

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ КОМП'ЮТЕРНИХ НАУК ТА ТЕХНОЛОГІЙ

Кафедра Комп'ютерних інформаційних технологій

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач випускової кафедри  
Аліна САВЧЕНКО.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**(ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ, ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**  
**ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ “БАКАЛАВР”**  
**ЗА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ**  
**“ІНФОРМАЦІЙНІ УПРАВЛЯЮЧІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ”**

**Тема: “WEB-сайт компанії з розробки брендингу”**

**Виконавець:** студент групи УС-412 Кременський Дмитро Володимирович

**Керівник:** к.т.н., доцент Єгоров Сергій Вікторович

**Нормоконтролер:** Олександр ШЕВЧЕНКО

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет комп'ютерних наук та технологій

Кафедра Комп'ютерних інформаційних технологій

Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма: 12 “Інформаційні технології”, 122 “Комп'ютерні науки”, “Інформаційні управляючі системи та технології”

---

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач випускової кафедри

\_\_\_\_\_ Аліна САВЧЕНКО

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023р.

## ЗАВДАННЯ

**на виконання кваліфікаційної роботи студента**

Кремінського Дмитра Володимировича

(прізвище, ім'я, по батькові)

- 1. Тема роботи:** «WEB-сайт компанії з розробки брендингу» затверджена наказом ректора від “01” квітня 2023 р. за № 623/ст.
- 2. Термін виконання роботи:** 15.05.2023 – 25.06.2023
- 3. Вихідні данні до роботи:** web-сайт компанії з розробки брендингу, на якому клієнти зможуть оформити замовлення на послугу брендингу, обравши відповідний пакет послуги та заповнивши форму з контактними даними.
- 4. Зміст пояснювальної записки:** вступ, етапи розробки web-сайтів, основні технології створення web-сайтів, аналіз актуальність предметної області, проектування візуального стилю, функціональність сайту, додаткові технології розробки, огляд реалізованого web-сайту.
- 5. Перелік обов'язкового графічного матеріалу:** складові візуального стилю, мапа сайту, візуальне представлення готового сайту.

## 6. Календарний план-графік

№ п/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Отримання завдання на дипломну роботу, створення плану дипломної роботи та побудова плану-графіку виконання робіт.	15.05.2023 – 16.05.2023	
2.	Розроблення та затвердження календарного плану виконання дипломної роботи.	17.05.2023 – 20.05.2023	
3.	Проведення консультацій з науковим керівником.	21.05.2023 – 23.05.2023	
4.	Теоретичний аналіз наукової літератури по темі дипломної роботи та написання Розділу 1.	24.05.2023 – 31.05.2023	
5.	Написання Розділу 2.	01.06.2023 – 06.06.2023	
6.	Написання Розділу 3 та завершення дипломої роботи	07.06.2023 – 11.06.2023	
7.	Оформлення пояснювальної записки та створення презентації.	12.06.2023 – 13.06.2023	
8.	Підготовка матеріалів та підписів документів дипломної роботи.	14.06.2023 – 16.06.2023	

7. Дата видачі завдання: «15» травня 2023 р.

Керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Сергій ЄГОРОВ  
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Дмитро КРЕМІНСЬКИЙ  
(підпис студента) (П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «WEB-сайт компанії з розробки брендингу» складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку бібліографічних посилань та додатків, містить 68 сторінок, 20 рисунків та 1 таблицю. Список бібліографічних посилань складається з 16 одиниць.

**Об'єктом дослідження** кваліфікаційної роботи є розробка web-сайту компанії для створення брендингу.

**Предмет дослідження** – web-сайт компанії, яка надає послугу брендингу.

**Мета дослідження** – розробити web-сайт компанії для створення брендингу на основі технологій HTML, CSS та JavaScript.

Для досягнення мети розробки web-сайту компанії з брендингу було використано наступні **методи дослідження**:

- метод здійснення обробки літературних джерел;
- метод теоретичного аналізу технологій розробки сайтів;
- метод формулювання функціоналу сайту;
- метод проектування візуального стилю;
- метод тестування результату.

**Результатом дослідження** є реалізований web-сайт компанії з розробки брендингу, на якому користувач може замовити послугу розробки брендингу для свого бізнесу.

WEB-САЙТ, БРЕНДИНГ, ПРОГРАМУВАННЯ, ТЕХНОЛОГІЇ ВЕРСТКИ  
WEB-САЙТІВ, ПРОТОТИПУВАННЯ САЙТУ, ВІЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ, ЛОГОТИП

## ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНІВ.....	6
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПО СТВОРЕННЮ WEB-САЙТІВ.....	10
1.1. Етапи створення web-сайту та ознаки його високого юзабіліті.....	10
1.2. Основні технології створення web-сайтів (HTML, CSS та JavaScript).....	16
1.2.1. HTML (HyperText Markup Language).....	17
1.2.2. CSS (Cascading Style Sheets) .....	18
1.2.3. JavaScript .....	19
1.3. Важливість дизайну для web-сайту компанії по розробці брендингу .....	20
1.4. Висновки до розділу 1 .....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕМИ ТА ПІДГОТОВКА ДО РОЗРОБКИ WEB-САЙТУ .....	23
2.1. Опис та аналіз актуальності предметної області .....	23
2.2. Функціональність web-сайту компанії по розробці брендингу.....	29
2.3. Проектування візуального стилю для web-сайту .....	32
2.4. Висновки до розділу 2 .....	39
РОЗДІЛ 3. ОГЛЯД ТА РЕЗУЛЬТАТ ПРОЕКТУВАННЯ WEB-САЙТУ .....	41
3.1. Мапа web-сайту .....	41
3.2. Застосовані технології та етапи у розробці web-сайту.....	43
3.3. Огляд реалізованого web-сайту .....	45
3.4. Висновки до розділу 3 .....	55
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	64

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНІВ

<b>CSS</b>	Cascading Style Sheets – каскадні таблиці стилів.
<b>HTML</b>	Hypertext Markup Language – мова гіпертекстової розмітки.
<b>JS</b>	JavaScript (JS) — динамічна, об'єктно-орієнтована прототипна мова програмування.
<b>PHP</b>	Personal Home Page Tools — скриптова мова програмування.
<b>SCSS</b>	Варіант синтаксису для препроцесора CSS.
<b>ТЗ</b>	Технічне завдання визначає мету та структуру проекту.
<b>ЦА</b>	Цільова аудиторія – група людей, на яких розраховано певний товар, продукт, художній твір, послугу тощо.

## ВСТУП

Враховуючи технічний розвиток суспільства, інформаційні технології відіграють вагомую роль у житті як окремої особистості, так і загалом великих ком'юніті. При цьому, завдяки Всесвітній павутині, ми маємо швидкий доступ як до отримання необхідної інформації, ведення комунікації, так і можемо працевлаштовуватись, а глобалізація сприяє цьому у будь-якій точці світу. Задля більш ефективного використання інформаційних ресурсів, користувачі можуть обирати різноманітні web-сайти. На думку сучасних дослідників у сфері маркетингу, web-сайт потрібно розглядати як неодмінну складову залучення потенційних споживачів, яка значно спрощує отримання необхідних послуг [1].

Однією із провідних функцій сайту є онлайн-демонстрація інформації усіх сфер життєдіяльності: від освітньо-просвітницьких до суспільно-політичних із метою детальнішого ознайомлення потенційного клієнта із варіацією послуг, представленою за URL-адресою.

**Актуальність теми “WEB-сайт компанії з розробки брендингу”** виявляється у тому, що web-сайт такої компанії є рішенням низки актуальних проблем, з якими стикається бізнес-сектор, а саме:

**1) стрімкий розвиток стартапів.** У зв'язку з активним розширенням можливостей інформаційних технологій, молоді та перспективні ІТ-спеціалісти все частіше створюють свої унікальні проекти, які несуть неабияку користь у суспільстві та стають справжніми помічниками у нашому буденному та науковому житті. Обираючи для себе спеціалістів з іншої сфери, а саме з розробки брендингу та дизайн концепції, вони знають, що, завдяки привабливому візуальному стилю, який працює як маркетинговий інструмент, потенційна цільова аудиторія може легко віднайти потрібну для неї інформацію, отримати послугу та скористатись влучним засобом вирішення певної проблеми;

**2) повільне залучення спонсорів та інвестицій.** Для деяких підприємців важливим є залучення інвестицій, замовників, але при цьому їх інформаційні

платформи є не привабливими та хаотичними для міжнародної спільноти. Тому, послуговуючись послугами компанії з розробки брендингу, за допомогою осучасненого дизайну web-сторінок та зручного інтерфейсу, компанія або ж послуга замовника може мати більші перспективи розширення своєї діяльності на світовому ринку;

**3) дефіцит якісних брендингових компаній, які відповідають ціні та якості.** Нині існує варіант отримання цієї послуги через фріланс, що є достатньо дешевим, проте ненадійним, а також через професійні агенції, які здебільшого не співпрацюють із новими стартапами і мають високий ціновий сегмент за свої послуги. Наш варіант при цьому є універсальним, адже ми готові працювати не тільки із потужними стартапами, а й розробляти якісний брендинг для новостворених, до того ж за фіксовану ціну, помітно дешевше ніж у конкурентів на західному ринку.

**Об'єкт дослідження:** розробка web-сайту компанії для створення брендингу.

**Предмет дослідження:** web-сайт компанії, яка надає послугу брендингу.

**Мета дослідження** – розробити web-сайт компанії для створення брендингу за допомогою технологій HTML, CSS та JavaScript.

Відповідно до мети визначаємо такі **завдання дослідження:**

- виділити основні ознаки якісного web-сайту та етапи його становлення;
- оглянути основні технології створення web-сайтів
- визначити актуальність теми;
- розглянути функціональність створенні web-сайту компанії;
- проаналізувати важливість дизайну при створенні web-сайту компанії по розробці брендингу;
- спроектувати інтерфейс для зручного користування;
- розробити web-сайт компанії.

**Наукова новизна** полягає у розробці web-сайту для створення брендингу і сучасних підходів до дизайну інтерфейсу, щоб ефективно та комплексно надавати послуги користувачам.

**Практичне значення** полягає в тому, що завдяки створенню якісного web-сайту, який надаватиме послуги з брендингу, було представлено можливості

співпраці з новими стартапами з метою підтримки їх конкурентоспроможності завдяки сильному візуальному стилю. Це у свою чергу сприяє більшому розвитку стартапів та бізнесів та привертає увагу до розвитку технологій через привабливий та актуальний дизайн компаній.

**Обсяг і структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків, списку бібліографічних посилань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 68 сторінок. Список бібліографічних посилань містить 16 одиниць.

## РОЗДІЛ 1

### ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПО СТВОРЕННЮ WEB-САЙТІВ

Відповідно термінології [2] web-сайт – це група поєднаних за змістом web-сторінок, які існують під одним доменним ім'ям. Розвиток інформаційних технологій стрімко зріс за останні декілька років та посилив вимоги до загального вигляду та функціоналу web-сайтів. Зараз чи не кожен бізнес має власний сайт, щонайменше для підтримки іміджевого та репутаційного показника, а також як інструмент інтернет-реклами та додаткового залучення потенційних клієнтів. Окрім того, web-сайти використовуються не тільки комерційними проектами, а також у якості сайтів-візиток, освітніх проектів, соціальних мереж, інформаційних джерел тощо.

#### 1.1. Етапи створення web-сайту та ознаки його високого юзабіліті

Сучасні джерела [3] представляють створення сайтів у декілька етапів, які, при умові їх виконання, дають найкращий результат ефективності web-сайту. Звичайно, кожен етап грає свою роль у проектуванні сайту та вимагає спеціаліста, який зможе досконало виконати поставлену задачу, у такому разі всі вимоги будуть дотримані та у наслідку ми отримаємо сайт, який буде реалізовувати раніше поставлену мету.

Кафедра КІТ (47)				НАУ 23 32 57 000 ПЗ			
Виконав	Кремінський Д.В.			ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПО СТВОРЕННЮ WEB- САЙТІВ	Літера	аркуш	аркушів
Керівник	Сгоров С.В.					10	13
Консульт.					УС-412Б 122		
Норм. конт.	Шевченко О.П.						

Насамперед перед початком реалізації web-сайту відбувається постановка задачі та визначення мети проекту. Мета обирається зазвичай на базі очікувань замовника, тобто окрім загальної інформації про наповнення контенту на сайті, повинно бути розуміння для чого цей сайт буде створений. Найбільш поширеними цілями web-сайтів є ріст впізнаваності, збільшення потенційних клієнтів та пошук нових партнерів, поширення інформації щодо компанії та її цінностей у мережі, економічний вплив на продажі товарів або послуг бізнесу, використання сайту для популяризації інших продуктів або направлення трафіку на наступні ресурси, а також використання web-сайту як інтернет-рекламу для розповсюдження своєї продукції на більш широкий ринок.

Другим етапом є написання технічного завдання (далі ТЗ). Технічне завдання – це файл, у якому прописані усі важливі моменти та правила щодо реалізації проекту за певними, найчастіше загально встановленими, правилами. Зазвичай якісно створене ТЗ складається з загальних відомостей про проект та його цільову аудиторію (далі ЦА), мета та завдання до мети, словник з термінами та ключовими словами, обрані технології для розробки сайту, його структура, загальна дизайн концепція, функціональні можливості, важливі аспекти щодо програмування, інформація щодо сторінок, текстового та візуального контенту, дедлайн роботи. Загалом ТЗ створюється для уникнення більшості помилок, які можуть перешкоджати швидкій та ефективній реалізації сайту та для мінімізації ризиків непорозуміння між замовником та виконавцем.

Наступний етап створення web-сайту це дизайн. У першу чергу при розробці дизайн концепції створюється прототип, тобто початковий образ відтворення блоків з контентом на сайті для приблизного уявлення візуальної структури сайту та представлення її замовнику. Далі запускається процес дизайну, під час якого розробляються макети на основі яких буде відтворено сам сайт. Детальніше про важливість та суть дизайну ми розглянемо у 1.3 підрозділі кваліфікаційної роботи.

Після проектування дизайн концепції йде верстка сайту, тобто відтворення структури HTML-коду.

Зазвичай головними вимогами до верстки є:

- кросбраузерність, тобто відворення сайту на будь-якому з популярних браузерів;
- відповідність CSS-/HTML-коду стандартам W3C.

Далі відбувається етап програмування. На цьому етапі розробники надають сайту функціональності, призначають алгоритми дій до потрібних елементів, щоб користувачі могли повноцінно взаємодіяти з сайтом, а також для зв'язаності web-сторінок з зовнішніми ресурсами. Таким чином з первинного макету створюється справжній сайт. Окрім того, розробник відповідальний за покращення швидкості роботи сайту та за безпеку відвідувачів під час користування web-ресурсом. Щоб ці вимоги були дотримані програміст повинен брати до уваги ступінь максимальної завантаженості, організацію виконання проекту та інших чинників, які можуть мати вплив на функціонування сайту.

Після закінчення розробки програмної частини готовий web-сайт переходить до етапу тестування, який включає в свою перевірку теж декілька етапів її проходження. Час тестування залежить від складності отриманого результату.

Спершу йде підготовка до тестування, під час якої аналізують ТЗ відповідно до кінцевого результату та пишуть план тестування. Наступним йде етап функціонального тестування, під час якого перевіряється виконання обов'язкових функцій, швидкість передачі файлів тощо. Після цього відбувається тестування HTML та CSS, до цього етапу входить перевірка розміщення елементів, валідність коду і тому подібне. Потім переходять до тестування юзабіліті, на цьому етапі йде перевірка задоволення зручності та функціональної спроможності сайту для відвідувачів різних категорій. Передостаннім етапом є тестування безпеки, коли йде перевірка рівня безпеки та захисту web-сторінок від зовнішніх чинників. Заключною частиною є тестування продуктивності сайту, тобто випробування швидкості та працездатності сайту під час високого навантаження з користувачької сторони.

Після завершення всіх етапів тестування йде налаштування SEO, оптимізації сайту. SEO-оптимізація це сукупність дій, які направлені на зростання видимості сайту в пошукових системах відповідно до запитів користувачів. Налаштування

оптимізації включає в себе два способи, але досягання високої результативності можливе при дотриманні обох методів.

Перша техніка виконання це внутрішня оптимізація, це покращення умов функціонування сайту, тобто метод який спрямований на поліпшення роботи сайту, його адаптивності під інші пристрої, наповнення якісним контентом, налаштування навігації та зручність використання. Іншим кроком є зовнішня оптимізація, яка стосується усіх методів підвищення релевантності за рамками сайту, тобто просування сайту в найвищі позиції пошукової системи за допомогою популяризації ресурсу в профільних проектах, каталогах, засобах масової інформації та соціальних мережах, а також видання статей в інтернет-журналах тощо.

Під час налаштування оптимізації слід присвятити значну частину роботи наповнення сайту якісним вмістом, що включає в себе текстовий та мультимедійний контент. Враховуючи потреби користувачів на вашому сайті, ви повинні розмістити належно підібраний контент, який буде привертати увагу відвідувачів своєю унікальністю, грамотністю, привабливістю та подачею.

Кінцевим етапом відбувається внесення правок замовником або ж обробка результатів тестування та виправлення всіх недосконалостей у вигляді можливо непрацюючого елемента, незадоволеності у дизайні та некоректності інформації тощо.

Створення web-сайту клопіткий процес, що вимагає високо рівня знань та досвідченості для отримання найефективнішого результату. Дотримуючись усіх вище описаних етапів та аспектів розробки, можна створити дійсно якісний web-сайт, який буде досягати поставлену мету, приносити значну користь бізнесу та буде зручним інструментом задоволення потреб для користувача.

Окрім виконання всіх кроків якісного створення web-сайту існують ознаки, які допомагають визначити рівень юзабілі сайту, тобто показник зручності взаємодії користувача з ресурсом.

