

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет _____ Комп'ютерних наук _____
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)
« 20 » травня 2024 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові _____ *Аргуновій Діані Олександрівні* _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____ *Розробка дизайну сайту для підприємства «TwoFrogs»* _____

Затверджена наказом по університету від _____ 20 травня 2024р. № 458 Ст _____

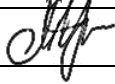
2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії _____ 09 червня 2024 р. _____

3. Вихідні дані до роботи
Вид WEB-видання – TwoFrogs; призначення WEB-видання – зміцнення бренду, залучення нових клієнтів і спрощення комунікації; середовище розробки WEB-видання – Figma; середовище розповсюдження – Інтернет. _____

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі
Вступ; Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; Аналітичний огляд досягнень у виробництві та застосуванні сайтів; Послідовність виготовлення дизайну сайтів; Інструментальні засоби розробки; Проектування інформаційної структури та навігації; Прототип сайту; Розробка графічного дизайну; Наповнення контентом сторінок сайту; Економічна частина. 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 та актуальність роботи; Задачі кваліфікаційної роботи; Аналіз компанії; Цільова аудиторія; Аналіз аналогів; Послідовність виготовлення дизайну сайту «TwoFrogs»; Інструментальні засоби розробки; Проектування інформаційної структури та навігації; Модульна сітка; Розробка прототипу; Інтерактивні елементи; Фірмовий стиль сайту; Колірна гама; Шрифтове оформлення; Економічна частина; Готовий дизайн сторінок сайту; Висновки.


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	доц. Табакова І.С.		06.06.2024
Економічна частина	ас. Помогалова Н.В.		23.05.2024

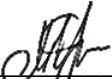
КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу, визначення цілей і задач проектування	02.05.2024	вик
2	Аналітичний огляд досягнень у виробництві та застосуванні сайтів	05.05.2024	вик
3	Послідовність виготовлення дизайну сайтів	08.05.2024	вик
4	Інструментальні засоби розробки	15.05.2024	вик
5	Проектування інформаційної структури та навігації	19.05.2024	вик
6	Прототип сайту	23.05.2024	вик
7	Розробка графічного дизайну	28.05.2024	вик
9	Наповнення контентом сторінок сайту	04.06.2024	вик
10	Економічна частина	22.05.2024	вик

Дата видачі завдання 06 травня 2024 р.

Студент 
(підпис)

Аргунова Д.О.

Керівник роботи 
(підпис)

доц. Табакова І.С.
(посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи містить 45 с., 4 табл., 27 рис., 2 дод., 19 джерел.

ДИЗАЙН, САЙТ, FIGMA МОДУЛЬНА СІТКА, ІНТЕРНЕТ ВИДАННЯ.

Мета кваліфікаційної роботи – розробка дизайну сайту для підприємства «TwoFrogs», який приверне увагу нових клієнтів та дасть можливість користувачу легко взаємодіяти з підприємством, дізнаватись актуальну інформацію про компанію.

Під час виконання роботи було проведено аналіз компанії, аналогів, цільової аудиторії, побудовано логічну структуру сайту, обрано програмне забезпечення, колірну гаму, шрифти та модульну сітку.

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є дизайн інформативного сайту.

ABSTRACT

The explanatory note of the qualification work contains 45 p., 4 tabl., 27 fig., 2 app., 19 sources.

DESIGN, WEBSITE, FIGMA MODULAR GRID, INTERNET EDITION.

The purpose of the qualification work is to develop a website design for the "TwoFrogs" enterprise, which will attract the attention of new customers and give the user the opportunity to easily interact with the enterprise, to learn current information about the company.

During the execution of the work, an analysis of the company, analogues, target audience was carried out, the logical structure of the site was built, the software, color scheme, fonts and modular grid were selected.

The result of the qualification work is the design of an informative website

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	7
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ, ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ І ЗАДАЧ ПРОЕКТУВАННЯ.....	8
1.1 Аналіз компанії.....	8
1.2 Цільова аудиторія сайту.....	10
1.3 Аналіз аналогів	10
1.4 Технічні обмеження	13
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ САЙТІВ	14
3 ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИГОТОВЛЕННЯ ДИЗАЙНУ САЙТІВ	16
4 ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ ЗАСОБИ РОЗРОБКИ.....	18
4.1 Текстовий редактор Microsoft Word.....	18
4.2 Платформа Figma	18
4.3 Растровий та векторний редактори	19
4.4 Сервіс Google Drive.....	19
5 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА НАВІГАЦІЇ.....	21
6 ПРОТОТИП САЙТУ	23
6.1 Модульна сітка	27
7 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	28
7.1 Розробка колірної рішення.....	30
7.2 Створення шрифтового оформлення	32
8 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ СТОРІНОК САЙТУ.....	33
9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА.....	37
ВИСНОВКИ	43
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	44
ДОДАТОК А Аналоги видання на обрану тему.....	46
ДОДАТОК Б Кінцевий результат бакалаврської роботи.....	53

ВСТУП

У сучасному світі підприємства для припливу клієнтів та розповсюдження свого бренду все частіше потребують якісного Web-сайту. Дизайн відіграє найголовнішу роль у даній ситуації, це перше що привертає увагу користувача. Правильно розроблений дизайн може зацікавити та заохотити користувача більше часу провести на даному сайті й отримати необхідну послугу.

Вибір теми «Розробка дизайну сайту для підприємства TwoFrogs», обґрунтовується тим, що завдяки грамотно розробленому дизайну сайту користувачі швидко отримують актуальну інформацію про підприємство та мають змогу замовити необхідну послугу.

Актуальність даної роботи полягає в тому що зараз багато людей мають дома принтери та офісну техніку, яка потребує обслуговування, тому сайт надасть можливість дізнатися більш детальну інформацію про роботу підприємства та викликати майстра у пару кліків.

Сайт складатиметься з головної сторінки у вигляді лендінгу та окремими сторінками з новою послугою та запчастинами картриджів. Головна сторінка ознайомлює з тематикою сайту, в горі головної сторінки міститься навігація, послуги які надає підприємство, розташування, графік роботи, переваги, а також сторінки мають зворотний зв'язок з користувачем.

Для розробки дизайну сайту використовувалися такі інструментальні засоби: Microsoft Word, Figma, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Google Drive.

В результаті планується отримати дизайн інформативного видання з сучасним зрозумілим дизайном та зручною навігацією.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ, ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ І ЗАДАЧ ПРОЕКТУВАННЯ

Мета цієї роботи: створення зручного та зрозумілого дизайну сайту, для підприємства «TwoFrogs», який дасть можливість користувачу легко взаємодіяти з підприємством, дізнаватись актуальну інформацію, легко замовляти послуги та відчувати тільки теплі емоції знаходячись на даному сайту

Основна задача сайту – зміцнення бренду, залучення нових клієнтів і спрощення комунікації.

Для поставленої мети необхідно виконати наступні завдання [1]:

- проаналізувати компанію;
- визначити цільову аудиторію сайту;
- провести аналіз аналогів;
- розробити прототип видання;
- вибрати інструментальні засоби;
- спроектувати інформаційну структуру та навігацію;
- створити графічний дизайн;
- розробити колірне рішення;
- зробити вибір відповідних гарнітур;
- створити модульну сітку;
- наповнити контентом сторінки;
- зробити економічне обґрунтування роботи.

1.1 Аналіз компанії

Аналіз компанії проводиться, щоб зробити дизайн, який би ідеально підійшов саме цьому підприємству і був максимально ефективний.

Щоб зрозуміти чим займається підприємство та їх вподобання ми повинні задати відповідні запитання власнику. Перелік питань які були поставлені власнику під час розмови наведений у табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Аналіз компанії «TwoFrogs»

Питання про роботу компанії	
Чим займається ваше підприємство?	Ремонт офісної техніки, заправка картриджів, ремонт принтерів.
Хто ваші клієнти?	Фізичні особи, та компанії.
Де мешкають ваші клієнти та як далеко працює ваш кур'єр	Клієнти звертаються з міста харкова, рідко з області. у Кур'єр або майстер виїжджає на виклик по місту та області Харкова, далі ми не працюємо.
Як відбувається зв'язок з клієнтом?	Частіше клієнти дзвонять на робочий номер телефона нашої компанії або пишуть в соціальних мережах.
В яких ситуаціях до вас звертаються клієнти?	В ситуаціях, коли у них перестав друкувати принтер, або він не коректно працює.
В якому ціновому сегменті знаходяться ваші послуги?	Низько-ціновий та середньо-ціновий сегмент.
Як проходить процес отримання замовлення та надання послуги?	Клієнт дзвонить, консультиємо його, приблизно дізнаємось про проблему або майстер виїжджає на цей запит, привозить зламану техніку, або її забирає наш кур'єр, після того, як була виявлена проблема, домовляємось про ціну, ремонтуємо та відремонтована техніка повертається до власника.
Які переваги має ваша компанія?	В нас можна розрахуватись як готівкою, так і банківською картою, дуже швидка заправка та ремонт картриджів, в нас тільки якісні матеріали, якими ми ремонтуємо техніку клієнту.
Чи мала ваша компанія сайт раніше?	Ні, в нашої компанії не було сайту.
Чи є у вас вподобання на рахунок колірної гама сайту?	Мені б хотілося, щоб залишився фірмовий колір, який є на логотипі нашої компанії. Все інше на ваш розсуд.
Можливо у вас є ідеї які ви хотіли б втілити у дизайні?	Було б непогано якщо ви зробите щось цікаве та якое обіграє жаб з логотипа.
Чи є у вас щось чим можна привернути клієнта, наприклад нова послуга?	Так, нещодавно ми запустили послугу виїзду майстра до клієнтів, це економить час у виявленні та вирішенні проблеми.

