

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)
« 19 » травня 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

здобувачеві _____ *Закутньому Валерію Віталійовичу* _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____ *Розробка UI/UX дизайну веб-сайту «Kharkiv»* _____

Затверджена наказом по університету від _____ 19 травня 2025 р. № 385 Ст _____

2. Термін подання здобувачем роботи до екзаменаційної комісії _____ 18 червня 2025 р. _____

3. Вихідні дані до роботи

Тип продукції: веб-сайт для надання інформаційно-презентаційних послуг. Спосіб поширення інформації: Інтернет. Категорія сайту: комерційний веб-сайт. Текстовий контент: інформаційні блоки, статті у форматі .txt. Графічний контент: ілюстрації у форматах .jpg, .jpeg, .png. _____


4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; 1 Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; 2 Аналітичний огляд літератури за темою роботи; 3 Вибір інструментальних засобів; 4 Проектування інформаційної структури та навігації; 5 Розробка модульної сітки; 6 Розробка графічного дизайну; 7 Наповнення контентом сторінок видання і створення інтерактивного прототипу; 8 Тестування і публікація видання; 9 Економічна частина; Висновки; Перелік джерел посилання; Додатки. _____

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

Титульний слайд; Мета роботи; Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; Аналітичний огляд літератури за темою роботи; Вибір інструментальних засобів; Проектування інформаційної структури та навігації; Розробка модульної сітки; Розробка графічного дизайну; Наповнення контентом сторінок видання і створення інтерактивного прототипу; Тестування і публікація видання; 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	ас. Трунова Т.О.		17.06.2025
Економічна частина	ас. Легеза О.М.		16.06.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу	04.06.2025	Виконано
2	Аналітичний огляд літератури за темою роботи	04.06.2025	Виконано
3	Вибір інструментальних засобів.	05.06.2025	Виконано
4	Проектування інформаційної структури та навігації.	06.06.2025	Виконано
5	Розробка модульної сітки.	07.06.2025	Виконано
6	Розробка графічного дизайну.	08.06.2025	Виконано
7	Економічна частина	09.06.2025	Виконано
8	Оформлення пояснювальної записки	10.06.2025	Виконано
9	Оформлення графічної частини	13.06.2025	Виконано

Дата видачі завдання 19 травня 2025 р.

Здобувач



(підпис)

Керівник роботи



(підпис)

ас. Тетяна ТРУНОВА
(посада, власне ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 68 с., 3 табл., 19 рис., 1 дод., 17 джерел.

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, НАВІГАЦІЯ, ПРОТОТИП, ВЕБ-САЙТ, ВАЙРФРЕЙМ, ІНТЕРФЕЙС, ДИЗАЙН, ТЕСТУВАННЯ, UI, МОДУЛЬНА СІТКА, UX, ВЕБ-ДИЗАЙН.

Предметом дослідження цієї кваліфікаційної роботи – розробка дизайну веб-сайту для онлайн-платформи, яка презентує культурно-наукову діяльність Харкова. Проєкт охоплює ключові етапи створення інтерфейсу: вивчення потреб та інтересів цільової аудиторії, підбір відповідного інструментарію для дизайну, побудову логічної структури сайту, розробку інтуїтивної навігації, створення адаптивної модульної сітки, візуального оформлення сторінок, а також побудову інтерактивного прототипу з подальшим його тестуванням. Крім того, здійснено техніко-економічне обґрунтування реалізації проєкту.

Метою кваліфікаційної роботи – створити візуально привабливий і зручний у користуванні дизайн сайту, який відповідає сучасним стандартам UI/UX-дизайну, підкреслює унікальність тематики та слугує ефективним засобом комунікації з користувачами.

У підсумку виконання дипломного проєкту було розроблено сучасний, адаптивний та функціональний дизайн веб-сайту Kharkiv

ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 68 p., 3 tabl., 19 pic., 1 app., 17 sources.

GRAPHIC DESIGN, NAVIGATION, PROTOTYPE, WEBSITE, WIREFRAME, INTERFACE, DESIGN, TESTING, UI, MODULAR GRID, UX, WEB DESIGN.

The subject of this qualification work is the development of a website design for an online platform that showcases the cultural and scientific activities of Kharkiv. The project covers all key stages of interface creation: researching the needs and interests of the target audience, selecting appropriate design tools, structuring the site's information architecture, developing intuitive navigation, creating a responsive modular grid, designing visual elements, building an interactive prototype, and conducting usability testing. Additionally, a technical and economic justification for the project implementation was carried out.

The purpose of the qualification project is to create a visually appealing and user-friendly website design that meets modern UI/UX standards, highlights the uniqueness of the theme, and serves as an effective communication tool with users.

As a result of this diploma project, a modern, adaptive, and functional web design for the Kharkiv platform was developed.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП	8
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ.....	11
1.1 Мета та задачі проекту	11
1.2 Цільова аудиторія.....	12
1.3 Аналіз аналогів	13
2. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ	18
2.1 Поняття веб-дизайн та його важливість	18
2.2 Адаптивний веб-дизайн.....	20
2.3 Етапи створення веб-дизайну	21
3 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ	24
3.1 Ресурси для пошуку референсів	24
3.2 Вибір інструментальних засобів.....	25
4 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА НАВІГАЦІЇ.....	30
4.1 Що таке інформаційна структура веб-сайту	30
4.2 Створення вайрфрейму.....	33
5 РОЗРОБКА МОДУЛЬНОЇ СІТКИ.....	37
6 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	40
6.1 Розробка дизайн-макетів сторінок	41
6.2 Підбір кольорів.....	43
6.3 Підбір гарнітури	45
7 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ СТОРІНОК ВИДАННЯ	
І СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНОГО ПРОТОТИПУ	47
7.1 Заповнення контентом сторінок видання	47
7.2 Створення інтерактивного прототипу	53
8 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ ВИДАННЯ	56
9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	59
9.1 Характеристика продукції.....	59

9.2 Конкуренція	59
9.3 Етапи розробки	60
9.4 Розрахунок собівартості та ціни	61
ВИСНОВКИ.....	65
ДОДАТОК А Дизайн сторінок	69

ВСТУП

У наш час цифрові технології стрімко змінюють усі аспекти життя суспільства, а особливо – способи взаємодії між людьми, організаціями та інформаційними системами. Сфера інтернет-комунікації стала невід’ємною частиною як приватного, так і професійного простору. Завдяки швидкому доступу до інформації, можливості обміну знаннями та безперервній інтерактивності, онлайн-платформи перетворилися на ключовий інструмент для освіти, культури, науки й бізнесу.

На тлі зростання популярності цифрових медіа особливе місце займають веб-сайти – багатофункціональні інформаційні середовища, які дозволяють представляти проекти, демонструвати результати діяльності, залучати нову аудиторію та налагоджувати ефективну комунікацію. З кожним роком роль візуальної складової вебресурсів лише посилюється, адже саме дизайн визначає, наскільки користувач зможе зручно, швидко та приємно взаємодіяти з інформаційною системою.

У цьому контексті важливим стає не просто створення веб-сайту як засобу передачі інформації, а формування цілісного цифрового продукту, що поєднує естетику, логіку структури, адаптивність до різних пристроїв та зручність використання. Саме тому вебдизайн як напрям діяльності набуває особливого значення. Сучасні вимоги до дизайну інтерфейсів включають не тільки візуальну привабливість, але й глибоке розуміння потреб аудиторії, зручну навігацію, логічну структуру контенту, доступність для людей з різними можливостями, швидкість завантаження сторінок, адаптацію до мобільних пристроїв та багато інших параметрів.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи зумовлена необхідністю створення представницького сайту, який би висвітлював культурно-наукові ініціативи, пов’язані з Харковом – містом з глибокими академічними, технічними та мистецькими традиціями. Харків є осередком інноваційної

думки та освітніх процесів, тому вебплатформа, що презентує відповідні проєкти, має бути розроблена з урахуванням усіх сучасних стандартів UI/UX-дизайну. Такий ресурс повинен не лише інформувати, але й надихати, викликати довіру та сприяти залученню молоді, науковців і партнерів до ініціатив.

Під час реалізації проєкту передбачено повний цикл дизайнерської розробки вебсайту: починаючи з формулювання цілей, вивчення цільової аудиторії, аналізу аналогічних рішень та тенденцій, – і закінчуючи побудовою інтерактивного прототипу, тестуванням та економічною оцінкою розробки. Важливо також те, що проєкт охоплює питання контентного наповнення, графічного стилю та системи навігації, які повинні бути цілісними та відповідати загальній ідеї ресурсу.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у створенні візуально ефективного та функціонально зручного дизайну вебсайту, який репрезентує проєкт, пов'язаний із Харковом, у цифровому просторі. Такий вебресурс має відображати не лише інформацію, але й формувати позитивне враження про саму ініціативу, викликати інтерес у відвідувачів, бути естетично гармонійним і технологічно адаптованим.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких ключових етапів:

- аналіз умов та завдань, визначених для кваліфікаційної роботи;
- опрацювання теоретичних джерел та прикладів подібних проєктів;
- вибір відповідного програмного забезпечення та дизайнерських інструментів;
- побудова логічної структури сайту та проектування навігаційної системи;
- розробка сіткової основи (модульної сітки) для компоновання елементів;
- візуальне оформлення сторінок сайту у стилі, що відповідає тематиці;
- створення інтерактивного прототипу;

- проведення первинного тестування макету з урахуванням зворотного зв'язку;
- підготовка економічного обґрунтування розробки та її доцільності.

Таким чином, дана кваліфікаційна робота є спробою створити сучасний вебдизайн, здатний реалізувати інформаційно-презентаційну функцію у межах теми, пов'язаної з Харковом як осередком культурно-наукового розвитку.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

1.1 Мета та задачі проекту

У межах даної кваліфікаційної роботи передбачено створення дизайну веб-сайту, що репрезентує культурно-наукову платформу, пов'язану з містом Харків. Основна мета проекту – розробити сучасний, інформативний та візуально привабливий вебдизайн, який ефективно презентує ініціативи, події та досягнення міста у сфері науки, освіти та культури.

Одним із ключових завдань є формування позитивного першого враження у користувача, забезпечення інтересу до представленого контенту та створення емоційного зв'язку з відвідувачем. Дизайн повинен не лише відображати тематику ресурсу, але й відповідати її змістовному навантаженню – бути водночас стриманим, сучасним і зрозумілим.

Важливо також подати інформаційне наповнення у зручному для сприйняття форматі. Користувач повинен легко орієнтуватися на сайті, швидко знаходити цікаву й актуальну інформацію, знайомитися з подіями та матеріалами. Для цього потрібно забезпечити логічну структуру сайту, продумане розташування інформаційних блоків, чітку ієрархію та зручну навігацію.

Задля реалізації поставлених цілей передбачено виконання наступних задач:

- створення стилістично цілісного, візуально збалансованого інтерфейсу сайту;
- забезпечення логічної структури з простою та інтуїтивно зрозумілою навігацією;
- адаптація дизайну для різних типів пристроїв, включаючи мобільні телефони та планшети;

- впровадження базових інтерактивних рішень для покращення взаємодії з користувачем;
- розробка та тестування інтерактивного прототипу вебсайту.

Виконання вищезазначених задач сприятиме створенню зручного, функціонального та візуально ефективного веб-дизайну, який буде не лише відповідати технічним і естетичним вимогам, а й успішно виконуватиме роль комунікаційного інструменту, здатного презентувати Харків як місто інновацій, науки та культури.

1.2 Цільова аудиторія

Ефективність будь-якого цифрового продукту значною мірою залежить від правильного визначення та розуміння цільової аудиторії. Саме на основі характеристик потенційних користувачів формуються ключові рішення щодо дизайну, функціональності та структури вебсайту. Якщо контент або інтерфейс не відповідають очікуванням аудиторії, навіть найякісніше технічне рішення може виявитися неефективним.

Цільова аудиторія – це певна категорія користувачів, для яких розробляється продукт. Вона визначається за низкою параметрів: віком, професійною діяльністю, рівнем освіти, цифровою грамотністю, інтересами та мотивами. Врахування цих характеристик дає змогу створити вебсайт, максимально орієнтований на реальні потреби й поведінкові звички користувачів.

У контексті даного проєкту йдеться про розробку веб-дизайну платформи, яка презентує науково-культурні ініціативи Харкова. Цей сайт призначений для широкої аудиторії – від студентів та молодих науковців до викладачів, дослідників, представників культурної спільноти, журналістів, а також усіх, хто цікавиться урбаністичним, науковим або культурним розвитком міста. Віковий діапазон охоплює переважно користувачів від 18 до 40 років, які активно користуються цифровими технологіями у повсякденному житті.

Цільова аудиторія характеризується середнім або високим рівнем володіння інтернетом та цифровими сервісами, тому доцільно застосовувати сучасні дизайнерські рішення. Водночас необхідно дбати про доступність – інтерфейс має бути зрозумілим як для досвідчених користувачів, так і для тих, хто взаємодіє з подібними ресурсами не надто часто.

Особливу увагу потрібно приділити адаптації ресурсу під мобільні пристрої, оскільки значна частина відвідувачів переглядає сайти саме з телефонів або планшетів. Це передбачає використання гнучкої сітки, мінімалістичного підходу до візуальних елементів, швидкого доступу до основного контенту та чіткого структурування інформації.

З урахуванням вищезазначеного, дизайн сайту має відповідати наступним вимогам:

- інтуїтивно зрозуміле розміщення основних функціональних блоків;
- логічна навігація, з мінімальною кількістю кроків до потрібного розділу;
- чітка ієрархія контенту для зручності сприйняття;
- зручна адаптація для різних типів пристроїв та розмірів екранів;
- естетичне оформлення, яке створює позитивне враження про платформу.

У результаті вебдизайн, розроблений у межах цієї кваліфікаційної роботи, буде спрямований на задоволення потреб обраної аудиторії, а також сприятиме популяризації культурно-наукового середовища Харкова через сучасні цифрові інструменти.

1.3 Аналіз аналогів

Аналіз існуючих рішень у сфері вебдизайну є важливим етапом у процесі створення ефективного та привабливого інтерфейсу. Щоб створити сучасний вебсайт, який презентує культурно-наукові ініціативи Харкова, доцільно вивчити вже реалізовані проекти зі схожою тематикою або функціональністю. Це

дозволяє не лише перейняти успішні дизайнерські рішення, а й уникнути типових помилок, притаманних подібним платформам.

Для аналізу були обрані три популярні ресурси, які мають різну спрямованість, але використовують актуальні підходи до структури, навігації та візуального оформлення: TripAdvisor (tripadvisor.com), The Village Україна (village.com.ua) та ТСН.ua (tsn.ua).

The Village Україна – медіаплатформа, яка висвітлює міське життя, культуру та соціальні зміни. Дизайн ресурсу сучасний і сміливий: переважає монохромна гама з акцентними кольорами (рис. 1.1). Розташування контенту виконано у вигляді модульної сітки, що забезпечує зручність для сприйняття. Особливістю сайту є баланс між текстовим і візуальним наповненням, динамічне оновлення новин, легка адаптивність до різних типів пристроїв.

