

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Навчально-науковий центр заочної форми навчання
(повна назва)


Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА Пояснювальна записка

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Розробка та проектування сайту стоматології «МегаСтом»
(тема)


Виконав:
здобувач 4 року навчання,
групи ВПВПСЗ-21-1


Анастасія ДУДНИК
(власне ім'я, прізвище)

Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
(код і повна назва спеціальності)

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма
Видавничо-поліграфічна справа
(повна назва освітньої програми)

Керівник  ст. викл. Дар'я БІЛЕЦЬ
(посада, власне ім'я, прізвище)

Допускається до захисту
Завідувач кафедри МСТ

Жанна ДЕЙНЕКО
(власне ім'я, прізвище)

2025 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Навчально-науковий центр заочної форми навчання
Кафедра Медіасистем та технологій
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
Тип програми Освітньо-професійна
Освітня програма Видавничо-поліграфічна справа
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри МСТ _____
(підпис)
«05» травня 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

здобувачеві Дудник Анастасії Едуардівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розробка та проектування сайту стоматології «МегаСтом»

Затверджена наказом по університету від 05 травня 2025 р. № 75 Стз

2. Термін подання здобувачем роботи до екзаменаційної комісії 17 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи

Вид і призначення web-видання: WEB-видання для стоматологічної клініки; призначений для залучення клієнтів та поширення послуг клініки; інструменти розробки графічного дизайну: Figma для прототипування та дизайну, інструменти реалізації: система керування контентом (CMS) Wordpress з плагіном Elementor; Середовище розповсюдження: мережа Інтернет.


4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Послідовність виготовлення вебсайтів; Вибір інструментальних засобів; Проектування інформаційної структури та навігації; Розробка модульної сітки; Розробка графічного дизайну; Верстання сайту; Тестування та публікація; Висновки

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)

Титульний слайд; Мета проекту; Аналіз аналогів; Етапи виготовлення електронного видання; Інструменти розробки; Проектування інформаційної структури; Проектування навігаційної схеми; Розробка модульної сітки; Розробка графічного дизайну; Наповнення контентом; Тестування; Економічна частина; Висновки; Завершальний слайд

6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)


Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	ст. викл. Білець Д.Ю.		14.06.2025
Економічна частина	ас. Легеза О.М.		30.05.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу	05.05.2025	
2	Аналітичний огляд досягнень у сфері вебвидань	07.05.2025	
3	Складання плану послідовності виготовлення видання	19.05.2025	
4	Вибір програмного забезпечення	21.05.2025	
5	Проектування навігації та інформаційної структури	25.05.2025	
6	Розробка модульної сітки, дизайну та наповнення контентом	29.05.2025	
7	Економічна частина	30.05.2025	
8	Тестування вебсайту	31.05.2025	
9	Публікація веб сайту	31.05.2025	
10	Оформлення пояснювальної записки	11.06.2025	
11	Оформлення графічної частини	11.06.2025	

Дата видачі завдання 05 травня 2025 р.

Здобувач



(підпис)

Керівник роботи



(підпис)

ст. викл. Дар'я БІЛЕЦЬ
(посада, власне ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 61 с., 6 табл., 32 рис., 1 дод., 17 джерел.

РОЗРОБКА МАКЕТУ, МОДУЛЬНА СІТКА, РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ, НАПОВНЕННЯ WEB-ВИДАННЯ.

Мета кваліфікаційної роботи – розробка WEB-видання для стоматологічної клініки «Megastom», технологія його розробки, тестування та поширення.

Об'єкт дослідження – процес розробки WEB-видання для стоматологічної клініки, технологічні процеси створення та поширення цього видання на різних носіях.

У даній роботі було проаналізовано технічне завдання та розроблено вихідні дані для розробки WEB-видання саме для стоматологічної клініки «Megastom». Проведено аналітичний огляд літератури з тематики розробки WEB-видання. На основі здійсненого аналізу конкурентів, цільової аудиторії та портретів типових користувачів було створено розробки WEB-видання. Також розроблена технологія його створення та тестування. У роботі також розглянуті варіанти поширення цього WEB-видання та його тестування.

ABSTRACT

Qualification work explanatory note: 61 p., 6 tab., 32 fig., 1 app., 17 references.

LAYOUT DEVELOPMENT, MODULAR GRID, GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT, WEB PUBLICATION CONTENT FILLING.

The purpose of the qualification work is to develop a WEB-publication for the dental clinic «Megastom», its development technology, testing, and dissemination.

The object of study is the process of developing a WEB-publication for a dental clinic, the technological processes of creating and disseminating this publication on various media.

In this work, the technical task was analyzed, and the initial data for the development of a WEB-publication specifically for the dental clinic «Megastom», were developed. An analytical review of the literature on the topic of WEB-publication development was conducted. Based on the analysis of competitors, the target audience, and typical user profiles, WEB-publication designs were created. The technology for its creation and testing was also developed. The work also considers options for disseminating this WEB-publication and its testing.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП	8
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ	10
1.1 Мета та завдання кваліфікаційної роботи	10
1.2 Цільова аудиторія.....	11
1.3 Технічні обмеження	12
1.4 Технології, що плануються використовуватись	13
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ WEB-ВИДАНЬ.....	15
2.1 Розвиток web-видань	15
2.3 Роль UX-дизайну.....	16
2.3 Аналіз аналогів.....	17
3 ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИГОТОВЛЕННЯ WEB-ВИДАННЯ.....	22
4 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ.....	25
4.1 Програмне забезпечення для створення макету сайту.....	25
4.2 Програмне забезпечення для верстки сайту	27
4.3 Графічні редактори	29
5 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА НАВІГАЦІЇ	30
5.1 Проектування карти сайту	31
5.2 Проектування ієрархічної структури сайту	32
5.3 Проектування навігації сайту	33
5.4 Створення окремих елементів навігації.....	34
6 РОЗРОБКА МОДУЛЬНОЇ СІТКИ	37
7 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	40
7.1 Вибір кольорової схеми	40
7.2 Вибір шрифтового рішення	41
7.3 Розробка кнопок, форм, дропдаунів та чекбоксів	43
8 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ СТОРІНОК ВИДАННЯ.....	45

9 ВЕРСТАННЯ WEB-САЙТУ	49
10 ТЕСТУВАННЯ ТА ПУБЛІКАЦІЯ.....	51
11 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА.....	53
11.1 Конкурентне середовище	53
11.2 Порядок проєктування вебсайту	54
11.3 Розрахунок собівартості і ціни розробки вебсайту	54
ВИСНОВКИ.....	59
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	60
ДОДАТОК А Графічний дизайн вебсайту	62

ВСТУП

Сучасний світ характеризується стрімким розвитком інформаційних технологій, де WEB-видання відіграють ключову роль у комунікації між бізнесом та клієнтами. Особливо це актуально для сфери медичних послуг, де довіра та доступність інформації є критично важливими.

В умовах зростаючої конкуренції на ринку стоматологічних послуг, наявність якісного та інформативного WEB-видання є необхідною умовою для залучення та утримання клієнтів. Ефективне WEB-видання дозволяє не лише презентувати послуги клініки, але й надавати корисну інформацію, відповідати на запитання та записувати на прийом онлайн.

Предметом дослідження є процес розробки WEB-видання для стоматологічної клініки «Megastom». Метою роботи є створення зручного та функціонального WEB-видання, яке відповідає потребам клієнтів та сприяє розвитку клініки.

Виконання кваліфікаційної роботи бакалавра передбачає такі етапи:

- аналіз вимог та розробка технічного завдання;
- розробка дизайну та структури WEB-видання;
- програмування та створення функціоналу;
- тестування та налагодження WEB-видання;
- запуск та підтримка WEB-видання.

WEB-видання планується розробити з урахуванням потреб цільової аудиторії та включатиме наступні розділи:

- інформація про клініку та її послуги;
- онлайн-запис на прийом;
- блог зі статтями про стоматологічне здоров'я;
- відгуки клієнтів;
- контактна інформація та карта проїзду.

Для розробки WEB-видання планується використовувати такі інструменти:

- системи керування контентом (CMS) такі як Wordpress;
- інструменти для тестування та налагодження.

В результаті виконання роботи очікується створення повноцінного WEB-видання для стоматологічної клініки «Megastom», яке:

- відповідає сучасним стандартам якості та зручності використання;
- сприяє залученню нових клієнтів та підвищенню лояльності існуючих;
- надає клієнтам необхідну інформацію та забезпечує зручний онлайн-запис на прийом;
- підвищить конкурентоспроможність клініки.

Очікується, що розроблене WEB-видання стане ефективним інструментом для стоматологічної клініки «Megastom», сприяючи її розвитку та залученню нових клієнтів.

Воно забезпечить зручний доступ до інформації про послуги клініки, дозволить здійснювати онлайн-запис на прийом та підвищить рівень довіри до клініки завдяки наданню корисної інформації та відгукам клієнтів.

Структура роботи сформована відповідно до предмету, мети і етапів дослідження. У вступі до кваліфікаційної роботи розкриті актуальність роботи, її мета, об'єкт та предмет дослідження.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

1.1 Мета та завдання кваліфікаційної роботи

Основною метою даної кваліфікаційної роботи є розробка комплексного, функціонального та орієнтованого на користувача WEB-видання для стоматологічної клініки «Megastom», яке не лише ефективно презентує послуги клініки, але й служить потужним інструментом для залучення нових пацієнтів та зміцнення відносин з існуючими. Це WEB-видання має стати централізованою платформою, яка забезпечує легкий та швидкий доступ до повної інформації про клініку, її послуги, спеціалістів та графік роботи, створює позитивний імідж клініки в Інтернеті, демонструє її професіоналізм та переваги, а також забезпечує зручний процес запису на прийом, надає можливість онлайн-запису медичних послуг.

У сучасному світі, де майже кожен шукає інформацію в інтернеті, наявність хорошого веб-сайту для стоматологічної клініки «Megastom» стає дуже важливою. Це як візитівка, але в інтернеті. Люди хочуть швидко знаходити інформацію про послуги, ціни, лікарів та як записатися на прийом.

Задачі кваліфікаційної роботи:

- детальний аналіз ринку та конкурентів;
- визначення цільової аудиторії;
- створення портрету типового користувача;
- вибір інструментальних засобів;
- розробка зручної структури та функціоналу WEB-видання;
- створення модульної сітки;
- обґрунтування обраних шрифтових та кольорових рішень;
- створення дизайну WEB-видання;
- розроблення адаптивного макету WEB-видання.

1.2 Цільова аудиторія

Цільова аудиторія стоматологічної клініки «Megastom» є досить широкою і включає в себе людей різного віку, статі та соціального статусу. Основна інформація надана у таблиці нижче (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Цільова аудиторія

Характеристика	Короткий опис
Вік	18-65+ років
Стать	обидві статі
Географічне розташування	мешканці міста Дніпра та прилеглих районів
Життєвий рівень	середній та високий
Освіта	середня або вища
Мета використання послуг	отримання інформації або отримання стоматологічних послуг
Захоплення	здоров'я, краса
Поведінка в інтернеті	впевнені користувачі інтернету

Для наочності розглянемо двох типових персонажів, потенційних користувачів WEB-видання: Олена – 35-річну менеджерку з продажу в ІТ-компанії. Вона заміжня, має двоє дітей і живе в центрі міста. Олена - сучасна та активна жінка, яка цінує свій час і комфорт. Вона багато працює, але також дбає про сім'ю та здоров'я. Олена активно користується інтернетом, особливо соціальними мережами та мобільними додатками, і хоче мати гарну посмішку. Їй потрібно знайти надійну стоматологічну клініку для себе та дітей, де надають якісні послуги. Оскільки часу в неї обмаль, важлива можливість онлайн-запису та зручне розташування клініки. Олена хоче отримати повну інформацію про послуги, ціни та лікарів, прочитати відгуки інших пацієнтів, перш ніж прийняти рішення. Вона шукає клініку з дитячими стоматологами та сучасним обладнанням, а також цікавиться естетичною стоматологією. Для неї важливо, щоб веб-сайт клініки «Megastom» надав повну інформацію,

забезпечив онлайн-запис, містив відгуки, мав інформацію про дитячу стоматологію та естетичні послуги, а також фотографії клініки та обладнання.