Після проведення аналізу ми зможемо доцільно сформувавши інформацію, яку ми отримали від підприємства. та подати її у вигідній формі. А також в нас з'явилися критерії від чого ми зможемо відштовхнутись, при розробці дизайну.

1.2 Цільова аудиторія сайту

Для розробки дизайну електронного видання було складено психологічний портрет споживача. Визначення психологічного портрета проводиться за таких ознак: стать, вік, особливості характеру, спосіб життя, рівень доходу.

Аудиторія сайту «TwoFrogs», це дорослі люди чоловіки та жінки від 25 до 45 років, середнього достатку які мають дома офісну техніку, принтер, картриджі, або пов'язані з друком.

Живуть в межах міста Харків та харківської області.

Також до цільової аудиторії сайту входять компанії які працюють з паперами, документами, які друкуються на принтерах, наприклад: бухгалтерії, лікарні, навчальні заклади.

Користувачі які відвідали сайт підприємства повинні мати інформацію про нього, та отримати консультацію професіонала або одразу записатись на прийом, після чого отримати якісну роботу.

1.3 Аналіз аналогів

Перед роботою над дизайном проєкту обов'язково проводиться аналіз аналогів. Аналіз проводиться з точки зору загальної концепції, колірної гами, гарнітур, поєднання елементів сайту. Це допомагає уникнути помилок при створенні власного дизайну, на разі сильні сторони аналогів допоможуть зрозуміти необхідність та привабливість елементів дизайну.

1. Сервісний центр в Харкові. Web-сайт «Forgo» [2] (Додаток А, рис. А.1).

Сильні сторони: шрифт підібран без засічок, добре читається. Добре розроблені інформативні блоки, зображення лаконічно доповнюють зміст тексту. На головній сторінці є кнопка з закликком до дії. Сайт має багато інтерактиву та хороший зв'язок з клієнтом. Є відгуки клієнтів та месенджер для запитань.

Слабкі сторони: кольори сайту не дуже поєднуються між собою, забагато акцентних плям різного кольору (зелений, червоний, жовтий, синій), що відволікає око. Деякі речення російською мовою, хоча весь сайт українською.

2. Web-сайт СЦ «Тех-as» [3] (Додаток А, рис. А.2).

Сильні сторони: простий дизайн, нічого зайвого, для людей старшого віку такий сайт буде зрозумілим.

Слабкі сторони: застарілий дизайн, кольори не поєднуються між собою. Різні накреслення та розмір тексту, якого багато та він не розділений по блоках, через це важко сприймати інформацію.

3. Заправка та відновлення картриджів у Харкові. Web-сайт «Тонерок» [4] (Додаток А, рис. А.3).

Сильні сторони: дизайн простий і зрозумілий, немає ніяких яскравих кольорів, зайвих елементів. Акцентний колір бірюзовий. Ілюстрація на головній сторінці підібрана лаконічно і не вибивається із загальної композиції. Також є форма яку користувач може заповнити. Новини й статті розбавляють сайт, там користувач може знайти відповідь на своє питання, або дізнатись нову інформацію.

Слабкі сторони: гарнітура скупчена через це не зручно читати текст.

4. Сервісний Центр. Web-сайт «Freshit» [5] (Додаток А, рис. А.4).

Сильні сторони: два акцентних кольори зелений та помаранчевий, які є контрастними, цікаво поєднуються та відповідають назві сайту. Наводячи на головне меню, воно розкривається, у кожного елемента списку є іконка яка доповнює зміст тексту. Додатковим меню «Наші послуги» зручно користуватись та вибрати ту послугу яку потрібно. Наводячи на полу прозорі іконки послуг, вони набувають насиченого кольору. Є відео на головній сторінці робити сервісу, що зацікавить та викличе довіру у користувача.

Слабкі сторони: інформація подана не кращим чином, різні кольори тексту, різна жирність, курсив, робить інформацію незрозумілою.

5. Сервісний Центр. Web-сайт «Spectrum» [6] (Додаток А, рис. А.5).

Сильні сторони: всі елементи сайту поєднані в одній блакитно-синій гамі. Контакти та графік роботи написані одразу на головній сторінці, сайт зроблений, щоб надати інформацію користувачу про сервісний центр, з цією задачею ввід добре справляється.

Слабкі сторони: дуже простий дизайн, на сторінках багато тексту та розділів, але в навігації, чи в меню, нема швидкого доступу до них.

6. Web-сайт «Iavis Service» [7] (Додаток А, рис. А.6).

Сильні сторони: колірна гамма сайту складається з сірого та акцентного жовтого, ці кольори добре підходять до теми сервісного центру з заправки та ремонту. Зображення на головній сторінці гортаються та представляють переваги саме цього сервісу. Зробити замовлення можна, вибравши техніку яку людина хоче діагностувати та обравши свою марку принтера, користувач зможе подивитись вартість послуги, що є дуже зручним. Є зворотний зв'язок.

Слабкі сторони: Зображення не підстроєні під модульну сітку та вибиваються з із загальної концепції.

7. Сервісний центр. Web-сайт «Tsi» [8] (Додаток А, рис. А.7).

Сильні сторони: кнопка пошуку на сайті, економить час на пошук необхідної послуги або інформації. Є зворотний зв'язок. Кнопка дзвінку анімована та привертає на себе увагу. У клієнтів є змога створити власний кабінет на цьому сайті. У підвалі сайту представлені відгуки та рейтинг Google.

Слабкі сторони: контрастні кольори у цьому випадку не доповнюють один одного, а навпаки, червоний занадто сильно привертає до себе увагу, через що не можна сконцентруватися на основному тексті. Іконки послуг різних кольорів, та не поєднуються між собою. Різні гарнітури та багато варіантів розміру тексту.

1.4 Технічні обмеження

Після визначення психологічного портрета користувача ми можемо визначити технічні обмеження, це необхідно для того, щоб сайт був оптимізованим, продуктивним та швидко відображав сторінки.

Обмежувати швидкість завантаження сторінок може пропускну здатність мережі й пристрою користувача, тому цей сайт не має тяжких анімації або великої кількості завантажуваних сторінок, через це сайт буде завантажуватись швидко, навіть з поганою мережею.

У даному виданні вибір розміру електронної сторінки пов'язан з оптимальним розміром екрана монітора, а саме 1440×900px, а також для мобільної версії 320×784px бо видання є адаптивним.

Дизайн сайту що розробляється є не вимогливими до ресурсів і може добре завантажуватись на різних носіях

Зображення які будуть використовуватись представлені у форматі PNG, такий формат забезпечує перенесення зображень без втрати якості, а також підтримує прозорий фон, EPS формат буде використовуватись у відображенні та використанні логотипа підприємства, це формат векторних зображень.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ САЙТІВ

Сайти стали невід'ємною частиною успішного ведення малого бізнесу. Вони надають підприємствам потужну платформу для охоплення цільової аудиторії, просування товарів і послуг, а також встановлення довіри та авторитету. Веб-сайти для підприємств дуже важливі, бо конкуренція між ними дуже велика не тільки у реальному житті, але й у медіапросторі. Через це підприємства потребують якісний дизайн сайту який міг би їм допомогти зібрати якомога більше клієнтів.

Останніми роками у виробництві та застосуванні сайтів у малих бізнесах було досягнуто значних успіхів, які змінили спосіб взаємодії цих підприємств зі своїми клієнтами.

Раніше до 2014 року український медіапростір був під тотальним контролем. Цей контроль здійснювався через тиск на власників великих медіахолдингів або через їхні корупційні зв'язки з владою. Але зараз досягненням є те що той контроль зник, через це все більше підприємств намагаються зробити власні сайти, рекламуючи свої послуги та зарекомендувати себе на ринку [9].

Щоб виділитись з великого обсягу різних медіа, WEB-видання інтегрують більше мультимедійного контенту, такого як відео, аудіо та інфографіку, що підвищує залучення аудиторії. Вони також використовують інтерактивні функції, як коментарі, опитування та форуми, для стимулювання взаємодії з читачами.

Інтеграція соціальних медіа WEB-видання тісно інтегруються із соціальними мережами, що дозволяє їм ефективно охоплювати та взаємодіяти зі своєю аудиторією.

Досягнення у виробництві WEB-видань сьогодні включають в себе широкий спектр готових шаблонів і тем, спеціально розроблених для малих

бізнесів, дозволяє підприємцям легко створювати професійні та привабливі сайти без необхідності володіти технічними навичками.

