *Забезпечте безпеку користувацьких даних, використовуючи SSL-шифрування для захисту інформації, що передається.*

Wix App Market пропонує розширений набір інструментів, які сприяють аналізу даних, ефективному управлінню електронними листами, інтеграції чат-консультантів та функціоналу для ініціювання дзвінків. Ці рішення розроблені з метою оптимізації взаємодії з клієнтами, збільшення продажів та поліпшення видимості веб-сайтів у результатах пошукових систем.

Також у меню оптимізації підключена автоматизована «Google реклама». Система збере дані про бізнес і запусить механізми, які показуватимуть сайт у пошуковій видачі, на картах та інших сервісах пошукового гіганта.

Як архітектура для розробки сайту використовується архітектура MVC (Model-View-Controller, «Модель-Представлення-Контролер»). MVC поділяє дані програми, інтерфейс користувача і логіку управління на три незалежні компоненти: модель, уявлення, контролер.

В архітектурі програмного забезпечення компонент, відомий як модель, відповідає за зберігання та обробку даних, а також за відображення логіки, що стосується бізнес-правил. Цей елемент взаємодіє з базою даних, щоб управляти інформацією, яка визначає його поточний стан, і реагує на інструкції від контролера, адаптуючись до будь-яких змін. Представлення – є інтерфейсом користувача. Відповідає користувачу за відображення даних моделі, реагуючи на зміни моделі.

Контролер – обробляє запити користувачів. Зазвичай користувач взаємодіє з інтерфейсом, і, водночас, відбувається запит URL. Запит обробляється контролером. Контролер відображає дані моделі та відображає view як відповідь.

MVC дозволяє спростити великий код шляхом поділу його на частини. Написання довгого коду збиває з пантелику і його важко змінити без помилок. MVC не залежить від певної мови програмування та не вимагає об'єктно-орієнтованого методу або інших прикладів.

Поділ тут не означає, що потрібні три файли (або три папки, які містять файли) з назвами model, view і controller. У розробці веб-сайтів, архітектура моделі є ключовою, оскільки вона включає множину класів з різноманітними функціями: від сутностей до сервісів та взаємодії з базами даних. Для кожної категорії класів створюються індивідуальні директорії, що сприяє організації та структуруванню коду.

MVC може застосовуватися до різних типів сайтів, включаючи серверні веб-додатки та настільні (клієнтські) програми. Різниця між ними полягає в тому, що програма веб-сайту обробляється у відповідь на запит користувача, відображає результат (зазвичай веб-сторінку) і завершує роботу. Коли надходять інші запити, виконується нова незалежна копія для цього.

На відміну від веб-додатків, персональних комп'ютерів, мобільні програми (і програми, що використовують сторінки браузера, створені на сервері), мають тривалий термін служби. Вони обробляють різні запити користувача та оновлюють інформацію на екрані без виходу.

Взаємодія між компонентами MVC реалізована трохи по-різному в серверних та десктопних програмах, веб-сайт обробляє один запит користувача і завершується, а десктопний додаток обробляє багато запитів без перезапуску.

Серверні програми використовують пасивні модельні системи. Припустимо, що користувач заходить на сторінку туристичної фірми. У своєму браузері він надсилає запит HTTP на пошук сторінки, що містить список повідомлень. У цей час контролер запускається, аналізує запит користувача та запитує список повідомлень у Model. Отримавши його, він викликає View, надсилає список та відображає його у вигляді веб-сторінки.

Коли потрібно створити новий запис, ініціюється процес, у ході якого користувач вносить необхідну інформацію через інтерфейс. Після цього, система активує спеціалізований механізм, завдання якого - перевірка та обробка введених даних. Цей механізм, отримавши інформацію, звертається до компоненту, відповідального за взаємодію з базою даних, щоб здійснити вставку нового запису. Завершується процедура відправленням відповіді протоколу HTTP, яка направляє користувача на інтерфейс, де можна переглянути вже створені записи.

Прогрес, досягнутий за останні кілька років у всіх аспектах техніки та цифрових інновацій, включаючи теорію, технологію та додатки, привели до значного розширення сфери застосування web-дизайну та зростання кількості Інтернет користувачів.

У сфері бізнесу, розширення доступу до глобальної мережі сприяло зростанню числа онлайн-платформ. Цифрові портали дозволяють бізнесам ефективніше управляти процесами, збільшувати продуктивність і знижувати оперативні витрати. Їхня унікальність полягає у взаємодії з різними

операційними системами, широкому охопленні аудиторії та доступності з будь-якої точки планети. Для туристичних агентств, ефективність у цифровому просторі забезпечується високоякісною інформаційною архітектурою та інтуїтивно зрозумілим дизайном веб-сайту.