Юзабіліті сайту - поняття, що означає ступінь зручності взаємодії з web-сайтом [4]. Для визначення рівню юзабіліті сайту відбувається аналіз інтерфесу, наповнення

сторінок, час завантаження ресурсу та інші елементи, які впливають на зручність користування.

Чому юзабіліті є важливим показником якості сайту? Сучасне застосування web-ресурсів у буденності людини показує, що суспільство схильне до мінімізації зайвих натисків та дій при користуванні будь-якими інформаційними технологіями, адже широке та різноманітне наповнення ринку часто перенасичує людський мозок та не завжди має позитивний вплив на сприйняття інформації. Тому останнім часом користувачі мережі Інтернет надають перевагу простим та зручним інтерфейсам з основною найважливішою інформацією без додаткових непотрібних текстів.

Головні визначення оцінки юзабіліті:

- Ефективність. Визначається швидкістю знаходження потрібного матеріалу користувачем;
- Простота. Означає простий інтерфейс та навігацію між сторінками, без зайвих впливаючих сповіщень, які заважають переміщатись сайтом;
- Запам'ятовуваність. Оцінюється підвищена результативність повторного використання сайту та збільшена швидкість орієнтування;
- Задоволеність. Це враження відвідувача сайту та його власної думки щодо користування ресурсом;
- Корисність. Наявність важливої для користувача інформації, за якою він звернувся до web-сайту;
- Помилки. Можливість сайту забезпечити уникнення помилок користувачам, які досліджують сайт в пошуках необхідного їм контенту.

При дотриманні всіх критеріїв, web-сайту простіше виконати поставлену перед ним задачу та довести відвідувача до основної дії для якої призначений сайт.

Існує також декілька принципів юзабіліті: налагоджена структура, проста навігація, оптимізований пошук, максимальна швидкість роботи, зручна дизайн концепція, вдале інформаційне наповнення, відсутність технічних помилок.

Налагоджена структура. Правильно налагоджена структура забезпечує організацію інформації по структурним блокам, які легко зчитуються користувачем. Таким чином, відвідувач сайту зможе легко знайти потрібну інформацію або

виконати поставлену мету за короткий термін перебування на сайті. Найпопулярніша структура побудови сайту є ієрархічна, тобто від загального до конкретного. Звичайно одним з головних правил збереження цілісної структури є дотримання тематики web-сайту, щоб користувач не був перевантажений зайвою інформацією та не був змушений виконувати додаткові дії для пошуку необхідного контенту тощо.

Проста навігація відповідає за зручність відвідування сторінок користувачем та легкістю повернення на попередні сторінки. Для досягнення простої та зрозумілої навігації створюється посилання на головну сторінку, яке знаходиться на кожній з інших сторінок ресурсу, а також додаткові посилання, наприклад прив'язані до підзаголовків, які дозволяють переходити на попередні сторінки. Якщо загальна структура сайту складається з багатьох сторінок, найкращим рішенням буде спочатку створити карту сайту, яка значно спростить розробку навігації по ньому, завдяки повному розумінню послідовності сторінок.

Оптимізований пошук. Насамперед пошук повинен бути виділений на сторінці для того, щоб користувач легко його помітив та зміг скористатись будь-якої миті. По-друге результати пошуку мають чітко відповідати запиту відвідувача, задля ефективності його використання та задоволеності потреб користувача.

Максимальна швидкість роботи. Виключаючи спосіб підвищення швидкості програмними засобами, для того щоб швидкість завантаження та роботи web-сторінок була максимальною, потрібно мінімізувати використання важких графічних або мультимедійних елементів, а також складних анімацій.

Зрозуміла дизайн концепція. Дизайн повинен бути не тільки зручним та практичним, а і відповідати темі web-сайту, тобто співпадати з цінностями компанії, передавати її настрій та ступінь серйозності, але одночасно бути захоплюючим для користувача та приваблювати приємним візуалом та зрозумілістю.

Вдале інформаційне наповнення є головним показником юзабіліті для більшості користувачів. Звичайно всі аспекти створюють єдину та цілісну картинку web-сайту, але передусім людина звертається до інтернет ресурсу задля досягнення своєї цілі у пошуку потрібної їй інформації. Тобто, які б враження не склали візуал та швидкість завантаження сайту, користувач буде цілком задоволений лише тоді,

коли зможе виконати поставлену мету відвідування сайту. Отже інформація, присутня на сторінках, повинна бути представлена у легкому для сприйняття форматі, розділена по блокам та категорія, написана грамотно, без помилок та бажано була б доповнена графічними елементами для приємнішого вивчення.

Відсутність технічних помилок є гарантією коректної роботи web-сайту та забезпечує відсутність помилок у коді, зайвих елементів та інших деталей.

Визначення юзабілі сайту забезпечується перевіркою якісних та кількісних показників, тобто оцінкою вище вказаних критеріїв. Зниження статистики відвідування є однією з ознак перевірки ресурсу на юзабіліті. Декількома додатковими способами ревізії web-сайту на рівень юзабіліті є дослідження статистики через програмні інструменти аналізу метрик, аналіз оцінки та відгуків від користувачів сайту, тестування, створення фокус-групи для аналітичного висновку.

Здається, що вже існує безліч сайтів та створення нових немає сенсу, але далеко не всі розробники враховують важливість дотримання правил послідовності етапів розробки сайту та беруть до уваги показники користувацького юзабіліті. Отже, знаючи всі кроки проектування web-ресурсу та пункти, які мають вплив на юзабіліті сайту та задоволеність користувачів, можна розробити зручний та якісний сайт, який буде абсолютно конкурентоспроможним на сучасному ринку технологій.

## **1.2. Основні технології створення web-сайтів (HTML, CSS та JavaScript)**

Основа web-розробки побудована на трьох основних технологіях проектування web-сайтів. Згідно з сучасними ресурсами ці технології отримали порівняльну назву трьох блоків будівництва web-сайтів. Усі хто коли-небудь цікавився web-розробкою зрозумів, що мова йде про HTML, CSS та JavaScript.

Між клієнтом web-браузером та web-сервером відбувається умова отримання даних. Клієнт надсилає запит, а сервер веде обробку даних та надає їх клієнту. Кінцевий користувач отримує інформацію у більш структурованому вигляді, який можливо досягнути завдяки технологіям HTML, CSS та JavaScript.

Фундаментом web-сайту є HTML, який відповідає за розміщення тексту та іншого вмісту на сторінці. Завдяки HTML web-сайт має структурований вигляд та цілісну концепцію, а також HTML дає змогу додавати мультимедійне наповнення у вигляді зображень, відео, аудіо тощо.

CSS за своїм призначення впливає на зовнішній вигляд web-сайту, створюючи сценарії візуального стилю елементів HTML, чим робить сайт більш привабливим, наповненим, а також відтворює загалом визначену дизайн концепцію.

JavaScript останній будівельний блок для створення сайту, але не за значимістю. JavaScript використовується для налаштування комунікації між користувачем та web-сайтом, тобто завдяки JavaScript можливо зробити елементи HTML при їх взаємодії з зовнішнім впливом, тобто при русі курсору або натискання на певний елемент, він може змінювати вигляд, як прописано у раніше заданих умовах JavaScript.

### **1.2.1. HTML (HyperText Markup Language)**

HTML (HyperText Markup Language) є мовою розмітки елементів (текст, фото, відео, аудіо тощо) для їх організації на web-сторінках відповідно до наукових джерел [6]. HTML це не мова програмування, а засіб для структурного розташування усіх основних елементів наповнення сторінки.

Будь-яка web-сторінка, як зазначено у сучасних напрацюваннях [7] бере початок з HTML документу, незалежно від рівня її складності та функціональності, такий текстовий файл називається вихідним документом. Цей головний файл має назву index.html, він складається з текстового наповнення та тегів, які позначаються  $\langle \rangle$  та означають HTML елемент.

У навчальних інтернет ресурсах [8] принцип роботи HTML тегів описаний таким чином, що HTML містить в собі велику кількість тегів, кожен з яких зберігає в собі відповідне наповнення. Назви тегів зазвичай відповідають загальній назві вмісту елемента, тобто тег заголовок `<h1>`, тег абзац `<p>`, тег зображення `<img>` тощо. Теги бувають відкриваючі `<p>` та закриваючі `</p>`, але не кожен вид тегу потребує закриваючого.

Тож якщо взяти до прикладу заголовки статей або назви конкретних продуктів, які позначені великими літерами, то скоріш за все це використання тегу заголовку `<h1>`.

Також у своїй структурі HTML має атрибути, згідно з освітнім ресурсом [9] атрибути доповнюють елементи HTML додатковою інформацією та вказуються у відкриваючому тегу. Атрибути можуть містити в собі інформацію щодо URL-адрес, візуальних особливостей елемента без використання CSS.

HTML складає основу web-сайту, організовує усі елементи та блоки вмісту, їм досить просто оволодіти, що є значною перевагою, але лише завдяки HTML неможливо створити сайт за сучасними зразками, який буде задовольняти усі потреби користувача та буде не тільки зручним, а й привабливим. Тому для досягнення цих цілей використовуються технології CSS та JavaScript.

### **1.2.2. CSS (Cascading Style Sheets)**

CSS (Cascading Style Sheets) це каскадні таблиці стилів, які використовуються для надання візуального стилю елементам мови розмітки та створення привабливого дизайну завдяки інструкціям стилів.

Як зазначено автором книги «HTML, CSS & JavaScript in easy steps» [10] раніше правила зовнішнього вигляду були інтерпретовані в HTML код за допомогою тегу `<style>`, атрибути якого описували усі аспекти візуального стилю.

Повертаючись до напрацювань Дженніфер Роббінс [7], можна дізнатись, що CSS відповідає за кольори будь-яких елементів, фону чи тексту наприклад, за шрифт, інтервали, заокруглення, відступи та за все, що впливає на стилістичне оформлення web-сторінки.

Структура кодування CSS складається з селекторів, які стосуються певного елемента мови розмітки та таким чином інструкція зовнішнього вигляду у селекторі буде відповідати, визначеному у назві селектора, певному HTML елементу.

Селектори діляться за типами відповідно способу вибору елемента, наприклад, якщо нам потрібно обрати елемент на основі назви, ідентифікатора або тільки часту елемента.

Тож існують такі види селекторів:

- Прості селектори (селектори класів, ідентифікаторів на базі їх назв);
- Комбінаторні (пошук елемента за їх взаємозв'язком);
- Селектори псевдокласів та псевдоелементів (вибір елемента за станом або його частиною);
- Селектори атрибуту (пошук елемента за значенням або назвою атрибуту).

Отже, CSS відповідає за те, як web-сторінки будуть візуально виглядати для користувача, їх дизайн та стиль, оформлення текстів та усіх елементів на сайті.

### **1.2.3. JavaScript**

JavaScript це мова програмування скриптами, яка виконує задачу додавання динамічності на web-сторінках, а також може використовуватись при створенні додатків та ігор відповідно до сучасних наукових статей [11].

JavaScript у розробці web-сайтів використовується разом з HTML та CSS. Завдяки JavaScript відбувається реалізація активної сторони на web-ресурсі, тобто покращення взаємодії користувача з сайтом, анімація графічних елементів або фону, рухливих сповіщень, випадаючі меню тощо. Тобто, якщо під час створення web-сайту використовувати лише HTML та CSS, його сторінки будуть статичними та мати обмежені можливості взаємодії з відвідувачами.

Загалом JavaScript може виконувати наступні дії:

- Додавати та змінювати HTML код на сторінці;
- Відгукуватись на такі дії користувачів, як кліки миші, рух вказівника тощо;
- Надсилати запити до серверів, обробляти файли;
- Опрацьовувати куки (інформація у вигляді текстових або бінарних даних);
- Зберігати дані від клієнта для використання на певному web-сайті.

Нині JavaScript є найпоширенішою мовою для web-проектування, абсолютно інтегрована з HTML і CSS та використовується як спосіб «оживити» web-сторінки.

Тож для того, щоб створити працездатний сайт, який буде виконувати свою мету, потрібно використовувати три основні технології розробки сайтів, а саме HTML, CSS та JavaScript. У такому разі сайт буде поєднувати в собі структурованість, привабливий візуальний стиль та динамічність.

### **1.3. Важливість дизайну для web-сайту компанії по розробці брендингу**

Дизайн присутній у всіх аспектах нашого життя, адже візуальний стиль завжди привертає увагу людського ока та мав вплив на сприйняття побаченого.

У web-просторі усі елементи дизайну: шрифти, кольори, графічні зображення, форми та текстури формують зовнішній вигляд сайту та таким чином можуть впливати на вибір відвідувачів при рішенні щодо користування ресурсом.

Відповідно до наукових робіт [12] дизайн є чинником впливу на довіру людей, коли вони міркують про безпечність відвідування певного web-сайту. Тобто, маючи весь потрібний функціонал для задоволення потреб користувача, сайт може відштовхнути його застарілим або непривабливим дизайном.

Також візуальний стиль рахується одним з методів маркетингової концепції в Інтернеті, адже естетичний вигляд сайту часто залучає потенційних клієнтів та впливає на їх вибір щодо ресурсу, де здійснити покупку.

Теж саме стосується web-сайту компанії по розробці брендингу.

Насамперед, важливість сучасного та привабливого дизайну вебсайту компанії по розробці брендингу полягає в тому, що саме він і стане відображенням стилю роботи компанії та рівню досвіду, знань і практики команди. Тобто відвідуючи сайт, оформлений за стилістикою самого бізнесу, клієнти можуть побачити невеличке прев'ю портфолію, зрозуміти чи підходять їй дизайнери, які створили брендинг собі та іншим, або чи достатньо вони сучасні та творчі для того, щоб обрати послугу саме в них.

Інша причина доводить, що дизайн є важливим аспектом і у просуванні сайту та компанії. Потенційні клієнти, які постійно знаходяться у стані вибору перед тим як придбати щось, будуть відчувати надійність у реалізації покупки послуги бізнесу, який створює дизайн концепції, через те, що власний сайт компанії виглядає стильно та гарно.

Отже, візуальна частина дійсно впливає на сприйняття web-ресурсів, на довіру та вибір потенційних клієнтів, а таким чином і на економічну ситуацію бізнесу. Тож не дарма підприємці зацікавлені в покращенні стилізації своїх компаній та магазинів у web-просторі та все більше звертаються до спеціалістів, які надають послуги створення сучасного та естетичного дизайну, як і компанія по розробці брендингу.

#### **1.4. Висновки до розділу 1**

Відповідно до теоретичної бази web-сайт - група поєднаних за змістом web-сторінок, які існують під одним доменним ім'ям. Існує декілька етапів створення web-сайту, який буде приносити результат та відповідати запитам користувачів. Отже такими етапами є постановка задачі, складання ТЗ, розробка дизайн концепції, верстка web-сайту, програмування, тестування, яке також складається з кількох кроків, налаштування SEO (оптимізація сайту) та корегування правок.

Дотримання всіх етапів розробки web-сайту має вплинути на високий рівень юзабіліті, тобто показник зручності взаємодії користувача і web-ресурсу. Оцінити рівень юзабіліті можна за деякими показниками, такими як ефективність, наскільки сайт є ефективним для користувача, простий інтерфейс та навігація, запам'ятовуваність, задоволеність користувача, корисність та відсутність технічних помилок.

Також у розділі було розглянуто основні технології створення web-сайтів, а саме HTML, CSS та JavaScript. HTML є мовою розмітки та організовує текстове та мультимедійне наповнення на web-сторінках. За допомогою CSS створюються інструкції стилів для елементів HTML, що надає їм привабливого зовнішнього вигляду та відтворює дизайн концепцію. JavaScript робить web-сайт динамічним та

надає можливість користувачам взаємодіяти з елементами на сторінках. Таким чином, ми визначили, що у поєднанні цих технологій при розробці сайту можна створити сучасний, динамічний та візуально приємний сайт, з зручним інтерфейсом та високою ефективністю, що є дуже важливим для відвідувачів.

Окрім цього, було визначено важливість дизайну для web-сайту компанії з розробки брендингу. Отже приваблива дизайн концепція є ознакою надійності для клієнтів, залучає їх своїм візуальним виглядом, а для компанії з розробки брендингу дизайн сайту є дзеркалом навичок та вмінь спеціалістів, які працюють в компанії.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ТЕМИ ТА ПІДГОТОВКА ДО РОЗРОБКИ WEB-САЙТУ

#### 2.1. Опис та аналіз актуальності предметної області

У сучасному світі кожного дня створюються нові бізнеси, підприємства або принаймні народжується безліч ідеї для їх створення, а основа будь-якого бізнесу це бренд.

Бренд, згідно сучасній термінології [13], це сукупність всього абстрактного з чого складається бізнес, тобто історія, його цінності, ідея, філософія, соціальна мета, стиль комунікації тощо. Разом це створює повний образ, а саме обличчя бізнесу, яке може розповісти про його «душу». Фізичним або ж візуальним відображенням бренду є брендинг.

*Брендинг* – процес розробки та управління брендом, контент, який відтворює ідею компанії та через себе передає її клієнту.

Звичайно, сила брендингу підкріплюється зовнішньою комунікацією, донесенням сенсів до споживача, але його основа це візуальний стиль, який включає в себе айдентику, логотип, графічні елементи, брендові кольори, невербальну комунікацію тощо.

Головна задача брендингу відображати настрій та ідею бізнесу, бути дзеркалом його обличчя для споживача. Завдяки брендингу будь-яка компанія може підвищити свою впізнаваність, привернути до себе увагу, підвищити довіру клієнта, розкриваючи свою місію на ринку через єдну концепцію.

