

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Автоматизації, комп'ютерно-інтегрованих технологій та систем
(повна назва)

Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Пояснювальна записка

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Розробка сайту-візитки на замовлення ФОП Суховілова
(тема)

Виконав:

здобувач 4 року навчання,

групи ВПВПС-22-3



Анна АСТАХОВА

(власне ім'я, прізвище)

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

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма

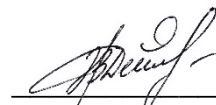
Видавничо-поліграфічна справа

(повна назва освітньої програми)

Керівник  проф. Андрій БІЗЮК

(посада, власне ім'я, прізвище)

Допускається до захисту
Завідувач кафедри МСТ


(підпис)

Жанна ДЕЙНЕКО

(власне ім'я, прізвище)

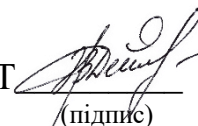
2026 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Автоматизації, комп'ютерно-інтегрованих технологій та систем
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)

« 8 » червня 2026 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

здобувачеві Астаховій Анні Артемівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розробка сайту-візитки на замовлення ФОП Суховілова

затверджена наказом по університету від 1 червня 2026 р. № 454 Ст

2. Термін подання здобувачем роботи до екзаменаційної комісії 2 липня 2026 р.

3. Вихідні дані до роботи

Вид і призначення веб-видання: інформаційний сайт ФОП Суховілова, призначений для інформування потенційних клієнтів про базову інформацію про спеціаліста; інструменти розробки графічного дизайну: Figma для прототипування та дизайну; інструменти реалізації: Framer Website Builder. Середовище розповсюдження: мережа Інтернет.

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; Аналітичний огляд сучасних web-видань схожої тематики; Концепція web-видання; Технічні та функціональні вимоги; Програмне та технічне забезпечення; Проєктування технологічного процесу; Проєктування інформаційної структури; Розробка дизайн макету сайту; Технічна реалізація сайту; Тестування; Імплементація в бізнес; Економічна частина; Висновки.

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

Мета, завдання проєкту та актуальність; Визначення цільової аудиторії; Аналіз аналогів; Технічні та функціональні вимоги; Програмне та технічне забезпечення; Проєктування технологічного процесу; Проєктування інформаційної структури; Створення дизайн макету; Технічна реалізація сайту; Тестування; Імплементація в бізнес процеси; Економічна частина; 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	проф. Бізюк А.В.		25.06.2026
Економічна частина	доц. Потій О.О.		20.06.2026

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу	01.06.2026	
2	Визначення цільової аудиторії	03.06.2026	
3	Аналіз аналогів	05.06.2026	
4	Формування технічних та функціональних вимог	07.06.2026	
5	Аналіз програмного та технічного забезпечення	09.06.2026	
6	Проектування технологічного процесу	11.06.2026	
7	Проектування інформаційної структури	13.06.2026	
8	Створення дизайн-макету	16.06.2026	
9	Технічна реалізація сайту	20.06.2026	
10	Тестування сайту	23.06.2026	
11	Імплементация сайту в бізнес-процеси	24.06.2026	
12	Економічна частина	26.06.2026	
13	Оформлення пояснювальної записки	28.06.2026	
14	Оформлення графічної частини	29.06.2026	

Дата видачі завдання 8 червня 2026 р.

Здобувач



(підпис)

Керівник роботи



(підпис)

проф. Андрій БІЗЮК

(посада, власне ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 70 с., 4 табл., 11 рис., 2 дод., 15 джерел.

ВЕБСАЙТ-ВІЗИТІВКА, WEB-ДИЗАЙН, FRAMER, FIGMA, UX/UI.

Метою кваліфікаційної роботи є проєктування та технічна реалізація сучасного сайту-візитки для психологині ФОП Суховілової, який забезпечує ефективне інформування потенційних клієнтів, формування довіри до спеціаліста та швидкий перехід до каналу комунікації для запису.

У ході виконання роботи було детально досліджено бізнес-контекст та визначено дві основні групи цільової аудиторії. Проведено порівняльний аналіз сучасних конструкторів сайтів, за результатами якого для реалізації проєкту обрано платформу Framer через її високу швидкість рендерингу та гнучкість налаштування інтерактивних елементів. Спроектовано логічну структуру односторінкового сайту, яка послідовно закриває психологічні бар'єри відвідувачів. Створено адаптивні макети для трьох базових роздільних здатностей (Desktop, Tablet, Mobile). Проведено комплексне технічне тестування (кросбраузерне та крос-девайсне), а також UX-тестування за участю респондентів, яке підтвердило високу ефективність інтерфейсу. Додатково впроваджено систему аналітики та розроблено фірмові візитівки з QR-кодом для інтеграції онлайн-платформи в офлайн-середовище.

ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 70 p., 2 tab., 12 pic., 4 app., 11 sources.

BUSINESS CARD WEBSITE, WEB DESIGN, FRAMER, FIGMA, UX/UI.

The aim of this thesis is to design and technically implement a modern personal website for psychologist FOP Sukhovilova, which ensures effective communication with potential clients, builds trust in the specialist and simplifies the process of booking an initial consultation.

During the course of the work, the business context was studied in detail and two main target audience groups were identified. A comparative analysis of modern website builders was carried out, as a result of which the Framer platform was selected for the project due to its high rendering speed and flexibility in configuring interactive elements. A logical structure for a single-page website was designed, which systematically removes visitors' psychological barriers. Responsive layouts were created for three main screen resolutions (Desktop, Tablet, Mobile). Comprehensive technical testing (cross-browser and cross-device) was carried out, as well as UX testing involving respondents, which confirmed the high effectiveness of the interface. Additionally, an analytics system was implemented and branded business cards with a QR code were designed to integrate the online platform into the offline environment.

ЗМІСТ

	С.
СКОРОЧЕННЯ ТА УМОВНІ ПОЗНАКИ	8
ВСТУП.....	9
1 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СУЧАСНИХ WEB-ВИДАНЬ СХОЖОЇ ТЕМАТИКИ.....	12
1.1 Огляд робіт кафедри МСТ	12
1.2 Огляд поза кафедральних робіт	13
2 КОНЦЕПЦІЯ WEB-ВИДАННЯ	15
2.1 Визначення цільової аудиторії	15
2.2 Формування загальної ідеї та стилю	16
3 ТЕХНІЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ВИМОГИ	18
3.1 Функції сайту	18
3.2 Вимоги сайту	19
4 ПРОГРАМНЕ ТА ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	21
4.1 Вибір програмного забезпечення для художньої реалізації	21
4.2 Вибір програмного забезпечення для технічної реалізації	22
4.3 Технічне та апаратне забезпечення розробки	25
5 ПРОЄКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ	27
5.1 Схема технологічного процесу створення WEB-видання.....	27
5.2 Контрольні точки.....	28
6 ПРОЄКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ.....	30
7 РОЗРОБКА ДИЗАЙН МАКЕТУ САЙТА	33
7.1 Створення модульної сітки	33
7.2 Принцип Atomic Design	33
7.2.1 Створення дизайн атомів	35
7.2.2 Створення дизайн молекул	36
7.2.3 Створення дизайн організмів	37
7.3 Збір дизайн макету	38

7.4 Створення фото контенту для наповнення сайту	39
8 ТЕХНІЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ САЙТУ	41
8.1 Перенесення сайту на Framer.....	41
8.2 Створення стилів та компонентів	42
8.3 Додання анімації та інтерактивних елементів	43
8.4 Створення сторінки 404	44
8.5 Адаптація сайту	45
8.6 SEO-налаштування та публікація сайту	46
9 ТЕСТУВАННЯ	48
9.1 Тестування UX сайту	48
9.2 Тестування адаптивності сайту	53
9.3 Тестування кросбраузерності сайту	54
10 ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ В БІЗНЕС	55
11 РЕЗУЛЬТАТИ ПРОЄКТУВАННЯ	58
11.1 Склад і функціональні можливості готового сайту	58
11.2 Оцінка результату проєктування	59
12 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	60
ВИСНОВКИ	67
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	69
ДОДАТОК А Результат дизайну	71
ДОДАТОК Б Скріншоти проаналізованих аналогів	72

СКОРОЧЕННЯ ТА УМОВНІ ПОЗНАКИ

AI – Artificial Intelligence

alt – Alternative text

DOM – Document Object Model

HTTPS – HyperText Transfer Protocol Secure

IP-адреса – Internet Protocol address

QR – Quick Response

SEO – Search Engine Optimization

SMART – Specific Measurable Achievable Relevant Time-bound

SSL – Secure Sockets Layer

UI – User Interface

UX – User Experience

WCAG – Web Content Accessibility Guidelines

ФОП – Фізична особа-підприємець

ВСТУП

У сучасних реаліях цифровізація охоплює дедалі більше сфер людської активності, стаючи ключовим чинником оптимізації професійної діяльності, покращення її результативності та оперативного поширення корисного контенту серед населення. Особливого значення діджитал-інструменти набули у сфері психологічної допомоги, де охоплення широкої аудиторії напрямую пов'язане з можливістю надання своєчасної ментальної підтримки. Головним викликом тут постає формування безпечного цифрового простору для взаємодії з клієнтами, презентація фахового досвіду та забезпечення безперешкодного доступу до терапевтичних послуг. Яскравим представником цього сегменту є ФОП Суховілова – професійна психологиня, діяльність якої сконцентрована на допомозі людям, що прагнуть емоційної стабілізації, незалежно від їхнього соціального статусу, походження чи особистісних особливостей.

Попри активну присутність фахівчині в інформаційному полі через соціальні мережі та месенджери, наявні методи комунікації мають фрагментарний характер через відсутність консолідованого ресурсу з викладом методології роботи, освітнього бекграунду та каталогу професійних досягнень. Використання виключно медіа-платформ не дозволяє повною мірою верифікувати експертність та вибудувати необхідний рівень довіри у потенційних відвідувачів. Брак персонального сайту-візитки ускладнює навігацію за послугами, а також обмежує розвиток персонального бренду, який міг би сприяти масштабуванню практики за рахунок залучення трафіку з пошукових систем.

Актуальність цієї роботи продиктована гострою потребою у зміцненні цифрової репутації та трансформації діяльності ФОП Суховілової шляхом створення єдиного офіційного вузла комунікації – веб-сайту [1]. Завдання реалізується шляхом розробки інноваційного онлайн-майданчика, на якому

буде структуровано інформацію про терапевтичні напрямки, кваліфікаційні документи, клієнтський досвід і канали зв'язку. Такий підхід гарантує вищу конверсію відвідувачів, забезпечує чітке позиціонування спеціаліста на ринку та спрощує взаємодію з клієнтами завдяки концентрації всіх необхідних відомостей в одному джерелі. Впровадження сайту також дозволить спеціалісту вийти на ширше коло громадян, які потребують фахової допомоги.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка сучасного, інклюзивного та візуально довершеного веб-сайту для ФОП Суховілової, що відповідає актуальним канонам веб-дизайну та принципам зручності інтерфейсів [5]. Проєкт спрямований на полегшення доступу до перевірених даних про фахівця, залучення нових сегментів аудиторії, підвищення впізнаваності спеціаліста в мережі та стимулювання культури піклування про ментальне здоров'я через якісний цифровий продукт.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити такі завдання:

- проаналізувати сучасні web-видання схожої тематики та визначити характерні підходи до структури, візуальної подачі, навігації й комунікації з користувачем;
- визначити цільову аудиторію сайту-візитівки ФОП Суховілової, її інформаційні потреби, очікування та можливі бар'єри під час першого звернення до психолога;
- сформувати концепцію web-видання, визначити його основну комунікаційну ідею, стильові орієнтири, функціональні та технічні вимоги;
- обґрунтувати вибір програмного й технічного забезпечення для створення дизайн-макета, технічної реалізації та публікації сайту;
- спроектувати технологічний процес створення сайту, визначити основні етапи роботи та контрольні точки перевірки результату;
- розробити інформаційну структуру сайту, схему навігації та користувацький маршрут від первинного знайомства з фахівцем до переходу в канал комунікації;

- створити дизайн-макет сайту у Figma з урахуванням модульної сітки, візуальної ієрархії, фірмового стилю, адаптивності та принципів компонентного проєктування;
- реалізувати сайт у середовищі Framer, налаштувати адаптивні версії, інтерактивні елементи, сторінку 404, SEO-параметри та публікацію на домені;
- провести тестування сайту, зокрема перевірити користувацькі сценарії, адаптивність, кросбраузерність і працездатність основних інтерактивних елементів;
- оцінити можливості інтеграції розробленого сайту в бізнес-комунікацію ФОП Суховілової, зокрема через QR-візитівки та інструменти веб-аналітики;
- виконати економічне обґрунтування проєкту, визначити витрати на розробку сайту-візитівки та оцінити доцільність його впровадження для професійної діяльності ФОП Суховілової.

Структурно веб-сайт складатиметься з інтерактивних блоків: «Головний екран», «Про експерта», «Практичний досвід», «Кваліфікація та дипломи», «Послуги», «Методи» та «Контактна інформація».

Технічне втілення проєкту базуватиметься на використанні середовища Figma (для візуального моделювання), платформи Framer (для безпосередньої розробки та хостингу).

Результатом дослідження стане створення високотехнологічного сайту-візитки, який буде ефективно інтегрований у професійну діяльність ФОП Суховілової.

1 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СУЧАСНИХ WEB-ВИДАНЬ СХОЖОЇ ТЕМАТИКИ

1.1 Огляд робіт кафедри МСТ

У межах науково-дослідної роботи кафедри МСТ ХНУРЕ вже виконувались дослідження, присвячені проєктуванню web-видань, сайтів-візитівок та UI/UX-дизайну цифрових продуктів. Прямим аналогом за типом кінцевого продукту виступає випускна кваліфікаційна робота Барибіна І.І. «Розробка проєкту інтернет-візитки магазину верхнього одягу» [4]. Досвід автора у дослідженні ринку сайтів-візитівок, побудові логічної навігації, підборі шрифтових пар і колірних схем, а також у створенні інтерактивного прототипу слугує надійним кафедральним орієнтиром для розробки унікального дизайну вебресурсу викладу. Питання побудови інформаційної архітектури та технічної реалізації глибше розглянуто у праці Жихаревої Н.М. «Створення інформаційного web-видання «Пошукові системи»» (2023) [7]. Ця робота є корисною для проєктування модульної сітки, наповнення контентом та проведення фінального тестування адаптивного сайту, а логіка її викладу стала основою для формування структури та аналітичного огляду інструментальних засобів у поточній пояснювальній записці.