Системи управління контентом, такі як WordPress і Wix, спрощують створення, редагування та управління веб-контентом, роблячи його доступним для малих бізнесів без технічного персоналу. Все більше розвивається електронна комерція, яка дозволяє малим бізнесам легко продавати товари та послуги безпосередньо зі своїх сайтів.

Тож на сьогодні WEB-видання забезпечують підприємствам платформу для надання клієнтам зручного доступу до інформації про продукти, послуги та контакти. Пошукова оптимізація (SEO) та маркетинг у соціальних мережах допомагають WEB-виданням підвищити свою видимість в Інтернеті та охопити ширшу аудиторію. А регулярні оновлення контенту та залучення аудиторії через блоги, статті та повідомлення в соціальних мережах допомагають малим бізнесам встановлювати довіру та авторитет серед цільової аудиторії.

Ефективні сайти можуть генерувати ліди та сприяти продажам, надаючи чіткі заклики до дії, захоплюючий контент та інтегруючи форми збору даних.

3 ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИГОТОВЛЕННЯ ДИЗАЙНУ САЙТІВ

Послідовність виготовлення дизайну сайту може включати наступні кроки:

- планування та визначення цілей і аудиторії. Встановлення мети сайту і визначення цільової аудиторії, для якої воно буде призначене;
- проведення дослідження конкуренції та аналогічних дизайнів сайтів. Визначення переваг та недоліків у колірній палітрі, типографіці та загальному стилі. Деякі елементи дизайну зі схожою темою сайту можна інтегрувати у ваш власний дизайн, адаптуючи їх відповідно до цілей розроблюваного сайту та бренду, але необхідно уникати плагіату та створювати унікальний і оригінальний дизайн;
- створення інформаційної архітектури. Розробка логічної, ефективної та масштабованої системи, що задовольняє вимоги замовника;
- обробка інформації яку представляє замовник.
- проектування чіткої структури навігації, яка полегшить користувачам пошук потрібної інформації;
- розробка прототипу майбутнього сайту для перевірки концепцій. Щоб подивитись в цілому на доцільність елементів та блоків;
- створення модульної сітки;
- розробка графічного дизайну, яка включає, вибір відповідної колірної палітри, шрифтового оформлення та загальний стиль;
- розробка макетів сторінок та наповнення їх контентом. Перетворення прототипу на високоякісні графічні макети.

Метою розробки є створення зручного та зрозумілого дизайну сайту, для підприємства «TwoFrogs», який дасть можливість користувачу легко взаємодіяти з підприємством, дізнаватись актуальну інформацію, легко замовляти послуги та відчувати тільки теплі емоції знаходячись на даному

сайту. Головною задумкою розробки дизайну сайту є зміцнення бренду, лідогенерація і спрощення комунікації.

Інформаційна архітектура проєкт – це структурований план, який визначає організацію та взаємозв'язок елементів та модулів системи. Основна мета архітектури полягає в розробці логічної, ефективної та масштабованої системи, що задовольняє вимоги проєкт та користувачів.

Інформаційна архітектура дизайну сайту включає такі елементи як:

- заголовки та підзаголовки, що будуть привертати увагу й описувати тему даного інформаційного блоку;
- огляд основних переваг підприємства;
- блок з послугами які надає підприємство, для ого, щоб користувач мав змогу ознайомитись з ними;
- важливі посилання на інформаційні розділи та ресурси про спеціальність;
- контактна інформація для зв'язку, та посилання на соціальні мережі;
- зворотний зв'язок, форма для заповнення та опису запитання чи проблеми.

4 ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ ЗАСОБИ РОЗРОБКИ

Перші етапи розробки сайту характеризується великою кількістю текстової інформації, яку більш зручно формувати в текстових редакторах. В роботі планується використовувати текстовий редактор Microsoft Word.

Для розробки прототипу та самого дизайну сайту планується використовувати онлайн-сервіс Figma,

За допомогою векторного редактора Illustrator, а також графічного редактора Photoshop планується створення логотипа та іншої графіки сайту.

Сервіс Google Drive використовувався для обміну із замовником великих файлів без втрати якості.

4.1 Текстовий редактор Microsoft Word.

Microsoft Word [10] – ПЗ для створення, перегляду, редагування та форматування текстових документів. Переваги редактора:

- зручна панель інструментів та безліч інструментів редагування;
- робота з таблицями, ефектами, діаграмами, вставка зображень, фігур;
- робота з блоками та великими масивами тексту;
- Word працює з більшістю існуючих форматів. Дозволяє зберігати у форматах таких, як doc, pdf;
- високий ступінь захисту персональних даних та самого документа.

4.2 Платформа Figma

Платформа Figma [11] – онлайн-сервіс розробки інтерфейсів та прототипування з можливістю організації спільної роботи в режимі реального часу. Перевагами данної платформи є:

- це безплатний продукт;

- зручна робота з компонентами – заздалегідь підготовленими елементами дизайну, такі як: кнопки, форми, текстові блоки;
- кілька дизайнерів можуть працювати над одним файлом одночасно в реальному часі;
- зручні інструменти для розробки прототипів або готового дизайну з інтерактивними елементами.

4.3 Растровий та векторний редактори

Adobe Photoshop [12] – багатофункціональний растровий графічний редактор, що розробляється та розповсюджується компанією Adobe Systems. Здебільшого працює з растровими зображеннями, проте має деякі векторні інструменти. Перевагами редактора є:

- зручний інтерфейс (легко налаштовується під себе) ;
- величезний набір професійних інструментів;
- сумісність із графічним планшетом.

Adobe Illustrator [13] – векторний редактор який використовується для створення веб-графіки, логотипів, постерів. Є можливість створювати та редагувати складні зображення. Перевагами данного редактора є:

- дозволяє створювати зображення на основі примітивних фігур;
- трасування растрових елементів, які можна перетворити у векторні фігури;
- багатий функціонал який включає: оригінальні пензлі, заливки, градієнти, регулювання прозорості та змішування кольорів.

4.4 Сервіс Google Drive

Google Drive [14] – хмарне сховище даних, яке дозволяє користувачам зберігати свої дані на серверах та ділитися ними з іншими користувачами в Інтернеті. Перевагами даного сервісу є:

- зручна організація файлів і пошук;
- є спільний доступ до файлів і папок, що значно економить час при роботі з замовником, є можливість спільної роботи над документами;
- інтеграція з іншими сервісами Google;
- захист даних користувача включає шифрування даних і аутентифікацію, що забезпечує високий рівень конфіденційності.

5 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА НАВІГАЦІЇ

Ціль проєкту забезпечити підприємству якомога більший приплив клієнтів за допомогою розташування графічних елементів, кнопок які закликають до дії, за допомогою яких користувач може замовити необхідну послугу або консультацію у пару кліків.

Завдання проєкту викликати у клієнтів позитивні емоції від знаходження на сайті та задоволення від сервісу.

Головне меню сайту буде мати фіксовану позицію, щоб відвідувач мав змогу перейти одразу до необхідної йому інформації, а саме:

- головна;
- заправка;
- виїзд майстра;
- послуги;
- відгуки;
- про нас;
- контакти.

Також меню міститиме логотип, посилання на соціальні мережі, щоб користувач не шукав їх по сайту, та мав змогу одразу написати в зручний для нього спосіб.

На головному екрані розміщуватиметься велике зображення з жабами які працюють над ремонтом принтера та заголовок. На головній сторінці є кнопка із закликом, вона виділена кольором для привернення та концентрації уваги глядача на ній. Біля кнопки є іконка запуску відео, щоб користувач міг ознайомитись з процесом роботи. на цій же сторінці користувач бачить незначну частину блоку з перевагами підприємства, це зроблено, щоб користувач зацікавився та прогорнув сайт нижче.

Таким чином він попадає на наступний розділ «Наші послуги», тут користувач має змогу перейти на сторінку «Заправка», обрати виробника та

модель картриджа в формі, розрахувати вартість послуги заправки з ремонтом відповідного картриджа або без. Якщо людину влаштовує ціна, вона може натиснути кнопку «Замовити послугу».

Натиснувши на «Виїзд майстра» у послугах з'являється екран завантажування із зображенням та перевагами, після, користувач попадає до екрана виїзду майстра, на якому знаходиться фонове зображення з жабами які їдуть на виклик, що гармонійно поєднується з темою сторінки. Також є кнопка «Замовити послугу», натиснувши яку, відкривається форма яку можна заповнити та відправити, слідом показується подяка за запит, та користувача повертає на сторінку з послугами.

Прогорнувши далі користувач може побачити мапу розташування підприємства, контакти та графік роботи.

Далі йде блок з майстрами, що викличе у користувача довіру, слідом йде блок зворотнього зв'язку, заповнивши форму користувач може замовити консультацію та чекати на дзвінок.

Останній блок це відгуки клієнтів, які звернулися за послугами до цієї компанії.

У футері сайту розташовані: логотип з назвою, посилання на швидкий перехід до необхідної сторінки, інформація і соціальні мережі.