Кафедра КІТ (47)				НАУ 23 32 57 000 ПЗ			
Виконав	Кремінський Д.В.			АНАЛІЗ ТЕМИ ТА ПІДГОТОВКА ДО РОЗРОБКИ WEB-САЙТУ	Літера	аркуш	аркушів
Керівник	Сгоров С.В.					23	18
Консульт.					УС-412Б 122		
Норм. конт.	Шевченко О.П.						

Згідно з науковими статтями [14], фірмовий стиль є ознакою конкурентоспроможності компанії. Візуальний фірмовий стиль бізнесу насамперед повинен чітко виділяти його з-поміж та мати яскраво виділені характеристики, які притаманні лише йому, найчастіше це логотип компанії та графічні елементи, які використовуються на сайті або продуктах бізнесу. Загальна дизайн концепція повинна відображатись якнайчастіше у всіх точках дотику клієнта з бізнесом: оформлення web-сайту, декорування магазину та офісу, розробка брендovаних атрибутів бізнесу, таких як ручки, блокноти, чашки тощо, а також одяг для співробітників. Коли єдиний візуальний стиль прослідковується у бізнесі всюди, тоді клієнту вдається легко запам'ятати компанію, скласти певні асоціації з брендом через дизайн та впізнавати його логотип серед інших.

Як було зазначено у вступі роботи, рішення розробити web-сайт для компанії з розробки брендингу базується на декількох проблемах, з якими наразі стикається бізнес-сектор.

Першою проблемою для вирішення є стрімкий ріст стартапів, малих бізнесів та їх розвиток на ринку.

Згідно з статистикою даних Бюро перепису населення США [15] у 2022 році було зареєстровано більше ніж п'ять мільйонів нових бізнесів. Пандемія у 2020 році спричинила стрімкий ріст розвитку стартапів і наразі кількість нових підприємств тільки зростає.

За останні п'ять років в США середньорічно відкривається 4,4 мільйона підприємств. Проте, згідно з даними Бюро перепису населення США, у 2021 році було подано 5,4 мільйона нових бізнес-заявок, що становить найвищий показник протягом всієї історії спостережень і є на 53% вищим у порівнянні з 2019 роком. Десятки тисяч з них це стартапи у галузі технологій, блокчейну, геймінгу та штучного інтелекту.

Дані щодо відкриття нових стартапів загально по світу вражають ще більше. Тяжко уявити, але щорічно на планеті з'являється близько триста п'яти мільйонів нових підприємств.

Перші роки для будь-якої компанії є одними з найтяжчих, адже вони формують власну бізнес-стратегію, позиціонування та стиль, створюючи власний бренд та плануючи вийти на глобальніші ринки.

Для того, щоб розвиток бренду бізнесу відбувався на самому початку його створення, підприємці часто звертаються до вузькопрофільних спеціалістів, які можуть надати послугу брендингу та розробити візуальну концепцію, яка допоможе бізнесу підвищити свій іміджевий статус та бути гідним конкурентом на міжнародній арені.

Таким чином, бренд на перших етапах свого росту може відразу будувати особисту історію фірмового стилю, запатентувати торгову марку під власним логотипом та мати унікальні ознаки, які відокремлюють його від конкурентів.

Розглядаючи вплив дизайну на людей, ми зробили висновок, що він також допомагає залучити клієнтів своєю привабливістю та надати компаніям додаткового економічного росту за рахунок свого приємного вигляду. Люди завжди можуть обрати між вами та іншою компанією, навіть якщо ви маєте однаковий товар, ціну та надійність. Нюанс в тому, що зазвичай окрім оцінки продукту, клієнт звертає увагу на ваше представлення та подачу товару. Тому, якщо ви будете мати більш естетичний та сучасний сайт, брендovanу атрибутику тощо, довіра клієнта до вас значно зросте, він буде відчувати надійність вашого бізнесу та завжди обиратиме вас з-поміж інших.

Окрім того, маючи високий статус бренду у суспільстві, який найчастіше здобувається за роки плідної праці, бізнес абсолютно спроможний підвищувати ціну на свої послуги та товар за логотип, який для людей буде означати престиж, довіру та високий рівень сервісу. Якщо підприємці налаштовані розвивати свою ідею та поширювати її в маси, вони завжди будуть працювати на перспективу та для них така ознака авторитетності на ринку буде ще однією причиною для розробки брендингу.

Зокрема, не усі бізнеси гідно тримаються на ринку та часто у зв'язку з несприятливими умовами вимушені закриватись як підприємство. Факторами впливу на невдачі таких компаній є зазвичай недостатнє фінансування, робота на збиток,

тобто відсоток витрат в рази більше ніж прибутки, які навіть не досягають рівня початкових інвестицій, низька залученість клієнтів тощо.

Таким чином, впливає друга проблема, яку може вирішити брендинг. Завдяки власному дизайнерському стилю та унікальності бізнес, який має продукт на рівні з іншими, але є наприклад маловідомим або новоствореним, може залучити зовнішні інвестиції та ряд спонсорів. Візуальні особливості, які виділяють стартап на ринку, можуть значно повпливати на рішення інвесторів, які шукають молоду та перспективну компанію для розвитку.

Зрозуміло, що бізнес, який має власний стиль, бренд та концепцію, викликає більше почуттів та емоцій у клієнта, привертає до себе увагу та є візуальним магнітом для спонсорів та споживачів. У такому разі, розвиток підприємства стрімко зростає завдяки отримання фінансової підтримки та можливості більше і якісніше працювати на покращення товару або послуги. У зв'язку з розширенням фінансових можливостей, поліпшення продукції та сервісу, маючи власне ім'я, яке ґрунтується на сильному бренді, компанія гарантовано виділяє себе від конкурентів та швидше досягає прагненню оволодіти більшою частиною ринку, а не закритись у перші рік або два.

Останнім поштовхом для створення web-сайту компанії по розробці брендингу був аналіз проблеми ринку у дефіциті компаній на ринку, послуги якої відповідали б ціні та якості.

Звичайно, окрім спеціалізованих агенцій та студій, у ніші дизайну набирає популярності фріланс, цінові діапазони бувають різні, вони не фіксовані, але найчастіше там можна знайти виконавців, які готові продавати свої послуги дешевше, аніж на інших платформах. На жаль, такий вид надання послуг не може пишатись якістю своєї роботи, зазвичай вони однотипні та виглядають застаріло.

Дослідивши низку актуальних конкурентів, компаній по розробці брендингу, можна виділити одну з них, яка найбільш схожа до концепції нашої компанії та зробити порівняльний аналіз.

Таким чином можемо порівняти швидкість виконання роботи, тарифні плани та ціни, стиль робіт, особливості власного брендингу, послуги, підхід до роботи,

представлення на інших платформах тощо. Такий аналіз дасть розуміння актуальності компанії з розробки брендингу.

До порівняння візьмемо компанії Scalelogo та нашу Logolivery. Аналіз по порівняльним пунктам представлений у таблиці нижче. Висновки щодо аналізу представлені у вигляді списку та обґрунтовані після таблиці.

Таблиця 2.1.

### Аналіз конкурентів

	Scalelogo	Logolivery
Наявні послуги	Розробка логотипу з супроводжуючими матеріалами про кольори та типографію, залежно від тарифу; дизайн підписки.	Розробка логотипу, з супроводжуючими матеріалами про кольори та типографію, не залежно від тарифу.
Швидкість виконання роботи	48 годин; оновлення підписки може бути щомісяця, щоквартально та щорічно.	5 робочих днів на мінімальному тарифі, 14 днів на наступних.
Тарифні плани та ціни	На кожному з послуг по 3 тарифні плани, ціни 650\$, 780\$, 850\$ відповідно тарифам та одномісячна підписка 2890\$.	3 тарифні плани, 99\$, 295\$, 490\$ відповідно тарифам, з можливістю обрати додаткові ревізії та правки.
Портфоліо	Представлене на сайті, додані посилання на зовнішні ресурси з додатковими роботами.	Представлене на сайті, додані посилання на зовнішні ресурси з додатковими роботами.

	Scalelogo	Logolivery
Стиль робіт	Мінімалізм, з використанням негативного простору, геометричні символи.	Лаконічний, типографічний, сучасний, технологічний, мальовані логомарки.
Процес роботи	Вибір тарифу, оплата замовлення, заповнення брифу, отримання готового результату через 48 годин, без можливості комунікації з клієнтом під час роботи.	Вибір тарифу, оплата замовлення, супроводжена формою для заповнення контактної інформації, заповнення брифу, після можливість комунікації з командою.
Присутність на інших платформах	Behance, Dribbble, Instagram, LinkedIn.	Dribbble, Instagram, LinkedIn, Twitter.
Особливості власного брендингу	Основні кольори: чорний, сірий, акцентний фіолетовий, наявні графічні елементи у вигляді геометричних форм, виділяється зернистість на фоні.	Основні кольори: білий, чорний, фіолетовий, акцентні фіолетовий, тіффані та рожевий, з графічних особливостей виділяються градієнт з акцентних кольорів та Мемої, які зображують засновників компанії.

Завдяки порівняльній таблиці аналізу з конкурентом, можемо зробити наступні висновки:

- Наша компанія має доступніші ціни, маючи досить схожий стиль робіт;
- У всі тарифні плани входять додаткові матеріали щодо кольорів та типографії та презентація з можливими варіантами використанням логотипу

на атрибутиці бізнесу, на відміну від конкурентів, які надають супроводжуючі матеріали брендингу тільки на дорожчих тарифах;

- Ми розробляємо логотипи та брендинг довше, але маємо можливість комунікації з клієнтом під час розробки айдентики, що значно впливає на відсутність правок у майбутньому;
- Ми маємо додаткові платні правки для концептів.

Виходячи з вище наведених висновків, ми можемо зрозуміти, що наша компанія надає якісні послуги з розробки брендингу за досить невеликі проміжки часу. Відносно ринку, враховуючи встановлені ціни, які для молодих та нових стартапів важливіші за час, різниця якого становить три дні у порівнянні з конкурентом, ми маємо перевагу у наданні послуги для нещодавно створених бізнесів.

Таким чином, унікальний дизайн, стильні сучасні роботи, невелика ціна та кваліфікована команда, яка розробляє брендинг за декілька днів, є актуальною потребою для новостворених стартапів, що прагнуть досягти впізнаваності, визнання на ринку, залучення спонсорів та зовнішніх інвестицій та використовувати сильний бренд, як маркетинговий інструмент розвитку.

Web-сайт для нашої компанії є необхідністю, адже це в першу чергу онлайн бізнес, який залучає клієнтів дистанційно, розвивається у напрямку інформаційних технологій та відтворює свої послуги онлайн. На web-сайті ми презентуємо наше портфоліо, відгуки клієнтів, тарифи на послуги, їх опис, а також сайт є основним інструментом для комунікації з клієнтами та для маркетингового розвитку компанії при налаштуванні SEO та реклами.

## **2.2. Функціональність web-сайту компанії по розробці брендингу**

Функціональність web-сайту компанії з розробки брендингу є одним з головних аспектів, який впливає на його працездатність та можливість виконувати поставлені цілі. У цьому підрозділі розглянемо основні функції, які повинен мати web-сайт компанії з розробки брендингу, зокрема з орієнтацією на потреби клієнтів та поліпшення їх досвіду користування.

Насамперед визначимо ключові складові функціональності сайту компанії:

- Контактна форма для оформлення замовлення;
- Оплата послуг;
- Навігаційне меню;
- Посилання на зовнішнє портфоліо та соціальні мережі;
- Перегляд відгуків.

Форма з полями для внесення даних при оформленні замовлення є найзручнішим інструментом надання необхідної інформації для користувача та підвищує ефективність і швидкість її отримання.

Форма повинна мати обов'язкові поля для заповнення, щоб клієнт зміг переходити до наступного етапу оформлення замовлення, а також може містити поля з різними типами даних, наприклад електронна пошта, посилання, цифри тощо, випадаючі меню. У кінці форми зазвичай розміщується прапорець для підтвердження згоди з умовами сайту.

Важливим аспектом функції заповнення форми є валідація даних. Це означає, що під час заповнення форми web-сайт перевіряє правильність введених даних і попереджає користувача про можливі помилки або неправильно введені дані.

Отже, це надійний спосіб взаємодії з клієнтом, адже надана їм інформація перевіряється та відправляється на заданий сервіс обробки даних, що дасть змогу зберегти їх для повторного застосування або використанні при необхідності.

Оплата послуг є важливим елементом web-сайту компанії з розробки брендингу, оскільки дозволяє клієнтам зручно і безпечно оплачувати надані послуги. Для оплати послуг web-сайт може підтримувати різні методи платежу або надавати безпечні посилання на сервіси переказу коштів між компаніями.

Під час процесу оплати web-сайт повинен надавати інформацію про вартість послуг, включаючи розширену інформацію про різноманітні пакети та тарифи, а також давати можливість користувачам застосувати промокоди на знижку. Користувачі в обов'язковому порядку повинні мати можливість ознайомитися з деталями оплати перед підтвердженням.

Функція оплати повинна бути простою та зрозумілою для користувача. Web-сайт має забезпечувати зручний і інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, який буде мати чітку навігацію та можливі інструкції, щоб клієнти могли зрозуміти, що їхні платежі обробляються безпечно і ефективно.

Після успішної або провальної оплати, за будь-яких умов web-сайт повинен надати підтвердження цієї дії, яке може бути відображене на web-сайті.

Навігаційне меню забезпечує зручність переміщення web-сайтом. При розробці web-сайту компанії з розробки брендингу було застосоване навігаційне мені у верхній частині сайту, воно дозволяє рухатись по екрану відповідно до блоку, назви яких вказані у меню у вигляді горизонтального списку.

Таким чином користувачу не потрібно власноруч гортати всю web-сторінку у пошуках потрібної інформації, адже він може лише натиснути на один з заголовків блоків сторінки та автоматично переміститись до потрібного.

Така функція значно впливає на покращення користувацького досвіду та є однією з головних ознак ефективності сайту та швидкого вирішення цілей клієнта, а також на організацію інформації сайту.

Посилання на зовнішнє портфоліо є значною перевагою у економії місця та часу клієнта. У зв'язку з великим досвідом та значною кількістю робіт все портфоліо займало чимало місця на сайті та було б не зручним для перегляду.

У такому випадку для компанії було створено окремий обліковий запис на спеціальному ресурсі для розміщення своїх професійних робіт, щоб користувачі могли перейти за посиланням, у структурованому вигляді переглянути наявні роботи компанії, впевнитись у кваліфікації команди та зробити обґрунтоване рішення щодо купівлі послуги.

Не менш важливою складовою такого посилання є розвиток інших платформ компанії, що забезпечує її впізнаваність на різних ресурсах, та підвищення іміджу в очах користувача, який відчуває високий показник надійності та сучасності компанії.

Перегляд відгуків є найбільш критичною функціональною можливістю для користувачів web-сайту, адже забезпечуються надійність та безпеку в наданні послуги. Завдяки позитивним та щирим відгукам попередніх клієнтів про компанію,

аудиторія має підвищений рівень довіри до компанії та іноді це може бути вирішальним етапом у прийнятті рішення щодо оформлення замовлення.

Web-сайт може створити систему відгуків прямо на сайті або збирати відгуки про свою компанію на різних платформах та в соціальних мережах. Відгуки на web-сайті можна буде переглянути у форматі слайдеру, тобто вони будуть показуватись по черзі, що є зручним способом передачі великої кількості інформації поступово.

Це одні з найважливіших складових функціональності, що забезпечують клієнту високий рівень задоволеності від користування сайтом, зручність та досягання поставлених цілей.

### **2.3. Проектування візуального стилю для web-сайту**

Проектування візуального стилю для web-сайту передбачає процес створення повноцінного вигляду та естетики сайту, тобто розробку його брендингу, що є важливим аспектом успіху будь-якого проекту у наш час. Особливо детально вплив дизайну на сприйняття web-сайту компанії користувачами ми розглядали у підрозділі «Важливість дизайну для web-сайту компанії по розробці брендингу».

Нині суспільством цінується унікальна айдентика будь-якого ресурсу, бізнесу та інших проектів. Візуальний стиль допомагає передати брендову цінність, ідею, філософію та настрій проекту, привернути увагу відвідувачів та створити відповідну атмосферу. У цьому підрозділі ми розглянемо ключові кроки та етапи проектування візуального стилю, які дозволяють створити особливий та впізнаваний дизайн для web-сайту компанії з розробки брендингу.

Перед розробкою айдентики для компанії та її web-сайту потрібно визначити конкретну місію та ідею компанії, яку ми будемо передавати через візуальний стиль. Розуміння цінностей, місії та характеру бренду допомагає визначити настрій компанії, почуття, які ми прагнемо викликати у потенційного клієнта та особливі елементи, які варто включити до брендингу.

Ідея компанії формується на привітливій та доброзичливій комунікації з клієнтом, щоб процес надання послуги був максимально приємним та простим для

обох сторін. Місія компанії заключається в наданні якісної та швидкої послуги за невисоку ціну відповідно до ринку.

Акцент брендингу, відповідно до ідеї, повинен бути зосереджений на легкості та зручності, але водночас візуальний стиль може бути яскравим та з елементами передачі радісного настрою, як показник дружніх стосунків між клієнтом та командою.

Таким чином, визначивши головні принципи, яких повинен дотримуватись візуальний стиль, можемо перейти до його проектування. Основними елементами брендингу, які нам потрібно розробити є кольорова палітра, типографіка, логотип та логомарк за необхідністю, прототип інтерфейсу сайту, унікальні графічні елементи та візуальні ефекти.

Кольорова палітра є базою для візуального стилю, оскільки має психологічний вплив на сприйняття та емоційну реакцію людей. Також кольори відіграють роль в створенні атмосфери, викликають відповідні почуття у аудиторії та впливають на всі наступні етапи розробки брендингу.

