

Приватний заклад вищої освіти

Одеський технологічний університет «ШАГ»

Кафедра інформаційних технологій та фундаментальної підготовки

Випускна кваліфікаційна робота бакалавра

**Інформаційна система управління підрозділами розподілених
комерційних проектів Mozaik (на прикладі ChoiceQR)**

на здобуття бакалаврського рівня вищої освіти

зі спеціальності «122 Комп'ютерні науки»

Виконавці проекту:

№	П.І.Б.	Група
1	Дубська Олена Владиславівна	КН-Д-211
2	Бєлова Альона Ігорівна	КН-Д-211
3	Бєлов Максим Ігорович	КН-П-213
4	Ілечко Сергій Сергійович	КН-П-213
5	Лічкун Микита Вікторович	КН-П-213

Автор звіту:

_____ Дубська Олена Владиславівна

Ментор	Викладач кафедри ІТ та ФП, Марущак О.О.
--------	---

Анотація

УДК 004.9

Д-79

Дубська О.В. Інформаційна система управління підрозділами розподілених комерційних проектів Mozaik (на прикладі ChoiceQR): Випускна кваліфікаційна робота на здобуття бакалаврського рівня вищої освіти зі спеціальності «122 Комп'ютерні науки». - Одеса: ОТУШ, 2025 - 13 с.

Бакалаврська робота присвячена дослідженню та розробці інформаційної системи, головне призначення якої полягає в тому, щоб дозволити закладам харчування створювати, редагувати та актуалізувати цифрові меню в зручному форматі. Основним завданням системи є забезпечення гнучкого інструменту для створення, структурування та оновлення електронних меню, доступних для редагування адміністрацією закладу та перегляду відвідувачами через QR-коди та посилання.

Актуальність теми обумовлена зростаючою потребою у цифровізації обслуговування клієнтів у сфері харчування, а також необхідністю оперативного оновлення меню без залучення сторонніх спеціалістів. Запропоноване рішення дозволяє автоматизувати процес керування асортиментом страв, спрощує роботу персоналу та покращує зручність взаємодії кінцевого користувача з меню.

У межах дослідження було проведено аналіз візуальних рішень провідних цифрових сервісів зокрема Choice QR, Poster POS, Stravopys та ін. Аналіз охоплював структуру систем, принципи побудови інтерфейсів, логіку навігації, гнучкість редагування меню та загальну зручність для користувачів. В результаті були виявлені як ефективні рішення, що сприяють зручній взаємодії з інтерфейсом, так і недоліки — серед яких складна структура редагування, недостатня адаптивність, або перевантаження інтерфейсу другорядними функціями. На основі отриманих висновків були сформовані вимоги до майбутньої системи, орієнтовані на інтуїтивність, простоту та швидкість доступу до контенту та повну адаптивність.

Результатом проектної частини роботи стало створення інтерактивного прототипу системи в середовищі Figma, що охоплює дві основні складові:

Десктопний конфігуратор (адміністративна панель) — інтерфейс для адміністрації закладу, який дає змогу створювати ієрархічну структуру меню (розділи → категорії → страви), керувати контентом, редагувати

додатки до страв, змінювати порядок елементів, а також частина редагування дизайну та окремих елементів.

Адаптивне мобільне меню — інтерфейс для відвідувачів, доступний за QR-кодом, з акцентом на швидкий доступ до меню, зручну навігацію та детальний перегляд страв.

Система розроблена з урахуванням принципів адаптивного дизайну, що забезпечує її коректну роботу на різних типах пристроїв — від смартфонів до десктопів.

Об'єктом дослідження є процес управління меню в закладах харчування.

Предметом дослідження виступає інформаційна система для створення, оновлення та підтримки електронних меню зі застосуванням сучасних підходів до UI/UX-дизайну.

Метою роботи є розробка зручного та функціонально повноцінного інтерфейсу, що забезпечує ефективне управління електронним меню та відповідає потребам закладів громадського харчування малого й середнього бізнесу.

У якості задач дослідження було встановлене наступне:

- Провести огляд актуальних тенденцій у сфері UI/UX-дизайну для цифрових продуктів, зокрема для систем у галузі обслуговування.
- Розробити логічну структуру системи, яка включає ієрархічну організацію меню: розділи, категорії, страви, а також можливість додавання інгредієнтів, позначення алергенів та інших змінних параметрів.
- Створити інтерактивні макети інтерфейсів у Figma з урахуванням принципів адаптивного дизайну для різних типів пристроїв.
- Розробити основні елементи айдентики бренду, такі як логотип та стилістично утворююча графіка.

Результати роботи можуть бути використані як основа для подальшої розробки повноцінного вебзастосунку на цифровізацію внутрішніх процесів закладів харчування, спрощення меню та покращення досвіду кінцевих користувачів із цифровим інтерфейсом.

Зміст

Анотація	1
Зміст	3
Технічне завдання проєкту	4
Загальний опис.	4
Призначення:	5
Вимоги до функціоналу. Обов'язкова частина	5
Вимоги до функціоналу. Опціональна частина	7
Архітектура	8
Технології	9
Преамбула	10
Опис процесу розробки	11
Розділ I. Етап досліджень	11
Цільова аудиторія цифрових меню та сервісів	11
User Persona (Відвідувач та Адміністратор)	12
CJM (Customer Journey Map) користувача	13
Розділ II. Опис функціонала	17
Лендінг	17
Реєстрація	17
Авторизація	17
Конфігуратор (інтерфейс для адміністратора)	18
Клієнтська частина (інтерфейс для відвідувача ресторану)	20
Розділ III. UX дизайн	21
Розділ IV. Брендуння	23
Назва	23
Логотип	23
Кольори	25
Типографія	25
Ілюстрації	26
Розділ V. UI Дизайн	29
Дизайн-система	29
UI Kit та принцип Atomic Design	36
Дизайн макетів	38
Критичний аналіз і висновки	41
Плани на майбутнє	41
Використані ресурси	42
Програмне забезпечення	45

Технічне завдання проєкту

Загальний опис.

Програмне забезпечення призначене для створення інформаційної системи, яка забезпечує цифрове управління меню в закладах харчування. Система дозволяє створювати, редагувати та актуалізувати меню, категорії та окремі страви, а також переглядати їх клієнтам за допомогою QR-коду та посилання.

Головна особливість системи полягає у поєднанні трьох незалежних частин:

1. Конфігуратор (для власника або адміністратора закладу, що дозволяє керувати усім вмістом меню).
2. Цифрового меню для гостей закладу.
3. Лендінга, який закликає власника харчового закладу спробувати продукт.

У конфігураторі передбачено можливість глибокого налаштування зовнішнього вигляду меню. Серед доступних інструментів — редактор стилів (зміна теми, кольорів, шрифтів, оформлення кнопок і фону), а також редактор елементів, де можна точково редагувати вигляд карток страв, категорій та інших складових меню.

Адміністратор має змогу створювати розділи меню, розділяти їх на категорії, а всередині категорій — додавати окремі страви. Для зручності оновлення інформації реалізовано функцію приховування окремих страв, категорій або цілих розділів, а також можливість задавати графік їхньої публікації — за часом доби або днями тижня.

Кожна страва може мати назву, опис, ціну, знижку, позначки про наявність алергенів або спеціальних способів приготування для візуального маркування певних характеристик або акцій. Передбачено використання бейджів — спеціальних маркерів, які позначають особливі властивості страв (наприклад, «гаряча новинка», «акційна ціна», «веганське» тощо).

Готове цифрове меню, доступне клієнтам через QR-код, має адаптивний дизайн і підтримує різні типи пристроїв. Вбудовані функції пошуку та фільтрації дають змогу швидко знайти необхідну страву. Також спроектована можливість оформлення замовлення, бронювання столика, попереднього замовлення на конкретний час або оформлення самовивозу.

Призначення:

Програмне забезпечення (ПЗ) орієнтується на забезпечення зручного механізму взаємодії між кінцевим споживачем (відвідувачем закладу) та адміністративною частиною (представником закладу) шляхом візуалізації та керування інформаційними одиницями — категоріями, позиціями меню, модифікаторами, описами, інгредієнтами тощо.

Вимоги до функціоналу. Обов'язкова частина

Лендінг (Початкова сторінка)

Головна сторінка системи орієнтована переважно на бізнес-користувачів — власників закладів харчування, і має за мету ознайомлення з сервісом, підвищення зацікавленості та швидку навігацію. Основна інформація представлена в мультирівневому форматі з якорями та кнопками в хедері. Передбачена можливість, ознайомлення з ключовими перевагами системи.

Реєстрація користувачів:

Функціонал реєстрації користувача покликаний забезпечити зручний та інтуїтивно зрозумілий спосіб створення облікового запису для взаємодії з CMS-системою. На цьому етапі користувач має змогу ввести такі дані, як:

- Назва ресторану — що дозволяє ідентифікувати об'єкт обслуговування;
- Логін — унікальний ідентифікатор користувача.
- Телефон — як засіб оперативного контакту.
- Електронна пошта — для підтвердження дій та можливості відновлення доступу.
- Пароль — обов'язково складний, для забезпечення належного рівня безпеки.

Також передбачено кнопку для підтвердження згоди з умовами користування системою та кнопку реєстрації, що ініціює створення облікового запису.

Авторизація (вхід в систему)

Для авторизації в системі користувач вводить свої дані у відповідну форму. Необхідно зазначити:

- Назву ресторану.

- Логін або електронну пошту.
- Пароль.

Передбачено наявність кнопки "Забули пароль" — для ініціювання процедури відновлення доступу, а також кнопки входу в систему.

Адмін панель власника ресторану (CMS):

Перегляд меню

Система управління контентом (CMS) передбачає можливість перегляду клієнтської частини — сайту ресторану. Це забезпечує наочне уявлення про те, як саме відображаються створені користувачем елементи меню та сторінки для кінцевого споживача.

Основне робоче місце для налаштування ресторану та керування його наповненням. Повинна забезпечити усі необхідні засоби для

- Керування ієрархією меню, а саме:
 - Розділами в межах ресторану, що дозволяє:
 - Змінювати назву розділу.
 - Додавати або редагувати його опис.
 - Керувати його видимістю (публічна/прихована).
 - Категоріями в межах розділу, що передбачає:
 - Зміну назви категорії.
 - Керування її видимістю для клієнтів.
- Керування страв в межах категорії з можливостями вказати/додати:
 - Фото (до 4 штук, вага до 2 МБ, можливість вибору обкладинки);
 - Назву, вагу, калорійність, БЖВ.
 - Вагу або об'єм в альтернативних одиницях (грам, мілілітр тощо).
 - Опис страви.
 - Ціну та знижку.
 - Видимість страви у клієнтському інтерфейсі.
- Керування загальною інформацією про ресторан, зокрема:
 - Назва, опис, адреса закладу.
 - Основна валюта та мова обслуговування.
 - Контактна пошта та телефони.
 - Favicon сайту.

- Посилання на соціальні мережі.
- Графік роботи по кожному дню тижня.
- Налаштування зовнішнього вигляду онлайн меню:
 - Шрифти.
 - Кольорова палітру бренду.
- Створення та кастомізація зовнішнього вигляду QR-коду:
 - Стиль маркерів, колір, фон, прозорість.
 - Текст над або під кодом.
 - Рамка, логотип, розмір.
 - Зберігання налаштувань.