Другим потенційним користувачем може стати Петро, 64-річний пенсіонер, колишній інженер. Він живе у невеликому містечку, має дружину та дорослих дітей. Для нього важлива доступність клініки, зручне розташування та можливість дістатися громадським транспортом. Він хоче отримати детальну інформацію про послуги, методи лікування та вартість. Якщо він шукає інформацію в інтернеті, то використовує прості пошукові запити, не дуже розбирається в сайтах та мобільних додатках. Для нього важливо, щоб веб-сайт клініки «Megastom» надав детальну інформацію про послуги, методи лікування та вартість, розмістив відгуки пацієнтів, які можна прочитати без використання складних технологій, надав можливість записатися на прийом по телефону.

1.3 Технічні обмеження

Для забезпечення оптимального досвіду користувачів під час відвідування веб-сайту стоматологічної клініки «Megastom», важливо враховувати технічні можливості їхніх браузерів. Веб-сайт розроблений з використанням сучасних веб-технологій, що дозволяє надавати зручний доступ до інформації про послуги клініки, запис на прийом та інші важливі функції. Для коректного відображення та повноцінного функціонування веб-сайту необхідна підтримка певних версій браузерів.

Мінімальні вимоги до версій браузерів:

– Apple Safari 12 або новіша версія: Safari 12 забезпечує необхідну підтримку для користувачів пристроїв Apple, гарантуючи коректне відображення веб-сайту;

– Microsoft Edge 16 або новіша версія: Ця версія Edge забезпечує базову підтримку сучасних стандартів HTML5, CSS3 та JavaScript, що є необхідними для відображення веб-сайту «Megastom»;

– Google Chrome 60 або новіша версія: Chrome 60 і вище є широко поширеним браузером, що підтримує всі необхідні стандарти для відповідного відображення «Megastom»;

– Mozilla Firefox 60 або новіша версія: Firefox 60 і вище підтримує широкий спектр сучасних веб-технологій, забезпечуючи сумісність з відповідним веб-сайтом.

1.4 Технології, що плануються використовуватись

Для створення веб-сайту плануються використовуватись сучасні та вже перевірені часом технології. Такі як: сучасні технології адаптивного дизайну, інструменти та функціонал для створення прототипування та зрозумілої навігації, програмне забезпечення для створення auto layouts та warframes.

Для розробки макетів веб-сайту стояв вибір між найрозповсюдженішими редакторами, а саме: Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Figma. Щоб обрати точно правильний та надійний варіант, було проведено аналіз та порівняння між редакторами.

– Adobe Illustrator. Потужний векторний графічний редактор для створення іконок, ілюстрацій, тощо. Він найкраще підходить для створення логотипів, значків та інших векторних зображень. Це означає, що ви можете збільшувати або зменшувати зображення, і воно завжди буде чітким. Illustrator дозволяє створювати складні форми, працювати з текстом та кольорами;

– Adobe InDesign. Інструмент для створення макетів журналів, книг, брошур та інших багатосторінкових документів. Він допомагає розміщувати текст, зображення та інші елементи на сторінці так, щоб вони виглядали красиво та професійно. InDesign дозволяє створювати складні макети, працювати з текстом та кольорами, а також підготувати документи до друку;

– Figma. Графічний онлайн-редактор для створення макетів багатосторінкових видань. Вона дозволяє створювати інтерфейси веб-сайтів, мобільних додатків та інших цифрових продуктів. Figma дозволяє працювати

разом з іншими людьми в режимі реального часу, що робить її ідеальною для командної роботи. Вона також має багато інструментів для створення прототипів, що дозволяє вам показати, як буде працювати ваш дизайн.

Провівши аналіз, вибір зупинився на Figma, адже це як сучасний інструмент для малювання та створення дизайну, який особливо добре підходить для веб-сайтів.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ WEB-ВИДАНЬ

2.1 Розвиток web-видань

Розвиток веб-видань – це постійний, динамічний процес, що відображає еволюцію інтернету та зміни у споживанні інформації. Від перших простих текстових сторінок до сучасних інтерактивних мультимедійних платформ, веб-видання пройшли значний шлях:

– ранні роки (1990-ті - початок 2000-х): Web 1.0. З появою World Wide Web (WWW) у 1991 році та широкого впровадження інтернету, видання почали створювати свої перші онлайн-версії. Це були переважно статичні сторінки, що дублювали друкований контент. Основна функція – публікація інформації. До появи широкого доступу до мережі поширення відбувалося на дисках;

– епоха інтерактивності (після 2001 року): Web 2.0. Цей етап приніс значні зміни, зробивши веб-видання інтерактивними та користувацько-орієнтованими. З'явилися блоги, форуми, системи коментарів, соціальні мережі. Видання почали активно використовувати мультимедійний контент (фото, відео, аудіо), а дизайн став більш привабливим. Цей період відзначився активним залученням аудиторії до створення контенту та його обговорення;

– вобільна та конвергентна епоха (2010-ті): З поширенням смартфонів та планшетів, веб-видання почали активно адаптувати свій контент для мобільних пристроїв, впроваджуючи адаптивний дизайн. Відбувається конвергенція різних медіа – текст, фото, відео та аудіо інтегруються на одній платформі, розмиваючи межі між традиційними видами медіа.

Основні особливості сучасних веб-видань [1]:

– мультиформатність: контент подається не тільки у вигляді тексту, а й у форматі фото, відео, аудіо, інфографіки, інтерактивних елементів;

- гіпертекстуальність: наявність внутрішніх та зовнішніх посилань, що дозволяють читачеві поглиблюватись у тему або переходити до відповідних пов'язаних матеріалів;
- інтерактивність: можливість для читачів коментувати, ділитися, брати участь в опитуваннях, обговореннях, створювати власний контент;
- швидкість та оперативність: веб-видання можуть оновлювати інформацію в режимі реального часу, забезпечуючи відповідну максимальну оперативність в цілому;
- персоналізація: надання контенту, адаптованого до інтересів та поведінки конкретного користувача;
- доступність: інформація доступна з будь-якої точки світу, де є доступ до інтернету;
- лаконічність та візуальність: З огляду на величезний обсяг інформації, що динамічно оновлюється, сучасні матеріали часто стають коротшими, добре ілюстрованими, з акцентом на візуальний ряд.

Загалом, розвиток веб-видань характеризується постійною адаптацією до нових технологій, зміною вподобань аудиторії та прагненням надати максимально інтерактивний, персоналізований та зручний досвід споживання інформації.

2.3 Роль UX-дизайну.

UX-дизайн - це проектування взаємодії користувача з інтерфейсом. Він є важливим етапом у дизайні через його вплив на сприйняття продукту та інформації про нього . UX-дизайн потребує аналізу поведінки користувача та відстеження статистики відвідування різних інтернет-просторів для дослідження найбільш вдалих реалізацій UX-моделей/

Значимість UI/UX-дизайну пояснюється його безпосередньою участю в розробці застосунків. Оскільки застосунки виступають посередником між продуктом (не тільки матеріальним, але й цифровим) і покупцем, користувач,

ймовірніше, буде взаємодіяти з таким застосунком, який буде для нього зрозумілішим і приємнішим, а також швидко задовольнить його запити.

Таким чином, UI/UX-дизайн має безпосередній вплив на збільшення/зменшення прибутку компанії. Зручний та зрозумілий дизайн збільшує ймовірність вибору продукту [11].

Дотримання трендів робить продукт актуальним та сучасним [4]. Це важливо для того, щоб він не виглядав застарілим або немодним. Дотримуючись трендів, продукт може краще конкурувати на ринку. Користувачі часто очікують, що продукти будуть відповідати сучасним стандартам дизайну. Сучасний та стильний дизайн може допомогти залучити більше користувачів та створити позитивне враження.

Дотримання правил у дизайні відіграє вирішальну роль у створенні ефективних та зручних продуктів. Застосування принципів юзабіліті, чітка ієрархія інформації та забезпечення доступності гарантують, що продукт буде інтуїтивно зрозумілим, навігація в ньому буде легкою, а використання – ефективним [6]. Це значно покращує досвід користувача, підвищуючи ймовірність того, що він успішно досягне поставленої мети. Крім того, правила дизайну сприяють створенню чіткого та зрозумілого візуального повідомлення, забезпечуючи логічне представлення інформації та запобігаючи плутанині або розгубленості у користувача. Важливо також підкреслити, що дотримання цих правил формує відчуття професіоналізму та надійності, що є ключовим фактором для встановлення довіри між користувачем і продуктом або брендом. Нарешті, послідовність та узгодженість у візуальному стилі та взаємодії, досягнуті завдяки правилам дизайну, роблять продукт зручнішим у навчанні та використанні, а також сприяють підвищенню впізнаваності бренду.

2.3 Аналіз аналогів.

Для успішного створення власного веб-видання критично важливим є аналіз вже існуючих аналогів[15]. Ретельне вивчення їхніх рішень, структури,

дизайну та функціональності дозволяє виявити як вдалі підходи, так і потенційні помилки, що значно підвищує шанси на створення ефективного та конкурентоздатного продукту.

Для аналізу аналогів, було знайдено web-сайти для стоматологічних клінік та підкреслено основні переваги та недоліки.

Web-сайт «Dental Studio» для стоматологічної клініки у місті Дніпро (рис. 2.1). Дизайн сучасний і мінімалістичний, з використанням світлих тонів, що створює відчуття чистоти. Навігація інтуїтивно зрозуміла завдяки чіткому головному меню та помітним кнопкам запису на прийом. Сайт наповнений корисною інформацією про послуги, ціни, акції та лікарів, поданою в доступній формі. Якісні фото та відео клініки та персоналу формують позитивний імідж.

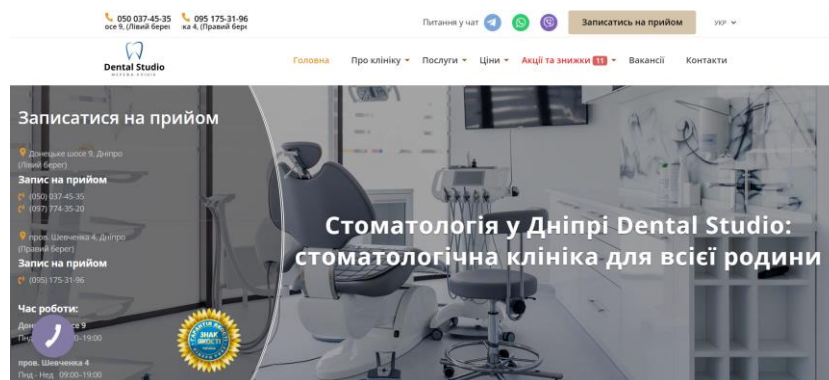


Рисунок 2.1 – Сторінка сайту «Dental Studio»

Серед переваг цього сайту: адаптивність, світлий та мінімалістичний дизайн, наявність відгуків на головній сторінці.

Серед недоліків цього сайту: банер зі знижками, що треба прокручувати (рис. 2.2). Це не буде зручно для користувача, бо кнопка заклику до дії (Call To Action) знаходиться в самому кінці, а для багатьох користувачів це вже буде задовга дія.

Web-сайт «Стоматологія Н+» для стоматологічної клініки у місті Дніпро (рис. 2.3). На сайті реалізовано кілька функцій, спрямованих на підвищення залученості користувачів, таких як онлайн-запис на прийом, розділ з відгуками

пацієнтів та інформація про поточні акції. Дизайн включає високоякісні зображення та відео, створюючи привабливу атмосферу.