## ВИСНОВКИ

Розробка веб-сайту для бізнесу вимагає високого рівня майстерності, включаючи глибоке розуміння теоретичних основ та практичних навичок, а також здатності виявляти ключові виклики і мати відмінний естетичний відчуття. У процесі створення веб-сайтів, дизайнери застосовують принципи, які беруть свій початок у класичних формах мистецтва, таких як живопис, графіка, скульптура, архітектура, фотографія та прикладне мистецтво, а також сучасні течії, як графіті. Однак, унікальність веб-дизайну полягає в його новаторських методах, які відрізняються від традиційних підходів. Веб-дизайн часто розглядається як авангардний напрямок у мистецтві, що формується на основі власних візуальних правил, які відображають характеристики сучасного інформаційного простору і перевіряються через використання в широкому світовому вебі.

На Web-сторінках присутні не лише текст та статичні зображення, а й анімація, відео- та аудіокліпи. Зовнішній вигляд веб-сторінок, які переглядаються, динамічно змінюється при виконанні користувачем деяких дій. Це робить Web-сторінку складним витвором мистецтва, що створюється на межі літератури, журналістики, образотворчого мистецтва, кіно, телебачення, радіо, фотомистецтва.

Перші інструменти розробки веб-сайтів були досить складні у використанні. Можна сказати, що це був свого роду метод спроб і помилок для всіх рішень, які виникали. На той час не було базового браузера, який використовували всі користувачі. Тому розробники намагалися щосили догодити аудиторії. Початкові інструменти ускладнювали процес проектування.

Завдяки прогресу в області інформаційних технологій, зокрема у сфері веб-розробки, сфера туристичних послуг пережила значні зміни. Специфіка туристичних послуг потребує оперативного доступу до актуальної інформації про доступність місць у готелях та на транспорті, а також можливості їх

онлайн-замовлення. Ефективне використання новітніх ІТ-рішень дозволяє з легкістю вирішувати ці завдання, забезпечуючи комфорт та зручність для клієнтів.

Оптимізація веб-ресурсів у сфері туризму вимагає дотримання кількох ключових принципів. В першу чергу, розробку вебсайту слід замовляти у спеціалізованій студії або агентстві, які мають досвід у цій галузі, адже ефективний вебсайт вимагає злагодженої роботи розробників, дизайнерів та інших фахівців. Далі, важливо, щоб інтернет-проект відображав специфіку бізнесу, а інформація на сайті туристичного агентства була не тільки свіжою та актуальною, але й представленою таким чином, щоб серед численних варіантів потенційний клієнт вибрав ваше агентство.

Для сфери туризму нині актуальні в повному обсязі різні типи сайтів: сайт-візитка, презентаційний сайт, інформаційний портал, корпоративний сайт для великих організацій. Таким чином, історія розвитку інформаційних технологій в індустрії туризму свідчить про постійне зростання та розвиток цієї сфери, а також необхідність використання нових технологій для підвищення ефективності та конкурентоспроможності туристичних компаній і підприємств.

У сфері створення веб-сайтів існують основні компоненти, такі як програмне забезпечення, зразки дизайну, графічні елементи та комплекти коду, кожен з яких має унікальні завдання та призначення. Вони є незамінними для розробників, які прагнуть створити функціональні та естетично привабливі веб-сторінки. Ці інструменти працюють у сукупності, дозволяючи дизайнерам створювати привабливі та функціональні веб-сайти та програми, починаючи з розробки концепції та закінчуючи впровадженням графічних елементів та функціональності.

У сучасному світі веб-дизайн відіграє значну роль у створенні привабливих та функціональних веб-сайтів та програм.

У ході дослідження виявлено, що одним із першочергових аспектів застосування інструментів web-дизайну під час розробки інформаційного

туристичного продукту у різних секторах туристичної індустрії є дизайн та інтерфейс користувача.

Технологія розробки інформаційного туристичного продукту описана на базі універсального конструктора Wix. Він підходить для створення туристичних сайтів з унікальним (і шаблонним) дизайном та специфічною функціональністю, наприклад бронювання номерів у готелях, рейсах тощо. У Wix дуже хороший блоговий модуль, двигун навіть підходить для запуску тематичних блогів на тисячі публікацій, створення розділу з новинами та корисними статтями для туристичної візитки. Інтерактивна шпаргалка підказувала, що потрібно зробити, щоб сайт вважався SEO-оптимізованим.