Перегляд меню (клієнтська частина)

Місце, з яким взаємодіють усі відвідувачі харчового закладу через посилання або QR-код. Має реалізовувати можливість:

- Фільтрацію за ціною, типом приготування, часом, вагою.
- Пошук страв.
- Вибір розділу та категорії.
- Перегляд детальної інформації про страви, яка включає:
 - Назву, фото, вагу, опис, склад, час приготування.
 - Рекомендації щодо схожих страв.
- Отримання необхідної інформації про заклад. В цей перелік входять:
 - Контактні дані (телефон та соцмережі).
 - Години роботи.
 - Адресу закладу.

Вимоги до функціоналу. Опціональна частина

Мітки для відображення особливостей страв. Користувач має змогу створювати власні бейджі відповідно до концепції закладу.

Можливість вказання часу роботи розділу — наприклад, для сніданків або ланчів.

Встановлення іконок категорії.

Підтримка різних мов інтерфейсу.

Відновлення паролю

Додаткова інформація про страви. Поглиблені опції:

- Харчові уподобання.
- Наявність алергенів.
- Спосіб приготування.
- Присвоєння бейджів для фільтрації (наприклад, "Веганське" або "Гостре").

Деталізація оформлення елементів та стилів. Поглиблені можливості редагування:

- Елементів меню, карток, категорій.
- Розширене редагування кнопок.
- Налаштування фону (включно з .svg паттернами).
- Вибір готових тем, їх кастомізація та скидання.
- Стани (hover, default, pressed).

Перемикання теми CMS (світла/темна).

Функціонал для перегляду обраних страв (Кошик), їх редагування та видалення. Показує:

- Рекомендовані страви.
- Загальну вартість.
- Кнопку "Замовити".

Оформлення замовлення, де користувач обирає:

- Тип замовлення (доставка, бронювання, самовивіз).
- Персональні дані (ПІБ, телефон), адреса, час, кількість персон, побажання.
- Окремі форми збору інформації для різних способів отримання замовлення.
- Спосіб оплати (готівка або картка).
- Сума замовлення.

Архітектура

ПЗ має бути спроектоване за клієнт-серверною архітектурою з розподіленими вузлами:

- Mockup – візуальна модель інтерфейсу користувача із зазначенням зв'язків і переходів між різними частинами інтерфейсу.
- Backend – серверне програмне забезпечення, що забезпечує збереження та оброблення поточних даних, взаємодію з базою даних. Надає програмний інтерфейс взаємодії (API) з іншими вузлами

- Frontend – додаток, доступний з веб-простору (сайт), що забезпечує візуальний інтерфейс користувачів

Усі модулі ПЗ повинні мати засоби

- тестування функціональності,
- розгортання на новому пристрої (інсталяції)

Технології

Зберігання вихідних кодів ПЗ повинно здійснюватись за допомогою системи контролю версій (вибір конкретної системи узгоджується групою проекту). Структура файлів та каталогів обирається на розгуд команди, але повинна максимально відбивати архітектуру ПЗ

Для кожного з модулів рекомендується (з можливістю часткової зміни) наступні технології створення:

- Backend – .NET або Java, або NodeJS технології з хмарним розміщенням (Azure, AWS, Google Cloud).
- Frontend – серверні технології (ASP, Razor Pages, JSP) або React чи Angular.
- Mockup - визначається ментором з дизайну

Команда проєкту

Для виконання поставлених завдань передбачається робота команди розробників окремо за кожним з модулів проєкту.

Мінімальна команда проєкту - два учасники, у такому складі один учасник виконує модуль Backend та програмну частину Web, другий - модель Mockup та розміткову частину Web.

Рекомендована команда проєкту - три учасники, у такій команді кожен з учасників відповідає за одну з частин: Mockup, Backend, Web.

Дозволяється включення до команди більшої кількості учасників, у такому разі модуль Mobile App набуває обов'язкової реалізації. Також модуль Mockup може бути поділений на моделі Web та Mobile частин.

Звітність

За результатами виконання завдань зі створення ПЗ кожен з учасників команди проєкту складає власний (індивідуальний) звіт, що складається з практичної частини та автореферату. Практична частина є прямим результатом роботи й

подається у вигляді посилання на репозиторій (чи інший URL) або у вигляді архіву на довільному носіїві даних. Вихідний код повинен оформлятися відповідно до загальноприйнятих стандартів, на зразок стандартів GNU <http://www.gnu.org/prep/standards/>, у тому числі з додержанням вимог до коментування та документування коду.

Автореферат містить описову частину, у якій розкриваються основні концепти проекту, деталізуються завдання до виконавця, встановлюється актуальність роботи, її об'єкт та предмет, обґрунтовується вибір технологій та відзначається шлях виконання та ступінь досягнення поставлених задач, посилання на джерела інформації.

Преамбула

Сфера обслуговувань постійно еволюціонує, зокрема в частині цифрових рішень для закладів харчування. Якщо раніше меню існувало лише у вигляді паперових носіїв, то сьогодні усе частіше використовуються цифрові аналоги. Вони дають змогу власникам швидко змінювати інформацію, додавати нові позиції та стилістично відокремитись від решти інших закладів, що дає змогу автоматизувати процес взаємодії з клієнтами. Особливої популярності набули QR-меню, як зручне рішення для гостей, так і для працівників закладу.

На ринку вже існують подібні сервіси, зокрема Choice QR, який пропонує набір рішень для створення онлайн-меню, приймання замовлень, адаптивний перегляд на різних пристроях. Проте, незважаючи на широкі можливості, на практиці багато користувачів зіштовхуються з труднощами: складний інтерфейс, надлишкова кількість функцій або навпаки, їх нестача, відсутність адаптації під потреби конкретного закладу.

Усі учасники нашого дипломного проекту мають досвід у використанні цифрових меню, або безпосередньо досвід використання подібних систем, тому ми добре розуміємо типові проблеми. Саме це стало поштовхом до створення власної інформаційної системи, яка б об'єднала сильні сторони конкурентів і при цьому залишилася простою, гнучкою доступною та привабливою у використанні. Перед нами стояла задача — зробити систему зручною для обох сторін взаємодії де власник або менеджер зможе керувати контентом, бачити замовлення та налаштовувати меню, а клієнт — зручним способом може обирати для себе позиції меню та замовляти.

У наступних розділах буде детально описано аналіз аналогів, визначення вимог до системи, інформаційну архітектуру, структуру інтерфейсів, а також процес розробки дизайну користувацького інтерфейсу.

Опис процесу розробки

Розділ I. Етап досліджень

Цільова аудиторія цифрових меню та сервісів

За останні роки власники та керівники закладів усе частіше звертаються до цифрових рішень як до інструменту для оптимізації внутрішніх процесів. Найактивніше цифрові меню впроваджуються в ресторанах швидкого обслуговування, кафе та фудкортах. Більшість закладів готові повністю відмовитися від паперових меню на користь цифрових аналогів. Основними мотиваційними факторами для цього є прагнення знизити витрати, пов'язані з друком меню при кожній зміні, та бажання підвищити ефективність роботи за рахунок оперативного оновлення інформації про страви, ціни й наявність позицій.

Адміністратори, відповідальні за підтримку меню в актуальному стані, активно використовують цифрові інтерфейси. У багатьох закладах зміни у меню відбуваються регулярно — перейменування, видалення або додавання позицій — що вимагає зручних і гнучких систем для редагування без участі технічного спеціаліста.

Поведінка гостей закладів харчування залежить від вікової категорії. Молодь — зокрема покоління Z і міленіали — надає перевагу швидким і технологічним рішенням. Багато хто з них переглядає меню онлайн перед відвідуванням закладу. Також важливими для них є візуальна складова, зокрема наявність фотографій страв, і широкий вибір — різноманітність асортименту часто відіграє вирішальну роль при виборі.

Старші відвідувачі — покоління X та бекі-бумери — частіше обирають традиційний формат обслуговування. Вони надають перевагу фізичному меню та спілкуванню з офіціантом. У преміальних закладах, орієнтованих на аудиторію віком 40+, QR-меню зазвичай не користується високим попитом, адже частина гостей очікує класичного сервісу як елементу загального досвіду.

Однак із часів пандемії навіть старші категорії відвідувачів поступово звикають до цифрових форматів. У багатьох закладах меню переведено в онлайн, а QR-коди використовуються регулярно. В Україні за останні роки помітно зросла популярність безконтактних сервісів і онлайн-замовлень. Кількість замовлень на одного користувача суттєво збільшилась, що свідчить про зміну споживацьких звичок і загальну адаптацію до цифрового середовища.

Цифровізація сприяє зростанню ефективності ресторанного бізнесу. У багатьох закладах фіксується збільшення виручки та кількості гостей. Використання QR-меню дозволяє оптимізувати обслуговування, що особливо актуально за умов нестачі персоналу. Гості, які часто відвідують заклади, зазвичай переглядають меню ще до візиту, що робить зручний онлайн-доступ до меню важливою перевагою.

Замовлення через цифрові інтерфейси часто супроводжується зростанням середнього чека, що позитивно впливає на прибутковість. Багато гостей уже звикли до того, що меню можна переглянути через QR-код, і вважають цей спосіб швидким і зручним.

User Persona (Відвідувач та Адміністратор)

У межах проєкту були виокремлені дві основні групи користувачів: адміністрація (власники та адміністратори закладів) і кінцеві клієнти (відвідувачі). Щоб краще зрозуміти їхні потреби, мотивації й очікування, були розроблені узагальнені портрети користувачів — user personas. Вони ґрунтуються на спостереженнях за типовими сценаріями поведінки та втілюють основні характеристики цільових груп.

У проєкті представлено дві user persona: власниця ресторану Ольга — досвідчена керівниця, яка прагне якісного сервісу та злагодженої роботи команди, та студент Артем — активний відвідувач, який цінує швидкість, зручність і сучасні підходи. Для кожного з них побудовано карту емпатії — інструмент, що дозволяє детально описати, що користувач бачить, чує, думає, відчуває, говорить і робить. Це дало змогу глибше осмислити потреби обох груп і врахувати їх під час розробки цифрової інформаційної системи.



Рис. 1. Карта емпатії власника закладу (Ольги)



Рис. 2. Карта емпатії клієнта (Андрія)

CJM (Customer Journey Map) користувача

Доповненням до user persona стала карта шляху користувача (Customer Journey Map), яка відображає всі ключові етапи взаємодії відвідувача із сервісом: від виникнення потреби до залишення відгуку після отримання послуги. CJM дозволила виявити больові точки, в яких виникає розчарування чи сумніви, та позначити можливості для покращення — як-от адаптивність сайту, спрощений інтерфейс, наявність візуального контенту, інтеграцію онлайн-оплати, а також зрозумілий механізм зворотного зв'язку. Ця візуалізація стала основою для прийняття рішень у дизайні та побудові структури системи.



Рис. 3. CJM користувача

Аналіз конкурентів

Робота над проектом розпочалася з ґрунтовного вивчення сервісу Choice QR — як основного референсу, а також його найближчих конкурентів, серед яких: Oddmenu, Foodeon, Poster POS та Stravopys.

Оскільки всі учасники команди є активними відвідувачами закладів громадського харчування з різним рівнем сервісу, на момент старту розробки вже існувало певне уявлення про те, яким повинен бути зручний цифровий сервіс. Однак першим етапом стало саме вивчення структури, логіки та інтерфейсних рішень наявних аналогів.

