

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет _____ Комп'ютерних наук _____
Кафедра _____ Медіасистем та технологій _____
Рівень вищої освіти _____ перший (бакалаврський) _____
Спеціальність _____ 186 Видавництво та поліграфія _____
Тип програми _____ Освітньо-професійна _____
Освітня програма _____ Видавничо-поліграфічна справа _____
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри МСТ _____
(підпис)
« 20 » травня 2024 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові _____ Каткову Микиті Сергійовичу _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____ Розробка дизайну web-видання для готельного комплексу "Лісовий Край" _____

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

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії _____ 22 червня 2024 р. _____

3. Вихідні дані до роботи

Вид і призначення web-видання: інформаційний електронний ресурс видання – вебсайт. Веб-дизайн. UI kit. Прототип з анімаціями. Адаптивність. Середовище поширення – мережа Інтернет.


4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ. Аналіз технічного завдання. Аналітичний огляд літератури за темою. Інструментальні засоби створення графічного дизайну. Підходи до реалізації. Етапи створення вебсайтів. Аналіз конкурентів. Визначення цілей та задач. Вибір необхідних інструментальних засобів. Створення структури вебсайту. Модульна сітка та кольорова палітра. Вибір шрифтів. Створення графічного наповнення. Створення анімацій. Створення UI kit. Тестування web-видання. Економічна частина. Висновки.

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

Титульна сторінка. Актуальність роботи. Мета роботи. Аналіз конкурентів. Висновки з аналізу конкурентів. Вибір інструментів для розробки. Визначення цілей та задач. Проектування структури та навігації вебсайту. Створення графічного оформлення. Створення анімацій та функціонуючого прототипу. Створення UI kit. Тестування вебсайту. 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	ст. викл. Яценко Л.О.		21.06.2024
Економічна частина	ас. Помогалова Н.В.		

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз технічного завдання	18.04.2024	виконано
2	Аналітичний огляд літератури за темою	20.04.2024	виконано
3	Інструментальні засоби створення графічного дизайну	25.04.2024	виконано
4	Визначення цілей та задач	01.05.2024	виконано
5	Вибір необхідних інструментальних засобів	03.05.2024	виконано
6	Створення структури вебсайту	05.05.2024	виконано
7	Вибір шрифтів	12.05.2024	виконано
8	Створення графічного наповнення	13.05.2024	виконано
9	Створення анімацій	23.05.2024	виконано
10	Створення UI kit	01.06.2024	виконано
11	Тестування вебсайту	07.06.2024	виконано
12	Економічна частина	10.06.2024	виконано
13	Оформлення пояснювальної записки	12.06.2024	виконано


Дата видачі завдання 20 травня 2024 р.

Студент


(підпис)

Катков М.С

Керівник роботи


(підпис)

Яценко Л.О.
(посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 50 с., 2 табл., 28 рис., 1 дод., 22 джерело.

ЕЛЕКТРОННЕ ВИДАННЯ, ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОЦЕС, РОЗРОБКА ВЕБ-ДИЗАЙНУ, СТВОРЕННЯ ПРОТОТИПУ

Метою кваліфікаційної роботи була розробка дизайну для вебсайту готельного комплексу «Лісовий Край». Для досягнення мети був зроблений аналіз підходів до реалізації, розглянуті інструментальні засоби та зроблено їх порівняння. Перед початком основної розробки був зроблений аналіз аналогів та конкурентів.

У ході практичної частини, після вибору інструментальних засобів, була розроблена структура вебсайту, модульна сітка та навігаційна схема. Далі були підібрані шрифти та кольорова палітра. Наступним етапом стала розробка анімацій для багатьох елементів вебсайту. Після завершення розробки дизайну була зроблена адаптація дизайну вебсайту для ноутбуків, планшетів та мобільних пристроїв, зібраний UI kit для подальшої розробки.

Тестування було проведено використовуючи емуляцію різних пристроїв, завдяки чому було перевірено відображення вебсайту на різній роздільній здатності екранів.

Економічна частина включала в себе розрахунок собівартості розробки дизайну вебсайту, а також основну та додаткову заробітні плати працівників. У ході підрахунків було з'ясовано, що проєкт є економічно доцільним і буде приносити прибуток.

ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 50 pp., 2 tables, 28 figures, 1 appendix, 22 sources.

ELECTRONIC PUBLISHING, TECHNOLOGY PROCESS, WEB DESIGN DEVELOPMENT, PROTOTYPE CREATION

The purpose of the qualification work was to develop a design for the website of the hotel complex "Forest Edge". To achieve the goal, an analysis of implementation approaches was made, tools were considered, and their comparison was made. Before starting the main development, an analysis of analogues and competitors was made.

During the practical part, after choosing the tools, the website structure, modular grid and navigation scheme were developed. Then the fonts and color palette were selected. The next stage was the development of animations for many elements of the site. After the design development was completed, the website design was adapted for laptops, tablets and mobile devices, and the UI kit was assembled for further development.

The testing was carried out using the emulation of different devices, thanks to which the display of the website on different screen resolutions was checked.

The economic part included the calculation of the cost of developing the website design, as well as the basic and additional wages of employees. During the calculations, it was found that the project is economically feasible and will bring profit.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	7
1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ.....	9
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ	11
2.1 Інструментальні засоби створення графічного дизайну	11
2.2 Підходи до реалізації.....	12
2.3 Етапи створення вебсайтів.....	13
2.4 Аналіз конкурентів	14
3 ОПИС ПРАКТИЧНОЇ ЧАСТИНИ	21
3.1 Визначення цілей та задач	21
3.2 Вибір необхідних інструментальних засобів	22
3.3 Створення структури вебсайту	23
3.4 Модульна сітка та кольорова палітра.....	26
3.5 Вибір шрифтів	29
3.6 Створення графічного наповнення.....	30
3.7 Створення анімацій	32
3.8 Створення UI kit	37
4 ТЕСТУВАННЯ WEB-ВИДАННЯ.....	39
5 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	42
ВИСНОВКИ	48
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	49
ДОДАТОК А Розроблений дизайн веб-сайту.....	51

ВСТУП

У сучасному світі веб-видання відіграють ключову роль у розвитку бізнесу та підтримці конкурентоспроможності компаній.

Через розвиток цифрових технологій інформаційні ресурси в інтернеті стали невід'ємною частиною будь-якого успішного бізнесу або підприємства. Завдяки web-виданням з'являється можливість ділитися інформацією з більш широкою аудиторією, а також стають ваговою частиною іміджу компанії.

Найважливіший аспект web-видань це їх здатність забезпечувати миттєвий доступ до інформації.

Головна мета правильного дизайну вебсайтів – зробити не тільки привабливий вигляд, а також зробити отримання інформації зручною для будь-якого користувача.

Це особливо важливо в сфері обслуговування, де інформація про послуги та ціну може значно впливати на рішення потенційних клієнтів. Web-видання готельного комплексу "Лісовий Край" може стати інструментом для залучення великого потоку користувачів, демонстрації пропозицій та підтримки зворотнього зв'язку з гостями.

Крім того, інформація на вебсайті може бути представлена різними мовами, що значно розширює цільову аудиторію.

Можливість переглянути фото, поточні ціни та варіанти розваг одразу збільшують шанс на те, що користувач зробить вибір на користь саме цього відпочинку, а для готельного комплексу наявність вебсайту дає можливість зворотнього зв'язку та покращення якості обслуговування.

Наприклад, одразу із запуском вебсайту можна додати систему онлайн-бронювання тощо.

Завдяки цьому, можна збільшити продажі.

Чим більше клієнтів будуть відкривати вебсайт – тим вище в рейтингу підніметься сам вебсайт, що призведе до нового потоку клієнтів.

Також, завдяки спеціальним пропозиціям, які завдяки вебсайту побачать більше людей, ніж без нього, буде стимульований попит в погані сезони, коли готельний комплекс має низькі продажі.

Завдяки цьому вибір клієнтів у сфері відпочинку та їх довіра до компанії у майбутньому можуть бути змінені у кращу сторону.

В епоху цифрових технологій інвестування у створення та підтримку web-видання – це інвестиція в успішне майбутнє бізнесу. Тому саме ці причини стали основними для створення цього проєкту.

1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ

Першим кроком у розробці web-видання є визначення цільової аудиторії. Серед основних категорій можна виділити такі: у першу чергу це туристи, сімейні групи (родини), іноземні туристи та бізнес-клієнти. Вік клієнтів у більшості обмежений та починається з 18 років, але більшість перепадає на вік від 20 до 45 років. Мають середній або вище рівень заробітку та можуть собі дозволити подорожі та зайві витрати.

Збір та аналіз вимог є наступним етапом, де визначаються цілі web-видання, вивчаються конкуренти та оцінюються технічні можливості. На основі зібраної інформації переходимо до створення прототипів, каркасів сторінок, які відображають основну структуру вебсайту та розташування елементів. У нашому випадку перевага буде надана варіанту створення багатосторінкового формату web-видання.

Розробка landing page, як правило, займає менше часу та ресурсів порівняно зі створенням багатосторінкового вебсайту, але не підходить для нашої теми, через необхідність багатого інформаційного та графічного наповнення (сторінка з номерами готелю, розділ з фото тощо). Головним моментом є збереження мінімальної кількості розділів, для більш простого користувацького досвіду [1].

При створенні дизайну перевагу буде надано графічному оформленню. Клієнти у сфері відпочинку обирають переважно візуально, а вже потім обдумують ціну та інші фактори перед придбанням. Також потрібно буде зберегти баланс між якістю використаних зображень та їх розміром, задля швидшої роботи вебсайту та можливістю швидко відкриватися при поганій швидкості інтернет з'єднання, особливо з мобільних телефонів.

Розробка дизайну відбуватиметься за принципом розробки повної версії для комп'ютеру, а потім адаптації для інших пристроїв. В повній версії

можна використати та надати усю інформацію користувачу, в мобільних версіях деяка інформація буде припускатися.

Цей підхід дозволяє максимально використовувати екранний простір на великих дисплеях, забезпечуючи користувачам доступ до всіх функцій та детальної інформації про готельний комплекс.

На вебсайті будуть представлені розділи, такі як галерея, детальні описи послуг, контакти, розваги, сторінка бронювання, а також мінімалістична мапа з розташуванням об'єктів готелю.

Після розробки основної версії для комп'ютерів, дизайн буде адаптовано для мобільних пристроїв, таких як смартфони, планшети та ноутбуки. Враховуючи обмежений екранний простір, деякі елементи та контент будуть оптимізовані або скорочені. Меню буде зведено, але залишаючи без меню розділ «Номери», забезпечуючи легкий доступ до інформації про номери, а через меню до іншої інформації. Для забезпечення швидкого завантаження сторінок зображення будуть стиснені максимально можливо без втрати якості.

Також буде необхідність у створенні прототипа з підтримкою анімацій та динамічних переходів між сторінками, задля демонстрації функціоналу та покращення роботи для наступних фахівців, таких як FrontEnd та BackEnd розробників. Додатково необхідно буде зробити UI kit також для покращення роботи інших фахівців. User interface kit використовується для розширення, уніфікації та комплексного підходу до проєктів. Він дозволяє не тільки швидко і якісно створити кожен наступну сторінку з використанням компонентів і за зразком попередніх, але і є головним дизайнерським документом проєкту, з яким потім звіряються всі інші фахівці у процесі роботи над проєктом.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ

2.1 Інструментальні засоби створення графічного дизайну

Для початку створення дизайну необхідні конкретні інструментальні засоби для конкретних цілей. Серед основних можна виділити такі програми як: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Figma.

Adobe Photoshop є одним з найбільш відомих та універсальних програм для редагування растрових зображень. Він має широкий спектр інструментів для обробки та створення графічних елементів [2].

Ця програма найбільш підходить для редагування та маніпулювання растровими зображеннями.

Photoshop дозволяє створювати складні графічні композиції з різноманітними ефектами та шарованою структурою, особливо важлива шарова структура, наприклад, для створення parallax-ефекту на вебсайті.

Adobe Illustrator – це векторний графічний редактор, який спеціалізується на створенні векторних зображень та ілюстрацій.

Перш за все, Illustrator призначений для створення масштабованих векторних зображень, які можуть бути масштабовані без втрати якості. Це особливо корисно для створення логотипів, іконок, векторних ілюстрацій та інших графічних елементів, які потрібно буде роздруковувати або використовувати на вебсайті з різними роздільними здатностями.

Крім того, Illustrator має ряд інструментів для створення та редагування складних композицій. Він також має широкий вибір градієнтів та інших кольорових ефектів для створення привабливого та естетичного дизайну.

До того ж, Adobe Illustrator дозволяє додавати та редагувати текстові елементи у дизайні. Він має різноманітні інструменти для керування шрифтами, розміщенням тексту та іншими текстовими параметрами так

само, як і Adobe Photoshop.

Ще одна перевага Illustrator полягає в його інтеграції з іншими програмами Adobe.

Figma – це онлайн-платформа для дизайну та прототипування, яка набула значної популярності серед дизайнерів та розробників, особливо у сфері створення дизайну вебсайтів.

Figma дозволяє спільно працювати над проектами в реальному часі. Це означає, що кілька користувачів можуть одночасно редагувати один і той же файл, що спрощує процес співпраці над проектами. Ресурс поєднує в собі можливості для дизайну та прототипування. Є можливість створювати макети вебсайтів та мобільних додатків, а також створювати прототипи, що дозволяє візуалізувати та тестувати продукт [3].