Використання платформи Wix сприяло створенню веб-сайту для мандрівників, який з самого початку оптимізований для розпізнавання пошуковими системами. Проте, для підняття сайту на верхні сходинки в рейтингах, необхідно виконати додаткову роботу: налаштувати мета-теги, забезпечити коректне відображення на різних пристроях та наповнити сайт оригінальним контентом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко В. О. Інформаційне забезпечення оптимізації управління інноваційною діяльністю підприємств України. // Энергосбережение. Энергетика. Энергоаудит. 2016. № 11 (154). С. 45–54.
2. Баженов В. А. Информатика. Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології. Київ: Каравела, 2008. 640 с.
3. Босовська М. В., Бойко М. Г., Охріменко А. Г. Цифрові технології як драйвери трансформації туристичної системи. Сталій розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 12 жовтня 2021 р. Львів: ЛТЕУ, 2021. С. 123–127.
4. Волчецький Р. В. Світовий досвід розвитку сфери туризму та перспективи його впровадження в Україні // Вісник ОНУ імені І. І. Мечнікова. 2016. Т. 21 Вип. 3. С. 25–28.
5. Глибченко А. С. Віртуальний туризм. // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 16–17 листопада 2021 р., м. Старобільськ. Старобільськ, 2021. С. 116–119.
6. Глинський Я. М. Інтернет. Сервіси, HTML і web-дизайн: навч. посібник. Львів: Деол, 2002. 168 с.
7. Дичковський С. І. Інкорпорація віртуальних практик в систему віртуального туризму. // Культура і сучасність. 2019. № 2. С. 16–24.
8. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу. // Вісник Хмельницького національного університету. 2021. № 6. С. 232–234.
9. Кожухівська Р. Б. Напрями застосування інформаційних технологій у комунікаційних стратегіях українських туристичних підприємств і підприємств індустрії гостинності. Бізнес Інформ. 2015. №10. С. 119–125.

10. Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. Економіка та держава. 2020. № 7. С. 93–98.
11. Конон Б. Віртуальний туризм як новий напрямок туризму в умовах війни. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 14 грудня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 144–149.
12. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. // Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект. 2022. С. 337–341.
13. Кравцова А. Використання цифрових технологій в маркетинговій діяльності. // Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. Економічні науки. 2018, №2 (11). С. 75–81.
14. Кулакова О. Ю. Мобільні додатки як сучасний засіб інноваційного розвитку в туризмі. // Математичні методи, моделі та інформаційні технології в управлінні підприємство: тези доповідей III наук. конф., 19 березня 2018 р. Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2018. С. 37–39.
15. Кучеренко К. Розвиток інформаційних технологій та їх запровадження у діяльність підприємств туристичної сфери // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2014. Вип. 10. С. 31–35.
16. Мандао М. Ш. Мотиваційна система як запорука успіху туристичного підприємства. Культура та інформаційне суспільство XXI століття: зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 23-24 квітня 2020.
17. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти // Вісник Запорізького національного університету. 2010.
18. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 493 с.

19. Методи та алгоритми моделювання Web-систем: дис... канд. техн. наук: 01.05.02 / Пелешишин Андрій Миколайович; Національний ун-т «Львівська політехніка». Львів, 2000. 170 с.
20. Пасічник О. Г., Пасічник О. В., Стеценко І. В. Основи веб-дизайну: навч. посіб. Київ: Вид. група ВНУ. 2009. 336 с.
21. Романюк О. Н., Кательніков Д. І., Косовець О. П. Веб-дизайн і комп'ютерна графіка. Навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2007. 142 с.
22. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі. Київ: Кондор, 2005. 301 с.
23. Степанець І. О. Гринюк Д. Ю. Савицька Н. С. Соціальні мережі як інструмент ефективної комунікації між стейкхолдерами туризму в кризовий період. // Економіка та суспільство. 2022. Вип. 44. С. 65–68.
24. Татаринцева А. С. Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій // Вісник Запорізького національного університету. 2011. №1(9). С. 148–153.
25. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.
26. Тхір І. Л., Калушка В. П., Юзьків А. В. Посібник користувача ПК. 2-ге вид., перероб. і доп. Тернопіль: СМП Астон, 2002. 718 с.
27. Федоров О., Афоніна Ю. Найновіші досягнення інформаційних технологій і туризм – нові виклики і можливості // Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Педагогічні науки. 2012. Вип. 107(2). С. 218–226.
28. Chisel glossary. What is Design Concept, and How to Create it? URL: <https://chisellabs.com/glossary/what-is-design-concept> (дата звернення: 19.04.2024).
29. Design Concepts for Building a Website: Main Points to Consider. URL: <https://upqode.com/design-concepts-for-building-a-website> (дата звернення: 28.04.2024).
30. Faster, smarter marketing. URL: <https://marketingplatform.google.com/about> (дата звернення: 22.04.2024).