Для випадків коли замовник видалить сторінку, або вона буде недоступна була розроблена сторінка «Error 404» на якій зображені жаби які їдять кабель від інтернету, що символізує розірване з'єднання з сайтом.

Відступи від інформаційних блоків друг від друга складає 104px, це зроблено для того, щоб коли користувач прогортав на наступну сторінку, у нього не було видно наступну або попередню.

6 ПРОТОТИП САЙТУ

Прототип сайту дозволяє побачити цілісне компонування елементів, як користувач зможе із ними взаємодіяти. Завдяки прототипу визначаються технології, необхідні для розробки сайту, дизайнер може створити фірмові кольори та відобразити їх на сайті та реалізувати всі ідеї [15].

Після розробки змісту та концепції видання було створено прототип сайту. До його складу входять: текстова частина, яка була надана замовником, розташування кнопок, головних елементів, зображень. Всі блоки розміщуються лаконічно та по змісту, друга сторінка сайту з новою послугою повторює розташування елементів головної сторінки, таким чином користувач без проблем буде орієнтуватись на другій сторінці, бо вже ознайомився з розташуванням інформації.

Обов'язковим етапом є узгодження прототипа з замовником, якщо потрібні зміни або редагування, в прототипі це можна зробити набагато легше ніж вже готовими макетами сторінок. Замовник затвердив прототип та розташування всіх елементів, тому можна приступати до наступного етапу розробки.

Прототип дизайну сайту для відображення на екрані монітора комп'ютера представлений на рис. 6.1, для екрана телефону на рис. 6.2. Також були зроблені переходи та зв'язки між сторінками рис 6.3.