Наразі існує багато програм, які подібні за функціональністю до наведених вище, наприклад, CorelDraw, Inkscape, Adobe XD, які також мають багато своїх переваг та мінусів. Але у цій роботі були обрані саме Adobe Photoshop, Adobe Illustrator та онлайн-інструмент Figma.

2.2 Підходи до реалізації

При розробці дизайну для вебсайту для готельного комплексу «Лісовий Край» був обраний підхід Desktop first. Тобто вебсайт спочатку буде створений та оптимізований саме для персональних комп'ютерів, а вже потім адаптований для ноутбуків, планшетів та телефонів [4].

Серед переваг при такому методі ми маємо:

– дешевша розробка. При створенні проектів увага замовника завжди повертається до ціни. Підхід Desktop First передбачає створення повнофункціональної версії вебсайту, а потім адаптацію для менших екранів. Це дає змогу на етапі розробки отримати вже готовий вебсайт, а потім, трохи пізніше, адаптовані версії під інші пристрої;

– більша кількість пошуків відпочинку з комп'ютерів або ноутбуків. Через більшу якість відображення та більший комфорт при перегляді користувачі надають перевагу в пошуку відпочинку саме з комп'ютерів або ноутбуків;

– доступний більший об'єм. У версії для комп'ютера або ноутбука ми маємо більший екранний простір для розробки, розташування блоків та додавання візуального контенту.

2.3 Етапи створення вебсайтів

Перший етап включає збір вимог, включає в себе розуміння цілей вебсайту, його цільової аудиторії, функціональних вимог та дизайнерських уподобань. Аналіз конкурентів і вивчення тенденцій ринку також є важливою частиною цього етапу. На наступному етапі розробляються концепції та структура вебсайту. Використовуються прототипи для візуалізації розміщення контенту, функціональних елементів та навігації. На основі прототипів розробляється дизайн вебсайту. Враховуються стиль, досвід користувача та сучасні тенденції. Дизайн включає в себе вибір кольорів, шрифтів, графічних елементів та структуру сторінок [5]. Тобто серед головних етапів маємо:

- підготовчий етап;
- аналіз аудиторії;
- аналіз конкурентів та тенденцій;
- створення прототипів;
- розробка макету;
- розробка дизайну;
- створення UI kit;
- створення робочого прототипу з анімаціями та переходами між сторінки тощо;

– узагальнення структури, додаткові правки.

На підготовчому етапі будуть обрані інструментальні засоби для розробки, первинна розробка майбутнього макету та структури.

На етапі аналізу аудиторії буде розглянута майбутня аудиторія вебсайту включаючи вік, їх захоплення та інші фактори.

На третьому етапі буде проведений огляд конкурентів та тенденцій. Для цього буде обрано декілька вебсайтів на курортну або готельну тематику з поставленою ціллю, наприклад, у бронюванні, після чого розглянуто наскільки це було зручно робити. Також буде розглянуто їх вид, поділення на блоки, розділи тощо.

Далі створюються ескізи (wireframes), які відображають розташування основних елементів на сторінках без деталей дизайну.

На етапі розробки макету розробляються сторінки та майбутнє компонування вебсайту, також без детального дизайну.

Після чого створюється дизайн вебсайту, також розробляються UI kit, усі робочі елементи, кнопки тощо [6]. Після завершення основного дизайну проводиться розробка анімацій та переходів. Розробляється функціонуючий прототип, завдяки якому можна протестувати взаємодію з продуктом.

Наприкінці проводиться аналіз та тестування проєкта, вносяться необхідні зміни в дизайн або структуру та функціонал. Можуть бути перероблені деякі елементи.

2.4 Аналіз конкурентів

На цьому етапі зробимо огляд аналогічних вебсайтів з тематикою курортного відпочинку або готельного бізнесу, зробимо аналіз їх функціоналу, розглянемо їх недоліки та переваги. Завдяки цьому ми зможемо краще зрозуміти, що можна позичити, а чого краще уникати при створенні свого проєкту [7].

Для цього сформуємо нашу ціль при тестуванні.

Візьмемо для прикладу таку ситуацію: людина хоче з'їздити на відпочинок та подивитися місто. Потрібен не дуже дорогий, але хороший готель на тиждень для однієї людини.

Після цього запиту у браузері було знайдено декілька вебсайтів.

Першим сайтом аналогом буде розглянутий вебсайт «CityInn» (рис. 2.1).

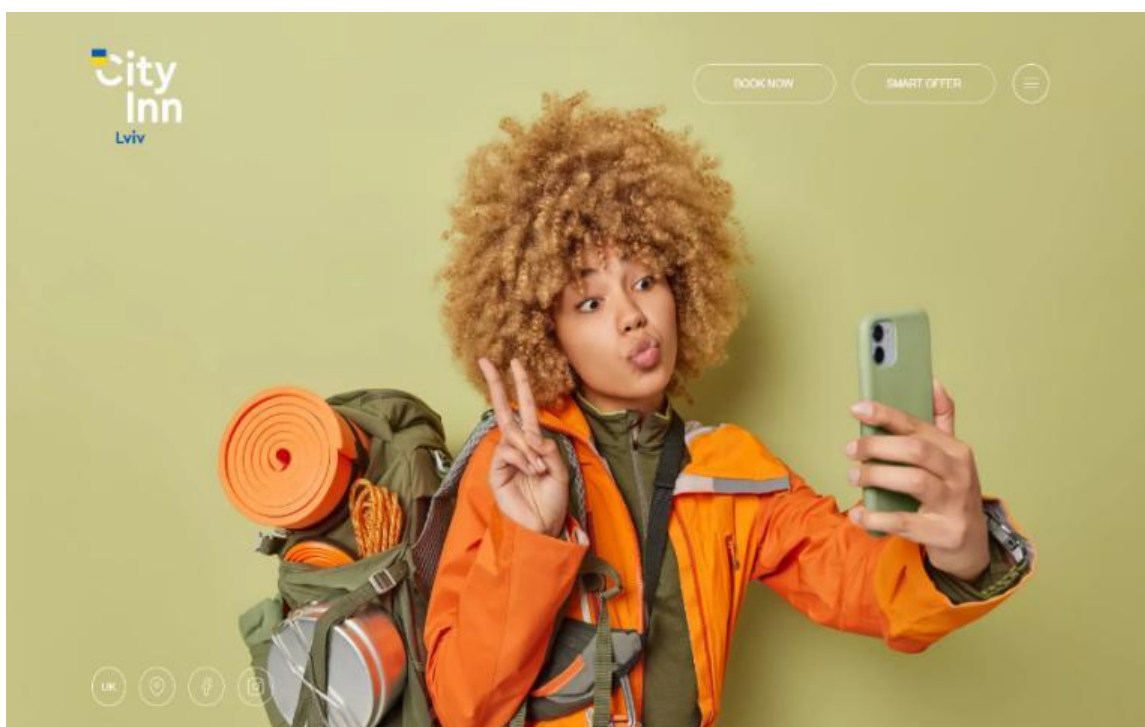


Рисунок 2.1 – Вебсайт готеля «CityInn» у Львові

До переваг цього вебсайту відноситься:

– дизайн. Дизайн виконаний у непоганому стилі. Світлі тони задають відповідний настрій у ході використання. Наявність анімацій робить вебсайт динамічним та привабливим для користувача;

– навігація. Дуже проста, але зручна навігація. На головній сторінці залишились лише важливі сторінки, які найчастіше хоче першими відвідати користувач, а інші прибрані у меню. Також на вебсайті маютья посилання на соціальні мережі у якості іконок в лівому нижньому куту. Наприкінці вебсайту є розділ з мапою та їх розташуванням (рис. 2.2).

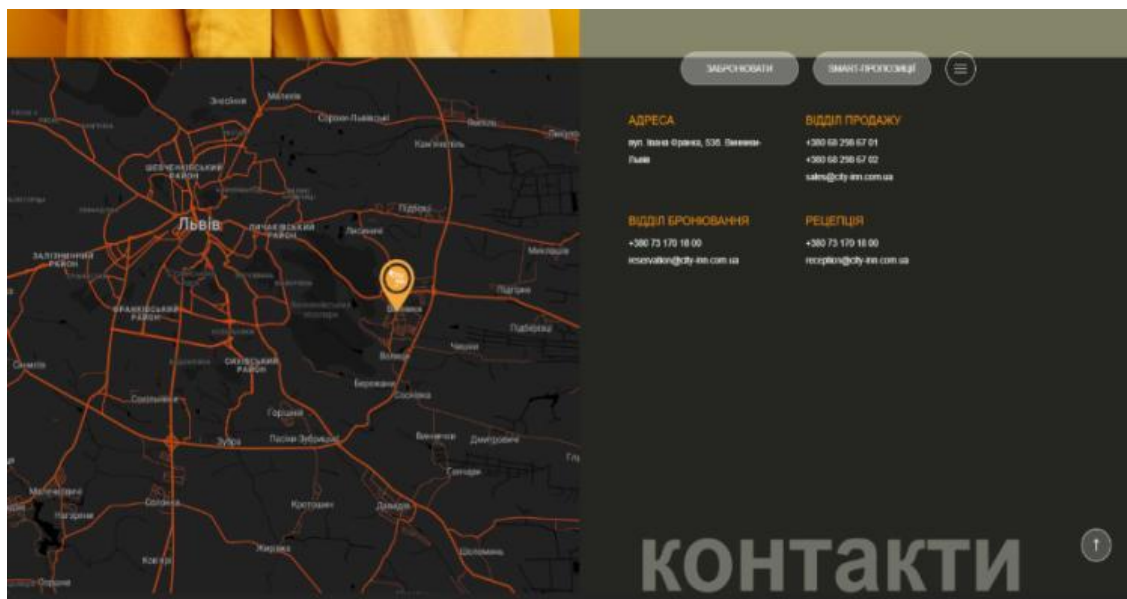


Рисунок 2.2 – Розділ з контактами на вебсайті «CityInn»

Серед недоліків у процесі користування вебсайтом були такі:

- забагато анімацій. Кожен скролл по вебсайту супроводжується анімаціями, вони непогані, навіть були віднесені до переваг, але їх кількість іноді заважає нормально читати контент;

- кольорова база. На деякій сторінках стилістика вибивається та переходить від світлих тонів до дуже темних;

- відсутність розділу з номерами та галереєю. Нас зустрічає лише можливість забронювати номер, з переходом на інший вебсайт для бронювання без можливості переглянути спочатку самі номери, а вже з них перейти до бронювання. Галерея повністю відсутня, усі фото перенесені до блоків з текстом на головній сторінці, тому переглянути зручно фото не завжди вийшло;

- стилістика. На багатьох фото замість готелю ми бачимо людей на мотоциклі, або туристів з рюкзаками. На початку це не дає точно зрозуміти про що саме вебсайт.

Наступним було розглянуто вебсайт «Підгір'я» (рис. 2.3).

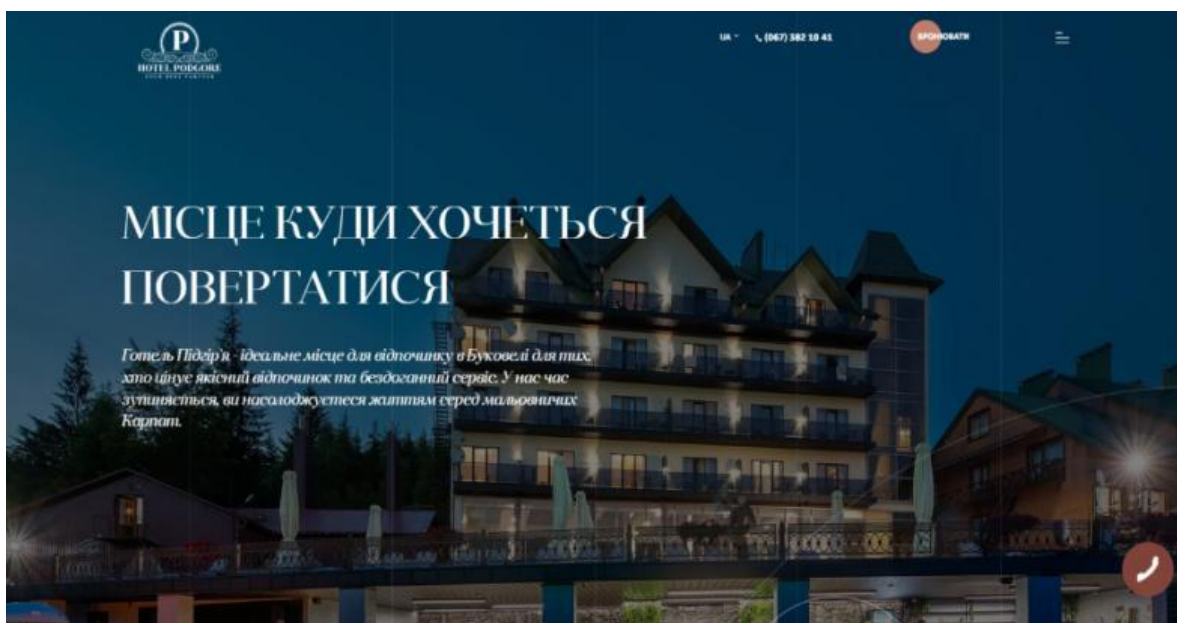


Рисунок 2.3 – Вебсайт готелю «Підгір'я»

До переваг цього вебсайту можна віднести такі:

- сучасний дизайн. Маємо непоганий дизайн сторінок, підібраний під тематику шрифт, текст добре виглядає й читається, а меню не перевантажене;
- необхідна інформація для користувача. Одразу маємо необхідну інформацію про номери та те, що до них включено, наприклад, інтернет та інші послуги;
- наявність фільтрів пошуку. Через багату кількість номерів шукати потрібний може бути проблемою. На вебсайті реалізований фільтр, як, наприклад, в онлайн-магазинах.
- зручна навігація. Вебсайт має чітку структуру, що дозволяє інтуїтивно розуміти де шукати потрібну інформацію.