У процесі дослідження виявлено низку суттєвих недоліків, притаманних основному референсу — Choice QR:

1. Складна та неінтуїтивна логіка побудови меню.

Для власника або адміністратора, який вперше взаємодіє з CMS Choice QR, виникає багато запитань щодо послідовності дій, структури створення меню та розміщення контенту. Інтерфейс не сприяє легкому входженню у процес.

2. Відсутність візуального контролю змін.

У Choice QR не передбачено механізму оперативного перегляду результату після редагування контенту. Це створює додаткові складнощі, оскільки користувач не може одразу оцінити, як внесені зміни відобразяться на фінальному вигляді меню.

3. Обмеження на кількість зображень у картці страви.

Враховуючи, що візуальне представлення страви значною мірою впливає на рішення клієнта, можливість додати лише одне фото до картки є суттєвим обмеженням. Це знижує привабливість цифрового меню.

4. Навігація в конфігураторі.

Користувачі можуть стикнутися з труднощами при переходах між сторінками або розділами системи. Відсутність логічної послідовності та зрозумілих маршрутів ускладнює процес створення та кастомізації меню.

5. Адаптація кольорової палітри.

Інтерфейс погано працює з яскравими кольорами, що обмежує візуальну гнучкість при оформленні меню. Це створює додаткові труднощі при стилізації інтерфейсу під бренд-застосування конкретного закладу.

Крім детального розбору Choice QR, було також здійснено порівняння з низкою інших рішень — Oddmenu, Foodeon, Poster POS та Stravopys. Це дало змогу ширше оцінити сучасні підходи до реалізації цифрових меню та систем керування контентом у закладах харчування.

Під час дослідження виявлено, що не всі сервіси відповідають сучасним очікуванням як адміністраторів, так і відвідувачів. Зокрема, в окремих системах відсутні такі важливі функції, як:

- вказівка часу приготування страви;
- позначення можливих алергенів;
- можливість кастомізації зовнішнього вигляду меню згідно з фірмовим стилем закладу;
- перемикання темної/світлої теми інтерфейсу;
- фільтри за типами кухні, категоріями, тощо.

Враховуючи це, було прийнято рішення реалізувати саме ті функціональні блоки, яких бракує в більшості конкурентів, але які є очікуваними та бажаними для користувача. Усі зазначені недоліки стали відправною точкою для формування вимог до функціоналу майбутньої системи.

Порівняння сервісів

ChoiceQR

Oddmenu

Foodeon

Poster POS

Stravopys

Які функції є в меню?

1) У меню є вибір оплати та сама оплата (Готівка, з картки)

✓	✗	✓	✗	✓
---	---	---	---	---

2) Створення QR-меню

✓	✓	✓	✓	✓
---	---	---	---	---

3) Є можливість залишити чайові

✓	✗	✗	✗	✗
---	---	---	---	---

4) Можливість переглянути склад, рецепт страви напою

✓	✓	✓	✓	✓
---	---	---	---	---

5) Пункт попередження про наявність алергенних продуктів чи дієтичні обмеження

✗	✗	✗	✗	✓
---	---	---	---	---

6) Он-лайн меню: можливість дивитися меню закладу через QR-code без необхідності завантажувати програму

✓	✓	✓	✓	✓
---	---	---	---	---

7) Час виготовлення замовлення (страви)

✓	✗	✗	✗	✗
---	---	---	---	---

Що може запропонувати власникам кафе-ресторанів

8) Управління меню: Можливість легко змінювати та оновлювати меню, додавати нові страви та коригувати ціни.

✓	✓	✓	✓	✓
---	---	---	---	---

9) Аналітика продажу: Доступ до звітів та аналітики з продажу, популярних страв, середнього чеку та часу замовлення.

✓	✗	✓	✓	✗
---	---	---	---	---

10) Інтеграція з платіжними системами: Підтримка різних способів оплати, включаючи онлайн та оплата біля столу

✓	✗	✓	✗	✓
---	---	---	---	---

Для користувачів меню (відвідувачів)

11) Резервація столика + приготує страви до потрібного часу (особисто я такого не зустрічала б крутою фічею)

✗	✗	✗	✗	✗
---	---	---	---	---

12) Сортування страв за розділами (Основи страви, напої, десерти тощо)

✓	✓	✓	✓	✓
---	---	---	---	---

13) Оплата на місці через QR без необхідності контактувати з офіціантом (тут також просять вказати найчастіше номер столика)

✓	✗	✓	✗	✗
---	---	---	---	---

Рис. 4. Порівняння конкурентів

Розділ II. Опис функціонала

Даний розділ включає в себе підсумок того, що було створено дизайнерами та втілено у життя програмістами. Весь функціонал обговорювався всією командою протягом циклу написання роботи. Всі учасники брали безпосередню участь у розробці того, що буде приведено далі.

Лендінг

Веб-сторінка є візитною карткою сервісу, що знайомить потенційного клієнта з його можливостями, перевагами та умовами користування. Лендінг містить наступні секції:

- Можливості — короткий огляд функцій для створення та керування меню, а також як відвідувач буде взаємодіяти з меню.
- Поширені запитання — розділ, де клієнт може знайти відповіді на більшість запитань, котрі можуть виникнути
- Тарифи — відображення того, чим може користуватись клієнт, у залежності від того, який тип контракту укладає з сервісом
- Контакти — додаткова можливість зв'язатись із командою розробників сервісу

Реєстрація

Після того, як клієнт обрав тариф, йому пропонують зареєструватись на платформі. Реєстраційна форма включає такі поля:

- Назва ресторану - введення назви ресторану, для котрого буде розроблятись меню.
- Логін - унікальний ідентифікатор для користувача.
- Телефон - можливість вказання контактного телефону для швидкої взаємодії із адміністраторами сервісу.
- Пошта - вказання пошти є обов'язковою вимогою для користування сервісом створення меню.
- Пароль - вказання важкого та унікального паролю для збереження доступу.

Авторизація

Не менш важливий пункт за реєстрацію, котрий дозволяє користувачу входити до системи з уже створеним обліковим записом. Це забезпечує персоналізований доступ до функціоналу, збереження даних та налаштувань.

Для авторизації обов'язково потрібно ввести:

- Назву ресторану.
- Логін/Електронну пошту.
- Пароль.

Конфігуратор (інтерфейс для адміністратора)

Інтерфейс адміністратора призначений для гнучкого управління всіма аспектами цифрового меню. Його головна мета — надати власнику ресторану інтуїтивний, зручний та кастомізований інструмент для створення і редагування структури меню, стилів оформлення, даних про ресторан, а також взаємодії з клієнтами.

Дизайн стилів

Ми пропонуємо нашому клієнту втілити у життя його побажання шляхом надання можливості кастомізувати:

- Шрифти — можливість вибрати шрифт, що відповідає концепції ресторану.
- Кольори елементів — можливість не просто створювати меню, а обирати ту кольорову палітру, котру захоче побачити в своєму меню користувач.

Створення розділів

Для зручного керування змістом меню, ми пропонуємо структурно правильні рішення, котрі зручно та гнучко дозволяють організувати наповнення:

- Назва розділу — дає змогу адміністраторам чітко розділяти вміст (наприклад, "Бар", "Основні страви").
- Видимість розділу — можливість тимчасово приховати розділ без видалення (наприклад, у разі тимчасового припинення роботи кухні).
- Опис розділу — коротке пояснення змісту розділу.

Створення категорій

Можливість сепарувати страви не тільки за розділами, такі як бар, або основне меню, а ще й розділити на окремі види того, до чого відноситься страва:

- Назва категорії — унікальне ім'я для кожної групи страв (наприклад, "Піца", "Коктейлі").
- Керування видимістю — приховування окремих категорій без впливу на інші частини меню.

Створення страви

Основним пунктом кожного меню є ті страви, котрі його наповнюють, і ми хотіли надати повну свободу дій для клієнту, щоб він міг створювати цікаві картки для страв:

- Назва страви — ідентифікатор окремої страви для її впізнавання.
- Фотографії страви - впізнавання страви не тільки за її безпосередньою назвою, а й ще за її зовнішнім виглядом.
- Вага страви — можливість вказання того, скільки важить обрана страва, підтримка різних одиниць вимірювання: грами, літри тощо.
- БЖВ — пункт, котрий сподобається та знадобиться тим людям, котрі слідкують за кількістю калорій та їхнім вмістом.
- Опис страви - детальний перелік того, з чого вона складається.
- Ціна та знижка — можливість встановити стандартну ціну й акційну пропозицію.
- Видимість страви — приховування окремої позиції без зміни структури меню.

Налаштування ресторану:

Функціонал, дозволяє клієнту вказувати основну та додаткову інформацію, котра буде описувати ресторан, котрим володіє клієнт:

- Назва — ідентифікація ресторану за назвою.
- Адреса — фізичне місцезнаходження закладу.
- Опис — короткий опис того, що це за ресторан.
- Контактна пошта — пошта для зв'язку клієнтів закладу та власників, чи адміністраторів ресторану.
- Телефони — можливість зателефонувати у підтримку ресторану та забронювати, наприклад, стіл.
- Посилання на соціальні мережі — можливість знайти ресторан у соціальних мережах та стежити за цікавими новинами.
- Графік роботи за кожним днем тижня - можливість вказувати детально, коли та в які години працює ресторан.
- Основна валюта — валюта, в котрій вказана вся ціна в меню
- Мова обслуговування — мова, якою ведеться спілкування з клієнтами.
- Favicon — налаштування іконки для браузера, щоб посилити візуальну айдентику.

Створення QR коду

Для збереження візуальної ідентичності закладу та адаптації до різних сценаріїв використання передбачено розширені можливості кастомізації QR-коду:

- Стилi маркерiв — можливість змінити форму й стиль кутових маркерів QR-коду (наприклад, круглі або квадратні), що дозволяє зробити код більш індивідуальним.
- Колір — вибір основного кольору QR-коду відповідно до брендової палітри закладу.
- Фон — налаштування кольору фону або можливість зробити фон повністю прозорим для розміщення на будь-якому носії.
- Текст QR-коду — додавання пояснювального тексту під або над QR-кодом із можливістю зміни його кольору, розміру та шрифту, або повна відмова від тексту.
- Рамка — гнучке налаштування форми рамки (заокруглена або квадратна), її кольору, товщини та внутрішніх відступів.
- Логотип — можливість вставити логотип ресторану в центр QR-коду для впізнаваності бренду.
- Розмір — вибір бажаного розміру коду для зручного розміщення на фізичних або цифрових носіях.
- Можливість експорту — QR-код можна зберегти у різних форматах (PNG, SVG, PDF тощо) для друку, розміщення в меню, на вітринах або в соціальних мережах.

Такі налаштування дозволяють закладам створювати унікальні та впізнавані QR-коди, які відповідають їх стилю та потребам.

Клієнтська частина (інтерфейс для відвідувача ресторану)

Пошук страви

Пошукова система дозволяє швидко знайти потрібну позицію:

- Ключові слова або повна назва — користувач може ввести назву чи частину назви страви.
- Автодоповнення — система підказує можливі результати під час введення.