Попри розбіжність у тематиці, вагоме значення для оптимізації взаємодії користувача з інтерфейсом має дослідження Свічкарь Є.С. «Розробка інтерактивного туристичного сайту «Відкрий для себе Україну»» [10]. Логіка побудови цього інтерактивного вебресурсу допомогла в аналізі цільової аудиторії та обґрунтуванні користувацького маршруту, а описані автором підходи до тестування анімації та адаптивності дозволили спроектувати ергономічну структуру й інтерактивність односторінкового сайту для психологічних послуг. Технологічний стек та сучасні методології проєктування інтерфейсів детально опрацьовано на основі роботи Діаз Е.Е. «Розробка UI/UX

дизайну для сайту-бібліотеки нейромереж «AI.Go»» [6]. Дане джерело безпосередньо дотичне до поточного проєкту у площині проведення UX-аналітики користувачів, створення гнучких UI-компонентів, дизайн-токенів та побудови адаптивних версій. Авторський досвід успішно екстрапольовано на етап розробки інтерфейсу та тестування дизайну в середовищах Figma та Framer із застосуванням принципів методології Atomic Design.

Для забезпечення високої конверсії та утримання уваги відвідувачів через екран було враховано матеріали дослідження Надточій Д.В. «Розробка інфографіки web-сайту «PRODESIGN»» (2022) [8]. Хоча ця праця менш близька до класичного формату сайту-візитки, її принципи візуальної подачі інформації та спрощення сприйняття великих обсягів даних виявилися вкрай цінними.

Запропоновані методи інфографічного моделювання були безпосередньо адаптовані для структурування інформаційних блоків про освіту, професійний досвід, перелік послуг та ключові числові показники діяльності на сайті замовника. Таким чином, поточний проєкт сайту-візитівки психологині продовжує кафедральну лінію розробки web-видань, але відрізняється предметною сферою – цифровою репрезентацією фахівця у сфері ментального здоров'я – та акцентом на формуванні довіри, етичній комунікації й м'якому переході користувача до першого контакту

1.2 Огляд поза кафедральних робіт

Методологія проведеного аналітичного огляду базувалася на комплексному дворівневому аналізі: на першому етапі було вивчено провідні українські веб-ресурси для виявлення специфіки локального ринку, а на другому – проаналізовано закордонні аналоги для визначення глобальних тенденцій у сфері репрезентації ментального здоров'я у веб-просторі, скріншота всіх проаналізованих аналогів розташовані у Додатку Б. Такий підхід дозволив сформулювати цілісну концепцію майбутнього проєкту, що поєднує вітчизняний досвід емпатичної комунікації з міжнародними стандартами технологічності.

Результати аналізу українського сегмента, зокрема платформи «Rozmova» та персональних сайтів фахівців (С. Ісаєнка та К. Павловської), засвідчили домінування тенденції до спрощення інтерфейсів. Було встановлено, що сучасні українські ресурси фокусуються на мінімізації когнітивного навантаження через використання значного обсягу вільного простору та спокійних палітр, що транслюють відчуття безпеки. При цьому персональні сайти-візитки частіше використовують емпатичний UX-дизайн, де структура сторінки будується навколо особистості фахівця, тоді як платформи-агрегатори роблять ставку на функціональність та складні системи фільтрації для швидкого підбору допомоги.

Глобальний ринок демонструє три ключові вектори розвитку цифрової психології. Платформа Amaterasu впроваджує технологічний підхід, у якому через складні візуальні ефекти та нестандартну сітку підкреслюються інноваційність і роль ІІ у ментальному здоров'ї. Ресурс Esther Perel є еталоном персонального бренду, де акцент зроблено на преміальній типографіці та зануренні користувача в екосистему медіаконтенту. На противагу їм Headspace використовує стратегію емоційної доступності: через ілюстрації, округлі форми та яскраві кольори сайт знижує тривожність і перетворює складні практики на зрозумілу гру. Ці приклади доводять, що успішний ресурс має балансувати між технологічністю, авторитетністю бренду та емоційним комфортом інтерфейсу.

Аналіз дозволив визначити ключові вимоги до проєктування веб-ресурсу для психологині. Головними критеріями успішної реалізації визначено створення інтуїтивно зрозумілої навігації та використання підтримувального тону текстів (tone of voice) для вибудови довіри. Проєкт передбачає високий рівень адаптивності, відповідність стандартам інклюзивності та гармонійний UI-дизайн, що забезпечує емоційний комфорт користувача. Впроваджена інтерактивність має бути стриманою, допомагаючи утримати увагу та спрощуючи шлях до запису на консультацію.

2 КОНЦЕПЦІЯ WEB-ВИДАННЯ

2.1 Визначення цільової аудиторії

Для проєкту визначено дві групи потенційних користувачів із чітким пріоритетом розподілу 80% на 20%. Основну цільову аудиторію (80%) становлять жінки (80%) та чоловіки (20%) віком від 33 до 40 років, які перебувають у життєвій кризі та мають активний запит на внутрішні зміни. Це професійно та освітньо незалежні особи (наймані працівники, підприємці або жінки у декреті на утриманні партнерів) із рівнем доходу родини від 40 000 грн/місяць, що дозволяє їм вільно покривати базові потреби та інвестувати у ментальне здоров'я. Географічно 90% аудиторії зосереджені у Харкові, Ужгороді, Будапешті та Києві, тоді як інші 10% розкидані по світу й орієнтовані на онлайн-формат. Їхній рівень цифрової підготовки – середній або вище середнього, а головна мотивація на сайті – перевірка професійної сумісності та комфорту співпраці з конкретним спеціалістом.

Додаткову групу (20%) формують жінки (40%) та чоловіки (60%) віком 38-48 років, які є власниками бізнесу або займають керівні посади в організаціях. Їхньою метою є не особиста терапія, а залучення психологині для покращення внутрішнього клімату в команді. Це користувачі з вищою освітою, високим рівнем цифрової грамотності та статками від 70 000 грн/місяць. Географічно вони прив'язані до ділових центрів: Харкова, Ужгорода, Будапешта, Києва, Дніпра та Запоріжжя. Взаємодія цієї групи з продуктом зумовлена потребою знайти експертне рішення для корпоративного сектору та оцінити інтеграційні можливості фахівця.

Для візуалізації потреб основної цільової аудиторії створила типового персонажа, який репрезентує 80% майбутніх відвідувачів сайту.

Персонаж: Олена, 36 років. Олена мешкає у Харкові та працює у відділі маркетингу в IT-компанії. Вона заміжня, має дитину 6 років. Олена – сучасна,

динамічна жінка з високим рівнем цифрової грамотності (постійно користується смартфоном, ноутбуком, різноманітними додатками для роботи та повсякденності). Її дохід (індивідуальний та сімейний) значно вищий за середній, що дозволяє їй повністю задовольняти базові потреби та інвестувати у саморозвиток і здоров'я.

Коротка характеристика та контекст: Останні пів року Олена відчуває наростаючу внутрішню кризу. Це поєднання професійного вигорання (досягла стелі, втратила сенс) та складнощів у стосунках із чоловіком (відчуження, брак комунікації). Вона перебуває у стані постійної тривожності, фонові втоми та емоційної нестабільності. Олена усвідомлює проблему і готова діяти, але потребує кваліфікованої, емпатичної допомоги. Вона шукає психолога, який працює з дорослими у кризових станах, використовуючи сучасні методи (гештальт або інтегративний підхід). Для неї критично важливі професіоналізм (освіта, досвід), конфіденційність та особистий комфорт у спілкуванні. Вона не хоче витрачати час на довгі пошуки та телефонні дзвінки наосліп; їй потрібен чіткий, зрозумілий шлях до запису.

2.2 Формування загальної ідеї та стилю

Наступним етапом дослідження стало формування концепції веб-ресурсу, що базувалося на результатах глибинного інтерв'ю із замовницею та анкетування цільової аудиторії. У ході інтерв'ю було з'ясовано, що основний потік нових клієнтів фахівчиня отримує через офлайн-комунікацію, використовуючи фізичні візитівки з QR-кодом, який веде на стандартний генератор посилань. Проте існуюче рішення було визнано нерелевантним для професійного іміджу, оскільки шаблонний вигляд сервісу не дозволяє повною мірою розкрити експертність психолога та сформувати необхідний рівень довіри у потенційного клієнта. Відтак ключовим запитом стало створення персоналізованого іміджевого односторінкового сайту, головною функцією

якого є якісне інформування нової аудиторії без впровадження прямого інструментарію для онлайн-запису на консультації.

Паралельно було проведено дослідження серед поточних та потенційних клієнтів для визначення їхніх інформаційних потреб під час первинного знайомства з фахівцем. Результати інтерв'ю продемонстрували, що для аудиторії критично важливою є наявність структурованих даних про фахову освіту, практичний досвід і специфіку терапевтичних підходів, які використовує психолог. Користувачі зазначили, що прозорість інформації про можливі формати роботи та легкий доступ до контактних даних є визначальними факторами під час прийняття рішення щодо звернення по допомогу. Таким чином, синтез отриманих даних дозволив визначити структуру майбутнього сайту-візитівки як інструменту, що транслює професіоналізм та етичність фахівця, відповідаючи на конкретні запити користувачів завдяки продуманій інформаційній архітектурі.

Дослідження підтвердило необхідність розробки зрозумілого та доступного односторінкового сайту, що відповідає на ключові запити аудиторії та формує професійне враження про фахівця. Візуальна концепція проєкту базується на гармонійній композиції, чіткій ієрархії компонентів і використанні читабельних шрифтів. Для збереження впізнаваності персонального бренду замовниці було вирішено інтегрувати в дизайн її фірмовий синій колір і логотип.

3 ТЕХНІЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ВИМОГИ

3.1 Функції сайту

Основним функціональним призначенням односторінкового вебресурсу є комплексне та структуроване інформування потенційного клієнта з метою формування високого рівня довіри та стимулювання подальшої взаємодії. Функціонал сайту зосереджений на репрезентації критично важливих даних, що охоплюють академічний базис, сертифіковану освіту та підтверджений практичний досвід психолога, і є фундаментом для верифікації професійної компетентності спеціаліста. Через послідовне розкриття філософії роботи, опис застосовуваних терапевтичних методів та роз'яснення можливих форматів консультування забезпечується повна прозорість процесу надання послуг, що дозволяє користувачеві співвіднести власні потреби з підходами фахівця.

Інформаційна архітектура сайту спроектована як логічна послідовність переконливих аргументів, спрямованих на подолання психологічних бар'єрів і сумнівів відвідувача перед прийняттям рішення щодо первинного звернення. Окрім демонстрації кваліфікації, система виконує роль інструменту для вирішення організаційних питань завдяки чіткому висвітленню контактної інформації та умов співпраці. Кінцевою операційною функцією ресурсу є забезпечення безперешкодного переходу користувача від стадії пасивного ознайомлення до активної фази комунікації, що реалізується шляхом інтеграції прямих посилань на месенджери як найбільш оперативні та зручні канали зв'язку. Таким чином, сайт функціонує як повноцінне цифрове представництво, що акумулює всі необхідні дані для успішної конвертації відвідувача у клієнта [3].

3.2 Вимоги сайту

Формування технічних вимог є визначальним етапом передпроектної підготовки, що дозволяє чітко детермінувати структуру основних функціональних блоків і логіку наповнення інтерфейсу контентом ще до початку активної фази розробки. Встановлення конкретних специфікацій є критично важливим для забезпечення цілісності продукту, оскільки це мінімізує ризики архітектурних помилок і гарантує, що кожне інженерне рішення працюватиме на досягнення бізнес-цілей. Представлений перелік вимог базується на аналітичних даних, отриманих під час серії розширених інтерв'ю із замовником (ФОП Суховіловою) та представниками цільової аудиторії, що дозволило врахувати як професійні потреби спеціаліста, так і очікування реальних користувачів.

1. Вимоги до інтерактивності.

Вимоги до інтерактивності передбачають високий рівень візуального та функціонального відгуку системи через впровадження складних анімаційних сценаріїв, ефектів наведення та динамічних елементів. Стратегічною метою такої інтерактивності є утримання уваги навіть холодного користувача, що створює відчуття професійного та сучасного сервісу. Водночас технічне виконання інтерактивних рішень не повинно створювати надмірного когнітивного навантаження або перешкоджати швидкому зчитуванню основної текстової інформації; анімація має слугувати допоміжним інструментом для акцентування уваги, а не самоціллю.

2. Вимоги до адаптивності.

У контексті адаптивності проєкт базується на принципі пріоритетності мобільних та десктопних пристроїв, які складають основну частку трафіку, при збереженні повної працездатності для планшетів і широкоформатних екранів. Технічна адаптація має бути реалізована на найвищому рівні в межах актуальних діапазонів роздільної здатності: від 320 до 480 пікселів для мобільних телефонів, 768–1024 пікселів для планшетних пристроїв та від 1280

до 1920 пікселів (і вище) для десктопних моніторів. Кожен стан адаптиву повинен забезпечувати коректну touch-модальність та оптимальне відображення контенту без втрати зручності навігації.

3. Вимоги до контенту та UX.

Вимоги до контенту спрямовані на створення вичерпного інформаційного поля, яке надає відповіді на всі первинні запитання відвідувача щодо кваліфікації та методів роботи фахівця. Користувацький досвід має бути максимально спрощеним і доступним навіть для осіб із низьким рівнем цифрової грамотності. Це досягається через інтуїтивно зрозумілу ієрархію блоків, відсутність складних меню та мінімізацію зусиль, необхідних для переходу до контактної зони.

4. Вимоги до доступності (WCAG).

Окремим пріоритетом є відповідність міжнародним стандартам доступності WCAG . WCAG – це набір технічних рекомендацій, спрямованих на те, щоб зробити вебконтент доступним для ширшого кола людей з особливими потребами, зокрема з порушеннями зору, слуху, опорно-рухового апарату та когнітивними розладами. Вимоги стандарту базуються на чотирьох фундаментальних принципах: сприйнятливість (можливість бачити або чути контент), керованість (доступність навігації, зокрема з клавіатури), зрозумілість (передбачуваність інтерфейсу) та надійність (сумісність із різними технологіями, зокрема скрінрідерами). Дотримання цих вимог гарантує інклюзивність цифрового продукту та рівний доступ до психологічної допомоги для всіх категорій громадян.