Серед недоліків були знайдені такі:

- перевантажене меню вебсайту (рис. 2.4). При відкритті меню натиснувши на іконку бачимо дуже багато зайвої інформації. Структура в меню дуже складна, важко знайти потрібний пункт. Читати кожен з них просто не хочеться через велику кількість тексту;

– пуста сторінка бронювання. Сторінка бронювання не дає можливість вибору дати, або кількості гостей. Є можливість лише надати ім'я та чекати дзвінка, що не дуже зручно;

– відсутність мапи з розташуванням. Щоб знайти де саме знаходиться готель потрібну власноруч відкривати мапу та шукати готель, що не є завжди зручним.

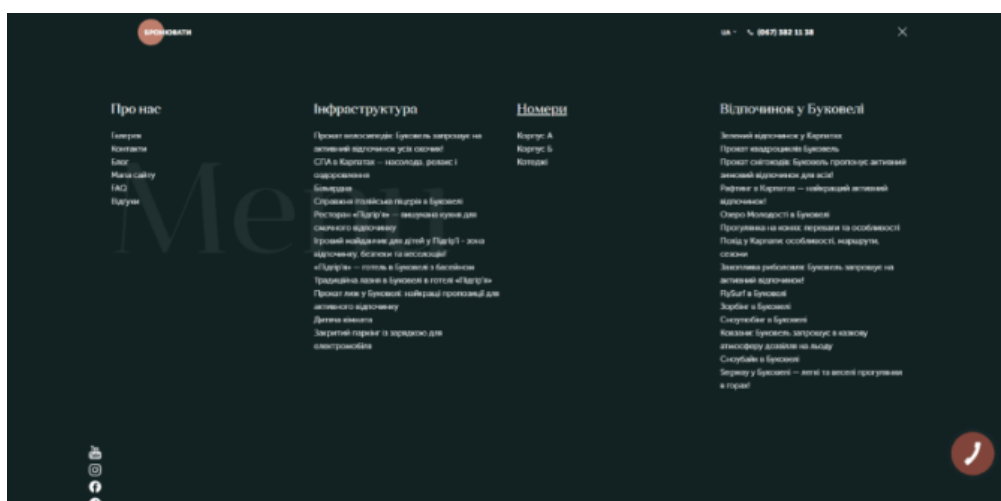


Рисунок 2.4 – Меню вебсайту «Підгір'я»

Останнім переглянутим серед аналогів стане вебсайт «Золота Гора» (рис. 2.5).

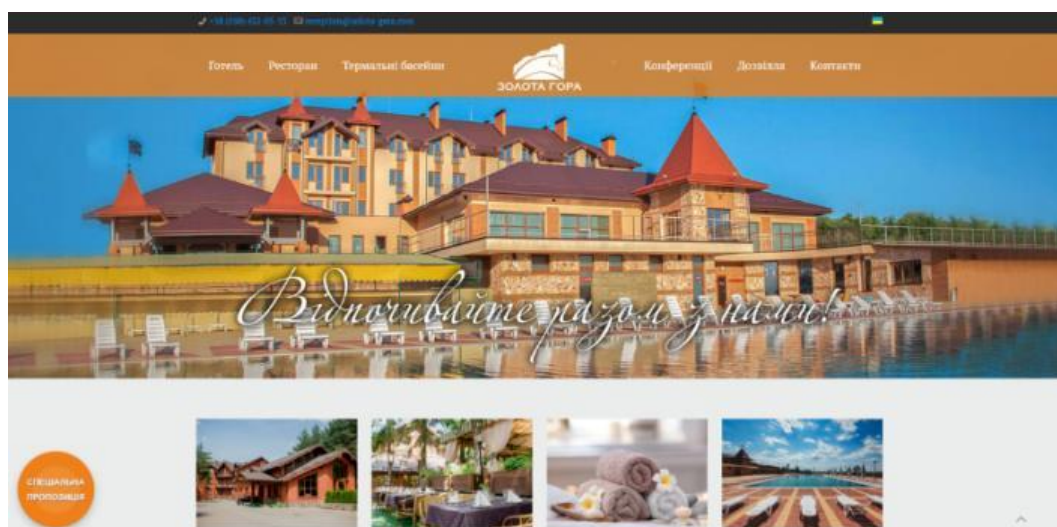


Рисунок 2.5 – Вебсайт готельного комплексу «Золота Гора»

Серед переваг можна побачити такі:

– зручне меню бронювання. У меню бронювання можна надати усі необхідну інформацію, включаючи дату заїзду та виїзду, кількість людей, наявність дітей та багажу;

– зручний доступ до необхідної інформації. Вебсайт не перевантажений анімаціями та елементами дизайну, тому легко знайти необхідну інформацію та побачити її при переході на сторінку;

– зручна стисла інформація про номери. Маємо попередню мінімалістичну інформацію про номер, а саме ціну, площу, короткий опис та кількість місць (рис. 2.6).

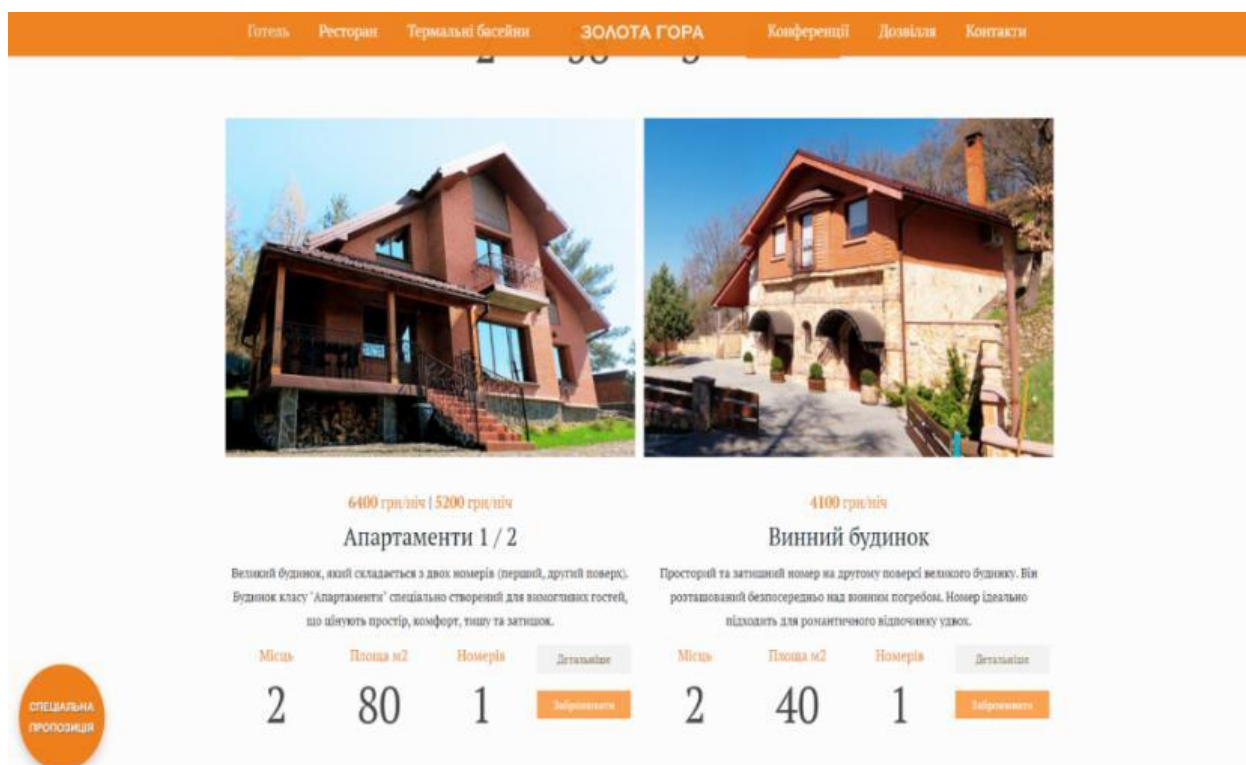


Рисунок 2.6 – Інформація про номери на вебсайті «Золота Гора»

До недоліків можна віднести такі пункти:

– погана оптимізація. Вебсайт довго завантажується та гортається.

Можлива причина це погана оптимізація зображень та елементів вебсайту;

– погана комбінація накреслення шрифтів. Шрифти на вебсайті не підходить один до одного, накреслення не має одного стилю, на різних сторінках може бути різне накреслення;

– відсутня можливість зміни мови. Як для готельного комплексу, де можуть бути іноземні клієнти, потрібна бути можливість зміни мови вебсайту тощо.

– відсутній розділ з бронюванням у меню. У розділ з бронюванням можна потрапити лише через номери, які знаходяться у низу вебсайту.

Отже у ході огляду конкурентів було знайдено багато різних переваг та недоліків на кожному з вебсайтів.

Отримавши цю інформацію можна покращити подальшу розробку нашого проєкту, уникаючи тих негативних моментів у досвіді використання вебсайтів конкурентів. Переваги цих вебсайтів можна покращити ще більше та використати у ході створення нашого вебсайту.

3 ОПИС ПРАКТИЧНОЇ ЧАСТИНИ

3.1 Визначення цілей та задач

Серед головних цілей розробки є створення в першу чергу привабливого та одночасно інформативного вебсайту для отримання більшої уваги від користувачів саме до нашого вебсайту. Також треба відобразити унікальний стиль та атмосферу, що також же майже головним фактором при виборі готелю або відпочинку серед потенційних клієнтів. Наступною ціллю є забезпечення легкої навігації по вебсайту та інтуїтивно зрозумілих способів для оформлення номеру в готелі.

Серед заключних цілей є розробка адаптивного дизайну для впровадження планшетної та мобільної версії вебсайту з максимальним збереженням функціональності вебсайту та оригінальності в дизайні [8].

Для досягнення цих цілей можемо встановити наші головні задачі: створення мінімалістичного логотипу для нашого вебсайту. З використанням векторної графіки зробити логотип для вебсайту через відсутність якого погіршує загальний вигляд вебсайту. Отже потрібне:

- додавання блоку з швидким пошуком. Реалізувати блок у якому при виборі користувачем його вподобань буде видавати найкращий номер відповідно до його вподобань;

- розробка меню бронювання. Розробка привабливого та зручного меню бронювання для користувачів;

- розробка анімацій для деяких об'єктів на вебсайті;

- розробка функціонуючого прототипу з можливістю переходів між сторінками та перегляду анімацій;

- створення UI kit для подальших фахівців;

– переробка дизайну під інші пристрої. Для ноутбуків, планшетів та телефонів, інших гаджетів.

3.2 Вибір необхідних інструментальних засобів

Для розробки дизайну вебсайту були обрані такі популярні програми: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator та Figma.

Adobe Illustrator надає можливості впроваджувати векторну графіку для нашого вебсайту, а саме: розробка додаткових елементів та логотипу вебсайту. Векторна графіка дозволяє легко редагувати окремі елементи логотипу без зниження якості. Це зручно при адаптації вебсайту. Векторні файли також займають менше місця, ніж растрові зображення, що сприяє швидшому завантаженню майбутнього вебсайту [9]. Отже можлива:

– робота з будь-якими об'єктами. Компанія Adobe розробила єдине середовище, в якому всі програми та об'єкти можуть вільно взаємодіяти одна з одною. Відповідно, не потрібно конвертувати файли, витрачаючи при цьому час та якість зображення;

– робота з векторними зображеннями. Можливість створювати, переглядати або редагувати векторні зображення. Він також працює з елементами растрової графіки: зображення, намальовані з пікселів, та фотографії. Користувач може навіть взяти якийсь зразок векторного символу і зберегти його як растрове зображення.

Adobe Photoshop буде використаний для створення макетів, основних графічних елементів вебсайту тощо, через зручність роботи з шарами та композицією, бо він:

– підтримує всі основні формати медіа-файлів та інструменти для їх редагування тощо;

– має повноцінний функціонал для корекції та створення картинок;

– підтримує повноцінну роботу графічних планшетів;

- може розширюватись за рахунок плагінів.

Figma виступає у ролі ресурсу для прототипування, створення макетів, компонування елементів вебсайту, а також при створенні мобільної адаптації вебсайту. При цьому Figma:

- це безкоштовний продукт. Завдяки цьому дизайнери можуть детально ознайомитися з функціями та можливостями програми для дизайну, а потім, якщо захочуть, перейти на командну передплату;

- вся робота у Figma ведеться у хмарі. Завдяки цьому не потрібно возитися з передачею вихідників між дизайнерами та розробниками – всі макети доступні з будь-якої точки світу та з будь-якого пристрою, головне, щоб був доступ до інтернету;

- зручний вбудований режим для розробників, в якому вони не можуть впливати на дизайн, але можуть отримати з макета все необхідне для подальшої роботи: зображення, властивості об'єктів і відстані між ними, тексти тощо;

- можливість створення інтерактивного прототипу, який наочно покаже всі способи взаємодії з вебсайтом.