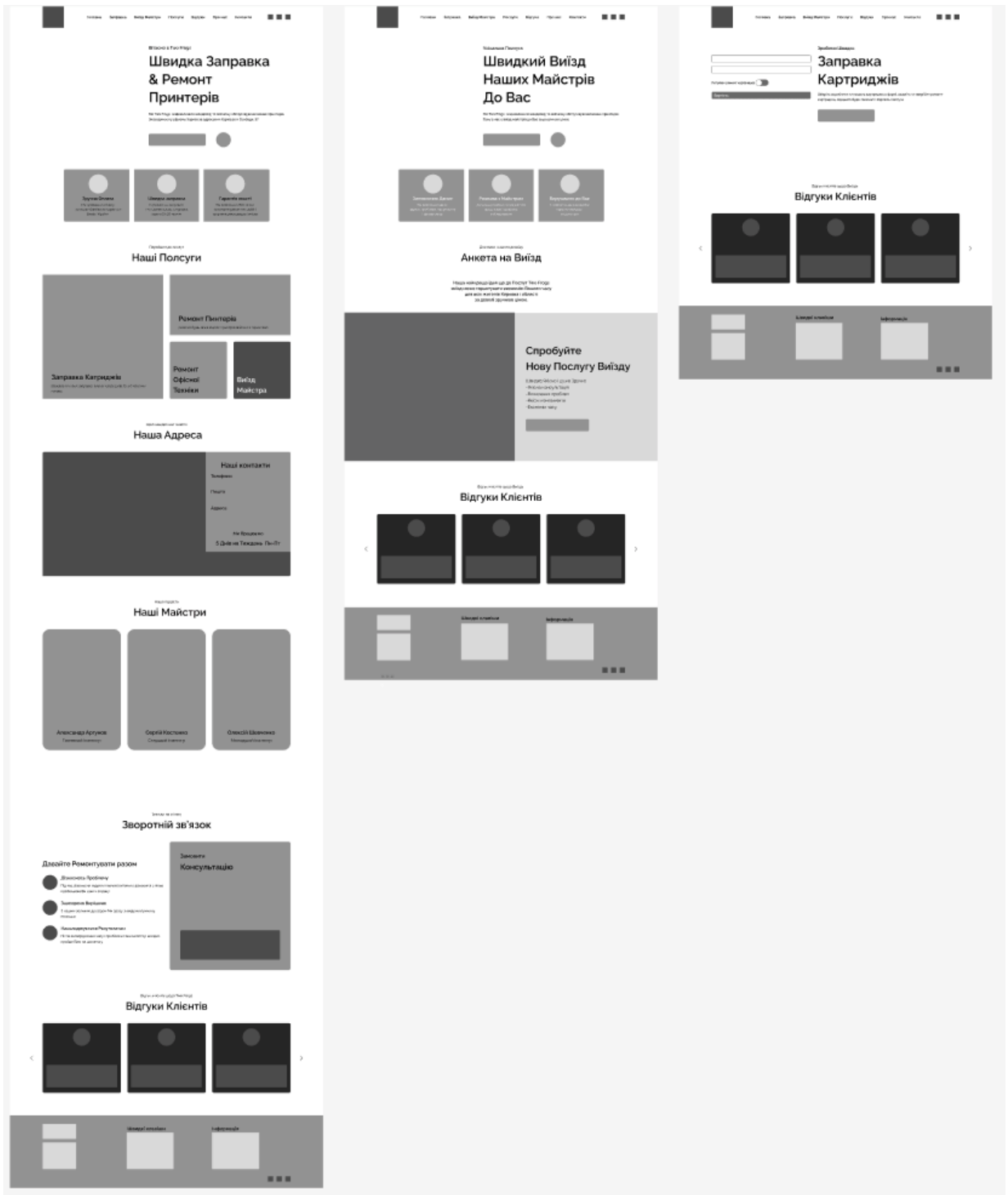


Рисунок 6.1 – Прототип сайту для комп'ютера

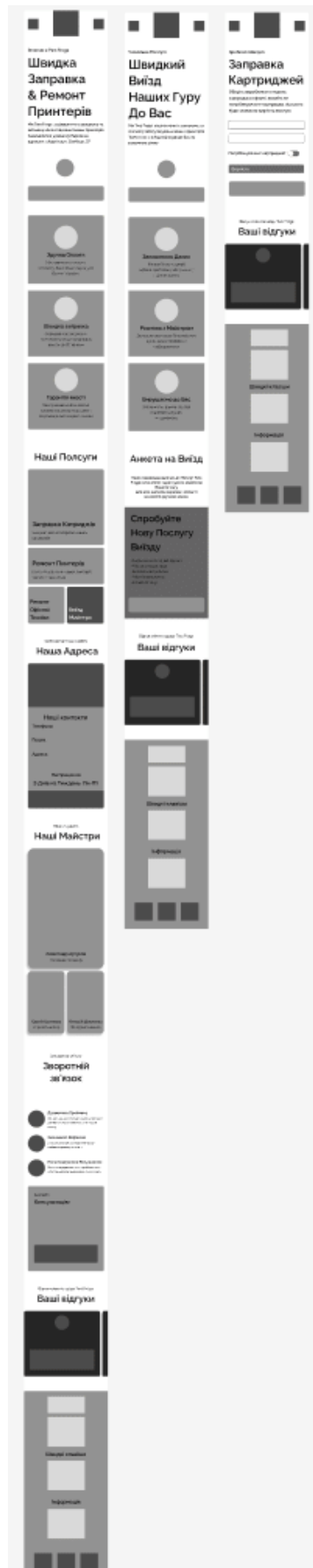


Рисунок 6.2 – Прототип сайту для телефону

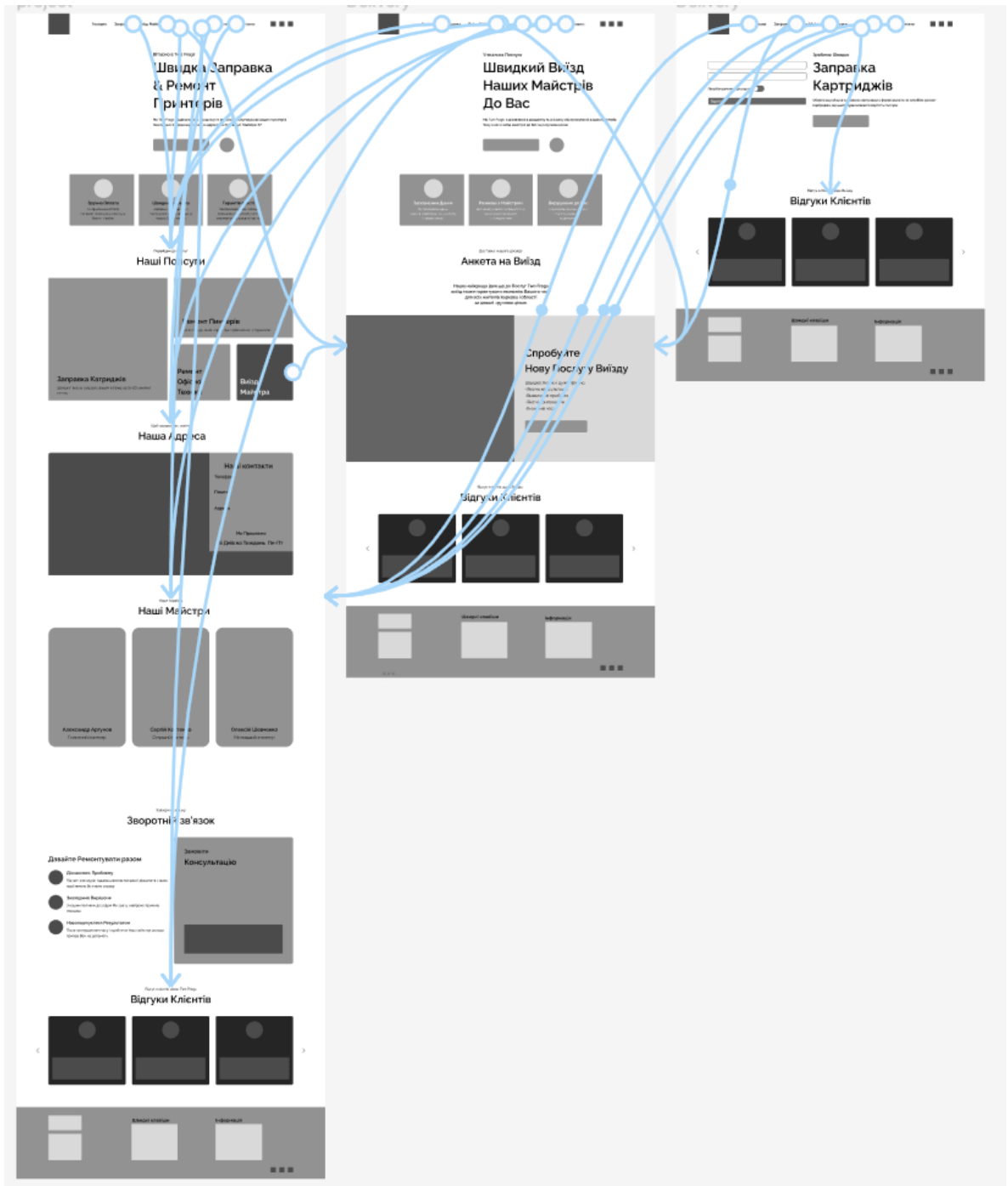


Рисунок 6.3 – Переходи та зв'язки між сторінками сайту

6.1 Модульна сітка

Модульна сітка це ознака професійності дизайнера, завдяки їй дизайн одного видання можна підлаштувати під різні екрани пристроїв, ще вона економить багато часу, елементи не вибиваються з сітки [16].

При реалізації дизайну сайту було обрано 12-ти колонну структуру модульної сітки, бо вона є універсальною та надає широкі можливості у розміщенні блоків та їх елементів. Також для мобільної версії було обрано 4-ох колонну структуру модульної сітки.

Завдяки аналізу інформації, яка буде утримуватися на сторінці електронного видання, було обрано розмір стовпця 68px завширшки, відстань від краю сторінки 150px, відстань між стовпцями 30px. Відповідно для мобільної версії видання, відстань від краю сторінки 15px, відстань між стовпцями 10px. Приклад обраної модульної сітки наведений на рис. 6.4.



Рисунок 6.4 – Модульна сітка

7 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Перед розміщенням графічних елементів на необхідні місця які ми продумали у прототипі слід зробити компоненти для кожного з цих елементів. Були зроблені всі компоненти тексту, іконок, кнопок. Це було зроблено для зручності та швидкості у розробці, бо ми можемо змінити параметри одного компонента та всі його копії на сторінках сайту автоматично замінюються, це збереже багато часу. [17].

Таким чином ми додали в текстові компоненти auto layout, та за допомогою цього ми можемо змінити відступи або розмір шрифту в усьому проєкті у пару кліків.

Також за допомогою компонентів ми зробили анімацію інтерактивних компонентів таких як викідне меню у мобільній версії сайту (рис. 7.1).

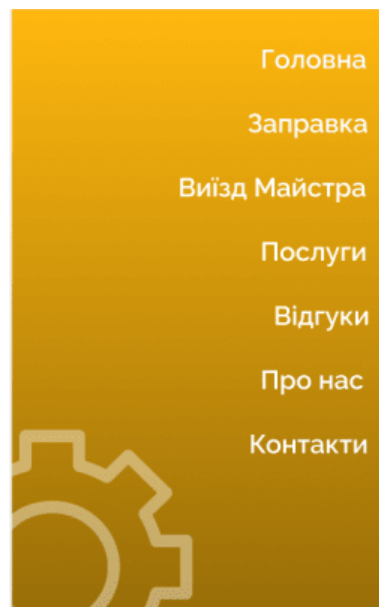


Рисунок 7.1 – Викідне меню

Інтерактив перемекачів допомагає замовнику краще зрозуміти кінцевий результат дизайну, оживити сайт та зробити його цікавим для користувачів. Деякі з інтерактивних елементів представлені на рис. 7.2.

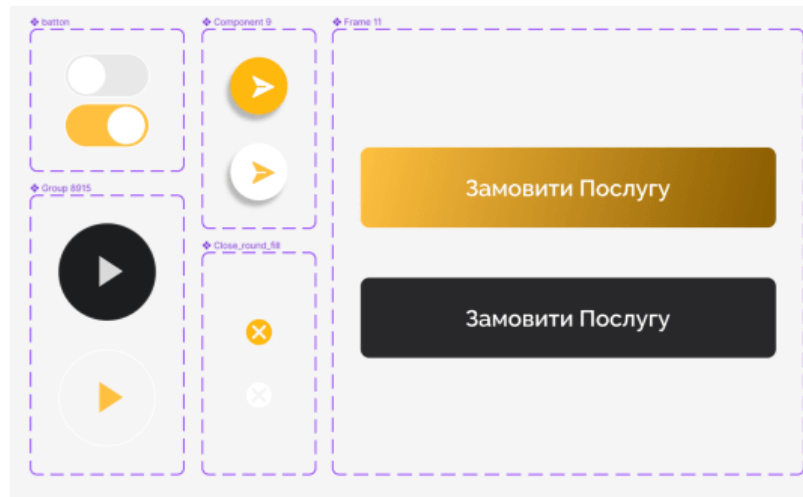


Рисунок 7.2 – Анімація перемекачів

Відмінною рисою та фішкою цього дизайну сайту є жовті жаби, які символізують підприємство TwoFrogs та знаходяться на логотипі який був створений за бажанням власника (рис. 7.3). Шрифт був обран у ігровій стилістиці, а саме гарнітура «Rog fonts».



Рисунок 7.3 – Створений логотип

Ілюстрації були створені за допомогою штучного інтелекту, та надалі відредаговані, також була проведена кольорокорекція та вирізання необхідних елементів

Всі ілюстрації жаб на фоні підібрані за темою сторінок сайту, для того, щоб доповнювати зміст, а також викликати у глядача позитивні емоції та забезпечити загальне враження та кращу впізнаваність бренду. Коли користувачі бачать ілюстрації, створені згідно з візуальною мовою бренду,

вони відразу асоціюють їх із компанією, тим самим виділяючи компанію серед багатьох інших на ринку [18].

Розроблений дизайн-макет сайту «TwoFrogs» та мобільна версія наведені у додатку В.

7.1 Розробка колірної рішення

Проаналізувавши аналогічні видання, психологічний портрет споживача, було сформовано загальний задум оформлення видання.

В межах кожної сторінки головна інформація виділена кольором, а саме відбірним жовтим #FFC040. Колірне рішення обґрунтовано тим, що користувачі переходячи на сайт повинні відчувати комфорт, та позитивні емоції, акцентний жовтий колір ідеально поєднується з темою майстерні, заправки та ремонтом офісних машин. А також жовтий є креативним кольором, і показує що саме такі люди роботають на даному підприємстві, які можуть гарантувати якість своєї роботи.

На задньому сірому фоні є сітка з більш світлим відтинком, вона додає сайту технічності та відповідає тематики сайту.

Фіолетово чорний є контрастним по кольору до жовтого, в логотипі ці два кольори гармонійно поєднуються. Такий чорний як і білий добре видні на сірому тлі тому було прийняте рішення використовувати для тексту саме ці кольори. Кольори які використовувались у розробці дизайну сайту наведені у табл. 7.1. Для заголовків було прийняте рішення зробити їх білим кольором який на темному фоні добре читається, та виділити головні слова акцентним жовтим кольором, котрі будуть одразу привертати увагу глядача (рис. 7.4).

Кольори які були обрані впливають на айдентику бренду, оскільки жовтий колір асоціюється з чимось позитивним та теплим, ідентичність буде полягати у закругленні усіх кутів у прямокутних елементах, це дасть можливість підсвідомо налаштувати клієнта на хороші емоції. Бо гострі кути асоціюються з агресією що не підходить тематики сайту.

Таблиця 7.1. – Використані кольори

Назва кольору	Код кольору	Вигляд кольору
Білий	#FFFFFF	
Відбірний Жовтий	#FFC040	
Темно-Жовтий	#BE9135	
Синьовато Сірий	#212123	
Фіолетово Чорний	#0E0007	



Рисунок 7.4 – Колірне рішення заголовків

Візуальні ефекти такі як тіні, градієнти зроблять дизайн більш цікавим для відвідувачів. Тіні не перевантажують та не забруднюють спільне бачення. На тлі деяких елементів є сяяння світлішим кольором, що виділяє даний блок (рис. 7.5).