4 ПРОГРАМНЕ ТА ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Ефективність розробки сучасного вебресурсу безпосередньо залежить від правильного вибору інструментарію, який має забезпечувати не лише візуальну естетику, а й технічну стабільність продукту. У межах роботи над сайтом-візиткою для ФОП Суховілової я провела аналіз актуального програмного забезпечення, орієнтуючись на необхідність поєднання гнучких дизайнерських рішень із потужними інструментами верстки. Мій вибір ґрунтувався на принципах інтероперабельності, що дозволяють безшовно переносити дані між різними середовищами проєктування та реалізувати повний цикл розробки – від створення базових іконок до публікації готового сайту – власними силами, без залучення сторонніх фахівців.

4.1 Вибір програмного забезпечення для художньої реалізації

Для обґрунтування вибору інструментарію я провела порівняльний аналіз ключових підходів до художньої реалізації інтерфейсу. Розглядаючи Adobe XD [11], я дійшла висновку, що на сьогодні цей продукт фактично перебуває в режимі підтримки й суттєво поступається конкурентам через відсутність інноваційних оновлень та обмежену екосистему плагінів, що робить його використання менш ефективним для сучасних проєктів. Варіант проєктування дизайну безпосередньо в конструкторі Framer також аналізувався як потенційно швидкий шлях, проте такий підхід часто накладає технічні обмеження на етапі творчого пошуку, змушуючи підлаштовувати візуальні ідеї під готові вебкомпоненти ще до моменту формування цілісної концепції.

Зіставивши ці варіанти, я обрала Figma [13] як основне середовище для створення візуальної стратегії сайту. Мій вибір ґрунтується на тому, що Figma є визнаним світовим стандартом індустрії та пропонує найпотужніший

векторний інструментарій для розробки іконок і графіки. Важливу роль відіграла наявність у мене платна ліцензія, що відкриває доступ до професійного функціоналу та найсучасніших інтеграцій з інструментами штучного інтелекту. Використання AI у межах Figma дозволяє мені автоматизувати рутинні операції та швидше генерувати варіації елементів, не втрачаючи при цьому художньої якості. Зрештою, саме завдяки безшовній синергії між Figma та Framer я змогла реалізувати чисте проєктування, де кожен візуальний елемент був математично вивірений перед перенесенням у код, що гарантує високий рівень якості фінального продукту для ФОП Суховілової.

4.2 Вибір програмного забезпечення для технічної реалізації

У класичному пайплайні створення вебсайту UX/UI-дизайнер проєктує дизайн сторінок, а розробник реалізує його у коді. Однак сучасний ринок праці диктує свої правила – дешевше, швидше, легше [2]. Тому щоб залишатися якомога більш універсальною та самодостатньою робочою одиницею, зокрема й у сфері фрілансу, UX/UI-дизайнери навчаються закривати проєкти повністю самостійно. Для цього у нагоді стають конструктори вебсайтів, за допомогою яких навіть без знань програмування можна створити базовий сайт, а із застосуванням вайбкодингу або базових та обмежених знань програмування – реалізувати й складніші рішення.

Наразі існує велика кількість конструкторів вебсайтів, тому постає питання вибору інструмента для реалізації конкретного проєкту. Індустріального стандарту в цій сфері не сформовано, що зумовлює необхідність розгляду декількох найпопулярніших рішень, визначення їхніх переваг і недоліків, а також доцільності використання для різних типів проєктів.

Framer [12] є відносно молодим, але стрімко зростаючим конструктором вебсайтів, орієнтованим насамперед на дизайнерів. Платформа пропонує

робоче середовище, логіка якого близька до Figma, що дозволяє UX/UI-дизайнерам швидко опанувати інструмент. Framer підтримує імпорт макетів із Figma за допомогою спеціального плагіна, що забезпечує швидку та коректну конвертацію дизайну у функціональний вебсайт, а наявність великої кількості навчальних матеріалів і шаблонів знижує поріг входу для нових користувачів і пришвидшує запуск проєктів. Платформа надає розвинені засоби створення анімацій, інтерактивних елементів та адаптивного дизайну, що дозволяє сайти орієнтовані на різні типи пристроїв, водночас забезпечуючи високу швидкість завантаження сторінок завдяки внутрішній оптимізації та автоматичній обробці графічних елементів. Водночас Framer має певні обмеження, зокрема відсутність вбудованих інструментів електронної комерції та обмежену кількість інтеграцій зі сторонніми сервісами, що може ускладнювати реалізацію комерційних проєктів зі складною бізнес-логікою. Framer є доцільним для розробки лендінгів або декілька сторінкових сайтів без функціонала e-commerce.

Wix [17] є популярним drag-and-drop конструктором вебсайтів, орієнтованим насамперед на користувачів із мінімальними технічними навичками, зокрема малий бізнес та індивідуальних підприємців, які самостійно керують своєю онлайн-присутністю. Для UX/UI-дизайнерів Wix може розглядатися як інструмент швидкої реалізації простих вебсайтів, однак його підхід, заснований на шаблонній структурі, суттєво обмежує гнучкість проєктування користувацького досвіду та контроль над поведінкою інтерфейсу. Перевагою платформи є інтуїтивний візуальний редактор, який не потребує спеціальної підготовки, а також наявність великої кількості готових шаблонів, що можуть бути адаптовані для різних проєктів. Wix пропонує вбудовані інструменти для SEO, аналітики, email-маркетингу та інтеграцій із зовнішніми сервісами, що робить його універсальним рішенням для дизайнерів, які поєднують створення сайту з базовими маркетинговими задачами, а також підтримує функції електронної комерції, корисні для продажу цифрових продуктів, таких. Водночас платформа має помітні

недоліки для професійних UX/UI-дизайнерів, зокрема проблеми з продуктивністю при використанні великої кількості плагінів і медіаконтенту, обмежені можливості глибокого налаштування взаємодій та логіки інтерфейсу, а також сприйняття шаблонних рішень як менш цінних рішень у професійному середовищі. Wix є доступним і швидким рішенням для запуску базового сайту без залучення розробників, однак для UX/UI-дизайнерів, орієнтованих на демонстрацію складних дизайнерських рішень і високого рівня контролю над користувацьким досвідом, його використання є доцільним лише для простих або допоміжних проєктів.

Webflow [16] користується широкою популярністю серед UX/UI-дизайнерів і активно використовується дизайн-студіями у всьому світі завдяки високому рівню контролю над візуальною та функціональною складовою вебпроєктів. Webflow дозволяє дизайнерам створювати унікальні та складні інтерфейси без написання коду, поєднуючи візуальне проєктування з логікою реальної фронтенд-розробки, що робить платформу особливо привабливою для створення високоякісних сайтів. Інструменти анімацій та взаємодій у Webflow фактично надають доступ до можливостей CSS і JavaScript у візуальному форматі, дозволяючи реалізовувати складні мікровзаємодії та динамічні сценарії без безпосередньої роботи з кодом. Платформа має вбудовану систему керування контентом і підтримує електронну комерцію, що розширює спектр проєктів, які дизайнер може реалізувати самостійно, а також пропонує потужні інтеграції зі сторонніми сервісами, зокрема для впровадження інтерактивного 3D-контенту без програмування. Водночас Webflow характеризується вищим порогом входу порівняно з іншими конструкторами, оскільки вимагає розуміння принципів веб-верстки, структури DOM та адаптивної поведінки елементів, а також має обмеження у зміні шаблонів після початку роботи над проєктом. Webflow доцільно використовувати для великих та складних проєктів з елементами e-commerce або складною 3D графікою.

Враховуючи викладені особливості сучасного ринку та мої вимоги до функціональності сайту, я обрала платформу Framer як оптимальний інструмент для реалізації проєкту. Цей вибір зумовлений насамперед можливістю самостійно закрити повний цикл розробки без залучення сторонніх програмістів, що робить мене універсальною робочою одиницею. Завдяки близькій до Figma логіці інтерфейсу та наявності спеціальних плагінів для імпорту макетів, я змогла забезпечити швидку та коректну конверсію дизайну у функціональний вебсайт із повним збереженням параметрів модульної сітки. Окрім того, розвинені засоби створення анімацій та інтерактивних елементів у Framer дозволили мені реалізувати складні візуальні рішення, які підвищують рівень довіри до фахівця, водночас гарантуючи високу швидкість завантаження сторінок та бездоганну адаптивність на різних типах пристроїв. Таким чином, саме цей інструмент найкраще відповідає завданням створення сучасного, інклюзивного та професійного сайту-візитки для ФОП Суховілової.

4.3 Технічне та апаратне забезпечення розробки

Для розробки професійного сайту-візитки було обрано ноутбук Apple MacBook Pro 16” (2021), технічні характеристики якого повністю відповідають вимогам сучасного вебдизайну та веброзробки. Пристрій забезпечує високу продуктивність і стабільну роботу з професійним програмним забезпеченням, зокрема Figma та Framer, які використовуються для проєктування інтерфейсу, створення інтерактивних прототипів та фінальної збірки проєкту.

Ноутбук оснащений дисплеєм діагоналлю 16 дюймів із високою роздільною здатністю, що гарантує чітке відображення, необхідне для прецизійної роботи з типографікою та обробки відзнятого матеріалу. Для підвищення ефективності розробки використовуються два зовнішні монітори Dell діагоналлю 27 дюймів. Це дозволяє одночасно працювати з робочим простором Figma на одному екрані та панеллю налаштувань Framer на іншому,

що значно оптимізує процес та дозволяє контролювати адаптивність сайту в реальному часі.

Процесор Apple M1 Pro забезпечує високу обчислювальну потужність. Оперативна пам'ять обсягом 16 ГБ забезпечує стабільну роботу кількох важких програм одночасно, дозволяючи уникати затримок при паралельному використанні графічних редакторів та хмарних сервісів розробки.

Для зручності керування та підвищення точності позиціонування об'єктів у межах модульної сітки використовується миша Logitech MX Master 4, яка забезпечує високу ергономічність під час тривалих сесій верстання.

Окрему увагу в роботі було приділено створенню авторського фотоконтенту, що є критично важливим для формування довіри до спеціаліста. Для проведення фотозйомки та отримання високоякісних зображень використовувалася бездзеркальна камера Sony Alpha 7 IV (A7 IV) у поєднанні з професійним зум-об'єктивом Sony FE 24-70mm f/2.8 GM. Дане обладнання дозволило отримати деталізовані знімки з природною передачею кольорів та характерним художнім розмиттям фону, що підкреслює професійний стиль сайту. Використання світлосильної оптики серії G-Master забезпечило високу чіткість зображень навіть при складному освітленні, що значно спростило подальшу ретуш та оптимізацію графіки для веб-інтерфейсу.

Таким чином, обраний комплекс технічних засобів повністю відповідає вимогам створення сучасного та функціонального вебресурсу для ФОП Суховілової, забезпечуючи професійну якість контенту на кожному етапі реалізації.

5 ПРОЄКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ

5.1 Схема технологічного процесу створення WEB-видання

Загальна схема технологічного процесу створення вебресурсу для ФОП Суховілової базується на послідовному виконанні трьох взаємопов'язаних фаз, що забезпечують перехід від аналітичного обґрунтування до технічної реалізації та публікації продукту. Розробка розпочинається з підготовчого етапу та глибокої аналітики, де первинний текстовий запит замовника проходить стадію декомпозиції та зіставлення з актуальним станом ринкової ніші. Центральною ланкою цього етапу є проведення розширеного інтерв'ю з психологинею, що дозволяє чітко детермінувати цілі сайту та сформулювати технічне завдання. Завершується аналітичний цикл комплексним дослідженням цільової аудиторії, конкурентного середовища та виявленням індивідуальних особливостей діяльності ФОП, що в сукупності створює стратегічний фундамент для подальшого проєктування.

Перехід до фази контенту та дизайну передбачає трансформацію аналітичних висновків у візуальні та структурні рішення. Цей процес охоплює детальне вивчення естетичних стандартів ніші та селекцію референсів, що відповідають етичним нормам психологічної практики. На основі обраної стилістики розробляються низькодеталізовані ваєрфрейми (low-detail wireframes), які фіксують логіку розміщення інформаційних блоків без відволікання на візуальні деталі. Після узгодження структури здійснюється розробка фінального дизайн-макета в середовищі Figma, що супроводжується організацією професійного виїзду для створення авторського фотоконтенту. Наявність автентичних медіаматеріалів дозволяє персоніфікувати ресурс, що завершується підсумковим затвердженням візуальної концепції замовником.

Технічна розробка продукту реалізується через системне впровадження дизайн-рішень у функціональне середовище, починаючи з налаштування

глобальних дизайн-токенів та створення бібліотеки компонентів для забезпечення консистентності інтерфейсу. Процес збірки базової сторінки супроводжується імплементацією мікровзаємодій та анімаційних сценаріїв, що підвищують рівень залученості користувача. Обов'язковим етапом є технічна адаптація сайту під різні типи пристроїв та налаштування параметрів пошукової оптимізації (SEO) для покращення видимості ресурсу. Фінальний цикл виробництва включає комплексне тестування всіх навігаційних ланцюжків, остаточне узгодження результатів із замовником та публікацію вебресурсу в глобальній мережі, що ознаменовує завершення технологічного процесу та перехід до експлуатаційної стадії.

5.2 Контрольні точки

Система контролю якості проєкту передбачає наявність двох стратегічних вузлів валідації, що гарантують відповідність продукту встановленим вимогам та бізнес-цілям. Першою контрольною точкою є етап остаточного затвердження високодеталізованого дизайн-макета, реалізованого у середовищі Figma. Цей етап виступає детермінованим переходом від концептуального візуального моделювання до стадії безпосередньої технічної розробки. Під час узгодження замовником здійснюється верифікація естетичних рішень на відповідність сформованому технічному завданню, перевіряється консистентність типографіки, колірної палітри та релевантність інтегрованого авторського фотоконтенту. Проходження цієї точки є критичним для фіксації візуальної мови бренду та запобігання деструктивним змінам архітектури на етапі верстки у Framer.

Другою контрольною точкою є комплексне тестування вже розгорнутого функціонального вебресурсу перед його фінальним релізом. Методологічною основою цього етапу виступає сценарне юзабіліті-тестування (Scenario-based Usability Testing) у синергії з технічним QA-аудитом. Процес передбачає покрокову імітацію взаємодії цільового

користувача з інтерфейсом для виконання встановлених раніше завдань: перевірки кваліфікації спеціаліста та ініціації контакту через месенджер. Оцінка ефективності інтерфейсу проводиться шляхом аналізу проходження «щасливого шляху» (Happy Path) та відпрацювання альтернативних сценаріїв, що дозволяє виявити потенційні когнітивні бар'єри або логічні розриви.