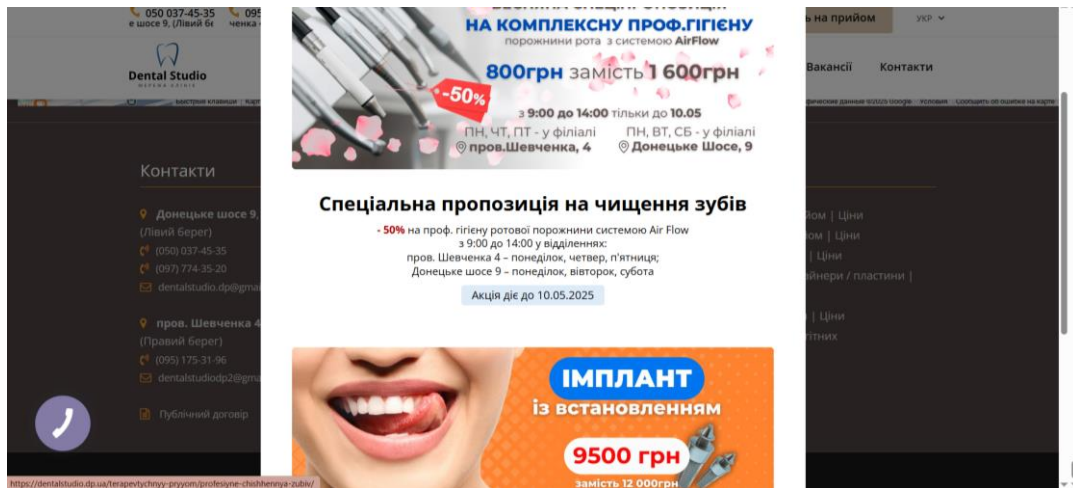


Рисунок 2.2 – Банер зі знижками сайту «Dental Studio»

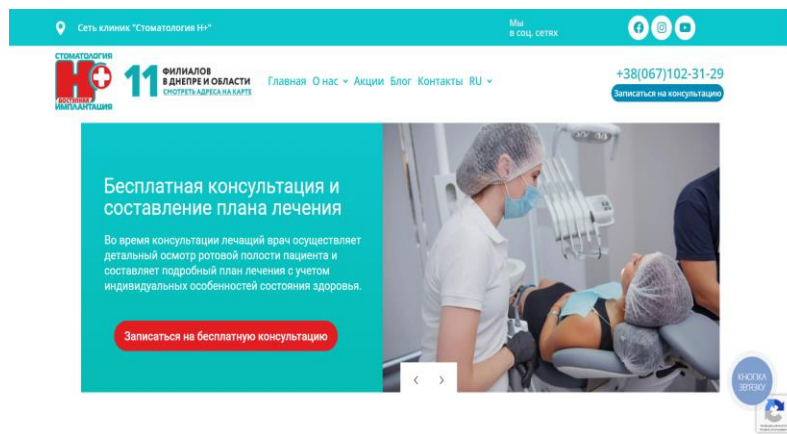


Рисунок 2.3 – Сторінка сайту «Стоматологія Н+»

Серед переваг цього сайту: дизайн виконан у приємних кольорах, наявність послуг з відповідними картинками, що спрощує роботу користувача, наявна карта місцевості с відміткою клініки та відео-візитка та окрема сторінка блогу. Серед недоліків цього сайту: погана адаптація (рис. 2.4).

Web-сайт «Стоматологічна поліклініка №1» для стоматологічної клініки у місті Дніпро (рис. 2.5). Має чітку структуру з добре організованим меню, що полегшує навігацію між основними розділами, такими як інформація про поліклініку, послуги для дорослих та дітей, відомості про лікарів та їхні

графіки, а також прайс-лист. Дизайн сайту сучасний та візуально приємний, з використанням стриманої кольорової гами, що підкреслює професіоналізм.



Рисунок 2.4 – Фрамент сайту «Стоматологія Н+»

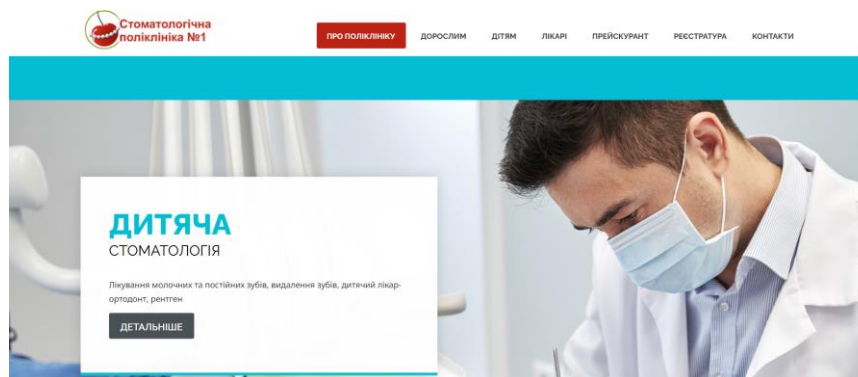


Рисунок 2.5 – Сторінка сайту «Стоматологічна поліклініка №1»

Сайт містить багато корисної інформації для пацієнтів, включаючи детальні описи послуг, біографії лікарів та їхній розклад роботи, а також контактні дані для запису на прийом.

Серед переваг цього сайту: велика кількість інформації, лаконічний дизайн та зрозумілий функціонал.

Серед недоліків цього сайту: адаптація сайту зроблена добре, але в бургерному меню не зовсім читабельний текст.

Користувач скоріш за все не зрозуміє, де саме клікабельні посилання, а де просто текст (рис. 2.6).

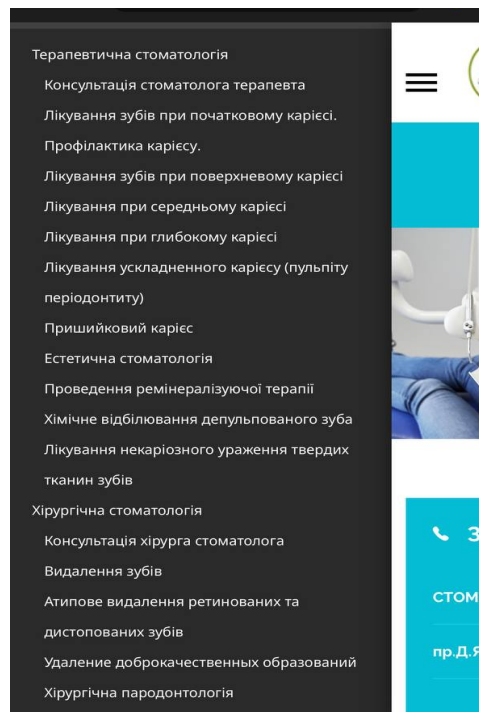


Рисунок 2.6 – Фрагмент сайту «Стоматологічна поліклініка №1»

Загалом, кожен з розглянутих сайтів має свої сильні сторони, які сприяють інформуванню потенційних клієнтів та залученню їх до клініки. Водночас, виявлені недоліки в кожному з них вказують на потенційні напрямки для покращення користувацького досвіду та підвищення ефективності веб-сайтів як маркетингових інструментів. Особливу увагу слід приділити адаптивності сайтів під різні пристрої та чіткості візуальних підказок щодо інтерактивних елементів.

3 ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИГОТОВЛЕННЯ WEB-ВИДАННЯ

Створення web-видання починається з планування: визначаються мета, аудиторія, контент і структура [2]. Далі проектується зручний інтерфейс (UX) і розробляється візуальний дизайн (UI). Після цього сайт наповнюється контентом. Потім відбувається верстка макетів і програмування функціональності. Обов'язковим є тестування всіх аспектів. Завершується процес запуском на хостингу. Після публікації потрібна постійна підтримка та розвиток видання.

Послідовність виготовлення web-сайту «Megastom» складається з наступних етапів:

- визначення цілей і задач проекту;
- вибір інструментальних засобів;
- проектування структури та навігації сайту;
- розробка UI складової дизайну;
- наповнення контентом;
- верстка макетів;
- тестування та запуск.

Розглянемо детальніше кожен пункт послідовності виготовлення веб-сайту.

Визначення задач проекту конкретизує шляхи досягнення цілей, наприклад, розробити зручну форму онлайн-запису, створити інформативні сторінки про кожну послугу, реалізувати розділ з відгуками клієнтів, забезпечити адаптивність сайту для перегляду на різних пристроях та продумати структуру каталогу послуг і прайс-листа.

На етапі вибору інструментальних засобів визначаються технології та платформи для створення веб-сайту, що може включати систему керування контентом, таку як WordPress, Drupal або Joomla, якщо потрібне зручне управління контентом без програмування. Для прискорення розробки

застосовуються бібліотеки та плагіни, а для створення макетів дизайну – графічні редактори, такі як Figma, Adobe XD або Sketch [3, 5, 7].

Етап проектування структури та навігації сайту передбачає розробку інформаційної архітектури та навігаційної системи. Визначається ієрархія сторінок і розділів, а також їхні взаємозв'язки, що відображається у карті сайту. Ключовим є забезпечення логічності та зрозумілості цієї структури для користувачів. Одночасно продумується навігація, включаючи головне меню, внутрішні посилання, та пошук, яка має бути інтуїтивно зрозумілою та допомагати швидко знаходити потрібну інформацію [10]. Для цього розробляються прототипи – схематичні зображення сторінок, що акцентують на розміщенні контенту та елементів навігації без візуального дизайну.

На етапі розробки UI дизайну створюється візуальний стиль веб-сайту. Визначається кольорова гама, яка має відповідати бренду та викликати бажані асоціації, такі як довіра, чистота та професіоналізм, особливо важливі для медичної тематики. Обираються шрифти для заголовків і основного тексту, які забезпечують хорошу читабельність та гармоніюють із загальним стилем. Розробляються візуальні стилі для всіх елементів інтерфейсу, включаючи кнопки, форми та іконки.

На основі прототипів та затвердженого візуального стилю створюються макети дизайну ключових сторінок у графічних редакторах. Важливо, щоб дизайн був не лише привабливим, але й функціональним, полегшуючи сприйняття інформації та взаємодію користувача з сайтом.

Етап наповнення контентом передбачає заповнення веб-сайту фактичною інформацією. Готуються текстові матеріали про послуги, лікарів, клініку, ціни, акції, при цьому особлива увага приділяється якості, інформативності та відповідності потребам цільової аудиторії.

Створюються або підбираються фотографії та відео, що ілюструють послуги, персонал та обладнання клініки, причому візуальний контент має бути якісним і відповідати стилю сайту.

Перед запуском веб-сайт ретельно тестується для виявлення та виправлення помилок. Проводиться функціональне тестування, щоб перевірити роботу всіх елементів, таких як форми, кнопки, посилання та пошук. Тестування адаптивності перевіряє коректне відображення сайту на різних пристроях і розмірах екранів.

Після успішного завершення всіх етапів тестування відбувається запуск сайту, що включає розміщення файлів на хостингу, прив'язку доменного імені, фінальну перевірку працездатності на сервері та оголошення про запуск веб-сайту «Megastom».

4 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ

4.1 Програмне забезпечення для створення макету сайту

Створення ефективного та привабливого вебсайту починається з ретельного планування його візуальної структури та функціональності. На цьому етапі ключову роль відіграє макет сайту – візуальне представлення майбутнього веб-ресурсу, що відображає розміщення основних елементів, навігацію та загальний дизайн. Для втілення цих ідей у життя розробники та дизайнери використовують різноманітне програмне забезпечення, спеціально розроблене для створення макетів.

Ринок пропонує широкий спектр інструментів, від простих онлайн-сервісів до потужних десктопних застосунків, кожен з яких має свої особливості, переваги та недоліки.

Вибір відповідного програмного забезпечення є важливим кроком, що безпосередньо впливає на швидкість та якість розробки макету, а також на ефективність подальшої роботи над вебсайтом.

Розвиток графічних редакторів для створення сайтів спрямований на те, щоб зробити процес проектування більш ефективним, колаборативним, інтегрованим з розробкою та орієнтованим на створення якісного користувацького досвіду.

Найпопулярнішими редакторами для створення Web-ресурсів є Figma, Adobe XD, Sketch.

Figma – це потужний онлайн-редактор графіки, який революціонізував вебдизайн та UI/UX завдяки своїй можливості спільної роботи в реальному часі прямо в браузері. Вона поєднує векторні інструменти з функціями прототипування, створення дизайн-систем та автоматичного розміщення елементів. Figma постійно розвивається, інтегруючись з інструментами розробки, розширюючи можливості прототипування та використовуючи

штучний інтелект для оптимізації робочого процесу. Її безкоштовний план робить її доступною для широкого кола користувачів.

Adobe XD – це професійний інструмент від Adobe, орієнтований на UX/UI дизайн, який тісно інтегрується з іншими продуктами Creative Cloud. Він пропонує потужні можливості для створення як статичних макетів, так і інтерактивних прототипів з анімацією. Adobe постійно розвиває XD, додаючи нові функції для оптимізації робочого процесу вебдизайнерів та відповідних UX-спеціалістів.

Sketch – довгий час був стандартом в індустрії вебдизайну, особливо на macOS. Має велику кількість плагінів, які розширюють його функціональність.

Порівняння трьох редакторів по окремих критеріях наведено у таблиці нижче (табл. 4.1).