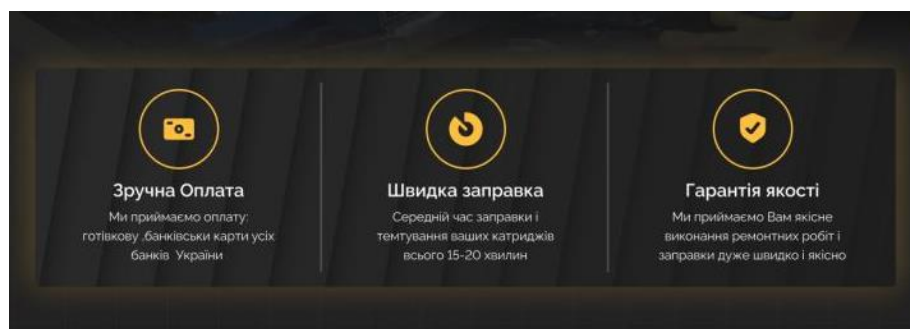


Рисунок 7.5 – Візуальні ефекти

Окрема увага приділялась переходам між сторінками та блоками сайту. Були зроблені анімації при наведенні на кнопки (рис. 7.6).

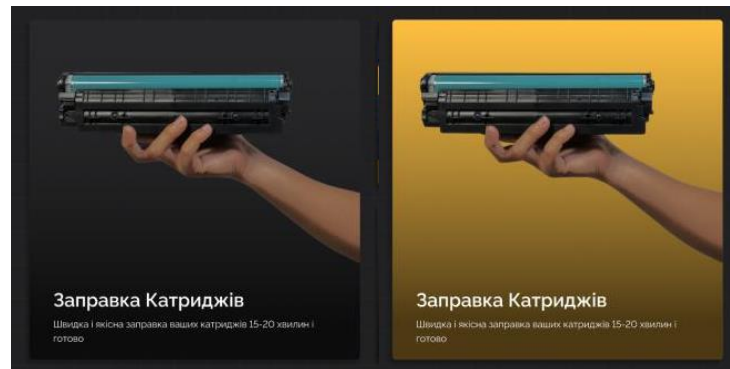


Рисунок 7.6 – Анімація при наведенні

7.2 Створення шрифтового оформлення

Шрифтове оформлення сайту обумовлено тим що текст повинен добре читатись користувачем та підходити під тематику сайту. Під ці критерії ідеально підходять гарнітури Montserrat (рис. 7.7), Raleway, IBM Plex, але для цього сайту ми використовували саме гарнітуру Raleway, яка була признана однією з самих гарних у 2024 році [19].

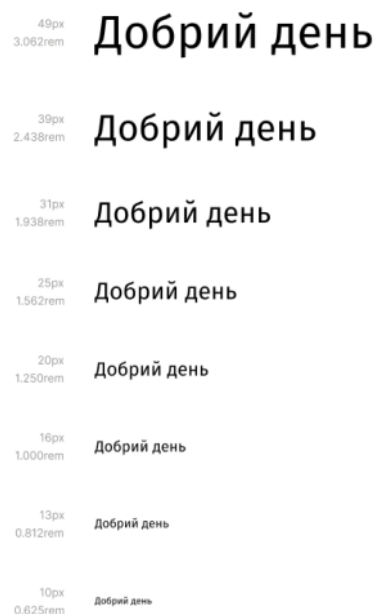


Рисунок 7.7 – Обрана гарнітура

8 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ СТОРІНОК САЙТУ

Заголовок знаходиться між підзаголовком та привітанням, що виділяє його на тлі іншого тексту. В заголовках прописано те за що відповідає дана сторінка (рис.8.1).

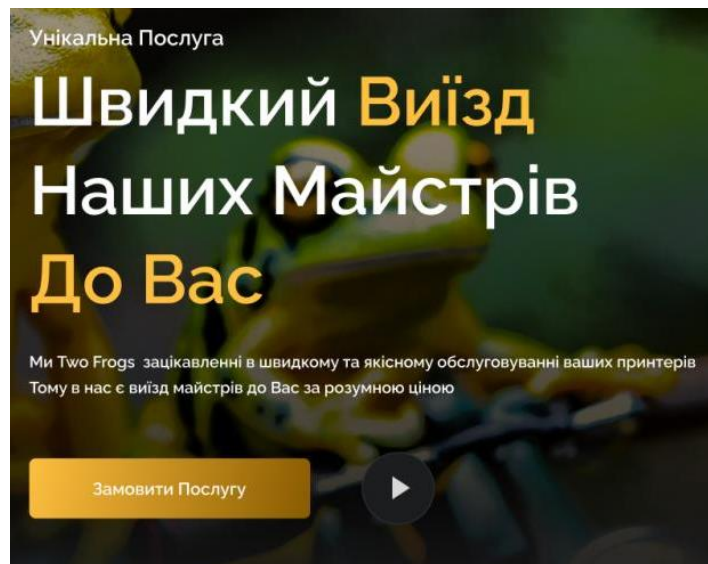


Рисунок 8.1 – Заголовок

Мапа в одному блоці з контактними телефонами та графіком роботи, таким чином, вся важлива інформація яка знадобиться клієнту він може знайти в цьому блоці (рис.8.2).

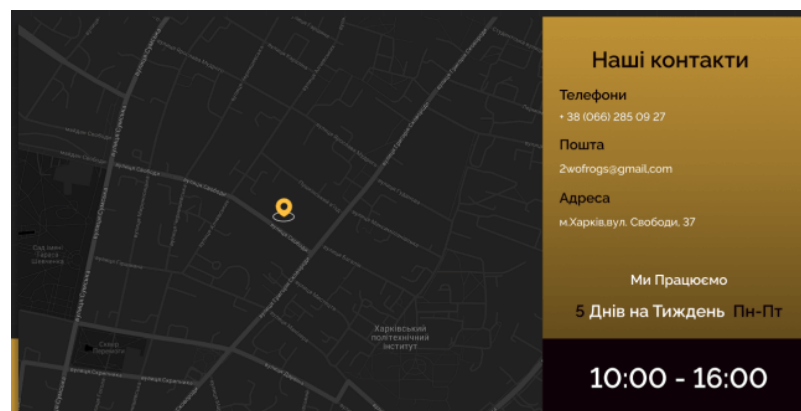


Рисунок 8.2 – Мапа

Блок зі зворотнім зв'язком оформлені у дизайні сайту та має кроки дій, щоб користувач одразу зміг зрозуміти алгоритм роботи з підприємством. Біля інструкції, розташована форма для замовлення консультації, де потенційний клієнт може вказати свої дані (рис.8.3). Після відправки даних, на екрані з'являється заставка з написом з подякою та проханням зачекати на дзвінок (рис. 8.4).

Завжди на зв'язку

Зворотній зв'язок

Як це працює

Давайте Ремонтувати разом

- Дізнаємось Проблема**
Під час зівону ми задамо ключові питання і дізнаємся з якою проблемою Ви маєте справу
- Знаходимо Вирішення**
З нашим великим досвідом Ми зразу знайдемо причину поломки
- Насолоджуєтесь Результатом**
Після затвердження часу і проблеми Наш майстер швидко прийде Вам на допомогу

Замовити Консультацію

Ваше Ім'я

Ваше Прізвище

Ваше Телефон

Ваша проблема

Категорія ремонту

Опис Проблеми

Додаткова інформація

Рисунок 8.3 – Зворотній зв'язок

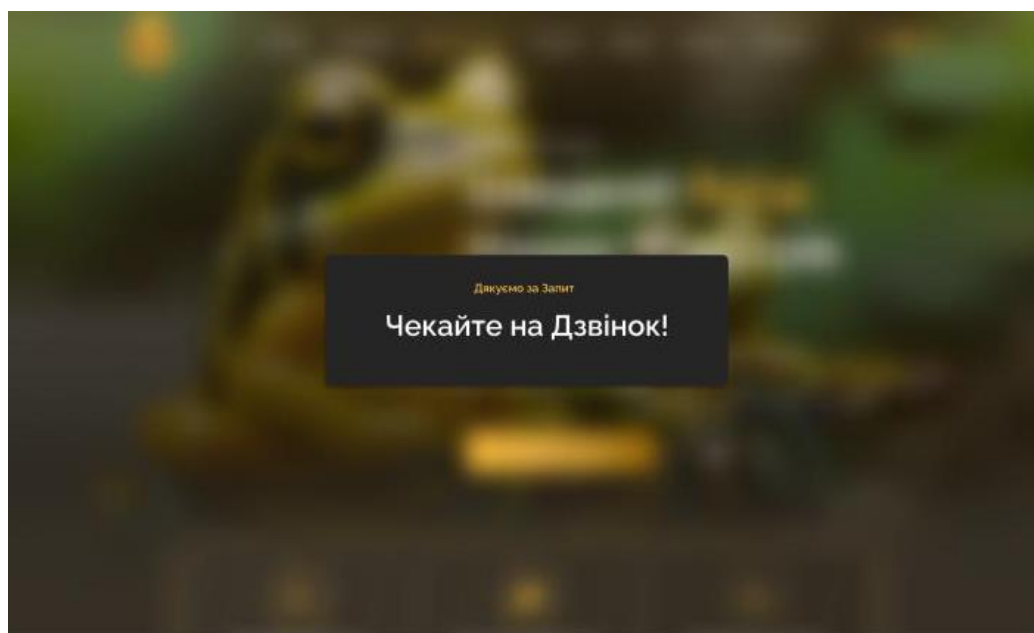


Рисунок 8.4 – Заставка

Представлені відгуки клієнтів, подивившись на які у користувача підсвідомо з'явиться довіра до цього сервісу, бо підприємство старається виконувати свою роботу на високому рівні і заслужено отримує хороші відгуки. Вони представлені таким чином, що користувач зможе гортати їх вправо чи вліво натискаючи на відповідну стрілку (рис.8.5). В мобільній версії стрілок немає, наразі видно частину наступного коментаря, це дає розуміння того, що якщо користувач пальцем прогорне відгуки, то зможе подивитись більше (рис.8.6).