Технічна складова тестування включає валідацію кросбраузерної сумісності та коректності адаптивного відображення на різних типах пристроїв. Окремій перевірці підлягає працездатність усіх інтерактивних компонентів, швидкість завантаження медіафайлів та надійність зовнішніх посилань на месенджери. Такий багатовекторний підхід до тестування забезпечує високу стійкість продукту до помилок та гарантує, що фінальна версія сайту забезпечить безперешкодний користувацький досвід, повністю відповідаючи психологічному портрету та технічним обмеженням цільової аудиторії.

6 ПРОЄКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ

Проектування інформаційної структури є фундаментальним етапом розробки, оскільки воно визначає логічну організацію контенту та ієрархію його подання на вебресурсі. Якісна інформаційна архітектура забезпечує інтуїтивне сприйняття даних, мінімізуючи когнітивне навантаження на відвідувача та дозволяючи йому швидко знаходити відповіді на ключові запитання. Без чітко спроектованої структури сайт ризикує перетворитися на несистематизований набір блоків, що призводить до втрати уваги користувача. Таким чином, цей етап закладає основу для зручної навігації та логічного викладу аргументів, що безпосередньо впливає на ефективність прийняття рішення про первинний контакт.

Визначення основних блоків сайту здійснювалося за принципом поступового нарощення довіри та закриття потенційних сумнівів користувача. Структура відкривається Hero-секцією, де ключовим компонентом є професійне портретне фото спеціалістки. Використання якісного візуального контенту на першому екрані є критично важливим інструментом підвищення конверсії, оскільки воно забезпечує персоналізацію послуги та створює первинний емоційний зв'язок. Наступним етапом інформування є блок про спеціалістку, що розкриває її ключові компетенції та етичні принципи роботи, формуючи у відвідувача розуміння професійного підходу та світогляду психологині.

Інформаційна стратегія продовжується розділом, присвяченим практичному досвіду, де наводяться кількісні показники стажу у сфері та перелік конкретних місць роботи. Інтеграція реальних фотографій робочого процесу в цей блок підсилює рівень довіри, підтверджуючи реальність та стабільність практики. Наступним стратегічним вузлом є блок з освітою, де представлені фотокопії дипломів про вищу професійну освіту та сертифікати спеціалізованих курсів. Таке візуальне підтвердження кваліфікації у вузьких нішах є головним аргументом експертності та безпеки для клієнта.

Завершальна частина структури охоплює розділ про формати та методи роботи, де детально роз'яснюються терапевтичні підходи, що застосовуються в практиці. Це дозволяє користувачеві заздалегідь ознайомитися з методикою взаємодії та обрати найбільш зручний для себе формат сесій. Фінальним акцентом є блок контактів, який акумулює всі необхідні дані для швидкого переходу до комунікації. Така послідовність блоків створює цілісну та переконливу інформаційну лінію, що веде користувача від знайомства до готовності розпочати співпрацю.

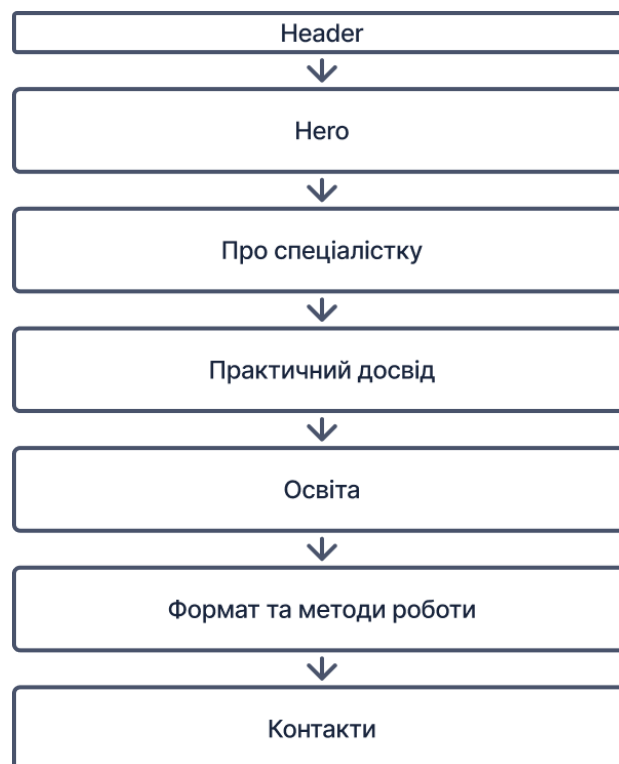


Рисунок 6.1 – Послідовність блоків

Джерело: Власна розробка

Спроектowana логічна архітектура вебресурсу виступає стратегічним інструментом конверсії, оскільки вона вибудовує послідовний шлях користувача від первинного візуального знайомства до виконання фінальної цільової дії. Така структура сайту поетапно усуває когнітивні бар'єри та сумніви потенційного клієнта: Него-секція встановлює первинний емоційний зв'язок, блоки досвіду та освіти забезпечують раціональне підтвердження

експертності через доказову базу, а опис методів роботи гарантує прозорість майбутнього терапевтичного процесу.

Завдяки системному накопиченню аргументів та послідовному закриттю базових запитів, відвідувач підходить до блоку контактів із сформованим відчуттям безпеки та впевненістю у кваліфікації фахівця. Це суттєво знижує психологічний поріг перед початком комунікації та стимулює користувача до прийняття рішення щодо першого контакту в месенджері, що є кінцевою операційною метою функціонування даного сайту-візитки. Таким чином, інформаційна структура не просто інформує, а й активно керує увагою користувача, перетворюючи пасивний інтерес на реальне звернення за допомогою.

7 РОЗРОБКА ДИЗАЙН МАКЕТУ САЙТА

7.1 Створення модульної сітки

Проектування візуального інтерфейсу у Figma я розпочала з налаштування модульної сітки для десктопної версії. За основу було обрано фрейм шириною 1200 пікселів, який виступає в ролі «безпечної зони» (safe area). Таке рішення дозволяє дизайну залишатися цілісним на невеликих екранах ноутбуків і водночас передбачає легку адаптацію до більших форматів (наприклад, 1440px чи 1920px) шляхом пропорційного збільшення зовнішніх полів (margins).

Для структурування контенту я застосувала класичну 12-колонкову сітку (Layout Grid) зі специфічними параметрами:

- Type: Center (відцентрована);
- Width (ширина колонки): 84 px;
- Gutter (міжколонковий інтервал): 12 px.

Вибір 12-колонкової системи обґрунтований її математичною гнучкістю: вона дає змогу легко групувати елементи по 2, 3, 4 або 6 колонок, що критично важливо для гармонійного розміщення різних типів контенту – від вузьких карток із компетенціями до широких текстових блоків про освіту. Створення такої сітки безпосередньо у Figma дозволило мені вирівняти всі елементи інтерфейсу за єдиною вертикальною віссю, що гарантує візуальний порядок і значно спрощує подальше налаштування адаптивних контейнерів під час технічної реалізації сайту.

7.2 Принцип Atomic Design

Методологія Atomic Design [14] (рис. 7.1), запропонована Бредом Фростом, базується на концепції створення інтерфейсів як ієрархічних систем,

де кожен складний елемент розкладається на базові складові частини за аналогією з хімічними процесами. В основі лежать «атоми» – найдрібніші неподільні одиниці, такі як шрифти, колірні гексагони, окремі кнопки чи поля вводу, які самі по собі не несуть функціонального навантаження, але визначають візуальну мову всього продукту. Шляхом поєднання декількох атомів утворюються «молекули», що представляють собою прості групи елементів, які починають працювати разом як єдине ціле, наприклад, поле пошуку разом із кнопкою відправки форми. Наступним рівнем ієрархії є «організми» – складніші компоненти інтерфейсу, що складаються з груп молекул та атомів, формуючи самостійні розділи сайту, як-от навігаційна панель (хедер) або картка товару з багатьма функціями. Процес масштабується до «шаблонів», де організми розміщуються в межах певної сітки для формування структури сторінки, і завершується створенням «сторінок», які є фінальним етапом розробки, де шаблони наповнюються реальним контентом для перевірки цілісності дизайну. Такий системний підхід забезпечує високу консистентність інтерфейсу, дозволяє легко масштабувати проєкт та значно спрощує підтримку коду і дизайну завдяки повторному використанню компонентів.

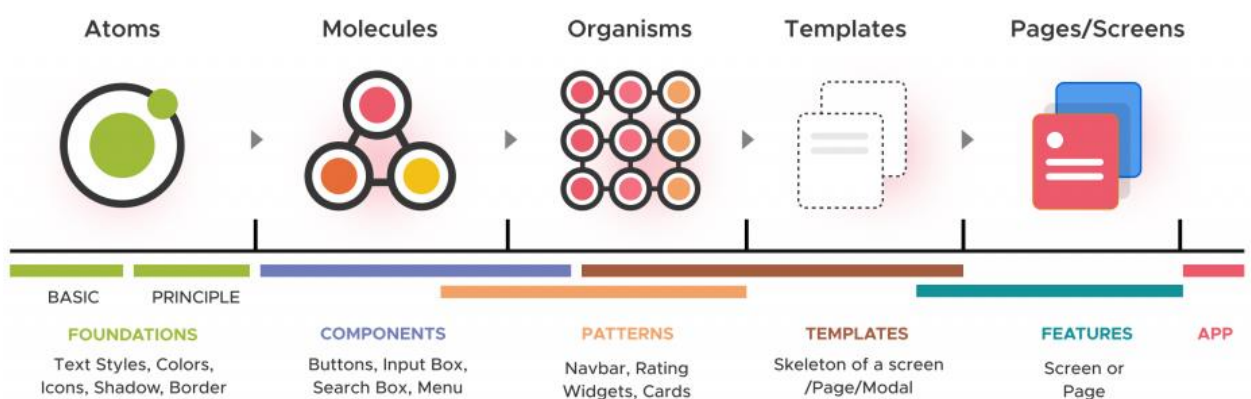


Рисунок 7.1 – Візуалізація принципу Atomic Design

Джерело: Medium

Оскільки мій проєкт є односторінковим сайтом-візиткою і на даному етапі не передбачає подальшого розширення структури чи масштабування до

багатосторінкового ресурсу, я вважаю недоцільним використання повної ієрархії методології Atomic Design. У своїй роботі я зупиняюся на рівні організмів.

Застосування рівнів «шаблонів» та «сторінок» у межах цього проєкту було б надлишковим, оскільки в структурі Single Page Application вони фактично дублюють один одного. Мій підхід зосереджений на створенні якісної бази атомів (шрифтів, кольорів, кнопок) та їх поєднанні в молекули, які згодом утворюють повноцінні організми. Це дозволяє мені забезпечити візуальну цілісність та технічну консистентність інтерфейсу у Framer, не перевантажуючи архітектуру проєкту зайвими абстракціями, що повністю відповідає поточному завданню та обсягу розробки.

7.2.1 Створення дизайн атомів

На початковому етапі розробки, спираючись на принципи атомарного дизайну, я зосередилася на створенні дизайн-атомів – базових констант проєкту, що забезпечують візуальну цілісність усіх елементів сайту. Оскільки замовниця вже мала сформований фірмовий стиль, який успішно використовувався у поліграфічній продукції та соціальних мережах, було прийнято спільне рішення зберегти цю основу. Це дозволило підтримати вже існуючу впізнаваність бренду та асоціативний зв'язок із психологією. Моїм завданням було розширити, систематизувати та адаптувати ці напрацювання для веб-середовища.

Колірна палітра системи була розширена до шести функціональних відтінків, що дозволило побудувати гармонійну ієрархію та якісно розставити акценти. У системі HEX палітра представлена наступними токенами:

Основою виступають чистий білий (#FFFFFF) та м'який відтінок «блідий сніг» (#F3F3F6), які використовуються для створення повітряного простору та фонів.

Допоміжний блакитний (#ADD1FF) слугує для м'якого виділення другорядних елементів.

Глибокі відтінки «індиго» (#49536B) та «космос» (#18243C) застосовуються для текстових блоків і контрастних зон, забезпечуючи високу читабельність.

Центральним кольором є фірмовий синій (#1455E4), який використовується як основний акцентний колір для кнопок, активних посилань і ключових закликів до дії.

У частині типографії було сформовано систему стилів, що базується на поєднанні двох гарнітур. Як основний шрифт було обрано Geist – сучасну, безкоштовну та варіативну гарнітуру, що відповідає високим технічним вимогам веб-розробки та забезпечує комфортне сприйняття великих масивів тексту. Для акцентів у заголовках і підкреслення професійного стилю я використала Roboto Sans. Така типографічна пара дозволила чітко розмежувати інформаційні рівні та додати інтерфейсу динаміки, зберігаючи при цьому строгість та експертність, притаманні діяльності фахівця.

Систематизація цих параметрів на рівні токенів дозволила мені забезпечити повну консистентність дизайну: будь-яка зміна базового кольору чи шрифту автоматично оновлюється у всіх компонентах сайту, що значно підвищує технологічність проєкту.

7.2.2 Створення дизайн молекул

На молекулярному рівні основна робота була зосереджена на проєктуванні кнопок, які стали технічною та візуальною основою навігаційної системи сайту. Для забезпечення функціональної чіткості я розробила дві різні системи відступів, що базуються на принципах ієрархії інтерфейсу та зручності користувача. За базові значення внутрішніх відступів у навігаційних кнопках меню було обрано 2 пікселі по вертикалі та 6 пікселів по горизонталі. Таке рішення обґрунтоване необхідністю збереження максимальної легкості

та компактності хедеру, де кнопки мають бути акуратними та не відволікати від основного контенту, водночас чітко відокремлюючи назви розділів одна від одної.

На противагу їм, функціональні кнопки з покликами, що ведуть до ключових дій на сайті, мають значно більші відступи – 10 пікселів по вертикалі та 12 пікселів по горизонталі. Такий вибір параметрів пояснюється прагненням виділити ці елементи як пріоритетні точки взаємодії. Збільшення внутрішнього простору навколо тексту в кнопках із покликами робить їх візуально вагомішими, що допомагає залучати увагу користувача та стимулювати натискання. Окрім суто естетичного аспекту, більші відступи підвищують ергономічність кнопок, роблячи їх зручнішими для використання на сенсорних екранах мобільних пристроїв, де площа дотику має бути достатньою для уникнення помилкових кліків. Диференціація значень відступів дозволила створити зрозумілу систему пріоритетів, де допоміжна навігація залишається стриманою, а кнопки з покликами виступають активними акцентами інтерфейсу.