3.3 Створення структури вебсайту

Для початку була розроблена схема структури вебсайту для готельного комплексу «Лісовий Край» [10]. Основна інформація у легкому доступі для користувача, саме та, яка найбільше впливає на вибір клієнтів. Більша кількість візуальної, а не текстової інформації, так як у виборі готелю вагомим є саме візуальна складова, а вже після чого клієнт оцінює саме фінансову можливість придбання номеру.

При першому відкритті вебсайту користувача зустрічає велике зображення з готелем та безпосередньо локацією.

Структура вебсайту включає наступні сторінки:

– сторінка «Головна». На початку сторінки знаходиться коротка інформація про готельний комплекс з назвою та слоганом. Також знаходиться основне меню зверху та блок з автоматичним підбором ідеального варіанту номеру для клієнта за його вподобаннями. Далі йде блок з номерами та короткою інформацією про них. Після чого блок з інформацією про готель, ресторан готелю, басейн та конференц-зали. Наступним йде блок з розвагами та короткою інформацією про них. Після чого йде блок з інтерактивною мапою готельного комплексу та мапа від Google з розташуванням готелю;

– сторінка «Галерея». На цій сторінці користувач може переглянути фото готелю та відсортувати їх за допомогою кнопок меню. Також є можливість відкрити фото, щоб переглядати у більшій якості;

– сторінка «Бронювання». На цій сторінці наявна коротка інформація про готельний комплекс та блок з бронюванням, на якому можна обрати дату, кількість осіб, багаж для бронювання номеру. Також наявна мапа з розташуванням готельного комплексу;

– сторінка «Контакти». На цій сторінці користувач може отримати інформацію про адресу, номери телефонів, пошту або іншу контакту інформацію. Також є блок з інформацією як добратися до готелю різними способами, у кінці знаходиться мапа з розташуванням комплексу;

– сторінка «Номери». Ця сторінка містить коротку інформацію про послуги та номери, блок з послугами та відповідними зручностями, потім блок з усіма номерами;

– окремі сторінки номерів («Стандарт», «Напівлюкс», «Люкс», «Апартаменти», «Напівлюкс з терасою»). Кожна сторінка має детальну інформацію про сам номер, який був обраний та блок з іншими номерами готельного комплексу.

У футері вебсайту розташовані дублюючі посилання на сторінки вебсайту, контакти, копірайт тощо.

Також для того, щоб краще розуміти навігацію на вебсайті була розроблена навігаційна схема (рис. 3.1) [11].

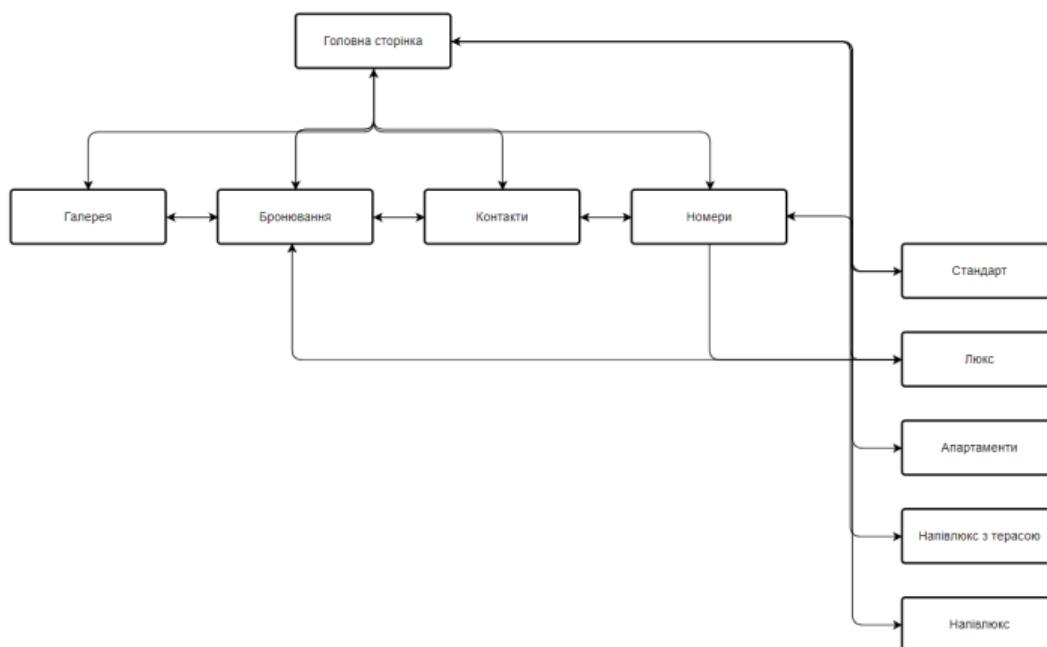


Рисунок 3.1 – Навігаційна схема вебсайту

Структуру вебсайту можна побачити на рисунку нижче (рис. 3.2).

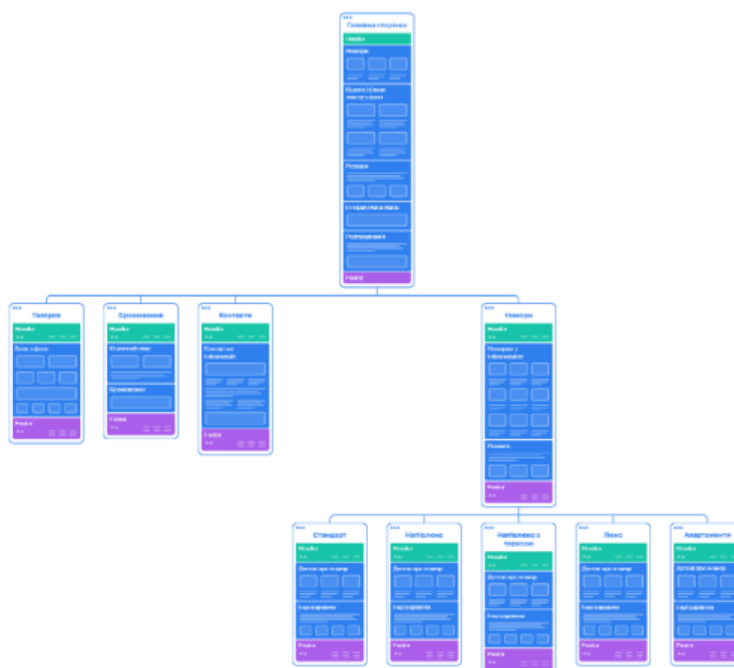


Рисунок 3.2 – Структурна схема вебсайту

3.4 Модульна сітка та кольорова палітра

Модульна сітка дозволяє впорядкувати розташування елементів на сторінці [12]. З її допомогою можна вирішити наступні задачі:

- визначити правила вирівнювання та додавання нових елементів до макету тощо;
- полегшити процес сприйняття інформації;
- спростити процес розробки макету на етапі верстки. FrontEnd розробнику буде простіше здійснювати розміщення елементів на сторінці;
- поліпшити зовнішній вигляд макету. Модульна сітка дозволяє зробити елементи лендінг більш пропорційними і структурованими.

Для реалізації десктопної версії вебсайту була обрана 12-колонна модульна сітка, через свою універсальність (рис. 3.3) [13].

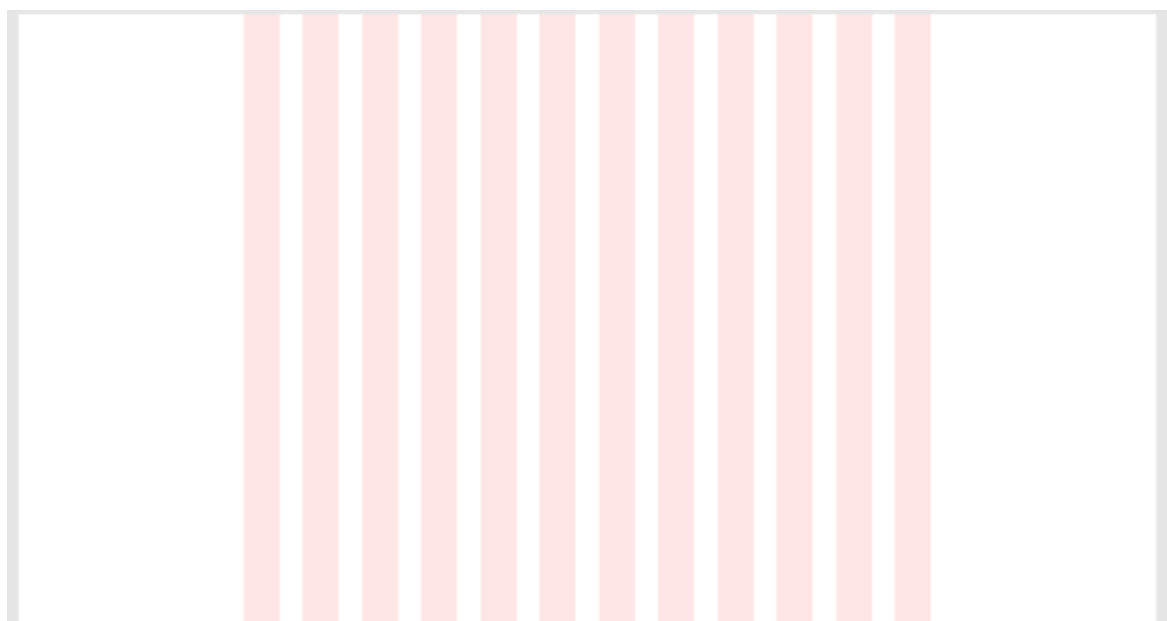


Рисунок 3.3 – Створена модульна сітка десктопного формату.

Характеристика модульної сітки версія для десктопних форматів:

- 12 стовпчиків;
- за типом централізована;

- відступи між стовпчиками 40 пікселів;
- ширина стовпчиків 60 пікселів.

Для реалізації мобільної версії вебсайту була обрана 4-колонна модульна сітка з розтягнутим типом (рис. 3.4).

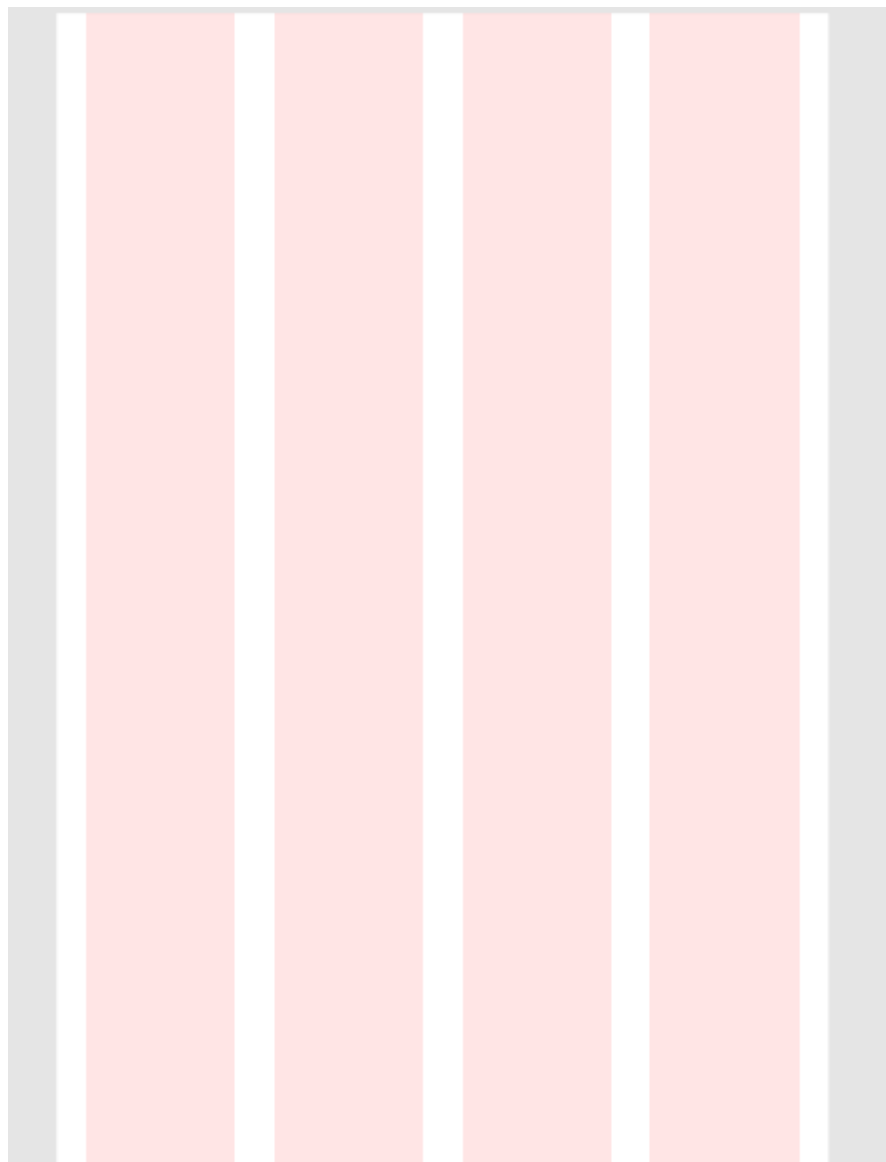


Рисунок 3.4 – Створена модульна сітка мобільної версії вебсайту

Характеристика модульної сітки версія для мобільних форматів:

- 4 стовпчика;
- за типом розтягнута;
- відступи між стовпчиками 20 пікселів;

- ширина стовпчиків 75 пікселів;
- відступ від боків сторінка 15 пікселів.