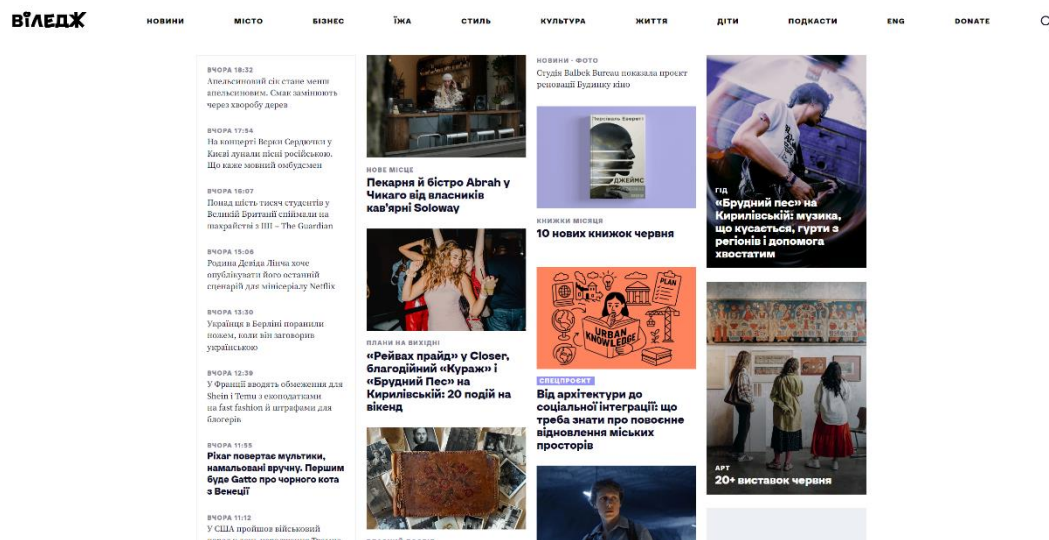


Рисунок 1.1 – Головна сторінка веб-сайту The Village Ukraine

Переваги:

- сучасний редакційний стиль;
- модульна структура;
- адаптивність дизайну.

Недоліки:

- іноді незрозуміла ієрархія інформації;

- відсутність чітких тематичних фільтрів;
- складність швидкого пошуку потрібного контенту.

ТСН.ua – один із найбільших новинних порталів України. Портал орієнтований на оперативне інформування користувача. Дизайн максимально функціональний, з акцентом на подачу великого обсягу матеріалів у стислому форматі (рис. 1.2). Використовується багато інтерактивних елементів: слайдери, відео, лайв-блоки. Водночас структура залишається досить навантаженою, що може ускладнювати навігацію для нового користувача.

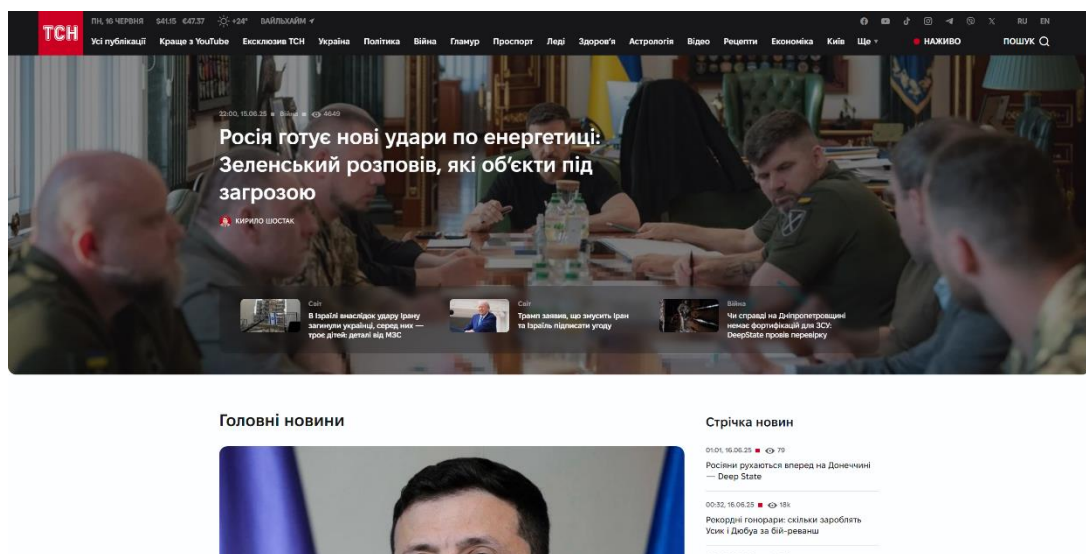


Рисунок 1.2 – Головна сторінка веб-сайту TSN

Переваги:

- велика кількість актуального контенту;
- мультимедійна підтримка (відео, стрічки новин);
- оптимізація для мобільних версій.

Недоліки:

- перевантаженість головної сторінки;
- неінтуїтивна навігація для новачків;
- велика кількість реклами.

TripAdvisor – один із найвідоміших сайтів у сфері туризму та локальних оглядів. Основний акцент платформи зроблено на функціональність і доступ

до великого обсягу інформації. Дизайн сайту є доволі стриманим, що дозволяє зосередити увагу користувача на контенті (рис. 1.3). Інтерфейс побудований за принципом логічної ієрархії, з чітко вираженими блоками: пошук, категорії, рейтинги. Важливою перевагою є інтеграція користувацького контенту, що формує відчуття взаємодії та спільноти.

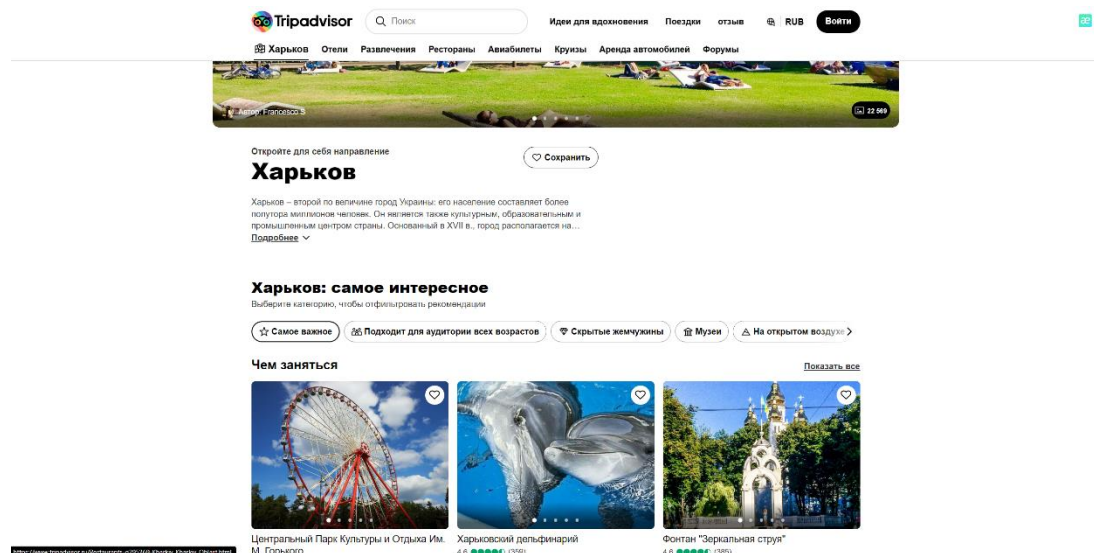


Рисунок 1.3 – Сторінка веб-сайту TripAdvisor

Переваги:

- структурований контент;
- проста та знайома навігація;
- адаптивність для мобільних пристроїв.

Недоліки:

- перевантаженість елементами;
- візуальна частина поступається функціональності;
- обмежена індивідуальність у стилі.

Здійснений аналіз дозволяє виділити кілька важливих аспектів, які можуть бути враховані під час створення вебсайту, присвяченого Харкову. Серед ключових рекомендацій – використання структурованої модульної сітки (як у The Village), простота навігації (як у TripAdvisor) та мультимедійні елементи, що активізують увагу користувача (як у ТСН.ua). Водночас слід

уникати перевантаженості інтерфейсу, надмірної кількості блоків і контенту без чіткої ієрархії.

У підсумку, дизайн майбутнього сайту повинен поєднувати функціональність, адаптивність, чисту візуальну мову та простоту сприйняття, залишаючись при цьому унікальним представником харківської культурно-наукової платформи.

2. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

2.1 Поняття веб-дизайн та його важливість

Веб-дизайн як окрема галузь виник на перетині інформатики, візуального мистецтва та інтерфейсної інженерії у відповідь на стрімке зростання цифрового середовища та появу потреби у привабливому, зручному для користувача вебпросторі. Перші вебсторінки, які з'явилися на початку 1990-х років, були вкрай простими – переважно текстовими, без будь-яких складних візуальних або інтерактивних елементів. Удосконалення веббраузерів поступово дало змогу використовувати графіку, стилі оформлення, а пізніше – і інтерактивність, що стало рушієм розвитку дизайну у цифровому середовищі.

З розвитком HTML-розмітки та появою CSS стало можливим відокремлення структури документа від його візуального подання. Це значно розширило можливості дизайнерів, дозволивши їм створювати більш складні, гнучкі та адаптивні макети. Подальша еволюція вебу, зокрема перехід до концепції Web 2.0, ознаменувала нову еру – інтерфейси стали динамічними, з інтерактивними елементами, а користувачі – не просто глядачами, а активними учасниками цифрової взаємодії.

Поява великої кількості мобільних пристроїв у 2010-х роках висунула нові вимоги до вебдизайну: з'явилася необхідність створювати сайти, що однаково добре відображаються на різних екранах. Відтак на перший план вийшли адаптивні підходи до розробки дизайну, які враховують ширину пристрою, орієнтацію екрана та поведінку користувача у різних середовищах.

Сучасний веб-дизайн умовно поділяється на два ключові напрямки: дизайн інтерфейсу (UI – User Interface) та дизайн взаємодії (UX – User Experience) [2]. UI відповідає за візуальну частину – тобто за зовнішній вигляд кнопок, форм, шрифтів, колірних рішень і загальної стилістики сторінок. UX,

у свою чергу, зосереджений на тому, як користувачі сприймають та використовують сайт: чи логічна структура, наскільки інтуїтивною є навігація, скільки зусиль потребує пошук потрібної інформації, чи відчуває відвідувач комфорт під час взаємодії.

Ефективний UI-дизайн допомагає сформувати естетичне враження та зробити сайт візуально зрозумілим, а UX-дизайн – забезпечити логіку та зручність використання. Збалансоване поєднання цих двох складових – запорука створення позитивного досвіду для користувача, що безпосередньо впливає на ефективність ресурсу загалом.

Автор відомої праці з веб-юзабіліті Стів Круг у книзі «Don't Make Me Think» акцентує увагу на необхідності інтуїтивності: сайт не повинен змушувати користувача замислюватися над тим, як ним користуватись. Чим легше й швидше відвідувач досягає своєї мети, тим вища ймовірність повторного візиту, задоволення та взаємодії з контентом.

Важливою частиною сучасного дизайну є й брендова ідентичність. Графічна стилістика, шрифтова палітра, логотип, кольори та інші візуальні елементи мають відображати характер проєкту, його цінності та концепцію. Це стосується не лише комерційних брендів, а й публічних платформ, таких як культурно-наукові ініціативи. У контексті сайту, присвяченого Харкову, важливо, щоб його дизайн не лише відповідав сучасним UI/UX стандартам, а й асоціювався з науково-освітнім середовищем, культурною спадщиною та інноваційним потенціалом міста [3].

Таким чином, веб-дизайн відіграє ключову роль у формуванні першого враження від проєкту, створенні зручного середовища для споживання інформації та підвищенні ефективності комунікації з користувачем. Якісне візуальне оформлення сприяє довірі, утримує увагу аудиторії та є необхідним елементом кожного сучасного вебресурсу.

2.2 Адаптивний веб-дизайн

Адаптивний веб-дизайн є одним із базових принципів сучасної розробки інтерфейсів, мета якого – забезпечити комфортне користування сайтом незалежно від типу пристрою, на якому його переглядають [4]. Його суть полягає у створенні гнучких макетів, які автоматично змінюють свою структуру та елементи в залежності від розміру екрану, орієнтації пристрою та характеристик браузера.

Враховуючи, що значна частина користувачів сьогодні переглядає сайти з мобільних пристроїв (смартфонів, планшетів), адаптивність стала не просто бажаною функцією, а необхідністю. Особливо це актуально для платформ, які мають на меті інформування широкого кола аудиторії, зокрема – культурно-наукових проєктів, де зручність подання контенту напряму впливає на залученість та ефективність взаємодії.

Гнучкі макети в адаптивному дизайні забезпечують зміну пропорцій і розташування блоків контенту без втрати цілісності візуального стилю. Це дозволяє зберігати логіку навігації та структуру інформації як на широкоформатному моніторі, так і на компактному мобільному екрані. Такий підхід забезпечує цілісність користувацького досвіду, уникаючи потреби в окремих версіях сайту для різних пристроїв.

Не менш важливою є роль типографіки та кольорів. У рамках адаптивного дизайну підбір шрифтів має враховувати як їхню читабельність, так і масштабованість – текст повинен залишатися зрозумілим навіть на маленьких екранах. Контрастність кольорів також грає ключову роль: вона впливає на комфорт перегляду, сприйняття контенту й загальну естетику інтерфейсу.

Адаптація стосується і інтерактивних компонентів: кнопок, меню, форм, посилань. Для зручного використання на сенсорних пристроях, розміри інтерактивних елементів мають бути достатніми для точного натискання пальцем. Структура навігації також зазнає змін – наприклад, стандартне

горизонтальне меню може трансформуватися у «бургер»-меню, що відкривається при натисканні.

У випадку розробки вебсайту, присвяченого Харкову, адаптивність є критично важливою. Потенційна аудиторія проекту є різномірною – це студенти, науковці, туристи, мешканці міста – які користуються різними пристроями у різних умовах. Відтак сайт повинен бути доступним і зручним для кожного з них.

Загалом, адаптивний веб-дизайн дозволяє не лише розширити охоплення аудиторії, а й підвищити якість взаємодії з контентом, зменшити кількість відмов і покращити загальне враження користувача від сайту.

2.3 Етапи створення веб-дизайну

Процес створення веб-дизайну для сайту, що презентує культурно-наукові ініціативи Харкова, складається з ряду послідовних етапів, кожен з яких має вирішальне значення для досягнення якісного кінцевого результату. Кожен крок виконується з урахуванням потреб цільової аудиторії, технічних можливостей і завдань, які має виконувати вебресурс (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Схема етапів розробки дизайну веб-сайту

Першим етапом є вивчення вихідного завдання та формування вимог до проєкту. На цьому етапі аналізуються цілі вебсайту, особливості тематики, структура майбутнього контенту, визначаються очікування відвідувачів та ключові функціональні потреби. Важливо також чітко окреслити цільову аудиторію та контекст використання ресурсу.

Другим кроком є дослідження існуючих аналогів – сайтів подібної тематики або структури. Це дає змогу зрозуміти, які дизайнерські рішення вже зарекомендували себе як ефективні, а також уникнути повторення недоліків, помічених у конкурентів. Аналіз таких сайтів, як TripAdvisor, The Village Україна та TSN.ua, дозволяє виділити вдалу побудову інформаційної архітектури, функціональні підходи до навігації та ефективне використання візуальних елементів.

На наступному етапі формується інформаційна архітектура проєкту – створюється схема сайту (sitemap), яка визначає основні розділи та підрозділи, логіку переходів між сторінками, а також структуру подання матеріалів. Такий підхід дозволяє організувати контент так, щоб користувачі легко знаходили потрібну інформацію без зайвих зусиль.

Після цього відбувається етап пошуку візуальних референсів. Дизайнер аналізує приклади вже реалізованих рішень, підбирає стилістичні напрямки, що можуть надихати або частково лягти в основу візуальної концепції майбутнього сайту. Це стосується як загального оформлення, так і деталей – таких як кнопки, типографіка, розміщення контенту.

Важливу роль відіграє побудова модульної сітки – основи, яка забезпечує візуальну узгодженість усіх елементів сторінки. Сітка допомагає зберігати чіткі пропорції, робить структуру сайту впорядкованою та дозволяє легко адаптувати контент під різні екрани.

Наступний етап – створення вайрфреймів, тобто каркасів сторінок, що демонструють загальну логіку розташування основних елементів без деталізації дизайну. Це можуть бути умовні прямокутники та блоки, які

позначають меню, заголовки, зображення, кнопки тощо. Вайрфрейми створюються для кожного важливого розділу сайту.