Застосування фільтрів

Система підтримує детальну фільтрацію для точного підбору страв відповідно до вподобань користувача:

- Час приготування — відображення лише тих страв, що готуються швидко або за певний час.
- Тип приготування — наприклад: смажене, варене, приготоване на парі тощо.
- Харчові уподобання — веганські, безглютеніві, безлактозні та інші.
- Вага — користувач може обрати порції за бажаним об'ємом або вагою.
- Ціна — можливість задати діапазон вартості.
- Розділи та категорії — додаткове сортування за структурою меню (наприклад, тільки "напої", або тільки "салати").

Детальний перегляд страви

Після натискання на картку страви відкривається розгорнута сторінка з її характеристиками:

- Назва страви — її ідентифікатор.
- Фотографії — яскраві зображення страви для кращої візуальної ідентифікації.
- Склад — повний перелік інгредієнтів, з можливим позначенням алергенів.
- Час приготування — точний час очікування після замовлення.
- БЖВ (білки, жири, вуглеводи) — показник харчової цінності (якщо було вказано власником закладу).
- Рекомендації щодо схожих страв — автоматично підбираються страви з подібними характеристиками або зі схожої категорії.

Розділ III. UX дизайн

У межах проєкту були сформовані дві інформаційні архітектури: для адміністратора (власника закладу) та для клієнта (відвідувача ресторану). Ці архітектури допомогли чітко структурувати функціонал кожної ролі, розділити логіку взаємодії, уникнути перевантаження інтерфейсу та забезпечити зручну навігацію.

Адміністративна архітектура охоплює все, що стосується створення та редагування меню, керування контентом, налаштуванням дизайну, QR-кодами, контактною інформацією закладу.

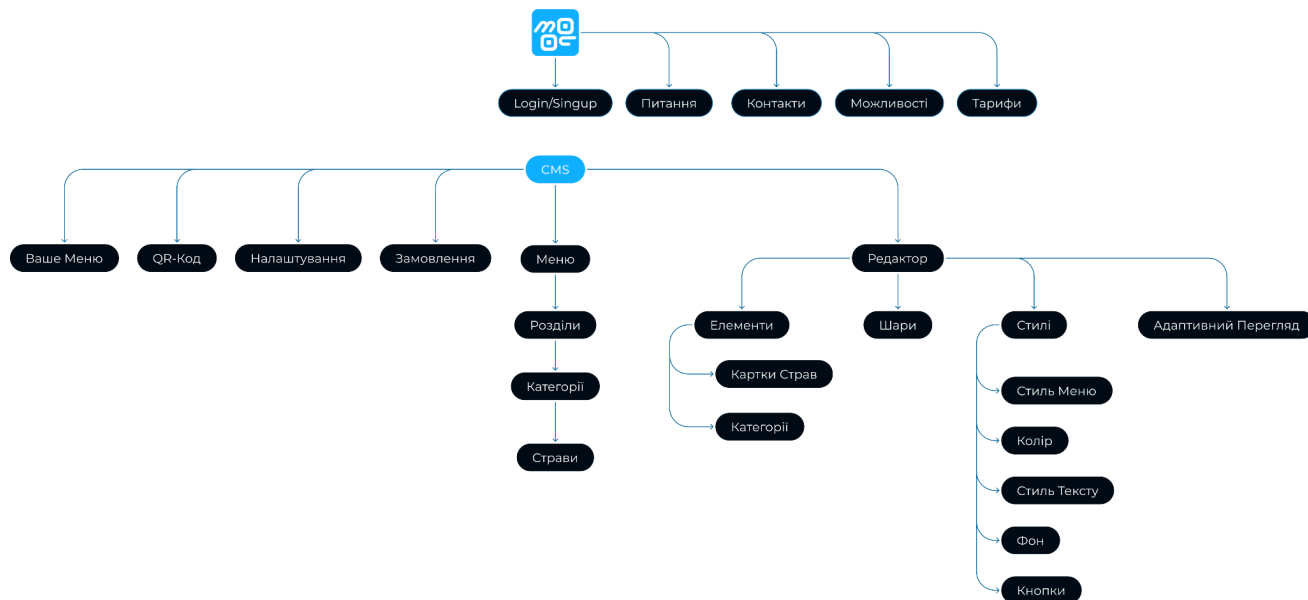


Рис. 5. Інформаційна архітектура CMS

Клієнтська архітектура орієнтована на спрощену взаємодію — перегляд меню, пошук і фільтрацію страв, перегляд деталей позицій.

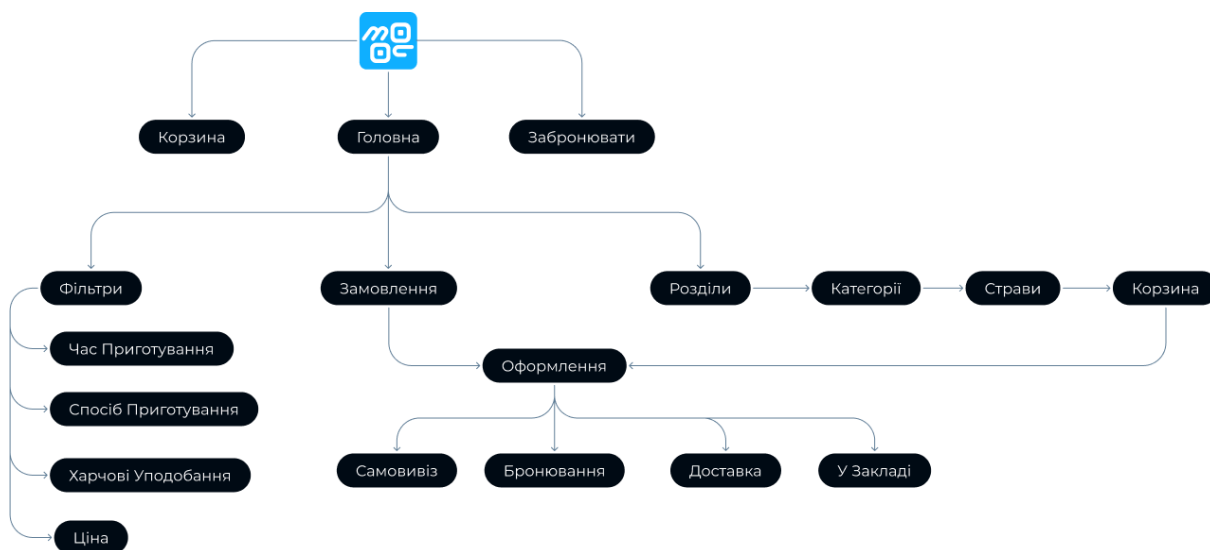


Рис. 6. Інформаційна архітектура готового цифрового меню

Розділ IV. Брендування

Назва

Назву Mosaic було обрано до структури змісту та аналізу ключових характеристик розроблювального сервісу. З назвою проєкту на початку розробки було найбільше проблем. Задля того, аби нам було легше підібрати назву, ми зосередились на основній ідеї проєкта. Тобто збирання цілісного продукту з окремих функціональних елементів, які гармонійно поєднуються в єдину систему. Назва відображає як багатокомпонентну архітектуру сервісу, так і можливість індивідуального налаштування під потреби кожного закладу. Водночас термін має позитивну емоційно-асоціативну складову — він викликає асоціації з творчістю, різноманіттям та порядком.

Таким чином, Mosaic як назва є лаконічною, сучасною, легко запам'ятовується ті змістовно передає ідею проєкту — цифрової системи, що дозволяє гнучко та естетично керувати контентом меню й процесами в межах ресторанного бізнесу.

Логотип

Візуальна айдентика проєкту була реалізована через створення логотипа, що поєднує два ключові образи: модульність мозаїки та технологічність QR-коду. Така подвійна символіка логічно відображає суть цифрової системи для меню, підкреслюючи її інноваційний і структурований характер.



Рис. 7. Візуальні референси логотипу

Логотип складається з округлих геометричних форм, що формують впізнаваний знак і одночасно забезпечують візуальну легкість та сучасність. Незважаючи на нетрадиційну форму деяких символів, логотип залишається функціональним і придатним до масштабування, зберігаючи впізнаваність навіть при зменшенні. Шрифтову частину логотипа було спеціально адаптовано: літера S піддалася оптичному вирівнюванню, що забезпечує візуальний баланс та покращує сприйняття композиції в цілому. Такий дизайнерський підхід дозволяє зробити логотип більш гармонійним у середовищі цифрових інтерфейсів, навіть якщо деякі елементи виглядають менш традиційно з точки зору типографіки. Саме ця особливість може зчитуватись як зниження читаємості, однак вона є свідомим рішенням з метою створення унікального та функціонального знака.

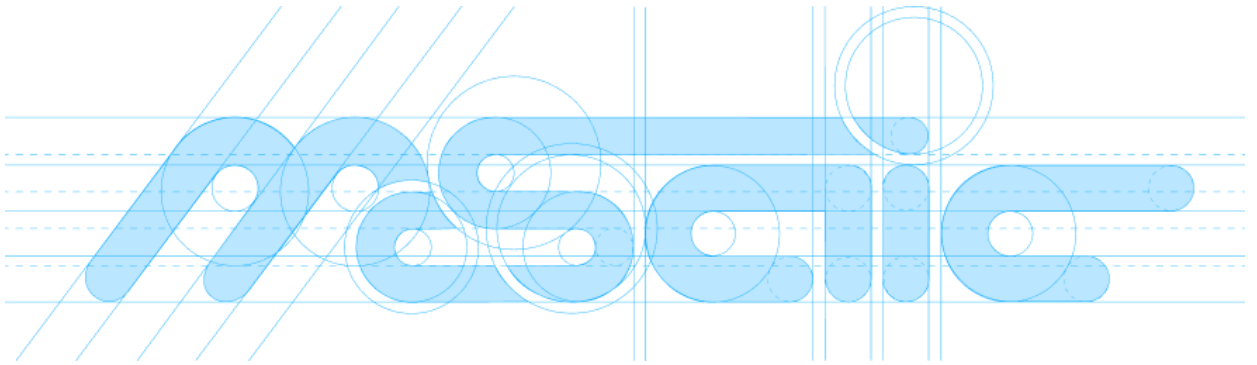


Рис. 8. Конструкційна сітка побудови логотипа

Захисне поле логотипа побудовано на основі найменшого конструктивного елемента графіки, що дозволяє зберігати пропорції та читабельність у будь-яких масштабах і контекстах.



Рис. 9. Захисне поле логотипу

У межах проєкту розроблено два варіанти логотипа: повноформатний — зі шрифтовою частиною та стилізованим QR-знаком, а також компактний — у вигляді графічного символу. Така варіативність забезпечує гнучке використання логотипа на різних носіях, що цілком відповідає концепції модульності, покладеної в основу всього сервісу

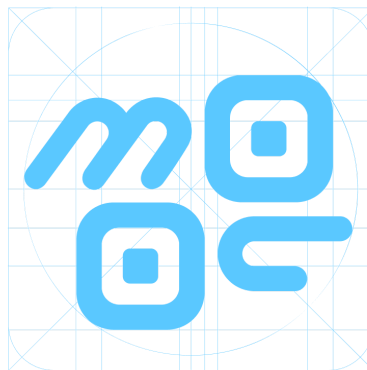


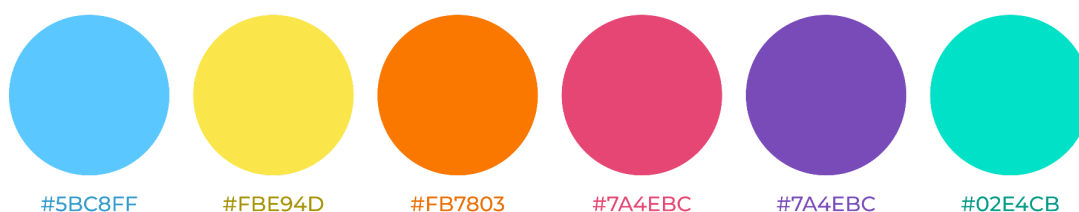
Рис. 10. Графічний варіант логотипу

Кольори

Палітра була сформована на основі подвійної компліментарної схеми, що дозволяє досягнути візуального балансу, гармонії й водночас забезпечити достатню кольорову варіативність.