Кольорова палітра була обрана орієнтуючись на спокійні кольори лісової тематики. Основним кольором стали відтінки зеленого. Для тексту був обраний білий, темно-фіолетовий варіант та сірий для другорядного тексту. Для кнопок та важливих елементів – помаранчеві кольори (рис. 3.5). Усі кольори зазначені у форматі HEX [14].



Рисунок 3.5 – Кольорова палітра вебсайту

3.5 Вибір шрифтів

При створенні вебсайту були обрані 2 основних гарнітури: Lora та Mulish різного накреслення [15].

Lora – це шрифт із зарубками (serif), який додає елегантності та класичного вигляду заголовкам. Він підходить для нашої тематики готельного бізнесу, бо відображає надійність та класичність.

Mulish – це беззрубковий шрифт (sans-serif), він простий та сучасний. Він створює привабливий контраст у поєднанні з гарнітурою Lora.

Обидва шрифти доступні у Google Fonts, що дуже важливо при розробці вебсайту [16]. Завдяки цьому забезпечується легкість інтеграції та оптимізація. Усі шрифти, які використовуються зібрані разом для подальших розробників (рис. 3.6).

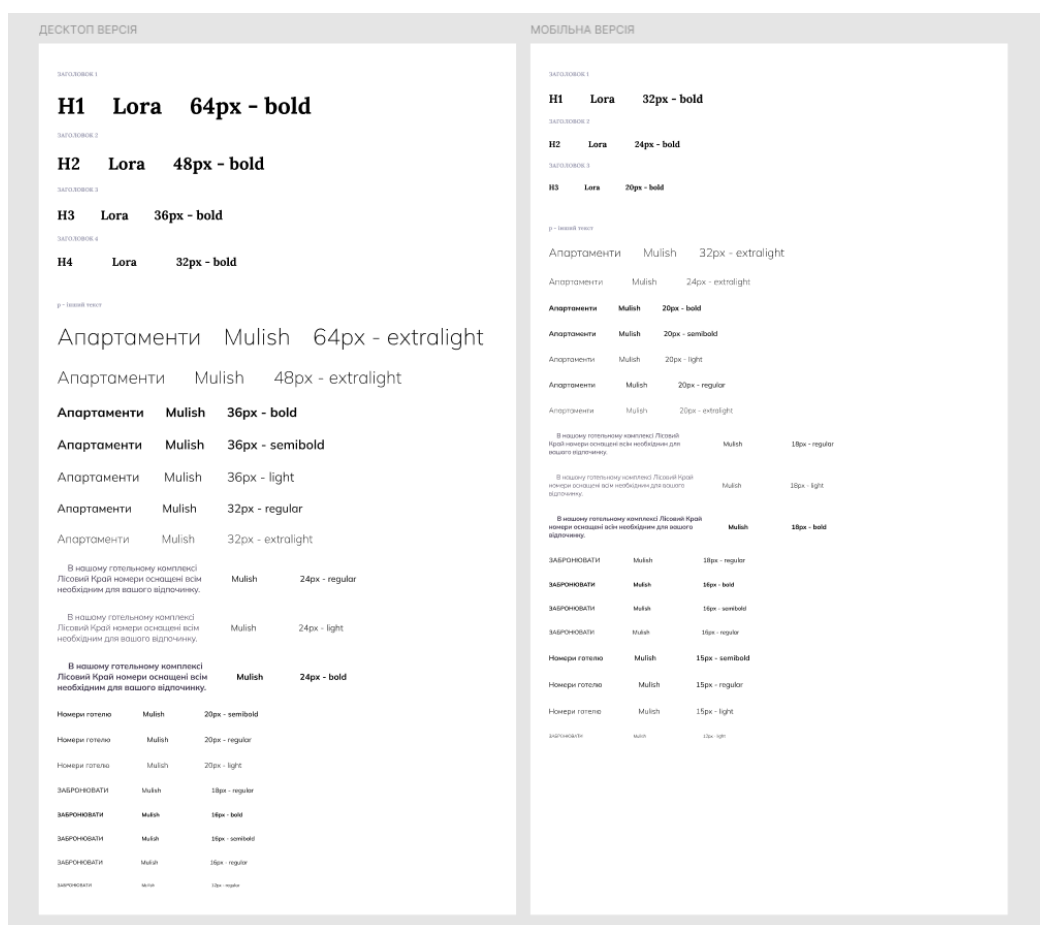


Рисунок 3.6 – Використані шрифти для вебсайту

3.6 Створення графічного наповнення

З використанням модульної сітки та кольорів, які зазначені вище був розроблений дизайн вебсайту. Також був розроблений мінімалістичний дизайн логотипу (рис. 3.7).



Рисунок 3.7 – Дизайн логотипу

Для головної сторінки було прийнято зробити зображення на весь екран, яке зустрічає користувача. Одразу зліва знаходиться блок з короткою інформацією про готельний комплекс. Справа знаходиться блок з швидким підбором номеру за вподобаннями користувача. Сам фрейм містить коротку інформацію про функцію та кнопки з іконками. Потім це буде анімовано. Зверху знаходиться меню з можливістю перейти до інших сторінок, зміна мови вебсайту то номер телефону. В наступному блоку була додана коротка інформація про номери, а справа знаходиться блок з іконками та назвами основних можливостей у готелі, або доступних зручностей, нижче розташована карусель із номерів, яку можна буде гортати. В третьому блоку була додана інформація про ресторан, басейн та конференц зал. Справа розташовується текст, а зліва фото. Потім навпаки – фото праворуч, а текст ліворуч. Далі знову змінюється, тобто отримуємо шаховий візерунок. Четвертим блоком був розроблений блок з інформацією про розваги, для цього буде анімована проява зображень та зміна кольору тексту з чорного на білий. П'ятим блоком було вирішено додати інтерактивну мапу готельного

комплексу, при натисканні на які, користувач буде отримувати інформацію про обрану частину готелю.

Сторінка «Галерея» дуже мінімалістична. Наявні кнопки для сортування зображень та сам блок з зображеннями, які можна буде відкрити у повному розмірі.

На сторінку «Бронювання» було вирішено додати блок з короткою інформацією про готельний комплекс та зображення навколо тексту. Нижче йде блок з бронюванням, виконаним у зелених тонах, у якому наявний вибір дати, кількості людей, багажу та дітей.

Сторінка «Контакти» зустрічає коротким текстом та зображенням по ліву частину. Далі був розроблений блок з адресою, телефоном та поштою закладу. Далі йде коротка інформація про те, як можна дістатися до готельного комплексу.

Для сторінки «Номери» був скопійований блок про номери з головної сторінки та доданий блок з усіма доступними номерами, який був відцентрований. Наприкінці був доданий блок з розвагами, також з головного меню вебсайту.

Для сторінок доступних номерів було обране рішення зміни фону головного зображення у хедері на фото самого номеру. Далі йде блок з фото номеру та короткий опис з усіма зручностями. Після чого завершується блоком з іншими варіантами номерів.

Зображення готелю та номерів були взяті з сайту готелю «Коруна», у якості заглушок [22].

Також для мобільної версії було розроблено адаптоване під цю версію меню (рис 3.8).

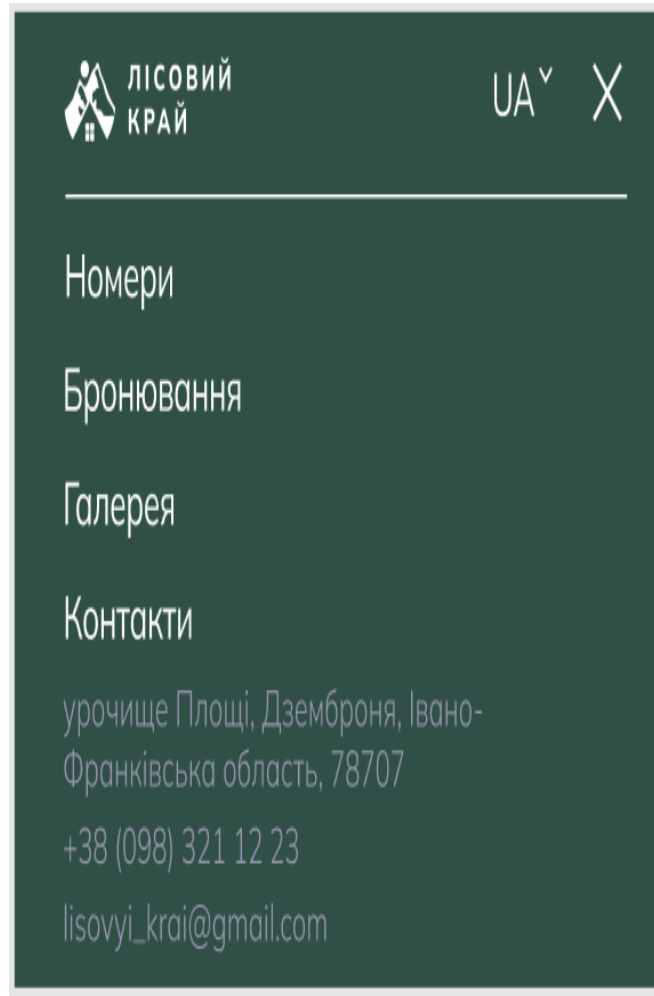


Рисунок 3.8 – Меню для мобільної версії

3.7 Створення анімацій

При створенні прототипу була додана анімація для кнопок блоку підбору ідеального номеру для користувача. При наведенні на кнопку колір змінюється на трохи світліший (3D7365).

При натисканні з'являється ядро-зелене обведення (79E290) та колір змінюється на світло-зелений (368C76). Після проведення зв'язування станів кнопок між собою отримуємо анімацію (рис. 3.9) [17].

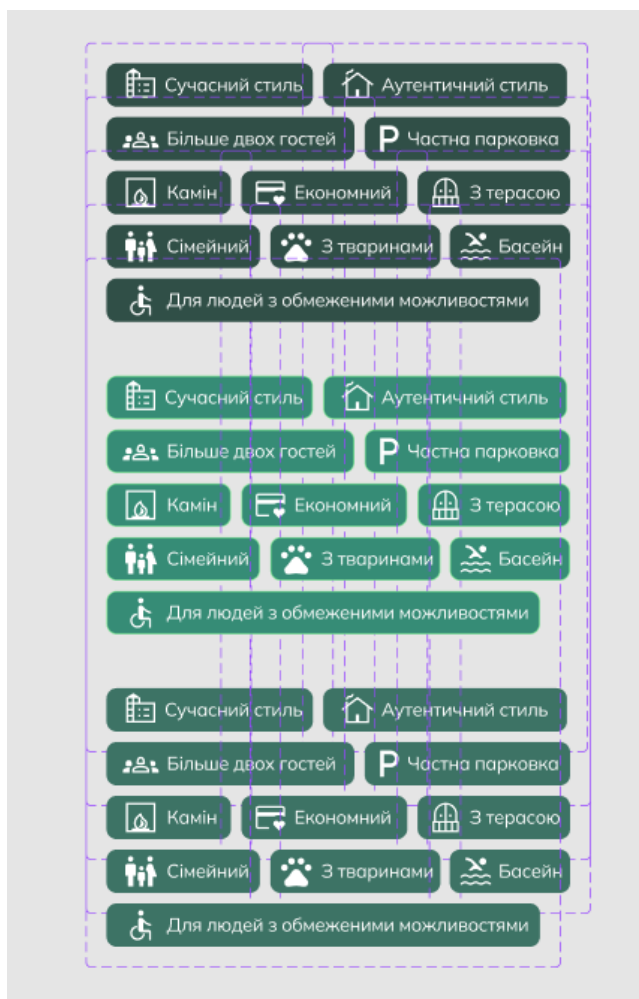


Рисунок 3.9 – Анімовані стани кнопок блоку підбору номеру

Далі була розроблена анімація для кнопок при бронюванні номеру (рис 3.10).

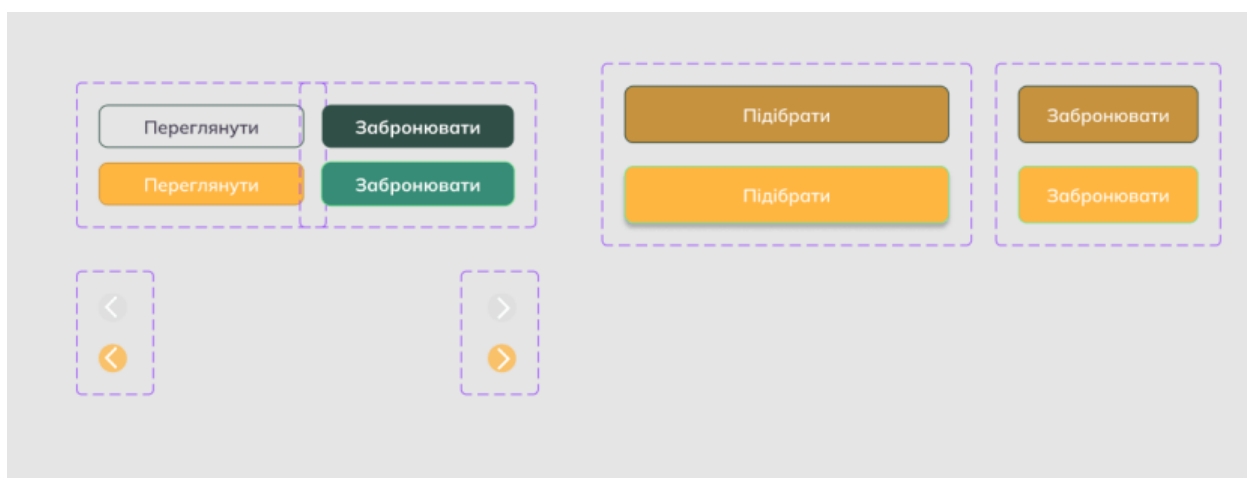


Рисунок 3.10 – Анімовані стани кнопок для бронювання

При виборі дати у блоці бронювання був розроблений календар вибору дати, та проведена його анімація (рис 3.11) [18].