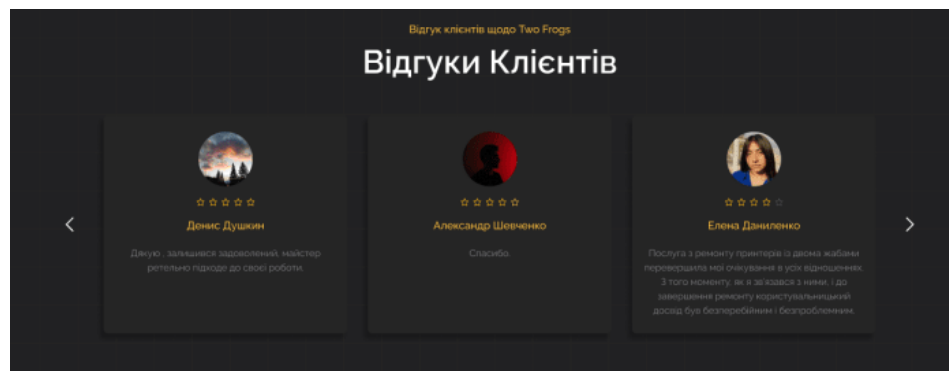


Рисунок 8.5 – Відгуки клієнтів, комп'ютерна версія

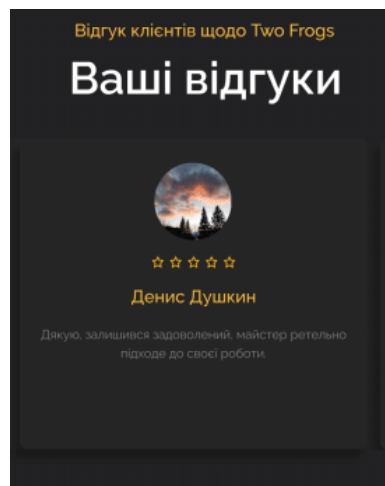


Рисунок 8.6 – Відгуки клієнтів, мобільна версія

В шапці та підвалі сайту розташовані іконки з соціальними мережами, щоб людина змогла одразу перейти на потрібний ресурс. А також гарячі клавіши, щоб швидко перейти на потрібну сторінку (рис.8.7).

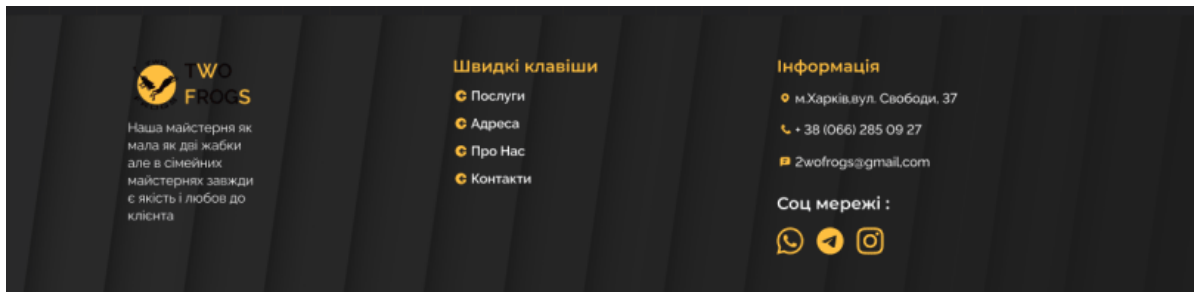


Рисунок 8.7 – Підвал сайту

Зображення згенеровані за ретельно підібраним запитом, були відредаговані, вирізані та підкореговані необхідним чином. Вони відповідають темі сторінки на якій розташовані та вдало доповнюють її сенс (рис.8.8).



Рисунок 8.8 – Використані зображення

Важливо вдало поєднали текстові блоки з зображеннями, щоб зображення доповнювали текст, а не перетягували на себе всю увагу, збалансувати кількість тексту, виділяти головне, кольором, відступами, розміром шрифту.

9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

У результаті виконання кваліфікаційної роботи створено дизайн сайту для підприємства «TwoFrogs», головна мета якого – зміцнення бренду, залучення потенційних клієнтів та звернення їхньої уваги саме на цей сервіс. Сьогодні з розвитком сучасних технологій доступ до будь-якої інформації став настільки простим, що люди найчастіше шукають необхідне в Інтернеті, а саме заходячи на веб-сайти. Тому компанії потребують якісного дизайну сайту, що забезпечить їм впізнаваність та більший приплив клієнтів.

Економічна ефективність проєкту розраховується перед проєктуванням і розробкою дизайну сайту, у результаті чого можливо спрогнозувати потенційний ефект і доцільність розробки сайту на підприємстві. Спочатку проводиться розрахунок вартості розробки, а потім встановлюється ціна.

Розглянемо переваги проєктованого дизайну сайту.

Дизайн WEB-видання має просту структуру та створюється за допомогою мінімальних інструментальних засобів, через що для завантаження в майбутньому сайту з цим дизайном потрібно мінімум часу на його відтворення.

Індивідуальний дизайн, логотип та підібрана колірна гамма з яскравим жовтим кольором впливає на айдентику бренду та легко запам'ятовується, вирізняє бренд з-поміж інших.

При розробці кодової частини або перенесенні дизайну до робочого сайту, розробнику не потрібно вигадувати анімації та переходи інтерактивних елементів, все це враховано на етапі розробки дизайну сайту.

Розглянемо конкурентне середовище, аналоги, відповідно до тематики проєктованого дизайну сайту.

Для того, щоб зрозуміти конкурентне середовище треба провести аналіз аналогічних WEB-сайтів. Аналіз проводиться з точки зору структури, загальної концепції, розташування текстових блоків, кольорового рішення,

поєднання кольорів, використаних гарнітур, інтерактиву, поєднання елементів сайту. Аналіз допомагає уникнути помилок при створенні власного дизайну, на разі сильні сторони аналогів допоможуть зрозуміти необхідність та привабливість елементів дизайну.

Проаналізувавши всі переваги та недоліки веб-сайтів, ми можемо розробити свій унікальний концепт, який буде виділяти розроблений дизайн, збільшувати попит та приваблювати клієнтів.

Для бізнесу дуже важливо, щоб сайт відповідав загальному стилю бренду, виглядав професійно і чіпляв погляд. Переходячи на сайт користувачі складають перше враження про підприємство, тому дизайн повинен викликати довіру та тільки приємні, комфортні відчуття. WEB-сайт є конкурентоспроможним серед інших сервісних центрів з наступних причин:

- унікальний дизайн з фірмовою айдентикою сайту;
- проєкт має актуальний сучасний дизайн та зручну навігацію;
- проєкт розроблений на одній платформі, що дозволяє легко редагувати структуру, дизайн та контент.

Розглянемо джерела економії, доходу, джерела фінансування.

Для фірми-розробника джерелом доходу є отримання потенційних клієнтів з сайту та персональне вдосконалення даного веб-сайту. Витрати фірми містять у собі витрати на розробку дизайну сайту.

Для підприємства-замовника джерелом економії виступає заміна ручної праці машинною, що значною мірою скорочує час. Витрати підприємства складаються з витрат на заробітну плату розробникам та витрат, пов'язаних із проведенням аналізу й супроводом веб-сайту.

Розглянемо порядок проєктування дизайну сайту.

На початковому етапі визначаються основні вимоги до сайту та формулюються цілі, яким він має відповідати. На цьому етапі також відбувається аналіз компанії, аналіз цільової аудиторії, аналіз аналогів, технічні обмеження, технології, які планується використовувати.

Далі на етапі проєктування веб-сайту розробляється архітектура та структура сайту. Визначається логіка побудови сайту і розробляється прототип, виявляються окремі підсистеми та їхні модулі.

Наступний етап – розробка графічної частини, у ході виконання якого відбувається проєктування окремих модулів сайту, інформаційної структури, розробка дизайну, підбір шрифтового оформлення та колірної гами, створення модульної сітки. Необхідно переконатися, що всі компоненти вдало поєднуються один з одним та відповідають запланованим функціям.