Таблиця 4.1 – Порівняння редакторів для створення макету сайту

Критерії	Sketch	Adobe XD	Figma
Платформа	Десктопна версія зі Sketch Cloud	Десктопна та мобільні версії	Онлайн-платформа з можливістю інсталювання
Доступність	Безкоштовний термін на місяць, потім 9\$/місяць	Безкоштовний термін на тиждень, потім 9,99\$/місяць	Безкоштовна версія з обмеженнями або 12\$/місяць
Групова робота	Сумісна робота доступна для проектів, що збережені на хмарі	Сумісна робота доступна для проектів, що збережені на хмарі	Кілька людей можуть одночасно працювати над одним файлом
Зручність	Зрозумілий інтерфейс	Зрозумілий інтерфейс для користувачів продуктів Adobe	Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс
Операційна система	macOS	MacOS, Windows, iOS, Android	Windows, macOS, Linux
Наявність плагінів	Велика екосистема плагінів, розроблених спільнотою користувачів	Велика кількість плагінів да бібліотек у Creative Cloud	Велика спільнота користувачів з безліччю плагінів та бібліотек
Якість роботи	Добре справляється, але уповільнюється з великим обсягом	Добре справляється, але уповільнюється з великим обсягом	Добре справляється, але уповільнюється з великим обсягом

Аналізуючи таблицю, Figma виділяється кросплатформністю та зручною груповою роботою в реальному часі, маючи також безкоштовну версію. Sketch орієнтований на macOS з великою кількістю плагінів. Adobe XD пропонує кросплатформність та інтеграцію з Adobe, але має платну підписку після пробного періоду. Всі три редактори мають інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, що дозволяє швидко опанувати основи роботи та створювати якісні макети. Вони всі добре справляються з більшістю дизайнерських завдань. Однак, як показує аналіз, великі та складні проекти з великою кількістю елементів можуть впливати на продуктивність будь-якого програмного забезпечення. Вибір залежить від потреб користувача: Figma для спільної роботи та кросплатформності, Sketch для macOS та плагінів, Adobe XD для екосистеми Adobe та прототипування.

Для створення даного сайту було обрано Figma, оскільки в неї доступний план, можливість працювати онлайн без необхідності встановлення додаткового програмного забезпечення, а також велика бібліотека плагінів та готових елементів, що значно прискорює процес розробки.

4.2 Програмне забезпечення для верстки сайту

Після завершення етапу проектування та затвердження макету вебсайту настає відповідальний процес верстки – перетворення статичного візуального представлення у функціональний веб-ресурс, зрозумілий для браузерів. Конструктори сайтів являють собою окрему категорію програмного забезпечення, яке значно спрощує процес створення вебсайтів, поєднуючи в собі функції дизайну та верстки в інтуїтивно зрозумілому візуальному інтерфейсі. Вони використовують принцип WYSIWYG (What You See Is What You Get), дозволяючи користувачам створювати та редагувати вміст вебсторінки, бачачи результат своїх дій у режимі реального часу, без необхідності безпосереднього написання коду.

Стояв вибір між двома популярними ресурсами, а саме Weebly та системою управління контентом (CMS) WordPress з використанням плагіну конструктору сторінок Elementor.

Weebly – це популярна онлайн-платформа для створення вебсайтів, яка належить компанії Square.

Вона позиціонується як простий у використанні конструктор сайтів, що дозволяє користувачам без знання коду створювати різноманітні веб-ресурси, включаючи особисті сторінки, блоги та інтернет-магазини.

WordPress – це система управління контентом (CMS). Вона надає вам базову структуру для сайту, панель управління, де ви можете додавати сторінки, статті, медіафайли, керувати користувачами тощо.

Elementor – це візуальний конструктор сторінок (page builder) для WordPress, який працює за принципом «drag-and-drop» (перетягни та відпусти). Це означає, що ви можете:

- бачити результат одразу: Ви створюєте сторінку прямо в браузері, бачачи всі зміни в реальному часі;
- використовувати готові блоки (віджети): Elementor має величезну бібліотеку елементів;
- створювати складні макети: Легко створювати складні розділи з різною кількістю колонок, фонами, тінями, анімаціями;
- адаптивність: Elementor дозволяє легко налаштовувати вигляд вашого сайту для різних пристроїв (комп'ютерів, планшетів, телефонів) без написання відповідного коду;
- шаблони: Має велику бібліотеку готових шаблонів сторінок або цілих сайтів, які можна імпортувати та адаптувати під свої потреби.

Детальне порівняння двох платформ надано нижче у таблиці (табл. 4.2).

Обидві платформи, CMS WordPress з Elementor та Weebly, мають простий інтерфейс. WP + Elementor надає більшу гнучкість у дизайні, можна самим редагувати елементи та керувати наповненням вебсайту. Обидві платформи мають великі бібліотеки шаблонів. WP + Elementor вирізняється ширшим

спектром функцій та величезним магазином додатків, тоді як Weebly пропонує базові функції та менший вибір додатків. Щодо цін, обидва мають безкоштовні версії з обмеженнями, але цінові діапазони платних тарифів відрізняються: WP + Elementor пропонує дешевші початкові плани, а Weebly має дорожчий план, орієнтований на бізнес-агентства. Вибір залежить від пріоритетів користувача щодо гнучкості дизайну, набору функцій та ціни.

Таблиця 4.2 – Порівняння конструкторів сайтів

Критерії	CMS WordPress з Elementor	Weebly
Інтерфейс	Простий і зрозумілий	Простий і зрозумілий
Зручність використання	Простий та інтуїтивно зрозумілий принцип роботи	Організована робоча область через наявність спеціальних блоків
Шаблони	Велика бібліотека	Велика бібліотека
Можливості	Широкий спектр функцій та можливостей, повноцінна система управління контентом для подальшої роботи з сайтом	Спектр базових та основних функцій, має App Center Weebly, але достатньо маленький
Доступність	WordPress є повністю безкоштовним, плагін елементор має безкоштовну версію або 4 тарифи з розширеними можливостями (від 4,99\$/місяць до 16,99\$/місяць)	Безкоштовна версія з обмеженнями або 4 тарифи від 10\$/місяць до 75\$/місяць (для власного користування та для бізнес-агенцій)

Вибір конструктору припав на WordPress, що дозволяє мати повне володіння сайтом, його файлами та даними. Це достатньо важливо для довгострокового розвитку клініки «Megastom», оскільки дає свободу впроваджувати будь-які функціональні зміни.

4.3 Графічні редактори

Графічні редактори є важливим інструментом у процесі створення вебсайтів. Вони дозволяють створювати, редагувати та оптимізувати візуальні елементи, які потім інтегруються у вебсторінки.

Adobe Photoshop – це надзвичайно потужний та широко використовуваний растровий графічний редактор, розроблений компанією Adobe Inc. Він є одним із лідерів у своїй галузі та використовується професіоналами в різних сферах, включаючи фотографію, графічний дизайн, вебдизайн, відеомонтаж та багато інших.

Adobe Illustrator – це потужний векторний графічний редактор, розроблений компанією Adobe Inc. Він є галузевим стандартом для створення векторних ілюстрацій, логотипів, іконок, типографіки та складних макетів, які можуть масштабуватися до будь-якого розміру без втрати якості. У контексті верстки вебсайтів, Illustrator є цінним інструментом для створення та підготовки векторних елементів. Для роботи над графічними елементами було обрано ці два графічні редактори. Було порівняно їх можливості та створено таблицю (табл.4.3).

Таблиця 4.3 – Порівняння графічних редакторів

Критерії	Adobe Photoshop	Adobe Illustrator
Тип графіки	Растрова	Векторна
Основне призначення	Редагування та обробка фотографій, створення складних растрових зображень, підготовка макетів вебсторінок (переважно візуальна частина).	Створення логотипів, іконок, ілюстрацій, типографіки та масштабованих графічних елементів інтерфейсу.
Розмір файлів	Зручний експорт растрових форматів (JPEG, PNG, GIF) з оптимізацією для вебу.	Менший розмір файлів для простої графіки порівняно з растровою.

Photoshop працює з картинками, як фотографії, де кожен елемент складається з маленьких точок. Він класний для редагування фотографій та створення складних візуальних образів для сайту. Illustrator же працює з лініями та кривими, тому картинки виходять чіткими, якого б розміру вони не були. Він ідеальний для логотипів, іконок та ілюстрацій, які мають добре виглядати скрізь. Файли Illustrator часто менші за розміром для простої графіки. Тому для фотографій краще брати Photoshop, а для логотипів та іконок, які мають бути чіткими завжди, – Illustrator.

5 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА НАВІГАЦІЇ

5.1 Проектування карти сайту

Розробка карти сайту перед дизайном вкрай важлива, оскільки вона визначає всю структуру веб-ресурсу, чітко показуючи всі необхідні розділи та сторінки, а також їхню ієрархію. Це допомагає спланувати зручну навігацію для користувачів, щоб вони легко знаходили потрібну інформацію. Крім того, логічна структура сайту, закладена в карті, позитивно впливає на пошукову оптимізацію, допомагаючи пошуковим системам краще індексувати контент. Маючи чітку карту сайту, дизайнер може більш ефективно розробляти макети сторінок, розуміючи взаємозв'язок між елементами та пріоритетність контенту, що в свою чергу покращує користувацький досвід. Раннє планування структури допомагає уникнути непорозумінь та значних переробок дизайну на пізніших етапах, роблячи процес розробки більш ефективним та економним. Карта сайту також може відображати основну функціональність сторінок, допомагаючи дизайнеру врахувати ці аспекти при створенні макетів. В результаті, розробка карти сайту є фундаментом для створення успішного, зручного та добре структурованого вебсайту. Карта сайту «Megastom» зображена на рисунку нижче (рис. 5.1).

Є Головна сторінка. Від Головної сторінки відходять стрілки до чотирьох інших основних розділів:

- лікарі;
- відгуки;
- блог;
- послуги.

Це означає, що з головної сторінки користувач може перейти на сторінки з інформацією про лікарів, прочитати відгуки, ознайомитися зі статтями в блозі або дізнатися про послуги, які надає організація.

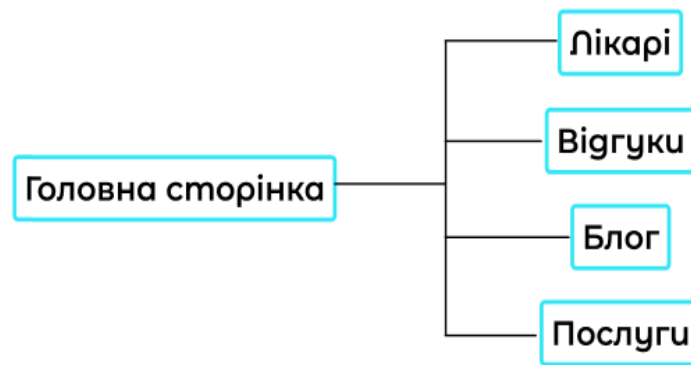


Рисунок 5.1 – Карта сайту «Megastom»

5.2 Проектування ієрархічної структури сайту

Ієрархічна структура сайту – це спосіб організації контенту вебсайту, що нагадує дерево або піраміду. На вершині цієї структури знаходиться головна сторінка, а нижче розташовуються основні розділи, підрозділи та окремі сторінки, які є більш специфічними. Кожен рівень структури залежить від попереднього, утворюючи логічний потік інформації.

Для сайту було розроблено ієрархічну структуру, зазначену нижче (рис. 5.2).

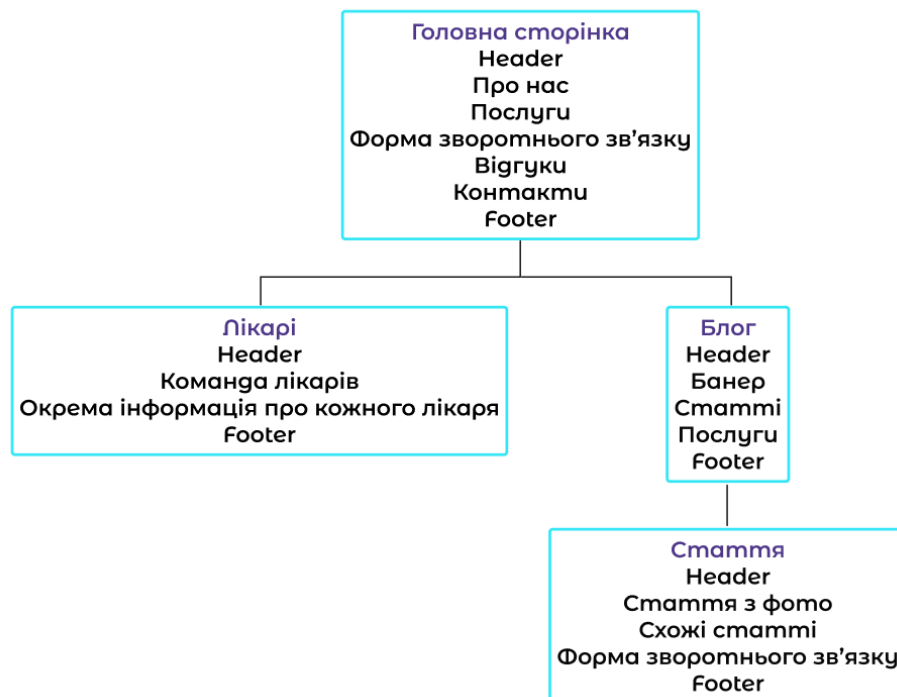


Рисунок 5.2 – Ієрархічна структура сайту «Megastom»

На ній вказано усі сторінки сайту та окремі блоки сторінок, сторінка під назвою «Стаття» є типовою для цього розділу.