7.2.3 Створення дизайн організмів

На етапі формування організмів основна увага була зосереджена на розробці хедеру (шапки сайту), який є головним навігаційним центром веб-ресурсу. Хедер спроектований як складний організм, що забезпечує користувачу постійний доступ до основних розділів сайту та засобів зв'язку, незалежно від глибини скролу. Він об'єднує в собі кілька груп молекул та атомів: логотип із текстовим ідентифікатором «Суховілова Наталія», блок горизонтальної навігації («Компетенції», «Досвід», «Освіта», «Послуги», «Контакти») та окрему групу іконок соціальних мереж для швидкого переходу в Instagram, Facebook та Telegram.

Технічне виконання хедеру базується на створенні наскрізного компонента, що гарантує візуальну стабільність інтерфейсу. Для фону та

активних елементів було використано фірмовий акцентний синій колір (#1455E4), який чітко виділяє навігаційну панель на фоні основного контенту та підкреслює брендинг. Особливу увагу я приділила внутрішній архітектурі цього організму: використання інструментів вирівнювання дозволило рівномірно розподілити логотип, меню та іконки соцмереж, створюючи збалансовану композицію, яка легко зчитується користувачем.

Решту інформаційних блоків сайту, зважаючи на його специфіку як компактного сайту-візитки, було вирішено не виокремлювати у складні самостійні організми на цьому етапі. Їхня фінальна конфігурація та наповнення відбувалися безпосередньо під час загального збору макету. Такий підхід дозволив мені більш гнучко проєктувати структуру сторінки, миттєво адаптуючи контентні модулі під загальну стилістику без зайвого ускладнення бібліотеки компонентів, що значно пришвидшило процес фінальної верстки проєкту.

7.3 Збір дизайн макету

Збірка загального дизайн-макета стала найвідповідальнішим і найбільш трудомістким етапом розробки, оскільки саме на цьому рівні я формувала цілісну візуальну розповідь, закладаючи основу композиції, що мала бути одночасно інформативною та динамічною. Моїм завданням було створити структуру, яка б вела користувача від знайомства з особистістю фахівця до конкретних пропозицій і контактів. На цьому ж етапі я заклала базову технічну логіку для подальшої анімації, структуруючи шари та об'єкти так, щоб їхня майбутня поява на екрані підсилювала сприйняття контенту, а не відволікала від нього.

Композиція розпочинається з головного екрана (Hero Section), де я використала великий портретний знімок і чітку типографіку з іменем фахівця, що одразу формує його персональний бренд. Поруч розташовані блок із ключовим меседжем про інтегративну психологію та структурований перелік

компетенцій, що дає відповіді на перші запити відвідувача. Наступним іде потужний візуальний акцент – контрастна синя секція, присвячена поєднанню консультативної роботи та благодійної діяльності. Тут я використала великі числові показники як інструмент соціального доказу, що робить цей блок найбільш пам'ятним. Далі розташована секція «Досвід», де текстовий опис гармонійно поєднується з вертикальним блоком реальних фотографій із робочих локацій, що підтверджують практичний досвід замовниці.

Середня частина макета присвячена професійному розвитку та конкретним послугам. Блок «Освіта» реалізований у вигляді чіткої сітки (grid) з текстовими картками, що дозволяє легко ознайомитися з кваліфікацією без візуального перевантаження. Секція «Послуги» представлена двома великими інтерактивними плитками «Індивідуальні» та «Групові», що мають мінімалістичний дизайн для швидкого вибору потрібного формату. Особливу увагу я приділила блоку «Альтернативні практики», де використала плиткову композицію з фотографіями-картками (арт-терапія, трансформаційні ігри, метафоричні карти), що додає сайту глибини та розкриває різноплановість підходів психологині. Завершує композицію контактна секція на фірмовому синьому фоні, де інтегровано форму зворотного зв'язку та карту, що логічно завершує цикл взаємодії користувача з сайтом. Вся збірка була виконана з суворим дотриманням модульної сітки, що стало запорукою швидкої та коректної адаптації макета під мобільні пристрої. Готовий дизайн-макет розташований у додатку «А».

7.4 Створення фото контенту для наповнення сайту

Важливим складником візуальної ідентифікації проєкту стало формування якісного та автентичного фотоконтенту, що безпосередньо впливає на рівень довіри потенційних клієнтів до психолога. Для наповнення сайту було використано комбінований підхід до збору графічних матеріалів. Частину фотографій, що демонструють робочий процес «на місцях», зокрема

в кабінеті під час консультацій, було надано замовницю з її особистого архіву. Ці матеріали дозволили передати реальну атмосферу діяльності ФОП Суховілової.

Іншу частину візуального контенту, зокрема портретні знімки для головного екрана та розділу «Про мене», а також деталі інтер'єру, я створила самостійно під час особистої зустрічі з клієнткою. Для проведення професійної фотосесії використовувалася бездзеркальна камера Sony Alpha 7 IV у поєднанні зі світлосильним зум-об'єктивом Sony FE 24-70mm f/2.8 GM. Використання такого обладнання дозволило досягти високої чіткості, правильної передачі тонів шкіри та художнього розмиття фону, що додало сайту преміального й професійного вигляду.

Весь отриманий матеріал пройшов етап постпродакшну, що включав корекцію кольорів відповідно до обраної палітри сайту та технічну оптимізацію. Фотографії були адаптовані за розміром і роздільною здатністю для забезпечення швидкого завантаження сторінок у Framer без втрати візуальної якості. Таке поєднання наданих архівних кадрів та авторської професійної зйомки дозволило створити цілісний візуальний ряд, який максимально повно розкриває особистість і професіоналізм фахівця.

8 ТЕХНІЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ САЙТУ

8.1 Перенесення сайту на Framer

Процес перенесення візуальних рішень із середовища проєктування Figma на платформу розробки Framer базується на принципі прямої конвертації об'єктної моделі дизайну в інтерактивний вебкод. Технічна реалізація цього етапу розпочинається з ретельної підготовки макета у Figma, де ключову роль відіграє використання інструменту Auto Layout. Оскільки Framer працює за логікою Flexbox, належне структурування контейнерів, відступів та вирівнювань у Figma дозволяє автоматично відтворити адаптивну логіку майбутнього сайту без необхідності повторного налаштування кожного елемента вручну.

Основним технологічним містком між програмами виступає спеціалізований плагін Framer Copy-Paste, який аналізує виділені фрейми, їхню геометрію, властивості типографіки, кольорові стилі та векторні дані. Після копіювання об'єктів у буфер обміну та їх вставки безпосередньо у робочий простір Framer платформа здійснює автоматичну інтерпретацію шарів. Під час цього процесу шрифтові гарнітури синхронізуються з бібліотеками Google Fonts або імпортуються як кастомні файли, а складні графічні ефекти, такі як градієнти та тіні, конвертуються у відповідні CSS-властивості.

Завершальний етап переносу передбачає «оживлення» статичного макета шляхом перетворення імпортованих груп на динамічні компоненти та стеки (Stacks). На цьому рівні налаштовуються параметри гнучкості контейнерів (Fill, Hug або Relative), що базуються на попередньо створеній у Figma модульній сітці. Це забезпечує коректне масштабування контенту під різні брейкпоінти (Desktop, Tablet, Mobile) та дозволяє інтегрувати складні мікровзаємодії, скрол-анімації й форми зворотного зв'язку. Такий підхід забезпечує абсолютну візуальну ідентичність фінального сайту розробленому

прототипу, значно прискорюючи перехід від графічного дизайну до публікації готового веб-ресурсу в мережі.

8.2 Створення стилів та компонентів

У системі Framer робота зі стилями побудована на принципах ієрархії та адаптивності, що значно відрізняє її від класичних графічних редакторів. Головна особливість полягає в тому, що Framer дозволяє створювати «розумні» стилі, які автоматично змінюють свої параметри залежно від пристрою, на якому переглядають сайт.

Процес створення стилів я розпочала з визначення типографічної системи. У Framer створення стилю відбувається через панель Assets, де для кожного текстового стилю (наприклад, Heading 1, Body, Caption) можна задати індивідуальні параметри. Унікальною можливістю платформи є функція Breakpoints у самому стилі. Це дозволяє мені в межах одного стилю «H1» прописати різні розміри кегля для десктопа (наприклад, 64px), планшета (48px) та мобільного телефона (32px). Завдяки цьому при зміні ширини екрана текст масштабується автоматично без необхідності вручну перепризначати стилі для кожної версії макета. Такий підхід забезпечує ідеальну читабельність і візуальну консистентність інтерфейсу на будь-якому носії.

Аналогічно я налаштувала колірну палітру. У стилі Framer кольори підтримують створення Shared Colors, які можна використовувати для фонів, текстів та обводок. Важливою технічною перевагою є можливість створення кольорних тем (наприклад, світлої та темної) в межах одного стилю. Якщо в майбутньому виникне потреба змінити відтінок брендового кольору, мені достатньо відредагувати його в одному місці на панелі Assets, і зміни миттєво застосуються до всіх елементів сайту, де використано цей стиль.

Крім базових параметрів, я створила компоненти для базових елементів взаємодії, зокрема для посилань і кнопок. У Framer можна глобально налаштувати Link Styles, визначивши поведінку тексту в різних станах:

звичайному (Default), при наведенні (Hover) та активному (Active). Це дозволило мені уніфікувати всі мікровзаємодії на сайті, зробивши інтерфейс передбачуваним і приємним для користувача.

Використання такої комплексної системи стилів дозволило мені не лише пришвидшити процес розробки, а й закласти міцну технічну базу для подальшого масштабування сайту ФОП Суховілової, зберігаючи при цьому строгий контроль над кожним пікселем дизайну.

8.3 Додання анімації та інтерактивних елементів

На цьому етапі розробки основну увагу було зосереджено на підвищенні динамічності веб-ресурсу та створенні позитивного користувацького досвіду (UX). Моєю метою було впровадження такої інтерактивності, яка б не переважувала інтерфейс і не відволікала від вивчення професійної інформації, проте сприяла б утриманню уваги відвідувачів, зокрема «холодної» аудиторії, яка вперше знайомиться з послугами ФОП Суховілової. Використання мікровзаємодій дозволило зробити процес навігації більш інтуїтивним і емоційно приємним.

Важливою перевагою обраної платформи Framer стала наявність інтегрованого маркетплейсу з великою базою готових, зокрема безкоштовних, компонентів. Це дозволило мені оптимізувати процес розробки: частину складних функціональних елементів я підібрала на маркетплейсі та адаптувала під стилістику свого проєкту, тоді як унікальні анімаційні рішення розробляла власноруч за допомогою вбудованих інструментів платформи. Таке поєднання готових бібліотек та авторських налаштувань дозволило досягти балансу між швидкістю реалізації й ексклюзивністю дизайну.

Всі інтерактивні елементи на сайті реалізовані через систему компонентів. Це означає, що кожна кнопка, картка послуги чи елемент меню є окремим інтелектуальним об'єктом із власними «станами» (Variants). Я налаштувала різні стани для взаємодії: зміну кольору або легке масштабування

при наведенні курсору (Hover), реакцію на натискання (Pressed), а також анімації появи елементів під час скролу сторінки (Scroll Effects). Завдяки компонентному підходу всі анімації працюють плавно та стабільно, забезпечуючи високу швидкість відгуку інтерфейсу та професійний вигляд кінцевого продукту.

8.4 Створення сторінки 404

Окремим етапом роботи стало проєктування сторінки помилки 404 (Page Not Found). Дана сторінка є обов'язковим елементом архітектури будь-якого сучасного вебресурсу, оскільки вона виконує критичну функцію утримання користувача. Її основне завдання – коректно проінформувати відвідувача про те, що запитувана адреса не існує або була змінена та запобігти передчасному залишенню сайту, надавши зрозумілий шлях для повернення до актуального контенту.

Зважаючи на те, що структура цієї сторінки зазвичай є лаконічною та не потребує складних композиційних пошуків у Figma, її дизайн і технічна збірка були реалізовані безпосередньо в середовищі Framer. Це дозволило мені миттєво застосувати вже налаштовані глобальні стилі типографіки та кольорову палітру, забезпечивши візуальну єдність із рештою сайту.

Функціональне наповнення сторінки включає стандартний хедер для швидкої навігації, коротке текстове повідомлення, що пояснює причину помилки у делікатній формі, та акцентну кнопку повернення на головний екран. Для того, щоб зробити цю технічну сторінку менш формальною та більш привабливою, я інтегрувала фонову інтерактивну анімацію на весь екран. Анімаційні ефекти налаштовані таким чином, щоб створювати відчуття динаміки та глибини, але при цьому мають приглушені параметри прозорості та швидкості, що не заважає чіткому сприйняттю текстової інформації. Таке рішення дозволяє зберегти лояльність користувача навіть у момент виникнення навігаційної помилки, демонструючи увагу до деталей на кожному рівні проєкту.

8.5 Адаптація сайту

Процес адаптації вебресурсу під різні типи пристроїв став логічним завершенням етапу технічної збірки. Завдяки тому, що на попередніх етапах я приділила особливу увагу системному налаштуванню текстових стилів і контейнерів (Stacks), перехід від десктопної версії до мобільної виявився максимально швидким і технічно простим.

Оскільки в межах кожного текстового стилю я заздалегідь визначила параметри масштабування для різних брейкпоінтів, мені не довелося вручну змінювати розмір заголовків чи основного тексту на кожному екрані – система автоматично підлаштовувала кегль під задані параметри планшетних та мобільних версій. Таку ж ефективність продемонстрували й налаштування текстових боксів та контейнерів: використання параметрів відносної ширини (Fill) та автоматичних відступів (Padding) дозволило контенту гнучко перегруповуватися при звуженні вікна браузера, зберігаючи ідеальну візуальну ієрархію без зміщення елементів.

Найбільш помітної трансформації в межах адаптації зазнала навігаційна панель. Якщо у десктопній версії меню представлене відкритим списком розділів для зручного швидкого переходу, то у мобільній версії, задля економії корисного простору та збереження чистоти інтерфейсу, я реалізувала приховане меню. Весь навігаційний функціонал було згорнуто у компактний «бургер»-меню, який відкривається при кліку, надаючи користувачу доступ до основних сторінок сайту. Таке рішення забезпечило високий рівень зручності (usability) на невеликих екранах смартфонів, не перевантажуючи візуальне сприйняття головного екрана.