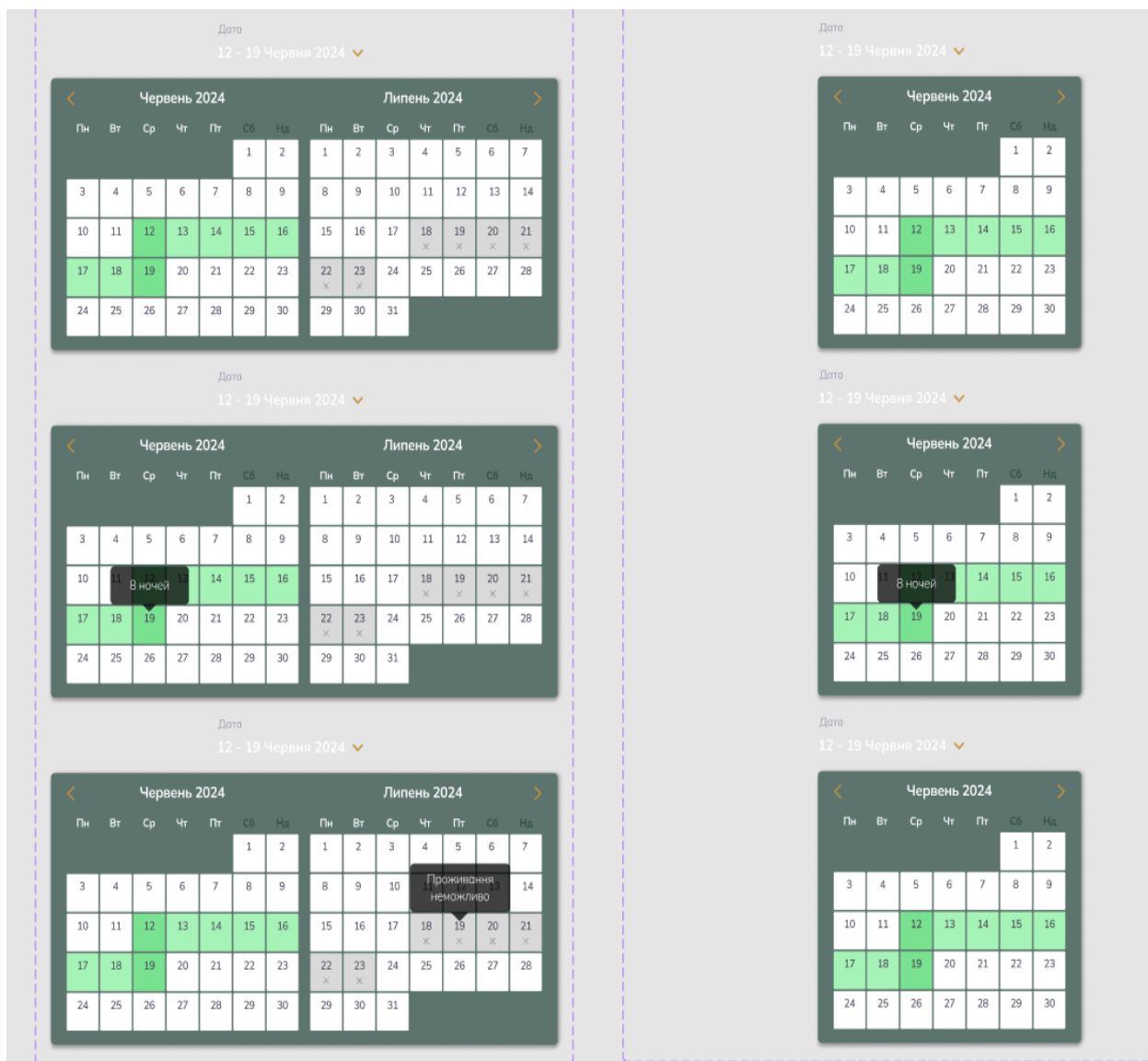


Рисунок 3.11 – Стани анімації календаря для десктопної та мобільної версії вибору дати заселення

Наступним кроком була проведена анімація для усіх випадючих меню. Для цього при наведенні текст виділяється світло-зеленим фоновим кольором. Самі меню зроблені з ефектом прозорого скла (рис 3.12).



Рисунок 3.12 – Стани та анімація для різних випадючих меню

Для каруселі з короткою інформацією про номер, його ціну та фото була також зроблена анімація при наведенні.

Після якої користувач баче докладну інформацію та має можливість переходити до бронювання або сторінки з цим номером, аналогічно було зроблено для усіх інших карточок з номерами. (рис. 3.13).

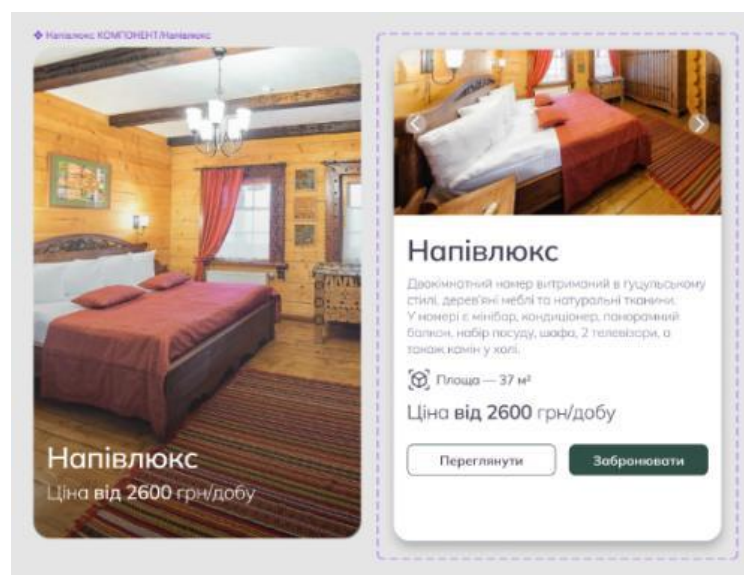


Рисунок 3.13 – Стани карточок з номерами

Для блоку з розвагами була зроблена анімація збільшення розміру при наведенні, зміні кольору тексту на темний та прояві фонового зображення (рис. 3.14).

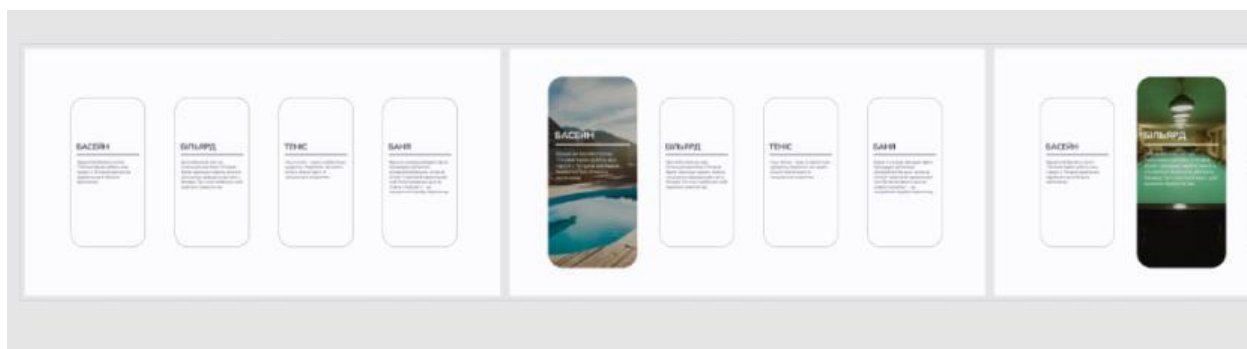


Рисунок 3.14 – Анімація блоку з розвагами

Для інтерактивного меню була додана проява блоків з інформацією про частину готелю, на яку користувач натиснув (рис. 3.15).

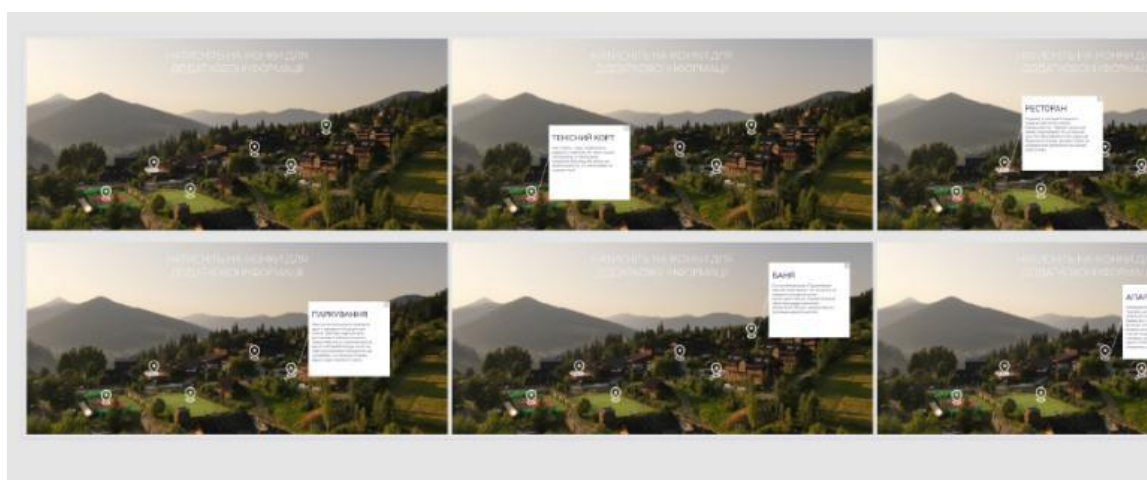


Рисунок 3.15 – Анімація інтерактивної мапи

На завершення була додана анімація різних додаткових елементів, елементів головного меню та елементів футера вебсайту (рис. 3.16). Також була зроблена навігація у нашому прототипі (рис. 3.17), завдяки чому, ми маємо майже точну копію функціонуючого вебсайту з усіма анімаціями та зв'язками між сторінками.



Рисунок 3.16 – Стани анімації додаткових елементи та елементи футера вебсайту

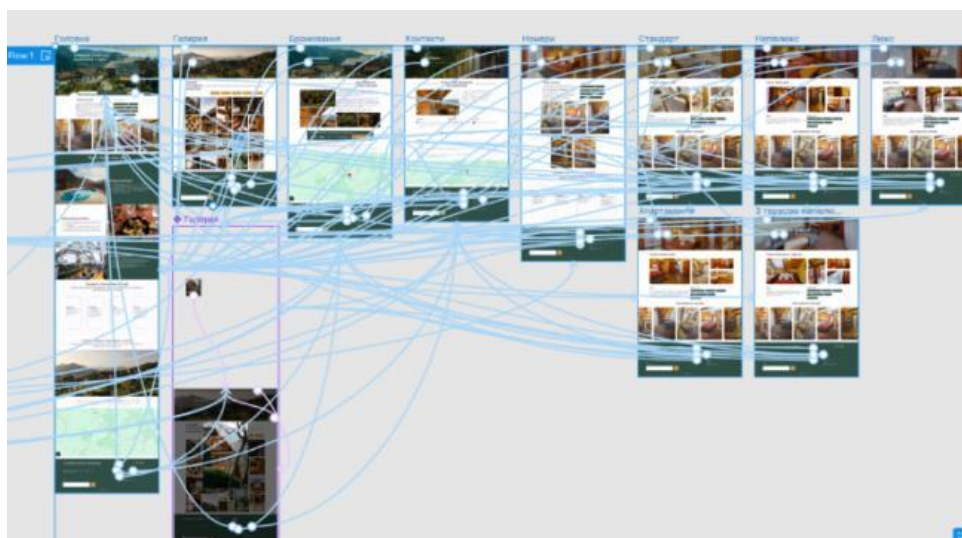


Рисунок 3.17 – Зроблена навігація для прототипу вебсайту

3.8 Створення UI kit

UI kit – це набір компонентів, який, крім візуальної частини, включає технічні параметри. Він використовується для розробки інтерфейсу [19].

Він забезпечує узгодженість стилю для всіх елементів інтерфейсу, а саме кнопок, іконки, шрифтів, кольорів. Також поліпшує роботу для FrontEnd розробника при створенні вебсайту.

У ході роботи вже були отримані готові частини для нашого UI kit. Тому була зроблена компоновка усіх елементів та поліпшення вигляду, у ході чого ми отримали готовий UI kit нашого вебсайту (рис. 3.18).