Header – це верхня частина вебсторінки, яка залишається незмінною при переході між різними сторінками сайту. Він відіграє ключову роль у брендингу, навігації та наданні швидкого доступу до важливої інформації.

Footer – це нижня частина вебсторінки, яка також зазвичай залишається незмінною на всьому сайті. Він містить важливу додаткову інформацію, посилання та елементи, які не є першочерговими для основної навігації, але важливі для користувачів та функціонування сайту.

5.3 Проектування навігації сайту

Навігація є серцем будь-якого вебсайту, визначаючи шлях користувача до контенту та його загальне враження від ресурсу. Ретельно спроектована навігаційна система не лише полегшує пошук потрібної інформації, але й сприяє глибшому залученню, збільшенню часу перебування на сайті та досягненню бізнес-цілей. Навігаційна система сайту «Megastom» наведена на рисунку нижче (рис. 5.3).

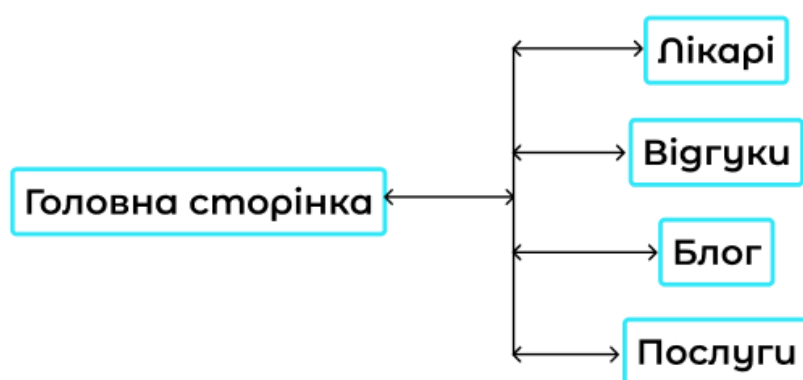


Рисунок 5.3 – Навігаційна схема сайту «Megastom»

Треба зазначити, що окремих сторінок для розділу “Послуги” та блоку “Відгуки” немає, але кнопки, що розташовані у хедері сайту ведуть на окрему частину головної сторінки.

5.4 Створення окремих елементів навігації

Створення продуманих кнопок та визначення їхніх станів є критично важливим аспектом вебдизайну та розробки інтерфейсів. Кнопки є одними з основних елементів взаємодії користувача з вебсайтом або застосунком, і їхня правильна реалізація безпосередньо впливає на зручність використання, розуміння функціональності та загальний користувацький досвід. Стани кнопок – це візуальні зміни, які відображаються залежно від стану взаємодії користувача з елементом. Основні стани кнопки включають:

- стан за замовчуванням (Default/Normal): Візуальне представлення кнопки, коли з нею немає активної взаємодії. Цей стан повинен бути чітким та інформативним, вказуючи на функціональність кнопки;

- стан наведення (Hover): Візуальна зміна кнопки при наведенні на неї курсора миші. Цей стан надає користувачеві візуальне підтвердження того, що елемент є інтерактивним і готовий до натискання. Зміни можуть включати підсвічування, зміну кольору, додавання тіні або анімації;

- стан натискання (Pressed/Active): Візуальна зміна кнопки в момент її натискання. Цей стан дає користувачеві зворотний зв'язок про те, що дія була зафіксована системою. Зміни можуть включати затемнення, зміну положення елементів всередині кнопки або іншу візуальну індикацію натискання;

- стан фокусу (Focus): Візуальна індикація того, що кнопка вибрана за допомогою клавіатури (зазвичай відображається у вигляді рамки). Цей стан є критично важливим для забезпечення навігації за допомогою клавіатури для користувачів, які не використовують мишу;

- неактивний стан (Disabled): Візуальне представлення кнопки, яка на даний момент не може бути активована (наприклад, до заповнення обов'язкових полів форми). Цей стан повинен чітко вказувати на неактивність елемента (наприклад, сірий колір, розмиття, перекреслення) і може супроводжуватися пояснювальним текстом або підказкою.

Головні та вторинні кнопки є важливим елементом візуальної ієрархії та керування діями користувача в інтерфейсі вебсайту або застосунку. Їхнє правильне використання допомагає користувачам швидко орієнтуватися та розуміти пріоритетність різних дій.

Головні кнопки візуально виділяються та використовуються для представлення основних, найбільш важливих дій, які користувач повинен або ймовірно захоче виконати на даному екрані або в контексті. Вони мають привертати увагу та бути легко ідентифікованими.

Вторинні кнопки (Secondary Buttons).

Вторинні кнопки використовуються для менш важливих або альтернативних дій.

Вони візуально відрізняються від головних кнопок, щоб не конкурувати з ними за увагу, але при цьому залишаються помітними та зрозумілими.

Для даного сайту було розроблено UI-кіт, де показані окремо всі елементи дизайну, а саме кольорове рішення, типографіка, кнопки, форми вводу, чекбокси, випадаючі списки та ін.. На рисунку (рис. 5.4) показано головні (primary) кнопки та їх стани.



Рисунок 5.4 – Головні кнопки сайту «Megastom»

На рисунку 5.5 показано другорядні (secondary) кнопки та їх стани.



Рисунок 5.5 – Другорядні кнопки сайту «Megastom»

Було створено карту сайту, ієрархічну структуру та навігацію.

На кожній сторінці є чітка структура та зрозуміла навігація. Розроблено UI-кіт з окремими елементами дизайну сайту. Приділено значну увагу станам кнопок та їх вигляду.

6 РОЗРОБКА МОДУЛЬНОЇ СІТКИ

Пропорції у вебдизайні визначають співвідношення розмірів елементів сторінки між собою та відносно загального макета. Гармонійні пропорції створюють візуальний баланс, порядок і естетичне задоволення, тоді як їх відсутність може викликати дискомфорт та ускладнювати сприйняття інформації. Використання математичних принципів, таких як золотий перетин або правило третин, допомагає створювати збалансовані композиції, роблячи макет приємнішим для ока та цілісним. Пропорції також є інструментом для створення візуальної ієрархії, де більші елементи, наприклад заголовки чи зображення, привертають більше уваги. Послідовне застосування пропорційних співвідношень між блоками контенту та візуальними елементами формує візуальний ритм, що полегшує сприйняття інформації та робить перегляд сторінки плавнішим. Крім того, правильні пропорції між текстом, заголовками та вільним простором значно покращують читабельність. Нарешті, узгоджені пропорції можуть стати елементом брендингу, створюючи впізнаваний та професійний вигляд вебсайту.

Сітка являє собою структуру, що містить ряд рядків (вертикальних або горизонтальних), які ділять сторінку на стовпці або модулі [8]. Ця структура допомагає дизайнерам розміщувати контент на сторінці. Хоча лінії сітки самі по собі не обов'язково помітні (хоча в деяких дизайнах їх видно), структура допомагає вам керувати пропорціями елементів, які повинні бути вирівняні на сторінці. Сітка надає чітку структуру для розміщення текстових блоків, зображень та відео, допомагаючи уникнути хаотичності та створюючи впорядкований вигляд. Використання єдиної сітки на всіх сторінках гарантує візуальну узгодженість та професійність. Модульні сітки є основою для адаптивного дизайну, полегшуючи перекомпонування елементів для різних екранів. Сітка спрощує процес дизайну, надаючи готову структуру та прискорюючи розміщення контенту. Вона також є зрозумілою системою для

співпраці між дизайнерами та розробниками, полегшуючи передачу макетів. Розмір та розташування елементів у сітці допомагають створювати візуальну ієрархію, виділяючи важливий контент.

В колонкових (їх іноді ще називають багатоколонковими) сітках простір сітки утворюється сукупністю колонок. Ви бачите їх щоразу, коли тримаєте в руках газету. В ній великі масиви тексту поділяють на окремі колонки. Це дає змогу досягти пропорційності, коли вам доводиться мати справу з великим масивом змісту на широкому форматі.

Для десктопної версії сайту було обрано колонкову сітку з 12 колонками, центрального розміщення з шириною 72 пікселі та відступами між блоками в 16 пікселів, оскільки 12 колонок забезпечують гнучкість для різноманітних макетів, а центральне розміщення з шириною 72 пікселі є оптимальним для читабельності тексту на великих екранах. Відстань між блоками в 16 пікселів створює достатньо вільного простору для кращого сприйняття контенту. Крім того, 12-колонкова сітка добре сумісна з багатьма інструментами розробки та є зручною основою для адаптивного дизайну. Цей вибір спрямований на створення візуально привабливого, зручного та добре структурованого десктопного вебсайту (рис. 6.1).

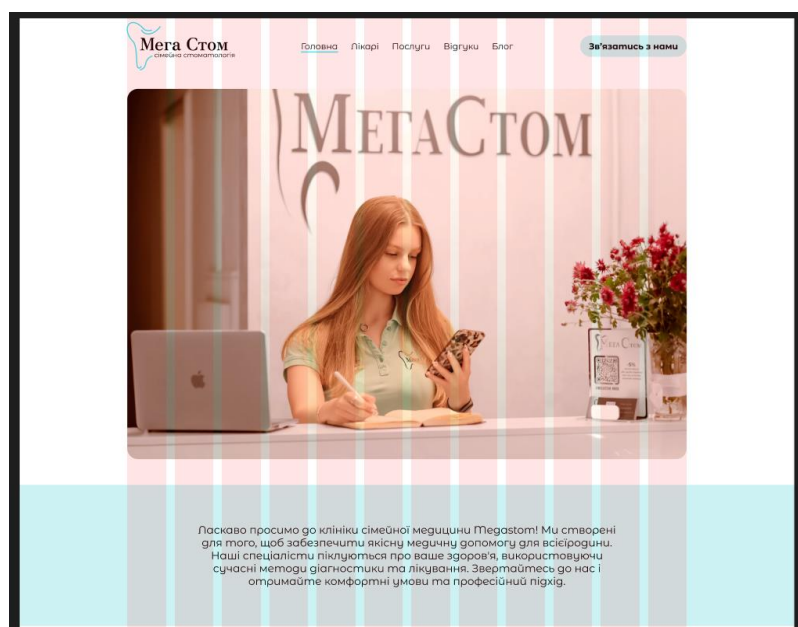


Рисунок 6.1 – Модульна сітка для десктопної версії

Для мобільної версії було обрано колонкову сітку на 4 колонки з такими самими налаштуваннями (рис. 6.2).



Рисунок 6.2 – Модульна сітка для мобільної версії

7 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

7.1 Вибір кольорової схеми

У сучасну епоху стрімкого розвитку цифрових технологій створюється велика кількість мультимедійних продуктів – від веб-сайтів і мобільних застосунків до відеоігор. Щодня мільйони користувачів звертаються до інтернету, щоб залишатися в курсі актуальних подій, шукати необхідну для роботи або повсякденного життя інформацію, спілкуватися з близькими та задовольняти інші потреби [17].

Для сайту «Megastom» було обрано спокійну бірюзову гаму (рис. 7.1). Саме ця кольорова схема найкращим чином передає ключові цінності та атмосферу, важливі для медичного закладу, особливо стоматологічного. Домінуючий білий колір символізує чистоту, стерильність та професіоналізм, що є першочерговим для пацієнтів, які звертаються за медичною допомогою. Акцентні відтінки блакитного, від яскравого до світлого, асоціюються зі спокоєм, свіжістю та довірою, допомагаючи створити затишну та менш тривожну атмосферу для відвідувачів. Поступовий перехід від насиченого до світлого блакитного дозволяє візуально виділяти важливі елементи, зберігаючи при цьому загальну гармонію та не перевантажуючи сприйняття. Таке поєднання кольорів є сучасним, ненав'язливим і викликає відчуття впевненості та професіоналізму [16].