Результатом цього етапу стала повна адаптивність сайту (рис. 8.1): відсутність горизонтального скролу та коректне відображення всіх графічних і текстових модулів на будь-якій діагоналі. Попередня робота над архітектурою стилів у Figma та їх точне перенесення у Framer дозволили мінімізувати кількість правок та забезпечити технічну стабільність адаптивного дизайну.

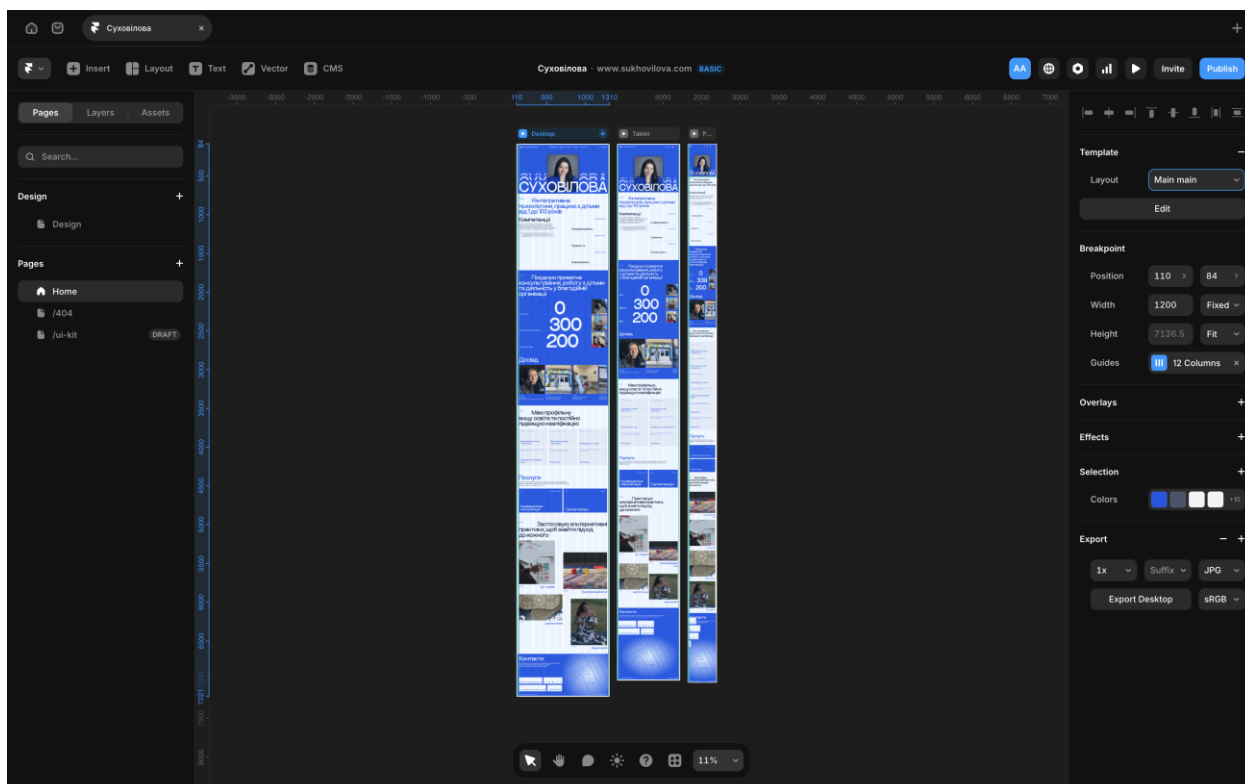


Рисунок 8.1 – Макет візитівки

Джерело: Власна розробка

8.6 SEO-налаштування та публікація сайту

Фінальний етап розробки було зосереджено на технічному налаштуванні сайту для його коректного індексування пошуковими системами та забезпечення інклюзивності інтерфейсу. Особливу увагу я приділила відповідності проєкту міжнародним стандартам доступності WCAG. Для цього було проведено ретельний аудит загальної контрастності текстових елементів відносно фону, що гарантує комфортне зчитування інформації користувачами з порушеннями зору. Окрім того, для всіх графічних об'єктів та фотоконтенту я прописала alt-теги – текстові описи зображень, які дозволяють скрінрідерам коректно інтерпретувати візуальний вміст сайту, а також позитивно впливають на SEO-показники.

Наступним кроком стала підготовка до запуску сайту на професійному рівні. Для отримання доступу до розширеного технічного функціоналу, зокрема можливості підключення власного доменного імені, я придбала

тарифний план у Framer. Саме доменне ім'я було зареєстровано через сервіс GoDaddy [15]. Технічний процес інтеграції домену відбувався шляхом синхронізації DNS-налаштувань. Після додавання обраного домену в панель керування Framer я перейшла до кабінету реєстратора GoDaddy, щоб налаштувати записи. Процес передбачав створення А-запису, що вказує на IP-адресу серверів Framer, та CNAME-запису для коректної роботи піддомену «www». Після успішної верифікації записів платформою Framer автоматично згенерував SSL-сертифікат, що забезпечило безпечне з'єднання через протокол HTTPS.

Завершальним етапом перед фінальним релізом стало налаштування метаданих та візуальних атрибутів сайту. Я завантажила favicon (іконку для вкладок браузера) та налаштувала «social image» – зображення, яке відображається при поширенні посилання в соціальних мережах та месенджерах. Також було заповнено Title та Description для кожної секції, що є фундаментальним для ефективного SEO-просування. Після завершення всіх перевірок я здійснила публікацію сайту, зробивши вебресурс ФОП Суховілової офіційно доступним у глобальній мережі за власним доменним ім'ям.

9 ТЕСТУВАННЯ

Етап тестування є невід’ємною та критично важливою частиною процесу розробки будь-якого програмного продукту, зокрема сайту-візитки для приватного фахівця. Основною метою цього процесу є перевірка працездатності всіх функціональних елементів, виявлення та усунення технічних помилок до моменту офіційного запуску ресурсу. Тестування дозволяє переконатися, що розроблений інтерфейс не лише відповідає візуальній концепції, а й забезпечує стабільну та передбачувану взаємодію з користувачем незалежно від зовнішніх чинників.

Необхідність тестування зумовлена багатогранністю сучасного вебу, де один і той самий сайт може відкриватися на сотнях різних моделей пристроїв, у різних браузерах та за різної швидкості інтернет-з’єднання. Важливість цього етапу для проєкту ФОП Суховілової полягає у формуванні професійної репутації: некоректна робота кнопок, помилки у верстці або непрацюючі форми зворотного зв’язку можуть негативно вплинути на рівень довіри потенційних клієнтів. Таким чином, якісне тестування гарантує доступність контенту, швидкість відгуку інтерфейсу та технічну надійність, що у підсумку конвертується у позитивний користувацький досвід та ефективне виконання бізнес-завдань замовниці.

9.1 Тестування UX сайту

Для оцінки реальної зручності інтерфейсу та виявлення можливих бар’єрів на шляху до конверсії було проведено повноцінне юзабіліті-тестування. До дослідження методом інтерв’ю-тестування було залучено 5 представників цільової аудиторії, які повністю відповідають профілю нашого типового персонажа – Олени (молодші професіонали з високим рівнем стресу та дефіцитом часу).

На основі розробленої концепції перед респондентами було поставлено типові практичні завдання, сформовані за критеріями SMART: перевірити наявність у фахівця профільної вищої освіти та записатися на першу консультацію через Telegram.

Для його виконання я передбачила таку послідовність кроків.

Крок 1 (Головна сторінка). Користувачка переглядає перший екран для ідентифікації фахівця та скролить до блоку компетенцій.

Крок 2 (Блок «Освіта»). Користувачка знаходить розділ із дипломами, де верифікує диплом про вищу профільну освіту (перегляд конкретного документа).

Крок 3 (Блок «Послуги»). Користувачка переходить до переліку послуг, щоб дізнатися можливі формати роботи

Крок 4 (Футер/Контакти). Користувачка натискає інтерактивну іконку Telegram, що автоматично переспрямовує її в застосунок для написання повідомлення.

Цей ланцюжок із чотирьох кроків дозволяє мені чітко перевірити логіку переходів між станами екранів і переконатися, що в інтерфейсі немає розривів на шляху до конверсії.

Моєю типовою користувачкою є Олена, 36 років, яка належить до сегмента молодих професіоналів, що стикаються з високим рівнем стресу та вигорання. Вона цінує свій час, шукає фахівця, який викликає довіру завдяки професійній експертності та віддає перевагу швидким цифровим способам комунікації без зайвих телефонних дзвінків.

Практичне завдання користувача: перевірити наявність профільної вищої освіти та записатися на першу консультацію через Telegram.

Типова ситуація використання продукту: Олена взаємодіє з інтерфейсом пізно ввечері, перебуваючи вдома після важкого робочого дня. Вона лежить на дивані, відчуває емоційну втому та потребу в підтримці, тому гортає сайт у пошуках «свого» терапевта. Це момент приватного пошуку, коли вона хоче швидко отримати підтвердження професіоналізму та так само швидко зробити перший крок до запису.

Ключові обмеження та умови взаємодії:

- тип пристрою. Смартфон (iPhone 16), що вимагає ідеальної Touch-модальності та зручної навігації великим пальцем однієї руки;
- характер підключення. Домашній wifi, але роутер в іншій кімнаті, тому може бути нестабільним, швидкість завантаження через кешування у Framer є критичною;
- стан користувача. Знижена концентрація уваги через втому, що диктує необхідність високої контрастності та відсутності візуального шуму.

Побудувати основний користувацький сценарій взаємодії (табл. 9.1).
Перевірити кваліфікацію у розділі «Освіта» та записатися на консультацію через Telegram.

Таблиця 9.1 – Основний користувацький сценарій взаємодії

№ кроку	Дія користувача	Екран / стан екрана	Інтерфейсні елементи (компоненти UI-kit)	Результат кроку
1	Відкриває головну сторінку та переглядає вступну інформацію	Перший hero блок	Заголовок, фото, верхнє меню навігації	Отримано загальне уявлення про спеціаліста
2	Скрол до розділу з документами про освіту	4 блок Освіта	Заголовок та картки дипломів, по натиску на які з'являються фото дипломів	Впевнюється у наявності фахової в.о.
3	Ознайомлюється з форматами роботи	5 блок Послуги	Заголовок та картки послуг	Користувачка бачить варіанти роботи індивідуальний та групові, а також можливість онлайн чи офлайн зустрічі
4	Переходить до футера та обирає спосіб зв'язку через месенджер	футер	Заголовок, місцезаходження простору в Ужгороді та всі варіанти зв'язку	Відбувається автоматичний перехід у застосунок Telegram для початку діалогу

Для оцінки ефективності взаємодії було впроваджено метрику часу виконання завдання (Time on Task). Результати тестування серед 5 респондентів розподілилися наступним чином:

- максимальний зафіксований час: 42 секунди (користувач детальніше зупинився на перегляді текстових карток в освіті);
- мінімальний зафіксований час: 28 секунд (швидкий скануючий перегляд інтерфейсу);
- середній час виконання: 34 секунди.

Усі 5 респондентів успішно та без додаткових підказок виконали завдання на 100%. Середній показник у 34 секунди свідчить про високу ефективність інтерфейсу. Завдяки логічній послідовності блоків, чіткій візуальній ієрархії та відсутності розривів у структурі макета, користувачі миттєво знаходили підтвердження експертності психологині та легко переходили до активної фази комунікації. Тестування довело, що сайт повністю задовольняє потребу ЦА у швидкому отриманні інформації без зайвих організаційних зусиль.

Для оцінки UX-ризиків було протестовано альтернативний сценарій поведінки (табл. 9.2), коли користувач намагається дізнатися вартість бажаного формату роботи, але стикається з відсутністю ціни безпосередньо на картці послуги. У цьому випадку для отримання фінального результату користувачеві доводиться робити додаткову дію – переходити до футера та писати особисто психологу.

Результати тестування цього шляху серед 5 респондентів розподілилися наступним чином:

- максимальний зафіксований час: 74 секунди (користувач довго вчитувався в картку послуги, намагаючись знайти приховану вартість, перед тим як скролити до футера);
- мінімальний зафіксований час: 51 секунда (швидка орієнтація та миттєвий перехід до контактів для прямого запиту);
- середній час виконання: 62 секунди.

Таблиця 9.2 – Альтернативний сценарій взаємодії

№ кроку	Дія користувача	Екран / стан екрана	Інтерфейсні елементи (компоненти UI-kit)	Результат кроку
1	Відкриває головну сторінку та переглядає вступну інформацію	Перший hero блок	Заголовок, фото, верхнє меню навігації	Отримано загальне уявлення про спеціаліста
2	Скрол до розділу з документами про освіту	4 блок Освіта	Заголовок та картки дипломів, по натиску на які з'являються фото дипломів	Впевнюється у наявності фахової в.о.
3	Скролить до 5 блоку «Послуги», щоб дізнатися вартість бажаного формату роботи	5 блок Послуги	Заголовок та картки послуг	Знаходить картку потрібного формату, але на ній не вказана ціна
4	Переходить до футера та обирає спосіб зв'язку через месенджер	футер	Заголовок, місцезаходження простору в Ужгороді та всі варіанти зв'язку	Відбувається автоматичний перехід у застосунок Telegram, щоб спитати про ціни особисто у психологині

Усі 5 респондентів змогли завершити завдання та перейти в Telegram, проте середній час взаємодії зріс майже вдвічі (до 62 секунд) порівняно з ідеальним сценарієм. Відсутність ціни на картці створює додатковий крок на шляху користувача та змушує його долати зайвий психологічний бар'єр (необхідність особистого запиту). Попри те, що чітка структура футера дозволила швидко знайти іконку месенджера, такий сценарій підвищує ризик втрати "холодних" клієнтів, які цінують свій час і віддають перевагу повній прозорості даних одразу на сторінці сайту.

9.2 Тестування адаптивності сайту

Тестування адаптивності є одним із найважливіших етапів контролю якості, оскільки сучасний користувач взаємодіє з контентом через широкий спектр пристроїв із різними діагоналями екранів. Важливість цього процесу полягає у забезпеченні консистентності дизайну та збереженні функціональності сайту незалежно від умов перегляду. Для проєкту психологині Наталії Суховілової адаптивність має критичне значення: сайт повинен виглядати однаково професійно як на великому моніторі під час детального вивчення послуг, так і на екрані смартфона, коли клієнту потрібно швидко знайти контакти чи записатися на консультацію.