Основним брендовим кольором обрано м'який блакитний відтінок #5BC8FF, що символізує прозорість, легкість і довіру. Він виконує роль головного акценту і закладає візуальний тон усього продукту. Його використання формує відчуття відкритості та технологічності — цінностей, що відповідають концепції Mosaic. Допоміжні кольори — #FBE94D (жовтий), #FB7803 (оранжевий), #E84774 (рожевий), #7A4EBC (фіолетовий) та #02E4CB (бірюзовий) — гармонійно доповнюють основний блакитний відтінок і дозволяють створити не лише логічно структуровану, а й візуально насичену графіку. Саме завдяки цим кольорам візуальний стиль системи набув яскравості, енергійності та емоційної виразності. Вони сприяють формуванню динамічного графічного середовища, в якому легко орієнтуватися, а окремі елементи інтерфейсу сприймаються як частина живого, сучасного й дружнього до користувача простору.

Color Palette



Gradients



Рис. 11. Брендова палітра кольорів

Типографія

Для формування типографічної системи проекту було обрано шрифт Montserrat як основну гарнітуру. Це сучасний геометричний шрифт із чіткою структурою, який забезпечує високу читабельність у різних форматах та розмірах. Його

універсальність полягає у великій кількості начертань, що дозволяє легко будувати контрастні й водночас гармонійні типографічні ієрархії — від акцентних заголовків до мікротексту в інтерфейсах. Шрифт Montserrat оптимально адаптується як до мобільних, так і до десктопних середовищ. Завдяки відкритим формам та достатньому міжлітерному інтервалу він однаково добре сприймається на різних екранах, включно з пристроями зі зниженою роздільною здатністю.



Рис. 12. Вигляд гарнітури

Його візуальні характеристики — сучасність, простота й структурованість — повністю узгоджуються з загальним стилем сервісу. Обрана гарнітура не тільки посилює впізнаваність бренду, а й допомагає створити зручну та інтуїтивно зрозумілу навігацію, що є критично важливим у цифрових продуктах, орієнтованих на швидкий доступ до інформації.

Ілюстрації

Фірмові ілюстрації та графічні елементи візуальної айдентики сервісу була доповнена авторськими ілюстраціями, що стали важливим інструментом емоційної комунікації та підтримки загального стилю. Вони використовуються у ключових зонах проєкту — на лендинговій сторінці, в інтерфейсі CMS-системи, а також у рекламних матеріалах, формуючи цілісний візуальний образ бренду Mosaic. Ілюстрації виконані в сучасному абстрактному стилі, з акцентом на яскраві кольори з фірмової палітри. Вони уособлюють ідеї відкритості, технологічності, гнучкості й зручності — саме ті асоціації, які важливо закріпити у свідомості користувача з першого візуального контакту. Завдяки мінімалістичному підходу та відсутності надлишкових деталей, ілюстрації легко масштабуються, адаптуються до різних екранів і не перевантажують інтерфейс.

1. З точки зору UX, вибрані ілюстрації виконують низку важливих функцій: Підвищують зрозумілість: метафоричні образи полегшують сприйняття

інформації та передають зміст окремих розділів або функцій без зайвих текстів.

2. Формують емоційний настрій: завдяки м'яким формам і теплим кольорам користувач з перших секунд відчуває дружню атмосферу.
3. Покращують орієнтацію: ілюстрації допомагають логічно структурувати контент, розставляючи візуальні акценти в ключових точках взаємодії. Підсилюють запам'ятовуваність бренду: завдяки єдиному ілюстративному стилю користувач легше асоціює візуальний образ із сервісом.

Доповненням до ілюстративної мови стали стильоутворювальні графічні елементи — геометричні примітиви та абстрактні форми, які використовуються у фонах, декоративних вставках і візуальних розділювачах. Вони не тільки підтримують загальну композиційну гармонію, а й символізують модульність, динамічність і адаптивність, закладені в концепцію Mosaic. Поєднання ілюстрацій та абстрактної графіки створює живий, динамічний візуальний простір, який водночас виглядає цілісно, технологічно та легко для сприйняття — саме так, як і має виглядати сучасний цифровий сервіс, орієнтований на користувача.

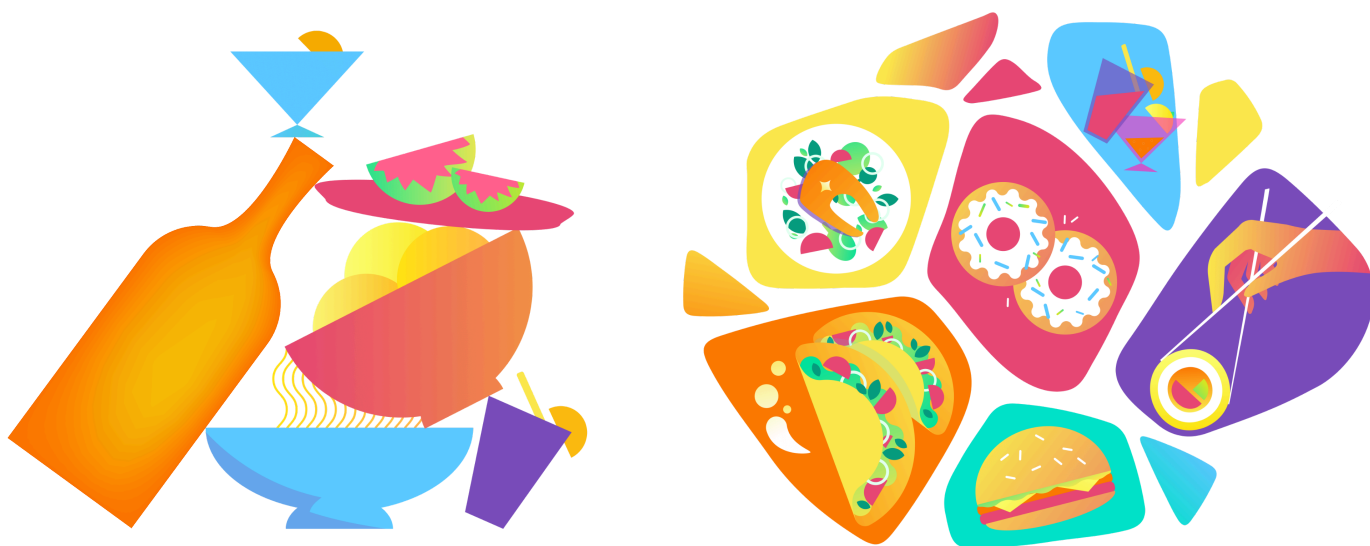


Рис. 13. Ілюстрації з CMS системи

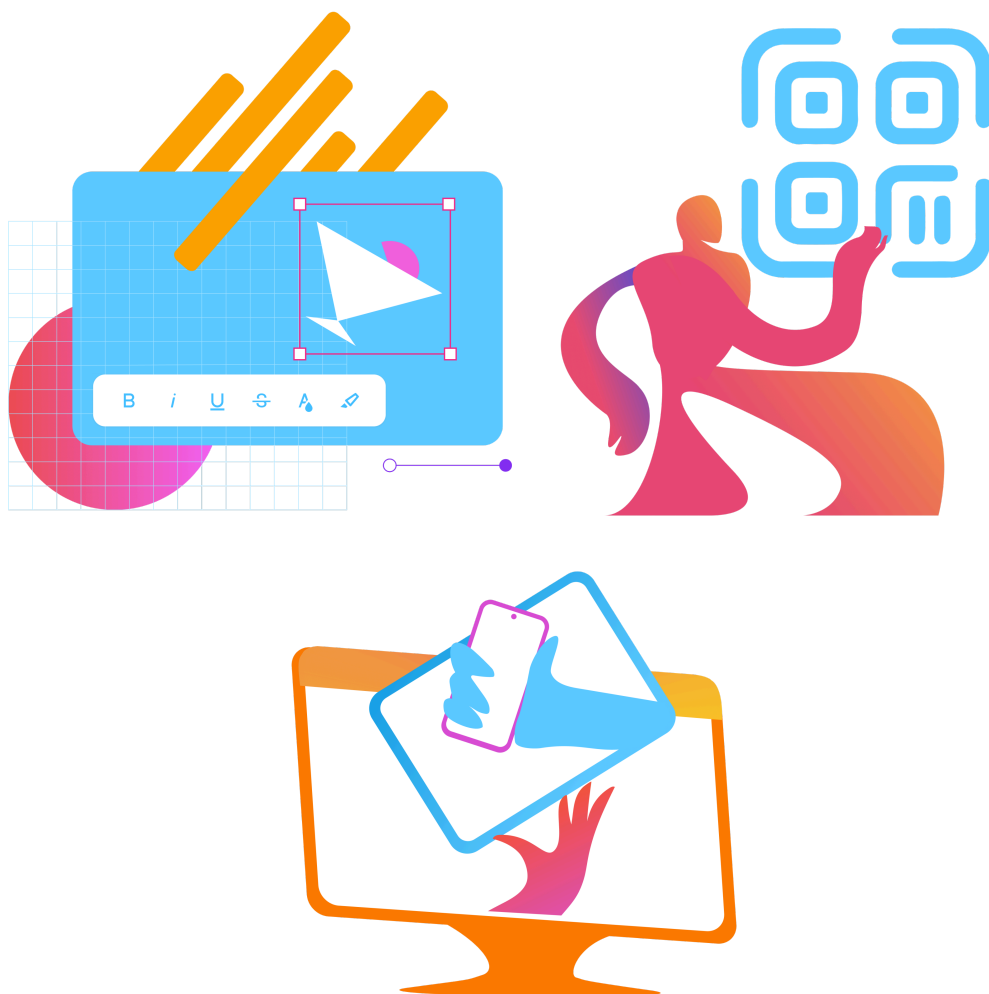


Рис. 14. Ілюстрації з головної строінки сервісу

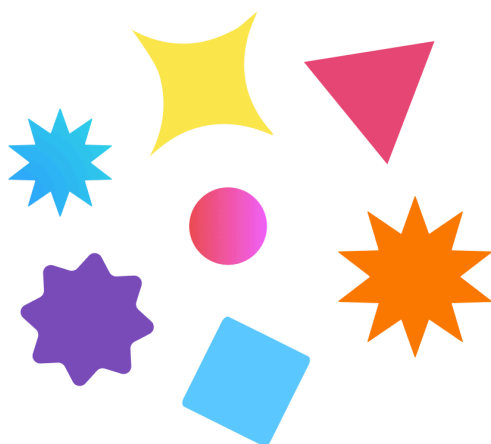


Рис. 15. Ілюстрації примітивів

Розділ V. UI Дизайн

Дизайн-система

Жоден сучасний цифровий продукт не обходиться без ідеї, структури та стандартизації. Саме тому для проєкту Mosaic було створено повноцінну дизайн-систему, яка стала не лише стилістичною основою, а й функціональним інструментом масштабування інтерфейсів.