Окрім того, кольорова гама часто є асоціативним якорем для споживача. Завдяки таким виразним ідентифікаторам, як кольори, будується впізнаваність бренду та його візуальна ідентичність. Таким чином клієнти можуть легко впізнати бренд, спираючись на його унікальну кольорову палітру.

Для передачі стилю комунікації нашої компанії було вирішено обрати фіолетовий як основний колір, декілька яскравих акцентних та нейтральні. Такий вибір обґрунтовується бажанням передати привітну енергію та радісний настрій команди, зацікавити потенційного клієнта, привернувши його увагу незвичною палітрою, виділитись з-поміж конкурентів на ринку, які зазвичай обирають стриману дизайн концепцію, та бути простими, легкими у використанні. Обрані кольори наведені на ілюстрації нижче, основний, акцентний та нейтральні представлені відповідними розмірами блоків.

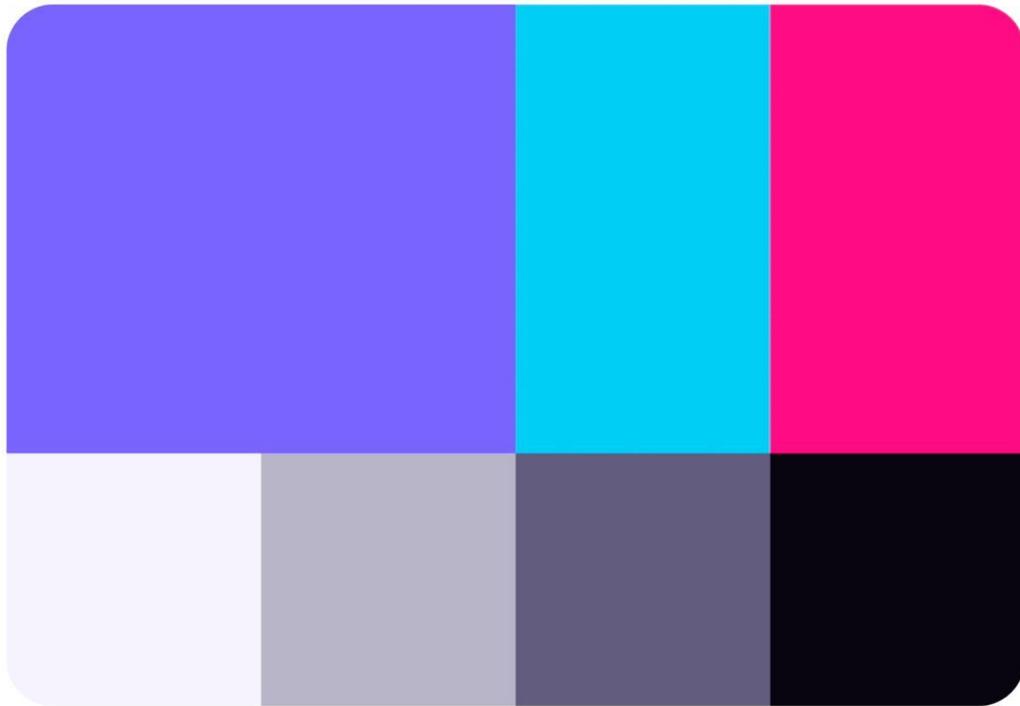


Рис. 2.1. Кольорова палітра для web-сайту

Підбір типографіки, тобто шрифтів, відбувається за декількома принципами.

Перший з них це відповідність бренду та його цінностям. Так як було проаналізовано, що наша компанія є досить креативною, повинна викликати у клієнта позитивні та нові емоції щодо сервісу, який пропонує виконання своїх послуг у нестандартний спосіб, можна обрати шрифт, який буде в міру експериментальним, щоб зацікавити користувача та справити на нього яскраве враження.

Наступний принцип це читабельність. Найголовніше на web-сайті та у будь-якій точці дотику з клієнтом використовувати максимально зручний та легкий до сприйняття шрифт. Це впливає на перше враження користувача, який буде оцінювати вас, як сервіс, відповідно вашим старанням бути зручним та корисним. Використавши недостатньо якісний шрифт можна позбутись лояльності клієнта та його позитивному відношенні до вас, адже він зрозуміє, що про його користувацький досвід не поцікувались. Отже, обираємо шрифт обов'язково читабельний та простий у сприйнятті.

Одним з важливих принципів також є відповідність графічному стилю. Під цим принципом розуміється гармонійне поєднання шрифтів та унікальних візуальних елементів. Таке узгодження між складовими у розробці дизайну повинно відбуватись заради дотримання єдиного візуального стилю та зберігання концепції брендингу, щоб зовнішній вигляд був збалансованим та відповідав загальній ідеї бренду.

Існує ще декілька принципів, але було виділено найважливіші з них, таким чином при дотриманні кожного, можна досягти результату вдалого та ефективного підбору шрифтів, що будуть позитивно працювати на враження споживача та викликати у нього очікувані для нас емоції. Підібрана типографіка візуально зображена нижче.

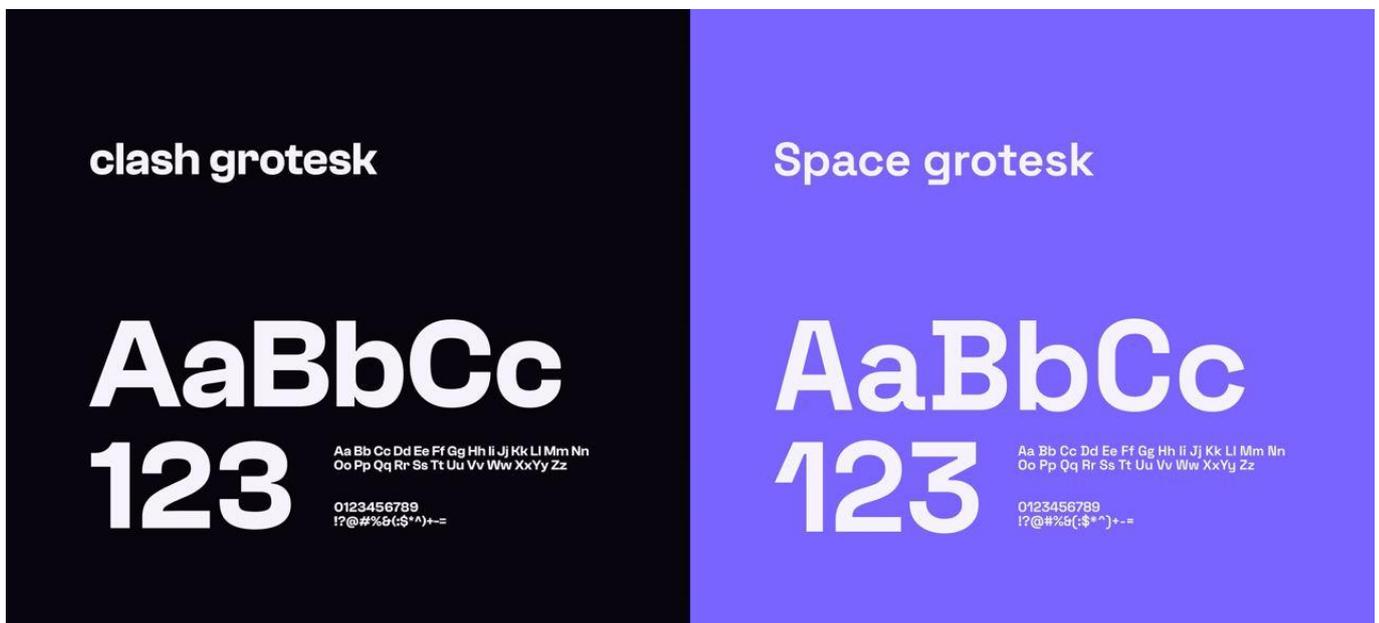


Рис. 2.2. Підібрана типографіка

Наступним для розробки елементом є логотип, який є фактично ідентифікатором бренду та його символом впізнаваності. Логотип може бути текстовим та мати за необхідності супроводжуючий логомарк, який може використовуватись незалежно від присутності назви компанії. Таким чином, логомарк є унікальним елементом для розпізнавання вашого власного бренду серед аудиторії, тому це є одним з найважливіших аспектів при розробці візуального стилю.

Безумовно у логотипі ми використовуємо брендові шрифти та кольори, а його концепція може передавати суть продукту, товару, настрої бізнесу або його ідею. Таким чином, логотип буде провідним символом у суспільстві та представляти компанію на всіх етапах комунікації з клієнтом.

Створюючи логотип компанії по розробці брендингу, було дотримано місію компанії – простота, легкість, привітливість. Використовуючи геометричні елементи ми кастомізували їх відповідно ідеї бренду, зробивши їх більш м'якими та легкими у зовнішньому вигляді, нижче представлено розроблений логотип.



Рис. 2.3. Логотип компанії по розробці брендингу

Одним з важливих етапів розробки візуального стилю є проектування унікальних графічних елементів. За їх рахунок підкріплюється ідентичність усіх складових, які працюють на впізнаваність та ефективний розвиток бренду на ринку. У такому разі, унікальність графічних елементів є ознакою якісного брендингу та однією з його ключових. Окрім логотипу такими елементами можуть стати геометричні фігури, які перероблені згідно з концепцією, власні зображення, різноманітна символіка та будь-які складові дизайну, які можуть бути стилізовані під дизайн сайту.

У випадку з компанією по розробці брендингу, яка виражає привітність, радість, яскравість, креативність та легкість водночас, було вирішено обрати унікальні елементи, які б передавали цей настрій. Найвдаліше рішення було застосувати Мемої від компанії Apple, які напряду показують весь спектр емоцій під час кожного етапу

користування сайтом або замовлення послуги. Таким чином ми візуалізуємо почуття клієнта на кожному кроці відвідування сайту та встановлюємо контакт на емоційному рівні. Дивлячись на вираз обличчя Мемої, клієнт на психологічному рівні може відчувати те ж саме, навіть не помітивши змін, хоча в цей час зв'язок між нами та користувачем вже встановлений. Візуальні приклади використання Мемої наведені на ілюстраціях нижче.



Рис. 2.4. Мемої на головній сторінці екрану

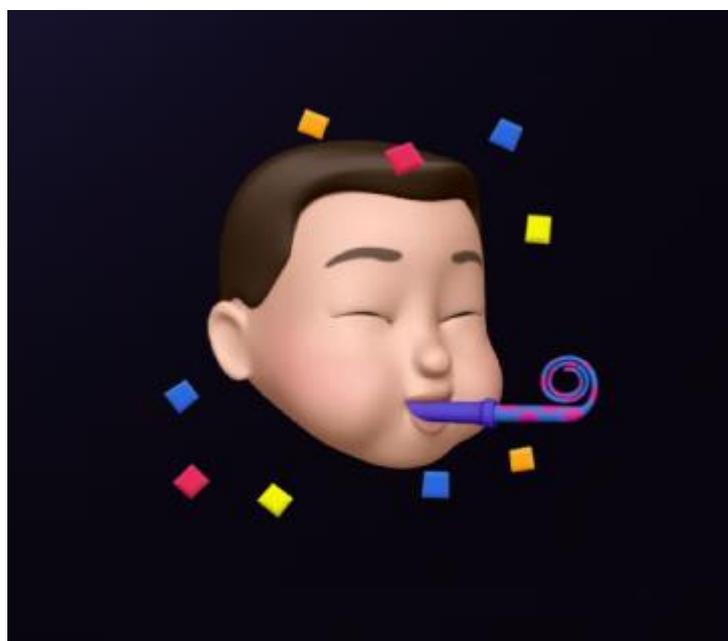


Рис. 2.5. Мемої при успішній оплаті

Кінцевим етапом нам потрібно розробити прототип інтерфейсу сайту, для того, щоб на основі нього втілити в реальність попередньо готовий візуальний стиль. Перш ніж додавати в дизайн кольори та графічні елементи, нам потрібен прототип, який допоможе сформуванати чітке уявлення про правильність розміщення блоків текстів, мультимедіа, навігаційних меню, а далі додавати на макет кольори та всі обрані складові дизайну.

Також такий прототип дозволяє перевірити зручність та функціональність сайту до моменту верстки, адже забезпечує візуальне бачення усіх етапів взаємодії з користувачем. Цей метод вивчення майбутнього досвіду клієнта допоможе уникнути додаткових правок та змін після верстки сайту.

Прототипування сайту має бути простим та без особливих зовнішніх аспектів, використовуватись лише як ескіз для організації усіх частин сайту, приклад наявного прототипу прикріплюється.



Рис. 2.6. Прототип головної сторінки web-сайту

Розглянувши важливість розробки єдиного та цілісного візуального стилю, який передає місію та ідею компанії з розробки брендингу, можна зрозуміти, що кожен елемент дизайну сайту відіграє свою важливу роль у створенні привабливого та ефективного web-сайту.

Врахування всіх цих етапів у процесі розробки візуального стилю допомагає створити унікальний, привабливий та естетичний web-сайт, який відповідає місії та цілям компанії. Це все сприяє позитивному сприйняттю сайту користувачами, підсилює впізнаваність бренду та викликає у клієнтів позитивні враження про компанію.

## **2.4. Висновки до розділу 2**

У даному розділі ми розглянули актуальність створення web-сайту компанії з розробки брендингу, а саме сучасні проблеми, які він вирішує. Такими проблемами є:

- стрімкий ріст стартапів, малих бізнесів та їх розвиток на ринку;
- нестаток компаній на ринку, послуги яких відповідали б ціні та якості;
- відсутнє спонсорвання та залучення інвестицій у новостворених компаній.

Перша проблема заключається у тому, що серед такої кількості конкурентів складно виділитись та зібрати свій сегмент ЦА, тому брендинг допомагає знайти свій стиль та стати більш впізнаваним брендом для стартапу, стати конкурентоспроможним на ринку. Наступну проблему ми виявили методом порівняння нашої компанії з конкурентом і зрозуміли, що вирішуємо її, застосовуючи свою перевагу у відповідності ціна = якість. Більшість команд та студій завищують ціну на послуги або надають не зовсім якісний сервіс з застарілим дизайном. Відсутнє спонсування переплітається з першою вказаною проблемою, адже це також є момент конкуренції за фінансування проекту. Отже, брендинг для компанії виділяє її з-поміж інших та дозволяє привернути увагу не тільки клієнтів, але й інвесторів, що

будуть бажати зробити вклад у бізнес, який буде мати власний стиль, що є ознакою сучасності та престижу.

Також ми розробили власний візуальний стиль для сайту нашої компанії, використавши елементи, що будуть передавати ідею компанії, її цінності у легкій та привітній комунікації з клієнтом та емоційну насиченість. Проектуючи дизайн, ми спирались на яскраві елементи та використовували позитивні мотиви, з ціллю залучи користувачів своєю комунікабельністю та креативністю.

Окрім цього ми розглянули основний функціонал, який повинен мати web-сайт з розробки брендингу. Визначивши його переваги, ми запевнились у важливості кожної функції, що буде доступна користувачам. Звичайно, що усі вони будуть сприяти легкому користуванню сайту та зручності відвідування і досягання поставлених цілей.

## РОЗДІЛ 3

### ОГЛЯД ТА РЕЗУЛЬТАТ ПРОЕКТУВАННЯ WEB-САЙТУ

Третій розділ присвячений детальному огляду технології у розробці функціональної частини сайту, попередньо створивши мапу web-сайту. Використавши всі знання з попередніх розділів, представимо реалізований web-сайт та його можливості.

#### 3.1. Мапа web-сайту

*Мапа web-сайту* – це структура та організація усі web-сторінок сайту, що забезпечують повне відображення усіх елементів web-сайту.

Зазвичай мапа складається для сайтів з великою кількістю сторінок, але для перегляду зручності навігації користувача, ми також можемо створити структурну схему нашого web-сайту.

Першим кроком у створенні мапи web-сайту є ідентифікація основних розділів, які включатимуться в структуру. Ці розділи повинні відображати ключові аспекти діяльності компанії та головні категорії контенту, які будуть доступні користувачам. Наприклад розділи «Хто ми?», «Портфоліо», «Ціни» тощо, зазвичай їх поділяють за змістом інформаційного наповнення та ієрархія розташування залежить від їх важливості для користувача.

				<b>НАУ 23 32 57 000 ПЗ</b>			
<i>Виконав</i>	<i>Кремінський Д.В.</i>			ОГЛЯД ТА РЕЗУЛЬТАТ ПРОЕКТУВАННЯ WEB- САЙТУ	<i>Літера</i>	<i>аркуш</i>	<i>аркушів</i>
<i>Керівник</i>	<i>Єгоров С.В.</i>					41	16
<i>Консульт.</i>					УС-412Б 122		
<i>Норм. конт.</i>	<i>Шевченко О.П.</i>						

Розділи, які містить web-сайт компанії з розробки брендингу:

- Про нас;
- Роботи;
- Прайс;
- Відгуки;
- Контакти;
- Реєстрація та оформлення замовлення.

Наступним кроком є визначення підрозділів або підкатегорій в межах кожного основного розділу. Це допомагає організувати контент на сайті та розмістити правильну, чітку інформацію відповідно до кожного розділу. Наприклад у нашому випадку розділ «Про нас» включає в себе короткий опис про компанію, окрім цього, основні етапи створення брендингу, мінімальну ціну та терміни послуги і наші переваги.

Деякі з головних розділів можуть бути складовими головної сторінки, а інші, більш важливі та наповнення, виноситись на окрему сторінку, що покращує пошук потрібної інформації для користувача.

Загальна структура web-сайту компанії з розробки брендингу містить у собі головну сторінку, яка розділена за розділами, що знаходиться на одній сторінці, а також сторінку для заповнення реєстраційної форми, яка містить у собі декілька етапів, зображених на кожній окремій сторінці, включаючи заповнення брифу, оплати, сповіщення про успішність оплати тощо.