Під час розробки я орієнтувалася на три стандартні контрольні точки (breakpoints): Desktop (від 1200px), Tablet (810px) та Mobile (390px). Проте, для отримання об'єктивних результатів, фінальне тестування проводилося не лише в емуляторах браузерів, а й на реальних фізичних пристроях із різною щільністю пікселів та співвідношенням сторін. Зокрема, перевірка здійснювалася на смартфоні iPhone 16 Pro, планшеті iPad Pro та професійному моніторі Dell із роздільною здатністю 2K.

Використання iPhone 16 Pro дозволило перевірити зручність взаємодії з інтерфейсом за допомогою однієї руки, коректність роботи бургер-меню та читабельність текстів на екрані з високою щільністю пікселів. Тестування на iPad Pro підтвердило правильність перегруповання складних контентних блоків та гнучкість сітки у портретній та альбомній орієнтаціях. Перевірка на моніторі Dell 2K показала, що обрана композиція та якість фотоконтенту зберігають свою чіткість і не втрачають візуальної ваги на великих площах, а всі відступи та вирівнювання залишаються гармонійними.

За результатами проведених випробувань критичних помилок чи візуальних дефектів виявлено не було. Сайт демонструє швидку швидкість відгуку, відсутність горизонтального скролу та повну відповідність інтерактивних елементів заданим сценаріям поведінки. Весь контент

масштабується правильно, забезпечуючи зручний та інтуїтивно зрозумілий користувацький досвід на всіх протестованих пристроях.

9.3 Тестування кросбраузерності сайту

Наступним важливим етапом перевірки став контроль кросбраузерної сумісності вебресурсу. Оскільки кожен сучасний браузер використовує власні алгоритми рендерингу (двигуни), існує ймовірність того, що певні елементи дизайну або складні анімації можуть відображатися некоректно в різних середовищах. Метою цього тестування було підтвердити, що сайт ФОП Суховілової зберігає абсолютну візуальну та функціональну ідентичність для всіх користувачів, незалежно від обраного ними програмного забезпечення.

Для перевірки було обрано три найбільш розповсюджені браузери, які охоплюють переважну більшість аудиторії: Google Chrome, Safari та Microsoft Edge.

За результатами тестування було встановлено, що у всіх трьох браузерах сайт виглядає ідентично, без будь-яких зміщень елементів чи викривлення пропорцій. Використання сучасних стандартів верстки у Framer забезпечило стабільну роботу ресурсу, а оптимізація медіаконтенту дозволила досягти високої швидкості завантаження сторінок у кожному з протестованих середовищ. Це гарантує клієнтам комфортну роботу з сайтом як на macOS та iOS через Safari, так і на пристроях під управлінням Windows та Android через Chrome чи Edge. Таким чином, технічну сумісність проєкту можна вважати повною, що мінімізує ризики втрати аудиторії через програмні обмеження.

10 ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ В БІЗНЕС

Розробка вебресурсу для ФОП Суховілової не обмежилася лише створенням цифрової платформи, а стала частиною комплексної стратегії позиціонування фахівця. Одним із ключових запитів клієнтки була інтеграція сайту з офлайн-носіями для зручного переходу потенційних клієнтів до портфолію та переліку послуг. Для реалізації цього завдання я розробила дизайн візитівок, які візуально та стилістично повністю інтегровані в екосистему бренду. Візитівки виконані у фірмових кольорах сайту, а їхнім центральним функціональним елементом є персоналізований QR-код (рис. 10.1). Я підготувала макети до друку з урахуванням усіх технічних вимог типографії, що дозволяє клієнтці використовувати їх як ефективний інструмент нетворкінгу під час професійних зустрічей чи конференцій (рис. 10.2).

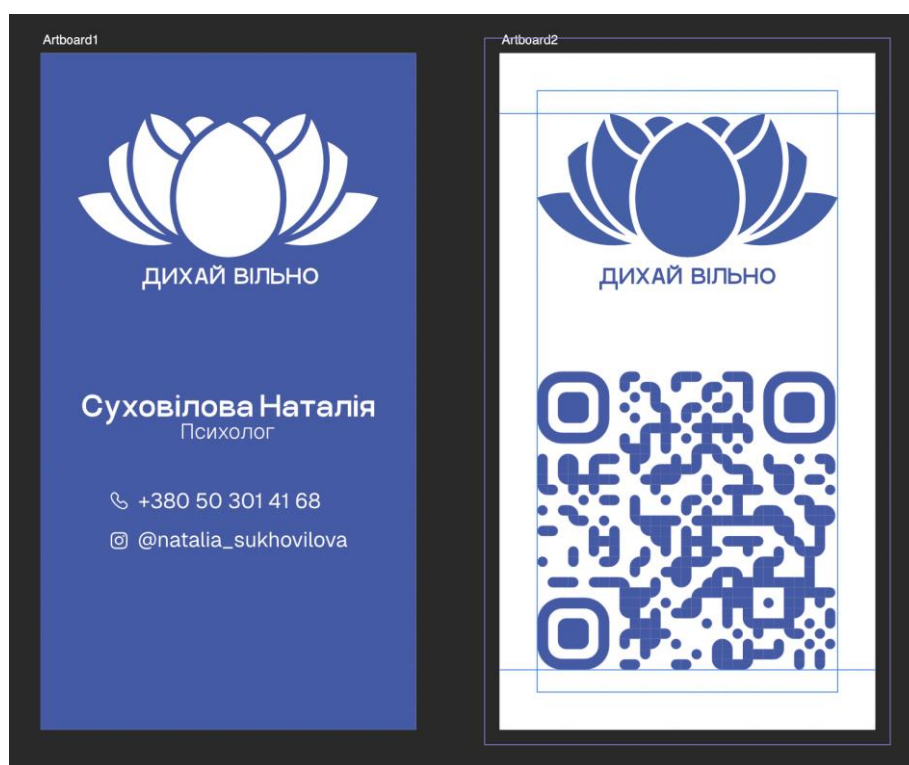


Рисунок 10.1 – Макет візитівки

Джерело: Власна розробка



Рисунок 10.2 – Надрукована візитівки

Джерело: Власна розробка

Додатковою стратегічною перевагою використання платформи Framer стала інтегрована система бізнес-аналітики (рис. 10.3), яка дозволяє відстежувати ефективність сайту в режимі реального часу. Впроваджена панель керування надає глибоке розуміння поведінки аудиторії за декількома ключовими метриками. Зокрема, вона відображає кількість унікальних відвідувачів та загальну кількість переглядів сторінок, що дозволяє оцінити динаміку зацікавленості послугами. Важливим показником є «Bounce Rate» (показник відмов) та середня тривалість сесії, яка для даного проєкту становить понад 4 хвилини, що свідчить про високу якість контенту та зацікавленість користувачів у детальному вивченні інформації.

Технічний інструментарій аналітики також дозволяє сегментувати аудиторію за географічною ознакою та за типами пристроїв. Згідно з даними панелі, значна частина трафіку надходить із десктопних та мобільних пристроїв, що ще раз підтверджує критичну важливість раніше проведеної роботи з адаптації інтерфейсу. Також система фіксує джерела переходів, що дає змогу відстежувати ефективність зовнішніх посилань та рекламних кампаній. Наявність такої деталізованої статистики перетворює сайт із простої

візитівки на повноцінний маркетинговий інструмент, який дозволяє клієнтці приймати обґрунтовані рішення щодо подальшого розвитку своєї практики та взаємодії з аудиторією.

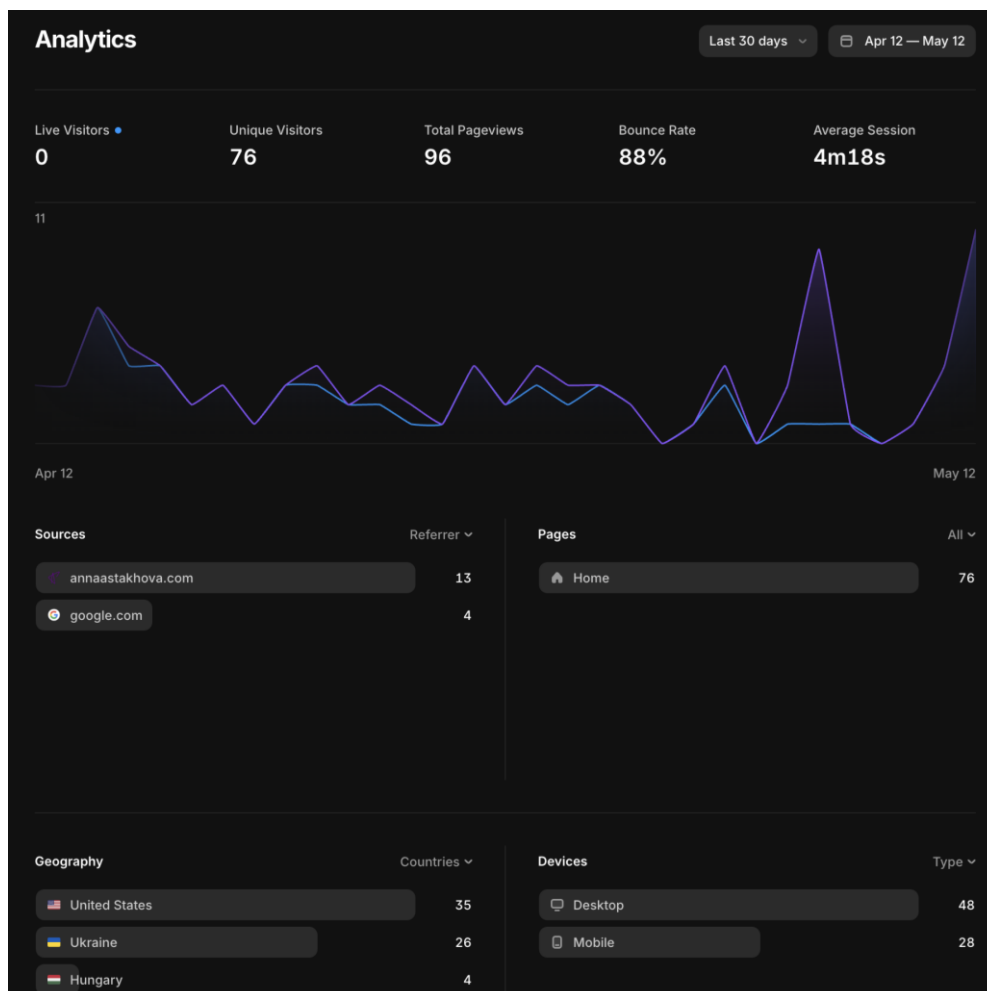


Рисунок 10.3 – Аналітика сайту

Джерело: Власна розробка

11 РЕЗУЛЬТАТИ ПРОЄКТУВАННЯ

11.1 Склад і функціональні можливості готового сайту

У межах виконання практичної частини проєкту було створено та повністю підготовлено до роботи односторінковий сайт-візитку, архітектура якого розроблена відповідно до конкретних завдань замовника. Структурно веб-ресурс складається з послідовної системи логічних секцій: головного екрана, інформаційного блоку про діяльність, детального опису послуг та інтерактивної зони зворотного зв'язку. Проєкт реалізовано із застосуванням принципів чуйного (responsive) дизайну, що містить окремі адаптивні версії, оптимізовані під роздільну здатність екранів настільних комп'ютерів, планшетів та смартфонів. Технічна архітектура сайту включає інтеграцію наскрізних контактних переходів, які дозволяють користувачеві в один клік ініціювати телефонний дзвінок або відкривати діалог у популярних месенджерах.

Попри односторінковий формат, для коректної обробки помилок навігації було додатково розроблено та стилізовано окрему кастомну сторінку 404. В межах внутрішньої пошукової оптимізації (SEO) у структурі сторінки налаштовано чітку ієрархію заголовків, прописано метатеги та додано текстові описи в атрибуті alt для всіх графічних елементів. Готовий продукт розгорнуто у вебпросторі із підключенням власного доменного імені замовника, а в код сторінки інтегровано скрипти вебаналітики для фіксації користувацьких метрик. Окрім цифрового середовища, проєкт отримав розширення у фізичній площині – створено готові до друку графічні макети QR-візитівок із зашитим посиланням на розроблений сайт.

11.2 Оцінка результату проєктування

Комплексний аналіз створеного рішення дозволяє оцінити якість проєктування та визначити його технічну й експлуатаційну спроможність. Під час проведення етапу тестування було виконано перевірку кросбраузерності та стабільності адаптивної верстки на різних операційних системах, яка підтвердила правильність масштабування інтерфейсу та збереження візуальних пропорцій на будь-яких пристроях. Інструментальний контроль швидкодії засвідчив високу швидкість завантаження сторінки завдяки грамотній компресії медіафайлів, а перевірка клікабельності підтвердила безпомилкове спрацьовування всіх налаштованих комунікаційних посилань та інтерактивних елементів.

Разом із цим, аналіз виявив певні архітектурні обмеження розробленого продукту, зумовлені обраним форматом single-page application. Така структура ускладнює подальше масштабне розширення контенту (наприклад, інтеграцію повноцінного блогу чи каталогу) без кардинальної зміни навігаційної схеми, а також обмежує можливості класичного багатосторінкового SEO-просування, що в майбутньому вимагатиме залучення додаткових інструментів контекстної або таргетованої реклами.

Попри ці обмеження, практична цінність сайту для ФОП Суховілової є високою, оскільки він повністю закриває поточні бізнес-потреби. Вебресурс успішно автоматизує первинну комунікацію, презентуючи інформацію у структурованому вигляді та заощаджуючи час на обробку клієнтських запитів. Впровадження інструментів аналітики дає можливість відстежувати поведінку аудиторії для оптимізації маркетингу, а використання QR-візитівок створює ефективний міст між офлайн-нетворкінгом та онлайн-платформою, забезпечуючи швидку конверсію фізичних контактів у реальні переходи на сайт.

12 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

Підсумком реалізації кваліфікаційної роботи є створення персонального вебресурсу для приватного бізнесу ФОП Суховілова. Інтеграція даного сайту-візитки виступає логічним та ефективним інструментом для розширення аудиторії потенційних клієнтів і забезпечення повноцінного позиціонування професійної діяльності психологині в глобальній мережі.

Оцінка фінансово-економічних показників проєкту здійснюється на передпроектній стадії, що дозволяє заздалегідь змодельовати очікувану результативність та комерційну вигоду від розгортання ресурсу в структурі підприємства. Першочергово проводиться калькуляція повної собівартості розробки продукту, на основі якої надалі встановлюється його фінальна ринкова вартість. Окремо варто виділити ключові переваги розробленого програмного продукту.