- У нашому випадку система вирішувала конкретну задачу — об'єднати два продукти з різними призначеннями:
- мобільне меню, орієнтоване на гостей, з простим та інтуїтивним досвідом; конфігуратор (CMS), що є багаторівневою адмін-панеллю для власників закладів.

Щоб забезпечити логічну й візуальну цілісність між цими напрямками, була сформована уніфікована система візуальних та поведінкових патернів.

Структура дизайн-системи

Дизайн-система включає такі основні блоки:

Кольори

Градації системних кольорів були побудовані на основі double-complementary схеми. Це дозволяє гнучко працювати з темами, станами та контекстами.;

System colors

Primary Colors

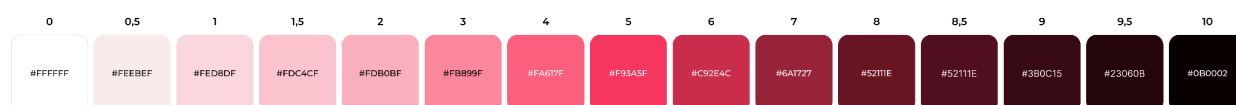


Neutral Colors

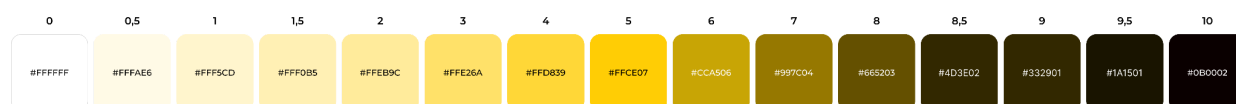


Supporting Colors

Destructive Colors



Warning Colors



Success Colors



Рис. 16. Кольорові градації

Шрифти

Для забезпечення зручності читання та візуальної ієрархії розроблено шрифтові градації, що включають різні розміри, варіації жирності (regular, medium, semi-bold, bold) та налаштування міжбуквенного інтервалу. Усі типографічні стилі адаптовані під різні типи пристроїв — мобільні, планшети та десктопи, що гарантує стабільне відображення тексту на будь-якому екрані. Такий підхід дозволяє зберігати читабельність і стилістичну цілісність інтерфейсу у всіх форматах.

Titles

Name	Weight	Size	Line height	Character
Display / Large	Bold	80px	88px	0%
Display / Medium	Semi-Bold	72px	80px	0%
Display / Small	Semi-Bold	64px	72px	0%

Headlines

Name	Weight	Size	Line height	Character
1 Heading	Semi-Bold	48px	54px	0%
2 Heading	Semi-Bold	40px	46px	0%
3 Heading	Medium	32px	38px	0%
4 Heading	Medium	28px	34px	0%
5 Heading	Medium	24px	30px	0%

Body

Name	Weight	Size	Line height	Character
Body / Extra Large	Medium	20px	24px	0%
Body / Large	Medium	18px	22px	0%
Body / Medium	Regular	16px	20px	0%
Body / Small	Regular	14px	18px	0%
Body / Extra Small	Medium	12px	16px	0%
Body / Tiny	Medium	10px	14px	0%

Рис. 17. Шрифтові градації з розмірною шкалою

Відступи та розміри

Система відступів побудована на кратності базового модулю 4px. Це забезпечує ритмічність і впорядкованість у сітці.

Основні розміри елементів: кнопки, інпутів, іконок — також стандартизовані та прив'язані до токенів.

Скруглення

Скруглення кутів: використовується фіксоване значення 12px для формування м'якого, сучасного стилю.

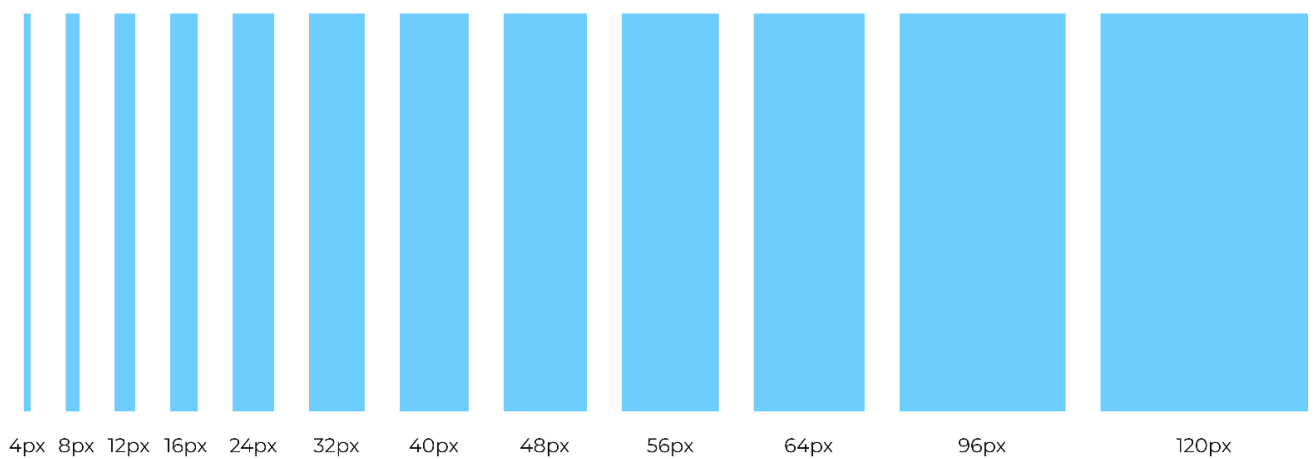
Тіні та прозорості

Помірні ефекти box-shadow і blur, які додають глибини, але не перевантажують інтерфейс.