Візуальне представлення мапи web-сайту представлена у графічному вигляді, яка відображає ієрархію сторінок та їх складових.



Рис. 3.1. Мапа web-сайту для компанії з розробки брендингу

### 3.2. Застосовані технології та етапи у розробці web-сайту

Розглядаючи етапи створення web-сайту у першому розділі, ми визначили найголовніші та деякі з них застосували у своєму проекті для початкової його реалізації.

Ми проаналізували важливість існування такої компанії з розробки брендингу, зрозуміли, які проблеми вона має вирішувати, а потім визначили головну ідею компанії, її мету та завдяки цьому отримали розуміння щодо функціоналу та візуального стилю web-сайту.

Маючи прототип та визначивши основні технології для верстки сайту (HTML, CSS, JS) ми розробили його візуальну частину та деякі динамічні можливості взаємодії з клієнтом.

У верстці ми використали також додатковий препроцесор SCSS.

SCSS (Sassy CSS) є розширеним синтаксисом для CSS, який додає багато корисних функцій та можливостей до звичайного CSS. Він є одним з найпопулярніших препроцесорів CSS і часто використовується в розробці web-сайтів і додатків.

SCSS має розширені можливості у створенні стилів ніж CSS. Він дозволяє використання змінних для збереження значень елементів стилю, таким чином

полегшуючи їх зміну за потребою. Також є функція вкладених селекторів для організації стилів та спрощення зрозумілості коду. Наступною можливістю є міксіни, які дозволяють створювати вже використовувані блоки стилів, таким чином можна визначити потрібний міксін з заданим стилем та використовувати його повторно у необхідному місці, що значно впливає на відсутність дублювання коду і спрощує заміну значень стилів. Окрім цього, SCSS дозволяє розділити стилі на окремі файли та імпортувати їх в один основний файл, що спрощує їх керування.

Переваги SCSS заключаються в тому, що він сприяє зручній організації коду, групує стилі в модулі і спрощує управління ними та їх редагування. Дозволяє повторно використовувати задані стилі, що економить час та підвищує ефективність верстки. Звичайно, ще однією перевагою SCSS є легке керування змінними і їх швидка заміна у разі необхідності.

Для додавання більшості функцій web-сайту, що забезпечує його пряму взаємодію з клієнтами під час оформлення замовлення та зручне користування, ми використали скриптову мову програмування PHP.

PHP - скриптова мова програмування, яка використовується для розробки додатків та web-сайтів. Наразі вона є однією з лідерів серед мов програмування, які застосовуються для написання динамічних web-сторінок. Це мова програмування з відкритим вихідним кодом і може бути впроваджена в HTML код.

За допомогою PHP відбувається актуальне оновлення інформації на сайті, адже ця мова виконує сценарії на стороні сервера, що запускається у відповідь на запит від web-браузера користувача. Також PHP значно пришвидшує час та підвищує ефективність програмування, не впливаючи на якість web-сайту.

Переваги PHP:

- Гнучкість налаштування, сумісність з усіма найпопулярнішими операційними системами;
- Зрозумілий та чіткий синтаксис;
- Масштабованість, яка дозволяє web-ресурсам на PHP витримувати високий показник трафіку.

За допомогою застосування PHP ми реалізували функції переведення даних з web-сайту компанії з розробки брендингу у CRM систему. При заповненні контактної форми та брифу, під час реєстрації, дані користувача надходять до підключеної бази даних, що обробляє їх.

### 3.3. Огляд реалізованого web-сайту

Виконавши усі попередні етапи розробки, ми отримали результат web-сайту компанії з розробки брендингу, що забезпечує можливість потенційних клієнтів оформити замовлення на послугу брендингу у компанії через наш сайт.

На початку відвідування сайту ми бачимо головну сторінку, яка містить наверху навігаційне меню по розділам сторінки, логотип, а також можливість зареєструватись на сайті та оформити замовлення, через натискання відповідних кнопок.

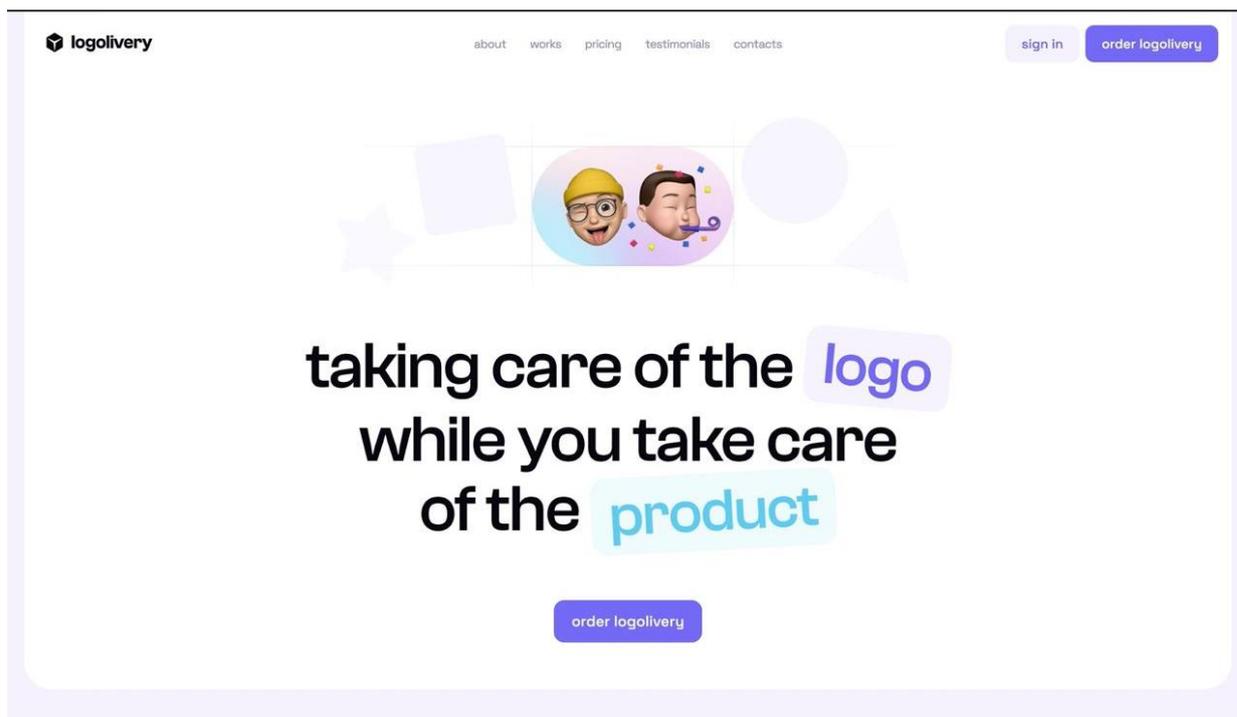


Рис.3.2. Головна сторінка web-сайту

Наступним розділом головної сторінки є відображення інформації про компанію та команду, перейшовши до нього ми можемо побачити інформацію про

наші переваги, мінімальну ціну замовлення, терміни виконання послуги, етапи роботи та звичайно, що короткий опис про нашу команду та послугу.

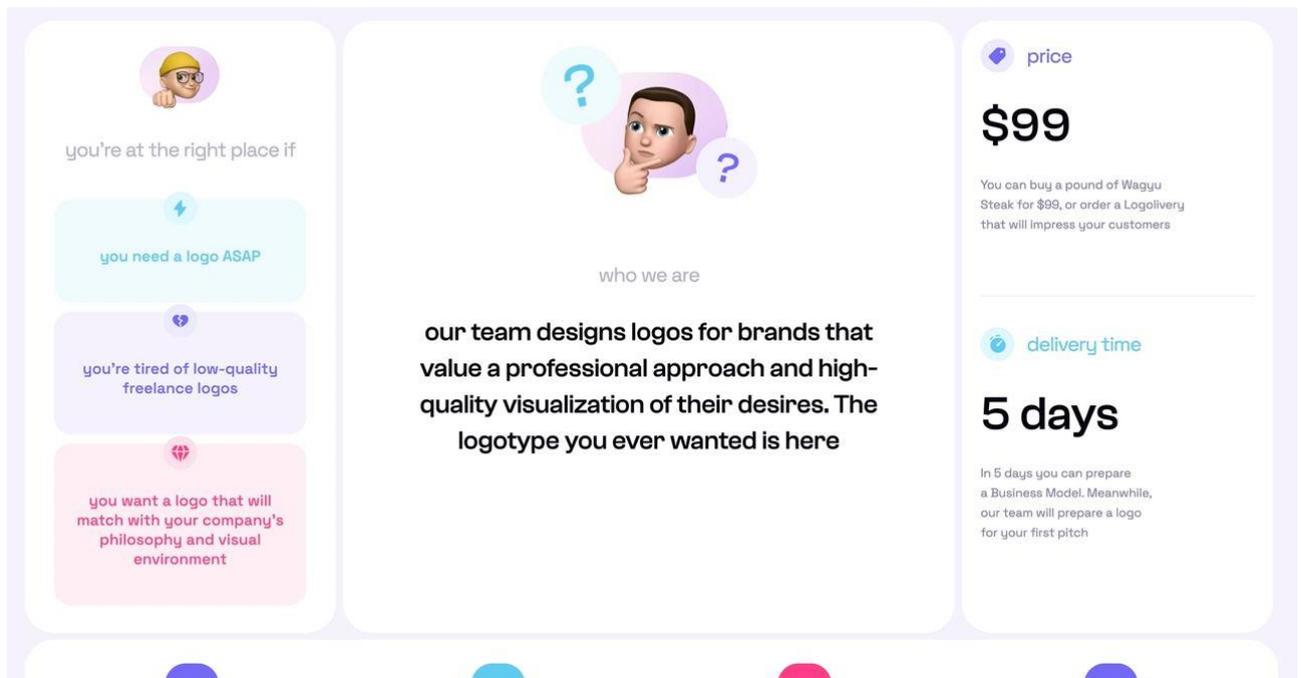


Рис. 3.3. Розділ про компанію на головній сторінці



Рис. 3.4. Зображені етапи роботи послуги

Окремим, важливим розділом для клієнта, є розміщене портфолію на сайті, що надає зручність перегляду вже виконаних робіт командою. Окрім цього, внизу портфолію знаходиться відповідне посилання на зовнішній ресурс, з більшою кількістю робіт компанії, який клієнт може відвідати по бажанню.

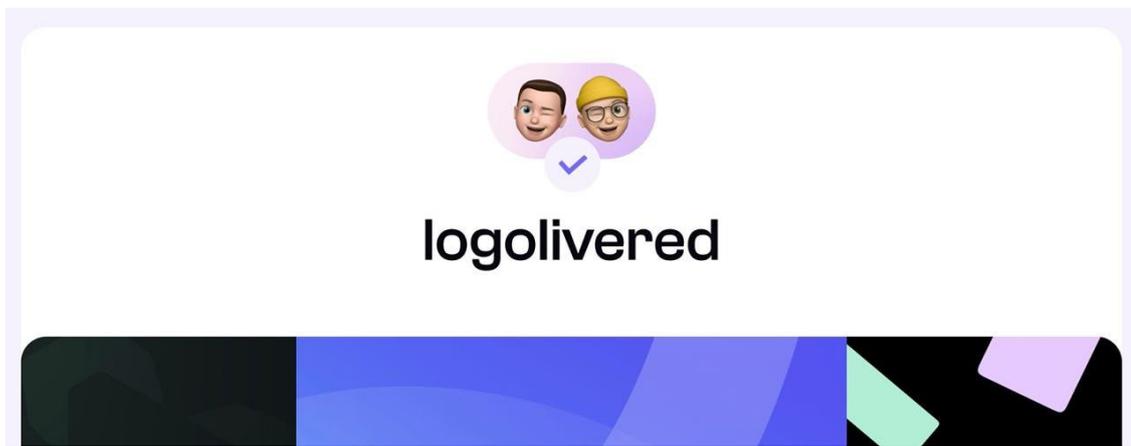


Рис. 3.5. Заголовок до портфолію

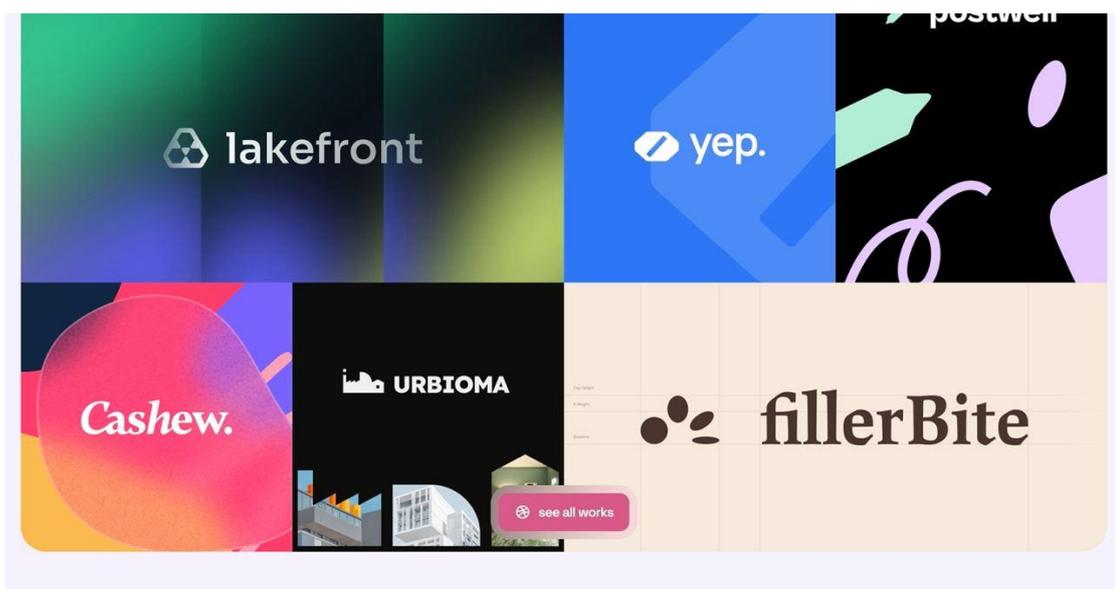


Рис. 3.6. Зображене портфолію та посилання

Після цього ми переходимо до розділу з тарифами та можемо побачити усі складові кожного з пакетів:

- Ціну;
- Термін виконання;
- Кількість правок;
- Кількість концептів логотипів;
- Включені додаткові матеріали.

Окрім цього, є посилання на оформлення замовлення (заповнення форми) для кожного пакету, перейти можна за відповідними кнопками.

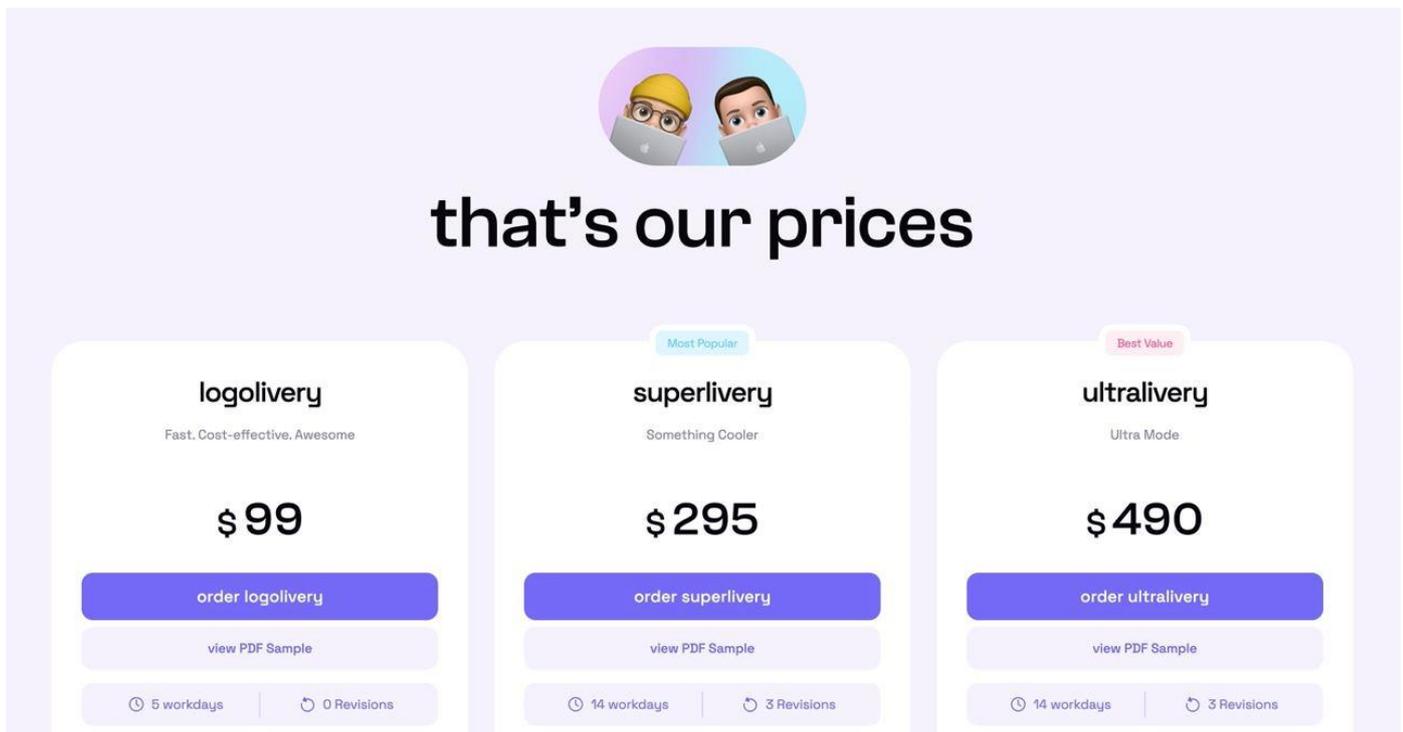


Рис. 3.7. Початок відображення тарифних пакетів

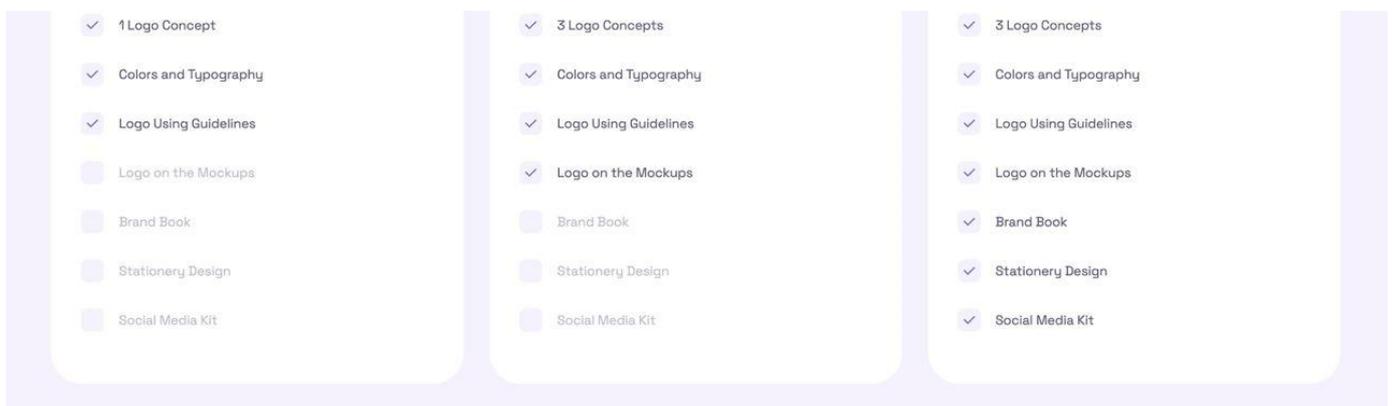


Рис. 3.8. Продовження опису тарифних пакетів

Далі ми переходимо по сторінці нижче і можемо побачити відгуки клієнтів, які були залишені на зовнішніх ресурсах, де представлена компанія, вони вказані на фотографіях клієнтів. Вони легко переглядаються, адже оформлені у вигляді слайдеру, перегляд відбувається при натисканні на стрілки.