Після затвердження каркасів починається розробка візуального стилю. На цьому етапі дизайнер обирає кольорову гаму, типографіку, створює іконки, кнопки, оформлює загальний вигляд елементів інтерфейсу. Усе це повинно відповідати тематиці ресурсу, передавати його настрій та водночас залишатися зрозумілим і доступним для користувачів.

Після цього формується інтерактивний прототип – набір клікабельних макетів, що дозволяє змоделювати сценарії взаємодії користувача з сайтом. До нього додаються анімації переходів, ефекти наведення, демонстрація поведінки елементів у різних станах.

Завершальним етапом є тестування створеного прототипу. Воно включає перевірку логіки взаємодії, зручності навігації, адаптивності інтерфейсу, а також – тестування з потенційними користувачами з метою виявлення слабких місць. На основі зібраного зворотного зв'язку можуть бути внесені корективи, що дозволяють покращити користувацький досвід.

Весь процес є циклічним: на кожному етапі можливе повернення до попередніх кроків з метою уточнення, доопрацювання або оптимізації. Такий підхід забезпечує гнучкість і дозволяє адаптувати проєкт до змін, що виникають у процесі реалізації.

3 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ

3.1 Ресурси для пошуку референсів

Пошук референсів у процесі вебдизайну є важливим кроком, що дозволяє сформувати візуальне уявлення про майбутній сайт та визначити відповідний стиль. На цьому етапі здійснюється аналіз прикладів реалізованих вебпроектів, дизайнерських рішень, структур сторінок та візуальної подачі, які можуть бути використані як джерело натхнення. Особливої актуальності цей процес набуває у проектах, присвячених публічним темам – таким як сайт, що репрезентує культурно-наукову платформу Харкова.

Перед початком роботи з референсами важливо розуміти цілі проекту, його змістове навантаження та інтереси цільової аудиторії. Це дозволяє зробити пошук максимально ефективним, зосередившись саме на тих прикладах, які найкраще відображають бажану атмосферу, логіку подання інформації та загальний стиль майбутнього інтерфейсу.

Для збору прикладів використовувалися такі основні ресурси:

Dribbble – це популярна платформа, створена у 2009 році спеціально для дизайнерів. Вона дозволяє публікувати короткі візуальні фрагменти робіт, так звані "шоти", які можуть включати приклади інтерфейсів, іконок, веб-сторінок, а також графічні елементи. Цей ресурс корисний для перегляду трендових дизайнерських рішень у сфері UI/UX і дозволяє зручно зберігати цікаві зразки для подальшого аналізу.

Behance – професійна онлайн-платформа, що належить компанії Adobe і функціонує з 2006 року. Вона орієнтована на створення повноцінних портфоліо, в яких дизайнери публікують завершені кейси зі структурованим описом етапів розробки. Behance дозволяє побачити не лише кінцевий результат, але й логіку проектування, що є надзвичайно корисним для

розуміння процесів створення сайтів зі складною архітектурою або унікальним візуальним стилем.

Pinterest – соціальна платформа, заснована у 2010 році, яка дозволяє зберігати зображення, графіку та відео у вигляді тематичних "дошок натхнення". Її часто використовують дизайнери для візуального дослідження тенденцій, створення тематичних колекцій та підбору референсів за настроєм, кольоровою палітрою або композицією. Pinterest зручний тим, що надає широкий спектр контенту – від мінімалістичних макетів до експериментальних концептів.

На основі аналізу матеріалів, зібраних на цих платформах, формується початкове розуміння естетики, з якою буде працювати дизайнер у межах конкретного проєкту. Важливо пам'ятати, що референси використовуються не як джерело для копіювання, а як відправна точка для створення власного унікального візуального рішення. Пошук референсів також допомагає відслідковувати сучасні тренди, що дозволяє підвищити актуальність розробленого продукту та зробити його конкурентоспроможним у цифровому середовищі.

3.2 Вибір інструментальних засобів

Починаючи роботу над створенням вебдизайну сайту, присвяченого науково-культурним ініціативам Харкова, важливо обрати інструменти, які повністю відповідають вимогам проєкту. Були проаналізовані можливості найпопулярніших програм для UI/UX-дизайну з метою визначення найбільш оптимального рішення для реалізації поставлених завдань.

Figma – це сучасний вебзастосунок для створення інтерфейсів, який підтримує спільну роботу в режимі реального часу [5]. Завдяки хмарному середовищу, дизайнери можуть працювати з будь-якого пристрою, незалежно від операційної системи. Платформа підтримує створення векторної графіки, прототипів, інтерфейсів та інтерактивних макетів. Серед переваг Figma –

зрозумілий інтерфейс, кросплатформеність, широкі можливості прототипування, інтеграція з іншими інструментами та підтримка плагінів, які значно розширюють функціонал (рис. 3.1) [6].

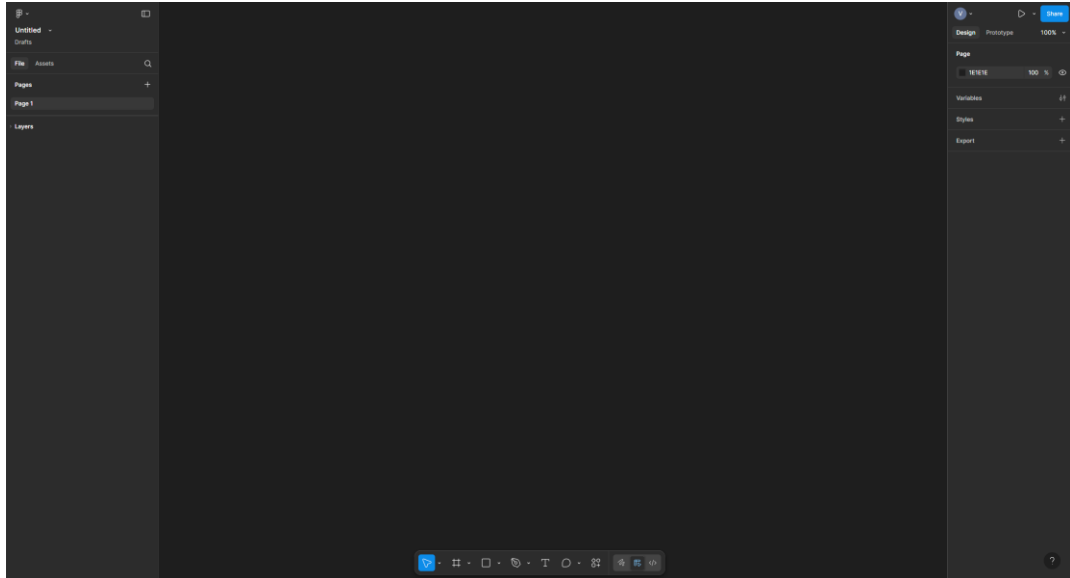


Рисунок 3.1 – Інтерфейс Figma

Adobe XD – середовище для створення інтерактивних прототипів, розроблене Adobe. Спеціалізується на створенні інтерфейсів для веб і мобільних застосунків. Adobe XD інтегрується з іншими програмами Adobe Creative Cloud, такими як Illustrator та Photoshop, що дозволяє дизайнеру зручно об'єднувати векторну та растрову графіку в одному проєкті (рис. 3.2).

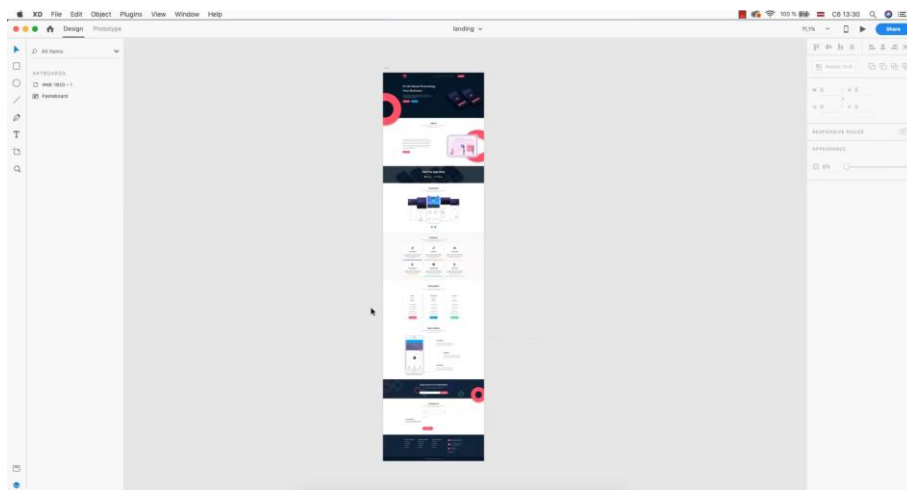


Рисунок 3.2 – Інтерфейс Adobe XD

Sketch – векторний редактор, розроблений спеціально для macOS. Він дозволяє створювати інтерфейси, макети, стилі й прототипи. Sketch вирізняється високою продуктивністю, простим інтерфейсом та підтримкою великої кількості розширень. Програма популярна серед дизайнерів, які працюють з інтерфейсами та мобільними застосунками (рис. 3.3).

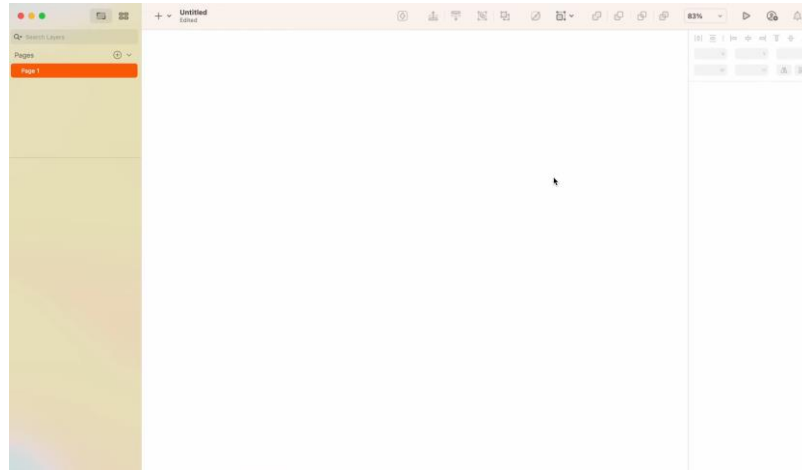


Рисунок 3.3 – Інтерфейс Sketch

Adobe Photoshop – один із найпотужніших графічних редакторів, який використовується для створення макетів, редагування фотографій і розробки окремих елементів дизайну. Photoshop дозволяє працювати з шарами, ефектами, ретушуванням зображень і створенням унікальних візуальних рішень (рис. 3.4).

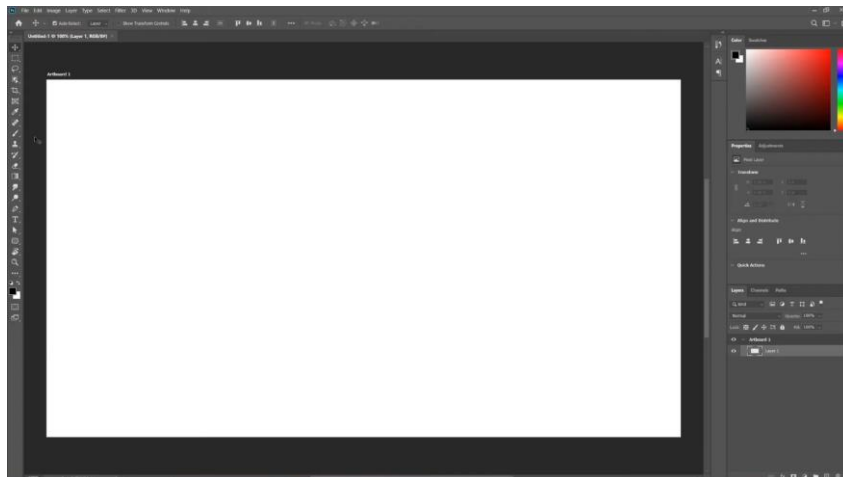


Рисунок 3.4 – Інтерфейс Adobe Photoshop

Для наочності результати порівняння ПЗ наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Порівняння інструментальних засобів

Критерії	Figma	Adobe XD	Sketch	Adobe Photoshop
Можливості дизайну	Векторний дизайн, прототипування, спільна робота в хмарі	Прототипування, інтеграція з Adobe, інструменти UI	Створення UI, підтримка плагінів, макети та компоненти	Растрова графіка, фотомонтаж, візуальні ефекти
Спільна робота	Спільна робота у браузері в реальному часі	Інтеграція з Creative Cloud	Плагіни для обміну, менш розвинуті онлайн-функції	Через Adobe Cloud або передача файлів
Доступність	Працює у браузері на Windows/macOS, хмарна платформа	Працює на Windows/macOS, встановлення через Adobe Creative Cloud	Тільки для macOS	Windows/macOS, частина Adobe Creative Cloud
Ціна	Безкоштовна версія, преміум-функції – за підпискою	Платна підписка або окреме придбання	Платна ліцензія з оновленнями або річна підписка	Платна підписка через Creative Cloud

Після детального аналізу було прийнято рішення використовувати саме Figma як основний інструмент для реалізації вебдизайну проєкту. Це рішення зумовлене рядом ключових переваг:

Figma є безкоштовною у базовій версії, що робить її доступною для студентських проєктів та невеликих команд. Навіть у безкоштовному тарифному плані доступний весь необхідний функціонал для створення повноцінного вебдизайну.

Одна з головних переваг – підтримка спільної роботи в реальному часі. Кілька користувачів можуть одночасно працювати над одним проєктом, переглядати зміни, додавати коментарі та брати участь в обговоренні без необхідності надсилання окремих версій файлів.

Кросплатформеність – ще один вагомий плюс Figma. Програма доступна через веббраузер, а отже, не потребує встановлення та працює на будь-якій операційній системі.

Окремо варто відзначити розвинену екосистему плагінів. Користувачі можуть додавати модулі для автоматичного створення контенту, перевірки доступності, генерації коду, управління бібліотеками та багато іншого (рис. 3.5).

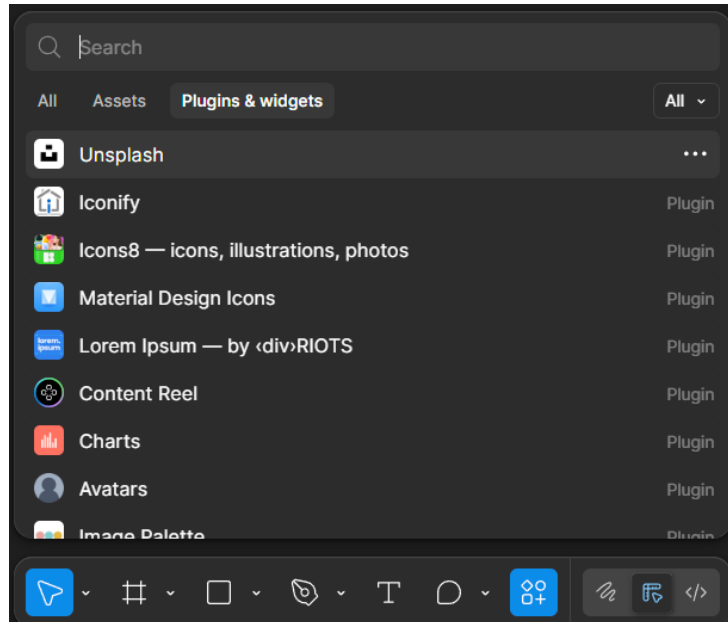


Рисунок 3.5 – Вікно вибору/пошуку плагінів

Також у Figma реалізовано вбудоване прототипування, що дозволяє створювати інтерактивні макети з ефектами переходу, анімаціями та логікою взаємодії, не виходячи з інтерфейсу програми.