Рисунок 7.1 – Кольорова схема

7.2 Вибір шрифтового рішення

Правильно підібране текстове рішення є надзвичайно важливим для вебсайту, адже текст є основним засобом спілкування з користувачами, впливаючи на читабельність, зрозумілість, тон та стиль, що формують враження про бренд. Читабельний текст з правильним шрифтом та контрастом не відштовхує відвідувачів, а зрозумілий стиль без складних слів та помилок полегшує сприйняття інформації.

Tone of Voice, є надзвичайно важливим аспектом текстового наповнення вебсайту, оскільки він визначає, як бренд «звучить» у своєму спілкуванні з аудиторією, формуючи емоційне сприйняття та особистість компанії. Правильно обраний тон голосу допомагає встановити зв'язок з цільовою аудиторією, викликати довіру, передати цінності бренду та відрізнити його від можливих конкурентів.

Використання шрифту Montserrat Alternates для всіх заголовків (H1-H4) та основного тексту (Body) забезпечує візуальну консистентність та створює відчуття цілісності дизайну (рис. 7.2). Montserrat Alternates є сучасним геометричним шрифтом без зарубок, який виглядає чисто та професійно, що добре відповідає медичній тематиці.

H1 Montserrat Alternates semibold-64 px-120%

H2 Montserrat Alternates semibold-48 px-150%

H3 Montserrat Alternates bold-32 px-150%

H4 Montserrat Alternates bold-24 px-150%

Body-xl Montserrat Alternates regular-20px-24px

Body-xl-medium Montserrat Alternates medium-20px-24px

Body-xl-bold Montserrat Alternates bold-20px-24px

Body-l Montserrat Alternates regular-16px-24px

Body-l-semibold Montserrat Alternates semibold-16px-24px

Body-l-bold Montserrat Alternates bold-16px-24px

Body-s Montserrat Alternates regular-12px-24px

Рисунок 7.2 – Текстове рішення

Для заголовків різного рівня було застосовано різні розміри та накреслення (semibold та bold), щоб створити чітку візуальну ієрархію та полегшити сприйняття структури контенту. Великі розміри для H1 та H2 одразу привертають увагу до найважливішої інформації, а менші розміри для H3 та H4 допомагають організувати підрозділи.

Щодо основного тексту (Body), обрано кілька варіантів накреслення (regular, medium, semibold, bold) та розмірів (20px, 16px, 12px) для різних цілей. Розмір 20px для більшого основного тексту («Body-xl») забезпечує відмінну читабельність на десктопних пристроях, а варіанти накреслення дозволяють виділяти важливі слова або фрази без втрати загальної гармонії. Розмір 16px («Body-l») є стандартним та комфортним для читання основного тексту на більшості екранів. Менший розмір 12px використовується для менш важливої інформації або виносков.

Важливим є також міжрядковий інтервал (line-height), який становить 120% для H1 та 150% для інших заголовків та основного тексту. Більший міжрядковий інтервал для основного тексту значно покращує читабельність, особливо для довгих абзаців, оскільки надає тексту більше «повітря» та полегшує стеження за рядками.

Фото, використані під час роботи були надані стоматологією. Іконки є візуальними символами, що лаконічно передають зміст, функції або дії в інтерфейсі, допомагаючи користувачам швидко орієнтуватися, розуміти призначення елементів та ефективніше взаємодіяти з вебсайтом чи застосунком. Для створення цього сайту було обрано пак іконок зі спільноти Figma (рис. 7.3).



Рисунок 7.3 – Приклад іконок для сайту

7.3 Розробка кнопок, форм, дропдаунів та чекбоксів

Кнопки було створено головні та другорядні, вони у кольоровій схемі сайту та мають заокруглені края. Чітко можна розрізнити ієрархію, завдяку правильному створенню їх зовнішнього вигляду (рис. 7.4).

Buttons



Рисунок 7.4 – Кнопки сайту

Форми для вводу також мають заокруглені края та відповідають кольоровій схемі (рис. 7.5). У стані помилки при вводі даних додано допоміжний текст.

Input

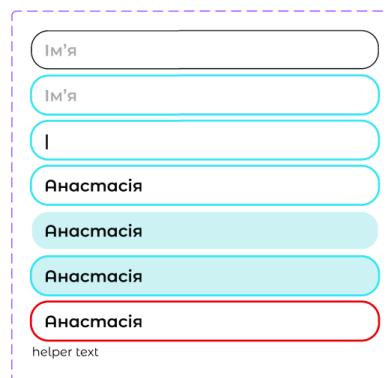


Рисунок 7.5 – Форми вводу

Так як форма зворотнього зв'язку потребувала чекбокс, то було розроблено і його (рис. 7.6). Цей елемент також відповідає кольоровій схемі та формам сайту.

Checkbox



Рисунок 7.6– Чекбокс

Так як є розділ з частими питаннями, то було розроблено дропдаун (рис. 7.7).

Dropdown

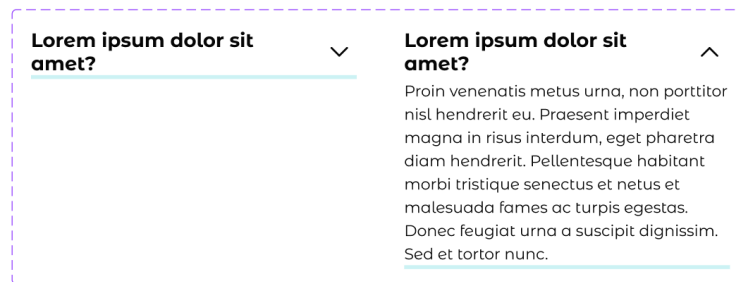


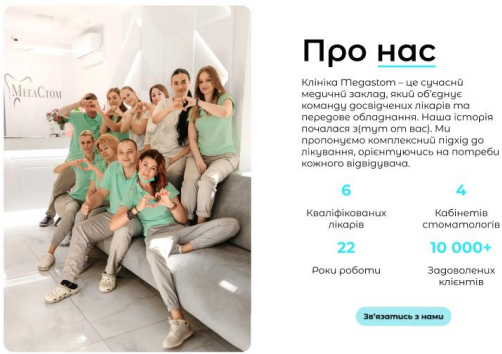
Рисунок 7.7– Дропдаун

На цьому етапі було розроблено кольорову схему та текстове рішення. Створено UI-кіт з елементами, що відповідають кольоровій схемі.

8 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ СТОРІНОК ВИДАННЯ

Контент невід’ємною частиною будь-якого вебсайту, адже саме він приваблює, залучає та утримує аудиторію, передаючи інформацію, відповідаючи на запитання та спонукаючи до дій. Якісний та релевантний контент формує довіру, демонструє експертність, підвищує впізнаваність бренду та сприяє досягненню бізнес-цілей. Правильний підбір контенту, орієнтований на потреби та інтереси цільової аудиторії, забезпечує високу цінність для користувачів, покращує позиції сайту в пошукових системах та стимулює органічний трафік. Неякісний або неактуальний контент може відштовхнути відвідувачів, зашкодити репутації та знизити ефективність вебсайту. Тому стратегічний підхід до створення та підбору контенту є ключовим для успіху будь-якого онлайн-проекту.

Уся інформація, що використовується для створення вебсайту є авторською. Усі фото та тексти статей були надані керівництвом стоматологічної клініки. Розглянемо блок «Про нас» (рис. 8.1). У цьому блоці використан опис клініки та їхня місія. Інформація подається коротко та влучно, адже ми не маємо багато часу на роздуми зі сторони користувача.



Про нас

Клініка Megastom – це сучасний медичний заклад, який об'єднує команду досвідчених лікарів та передове обладнання. Наша історія почалася з(і)м(т)ом вас). Ми пропонуємо комплексний підхід до лікування, орієнтуючись на потреби кожного відвідувача.

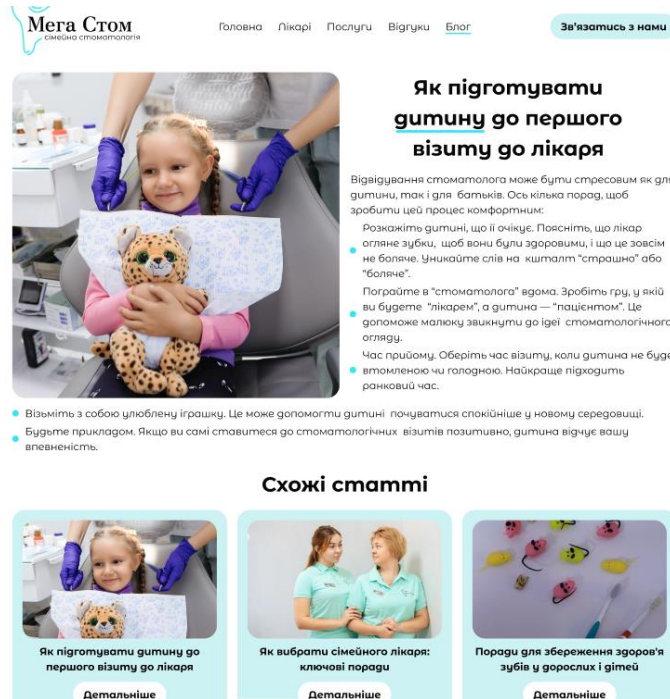
6	4
Кваліфікованих лікарів	Кабінетів стоматологів
22	10 000+
Роки роботи	Задоволених клієнтів

[З'ясувати з нами](#)

Наша місія:
Забезпечення високоякісної медичної допомоги для всієї родини, створення довіри та комфортних умов для наших пацієнтів. Ми прагнемо, щоб кожен відвідувач почувався впевнено і отримав професійне обслуговування.

Рисунок 8.1 – Блок «Про нас»

Інформація з блоку «Статті та питання» також була надана адміністрацією клініки, було обрано влучні фото, що відповідають змісту статті. Було розроблено блок зі схожими статтями (рис. 8.2).



Meга Стом
сімейна стоматологія

Головна Лікарі Послуги Відео Блог [Зв'язатись з нами](#)

Як підготувати дитину до першого візиту до лікаря

Відування стоматолога може бути стресовим як для дитини, так і для батьків. Ось кілька порад, щоб зробити цей процес комфортним:

- Розкажіть дитині, що її очікує. Поясніть, що лікар огляне зубки, щоб вони були здоровими, і що це зовсім не боляче. Уникайте слів на кшталт "страшно" або "боляче".
- Пограйте в "стоматолога" вдома. Зробіть гру, у якій ви будете "лікарем", а дитина — "пацієнтом". Це допоможе малюку звикнути до ідеї стоматологічного огляду.
- Час прийому. Оберіть час візиту, коли дитина не буде втомленою чи голодною. Найкраще піти до ранкового часу.

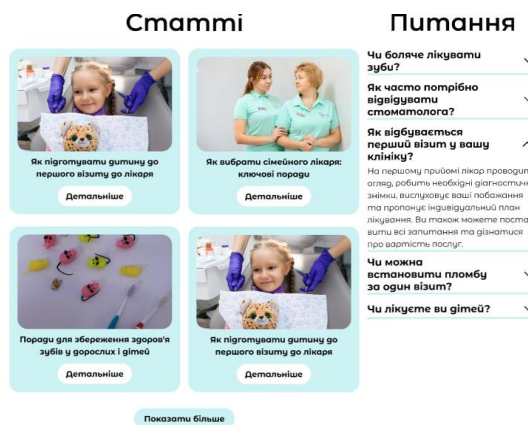
- Візьміть з собою улюблену іграшку. Це може допомогти дитині почуватися спокійніше у новому середовищі.
- Будьте прикладом. Якщо ви самі ставитесь до стоматологічних візитів позитивно, дитина відчує вашу впевненість.

Схожі статті

- Як підготувати дитину до першого візиту до лікаря [Детальніше](#)
- Як вибрати сімейного лікаря: ключові поради [Детальніше](#)
- Поради для збереження здоров'я зубів у дорослих і дітей [Детальніше](#)

Рисунок 8.2 – Блок «Статті та питання»

Блок із частими запитаннями та статтям було створено для того, щоб користувач зміг знайти відповіді на розповсюджені питання (рис. 8.3). Відповіді написано коротко та влучно.



Статті

- Як підготувати дитину до першого візиту до лікаря [Детальніше](#)
- Як вибрати сімейного лікаря: ключові поради [Детальніше](#)
- Поради для збереження здоров'я зубів у дорослих і дітей [Детальніше](#)
- Як підготувати дитину до першого візиту до лікаря [Детальніше](#)

Питання

- Чи боляче лікувати зуби?
- Як часто потрібно відвідувати стоматолога?
- Як відбувається перший візит у вашу клініку?