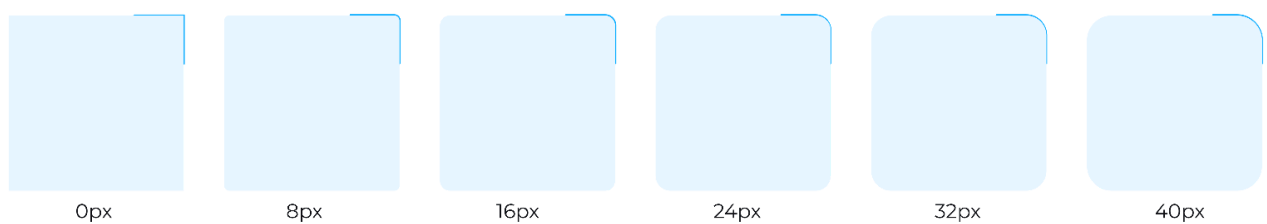
Shadows



Spacing



Radius



Borders

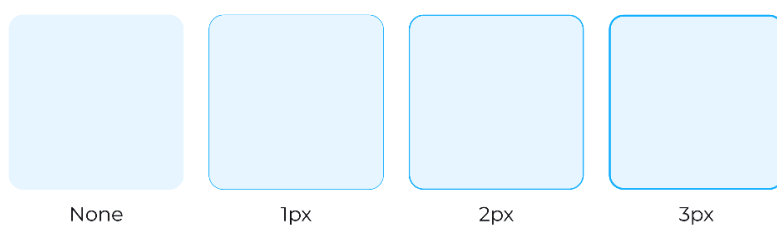


Рис. 18. Система відступів та ефектів

Сімки

1440 x 1024

12 Column Grid
Type Center
Gutter 16
Width 96

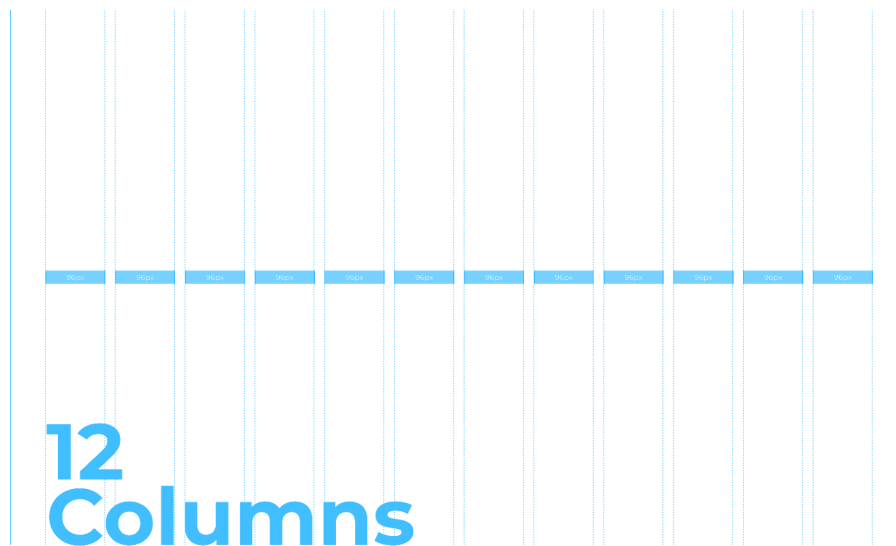
768 x 1024

8 Column Grid
Type Center
Gutter 16
Width 86

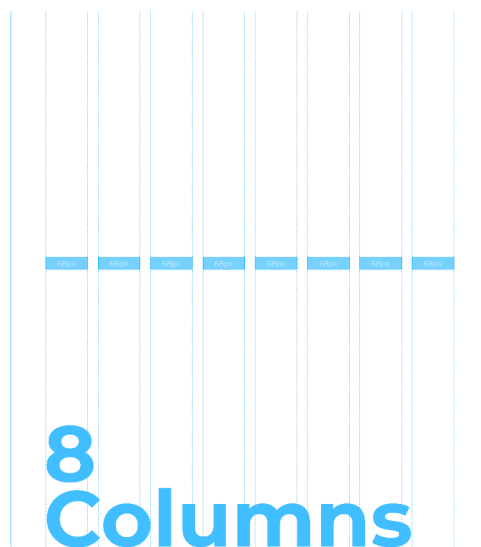
320 x 568

4 Column Grid
Type Center
Gutter 16
Width 56

Desktop 1440 px



Tablet 768 px



Mobile 390 px

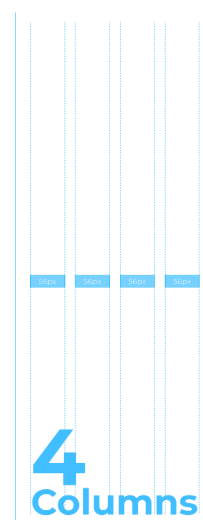
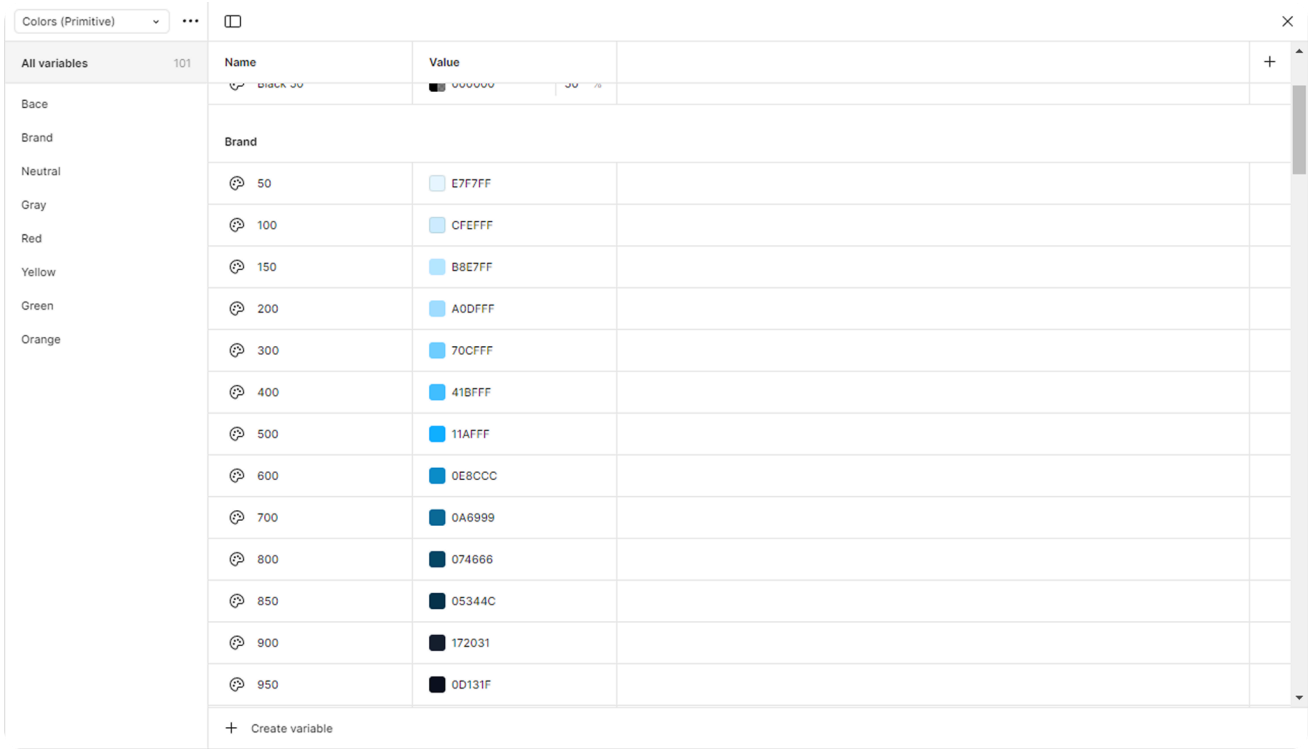


Рис. 19. Система сіток

Токенізація

Для стандартизації стилів та їх ефективного масштабування була реалізована система токенів через Figma Variables.

Примітивні токени: кольори, типографіка, відступи, скруглення — усе, що формує основу стилістики.



All variables	101	Name	Value	
Bace		Brand		
Brand		50	E7F7FF	
Neutral		100	CFEFFF	
Gray		150	B8E7FF	
Red		200	A0DFFF	
Yellow		300	70CFFF	
Green		400	41BFFF	
Orange		500	11AFFF	
		600	0E8CCC	
		700	0A6999	
		800	074666	
		850	05344C	
		900	172031	
		950	0D131F	
		+ Create variable		

Рис. 20. Приклад примітивних токенів на прикладі кольорів

Семантичні токени: інтерпретація примітивів відповідно до ролі — наприклад, PrimaryText, SurfaceBackground, AccentBorder, ErrorColor. Завдяки цьому інтерфейс зберігає логіку та адаптивність незалежно від теми чи контексту.

Name	Light	Dark
Token colors / bg / Brand		
primary	Gray/0	Brand/1000
secondary	Gray/0	Brand/950
tertiary	Brand/800	FFFFFF
default	Brand/500	Brand/600
hover	Brand/400	Brand/500
active	Brand/300	Brand/400
default-secondary	Gray/0	Brand/950
hover-secondary	Brand/50	Brand/900
active-secondary	Brand/100	Brand/850
default-tertiary	Gray/0	Brand/950
hover-tertiary	Gray/0	Brand/950
active-tertiary	Brand/50	Brand/850
disable	Brand/50	Brand/950
focus	Brand/150	Brand/800
Color	FFFFFF	FFFFFF

Рис. 21. Приклад семантичних токенів на прикладі кольорів

Темна тема Одним із ключових досягнень дизайн-системи стало впровадження темної теми. Завдяки токенізації, ми змогли задати окремі значення для кожного стилю без необхідності змінювати компоненти вручну. Перемикання теми відбувається на рівні значень токенів, що:

- економить час у розробці та тестуванні,
- забезпечує візуальну узгодженість між світлим і темним варіантом інтерфейсу,
- створює гнучку основу для майбутніх оновлень.

Таким чином, дизайн-система проєкту Mosaic — це не лише набір стилів, а інструмент стратегічного управління інтерфейсом, який забезпечив цілісність, масштабованість і ефективну командну роботу в рамках складного цифрового продукту.

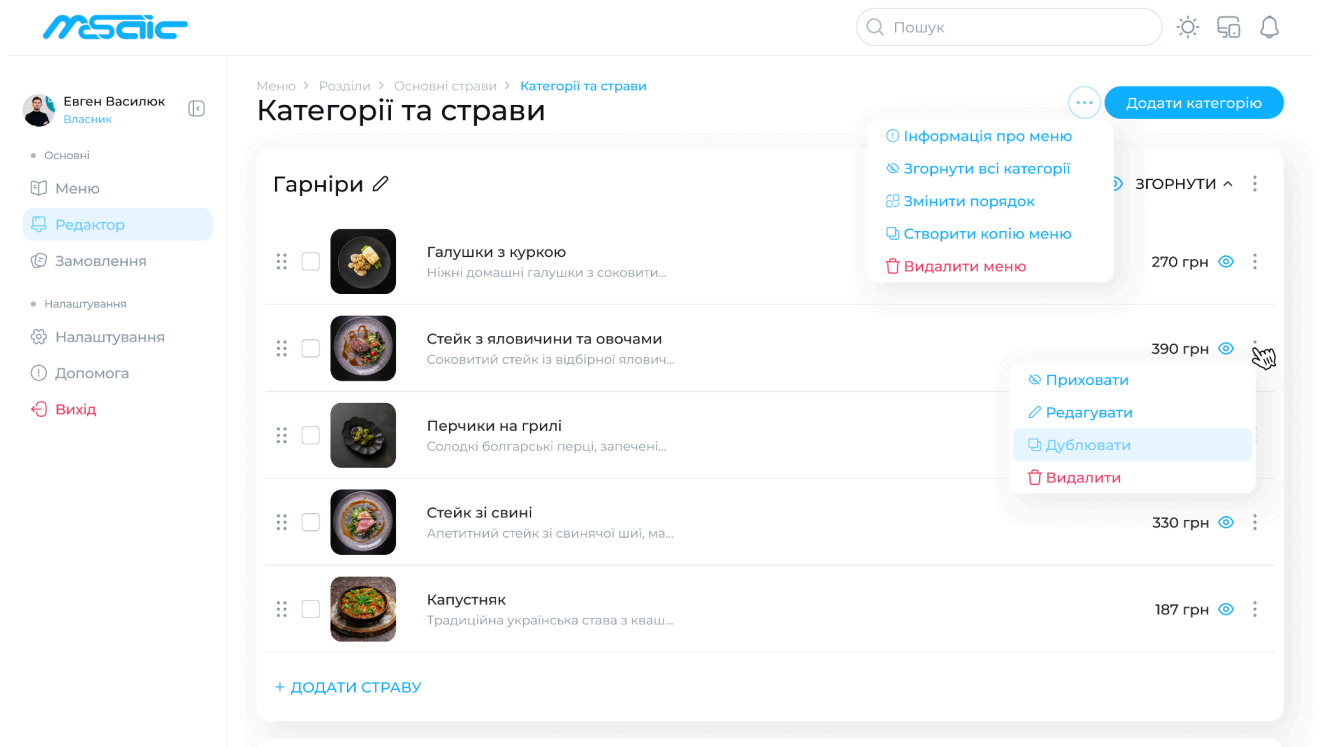
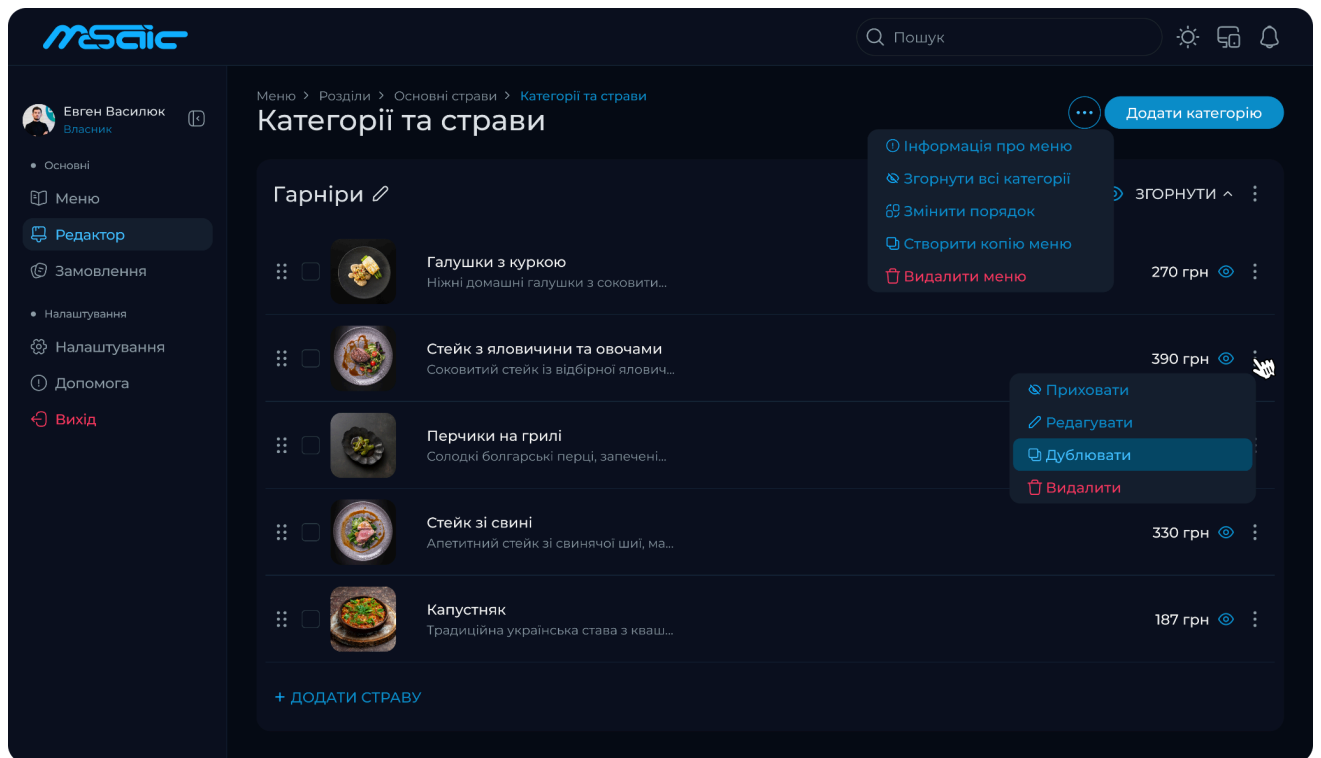


Рис. 22. Приклад екрану з урахування токенизації (світла/темна тема)

UI Kit та принцип Atomic Design

Для проєкту Mosaic було створено повноцінний UI Kit, що став основою візуальної системи інтерфейсів та гарантією цілісності при масштабуванні продукту. Розробка інтерфейсних компонентів відбувалася за методологією

Atomic Design, яка дозволяє побудувати систему з найпростіших одиниць до повноцінних сторінок. Структура UI Kit охоплює п'ять рівнів:

1. Атоми — найменші елементи, що не піддаються подальшому поділу: кольори, шрифти, іконки, відступи, кнопки, поля вводу.
2. Молекули — прості комбінації атомів, наприклад: кнопка з іконкою, текстове поле з підписом.
3. Організми — функціональні блоки: картки товарів, блоки навігації, списки категорій, форми.
4. Шаблони — компоновальні сітки сторінок, які визначають розміщення організмів та їх поведінку.
5. Сторінки — фінальні екрани з реальним контентом, які відображають повний вигляд інтерфейсу.