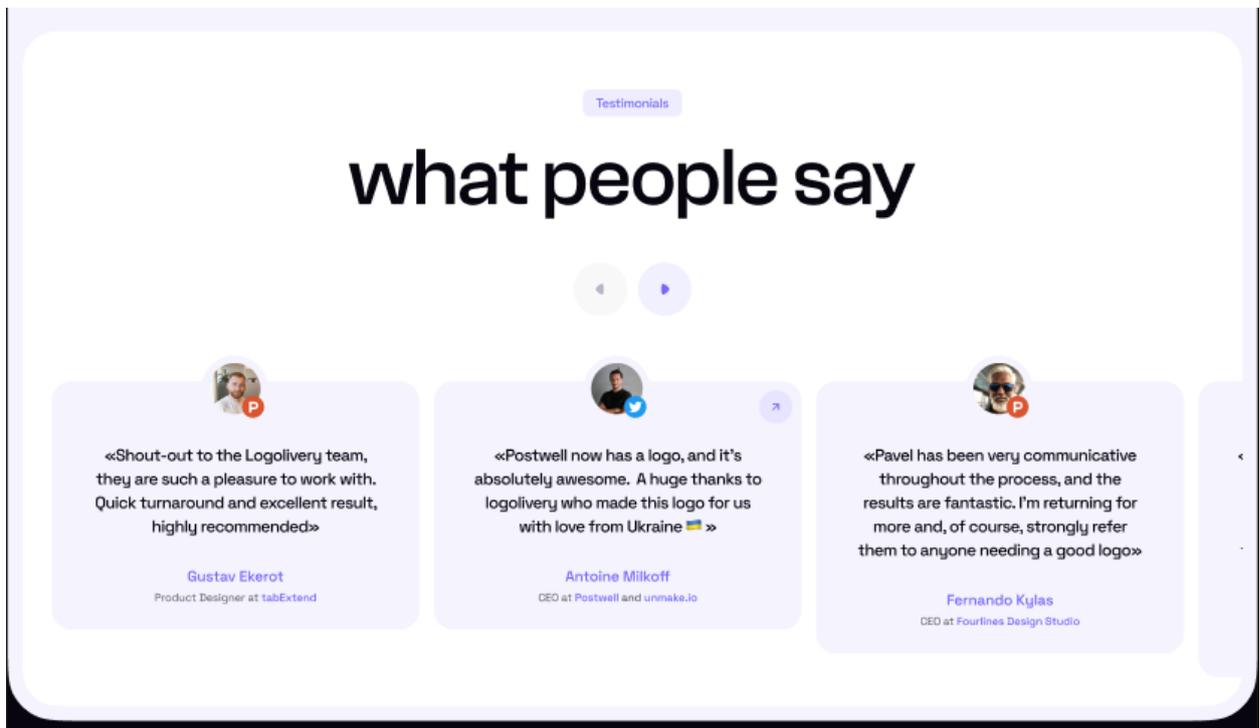


Рис. 3.9. Слайдер відгуків компанії

Перейшовши до кінця сторінки, бачимо розділ з контактами компанії. На ньому розміщені посилання на усі соціальні мережі, які використовує компанія для зовнішньої взаємодії з клієнтами та аудиторією.

Окрім цього, надані посилання для заявки про необхідність допомоги, при її натисканні, а також при натисканні посилання під назвою «Найми мене», ми перейдемо до можливості написання листа на пошту компанії для пропозицій співпраці від відвідувачів сайту компанії, які є дизайнерами.

Наймасивнішим об'єктом на цьому етапі є посилання на заповнення форми, що перенаправляє нас на форму для оформлення замовлення, перед якою користувач повинен також обрати бажаний тариф для замовлення послуги.

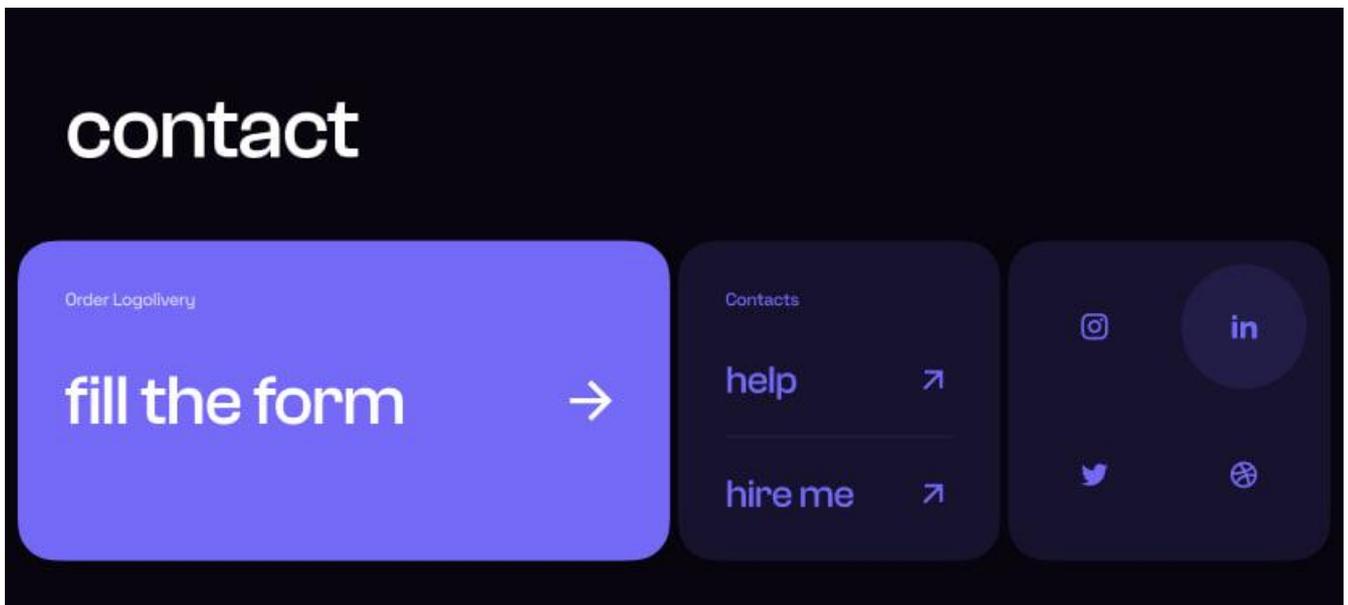


Рис. 3.10. Кінець сторінки з посиланнями

Усі етапи оформлення замовлення пов'язані між собою. Спочатку йде заповнення особистої інформації про клієнта, яка буде використана для автоматично реєстрації на сайті, наступними йдуть дані про рахунок компанії, які будуть використані для документації та подальшої оплати, а перед оплатою послуги клієнт заповнює бриф.

Заповнення форми для оформлення замовлення необхідне для початку покупки послуги. Спершу користувач повинен перейти за посиланням на головній сторінці і таким чином він відразу відкриє сторінку з вибором тарифів на різні пакети послуг. З-поміж тарифів клієнт може обрати найбільш підходящий для нього, спираючись на власні побажання та фінансові можливості, вся інформація щодо пакетів вказана відразу на цьому етапі для зручності користувача. Також іноді користувачі можуть вводити промокод для отримання знижки на замовлення, у разі його наявності.

На цьому етапі, клієнт також може додати в умовну корзину додаткові можливості послуги, наприклад збільшити кількість внесення правок, концептів логотипів, обрати розробку медіакита тощо.

Ціна тарифного пакету та додаткових можливостей сумуються та виводяться на екрані відразу автоматично.

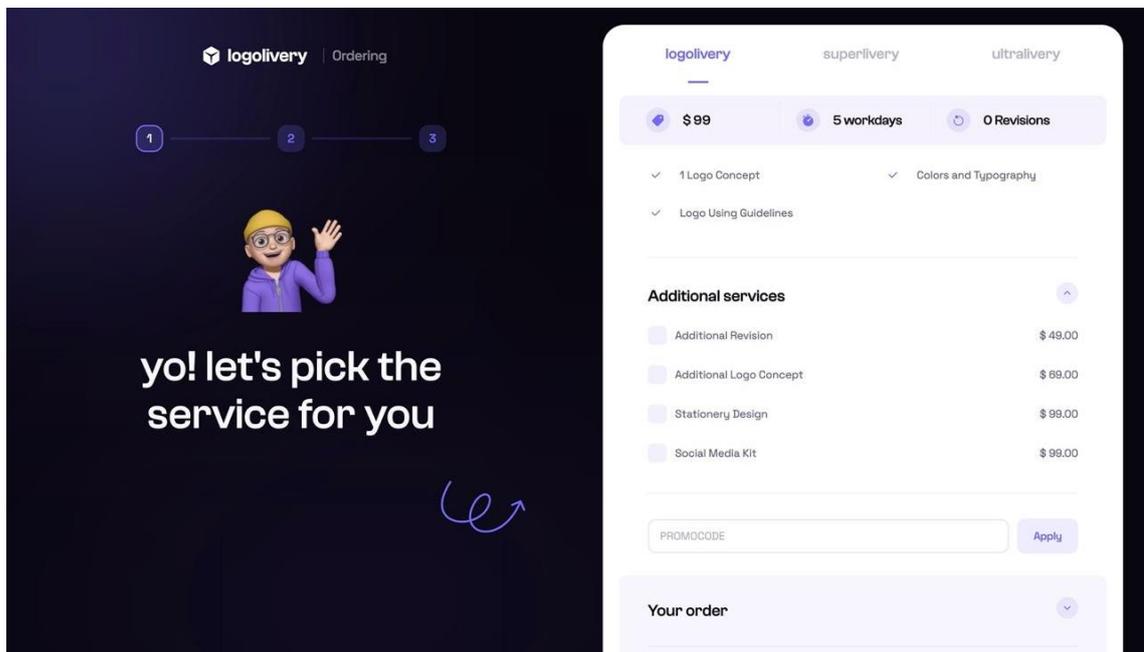


Рис. 3.11. Етап початку оформлення замовлення

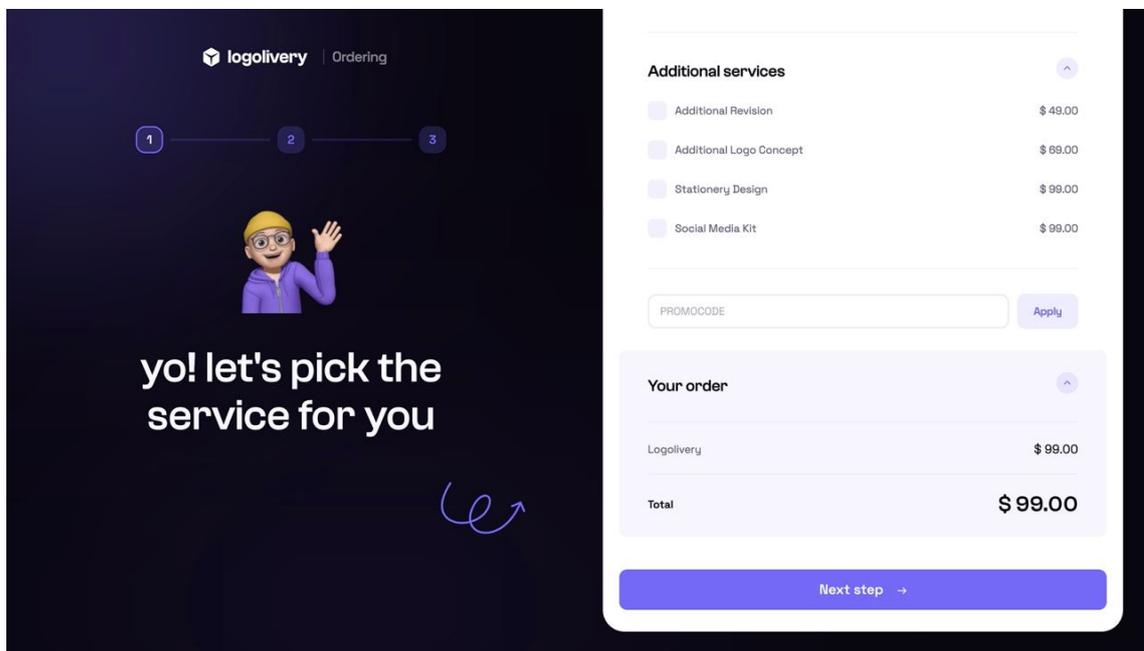


Рис. 3.12. Підсумок замовлення

Під час оформлення замовлення та заповнення форм, клієнту відображає порядковий номер етапу, на якому він знаходиться.

Після того, як клієнт обрав тариф, відкривається форма, у якій є поля для його особистих даних. Після внесення всієї необхідної інформації автоматично відкривається сторінка з оплатою.

Необхідні дані від замовника:

- Прізвище та ім'я;
- Назва бізнесу;
- Електронна пошта;
- Номер телефону.

Окрім цього форма потребує юридичних даних про компанію:

- Адреса;
- Країна;
- Штат/Регіон;
- Місто;
- Поштовий індекс.

У кінці форми зображена загальна сума замовлення, оплата якої буде здійснення пізніше та прапорець для погодження з умовами компанії та політикою конфіденційності.

logolivery | Ordering

1 2 3

now, let's get to know each other

Fill out this form so we know your name and let us start our work.

### Contact Information

First Name \* Tom

Last Name \* Doe

Email \* contact@gmail.com

WhatsApp Number \* +1234 56 78 90

### Billing Address

Company Name (For Receipt) Company Name

Address \* Address

Country \* Country

State / Province \*

Рис. 3.13 Контактна форма при оформленні замовлення

Поля форми оптимізовані для виявлення некоректних відповідей та є обов'язковими. Дані про користувачів зберігаються у CRM системі.

Така форма для оформлення замовлення є найзручнішим інструментом для внесення даних користувачем та підвищує ефективність і швидкість їх отримання.

Наступним етапом є заповнення брифу у вигляді форми для замовника.

*Бриф* – список питань від виконувача, що потребує дані від замовника про його вимоги та побажання у роботі, загальної інформації про роботу тощо, відповіді брифу полегшують процеси та етапи співпраці та є способом уникнення непорозумінь та правок.

Загалом усі процеси досить схожі до форми з контактними даними, але потребують іншої інформації, такої як:

- Назва бізнесу;
- Опис діяльності компанії;
- Посилання на web-сайт та брендбук;
- Посилання на конкурентів;
- Опис цільової аудиторії;
- Посилання на логотипи, які подобаються;
- Побажання щодо послуги.

Не всі поля у цій формі є обов'язковими та деякі з них мають містити у відповіді посилання. Дані з брифу аналогічно відправляються до CRM системи.

Одним з найважливіших етапів оформлення замовлення на сайті компанії є здійснення оплати користувачем.

Після заповнення форм з контактними даними замовника та брифу, клієнт переходить до етапу оплати послуги. На екрані з'являється посилання, через яке клієнт переходить, щоб скористуватись системою переказу коштів на рахунок компанії та, повернувшись назад до web-сайту, отримує сповіщення про успішну або не успішну оплату замовлення.