На першому прийомі лікар проводить огляд, робить необхідні діагностичні знімки, вислуховує ваші побажання та пропонує індивідуальний план лікування. Ви також можете поставити всі запитання та дізнатися про вартість послуг.
- Чи можна встановити пломбу за один візит?
- Чи лікуєте ви дітей?

[Показати більше](#)

Рисунок 8.3 – Блок «Статті та питання»

Блок із коротким описом послуг (рис. 8.4). Лаконічні описи під заголовками дозволяють користувачам швидко зорієнтуватися у переліку послуг.

Послуги

- У клініці Megastom ми пропонуємо широкий спектр послуг для всієї родини.
- Кожна послуга виконується з використанням сучасних технологій та матеріалів.

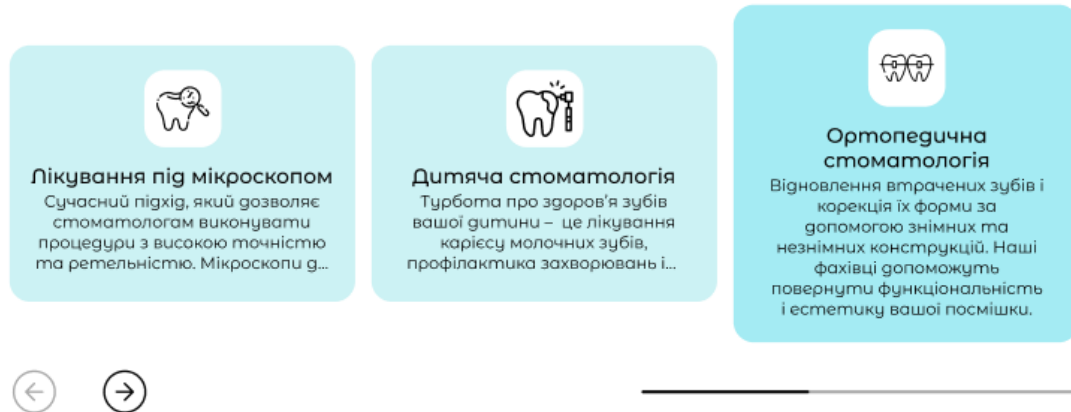


Рисунок 8.4 – Блок «Послуги»

Блок «Відгуки» створено для демонстрації позитивного досвіду інших пацієнтів клініки «Megastom», що має на меті підвищити довіру потенційних клієнтів та надати соціальне підтвердження якості послуг.

Блок «Наш блог» призначений для надання корисної інформації пацієнтам щодо догляду за зубами, вибору лікаря та інших важливих аспектів стоматологічного здоров'я.

Представлені анонси статей з можливістю переходу до детальнішого ознайомлення мають залучити користувачів, продемонструвати експертність клініки та покращити її позиції в пошукових системах (рис. 8.5).

Блок «Контакти» створено для надання відвідувачам вебсайту всієї необхідної інформації для зв'язку з клінікою та її відвідування. Він містить інтерактивну карту, що візуально відображає розташування клініки в місті. Цей блок має на меті полегшити потенційним пацієнтам пошук клініки, зв'язок з нею та планування візиту у зручний час (рис. 8.6).

Відгуки



Олександр

Дякую лікарям клініки Мегастом за їх роботу, вже не один рік я є постійним пацієнтом Юлії Вікторівни. Лікування у вас - це завжди про якість і сервіс!



Наш блог



Як підготувати дитину до першого візиту до лікаря

Детальніше



Як вибрати сімейного лікаря: ключові поради

Детальніше



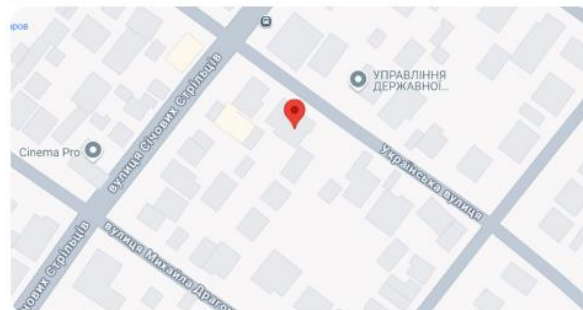
Поради для збереження здоров'я зубів у дорослих і дітей

Детальніше

Дивитись більше

Рисунок 8.5 – Блок «Відгуки» та «Наш блог»

Контакти



Megastom Clinic

м. Самар

вул. Українська 7Б

+38(098)-101-61-61

Часи роботи

Пн-Пт: 9:00-18:00

Субота: 9:00-18:00

Неділя: Вихідний

Рисунок 8.6 – Блок «Контакти»

Усі сторінки сайту було наповнено відповідним контентом, немає нічого зайвого.

Користувач може легко та швидко знайти потрібну інформацію.

9 ВЕРСТАННЯ WEB-САЙТУ

Верстання вебсайту буде здійснено за допомогою CMS WordPress з плагіном Elementor (рис. 9.1). Так як макет було розроблено у Figma, то залишається тільки зібрати сайт з готових блоків та відредагувати їх.

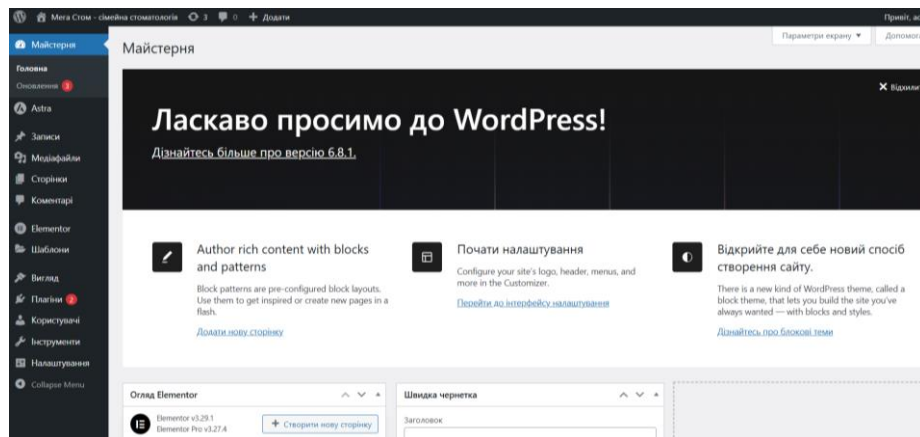


Рисунок 9.1 – Головний екран середовища WordPress

У візуальному редакторі Elementor треба створити сторінки, наповнити їх текстами та зображеннями, додати навігаційні елементи та форми вводу (рис. 9.2). Налаштувати, як сайт буде виглядати для мобільної версії (рис. 9.3).

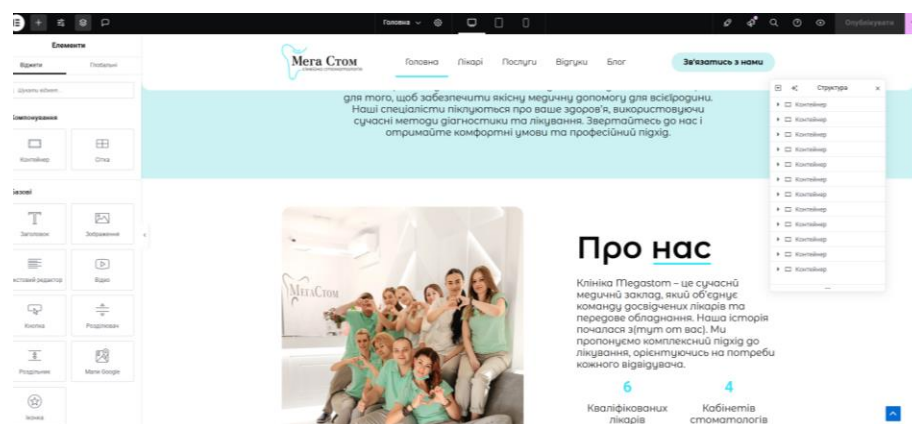


Рисунок 9.2 – Робоче середовище редактора Elementor

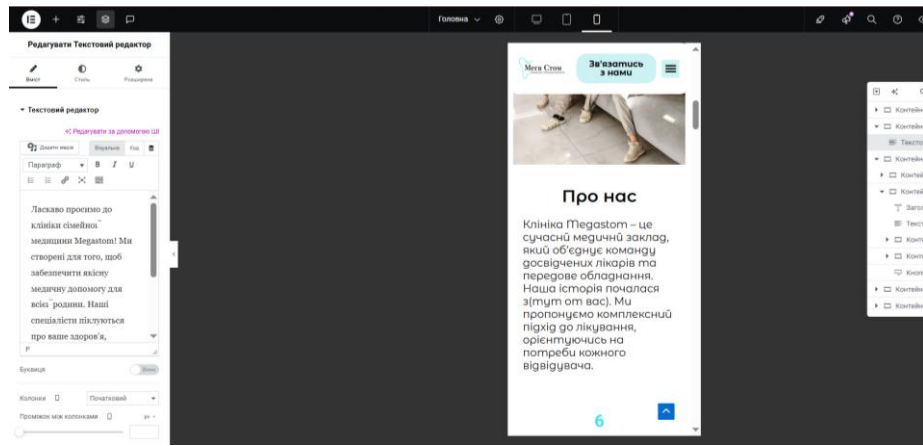


Рисунок 9.3 – Налаштування мобільної версії

Налаштування навігації відбувається за таким самим принципом (рис. 9.4).

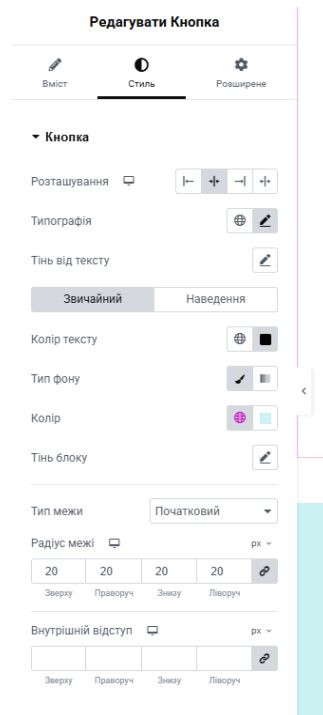


Рисунок 9.4 – Налаштування для кнопки

Макет вебсайту було перенесено до CMS WordPress за допомогою плагіну Elementor, також було налаштовано навігацію та стани кнопок, тощо.

10 ТЕСТУВАННЯ ТА ПУБЛІКАЦІЯ

Після завершення етапу розробки та наповнення вебсайту для стоматологічної клініки «Megastom» наступним важливим кроком стає забезпечення його функціонування та доступності для кінцевих користувачів [13].

Етап тестування передбачає ретельну перевірку всіх його функціональних елементів, ефективності навігації, коректності відображення на різних пристроях, а також відповідності вимогам до юзабіліті та доступності. Лише після виявлення та усунення всіх можливих недоліків, сайт буде визнано готовим до виходу у публічний простір.

Тестування даного вебсайту буде відбуватись за трьома показниками:

- тестування на адаптивність;
- тестування на коректну роботу навігації;
- тестування на відповідність до макету.

Тестування на адаптивність – це перевірка того, як сайт працює і виглядає на різних пристроях. Оскільки екрани бувають різної ширини (від маленьких смартфонів до великих моніторів), макет сайту має бути гнучким і змінюватися відповідно до розміру екрану. Сайт було розроблено для двох типів екрану: десктоп (рис.10.1) та мобільний (рис. 10.2).

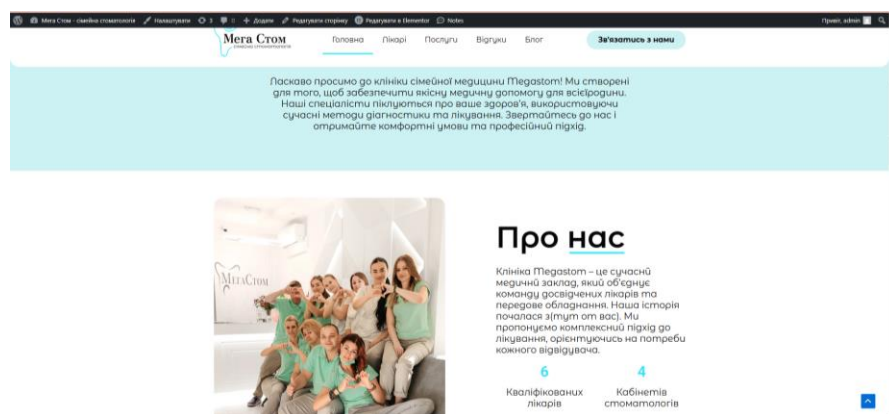


Рисунок 10.1 – Десктопна версія



Рисунок 10.2 – Мобільна версія

Тестування на коректну роботу навігації заключається в тому, щоб перевірити клікабельність кнопок та їх стани, правильні переходи між сторінками та зрозумілість кожного кроку. Тестування на відповідність до макету заключається у перевірці правильного переносу усіх елементів з середовища Figma до Elementor.