Ще однією перевагою є використання компонентів і стилів, які можна повторно використовувати в межах усього проєкту. Це забезпечує візуальну єдність та прискорює роботу над дизайном.

Таким чином, Figma є оптимальним вибором для реалізації дизайну вебсайту у межах даної кваліфікаційної роботи завдяки своїй гнучкості, доступності та широким функціональним можливостям.

4 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА НАВІГАЦІЇ

4.1 Що таке інформаційна структура веб-сайту

Проектування інформаційної структури є одним із найважливіших етапів створення вебсайту, оскільки саме вона визначає, наскільки зручно користувачам орієнтуватися на сайті, знаходити потрібну інформацію та взаємодіяти з ресурсом. Для сайту, присвяченого науково-культурним ініціативам Харкова, ця структура має враховувати не лише змістовне наповнення, а й логіку подання, простоту навігації та можливість гнучкого розширення.

Інформаційна структура вебсайту – це схема організації контенту, яка визначає, як і де буде розміщено інформацію, як сторінки будуть зв'язані між собою, і яким чином користувачі здійснюватимуть переміщення по сайту. Це свого роду каркас сайту, на основі якого вибудовується вся подальша візуальна й технічна реалізація інтерфейсу.

Процес проектування починається з визначення цілей сайту та потреб його цільової аудиторії. Це включає аналіз очікувань користувачів, їх поведінкових моделей, сценаріїв використання, а також типів контенту, які будуть їм найцікавішими чи корисними. На основі цього формується загальна концепція інформаційного наповнення.

Далі відбувається створення загальної карти сайту – логічної структури основних розділів і підрозділів. Визначаються основні сторінки, зв'язки між ними та рівень вкладеності. Основна мета цього етапу – забезпечити інтуїтивну навігацію, при якій користувач завжди розуміє, де він знаходиться і як повернутися або перейти до іншого розділу.

Після цього визначається контентна структура – які матеріали і на яких сторінках будуть розміщені. Це включає текстову, візуальну, мультимедійну та інтерактивну інформацію. Кожна сторінка має мати чітку мету та логічну

послідовність елементів для досягнення максимальної ефективності у донесенні змісту.

На основі схеми навігації та контентного плану створюються вайрфрейми – схематичні макети сторінок, які відображають розміщення основних елементів без деталізації дизайну. Це дозволяє на ранньому етапі оцінити логіку подання інформації та за потреби внести корективи.

Після розробки інформаційної структури проводиться її тестування. Це може включати як експертну оцінку, так і юзабіліті-тестування з реальними користувачами. На основі зворотного зв'язку вносяться зміни, які допомагають зробити структуру сайту ще зручнішою та ефективнішою.

Важливо також обрати відповідну модель структури сайту. Залежно від обсягу контенту, цілей ресурсу та очікувань користувачів використовуються різні моделі:

Лінійна структура передбачає послідовне проходження сторінок – одна за одною. Така модель підходить для презентаційних або навчальних ресурсів, де важливо зберегти логіку послідовності. Вона проста й зрозуміла, але обмежує гнучкість переміщення між розділами.

Ієрархічна модель є найпоширенішою у сучасних сайтах. У ній головна сторінка має посилання на основні розділи, а ті, в свою чергу, містять підрозділи. Така схема зручна для великих інформаційних проєктів, оскільки дозволяє логічно впорядкувати матеріали та забезпечує швидку навігацію.

Павутинна структура (мережева) дозволяє користувачам вільно переходити між сторінками без чіткої ієрархії. Це підходить для блогів, новинних порталів, інтерактивних платформ, де користувач сам формує маршрут перегляду в залежності від інтересів.

У межах розробки сайту, присвяченого Харкову, була обрана ієрархічна модель як найбільш відповідна для чіткої організації великої кількості змістовного контенту. Вона дозволяє легко масштабувати проєкт, додаючи нові розділи, не порушуючи загальної логіки. На рисунку 4.1 представлено розроблену мапу сайту.

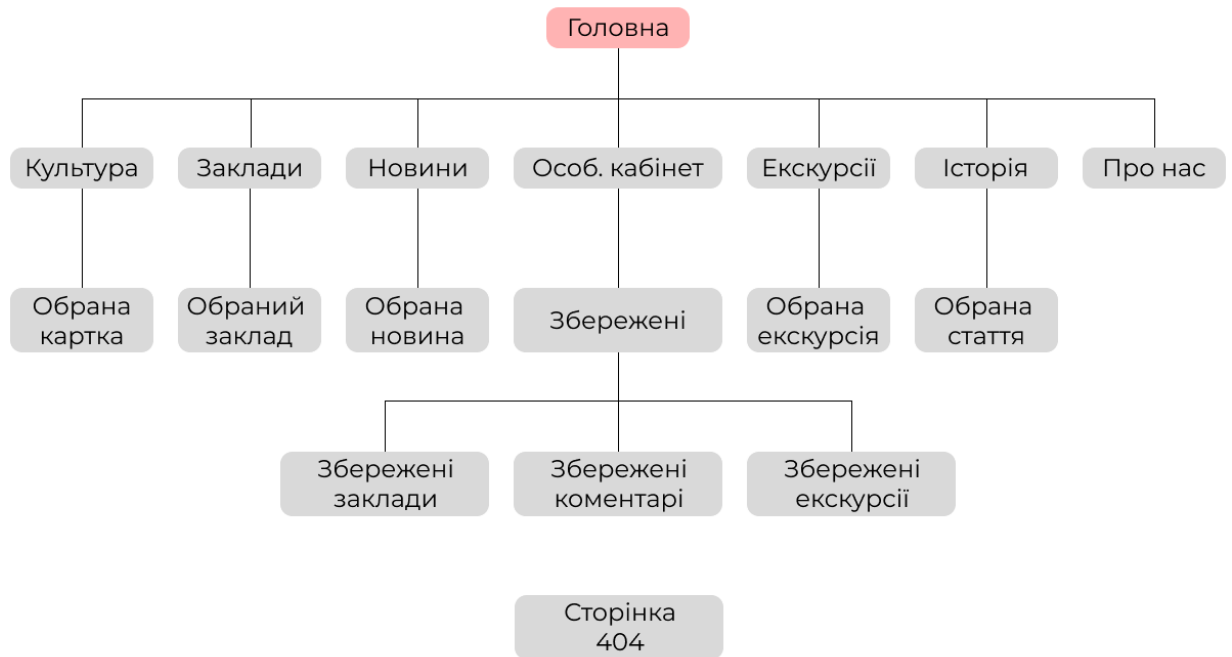


Рисунок 4.1 – Мапа веб-сайту

Навігація реалізована через верхнє (хедер) (рис. 4.2) та нижнє (футер) (рис. 4.3) меню. В хедері передбачені основні пункти сайту: Головна, Культура, Заклади, Новини, Історія, Екскурсії, Про нас. У футері дублюються ці ж посилання, а також додаються технічні сторінки, як-от "Політика конфіденційності". У мобільній версії навігація реалізована через бургер-меню для зручності користувачів зі смартфонів (рис. 4.4-4.5).



Рисунок 4.2 – Хедер веб-сайту

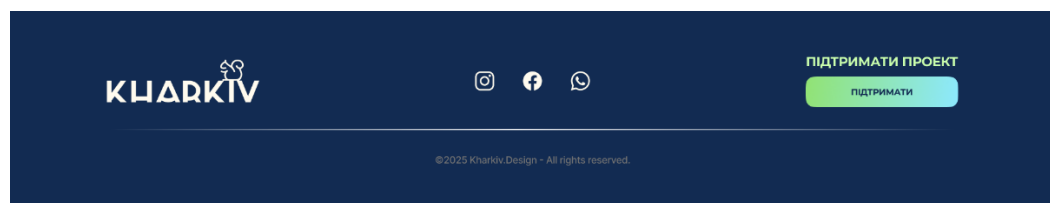


Рисунок 4.3 – Футер веб-сайту



Рисунок 4.4 – Хедер мобільної версії веб-сайту

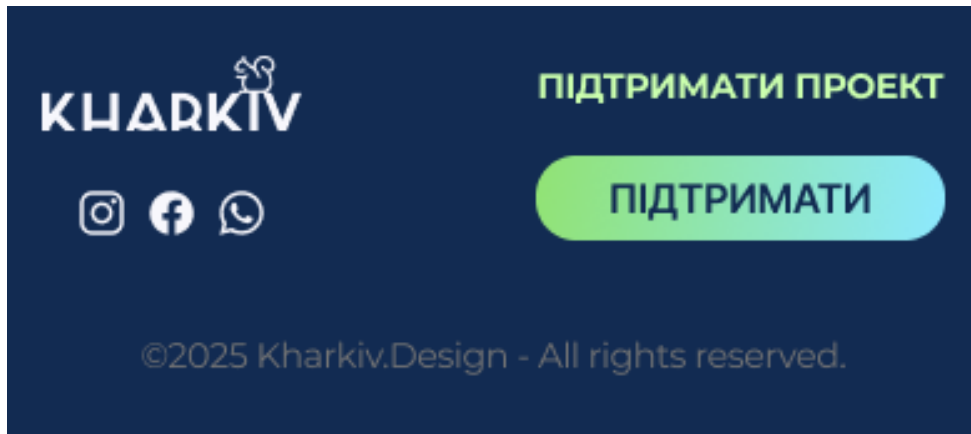


Рисунок 4.5 – Футер мобільної версії веб-сайту

4.2 Створення вайрфрейму

Після остаточного затвердження інформаційної структури вебсайту розпочинається етап створення вайрфреймів. Вайрфрейм – це умовне креслення або схема сторінки, що дозволяє візуально представити майбутню структуру інтерфейсу. Він не передбачає опрацювання графіки або стилів, натомість фокусується на розміщенні функціональних елементів і логіці їх взаємодії.

На цьому етапі формується базове уявлення про те, як виглядатимуть сторінки сайту: де знаходитимуться заголовки, текстові блоки, кнопки, зображення, панелі навігації та інші важливі складові. Це дозволяє заздалегідь оцінити зручність користування сайтом і внести зміни до його структури без необхідності редагувати готовий дизайн.

Процес створення вайрфрейму зазвичай починається з визначення обов'язкових компонентів кожної сторінки. Сюди можуть входити логотип,

головне меню, пошукова панель, слайдери, картки товарів або публікацій, футери та інші елементи взаємодії з користувачем. Далі дизайнер визначає, у якому порядку й в якому співвідношенні ці елементи будуть розташовані.

Особлива увага приділяється юзабіліті – зручності користування. Логіка розміщення елементів повинна бути інтуїтивно зрозумілою, щоб користувачі могли легко знаходити інформацію, взаємодіяти з навігацією та швидко переходити між розділами.

Ще одним важливим аспектом є відображення переходів та взаємодій. Вайрфрейм може містити умовні позначення для посилань, кнопок і переходів, щоб показати, як саме користувач переміщуватиметься по сайту. Це дає змогу протестувати логіку навігації на ранньому етапі.

Ступінь деталізації вайрфрейму може бути різною залежно від потреб проєкту – від базових чорно-білих схем до більш точних і промальованих конструкцій, які майже повністю відповідають майбутньому дизайну.

Для візуалізації інформаційної структури сайту «Kharkiv» було створено кілька вайрфреймів, які демонструють загальне розміщення елементів на сторінках. На рисунку 4.6 представлено приклад макету головної сторінки з основними блоками контенту, на рисунку 4.7 – схема сторінки закладів, що включає фільтрацію, сортування, мініатюри закладів та кнопки взаємодії.