Завдяки оптимізації архітектури, впроваджуваний вебресурс характеризується лаконічною та зрозумілою структурою, а його реалізація силами конструктора Framer потребує залучення обмеженого стеку інструментальних засобів, що повністю нівелює часові витрати на додаткову підготовку чи навчання персоналу. Своєю чергою, статичний характер інформаційного наповнення сайту виключає потребу у постійних фінансових вливаннях та кадрових ресурсах для поточного адміністрування, моніторингу та регулярного оновлення системи.

Проведемо аналіз конкурентного середовища відповідно до специфіки та тематики розроблюваного вебресурсу. Послуги аналогічного профілю на вітчизняному ринку найчастіше інтегровані у внутрішні каталоги великих онлайн-платформ чи психологічних агрегаторів (наприклад, Rozmova), які зазвичай перевантажені складною системою переходів та створюють труднощі під час пошуку персональних даних фахівця, детального опису методів роботи, вартості та прямих контактів. Зважаючи на це, сайт-візитка,

що проєктується, отримує незаперечні переваги перед наявними аналогами з таких причин:

- проєкт реалізовано як самостійний цифровий продукт на окремому доменному імені, що суттєво підвищує якість засвоєння інформації завдяки відсутності стороннього контенту, складної ієрархії та нав'язливих рекламних банерів; додатковим плюсом автономного майданчика є оптимізація процесу SEO-просування для виведення сторінки на топові позиції у пошукових системах;

- архітектура вебресурсу розгорнута на базі безкоштовного тарифного плану Framer, що мінімізує регулярні операційні витрати та не вимагає обов'язкової оплати за хостинг продукту;

- візуальне рішення сайту побудоване на основі унікальної, естетично привабливої та заспокійливої дизайн-концепції, яка суттєво виділяється серед аналогічних локальних рішень конкурентів.

Дослідимо структуру фінансових потоків проєкту, зокрема, ключові чинники економії, потенційні канали доходу, а також базові джерела фінансування розробки.

Для сторони, що забезпечує проєктування та технічну реалізацію продукту, майбутній дохід формується за рахунок надання додаткових послуг із навчання клієнта базовому адмініструванню інтерфейсу, первинного налаштування системи та подальшого кастомного вдосконалення вебресурсу. Поточні виходи капіталу зводяться виключно до операційних витрат на безпосереднє ведення розробки сайту-візитки. При цьому фінансування виробничого процесу повністю покривається за рахунок залучення особистих накопичень та обігових коштів розробника.

Для підприємства замовника (ФОП Суховілова) головним чинником економічної вигоди стає автоматизація рутинних процесів первинного інформування клієнтів та презентації компетенцій експерта, що дозволяє суттєво оптимізувати часовий ресурс бізнесу. Фінансова складова витрат приватного підприємця включає одноразові інвестиції у придбання доменного імені та

безпосереднє впровадження сайту в бізнес-процеси, а також мінімальні витрати, пов'язані з проведенням передпроектних аналітичних досліджень та періодичним технічним супроводом створеного цифрового простору.

Дослідимо послідовність розробки та структурування вебресурсу. Життєвий цикл створення адаптивного сайту-візитки складається з таких взаємопов'язаних фаз:

- первинна стадія, під час якої визначаються ключові завдання цифрового продукту, формуються базові технічні вимоги та розробляються специфікації, що визначають функціональні параметри та властивості майбутньої системи;

- стадія зовнішнього проєктування, яка передбачає побудову інформаційної архітектури, визначення логічної структури сторінки, виокремлення взаємопов'язаних інформаційних блоків та проєктування ергономічного інтерфейсу користувача (UI);

- стадія конструювання та моделювання компонентів, у процесі реалізації якої здійснюється розробка інтерактивних елементів і налаштування логіки переходів у середовищі обраного інструменту візуальної верстки Framer замість традиційного програмування;

- експертна стадія, під час якої виконується покрокова валідація, локальне тестування окремих адаптивних компонентів, а також комплексне юзабіліті-тестування всього вебресурсу в цілому;

- фінальна стадія, яка містить у собі остаточне внесення правок за результатами тестування, публікацію сайту та підготовку супровідних матеріалів і звітної документації.

Здійснимо 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.

Розробкою вебсайту займається один фахівець – дизайнер. Зарплата дизайнера – 350,00 грн/год. При цьому тривалість робочого дня становить 8 год. Сайт розроблявся 8 днів.

Розрахунок основної заробітної плати наведено у таблиці 12.1.

Таблиця 12.1– Розрахунок витрат на заробітну плату

Стадія	Вид робіт	Тривалість виконання, години	Заробітна плата, грн
первинна	визначення ключових завдання цифрового продукту, формування базових технічних вимог	6	2 100
зовнішнього проєктування	побудову інформаційної архітектури, визначення логічної структури сторінки, та проєктування інтерфейсу	14	4 900
конструювання та моделювання компонентів	розробка інтерактивних елементів і налаштування логіки переходів у середовищі	24	8 400
експертна	покрокова валідація, локальне тестування окремих адаптивних компонентів, комплексне юзабіліті-тестування	14	4 900
фінальна	публікація сайту та підготовка супровідних матеріалів і звітної документації	6	2 100
Разом			22 400
Додаткова заробітна плата (20 %)			4 480
Усього			26 880
ЄСВ			5 913,6
Усього з ЄСВ			32 793,6

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:

$$22\,400 * 0,2 = 4\,480 \text{ грн.}$$

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

$$(22\,400 + 4\,480) * 0,22 = 5\,913,6 \text{ грн.}$$

До інших витрат слід віднести витрати на обслуговування комп'ютерної техніки, що використовується виконавцями проєкту, і плату за електроенергію.

Витрати на електроенергію розраховуються виходячи зі споживаної потужності пристроїв і тарифу на електроенергію. У даному випадку передбачається використання робочої станції (ноутбука та двох моніторів) із загальною потужністю 0,3 кВт/год. Вартість 1 кВт/год електроенергії прийнято у розмірі 4,32 грн. Час використання електроенергії в процесі розробки:

$$8 * 8 = 64 \text{ год.}$$

Отже, плата за електроенергію складе:

$$0,3 * 4,32 * 64 = 82,94 \text{ грн.}$$

Враховуючи, що середня ринкова вартість ноутбука MacBook Pro 16'' (2021) становить близько 65 000,00 грн, двох моніторів – 40 000,00 грн (по 20000,00 грн за кожен), а також периферійного пристрою (миші) – 5 000,00 грн, загальна вартість комплекту обладнання дорівнює 110 000,00 грн. Оскільки протягом року техніка використовується

254 робочих дні, отримаємо наступну суму витрат на обслуговування за час виконання проєкту:

$$(110\,000 / (3 * 8 * 254)) * 64 = 1\,154,86 \text{ грн.}$$

Проєкт впроваджується для однієї компанії, тому собівартість розробки становить:

$$(32\,793,6 + 82,9 + 1\,154,86) / 1 = 34\,031,4 \text{ грн.}$$

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

$$34\,031,40 * 0,3 = 10\,209,42 \text{ грн.}$$

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

$$34\,031,40 + 10\,209,42 = 44\,240,82 \text{ грн.}$$

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

$$44\,240,82 * 0,2 = 8\,848,16 \text{ грн.}$$

З урахуванням проведених розрахунків ціна розробки сайту з ПДВ складає:

$$44\,240,82 + 8\,848,16 = 53\,088,98 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 12.2.

Таблиця 12.2 – Розрахунок витрат на розробку та ціни вебсайту

	Стаття витрат	Сума, грн
1	Основна заробітна плата	22 400,00
2	Додаткова заробітна плата	4 480,00
3	Єдиний соціальний внесок	5 913,60
4	Витрати на обслуговування техніки	1 154,86
5	Витрати на електроенергію	82,94
6	Собівартість розробки сайту	34 031,40
7	Прибуток	10 209,42
8	Ціна без ПДВ	44 240,82
9	Податок на додану вартість (ПДВ)	8 848,16
10	Ціна з урахуванням ПДВ	53 088,98

Таким чином, повна вартість розробки сайту складе 53 088,98 грн. Термін виконання усіх етапів розробки становить 8 днів для одного фахівця, який поєднує функції UI/UX-дизайнера та спеціаліста з No-Code верстки. Очікувана сума прибутку складе 10209,42 грн, що свідчить про доцільність впровадження запропонованого сайту на підприємстві.

ВИСНОВКИ

У ході виконання кваліфікаційної роботи було досягнуто поставленої мети – розроблено та опубліковано сайт-візитівку для ФОП Суховілової, призначений для структурованого представлення інформації про фахівчиню, формування довіри користувачів і спрощення переходу до першого контакту.

Виконано аналіз сучасних web-видань схожої тематики, що дозволило визначити актуальні підходи до побудови сайтів у сфері психологічної допомоги: мінімізацію когнітивного навантаження, спокійну візуальну стилістику, акцент на професійній довірі, адаптивність і зручний доступ до контактної інформації.

Визначено цільову аудиторію проєкту та сформовано типовий користувацький образ. Це дозволило врахувати потребу потенційного клієнта у швидкому ознайомленні з освітою, досвідом, методами роботи психологині та зручному переході до комунікації.

Сформовано концепцію сайту-візитівки та технічні й функціональні вимоги до нього. Основними вимогами стали адаптивність, доступність, зрозуміла структура, підтримувальний тон комунікації, наявність підтверджень професійної компетентності та швидкий доступ до месенджерів.

Обґрунтовано вибір інструментів Figma та Framer. Figma використано для створення дизайн-макета, компонентної системи й візуальної структури, а Framer – для технічної реалізації, налаштування адаптивності, інтерактивних елементів, SEO-параметрів і публікації сайту.

Спроектовано технологічний процес створення веб-видання, визначено основні етапи роботи та контрольні точки: затвердження дизайн-макета й комплексне тестування готового ресурсу перед публікацією.

Розроблено інформаційну структуру сайту, що послідовно веде користувача від першого знайомства з фахівчиною до перевірки її досвіду, освіти, форматів роботи та переходу до контактної дії.

Створено дизайн-макет сайту з урахуванням модульної сітки, фірмової кольорової палітри, типографіки, принципів Atomic Design та адаптації для різних типів пристроїв. Для наповнення сайту підготовлено та оптимізовано фотоконтент.

Виконано технічну реалізацію сайту у Framer, налаштовано стилі, компоненти, анімації, адаптивні версії, сторінку 404, SEO-параметри, favicon, social image, SSL-захист і публікацію на домені.

Проведено UX-тестування, тестування адаптивності та кросбраузерності. Результати підтвердили працездатність основного користувацького сценарію, коректне відображення сайту на різних пристроях і стабільну роботу в основних браузерах.

Розглянуто інтеграцію сайту в бізнес-комунікацію ФОП Суховілової через використання QR-коду на візитівках і підключення інструментів аналітики, що дозволяє відстежувати відвідуваність та ефективність онлайн-присутності.

Виконано економічне обґрунтування проєкту, у межах якого визначено основні витрати на створення та впровадження сайту-візитівки, враховано використане програмне забезпечення, доменне ім'я, технічну реалізацію, підготовку графічного й фотоконтенту та супровідні матеріали для інтеграції сайту в бізнес-комунікацію. Отримані результати дозволили оцінити доцільність реалізації проєкту для підвищення ефективності онлайн-присутності ФОП Суховілової.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Астахова, А. А. (2026). Цифрові інструменти популяризації психологічної допомоги: Проєктування сайту-візитівки психологині. *Культура та інформаційне суспільство XXI століття*.
2. Астахова, А. А., & Бізюк, А. В. (2026). Порівняльний аналіз сучасних конструкторів вебсайтів. *Інформаційні технології в сучасному світі: дослідження молодих вчених*. (с. 68).
3. Астахова, А. А., & Бізюк, А. В. (2026). Техніко-функціональні вимоги та особливості технологічного процесу розробки сайту-візитки для ФОП Суховілова. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології*. Т. 2. (с. 76-80).
4. Барибін, І. І. (2023). Розробка проєкту інтернет-візитки магазину верхнього одягу. [квал. робота бак.: 186 Видавництво та поліграфія. ХНУРЕ]. Репозиторій ХНУРЕ: <https://openarchive.nure.ua/handle/document/33223>.
5. Дейнеко, Ж. В., Бізюк, А. В., Вовк, О. В., Кулішова, Н. Є., & Челомбітько, В. Ф. (2025). Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності G20 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа». Харків: ХНУРЕ.
6. Діаз, Е. Е. (2024). Розробка UI/UX дизайну для сайту-бібліотеки нейромереж «AI.Go». [квал. робота бак.: 186 Видавництво та поліграфія. ХНУРЕ]. Репозиторій ХНУРЕ: <https://openarchive.nure.ua/entities/publication/44465961-99db-4f27-80cb-4f51baef6d24>.
7. Жихарева, Н. М., & Вовк, О. В. (2023). Створення інформаційного web-видання «Пошукові системи». *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології*. Т. 2. (с. 6-9).
8. Надточій, Д. В., & Вовк, О. В. (2022). Розробка інфографіки web-сайту «Prodesign». *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології*. Т. 2. (с. 68-69).

9. Полозова, Т. В. (2022). Методичні вказівки до виконання економічної частини кваліфікаційної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 Видавництво та поліграфія усіх форм навчання. Харків: ХНУРЕ.

10. Свічкарь, Є. С. (2023). Розробка інтерактивного туристичного сайту «Відкрий для себе Україну». [квал. робота бак.: 186 Видавництво та поліграфія. ХНУРЕ]. Репозиторій ХНУРЕ: <https://openarchive.nure.ua/entities/publication/879200d2-a4b0-4349-9226-2911115b0e42>.

11. Adobe. (б. д.). Adobe: Рішення для творчості, маркетингу та керування документообігом. <https://www.adobe.com/ua/>.

12. Framer. (n. d.). Create a Professional Website, Free. No Code Website Builder Loved by Designers. <https://www.framer.com/>.

13. Figma. (n. d.). Free Design Tool for Websites, Product Design & More. <https://www.figma.com/design/>.

14. Frost, B.. (2026). Atomic Design. <https://atomicdesign.bradfrost.com/chapter-2/>.

15. GoDaddy.com. (2026). Home Page Domain Provider. <https://www.godaddy.com/en-ph>.

16. Webflow. (n. d.). Visual Website Builder. <https://webflow.com/>.

17. Wix.com. (n. d.). Your Vision. Your Goals. Your Website. <https://www.wix.com/>.