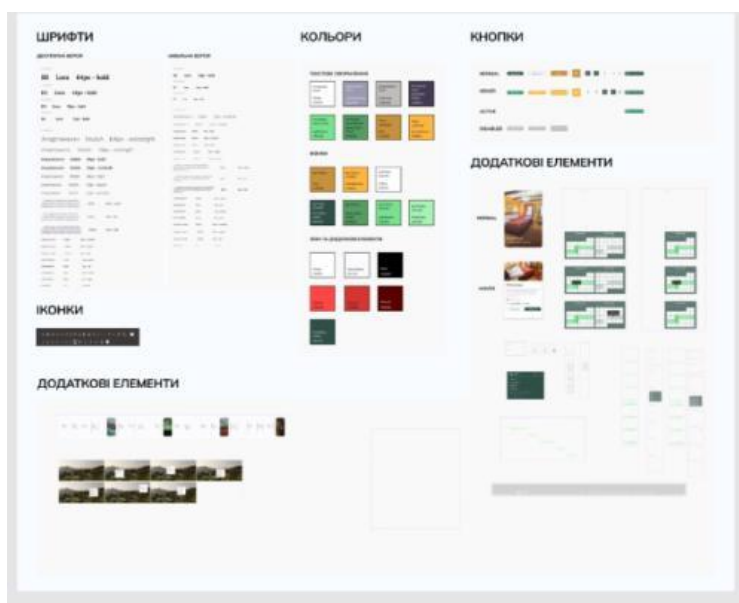


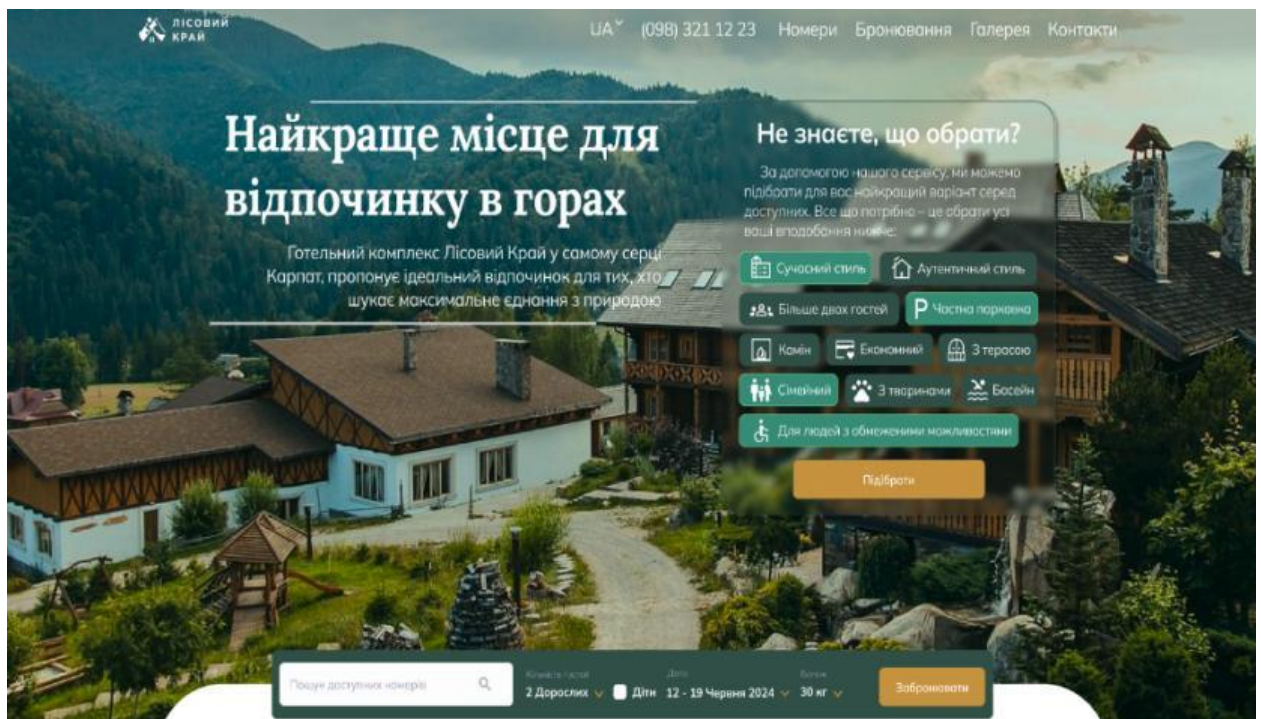
Рисунок 3.18 – UI kit вебсайту

4 ТЕСТУВАННЯ WEB-ВИДАННЯ

Останнім етапом є етап тестування. Цей етап обов'язковий для таких проєктів. Завдяки тестуванню можна знайти та усунути недоліки.

Для цього буде проведено тестування з емуляцією різних пристроїв, завдяки вбудованому забезпеченню у програмі Figma [20].

Для початку проведемо тестування десктопної версії вебсайту (рис. 4.1).



Наші номери

З усіма номерами:

Рисунок 4.1 – Відображення вебсайту на комп'ютерах

Далі було проведено тестування версії для ноутбуків з меншою роздільною здатністю, у якості девайсу був обраний MacBook Pro 16 (рис. 4.2).

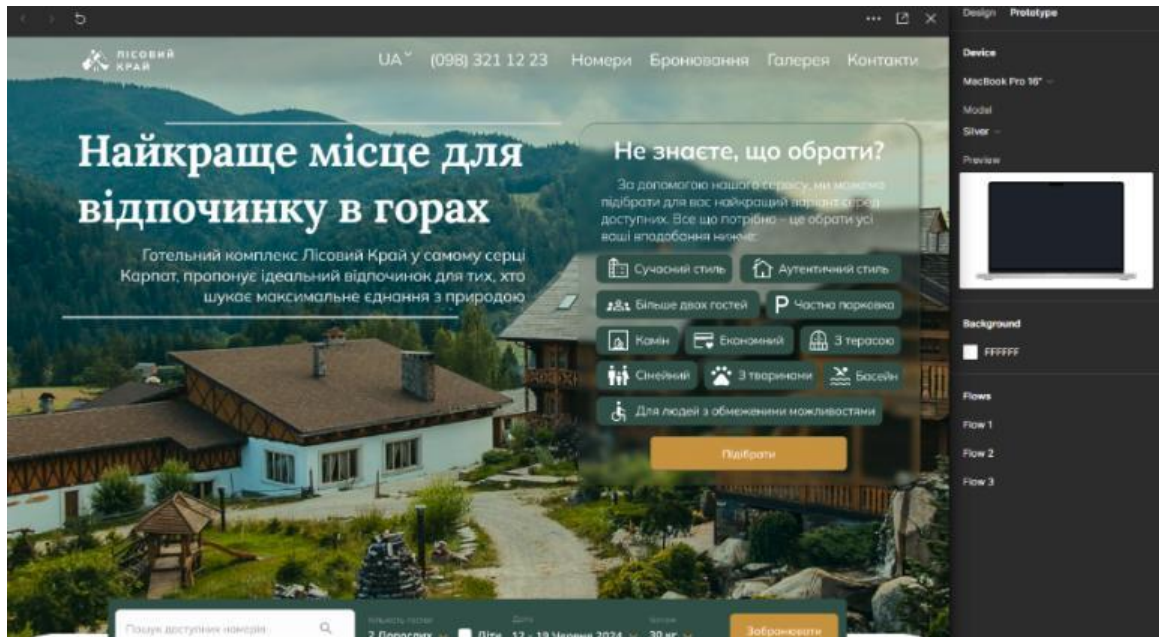


Рисунок 4.2 – Відображення вебсайту з ноутбука

Тепер зробимо тестування для планшетної версії, у якості девайсу був обраний iPad Mini 8.3 (рис. 4.3).

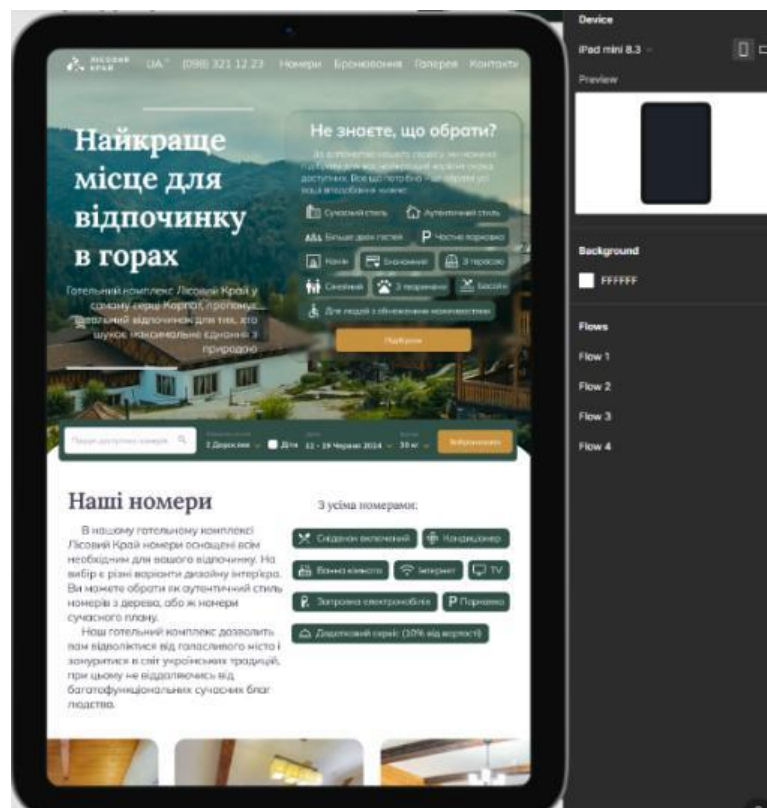


Рисунок 4.3 – Відображення вебсайту на планшетах

Останнім етапом тестування стала мобільна версія. У якості девайсу був обраний Google Pixel 2XL (рис. 4.4).

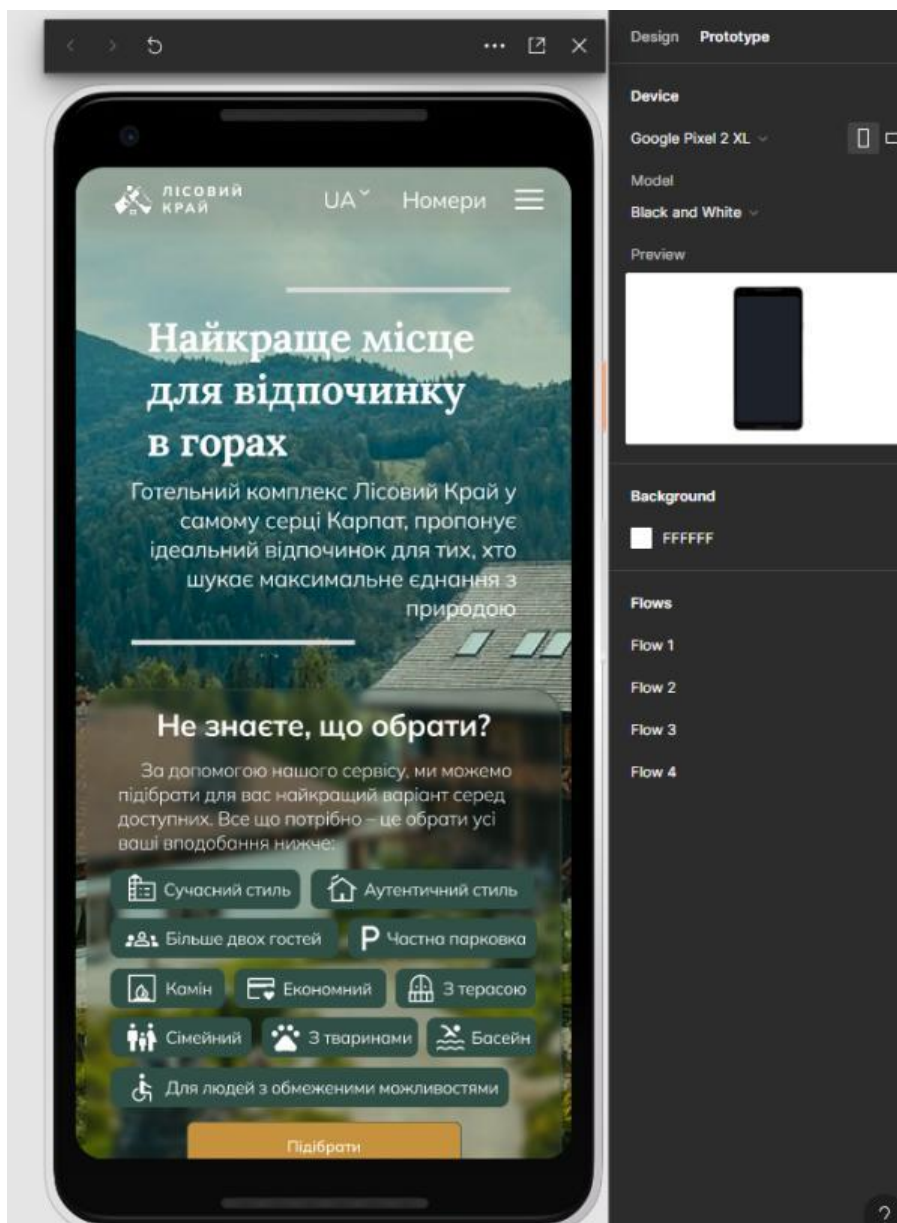


Рисунок 4.4 – Відображення вебсайту для телефонів

Проблем у ході тестування не було виявлено, структура зберігалась у необхідному вигляді, анімації працювали, дефектів не було. Дизайн вебсайту повністю адаптивний, так як правильно відображається на усіх пристроях.