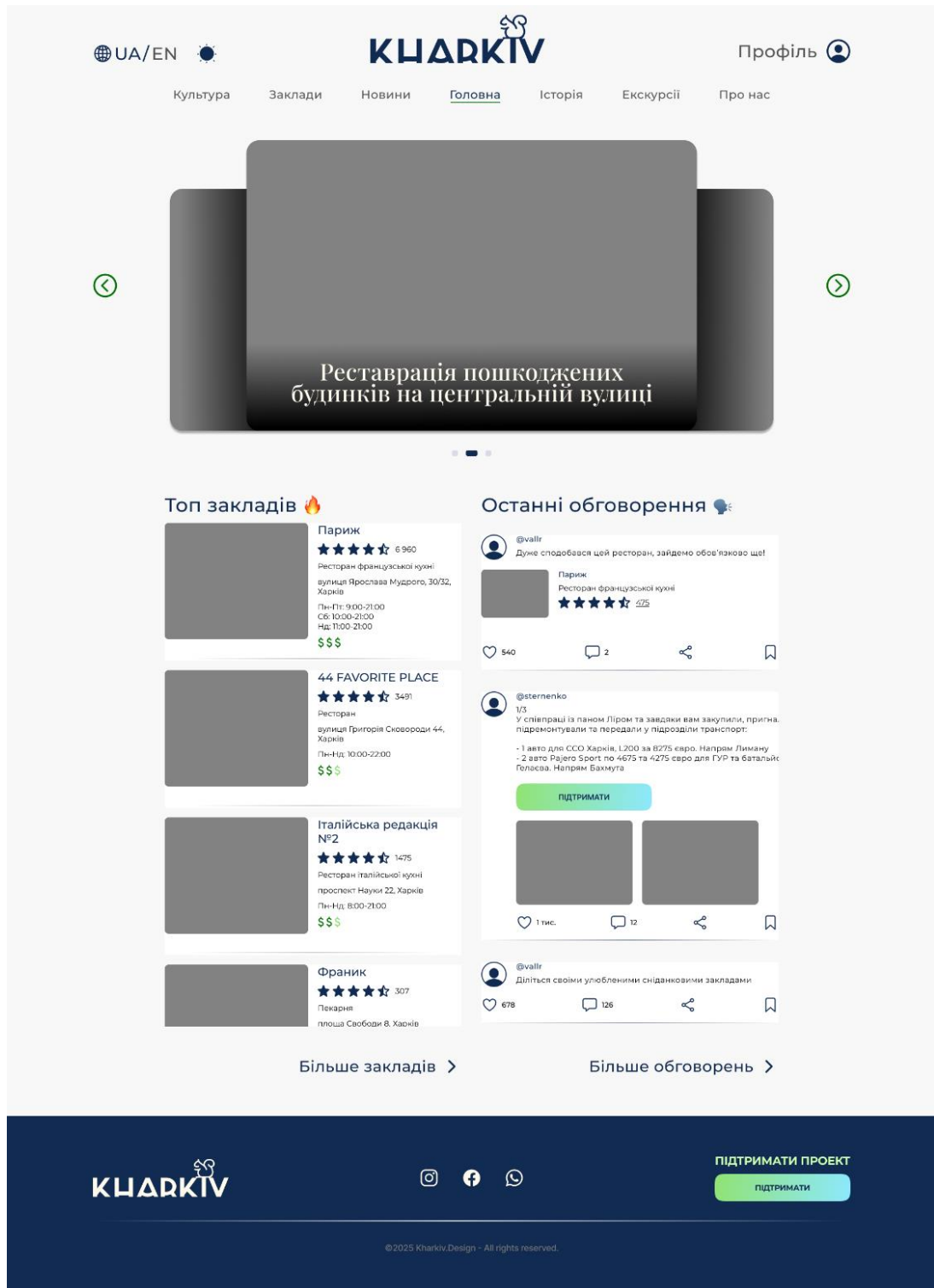


Рисунок 4.6 – Варфрейм головної сторінки

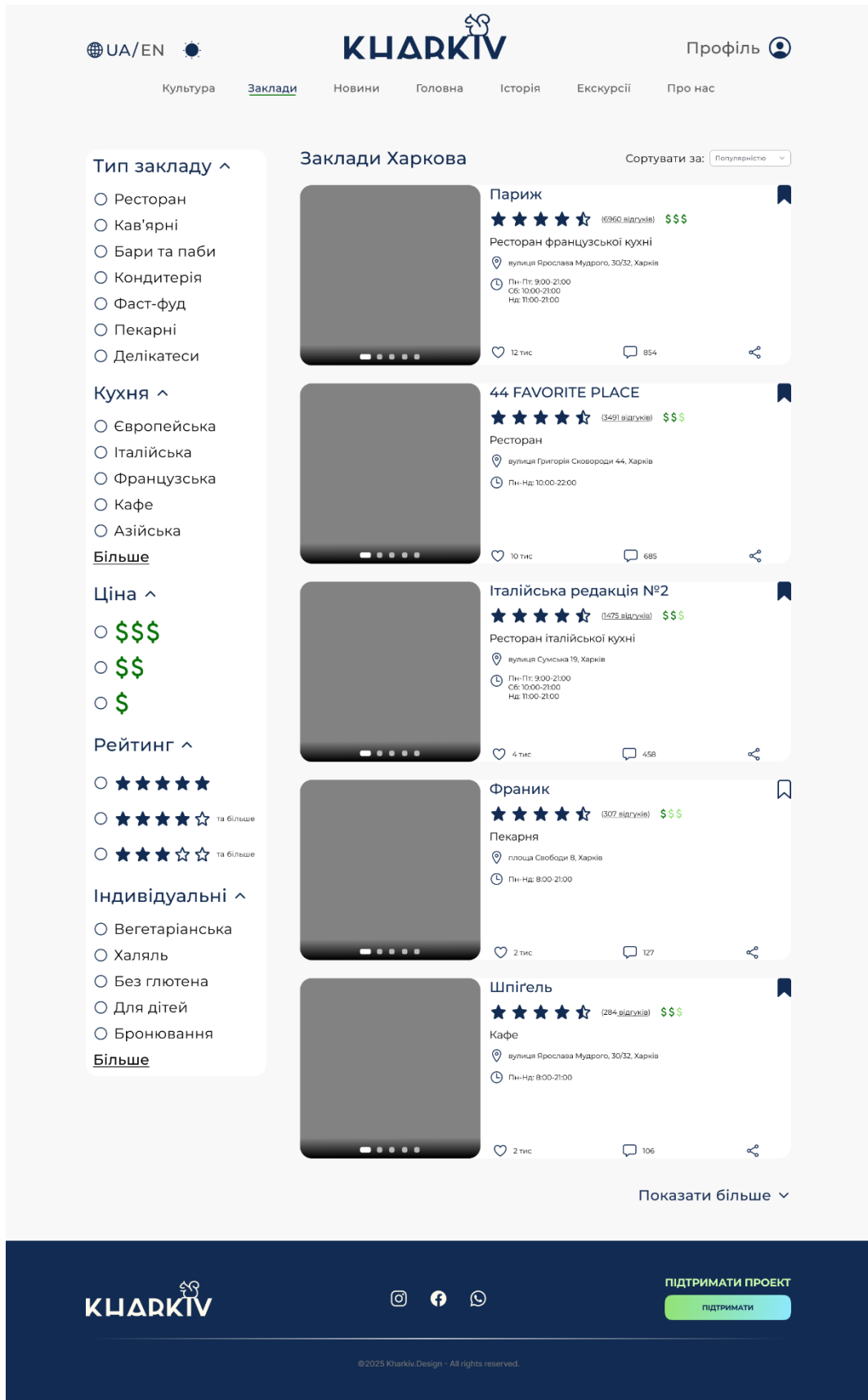


Рисунок 4.7 – Варфрейм сторінки закладів

5 РОЗРОБКА МОДУЛЬНОЇ СІТКИ

Модульна сітка відіграє фундаментальну роль у побудові гармонійного дизайну, оскільки забезпечує впорядкованість і злагодженість візуального сприйняття сторінки. Її основне призначення – організувати розміщення всіх графічних і текстових елементів так, щоб вони формували логічну структуру, яка є зручною для користувача та легко сприймається візуально (рис. 5.1).

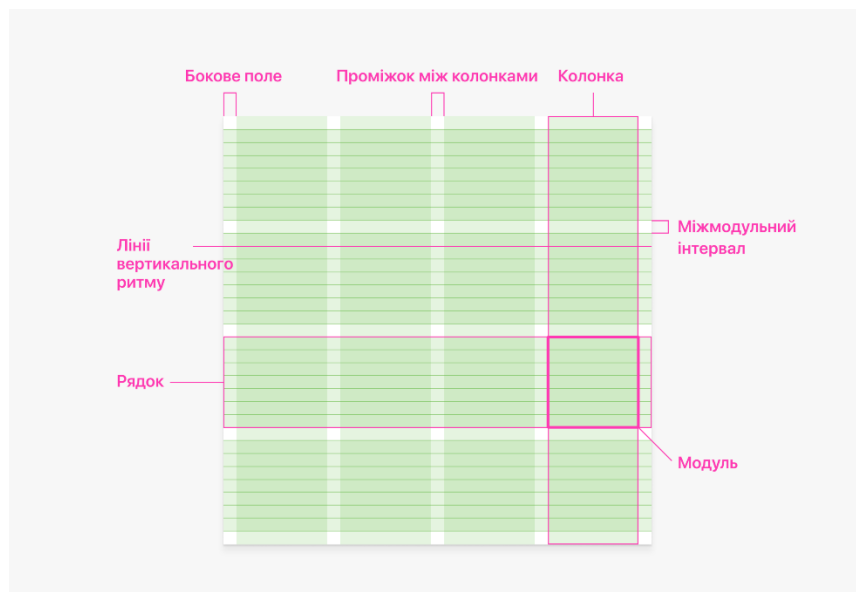


Рисунок 5.1 – Приклад модульної сітки

У межах дизайну для сайту «Kharkiv» було використано 12-колонкову сітку типу Stretch, яка передбачає відступи (margin) по краях у 20 пікселів та міжколонковий інтервал (gutter) також 20 пікселів. Така конфігурація дозволяє створити зручну та гнучку структуру, яка ефективно масштабується під різні розміри екрану. Stretch-сітка автоматично підлаштовує ширину колонок під ширину екрана користувача, зберігаючи встановлені зовнішні поля та інтервали, що дозволяє забезпечити стабільну та передбачувану поведінку макета на будь-якому пристрої.

Сітка складається з невидимих вертикальних і горизонтальних напрямних, які допомагають точно розмістити елементи на сторінці. Основні

компоненти такої сітки – це поля, колонки, проміжки між колонками, а також умовні модулі, які формуються перетином горизонтальних і вертикальних ліній. Усі ці елементи працюють разом, формуючи ритмічну та збалансовану структуру.

Обрана сітка забезпечує достатню гнучкість у компонованні контенту. Вона дозволяє створювати як симетричні макети з чітким центруванням елементів, так і більш складні композиції з асиметричним розміщенням блоків. Завдяки такій побудові значно легше формувати адаптивні макети, які підлаштовуються під розміри екранів смартфонів, планшетів та моніторів.

Важливо, що 12-колонкова система широко використовується у сучасному веб-дизайні саме через свою універсальність – вона дозволяє без зайвих обчислень ділити простір на дві, три, чотири або шість рівних частин, що дуже зручно при компонованні макета. Це також спрощує розробку, оскільки полегшує розрахунки при верстці та дозволяє швидше досягти естетично збалансованого результату.

На рисунках 5.2 та 5.3 подано параметри модульної сітки, а також приклад її практичного застосування на сторінці сайту.

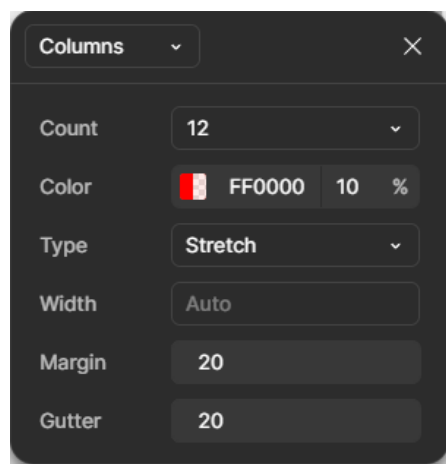


Рисунок 5.2 – Параметри модульної сітки

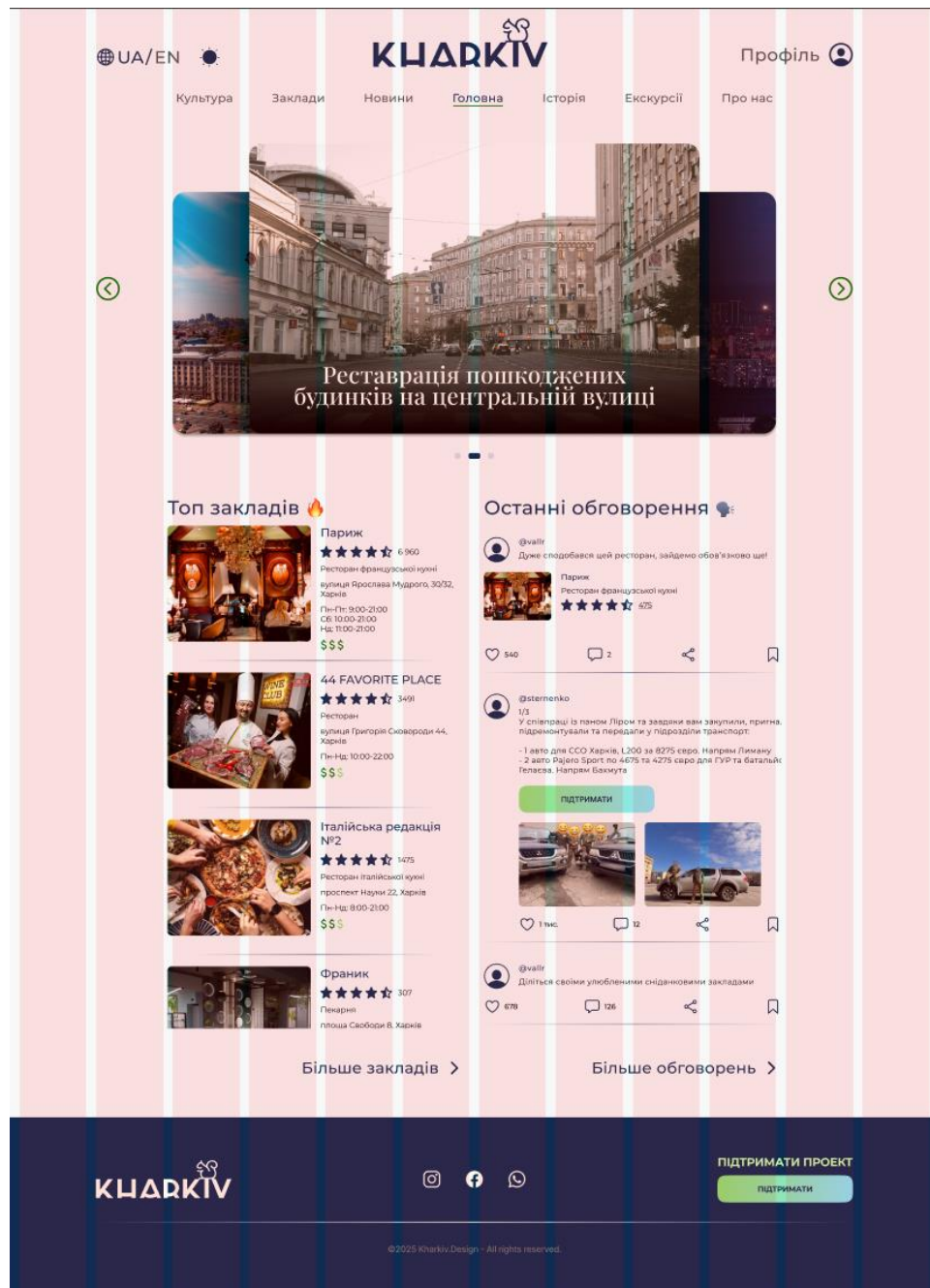


Рисунок 5.3 – Застосування модульної сітки

6 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Графічний дизайн є важливим етапом у процесі створення сучасного та функціонального веб-сайту. Візуальні складові, зокрема кольорова палітра та типографіка, мають суттєвий вплив на те, як користувачі сприймають веб-ресурс, як взаємодіють з його контентом і які емоції виникають під час перегляду. Саме через візуальні рішення формується перше враження, що значною мірою визначає подальшу поведінку відвідувача.

Одним із ключових завдань графічного дизайну є створення візуальної ідентичності бренду [7]. Добір кольорів і шрифтів, які відповідають тематиці та цінностям компанії, формує впізнаваний образ, що здатен закріпитися в пам'яті користувача. Вдало сформована візуальна мова підсилює довіру до ресурсу та сприяє налагодженню комунікації з аудиторією.

Ще одним важливим аспектом є візуальна ієрархія, яка дає змогу розміщувати інформацію у чіткій послідовності та логіці. Через використання різних стилістичних рішень для заголовків, підзаголовків та основного тексту користувачам легше орієнтуватися на сторінці та знаходити необхідний контент. Це безпосередньо впливає на зручність навігації, час перебування на сайті та загальний досвід користування.

Узгодженість графічного оформлення на всіх сторінках ресурсу забезпечує візуальну єдність проекту. Стилiстична послiдовнiсть – це фактор, що створює вiдчуття впорядкованостi, професiйностi та турботи про користувача. Недотримання цього принципу призводить до хаотичного вигляду, що може викликати недовiру та знизити ефективнiсть взаємодiї з сайтом.

Таким чином, розробка графічного дизайну є не лише естетичним етапом, а важливою частиною загальної стратегії комунікації з користувачами, що впливає як на емоційне сприйняття бренду, так і на функціональність.

6.1 Розробка дизайн-макетів сторінок

У процесі розробки дизайну вебсайту «Kharkiv» було створено повноцінні дизайн-макети ключових сторінок, з урахуванням принципів UX/UI, візуальної ієрархії та моделі AIDA, яка охоплює чотири етапи: привернення уваги (Attention), зацікавлення (Interest), формування бажання (Desire) та заклик до дії (Action).

На головній сторінці увагу користувача привертає великий слайдер з візуальними об'єктами Харкова, який відразу налаштовує на тему сайту – відновлення та популяризація культурно-історичної спадщини міста. Контрастний заголовок у центрі першого екрана виконує функцію першого контакту, створюючи візуальний фокус. Поруч розташовані інтерактивні стрілки та індикатор слайдів, що сприяє динамічній взаємодії.

Далі розташовані блоки з рейтингом «Топ закладів» і «Останні обговорення», які формують інтерес та соціальне залучення. Фотографії, оцінки, кількість коментарів і лайків – усе це підвищує довіру до контенту та викликає бажання досліджувати далі. Розділ підтримує модель Desire – користувач бачить активне ком'юніті, цікавий вміст і потенційні локації для візиту.

Окрему увагу було приділено сторінці «Культура». Тут реалізовано механіку горизонтального скролу з подіями, афішами та рекомендаціями «Куди сходити». Інтерфейс інтуїтивно зрозумілий, візуальні об'єкти мають однакову висоту та пропорції, що забезпечує чистоту сітки та стабільний ритм у перегляді. Завдяки цьому сторінка гармонійно поєднує інформаційну насиченість і візуальну впорядкованість.

Сторінка «Заклади» має фільтр у лівій частині екрану з можливістю сортування за типом, кухнею, ціною, рейтингом та іншими критеріями. Візуальна реалізація – через чекбокси, що відповідає сучасним патернам UI. Основна зона відображає картки закладів із фото, рейтингами, описами, кнопками взаємодії, а також стрілками для перегляду кількох зображень.

Сторінка «Новини» реалізована у змішаному форматі: зліва – візуально привабливі блоки головних новин, справа – стрічка оновлень у форматі заголовків і часу публікації. Це дає змогу користувачу вибрати зручний спосіб перегляду інформації: візуально чи структурно.