31. Fodness D., Murray B. A Model of tourist information behaviour. Journal of Travel Research, Vol. 37, 1999, No. 3, 220–230.
32. Google Material Design System. URL: <https://m3.material.io/> (дата звернення: 05.05.2024).
33. How virtual tourism will help enhance real-world travel. URL: <https://mashable.com/> (дата звернення: 13.04.2024).
34. The Motivations of European Travelers from Generation Z to Baby Boomer. URL: <https://skift.com/2017/06/19/the-motivations-of-european-travelers-from-generation-z-to-baby-boomers> (дата звернення: 13.04.2024).
35. UML. Уніфікована мова моделювання інформаційних систем: навч. посіб. / С. Д. Постіл; Ун-т держ. фіск. служби України. Ірпінь: Ун-т держ. фіск. служби України, 2019. 321 с.
36. Website Design Concepts: Design Concepts in No Time. URL: <https://devrix.com/tutorial/website-design-concepts-how-to-design-conceptsin-no-time> (дата звернення: 23.04.2024).
37. Wezom. Розробка концепції сайту. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/razrobotkakontseptsii-sajta> (дата звернення: 22.04.2024).
38. WIX. URL: <https://uk.wix.com> (дата звернення: 18.04.2024).
39. 10 of the best virtual tours of the world's natural wonders. URL: <https://www.theguardian.com/travel/> (дата звернення: 10.04.2024).

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Фрагмент коду web-сайту

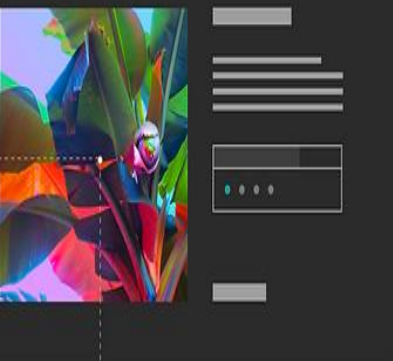
```
index.html x
index.html > html > body > div.section6
653
654 <!-- Section 5 - Testimonials -->
655 <div class="section5">
656   <span class="label">Testimonials</span>
657   <h2>what people say</h2>
658   <div class="slider-actions">--
659   </div>
670
671   <div class="slider" id="slider">
672     <div class="slide">
673       <div class="pic">
674         
675         <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
676           <rect width="24" height="24" rx="12" fill="#D4552F"/>
677           <path fill-rule="evenodd" clip-rule="evenodd" d="M13.4964 12.3535V12.3536H10.1364V8.75362H13.4964V8.75362" />
678         </svg>
679       </div>
680       <div class="slide-block">
681         <a class="show-link" href="https://www.producthunt.com/products/logolivery/reviews" target="_blank">
682           <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
683             <path d="M9.24264 9.74478C8.82843 9.74478 8.49264 9.40899 8.49264 8.99478C8.49264 8.58056 8.82843 8.24264 9.24264 8.24264" />
684           </svg>
685         </a>
686         <p>Shout-out to the Logolivery team, they are such a pleasure to work with. Quick turnaround and excellent customer support.</p>
687         <span class="name">Gustav Ekerot</span>
688         <span class="position">Product Designer at <a href="https://www.tabextend.com/" target="_blank">tabExtend</a></span>
689       </div>
690     </div>
691
692     <div class="slide">
693       <div class="pic">
694         
695         <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
696           <rect width="24" height="24" rx="12" fill="#1098F0"/>
697           <path d="M17.9946 9.16515C18.0034 9.29249 18.0034 9.41983 18.0034 9.54835C18.0034 13.4643 15.0223 17.9946 11.0034 17.9946" />
698         </svg>
699       </div>
700       <div class="slide-block">
701         <a class="show-link" href="https://twitter.com/amilkoff/status/1567778588795852032" target="_blank">
702           <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
703             <path d="M9.24264 9.74478C8.82843 9.74478 8.49264 9.40899 8.49264 8.99478C8.49264 8.58056 8.82843 8.24264 9.24264 8.24264" />
704           </svg>

```

## Вибір кольорових змінних

**Kollektion**

	Name	Location	Artist	Price	Type
1	IM5421	Bali, Indonesia	Franka Harlow	\$150	Photo
2	IM5432	Amazon, Bra			
3	IM5243	San Francisco			
4	IM5847	Zanzibar, Tanzania			
5	IM5843	Auckland, New Zealand			
6	IM5641	New York, New York			
7	IM5248	Nevada, Nevada			
8	IM5216	London, England			
9	IM5287	London, England			
10	IM5678	London, England			
11	IM5334	London, England			



```
export function artStore_beforeInsert(item, context) {  
  let hookContext = context;  
  
  item.title = toUpperFirst(item.title);  
  item.first_name = toUpperFirst(item.first_name);  
  item.last_name = toUpperFirst(item.last_name);  
  
  return item;  
}
```