Далі йде етап наповнення контентом сторінок видання, де створюється текстовий матеріал, підбираються зображення та відео.

На заключному етапі проводиться остаточна корекція дизайну веб-сайту і тестування окремих блоків дизайну веб-сайту.

Здійснимо розрахунок собівартості й ціни розробки дизайну веб-сайту.

До собівартості розробки веб-сайту входять наступні статті витрат:

- основна заробітна плата;
- єдиний соціальний внесок;
- інші витрати.

Розробкою дизайну сайту займається один дизайнер. Його заробітна плата складає 170 грн/год. При цьому тривалість робочого дня 8 годин та мінус одна година на перерву. Отже, 5 робочих днів на тиждень по 7 годин. Дизайн сайту розробляється 7 днів.

Розрахунок основної заробітної плати наведено у таблиці 11.1.

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці. У даному випадку додаткова заробітна плата становить 20 % від основної: 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:

$$8\,330,00 \times 0,2 = 1\,666,00 \text{ грн.}$$

Таблиця 11.1 – Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
1. Початковий етап	Формування основних вимог до сайту	170,00	0,5	595,00
2. Архітектура та структура сайту	Логіка побудови сайту, прототип	170,00	1,5	1 785,00
3. Графічна частина	Розробка дизайну та оформлення блоків сайту	170,00	2	2 380,00
4. Етап наповнення контентом	Наповнення контентом сторінки	170,00	2	2 380,00
5. Заключний етап	Корекція дизайну веб-сайту	170,00	1	1 190,00
Разом			7	8 330,00
Додаткова заробітна плата (20 %)				1 666,00
Усього				9 996,00

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

$$(8\,330,00 + 1\,666,00) \times 0,22 = 2\,199,12 \text{ грн.}$$

Розрахуємо інші витрати до яких входять: обслуговування комп'ютерної техніки та оплата рахунків за електроенергію.

Витрати на електроенергію розраховуються виходячи зі споживаної потужності використовуваних пристроїв і тарифу на електроенергію. У даному випадку передбачається використання одного комп'ютера потужністю 1,2 кВт/год. Вартість 1 кВт/год електроенергії прийнято у розмірі 2,64 грн. Час використання електроенергії в процесі розробки:

$$7 \times 7 = 49 \text{ год.}$$

Отже, плата за електроенергію складе:

$$2,64 \times 49 \times 1,2 = 155,23 \text{ грн.}$$

Витрати на обслуговування комп'ютерної техніки визначаються з огляду на її вартість і час експлуатації, після закінчення якого, вона підлягає заміні (звичайно цей час не перевищує 3-х років) Отже, враховуючи, що вартість комп'ютера дорівнює 30 000,00 грн, а протягом року техніка використовується 254 робочих дні, отримаємо наступну суму витрат:

$$((30\,000,00 / (3 \times 7 \times 254)) \times 49) = 275,59 \text{ грн.}$$

Також необхідно врахувати витрати на Інтернет. Вартість послуг інтернет-провайдера складає 170,00 грн/міс.

Проект впроваджується для однієї компанії, тому собівартість розробки становить:

$$9\,996,00 + 2\,199,12 + 155,23 + 275,59 + 170,00 = 12\,625,94 \text{ грн.}$$

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

$$12\,625,94 \times 0,3 = 3\,787,78 \text{ грн.}$$

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

$$12\,625,94 + 3\,787,78 = 16\,413,73 \text{ грн.}$$

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

$$16\,413,73 \times 0,2 = 3\,282,75 \text{ грн.}$$

З урахуванням проведених розрахунків ціна розробки сайту з ПДВ складає:

$$16\,413,73 + 3\,282,75 = 19\,696,47 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 11.2.

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

№з/п	Стаття витрат	Сума, грн
1	Основна заробітна плата	8 330,00
2	Додаткова заробітна плата	1666,00
3	Єдиний соціальний внесок	2199,12
4	Витрати на обслуговування комп'ютерної техніки	275,59
5	Витрати на електроенергію	155,23
6	Вартість послуг інтернет провайдера	170,00
7	Собівартість розробки сайту	12625,94
8	Прибуток	3787,78
9	Ціна без ПДВ	16413,73
10	ПДВ	3282,75
11	Ціна з урахуванням ПДВ	19696,47

Таким чином, виходячи з виконаних розрахунків, вартість розробки дизайну сайту складатиме 19 696,47 грн. Розробка здійснюватиметься 7 днів одним дизайнером. Очікувана сума прибутку складе 3 787,78 грн, це свідчить про доцільність впровадження запропонованого сайту на підприємстві.

ВИСНОВКИ

У результаті кваліфікаційної роботи, відповідно до індивідуального завдання був розроблений дизайн сайту для підприємства «TwoFrogs». Також був набутий досвід у створенні ефективних дизайнів сайтів для привернення уваги користувачів. У ході аналізу аналогічних сайтів, ми змогли виявити ті складові дизайну, які є вдалими та ефективні для сайту компанії. За рахунок цього створили оригінальний дизайн який включає роботу з кольором, відповідними гарнітурами, створення інформаційної структури та вмісту.

Були виконанні завдання кваліфікаційної роботи, такі як:

- аналіз компанії;
- визначення цільової аудиторії сайту;
- проведення аналізу аналогів;
- розробка прототипу видання;
- вибір інструментальних засобів; для розробки сайту
- проектування інформаційної структури та навігації;
- створення графічного дизайну;
- розробка колірної рішення;
- вибір відповідних гарнітур;
- створення модульної сітки;
- наповнення контентом сторінки;
- економічне обґрунтування роботи.

Розроблений дизайн має сучасний вигляд, просту структуру, що дозволяє швидко орієнтуватись користувачу, з лаконічно поєднаними інформаційними блоками, а також з використанням кольорів які ідеально підходять під тему майстерні, цікавих зображень які доповнюють зміст та відповідного шрифтового оформлення. Дизайн розроблявся у двох версіях, комп'ютерної та мобільної.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. 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.
2. Web-сайт сервісного центру в Харкові «Forgo». URL: <https://forgo.kh.ua/>. (дата звернення: 20.05.2024).
3. СЦ «Тех-as». URL: <https://tex-as.com.ua/en/servisnij-centr-teh-as-na-oleksiivci-13/poleznoe-59.html> (дата звернення: 20.05.2024).
4. Сервісний центр «Tonerok». URL: <https://tonerok.com.ua/> (дата звернення: 20.05.2024).
5. Сервісний центр «Freshit». URL: <https://freshit.ua/service-center/remont-lazernykh-printerov-kharkov/zapravka-kartridzhey.html> (дата звернення: 20.05.2024).
6. Сервісний центр «Spectrum». URL: <https://www.spectrum.kh.ua/> (дата звернення: 20.05.2024).
7. Сервісний центр «Iavis Service». URL: <https://iavis.kh.ua/all-services/zapravka-kartridzhej/> (дата звернення: 20.05.2024).
8. Сервісний центр «Tsi». URL: <https://tsi.ua/about/> (дата звернення: 20.05.2024).
9. Євсейцева О.С., Собцева, Г.М. Аналіз медійного ринку України // Ефективна економіка. 2016. № 5.
10. Переваги Microsoft Word перед іншими текстовими редакторами. URL: <http://linuxsam.org.ua/preimushhestva-microsoft-word-pered-drugimi-tekstovymi-redaktorami/> (дата звернення: 20.05.2024).
11. Що таке Figma і навіщо вона потрібна? URL: <https://dan-it.com.ua/blog/chto-takoe-figma-i-zachem-ona-nuzhna/> (дата звернення: 20.05.2024).

12. Adobe Photoshop CC – нова функціональність. URL: <https://itc.ua/articles/obzor-adobe-photoshop-cc-novaya-funktsionalnost-novyie-tarifnyie-plany/> (дата звернення: 20.05.2024).

13. Гуліна Л.А. Плюси та мінуси Adobe illustrator. URL: <https://prezi.com/p/cthlrdgu4qdg/adobe-illustrator/> (дата звернення: 20.05.2024).

14. Google Drive. URL: <https://www.google.com/intl/uk/drive/> (дата звернення: 20.05.2024).

15. Прототип сайту – як він допомагає оцінці та розробці. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/prototip-sajta-kak-on-pomogaet-ocenke-i-razrabotke> (дата звернення: 20.05.2024).

16. Використання сітки у вебдизайні. URL: <https://armedsoft.com/ua/blog/vykorystannya-sitky-u-vebduzayni> (дата звернення: 20.05.2024).

17. Компоненти у Figma. URL: https://teletype.in/@pikiran_academy/rWfk2bt9mkN (дата звернення: 20.05.2024).

18. Івлєва А.О., Колесникова Т.А. Використання ілюстрацій у UI/UX-дизайні інтерфейсу // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2022. Т. 2. С. 43-44.

19. 10 best Google Fonts for your website in 2024. URL: <https://webflow.com/blog/google-fonts> (дата звернення: 20.05.2024).