Сторінка «Експерсії» оформлена у вигляді стрічки з великими картками. Кожна картка містить назву, опис, тривалість, вартість, кількість лайків і коментарів – усе структуровано і зручно сприймається. Користувач бачить реальні показники активності, що стимулює до взаємодії (етап Action у AIDA).

Розділ «Історія» має візуально насичену подачу: кожна стаття оформлена в стилі великої ілюстрації з заголовком поверх темного блоку. Така подача дозволяє акцентувати увагу на темі кожного матеріалу, підсилюючи емоційний зв'язок з історичним контентом.

Сторінка «Про нас» оформлена асиметрично: зліва – візуальний ряд із трьох фотографій міста Харків, справа – текстовий блок про місію, ідею та навчальну основу проєкту. Такий підхід поєднує емоційність і раціональність, створює довіру до продукту і демонструє автентичність.

У профілі користувача реалізовано три вкладки – збережені заклади, коментарі та експерсії. Вкладки організовані з використанням класичної таб-системи, що забезпечує легкий доступ до персонального контенту без перевантаження сторінки. Рейтинг, фото, короткий опис і кнопки взаємодії забезпечують максимальну інформативність при мінімумі дій.

Не залишено поза увагою і дизайн службової сторінки 404. Вона містить велике число, короткий текстовий підпис з емоційним тоном («От халепа!») та кнопку для повернення на головну. Цей підхід допомагає знизити рівень фрустрації у користувача при помилковому переході.

Усі сторінки реалізовано в двох колірних темах – світлій та темній. Це покращує доступність інтерфейсу, підвищує гнучкість у сприйнятті сайту різними користувачами та дозволяє адаптуватися до середовища використання (наприклад, у вечірній час).

Загалом, дизайн-макети сайту були розроблені з урахуванням принципів адаптивності, модульної сітки та глибокої продуманості інтерфейсу. Кожна сторінка виконує конкретну функцію в рамках структури сайту та спрямована на задоволення потреб цільової аудиторії.

6.2 Підбір кольорів

Палітра кольорів у вебдизайні відіграє вирішальну роль у створенні візуальної ідентичності, формуванні атмосфери сайту та забезпеченні ефективної взаємодії з користувачем. Вдалий добір кольорів не лише підкреслює стиль і зміст проєкту, але й впливає на емоційне сприйняття ресурсу, рівень довіри до нього та зручність навігації.

У дизайні сайту Kharkiv головним акцентом стала темно-синя кольорова палітра (наприклад, #122B52), що асоціюється зі стабільністю, інтелектуальністю та сучасністю. Цей колір використовується у шапці сайту, кнопках, футері. Він створює візуальний баланс і передає відчуття глибини й професійності.

В якості фонових кольорів було обрано світло-сірий (#555555) та білий (FFFFFF). Світлі тони забезпечують контрастність до основного темного кольору, дозволяють краще виділяти текстовий і графічний контент, а також створюють відчуття легкості та простору [8].

Акцентні елементи – кнопки, іконки, індикатори активності – оформлені у зеленому (#067306) та бірюзовому (#92E374) кольорах. Зелений підсилює асоціації зі свіжістю, розвитком та підтримкою, що відповідає тематиці платформи як інноваційного культурного гіда. Бірюзові акценти застосовані в темній темі як альтернатива основному зеленому – для збереження високої контрастності в умовах темного фону.

Також у дизайні активно використовуються ахроматичні кольори – різні відтінки сірого та чорного (#D9DBE9, #000000), що застосовуються для

тексту, іконок та елементів інтерфейсу. Вони слугують опорними точками в ієрархії інформації та покращують читабельність.

Візуальний баланс досягається завдяки правильному поєднанню контрасту між фоном і текстом, що особливо важливо в адаптивних і темних версіях сайту. Для перевірки відповідності контрасту застосовувалися плагіни у Figma, які дозволяють оцінити зручність сприйняття тексту та інтерактивних елементів для користувачів з різним рівнем зору [9].

На сторінках, пов'язаних з подіями або афішами, також з'являються яскраві кольорові вставки – оранжевий, червоний, жовтий, що акцентують увагу на важливому контенті. Наприклад, емодзі вогню в «Гарячих подіях» або яскраві постери концертів не тільки візуально виділяються, а й створюють ефект залучення до актуального.

Кольорова палітра сайту узгоджена, помірна і гармонійна. Вона сприяє створенню впізнаваного образу платформи, а також відповідає тематиці культурно-інформаційного гіда: поєднання естетики, доступності та сучасної функціональності (рис. 6.1) [10], [11].

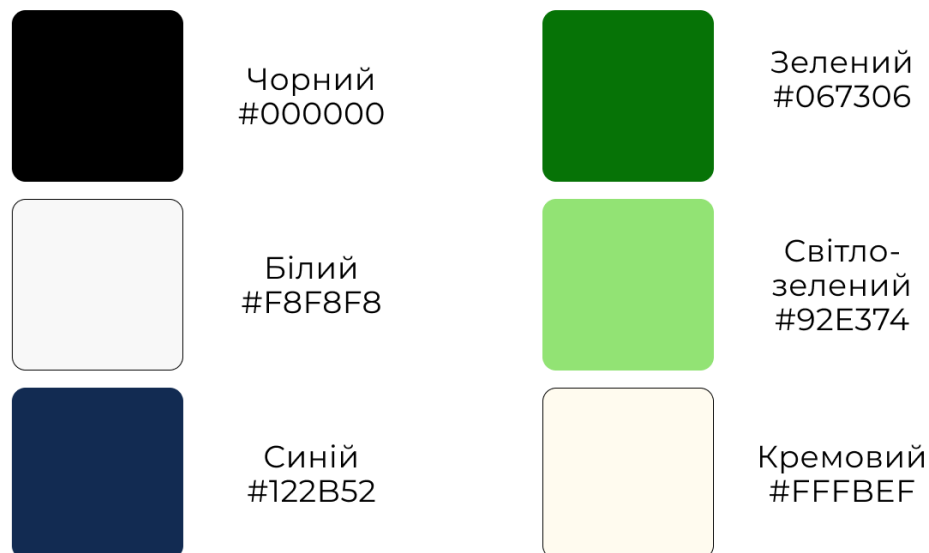


Рисунок 6.1 – Кольорова палітра веб-сайту

6.3 Підбір гарнітури

Підбір шрифтів є одним з ключових етапів у розробці графічного дизайну вебсайту, оскільки саме типографіка формує візуальний ритм, покращує зручність сприйняття контенту та створює характер ресурсу. Грамотне використання гарнітур допомагає побудувати ієрархію інформації, а також передає настрій і стиль проєкту.

Для дизайну вебсайту Kharkiv було обрано дві основні гарнітури: Montserrat – як базову, та Playfair Display – як додаткову декоративну для акцентних заголовків.

Montserrat – це сучасний геометричний шрифт без зарубок (sans-serif), який забезпечує чудову читабельність на будь-яких пристроях. Він став основною гарнітурою для всіх текстових блоків сайту. Його перевагою є збалансованість форм, чіткість та нейтральність, що дозволяє адаптуватися до різних стилів сторінок (інформаційні, події, історичні тощо) [12].

На сайті Montserrat використовується в трьох накресленнях:

- Bold – для основних заголовків та назви розділів (наприклад, «Топ закладів» чи «Гарячі події»);
- Medium – для меншого за розміром підзаголовків, описів секцій, проміжних блоків (наприклад, назви ресторанів);
- Regular – як гарнітура для основного тексту, коментарів, описів та меню, забезпечуючи легке сприйняття навіть у великих об'ємах інформації.

Для суперакцентних заголовків, особливо на картках новин та історичних публікаціях, використовується Playfair Display в накресленні Medium. Це гарнітура з зарубками (serif), яка додає елегантності, ваги та журналістського характеру. Вона чудово поєднується з Montserrat, створюючи враження балансу між сучасністю та культурною глибиною [13].

Обмеження кількості шрифтів до двох дозволило уникнути стилістичної плутанини та зберегти цілісність візуальної мови сайту. Такий підхід також

полегшує адаптацію під мобільні пристрої та підтримує консистентність дизайну в усіх версіях.

Важливим фактором вибору було також підтримання кирилиці, латиниці та спеціальних символів, необхідних для україномовного та англomовного контенту. Обидві гарнітури мають високу якість рендерингу на різних платформах і повністю адаптовані для багатомовних інтерфейсів.

Таким чином, типографіка сайту Kharkiv стала не лише засобом передачі інформації, а й важливим елементом айдентики, що підтримує загальний візуальний стиль платформи та покращує користувацький досвід.

7 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ СТОРІНОК ВИДАННЯ І СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНОГО ПРОТОТИПУ

7.1 Заповнення контентом сторінок видання

Якісне та осмислене наповнення сторінок вебсайту контентом є ключовим чинником у формуванні ефективного та привабливого цифрового продукту. Контент не лише передає інформацію, а й формує враження про проєкт, підвищує довіру до нього та забезпечує зручність взаємодії з користувачем.

У рамках розробки сайту Kharkiv, який присвячений культурно-туристичній привабливості Харкова, першим етапом стала розробка контент-стратегії. Було визначено основні тематичні напрями – культура, заклади, історія, новини, екскурсії, які безпосередньо відповідають інтересам цільової аудиторії: як мешканців міста, так і туристів.

Контент структурувався згідно з логікою навігації сайту.

Кожна сторінка має:

- чіткий заголовок, що одразу орієнтує користувача;
- підзаголовки та абзаци тексту, які полегшують сприйняття;
- списки, посилання та кнопки дій для зручної навігації.

Для розділів з афішами, історичними статтями, новинами та закладами створено структуровані інформаційні блоки, де подано не лише текст, а й допоміжні елементи: рейтинги, локації, час проведення, ціни, категорії.

Окрему увагу приділено візуальному контенту: для кожної секції було підібрано зображення, що доповнюють зміст, передають атмосферу Харкова та підтримують стиль сайту. Усі фотографії були оброблені, приведені до єдиної стилістики та оптимізовані для швидкого завантаження на різних пристроях.

Особливої ваги набули блоки з картками подій, ресторанів та екскурсій – вони містять візуальний прев'ю, рейтинг, короткий опис та call-to-action

(кнопку «Підтримати» або «Детальніше»). Такі елементи забезпечують не тільки інформативність, а й підвищують інтерактивність сайту.

Після заповнення усі сторінки пройшли редагування та перевірку. Це охоплювало:

- коректність текстів (граматика, орфографія, стилістика);
- актуальність даних (ціни, назви, місця);
- перевірку відображення на різних екранах (десктоп, планшет, мобільний).

Завдяки ретельній роботі з контентом вдалося досягти високої інформативності, візуальної привабливості та відповідності очікуванням цільової аудиторії. Усе наповнення тісно взаємодіє зі структурою сайту, доповнюючи навігацію та забезпечуючи цілісність користувацького досвіду.

Уточнення структури і наповнення сторінок детально ілюструється на рисунках 7.1-7.6.

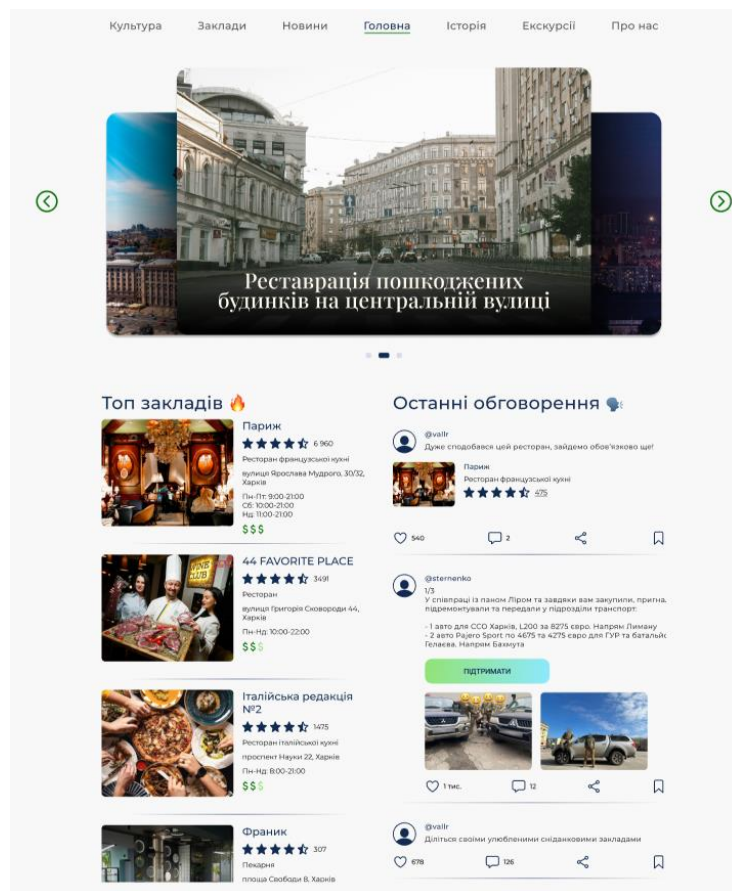


Рисунок 7.1 – Головна сторінка з головним банером і каруселлю

Культура Заклади Новини Головна Історія Екскурсії Про нас

ГАРЯЧІ ПОДІЇ 🔥

Афіша подій

<p>Концерт «Від оперети до мюзиклу» (ХАТМК) 19/06/2025 Fat Goose Pub, Харків 400 грн</p>	<p>Анастасія Приходько з концертною програмою «Алло» 18/09/2025 Шоу-ресторан "AltBier", Харків 500 - 900 грн</p>	<p>Розгони від Бродячого Стендапу. Зйомка 23/06/2025 ХНАТОБ LOFT STAGE, Харків 350 - 790 грн</p>	<p>Grand concert Capella Pergolesi N2 29/06/2025 Старовинний храм, Харків 300 - 700 грн</p>	<p>Музична казка «Красуня та чудовисько» (ХАТМК) 23/06/2025 Арт-сховище КУЛЬТУРА, Харків 200 грн</p>
---	---	---	--	---

Куди сходити

<p>Канатна дорога Саржин Яр, Харків 30 грн</p>	<p>Костел Успіння Діви Марії вулиця Гоголя 4, Харків</p>	<p>Саржин Яр Театрально-концертний центр, Харків</p>	<p>Зоопарк Вт-Нд: 9:00 - 17:00 вулиця Сумська 35, Харків</p>	<p>Історичний музей Вт-Нд: 9:30 - 17:00 Університетська вулиця 5, Харків 30 - 40 грн</p>
---	---	---	---	---

Рисунок 7.2 – Сторінка Культура з афішею подій та добіркою місць

Культура **Заклади** Новини Головна Історія Екскурсії Про нас

Тип закладу ^

- Ресторан
- Кав'ярні
- Бари та паби
- Кондитерія
- Фаст-фуд
- Пекарні
- Делікатеси

Кухня ^

- Європейська
- Італійська
- Французька
- Кафе
- Азійська

Більше

Ціна ^

- \$\$\$
- \$\$
- \$

Рейтинг ^

- ★★★★★
- ★★★★☆ та більше
- ★★★☆☆ та більше

Індивідуальні ^

- Вегетаріанська
- Халяль
- Без глютену
- Для дітей
- Бронювання

Більше

Заклади Харкова

Сортувати за: Популярність

Париж
 ★★★★★ (6960 відгуків) \$\$\$
 Ресторан французької кухні
 вулиця Ярослава Мудрого, 30/32, Харків
 Пн-Пт: 9:00-21:00
 Сб: 10:00-21:00
 Нд: 11:00-21:00
 12 тис. 854

44 FAVORITE PLACE
 ★★★★★ (3491 відгуків) \$\$\$
 Ресторан
 вулиця Григорія Сковороди 44, Харків
 Пн-Нд: 10:00-22:00
 10 тис. 685