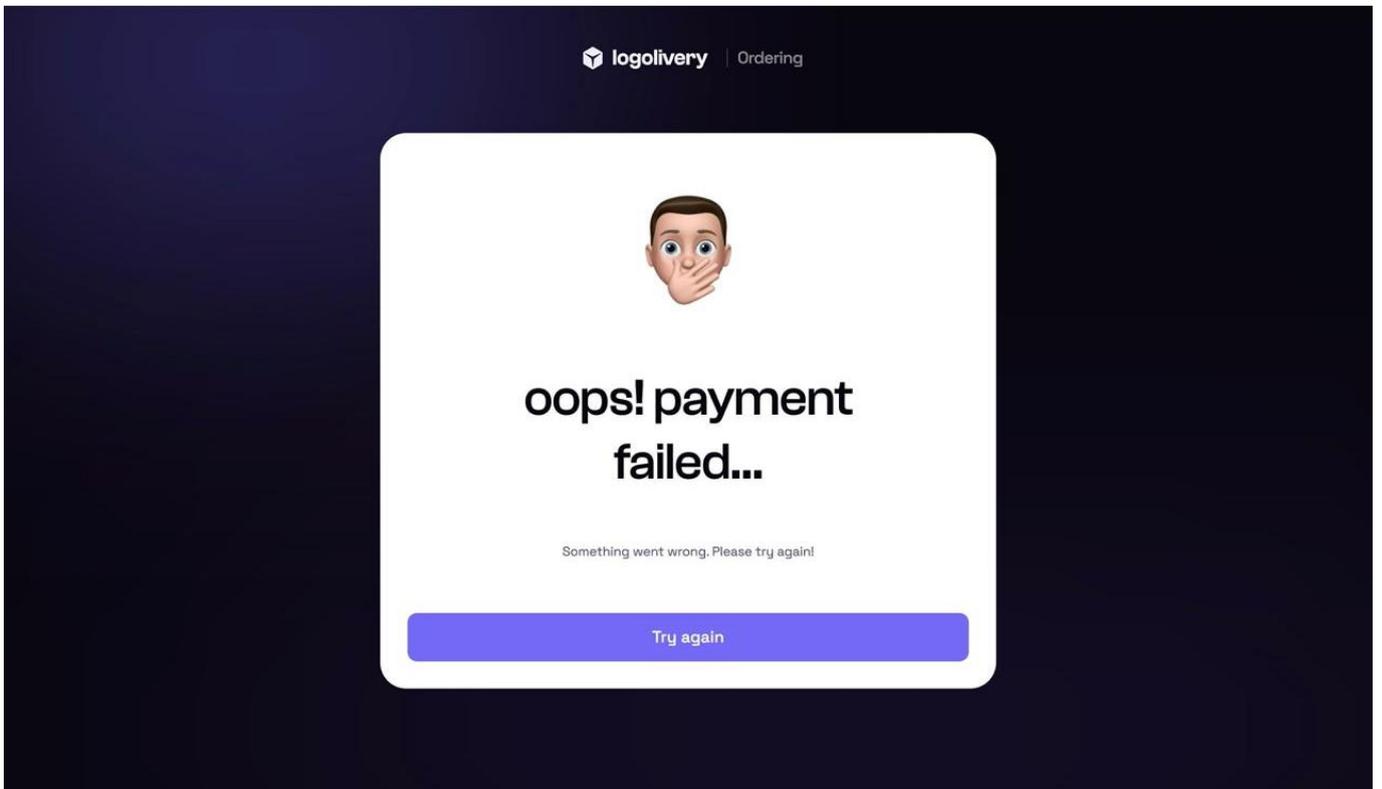


Рис. 3.14. Сповіщення про провалену оплату

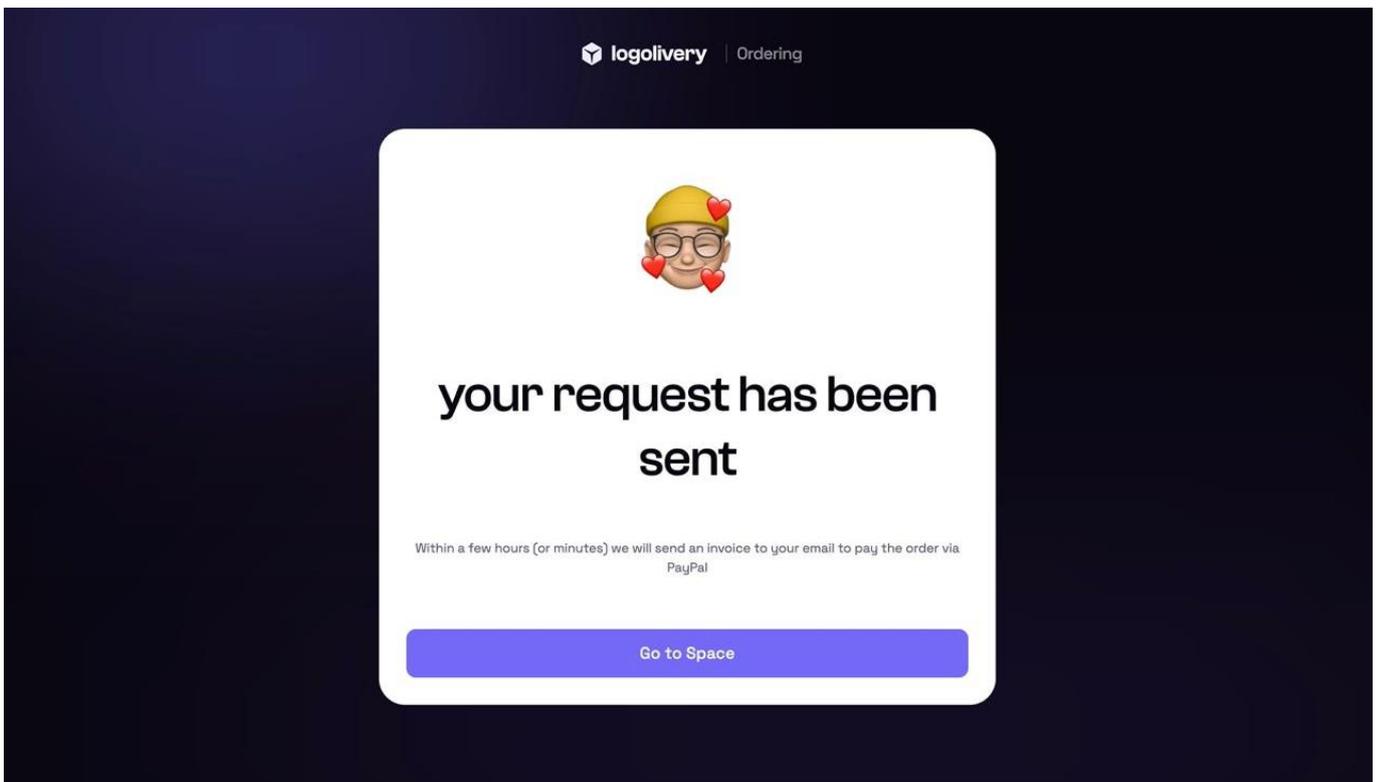


Рис. 3.15 Сповіщення про успішну оплату

При сповіщенні з'являються посилання про повторну оплату або поверненню до сайту відповідно.

Отримавши позитивний відгук про оплату, компанія отримує запит на замовлення та приступає до виконання роботи

### **3.4. Висновки до розділу 3**

Посилаючись на назву розділу, ми оглянули результати проектування web-сайту, а окрім цього писали створили мапу сайту та описали додаткові технології його розробки, окрім основних для верстки.

Перш за все, ми провели детальний аналіз створеної мапи сайту, яка представлена у графічному вигляді. Ця мапа сайту відображає ієрархію сторінок та їх складових, що допомагає зрозуміти структуру та навігацію сайту.

Спроектувавши мапу, ми відтворили послідовність відтворення сторінок web-сайту та перевірили їх зручність для клієнта, адже змогли візуально уявити їх. Мапа допомагає організувати наповнення на сайті та розподілити потрібну інформацію відповідно до кожного розділу.

Наступним етапом ми розглянули та обґрунтували використання технологій для зручності верстки та повноцінної діяльності сайту.

Для полегшення процесу відображення зовнішнього вигляду ми використали препроцесор CSS – SCSS, що є сучасним синтаксисом наближеним до CSS, але більш функціональним та зручним. Його можливості дозволяють полегшити верстку сайту та задавати стилізацію, адже вони дають змогу зберігати змінні значень, використовувати їх повторно без дублювання коду, що значно впливає на ефективність розробки.

Технологією надання функціональних можливостей сайту є PHP, мова скриптів, яка має свої особливі переваги та зараз є однією з найпопулярніших для дієвого програмування web-застосунків. Головні плюси мови це гнучкість налаштування, сумісність з багатьма операційними системами, простий синтаксис, масштабованість тощо.

За допомогою PHP ми забезпечили передачу даних клієнтів до CRM системи, що є своєю базою даних для компанії.

Звичайно, що наприкінці розділу ми оглянули повну реалізацію web-сайту, перевірили його функціональні можливості та змогли показати їх відтворення. Окрім того, запевнились в правильності його роботи та надання клієнту можливості досягнути поставленої мети у відвідуванні web-сайту.

## ВИСНОВКИ

При розробці web-сайту компанії з розробки брендингу було виконано значну частину роботи, вивчено відповідний матеріал та використано основні технології верстки та програмування сайту.

Нами було визначено термін web-сайту, а саме це група поєднаних за змістом web-сторінок, які існують під одним доменним ім'ям.

Окрім цього ми розглянули декілька існуючих етапів створення web-сайту, який забезпечить результативність та задовольнить потреби споживачів. Ці етапи є важливими для розробки web-сайту, адже кожен з них має свою окрему функцію та вплив на кінцевий результат.

Такими етапами є:

- Постановка задачі для web-сайту;
- Складання ТЗ для проектування;
- Розробка дизайн концепції;
- Верстка web-сайту;
- Етап програмування;
- Тестування (яке також складається з кількох кроків);
- Налаштування SEO (оптимізація сайту);
- Корегування правок.

При виконанні всіх етапів розробки web-сайту ми маємо досягти високого рівня юзабіліті, тобто показника зручності взаємодії користувача і web-ресурсу. Оцінити рівень юзабіліті можна за деякими основними показниками, такими як:

- Ефективність (наскільки сайт є ефективним для користувача);
- Простий інтерфейс та навігація;
- Запам'ятовуваність;
- Задоволеність користувача;
- Корисність;
- Відсутність технічних помилок.

До того ж, було розглянуто основні технології створення web-сайтів, а саме HTML, CSS та JavaScript.

HTML є мовою розмітки та організовує розташування текстового та мультимедійного змісту на web-сторінках. HTML документ є основою сайту та надає сайту попередньо статичного вигляду. HTML досить просто оволодіти, це є значною перевагою, але для того, щоб створити сайт за сучасними зразками, який буде виконувати усі цілі користувача та буде мати естетичний вигляд, лише HTML недостатньо. Для досягнення цих цілей використовуються технології CSS та JavaScript.

CSS допомагає у створенні стилів для елементів HTML, що надає їм привабливого зовнішнього вигляду та відтворює візуальний стиль. Структура кодування CSS складається з селекторів, які стосуються певного елемента мови розмітки та таким чином інструкція зовнішнього вигляду у селекторі буде відповідати, визначеному у назві селектора, певному HTML елементу.

JavaScript у розробці web-сайтів використовується разом з HTML та CSS. Завдяки JavaScript відбувається реалізація активної сторони на web-ресурсі, тобто покращення взаємодії користувача з сайтом, анімація графічних елементів або фону, рухливих сповіщень, випадаючі меню тощо. JavaScript робить web-сайт динамічним та надає можливість користувачам взаємодіяти з елементами на сторінках.

Ми визначили, що у поєднанні цих технологій при розробці сайту можна створити сучасний, динамічний та візуально приємний сайт, з зручним інтерфейсом та високою ефективністю, що є дуже важливим для відвідувачів.

Також було проведено аналіз важливості дизайну для web-сайту компанії з розробки брендингу. Привабливий візуальний стиль є ознакою надійності для клієнтів, привертає їх увагу своїм приємним виглядом, а для компанії з розробки брендингу дизайн сайту також є відображенням навичок та досвідченості спеціалістів, які працюють в компанії. Візуальна частина дійсно впливає на сприйняття web-сайту та вибір потенційних клієнтів, а таким чином і на економічну сторону бізнесу.

Перед розробкою web-сайту ми розглянули актуальність теми web-сайту компанії з розробки брендингу, а саме сучасні проблеми, які він вирішує. Такими проблемами є:

- стрімкий ріст стартапів, малих бізнесів та їх розвиток на ринку;
- нестаток компаній на ринку, послуги яких відповідали б ціні та якості;
- відсутнє спонсорвання та залучення інвестицій у новостворених компаній.

Перша проблема базується на тому, що компанії не можуть зрости та виділитись з-поміж конкурентів через їх кількість та спільні ознаки у всіх, тому їх ЦА не може свідомо обрати їх, адже всі здаються досить однаковими. Саме брендинг допомагає знайти свій стиль та стати більш впізнаваним брендом для стартапу, а також вирости економічно і стати конкурентоспроможним на ринку.

Наступна проблема виявлена методом порівняння компанії з її конкурентом, тож у висновку аналізу ми зрозуміли, що вирішуємо її, застосовуючи свою перевагу у відповідності ціни і якості. Багато з платформ та студій занадто піднімають ціни на послуги брендингу або надають не зовсім якісний сервіс з застарілим дизайном, якщо ціна низька.

Останньою проблемою є відсутнє спонсорування у стартапів, та вона переплітається з першою, адже це також є момент конкуренції за фінансування проекту. Брендинг вирішує її також, виділяючи компанію з-поміж інших конкурентів та дозволяє отримати перевагу при залученні інвесторів, які будуть бажати вкластись у бізнес, який буде мати власний стиль, що є ознакою сучасності та престижності.

Виходячи з результатів важливості дизайну, ми також розробили власний візуальний стиль для сайту нашої компанії, використавши елементи, що будуть передавати філософію компанії, її цінності у простій та привітній формі, як і бажана комунікація з клієнтом, та емоційну насиченість. При розробці свого стилю, ми відштовхувались від яскравих елементів та використовували акценти на radoшах, щоб клієнти чітко розуміли нашу місію та ідею, сприймаючи нашу яскравість, як прояв творчості та привітливості до користувача.

До того ж ми розглянули основний функціонал, який повинен мати web-сайт з розробки брендингу. А саме:

- Контактна форма для оформлення замовлення;
- Оплата послуг;
- Реєстрація та авторизація;
- Навігаційне меню;
- Посилання на зовнішнє портфоліо та соціальні мережі;
- Перегляд відгуків.

Усі вони будуть полегшувати користування сайтом та зручність відвідування і досягання поставлених цілей.

Наступним, ми створили мапу сайту, провели детальний аналіз створеної мапи сайту, яка представлена у графічному вигляді. Ця карта сайту відображає послідовність сторінок та їх розділів, що допомагає зрозуміти структуру сайту та його навігацію.

За допомогою проектування мапи, ми відтворили послідовність сторінок на web-сайті та впевнились у їх зручності для клієнта через візуалізацію. Мапа допомагла організувати та розподілити потрібну інформацію відповідно до кожного розділу.

Далі ми зробили огляд та обґрунтували вибір використаних технологій для зручної верстки та повноцінної діяльності сайту.

Для того, щоб спростити процес розробки зовнішнього вигляду сайту ми використали CSS препроцесор, а саме SCSS. Він є сучаснішим, більш функціональним та зручним, а його синтаксис абсолютно наближений до CSS синтаксису. Можливості SCSS дають змогу полегшити верстку сайту та стилізацію зовнішнього вигляду сайту, адже вони дають змогу:

- Зберігати змінні значень;
- Використовувати їх повторно без дублювання коду.

Окремою технологією для програмування функціональних можливостей сайту є PHP. Це мова скриптів, що є однією з найпопулярніших для розробки web-застосунків завдяки своїм перевагам.

Головні плюси PHP:

- Гнучкість налаштування;
- Сумісність з багатьма операційними системами;
- Простий синтаксис;
- Масштабованість.

Завдяки використанню PHP, ми дали змогу передавати даних клієнтів до CRM системи, що є своєрідною базою даних для компанії.

При завершенні усіх теоретичних та практичних складових розробки web-сайту, ми нарешті оглянули його повну реалізацію, протестували його функціональні можливості та показали їх роботу. До того ж, запевнились в його працездатності та надання клієнту можливості досягнути поставленої мети у відвідуванні web-сайту.

Виконавши значний об'єм роботи, ми досягнули поставленого результату та розробили web-сайт компанії з розробки брендингу.

## СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шеремет В. В. Веб-сайт як ефективний інструмент цифрового маркетингу для онлайн-бізнесу : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 075 - маркетинг / наук. кер. А. С. Росохата. Суми : Сумський державний університет, 2021. 60 с.
2. Techopedia. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.techopedia.com/definition/5411/website> (date of access: 25.05.2023). – Title from the screen.
3. Етапи створення сайту | 9 етапів від ідеї до запуску | Блог WEBCASE. Webcase. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://webcase.com.ua/uk/blog/iz-chego-sostoit-razrobotka-sajta/> (дата звернення: 25.05.2023). – Назва з екрану.
4. Юзабіліті сайту: основні принципи, критерії та правила - WebTune. Webtune. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://webtune.com.ua/statti/web-rozrobka/yuzabiliti-sajtu/> (дата звернення: 26.05.2023). – Назва екрану.
5. Learn Web Development Basics – HTML, CSS, and JavaScript Explained for Beginners. freeCodeCamp.org. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.freecodecamp.org/news/html-css-and-javascript-explained-for-beginners/> (date of access: 27.05.2023). – Title from the screen.
6. Meloni C. J. HTML, CSS, and JavaScript All in One, Sams Teach Yourself / Meloni C. J., Kyrnin J. – 3rd ed. Sams Publishing, 2018. – p. 800.
7. Robbins J. N. Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics. / Robbins J. N. – O'Reilly Media, Inc., 2012. – p. 624.
8. Coding for Web Design 101: How HTML, CSS, and JavaScript Work. HubSpot Blog | Marketing, Sales, Agency, and Customer Success Content. [Electronic resource]. Access mode: <https://blog.hubspot.com/marketing/web-design-html-css-javascript> (date of access: 27.05.2023). – Title from the screen.