Отже, під час тестування не було виявлено помилок, усі елементи працюють так, як повинні, навігація легка та зрозуміла. Тестування на адаптивність також пройшло успішно. Наявні невеликі відмінності між макетом та версткою, але це не є критично та обумовлюється обмеженнями безкоштовної версії Elementor.

11 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

Сучасний розвиток інформаційних технологій відкриває нові можливості для оптимізації бізнес-процесів та підвищення конкурентоспроможності підприємств у різних сферах. Стоматологічна клініка, як і будь-який інший суб'єкт ринку медичних послуг, потребує ефективних інструментів для залучення пацієнтів, покращення комунікації та управління своєю діяльністю. У цьому контексті розробка сучасного сайту стає не просто бажаною, а необхідною умовою для успішного функціонування та розвитку. Економічна частина кваліфікаційної роботи присвячена обґрунтуванню економічної доцільності створення WEB-видання для стоматологічної клініки «Megastom». Вона включає аналіз витрат на розробку та впровадження проєкту, оцінку потенційних економічних вигод. Розглянуті в цьому розділі економічні аспекти дозволять комплексно оцінити ефективність запропонованого рішення та підтвердити його значущість для подальшого успішного функціонування та розвитку стоматологічної клініки «Megastom» в умовах сучасної ринкової економіки.

Розробка сайту клініки «Megastom» буде ефективною та економічно вигідною. Завдяки простій структурі, невеликій кількості сторінок і відсутності складних елементів, його запуск буде швидким та достатньо легким. Також не буде потреби у спеціальному програмному забезпеченні чи постійному навчанні персоналу. Оскільки вміст сайту буде стабільним, не потрібно буде витрачати ресурси на його постійне оновлення.

11.1 Конкурентне середовище

Серед конкурентів, сайт «Megastom» має такі переваги:

– сайт створюється за допомогою конструктора, що робить його простим у публікації та підтримці, а також зменшує потребу у відповідних складних інструментах;

- сайт має легку та зрозумілу структуру, користувачу буде легко знаходити потрібну інформацію;

- дизайн сайту виконаний у кольорах, які відповідають тематиці стоматології, створюючи у користувачів відчуття довіри та впевненості.

Для розробника дохід надходить від розробки, запуску та вдосконалення сайту. Витрати розробника – це кошти, вкладені в саму розробку, які покриваються власними грошима фірми. Замовнику сайт дозволяє економити завдяки автоматизації роботи, що значно заощаджує час. Витрати замовника включають одноразові платежі за запуск і впровадження, а також подальші витрати на аналіз та підтримку сайту.

11.2 Порядок проєктування вебсайту

Розробка інформаційного сайту включає в себе наступні етапи:

- формування технічного завдання, визначення цілей та основних вимог до сайту;

- розробка структури сайту, розміщення окремих блоків по місцях та визначення обсягу сайту;

- створення дизайну, додавання кольорів та розробка шрифтового рішення, наповнення контентом сторінок сайту;

- перенос макету на конструктор сайту;

- запуск та тестування сайту.

11.3 Розрахунок собівартості і ціни розробки вебсайту

У собівартість розробки вебсайту входять наступні статті витрат:

- основна заробітна плата;

- додаткова заробітна плата;

- єдиний соціальний внесок;

- інші витрати.

Розробку вебсайту проводять три фахівці: менеджер проєкту, дизайнер-верстальник, контент-менеджер. Заробітна плата менеджеру проєкту становить 90 грн/год, дизайнера-верстальника – 90 грн/год, контент-менеджера – 60 грн/год, тривалість робочого дня складає 8 годин. Сайт розроблявся 14 днів.

Розрахунок основної заробітної плати наведено у таблиці 11.1.

Таблиця 11.1– Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
		кількість, ос.	посада			
1. Початковий	Формулювання вимог до веб-сайту	1	менеджер проєкту	90,00	1	720,00
2. Розробка структури та графічної частини	Розробка структури	1	дизайнер-верстальник	90,00	2	1440,00
	Розробка графічного матеріалу	1	дизайнер-верстальник	90,00	2	1440,00
3. Розробка компонентів та наповнення контентом	Розробка кожного компонента	1	дизайнер-верстальник	90,00	3	2160,00
	Наповнення контентом	1	контент-менеджер	60,00	2	960,00
4. Основний етап	Перенос макету до конструктора сайтів	1	дизайнер-верстальник	90,00	2	1440,00
	Тестування сайту	2	дизайнер-верстальник	90,00	0,5	360,00
			менеджер проєкту	90,00	0,5	360,00
5. Заключний етап	Виправлення недоліків та запуск сайту	1	дизайнер-верстальник	90,00	1	720,00
Разом					14	9600,00
Додаткова заробітна плата (20 %)						1920,00
Усього						11520,00

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством; премії, пов'язані з виконанням

виробничих завдань і функцій. У даному випадку додаткова заробітна плата становить 20 % від основної:

$$9600,00 * 0,2 = 1920,00 \text{ грн.}$$

Ставка єдиного соціального внеску становить 22 % від величини основної і додаткової заробітної плати:

$$(9600,00 + 1920,00) * 0,22 = 2534,40 \text{ грн.}$$

Окрім основних витрат, необхідно врахувати також обслуговування комп'ютерів та оплату електроенергії. Розрахунок витрат на електроенергію базується на потужності використовуваних пристроїв та поточному тарифі. При розробці веб-сайту задіяно 3 ноутбуки, кожен з яких має потужність 0,07 кВт/год. Тариф за електроенергію становить 4,32 грн за кВт/год. Час, протягом якого ці пристрої будуть споживати електроенергію в процесі розробки, буде використаний для точного підрахунку:

$$14 * 8 = 112 \text{ год.}$$

Плата за електроенергію складе:

$$0,07 * 4,32 * 112 * 3 = 101,61 \text{ грн.}$$

Щоб визначити витрати на обслуговування техніки, ми беремо до уваги її початкову вартість та передбачуваний термін експлуатації, який зазвичай становить до трьох років. Тож, знаючи, що ціна одного комп'ютера становить 24 000,00 грн, і враховуючи 254 робочі дні використання техніки на рік, ми тепер розрахуємо загальну суму, яку потрібно буде витратити на її обслуговування за весь період проєкту.

$$(72\,000,00 / (3 * 8 * 254)) * 112 = 1\,322,83 \text{ грн.}$$

Проект впроваджується для однієї компанії, тому собівартість розробки відповідно становить:

$$(11520,00 + 2534,40 + 101,61 + 1\,322,83) / 1 = 15\,478,84 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму прибутку від реалізації розробки (виходячи з рівня рентабельності 30 %):

$$15\,478,84 * 0,3 = 4\,643,54 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну розробки сайту без податку на додану вартість (ПДВ):

$$15\,478,84 + 4\,643,65 = 20\,122,49 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму ПДВ, що дорівнює 20 % від ціни без ПДВ:

$$20\,122,49 * 0,2 = 4\,024,50 \text{ грн.}$$

З урахуванням проведених розрахунків ціна розробки сайту з ПДВ:

$$20\,122,49 + 4\,024,50 = 24\,146,99 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 11.2.

Таким чином, повна вартість розробки сайту складе 24146,99 грн. Термін виконання усіх етапів розробки становить 14 днів для команди, до якої входять менеджер проєкту, дизайнер-верстальник та контент-менеджер. Очікувана сума прибутку складе 4643,65 грн, що свідчить про доцільність впровадження запропонованого сайту на підприємстві.

Таблиця 11.2 – Розрахунок витрат на розробку та ціни веб-сайту

№ з/п	Стаття витрат	Сума, грн
1	Основна заробітна плата	9600,00
2	Додаткова заробітна плата	1920,00
3	Єдиний соціальний внесок	2534,40
4	Витрати на обслуговування техніки	1322,83
5	Витрати на електроенергію	101,61
6	Собівартість розробки сайту	15478,84
7	Прибуток	4643,65
8	Ціна без ПДВ	20122,49
9	Податок на додану вартість (ПДВ)	4024,50
10	Ціна з урахуванням ПДВ	24146,99

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота була присвячена розробці WEB-видання для стоматологічної клініки «Megastom».

В ході її виконання було поставлено та успішно вирішено низку важливих завдань, що дозволило досягти визначеної мети.

На першому етапі було проведено детальний аналіз конкурентів, визначено цільову аудиторію, технічні вимоги та обмеження.

У наступному етапі було проведено аналіз та обґрунтовано вибір програмного забезпечення, створено макет майбутнього вебсайту, спираючись на правила UI/UX, розуміння модульної сітки та правил створення графічного дизайну. Було здійснено безпосередню розробку WEB-видання з використанням WordPress та візуального конструктора Elementor. У результаті проведеної роботи було розроблено сучасний, зручний та візуально привабливий веб-сайт для стоматологічної клініки «Megastom». Особливу увагу приділено дизайну та колірному рішенню, що підсилює довіру та викликає позитивні емоції у користувачів. Було приділено увагу також створенню інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу, що відповідає сучасним вимогам до юзабіліті, адаптивного дизайну та естетичного вигляду, який викликає довіру у користувачів.

Результатом стало створення функціонального та візуально привабливого веб-сайту для клініки «Megastom».

Матеріали роботи було апробовано на школі-семінарі міжнародної конференції «Поліграфічні, мультимедійні та web-технології» (м. Харків, 2025).

Проект успішно пройшов етапи тестування. Фінальним кроком стала публікація сайту, що робить його доступним для широкої аудиторії.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Ільєнкова, А. Стан і перспективи розвитку електронних періодичних видань України // Молода наука-2011. 2011. Т. 5. С. 261-264.
2. Молчанов В.П. Основи проектування WEB-видань : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 159 с.
3. Design, prototype, and share with adobe xd // URL: <https://helpx.adobe.com/ua/xd/help/adobe-xd-overview.html> (дата звернення: 20.05.2025).
4. 7 ui/ux трендів у 2024 році для створення клієнтоорієнтованого сайту. URL: <https://turumburum.ua/blog/7-ux-ui-trendiv-u-2024-roci-dlya-stvorennya-kliientoorientovanogo-saytu> (дата звернення: 20.05.2025).
5. Designers, welcome home. URL: <https://www.sketch.com/#about> (дата звернення: 21.05.2025).
6. Laws of ux // URL: <https://lawsofux.com/> (дата звернення: 21.05.2025).
7. Figma: що це таке, для чого і кому потрібна. URL: <https://goit.global/ua/articles/figma-shcho-tse-take-dlia-choho-i-komu-potribna/> (дата звернення: 28.05.2025).
8. Модульні сітки в ui дизайні: що таке модульна сітка? URL: <https://designtalk.club/modulni-sitky-v-ui-shho-take-modulna-sitka/> (дата звернення: 29.05.2025)
9. Норман Д. Дизайн звичних речей. Київ: Наш Формат, 2017. 304 с.
10. Лазар Дж. Web Usability: A User-Centered Design Approach. Boston: Addison-Wesley, 2001. 416 с.
11. Unlock the full range of pro features // Elementor. URL: <https://elementor.com/pro/> (дата звернення: 28.04.2025).
12. Білець Д.Ю., Дудник А.Е. Колірне рішення для сайту стоматологічної клініки «MEGASTOM» // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2025. Т. 2. С. 251-252.

13. Менделєва М.В., Дейнеко Ж.В. Методика тестування інтерфейсів сайтів на основі функціонального та юзабіліті тестування // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2024. Т. 1. С. 187-189.

14. Бізюк А.В., Пономарьова О.В. Аналіз функціональних можливостей елементів дизайну для мобільного застосунку // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2024. Т. 1. С. 207-208.

15. Глюза М., Вовк О. Основи UX-research // Інформаційні технології в сучасному світі: дослідження молодих вчених. 2024. С. 112.

16. Kulishova N., Bilets D. Color in multimedia editions // Інформаційні технології в сучасному світі: дослідження молодих вчених. 2023. С. 90.

17. Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для студентів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа» / В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбійко. Харків: ХНУРЕ, 2020. 68 с.