5 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

У результаті виконання кваліфікаційної роботи був створений дизайн для вебсайту готельного комплексу «Лісовий Край» та функціонуючий прототип з анімаціями. Створення вебсайту для сфери обслуговування є головним кроком для отримання постійного потоку клієнтів та зручного засобу ознайомлення для клієнтів з готельним комплексом і його послугами.

На початку проєкту оцінюється економічна ефективність задля прогнозування доцільності розробки та усунення потенційних збитків ще до початку розробки. Спочатку була розрахована собівартість розробки, після чого, на другому етапі була визначена сума, яка включала в себе витрати та рівень прибутку.

Вебсайт розробляється методом Desktop First, що надає можливість запуску вебсайту вже на етапі створеної версії для комп'ютера, а також мінімізує витрати при створенні через свою просту структуру. Дизайн був створений одразу у всіх необхідних розмірах для гарного відображення на всіх пристроях. А прототип надає змогу перевіряти усі функції, анімації та структуру безпосередньо до написання коду FrontEnd та Backend розробниками.

Перед початком розробки були проаналізовані аналоги за тематикою вебсайту, що розробляється. Головною проблемою, під час користування вебсайтами аналогами була відсутність зручного переміщення між сторінками та відсутнє в меню посилання на сторінку з номерами, хоча це майже перше, що хоче побачити користувач. Також на деяких вебсайтах була відсутня підтримка інших пристроїв, що спричиняло некоректне відображення вебсайту для користувача. Тому можна виділити такі переваги вебсайту для готельного комплексу «Лісовий Край» у порівнянні з конкурентами:

- вебсайт виконаний у простому, але сучасному дизайні з дотриманням відповідних до тематики кольорів;

- вебсайт має просту та зручну для користувача структуру;
- вебсайт має унікальний підготовлений блок для функції швидкого підбору номеру за вподобаннями користувача;
- дизайн вебсайту виконаний з підтримкою інших пристроїв;
- дизайн вебсайту має готовий прототип та UI-кіт для Frontend та Backend розробників.

Джерелом доходу для розробника є безпосередньо сама розробка дизайну та прототипу вебсайту. Витрати для замовника складаються з одноразових витрат безпосередньо на розробку дизайну та прототипу вебсайту, FrontEnd та BackEnd складових та багаторазових витрат на покращення сервісу, підтримку вебсайту, оплату хостингу та додаткових витрат у майбутньому. Джерелом доходу для замовника є прибуток від нових клієнтів, які будуть бронювати та знімати собі номери у готелі через вебсайт, також підвищення видимості, впізнаваності та конкурентоспроможності, що збільшує загальний прибуток від бізнесу. Основним джерелом економії є зменшення адміністративних витрат через автоматизацію багатьох процесів.

Серед етапів розробки вебсайту можна виділити наступні:

- початковий етап аналізу та створення вимог до сайту, під час якого проводиться аналіз конкурентів, створення структури та дизайн-макетів відповідного вебсайту;
- створення графічної частини, підбір кольорової складової, створення фірмового стилю;
- проєктування UI/UX складових, розробка інтерфейсу та архітектури вебсайту тощо;
- технічне проєктування за допомогою FronEnd та BackEnd технологій;
- виправлення помилок та тестування вебсайту, оптимізація;
- підготовка до публікації та запуску вебсайту.

Перейдемо до розрахунку собівартості та ціни розробки. Собівартість розробки складається з таких складових:

- основна заробітна плата робітників;
- додаткова заробітна плата робітників;
- єдиний соціальний внесок;
- інші статті витрат.

Вебсайт розробляється 37 днів, за розробку відповідають такі спеціалісти як UI/UX дизайнер, FrontEnd та BackEnd розробники, QA інженер. Заробітні плати за відкритою статистикою Jooble наступні: для UI/UX дизайнера – 143,00 грн/год, FrontEnd розробника – 191,00 грн/год, BackEnd розробника – 223,00 грн/год, QA інженера – 195,00 грн/год. Робочий день складає 8 годин [21].

Розрахунок основної заробітної плати наведено у табл. 5.1.

Таблиця 5.1 – Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
		кількість, ос.	посада			
1	2	3	4	5	6	7
1. Початковий етап	Етап аналізу та створення вимог до вебсайту	1	UI/UX дизайнер	143,00	3	3432,00
2. Графічна частина	Етап макетування та розробки фірмового стилю	1	UI/UX дизайнер	143,00	4	4576,00
3. Візуальне проєктування	Розробка архітектури вебсайту, розробка прототипу	1	UI/UX дизайнер	143,00	8	9152,00
4. Технічна частина	FrontEnd розробка	1	FrontEnd розробник	191,00	8	12224,00
	BackEnd розробка	1	BackEnd розробник	223,00	9	16056,00

Продовження таблиці 5.1

5. Етап тестування	Тестування вебсайту	1	QA інженер	195,00	3	4680,00
6. Заключний етап	Підготовка до публікації	1	FrontEnd розробник	191,00	2	3056,00
Разом					37	53176,00
Додаткова заробітна плата (20 %)						10635,20
Усього						63811,20

Також необхідно врахувати додаткову заробітну плату, яка надається при успішному виконанні плану або інші досягнення, також може включати надбавки та премії або компенсації. Для нашого проєкту приймаємо значення у 20 % від загальної суми заробітної плати, тобто:

$$53176,00 * 0,20 = 10635,20 \text{ грн.}$$

Ставка єдиного соціального внеску дорівнює 22% від суми основної та додаткової заробітної плати.

$$(53176,00 + 10635,20) * 0,22 = 14038,46 \text{ грн.}$$

Також потрібно врахувати витрати на функціонування та обслуговування комп'ютерної техніки, яка використовується під час усього процесу розробки вебсайту. В першу чергу треба зробити розрахунок вартості електроенергії, використаної під час розробки. У нашому випадку передбачається використання чотирьох ком'ютерів з середньою потужністю 0,3 кВт на годину. Ціна за 1 кВт-год електроенергії в Україні на поточний час становить 4,32 грн. Враховуючи, що фахівці заміняють один одного, а не працюють одночасно, під час розрахунків можна прийняти один комп'ютер, а час загального користування комп'ютерами за 37 днів – 296 годин.

Отже, плата за електроенергію складає:

$$0,3 * 4,32 * 296 = 383,62 \text{ грн.}$$

Далі треба розрахувати витрати на обслуговування на основі її вартості та строку експлуатації, після завершення якого техніка підлягає оновленню або заміні. Вартість комп'ютера разом з монітором та периферійними пристроями становить 42000,00 грн, використання техніки протягом 254 робочих днів на рік. Тобто сума витрат на обслуговування техніки становить:

$$(42000,00 / (3 * 8 * 254)) * 296 = 2039,37 \text{ грн.}$$

Проект розробляється лише для однієї компанії тому собівартість розробки становить:

$$(63811,20 + 14038,46 + 383,6 + 2039,37) / 1 = 80272,65 \text{ грн.}$$

Сума прибутку від реалізації при рівні рентабельності 30 % складає:

$$80272,65 * 0,3 = 24081,80 \text{ грн.}$$

Вартість розробки вебсайту без податку на додану вартість (ПДВ) складає:

$$80272,65 + 24081,80 = 104354,45 \text{ грн.}$$

Сума ПДВ дорівнює 20 % від ціни без ПДВ та складає:

$$104354,45 * 0,2 = 20870,89 \text{ грн.}$$

Отже, ціна розробки з урахуванням ПДВ складає:

$$104354,45 + 20870,89 = 125225,33 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у табл. 5.2.

Таблиця 5.2 – Розрахунок витрат на розробку та ціни вебсайту

№ з/п	Стаття витрат	Сума, грн
1	Основна заробітна плата	53176,00
2	Додаткова заробітна плата	10635,20
3	Єдиний соціальний внесок	14038,46
4	Витрати на обслуговування техніки	2039,37
5	Витрати на електроенергію	383,62
6	Собівартість розробки вебсайту	80272,65
7	Прибуток	24081,80
8	Ціна без ПДВ	104354,45
9	Податок на додану вартість (ПДВ)	20870,89
10	Ціна з урахуванням ПДВ	125225,33

Отже, загальна вартість розробки вебсайту для готельного комплексу «Лісовий Край» становить 125225,33 грн. Виконання проєкту буде відбуватися протягом 37 днів з наступних розробників: UI/UX дизайнера, FrontEnd та BackEnd розробника, QA інженера. Очікуваний прибуток становить 24214,07 грн, що підтверджує доцільність створення вебсайту для готельного комплексу «Лісовий Край».

ВИСНОВКИ

Актуальність проєкту обумовлена сучасними тенденціями.

В наші часи бізнес не може розвиватися без наявності хоча б соціальних мереж, а поява вебсайту для таких сфер бізнесу як туризм – майже невід’ємна частина розвитку.

Метою роботи є розробка дизайну вебсайту для готельного комплексу «Лісовий Край» з наявністю адаптивного дизайну для усіх пристроїв, з готовою навігацією, прототипом з анімаціями та зібраним UI kit.

У ході реалізації проєкту був проведений аналітичний огляд, були розібрані основні етапи створення вебсайту, були розглянуті аналоги та конкуренти, зроблений їх аналіз. Перед створенням дизайну вебсайту були створені навігаційна та структурна схеми, створена модульна сітка для десктопної та мобільної версій вебсайту. Було виконано графічне наповнення, створені анімації та повна навігація у прототипі. Також був зібраний UI kit для подальшої розробки вебсайту FrontEnd розробниками.

Після завершення роботи було проведено тестування на різних пристроях на правильність відображення вебсайту, яке успішно пройшло тестування. Також був зроблений економічний розрахунок доцільності розробки вебсайту. Були враховані витрати на заробітну плату, електроенергію, додаткову заробітну плату тощо. Після закінчення економічних розрахунків було виявлено, що проєкт є економічно доцільним і буде приносити прибуток.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. HostIQ – URL: <https://hostiq.ua/blog/ukr/what-is-landing/> – (дата звернення: 07.05.2024).
2. Hillelblog – URL: <https://blog.ithillel.ua/articles/graficni-redaktori-dlya-rochatkivciv-oglyad-adobe-photoshop-adobe-illustrator-i-figma> – (дата звернення: 07.05.2024).
3. Hyperhost – URL: <https://hyperhost.ua/info/uk/mozhливosti-figma-servis-dlya-rozrobki-veb-dizaynu> – (дата звернення: 07.05.2024).
4. Hvdig – URL: <https://www.hvdig.co.uk/web-agency/mobile-first-vs-desktop-first> – (дата звернення: 08.05.2024).
5. Webcase – URL: <https://webcase.com.ua/uk/blog/iz-chego-sostoit-razrobka-sajta/> – (дата звернення: 08.05.2024).
6. Evergreen – URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/ui-kit.html> – (дата звернення: 08.05.2024).
7. Case – URL: <https://cases.media/en/article/analiz-konkurentiv-analiz-produktu-swot-analiz> (дата звернення: 12.05.2024).
8. HostIQ – URL: <https://hostiq.ua/blog/ukr/adaptive-design/> – (дата звернення: 12.05.2024).
9. GoIT – URL: <https://goit.global/ua/articles/adobe-illustrator-dlia-rochatkivtsiv-mozhливosti-pliusy-ta-minusy/> – (дата звернення: 15.05.2024).
10. WebTune – URL: <https://webtune.com.ua/statti/web-rozrobka/struktura-sajtu/> – (дата звернення: 21.05.2024).
11. ГЛЯНЕЦЬ – URL: <https://gl.ua/blog/systema-navihatsiyi-saytu-ta-osobливosti-yiyi-stvorennya> – (дата звернення: 21.05.2024).
12. DesignTalk – URL: <https://designtalk.club/modulni-sitky-v-ui-najkrashhi-praktyku-vykorystannya/> – (дата звернення: 21.05.2024).

13. UXPub – URL: <https://ux.pub/editorial/orghanizatsiia-prostoru-v-dizaini-vidstupi-sitki-ta-lieiauti-1f00> – (дата звернення: 21.05.2024).
14. WebPromo – URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/kak-vybrat-cvetovuyu-gammu-dlya-dizaina-sajta/> – (дата звернення: 27.05.2024).
15. Web4U – URL: <https://web4u.in.ua/blog/yak-pravil-no-vibrati-shrift-10> – (дата звернення: 27.05.2024).
16. GoogleFonts – Офіційний вебсайт – URL: <https://fonts.google.com> – (дата звернення: 27.05.2024).
17. UXPub – URL: <https://ux.pub/cospl/funktsiia-intieraktivnikh-komponentiv-figma-3gja> – (дата звернення: 04.06.2024).
18. UXUI – URL: <https://www.ux-ui.top/ux-navchannya/polya-formy-vvedennya-daty-rekomendacziyi-po-dyzajnu-ux.html> – (дата звернення: 05.06.2024).
19. Evergreen – URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/ui-kit.html> – (дата звернення: 05.06.2024).
20. Figma – Документація – URL: <https://help.figma.com/hc/en-us/articles/19790203466263-Test-your-prototypes-with-UserTesting> – (дата звернення: 09.06.2024).
21. Jooble – URL: <https://ua.jooble.org/salary/онлайн> – (дата звернення: 11.06.2024).
22. Koruna – URL: <https://koruna.ua> – (дата звернення: 09.06.2024).