Італійська редакція №2
 ★★★★★ (1475 відгуків) \$\$\$
 Ресторан італійської кухні
 вулиця Сумська 19, Харків
 Пн-Пт: 9:00-21:00
 Сб: 10:00-21:00
 Нд: 11:00-21:00
 4 тис. 458

Франик
 ★★★★★ (307 відгуків) \$\$\$
 Пекарня
 площа Свободи 8, Харків
 Пн-Нд: 8:00-21:00
 2 тис. 127


Шпигель
 ★★★★★ (284 відгуків) \$\$\$
 Кафе
 вулиця Ярослава Мудрого, 30/32, Харків
 Пн-Нд: 8:00-21:00
 2 тис. 106

Рисунок 7.3 – Сторінка Закладів зі скролом карточок та фільтром

Культура Заклади Новини Головна Історія **Екскурсії** Про нас

Екскурсії Харковом та навкруги


Сортувати за: Популярність



Metalist
Екскурсія головною спортивною ареною Харкова

Груповий
4 години
Від 250 грн


12 тис. 854



На 50-ій паралелі
Оглядова екскурсія Харковом

Груповий
4 години
Від 200 грн


9 тис. 578



7 чудес Харкова
Інтерактивна екскурсія по Харкову для молодших школярів

Груповий
4 години
Від 200 грн


16 тис. 950



Харко і Сірко. Козацька душа
Харків - Мерефа

Груповий
4 години
Від 250 грн

5 тис. 378



У пошуках темної матерії
Харків - Інститут сцинтиляційних матеріалів НАН України

Груповий
4 години
Від 200 грн

3 тис. 248

Рисунок 7.4 – Сторінка з екскурсіями з можливістю сортування

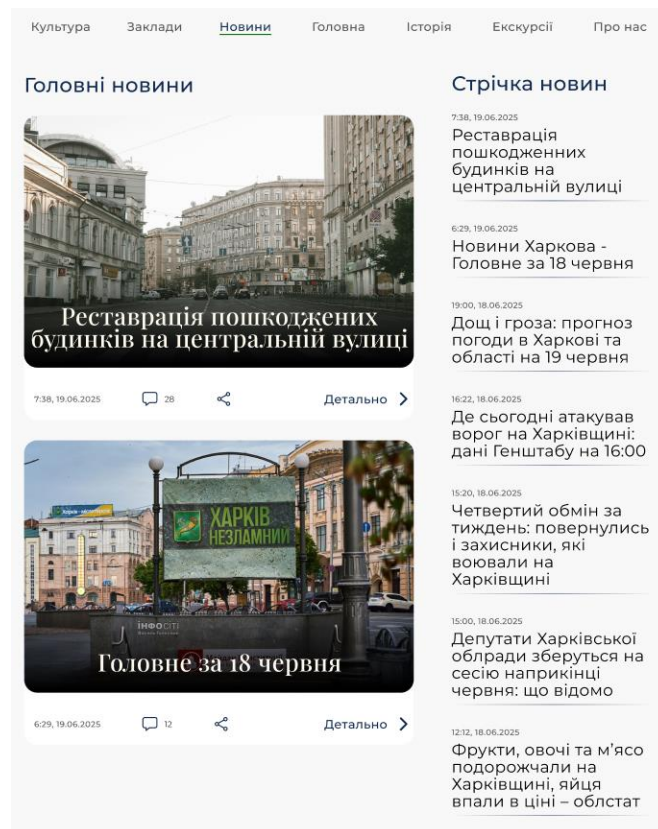


Рисунок 7.5 – Сторінка Новини з розділенням на головні та стрічку

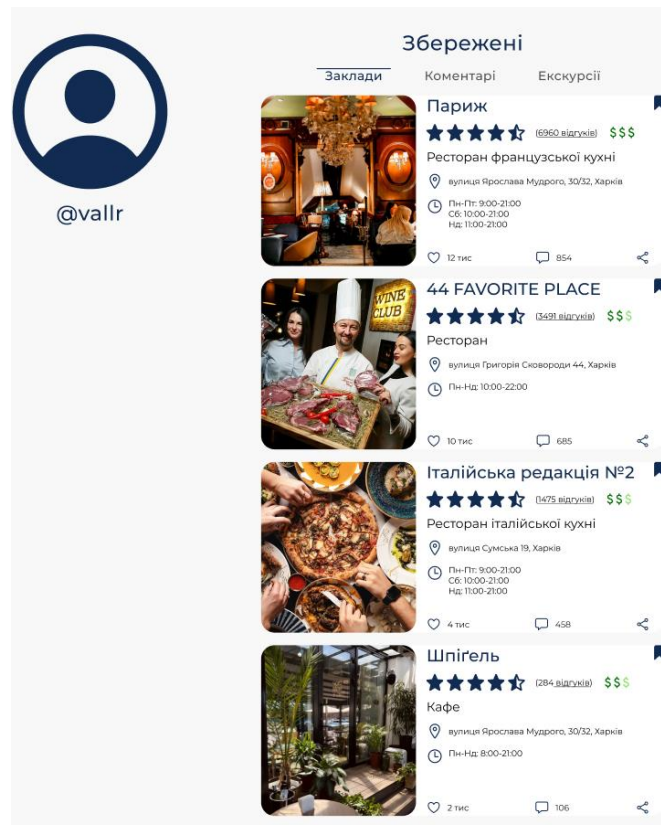


Рисунок 7.6 – Приклад особистого профілю зі збереженими закладами

7.2 Створення інтерактивного прототипу

Після завершення розробки дизайн-макетів вебсайту Kharkiv було створено інтерактивний прототип у середовищі Figma [14]. Цей етап дозволив реалізувати симуляцію функціональної поведінки майбутнього продукту, включно з усіма переходами, навігацією та елементами взаємодії з користувачем.

Інтерактивний прототип – це не просто візуалізація сайту, а повноцінна модель, яка демонструє логіку переходів між сторінками, реакції на кліки, наведення курсору та зміну станів елементів. Його створення дозволяє протестувати інтерфейс ще до початку етапу розробки та впевнитися в зручності й логічності побудови UX [15].

Процес створення інтерактивного прототипу почався з активації вкладки Prototype у Figma. Саме в цьому режимі стало можливим встановлення логіки переходів між сторінками та поведінки елементів.

Для побудови зв'язків між екранами:

- були обрані ключові кнопки та інтерактивні блоки, як-от елементи навігації, посилання на заклади, події, профілі, кнопка «Підтримати проєкт»;
- з використанням синього вузла (hotspot) здійснювалось перетягування до відповідного екрану або сторінки (рис. 7.7).



Рисунок 7.7 – Синій вузол зв'язку

Далі наведено основними тригери для інтерактивних елементів у проєкті.

On Click – перехід за кліком (використано, наприклад, для карток новин і екскурсій) (рис. 7.8).

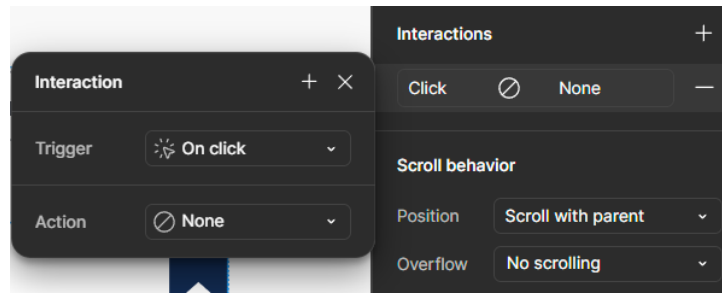


Рисунок 7.8 – Тригер On Click

While Hovering – зміна стану кнопки або блоку при наведенні (актуально для кнопок у хедері та секції «Топ закладів») (рис. 7.9).

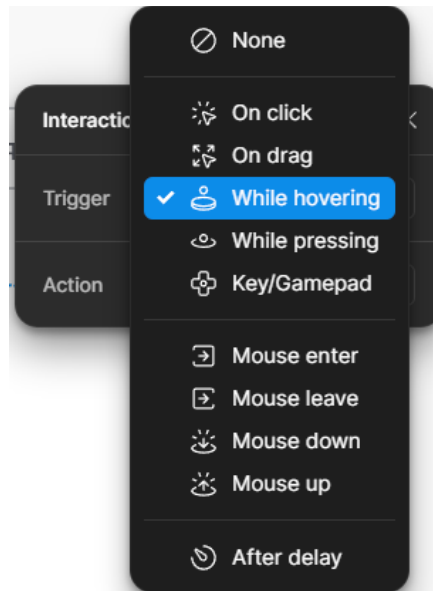


Рисунок 7.9 – Параметр кнопки While Hovering

Типи анімації були підібрані залежно від контексту – Instant для швидких переходів між сторінками та Dissolve для м'яких ефектів, зокрема, при перемиканні табів у профілі користувача.

На завершальному етапі натискання кнопки Present дозволило побачити повну взаємодію сайту в реальному часі, протестувати логіку переходів і перевірити, як користувач взаємодіє з макетом.

Для зручності та структурованості, важливі повторювані елементи – кнопки, таби, картки закладів, навігація, іконки та шапка – було перетворено на компоненти. Це дало можливість:

- зберігати єдність стилю на всіх сторінках;
- швидко змінювати або оновлювати елемент одразу в кількох місцях;
- створювати варіанти компонентів, наприклад, активна/неактивна кнопка, або вибраний таб у профілі.

Таким чином, створення інтерактивного прототипу значно підвищило якість розробки, дозволивши перевірити функціональність, логіку навігації та користувацький досвід ще до старту етапу верстки та програмування. Прототип став основою для ефективної комунікації з потенційними користувачами, викладачами, розробниками та усіма, хто бере участь у реалізації цього проєкту.

8 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ ВИДАННЯ

Після створення інтерактивного прототипу сайту *Kharkiv* розпочався етап тестування, що дозволив оцінити функціональність, юзабіліті, адаптивність і загальний користувацький досвід. Це важливий етап, що дає змогу виявити й усунути можливі недоліки до етапу реалізації.

На першому етапі було протестовано всі інтерактивні елементи: кнопки переходу, посилання, випадаючі блоки, елементи профілю, картки новин та маршрутів. Було важливо переконатися, що всі гарячі точки працюють правильно, переходи спрацьовують за кліком або наведенням, а анімація відповідає очікуванням (рис. 8.1-8.2).

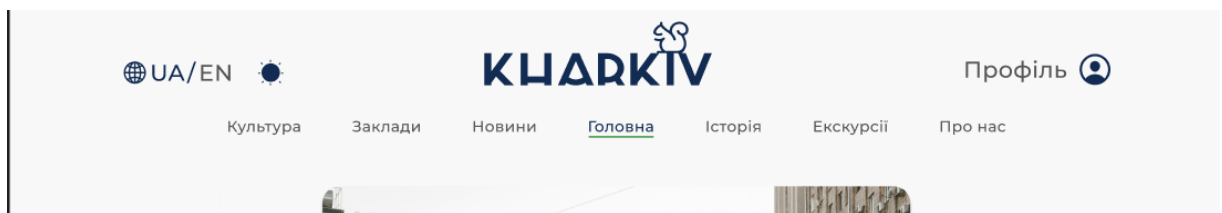


Рисунок 8.1 – Анімація при наведенні на пункт з меню

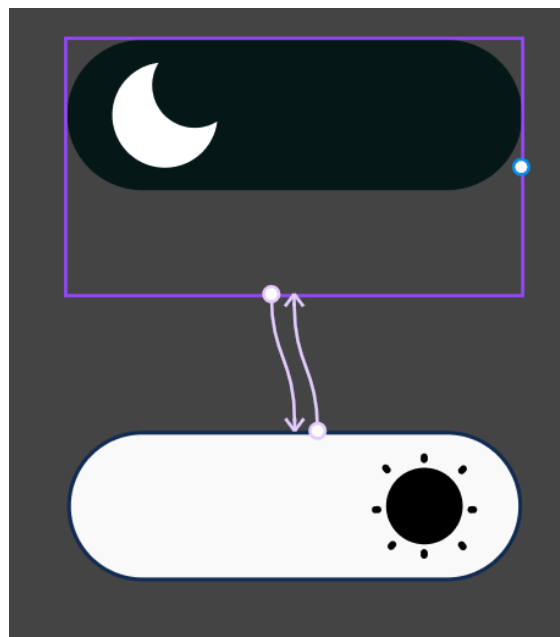


Рисунок 8.2 – Зміна стану кнопки при наведенні

Наступним кроком була перевірка загальної навігаційної логіки. Сторінки мають логічні зв'язки між собою: з головної можна перейти до категорій (культура, екскурсії, ресторани), а з картки об'єкта – до розширеної інформації. Сторінка профілю, функція входу/реєстрації та кнопка підтримки також були перевірені на логічність переходів і відповідність маршрутам користувача.

Було проведено юзабіліті-тестування з залученням декількох користувачів. Вони виконували типові дії: знаходили цікавий заклад, читали новини, здійснювали пошук і переглядали власний профіль. Було зібрано зворотній зв'язок щодо зручності розташування елементів, зрозумілості структури сайту та загального враження.

Дизайн було протестовано на різних розмірах екранів – від широкоформатних дисплеїв до смартфонів. У середовищі Figma для цього використано попередньо задані розміри девайсів (рис. 8.3-8.4).

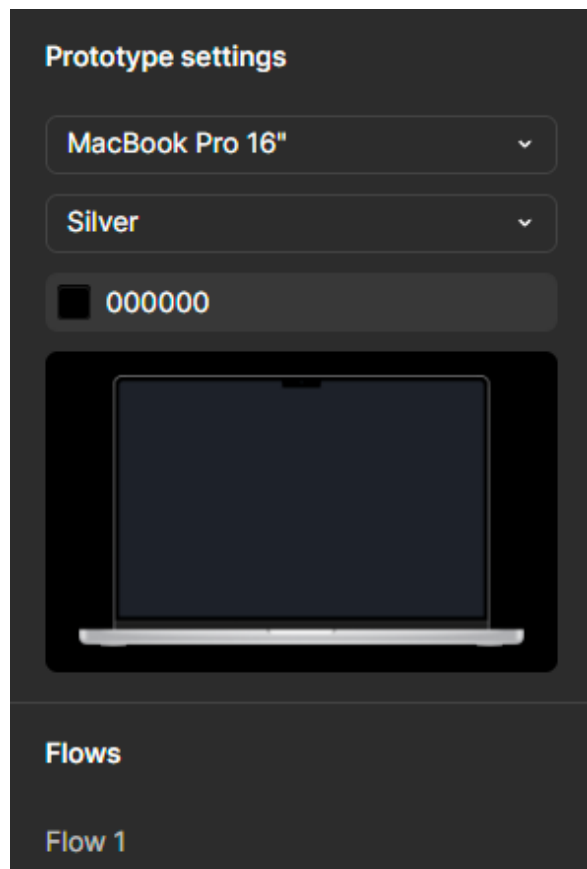


Рисунок 8.3 – Вибір пристрою

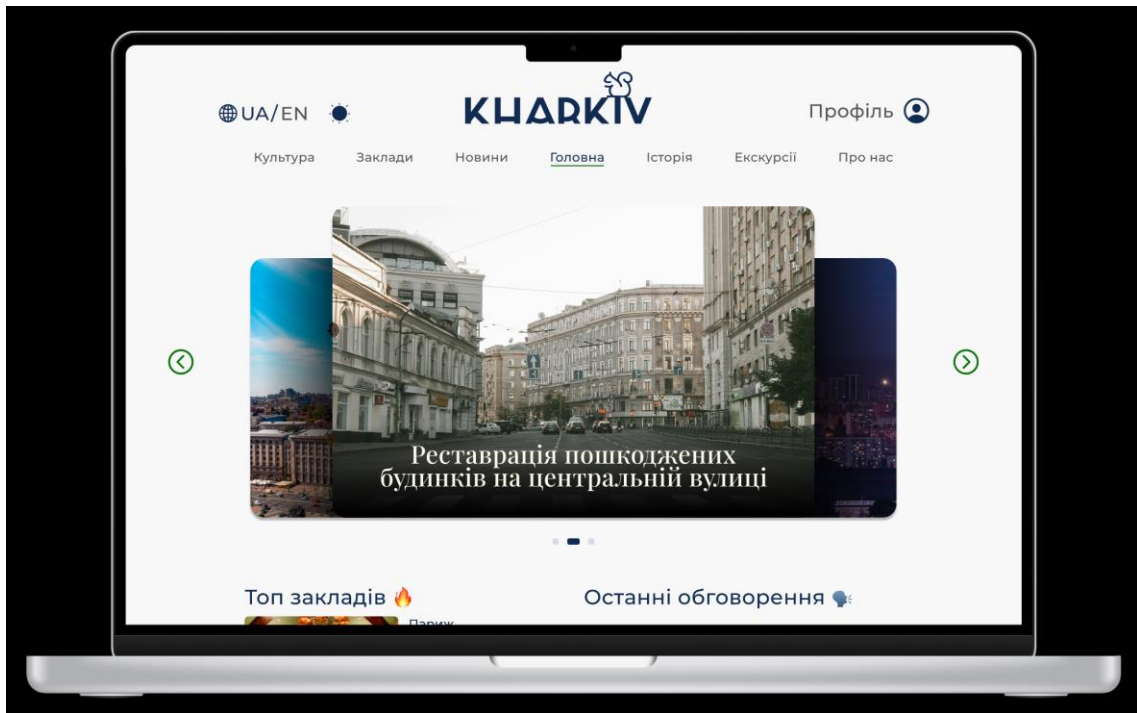


Рисунок 8.4 – Вигляд веб-сайту на обраному пристрої

Завдяки 12-колонковій сітці, яка лежить в основі макету, усі елементи залишаються впорядкованими та адаптивними незалежно від роздільної здатності екрана.