9. HTML Attributes. W3Schools Online Web Tutorials. [Electronic resource]. Access mode: [https://www.w3schools.com/html/html\\_attributes.asp](https://www.w3schools.com/html/html_attributes.asp) (date of access: 29.05.2023). – Title from the screen.
10. McGrath M. HTML, CSS and JavaScript in Easy Steps. / McGrath M. – In Easy Steps Limited, 2020. – p. 480.
11. What Is JavaScript? A Basic Introduction to JS for Beginners. Hostinger Tutorials. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.hostinger.com/tutorials/what-is-javascript> (date of access: 31.05.2023). – Title from the screen.
12. Десята міжнародна науково-технічна конференція НТУ «ХПІ», 11–13 листоп. 2021 р., Харків / Харків : НТУ «ХПІ», 2021.
13. Бренд і брендинг: що це та із чого складається - Bazilik Media. Bazilik Media. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bazilik.media/brend-i-brendynh-shcho-tse-ta-iz-choho-skladaietsia/> (дата звернення: 01.06.2023). – Назва з екрану.
14. ARCHITECTURE, CONSTRUCTION AND DESIGN : Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference «Scientific Paradigm in the Context of Technologies and Society Development», 16–18.05.2023 р., Geneva. [Electronic resource]. Access mode: <https://archive.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/3383> (date of access: 02.06.2023). – Title from the screen.
15. How Many New Businesses Are Started Each Year? (2023 Data). Commerce Institute. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.commerceinstitute.com/new-businesses-started-every-year/> (date of access: 01.06.2023). – Title from the screen.
16. How Many Startups are Created Each Year? (Worldwide Stats). EarthWeb. [Electronic resource]. Access mode: <https://earthweb.com/how-many-startups-are-created-each-year/> (date of access: 02.06.2023). – Title from the screen.

## ДОДАТКИ

Додаток А

### Статистика аналізу створення бізнесів

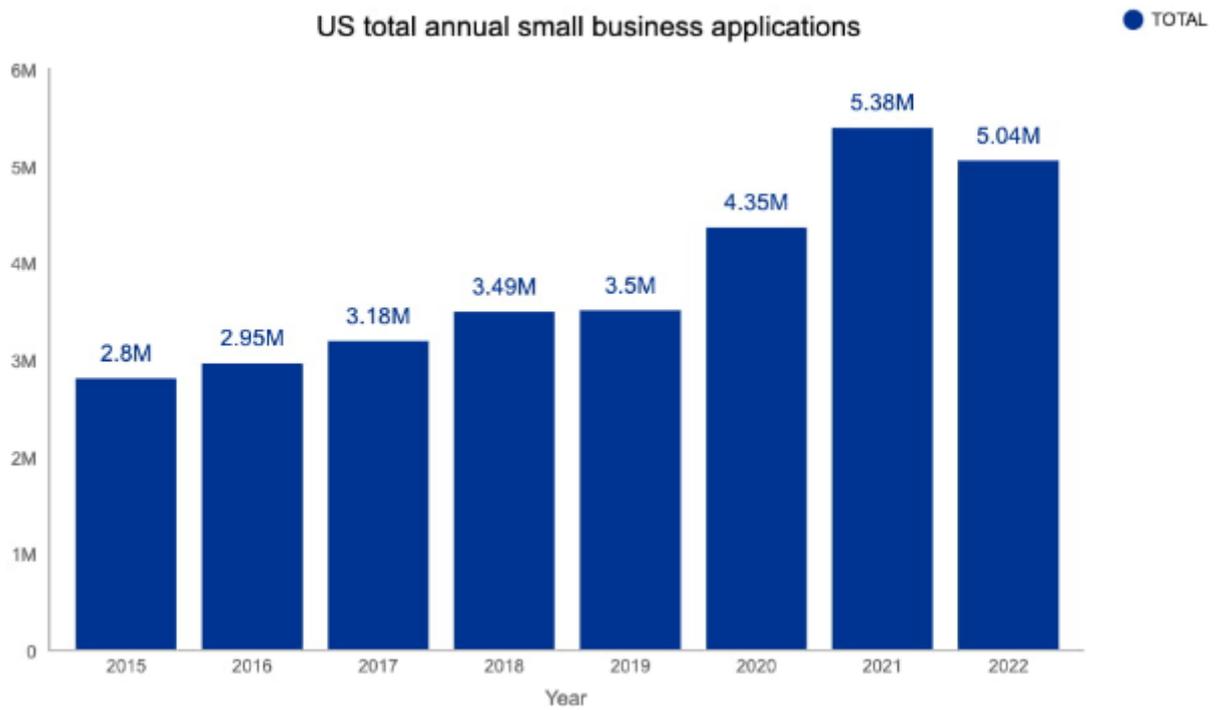


Рис. А.1. Статистика створення бізнесів за останні 8 років

## Фрагменти коду web-сайту

```
index.html X
index.html > html > body > div.section6
653
654 <!-- Section 5 - Testimonials -->
655 <div class="section5">
656 <span class="label">Testimonials</span>
657 <h2>what people say</h2>
658 <div class="slider-actions">--
659 </div>
660
661 <div class="slider" id="slider">
662 <div class="slide">
663 <div class="pic">
664 
665 <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
666 <rect width="24" height="24" rx="12" fill="#0A552F"/>
667 <path fill-rule="evenodd" clip-rule="evenodd" d="M13.4964 12.3535V12.3536H10.1364V8.75362H13.4964V8.75362" />
668 </svg>
669 </div>
670 <div class="slide-block">
671 <a class="show-link" href="https://www.producthunt.com/products/logolivery/reviews" target="_blank">
672 <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
673 <path d="M9.24264 9.74478C8.82843 9.74478 8.49264 9.40899 8.49264 9.40899 8.99478C8.49264 8.58056 8.82843 8.24264 9.24264 8.24264" />
674 </svg>
675 </a><Shout-out to the Logolivery team, they are such a pleasure to work with. Quick turnaround and excellen
676 <span class="name">Gustav Ekerot</span>
677 <span class="position">Product Designer at <a href="https://www.tabextend.com/" target="_blank">tabExtend</a>
678 </div>
679 </div>
680 <div class="slide">
681 <div class="pic">
682 
683 <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
684 <rect width="24" height="24" rx="12" fill="#1D98FB"/>
685 <path d="M17.9946 9.16515C18.0034 9.29249 18.0034 9.41983 18.0034 9.54835C18.0034 13.4643 15.0223 17.4" />
686 </svg>
687 </div>
688 <div class="slide-block">
689 <a class="show-link" href="https://twitter.com/amilkoff/status/1567778588795852032" target="_blank">
690 <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
691 <path d="M9.24264 9.74478C8.82843 9.74478 8.49264 9.40899 8.49264 9.40899 8.99478C8.49264 8.58056 8.82843 8.24264 9.24264 8.24264" />
692 </svg>
693 </a><Postroll now has a logo, and it's absolutely awesome. I huge thanks to logolivery who made this logo
694 </div>
695 </div>
```

Рис. В.1. HTML код блоку відгуків

```
378 <div class="price-block">
379 <h3>logolivery</h3>
380 <span class="info">Fast. Cost-effective. Awesome</span>
381 <span class="price">
382 $ <b>99</b>
383 </span>
384 <button class="btn HOVER" onclick="window.location = '/order/?option=1'" --
385 </button>
386 <button class="btn pdf HOVER" onclick="window.open('https://drive.google.com/file/d/1m8bhjtUQpt77Q6hBYkJ-w_1v
387 </button>
388 <div class="details">--
389 </div>
390 <div class="list">
391 <div class="list-item">--
392 </div>
393 <div class="list-item">--
394 </div>
395 <div class="list-item">--
396 </div>
397 <div class="list-item inactive">--
398 </div>
399 <!-- <svg class="line" width="336" height="24" viewBox="0 0 336 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2
400 <path d="M1 12L335 12" stroke="#F4F3FE" stroke-width="2" stroke-linecap="round"/>
401 </svg> -->
402 <div class="list-item inactive">
403 <svg width="28" height="28" viewBox="0 0 28 28" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
404 <rect width="28" height="28" rx="8" fill="#F4F3FE"/>
405 </svg>
406 <span>Brand Book</span>
407 </div>
408 <div class="list-item inactive">
```

Рис. В.2. HTML код з створенням блоку з пакетами послуг

```

main.scss x
styles > main.scss > section1 > contents > button
94
95 /* Colors */
96
97 $background: #F4F3FE;
98 $purple: #7569F8;
99 $textGray: #9492AB;
100 $textGray2: #8784AB;
101 $textGray3: #8783C6;
102 $textGray4: #685D7D;
103 $textGray5: #A39FCA;
104 $textBlack: #00050E;
105 $textBlue: #58CCF1;
106 $textBlue2: #49BCE2;
107 $textCoral: #FF3D85;
108 $bgColor1: #E9FAFE;
109 $bgColor2: #FFFFFF5;
110 $bgColor3: #DFF6FF;
111 $buttonHoverBackground: #EBE6FF;
112 $blueBckg: rgba(91,
113 204,
114 241,
115 0.1);
116 $purpleBckg: rgba(117,
117 105,
118 248,
119 0.08);
120 $darkBckg: rgba(117,
121 105,
122 248,
123 0.14);
124 $anotherGray: rgba(255,
125 255,
126 255,
127 0.3);
128 * {
129   outline: none;
130 }
131
132 html {
133   scroll-behavior: smooth;
134 }
135
136 body {
137   margin: 0 auto;

```

Рис. В.3. Оголошення кольорових змінних

```

87 <div class="mobile-menu" id="mobileMenu">
88   <span onClick="scrollToSection('about');">about</span>
89   <span onClick="scrollToSection('works');">works</span>
90   <span onClick="scrollToSection('prices');">pricing</span>
91   <span onClick="scrollToSection('testimonials');">testimonials</span>
92   <span onClick="scrollToSection('contacts');">contacts</span>
93 </div>

```

Рис. В.4. Створення навігаційного меню для мобільного пристрою

```

99 <div class="header" id="header">
100   <div class="logo">--
106   </div>
107   <svg onClick="scrollToSection('home');" class="mobile-logo" width="42" height="42" viewBox="0 0 42 42" fill="none">
109   </svg>
110   <div class="menu">
111     <a href="#about">about</a>
112     <a href="#works">works</a>
113     <a href="#prices">pricing</a>
114     <a href="#testimonials">testimonials</a>
115     <a href="#contacts">contacts</a>
116   </div>
117   <div class="actions-buttons">
118     <button class="header-button sign-in btn HOVER" onClick="window.location = 'https://space.logolivery.com/'">
119       <span class="gray"></span>
120       <text>sign in</text>
121     </button>
122     <button class="header-button btn HOVER" onClick="window.location = '/order/?option=1'">
123       <span></span>
124       <text>order logolivery</text>
125     </button>
126   </div>
127   <svg id="hamburger" onClick="showMobileMenu()" class="hamburger" width="42" height="42" viewBox="0 0 42 42" fill="
128     <path fill-rule="evenodd" clip-rule="evenodd" d="M28.75 21C28.75 20.5858 28.4142 20.25 28 20.25H14C13.5858 20.
129     <path fill-rule="evenodd" clip-rule="evenodd" d="M28.75 16C28.75 15.5858 28.4142 15.25 28 15.25H14C13.5858 15.
130     <path fill-rule="evenodd" clip-rule="evenodd" d="M28.75 26C28.75 25.5858 28.4142 25.25 28 25.25H14C13.5858 25.
131   </svg>
132   <svg id="hideMenu" onClick="hideMobileMenu()" class="hide" width="42" height="42" viewBox="0 0 42 42" fill="none">
133     <rect width="42" height="42" rx="10" fill="#ECEAFF"/>
134     <path d="M17.4645 24.5354L24.5355 17.4644" stroke="#7569F8" stroke-width="1.5" stroke-linecap="round"/>
135     <path d="M17.4645 17.4646L24.5355 24.5356" stroke="#7569F8" stroke-width="1.5" stroke-linecap="round"/>
136   </svg>
137 </div>

```

Рис. В.5. Створення навігаційного меню для комп'ютерного пристрою

```

62 </body>
63 <div class="order">
64 <div class="left-side" id="leftSide">--
65 </div>
66 <div class="right-side">
67 <div class="form">
68 <div id="firstStepForm">
69 <div class="tabs">
70 <div class="tab" onclick="switchTab(1, this)">logolivery</div>
71 <div class="tab" onclick="switchTab(2, this)">superlivery</div>
72 <div class="tab" onclick="switchTab(3, this)">ultralivery</div>
73 </div>
74 <div class="details">
75 <span>--
76 </span>
77 <svg class="line" width="3" height="50" viewBox="0 0 3 50" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
78 </svg>
79 <span>--
80 </span>
81 <svg class="line" width="3" height="50" viewBox="0 0 3 50" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
82 <line x1="1.33325" y1="1.46389e-08" x2="1.33325" y2="50" stroke="#564FA6" stroke-opacity="0.06" stroke-wid
83 </svg>
84 <span>--
85 </span>
86 </div>
87 <div class="list">
88 <div class="item">
89 <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
90 <path fill-rule="evenodd" clip-rule="evenodd" d="M18.0303 7.96967C18.3232 8.26256 18.3232 8.73744 18.0
91 </svg>
92 <span id="checkMark1"></span>
93 </div>
94 <div class="item">
95 <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
96 <path fill-rule="evenodd" clip-rule="evenodd" d="M18.0303 7.96967C18.3232 8.26256 18.3232 8.73744 18.0
97 </svg>
98 <span id="checkMark2"></span>
99 </div>
100 <div class="item">
101 <svg width="24" height="24" viewBox="0 0 24 24" fill="none" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg">
102 <path fill-rule="evenodd" clip-rule="evenodd" d="M18.0303 7.96967C18.3232 8.26256 18.3232 8.73744 18.0
103 </svg>
104 <span id="checkMark3"></span>
105 </div>
106 </div>
107 </div>
108 </div>
109 </div>
110 </div>
111 </div>
112 </div>
113 </div>
114 </div>
115 </div>
116 </div>
117 </div>
118 </div>
119 </div>
120 </div>
121 </div>
122 </div>
123 </div>
124 </div>
125 </div>

```

Рис. В.6. Код сторінки з замовленням послуги

```

41
42 const renderMainData = () => {
43   switch (currentTab) {
44     case 1:
45       mainPrice = 99;
46       tabName = "logolivery";
47       break;
48     case 2:
49       mainPrice = 295;
50       tabName = "superlivery";
51       break;
52     case 3:
53       mainPrice = 490;
54       tabName = "ultralivery";
55       break;
56   };
57
58   cartItems.push({
59     name: tabName,
60     price: mainPrice,
61   });
62 }
63

```

Рис. В.7. JS код з оголошенням можливих пакетів послуг та додавання їх в корзину

```

11 function conditionalProductRender(option, product) {
12   let htmlResult = '';
13   switch (option) {
14     case 1:
15       if (product["price1"] != 0) {
16         htmlResult = `
17         <div class="option" id="pOptionModal${product['id']}-1">
18           ${mapPriceInputRender(1, product)}
19           <label for="huey" onclick="setProductSizeByClick('pOptionModal${product['id']}-1');">100 r</label>
20           <span class="size-price" onclick="setProductSizeByClick('pOptionModal${product['id']}-1');">${product["price1"]} r</span>
21         </div>
22         `;
23       }
24       break;
25     case 2:
26       if (product["price2"] != 0) {
27         htmlResult = `
28         <div class="option" id="pOptionModal${product['id']}-2">
29           ${mapPriceInputRender(2, product)}
30           <label for="dewey" onclick="setProductSizeByClick('pOptionModal${product['id']}-2');">250 r</label>
31           <span class="size-price" onclick="setProductSizeByClick('pOptionModal${product['id']}-2');">${product["price2"]} r</span>
32           <span class="price-discount" onclick="setProductSizeByClick('pOptionModal${product['id']}-2');">-20%</span>
33         </div>
34         `;
35       }
36       break;
37     case 3:
38       if (product["price3"] != 0) {
39         htmlResult = `
40         <div class="option" id="pOptionModal${product['id']}-3">
41           ${mapPriceInputRender(3, product)}
42           <label for="louie" onclick="setProductSizeByClick('pOptionModal${product['id']}-3');">500 r</label>
43           <span class="size-price" onclick="setProductSizeByClick('pOptionModal${product['id']}-3');">${product["price3"]} r</span>
44           <span class="price-discount" onclick="setProductSizeByClick('pOptionModal${product['id']}-3');">-30%</span>
45         </div>
46         `;
47       }
48       break;
49   }
50   return htmlResult;
51 }
52

```

Рис. В.8. JS функція, що виводить на екран обраний клієнтом пакет послуг на сторінці замовлення

```

299 // realtime price counting
300 let getProductOnQtyChange = cartItems.find(product => product.id === parent.find('input[name=' + fieldName + ']').parent().next().val());
301 let val = parent.find('input[name=' + fieldName + ']').val();
302 if (val == NaN || val == "" || val == " ") {
303   getProductOnQtyChange["qty"] = 1;
304 } else {
305   getProductOnQtyChange["qty"] = parseInt(val);
306 }
307 //re-update total
308 endPriceBlock.innerHTML = countTotalPrice() + " грн.";
309
310 //re-update form
311 orderData();
312
313 //save
314 localStorage.setItem("cartItems", JSON.stringify(cartItems));
315 console.log(localStorage.getItem("cartItems"));
316 }

```

Рис. В.9. Код JS, який вираховує і оновлює повну ціну обраних клієнтом послуг в реальному часі