Після успішного завершення етапу тестування, готовий прототип було передано розробнику. На основі створених макетів, специфікацій та інтерактивних компонентів буде здійснено верстку та реалізацію функціонального веб-сайту. Після завершення цього процесу сайт буде розміщено на сервері, що зробить його доступним для цільової аудиторії.

Таким чином, завдяки детальному тестуванню та грамотній підготовці до публікації, сайт Kharkiv отримав завершену і узгоджену форму, готову до втілення у реальному середовищі.

9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

9.1 Характеристика продукції

У результаті виконання передатестаційної практики було розроблено UI/UX дизайн вебпорталу «Kharkiv». Запуск цього ресурсу є природним етапом для залучення нових користувачів – як місцевих мешканців, так і туристів – та для представлення актуальної інформації про життя міста онлайн.

Економічну доцільність створення порталу оцінюють ще до початку проектування й розробки: спочатку розраховують собівартість робіт, а потім формують кінцеву ціну послуги. Завдяки цьому можна спрогнозувати потенційну віддачу від інвестицій та обґрунтувати користь впровадження сайту.

До ключових переваг порталу «Kharkiv» належать максимально зрозуміла й лаконічна структура, а також використання сучасних інструментів UI/UX-дизайну. Це дозволяє не лише скоротити час навчання й адаптації команди, а й мінімізувати загальні витрати на впровадження та підтримку вебресурсу.

9.2 Конкуренція

Аналізуючи ринок міських інформаційних порталів, помітна динаміка й активне зростання цього сегмента. За останні роки дедалі більше громадян і туристів звертаються до онлайн-ресурсів за інформацією про місто, що підтверджується збільшенням кількості подібних сайтів і застосунків.

Підвищений інтерес до цифрових гідів відображається у розширенні функціоналу – додаванні інтерактивних карт, віджетів із відгуками, можливості бронювання екскурсій і збереження вподобаних локацій. Власникам порталів доводиться постійно вдосконалювати контент, запрошувати відомих місцевих експертів і популяризувати корисні матеріали, щоб утримати увагу користувачів і забезпечити високу якість сервісу.

У сучасних умовах успіх онлайн-порталу залежить від впровадження інновацій: мобільної версії, гнучких алгоритмів підбору контенту та розвитку соціальної взаємодії між користувачами. Крім того, важливо розвивати партнерські зв'язки з міськими службами, туристичними агенціями та культурними установами для розширення аудиторії й залучення додаткового фінансування.

Подальший розвиток таких платформ можливий завдяки постійному оновленню інформації, оптимізації роботи з користувацькими даними та активній маркетинговій підтримці. Це дозволить не лише консолідувати існуючі ресурси, а й створити ефективну екосистему, у рамках якої мешканці та гості Харкова зможуть швидко знаходити всю необхідну інформацію, ділитися власним досвідом та брати участь у житті міста.

9.3 Етапи розробки

Розробка фірмового стилю для вебпорталу «Kharkiv» – це багатоступеневий процес, що складається з кількох ключових етапів. Спочатку проводиться глибинний аналіз: вивчаються цілі проєкту, очікування аудиторії та існуючі міські портали-конкуренти. На основі цієї інформації формується бренд-стратегія, що визначає унікальні цінності ресурсу, тон спілкування та ключові меседжі для користувачів.

Далі переходять до створення візуальної ідентичності: розробляють логотип із елементами харківської символіки, підбирають чітку кольорову палітру й шрифтові гарнітури, які відображають сучасність і доступність порту. Важливо, щоб ці графічні компоненти робили портал пізнаваним і впізнаваним серед інших мережевих ресурсів.

Після затвердження базових елементів стилю їх тестують у різних контекстах: на вебсторінках, у мобільному інтерфейсі, у рекламних банерах і соціальних мережах, щоб упевнитися в читабельності та коректному відтворенні на різних носіях.

Завершальний етап – впровадження фірмового стилю на всіх майданчиках порталу: у дизайні інтерфейсу, офіційних матеріалах (банери, буклети, презентації) і в комунікації соціальних медіа. Послідовне дотримання розроблених правил гарантує цілісний та професійний образ «Kharkiv», що залучає нових відвідувачів і зміцнює довіру користувачів до ресурсу.

9.4 Розрахунок собівартості та ціни

Розрахуємо собівартість і ціну створення фірмового стилю для вебпорталу «Kharkiv». До складу собівартості входять: основна заробітна плата, додаткова заробітна плата, єдиний соціальний внесок та інші витрати .

Над розробкою стилю працюватимуть двоє фахівців: графічний дизайнер із годинною ставкою 250,00 грн і менеджер із годинною ставкою 200,00 грн. Тривалість робочого дня кожного з них – 8 годин, а загальна тривалість проекту становить більше 6 робочих днів. Детальний розрахунок фонду оплати праці подано в таблиці 9.1.

Додаткова заробітна плата враховує надбавки за роботу понад встановлену норму, премії за виконання виробничих завдань і компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством.

Таблиця 9.1 – Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
		кількість	посада			
1	2	3	4	5	6	7
Початковий	Дослідження та аналіз ринку	1	менеджер	200, 00	0,5	800,00
	Розробка дизайн-концепції	1	менеджер	200, 00		800,00
		1	графічний дизайнер	250,00	1000,00	

Продовження таблиці 9.1

1	2	3	4	5	6	7
Розробка дизайну	Створення логотипу	1	графічний дизайнер	250,00	2	4000,00
	Підбір шрифту	1	графічний дизайнер	250,00	0,25	500,00
	Розробка банеру	1	графічний дизайнер	250,00	0,5	1000,00
	Розробка роздаткового матеріалу	1	графічний дизайнер	250,00	0,5	1000,00
Доопрацювання та реалізація	Створення мокапу	1	графічний дизайнер	250,00	1	2000,00
Заключний етап	Вдосконалення фірмового стилю	1	графічний дизайнер	250,00	1	2000,00
		1	менеджер	200,00		1600,00
Разом					6,25	14700,00
Додаткова заробітна плата (15 %)						2205,00
Усього						16905,00

Додаткова заробітна плата становить 15 % від основної:

$$14700,00 \times 0,15 = 2205,00 \text{ грн.}$$

Ставка єдиного соціального внеску становить 22 % від загальної суми основної та додаткової заробітної плати:

$$16905,00 \times 0,22 = 3719,10 \text{ грн.}$$

Витрати виконавця охоплюють експлуатаційні витрати на комп'ютерну техніку, а також витрати на електроенергію та інтернет-послуги. Вартість електроенергії визначається за формулою: споживана потужність пристрою помножена на його час роботи та діючий тариф. У нашому випадку до проекту залучено два ноутбуки: один експлуатується протягом усього періоду розробки, тоді як другий використовується лише 12 годин (1,5 робочих дні) під час одночасної роботи дизайнера та менеджера. Номінальна потужність кожного ноутбука становить 0,5 кВт·год, а вартість 1 кВт·год електроенергії

становить 4,32 грн. Час фактичного споживання електроенергії в процесі роботи над проектом наведено нижче:

$$6,25 \times 8 + 12 = 62 \text{ год.}$$

Плата за електроенергію складе:

$$62 \times 0,5 \times 4,32 = 133,92 \text{ грн.}$$

Витрати на експлуатацію ноутбука розраховуються з урахуванням його первісної вартості та строку служби (до 4 років). Припускаємо, що протягом року ноутбук активно використовується 248 робочих днів. Вартість кожного пристрою становить 35 000,00 грн. У нашому випадку слід виконати розрахунок для двох ноутбуків, тому:

$$35000,00 / (248 \times 4 \times 8) \times 62 = 273,44 \text{ грн.}$$

Витрати на Інтернет складають 255,00 грн на місяць, за 7 робочих днів складе:

$$255,00 / 30 \times 7 = 59,50 \text{ грн.}$$

Розрахунок собівартості розробки фірмового стилю:

$$16905,00 + 3719,10 + 133,92 + 273,44 + 59,50 = 21090,96 \text{ грн.}$$

Здійснимо обчислення суми прибутку від реалізації розробки, враховуючи рівень рентабельності на рівні 20 %:

$$21090,96 \times 0,2 = 4218,19 \text{ грн.}$$

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

$$21090,96 + 4218,19 = 25309,15 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну розробки фірмового стилю з урахуванням ПДВ, що дорівнює 20 % від ціни без ПДВ:

$$25309,15 + (25309,15 \times 0,2) = 30370,98 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у табл. 6.2.

Таблиця 9.2 – Розрахунок витрат на розробку фірмового стилю

Стаття витрат	Сума, грн
Основна заробітна плата	14700,00
Додаткова заробітна плата (15 %)	2205,00
Єдиний соціальний внесок (22 %)	3719,10
Витрати на обслуговування ЕОМ	273,44
Витрати на електроенергію	133,92
Витрати на Інтернет	59,50
Собівартість розробки фірмового стилю	21090,96
Прибуток (20 %)	4218,19
Ціна без ПДВ	25309,15
ПДВ (20 %)	5061,83
Ціна з урахуванням ПДВ	30370,98

В рамках виконання економічної частини кваліфікаційної роботи проекту «Kharkiv» проведено аналіз ринку міських інформаційних порталів та конкурентного середовища. Визначено, що загальна собівартість розробки фірмового стилю вебпорталу становить 21090,96 грн, прогнозований прибуток – 4218,19 грн, а кінцева вартість із урахуванням ПДВ – 30370,98 грн, що свідчить про доцільність розробки.

ВИСНОВКИ

Метою кваліфікаційної роботи була розробка дизайну веб-сайту Kharkiv інформаційного ресурсу для туристів та мешканців міста, що дозволяє зручно знайомитися з культурними об'єктами, ресторанами, екскурсіями та актуальними подіями. У процесі виконання роботи були досягнуті всі поставлені цілі, що дало змогу створити сучасний, функціональний та візуально привабливий продукт.

На початковому етапі було проведено аналіз цільової аудиторії, що дозволило сформулювати чіткі уявлення про інтереси користувачів та адаптувати структуру і стиль дизайну під їхні очікування. Важливо було створити доступний, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, що буде зручним як для туристів, так і для місцевих жителів.

Основним середовищем для створення дизайн-макетів стала програма Figma, яка дозволила ефективно реалізувати як графічну, так і функціональну складову прототипу. [17] У ній було спроектовано всі основні сторінки, з дотриманням модульної 12-колонкової сітки, що забезпечило візуальну узгодженість та адаптивність макетів.

Розробка графічного дизайну включала підбір кольорової палітри, що викликає довіру й асоціюється зі спокоєм і безпекою (переважно сині відтінки), а також типографіки – шрифти Montserrat і Playfair Display були використані для створення ієрархії та читабельності тексту на всіх пристроях.

Інтерактивний прототип у Figma дозволив змоделювати поведінку користувача на сайті, додати анімації, переходи між сторінками, кнопки та інші взаємодії. Це дало змогу протестувати функціональність сайту до етапу розробки, виявити недоліки та вдосконалити користувацький досвід.

Тестування ресурсу включало перевірку переходів, адаптивності для різних пристроїв та загального UX. Прототип успішно пройшов перевірку і

відповідає вимогам сучасного вебдизайну: він легкий для сприйняття, зручний у використанні та технічно готовий до подальшої реалізації.

На завершальному етапі було виконано економічне обґрунтування доцільності створення даного ресурсу, проведено розрахунки собівартості, рентабельності та прогнозованого прибутку, що підтверджує ефективність інвестицій у проєкт.

Таким чином, розробка вебсайту Kharkiv була здійснена успішно. Створений дизайн враховує інтереси цільової аудиторії, відповідає сучасним вимогам до вебінтерфейсів, сприяє просуванню локального туризму та може бути ефективно реалізований у вигляді повноцінного онлайн-ресурсу.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для студентів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа» / В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбійко. Харків: ХНУРЕ, 2021. 70 с.
2. UX Design Principles You Should Know. URL: <https://uxdesign.cc/ux-design-principles-you-should-know-130f488c1b7c> (дата звернення: 04.06.2025).
3. Design Basics – Learn the Fundamentals of UX/UI. URL: <https://web.dev/design-basics> (дата звернення: 04.06.2025).
4. Guidelines for Responsive Web Design. URL: <https://www.smashingmagazine.com/guidelines-for-responsive-web-design> (дата звернення: 05.06.2025).
5. Component Variants in Figma. URL: <https://figma.com/blog/component-variants> (дата звернення: 05.06.2025).
6. Prototyping in Figma – Documentation. URL: <https://help.figma.com/hc/en-us/articles/360040451373> (дата звернення: 06.06.2025).
7. Style Guides and Design Systems. URL: <https://www.toptal.com/designers/gui/style-guides-design-systems> (дата звернення: 06.06.2025).
8. How to Choose Color for Your Logo. URL: <https://99designs.com/blog/tips/how-to-choose-color-for-your-logo> (дата звернення: 07.06.2025).
9. Colors – Color Palettes Generator. URL: <https://colors.co/> (дата звернення: 07.06.2025).
10. Canva: Color Meanings and Symbolism. URL: <https://www.canva.com/colors/color-meanings/> (дата звернення: 08.06.2025).

11. WebAIM Contrast Checker. URL: <https://webaim.org/resources/contrastchecker> (дата звернення: 08.06.2025).
12. Montserrat – Google Fonts. URL: <https://fonts.google.com/specimen/Montserrat> (дата звернення: 08.06.2025).
13. Playfair Display – Google Fonts. URL: <https://fonts.google.com/specimen/Playfair+Display> (дата звернення: 08.06.2025).
14. Вовк О.В., Задорожна В.К. Дослідження етапів планування UI та UX сайту // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2025. Т. 2. С. 28-30
15. Figma Elements – Templates Library. URL: <https://figmaelements.com/templates/> (дата звернення: 13.06.2025).
16. Полозова Т.В. 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, 2022. 47 с
17. Трунова Т.О., Закутній В.В. Розробка логотипу для веб-сайту «KHARKIV» // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2025. Т. 2. С. 118-119