Поділ на два UI Kit-и

Через наявність двох цільових напрямів проєкту, було створено два окремі UI Kit-и:

1. UI Kit для CMS-системи (конфігуратора меню) Спрямований на власників і адміністраторів закладів, які керують меню, замовленнями та статистикою. Основний акцент — на функціональність, структурованість і масштабованість інтерфейсу. Компоненти мають чітку сітку, помірні контрасти, інформативні стани, а також гнучку систему фільтрів, таблиць та форм.

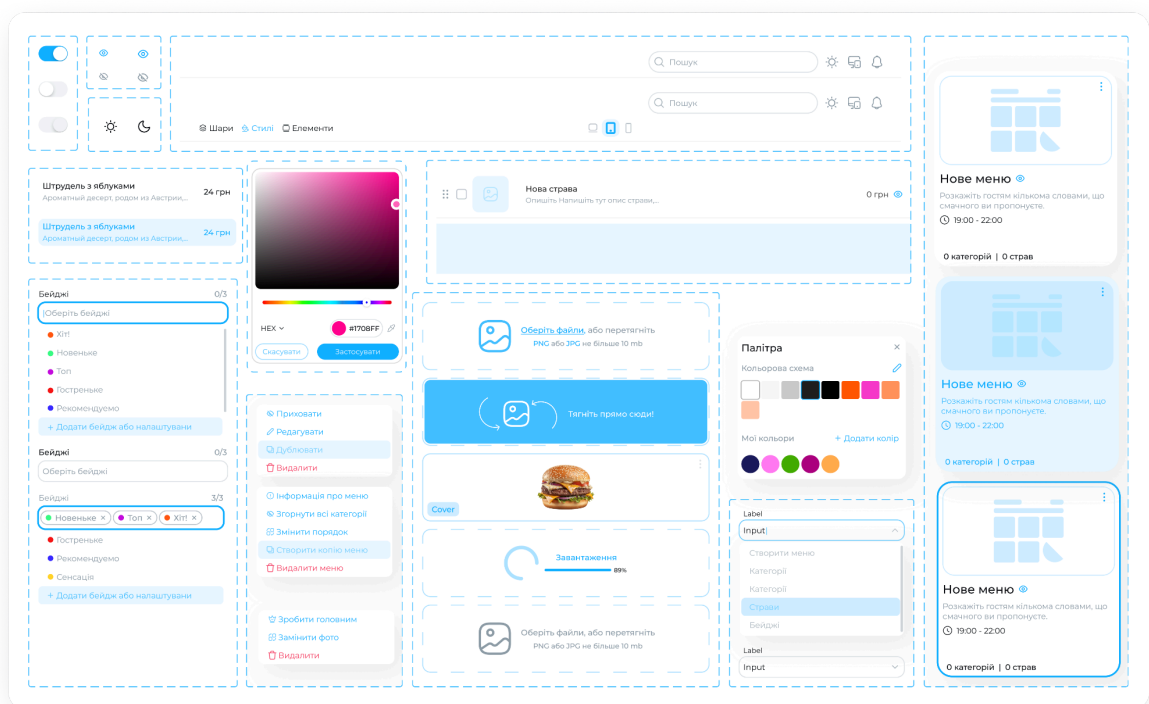


Рис. 23. UI Kit для CMS-системи

2. UI Kit для мобільного меню (інтерфейс для відвідувачів) Орієнтований на звичайного користувача, що взаємодіє із меню на смартфоні. Візуальний стиль — легкий, інтуїтивний і доступний. Компоненти мають велику зону натискання, просту навігацію, акцентовані кнопки і логічну ієрархію елементів.

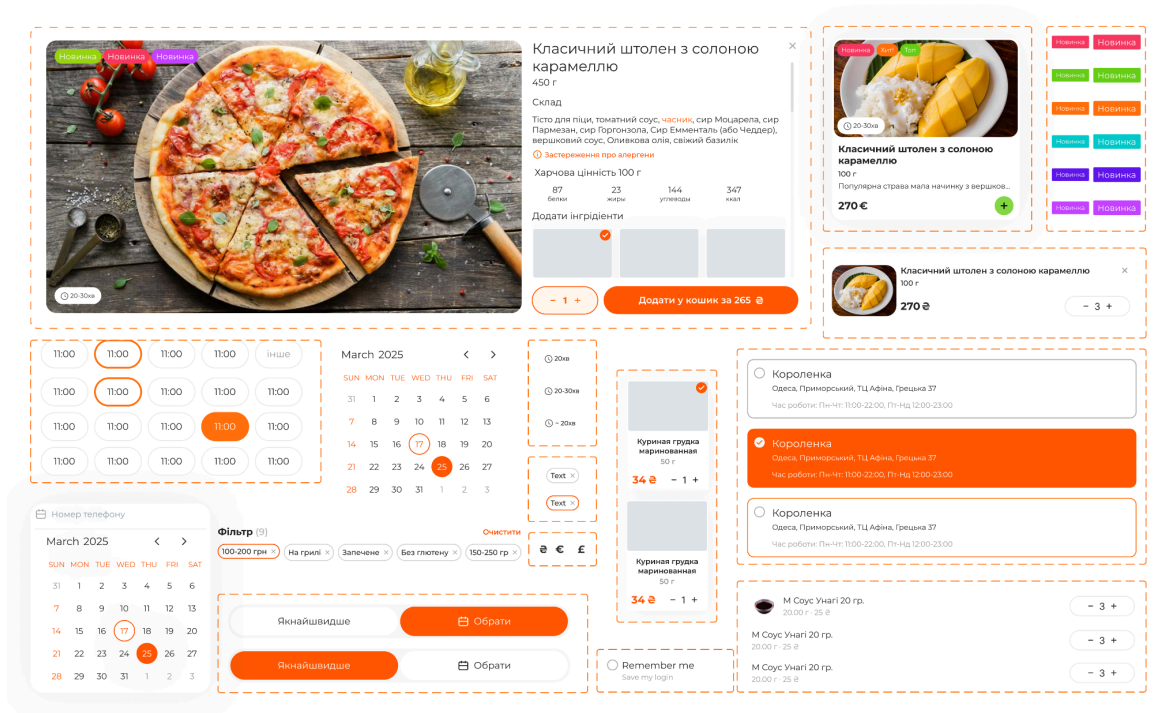


Рис. 24. UI Kit для мобільного меню

Переваги такого підходу Завдяки Atomic Design та розділенню UI Kit-ів:

- Вдалося максимально адаптувати інтерфейси під цільові аудиторії;
- Зберегти стилістичну цілісність і спільну логіку;
- Забезпечити гнучкість у розробці та можливість подальшого масштабування;
- створити уніфікований досвід взаємодії з системою на різних рівнях доступу.

Дизайн макетів

Макети інтерфейсів у Figma були створені відповідно до попередньо розробленого UI Kit, що забезпечив візуальну цілісність і стилістичну узгодженість усіх елементів. Нижче наведено приклади.

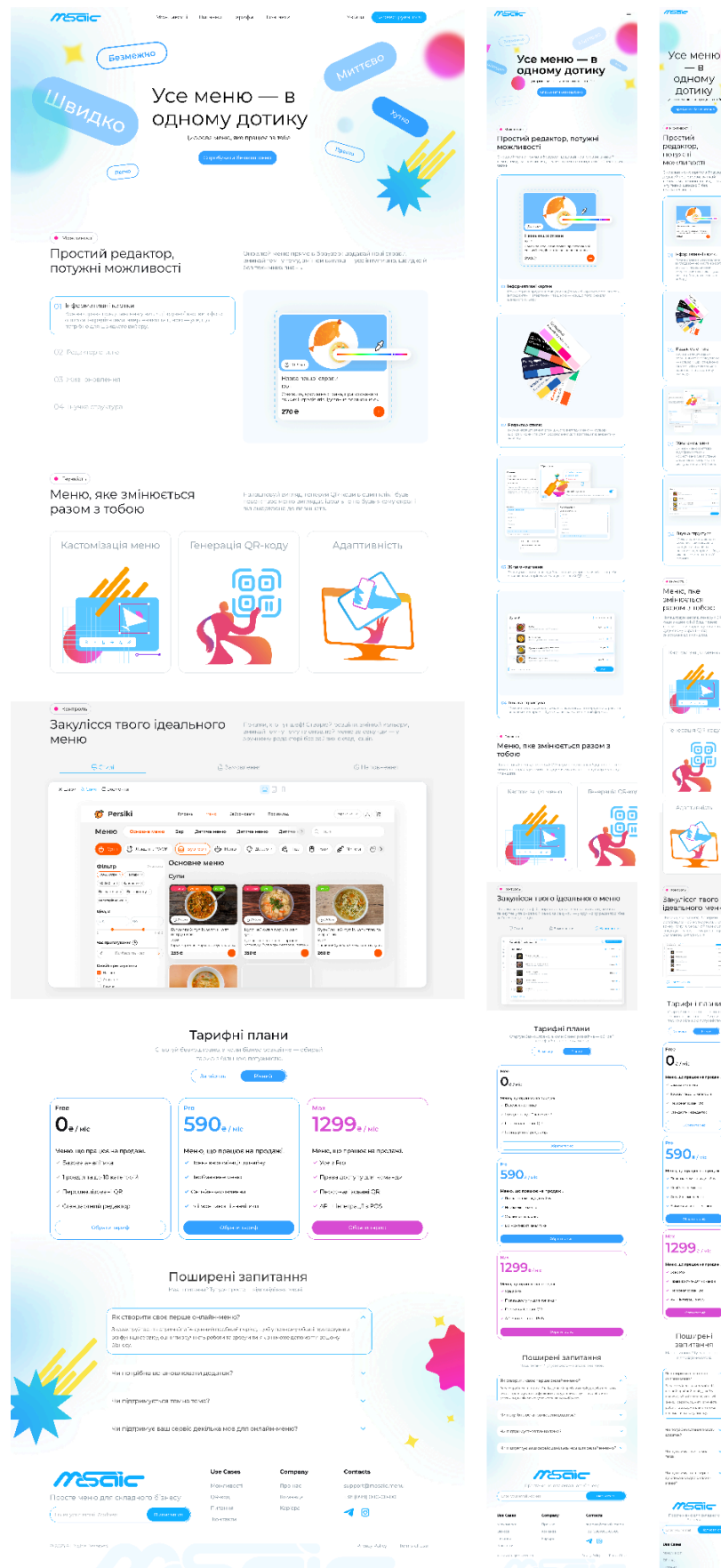


Рис. 25. Макети лендінга

CMS система

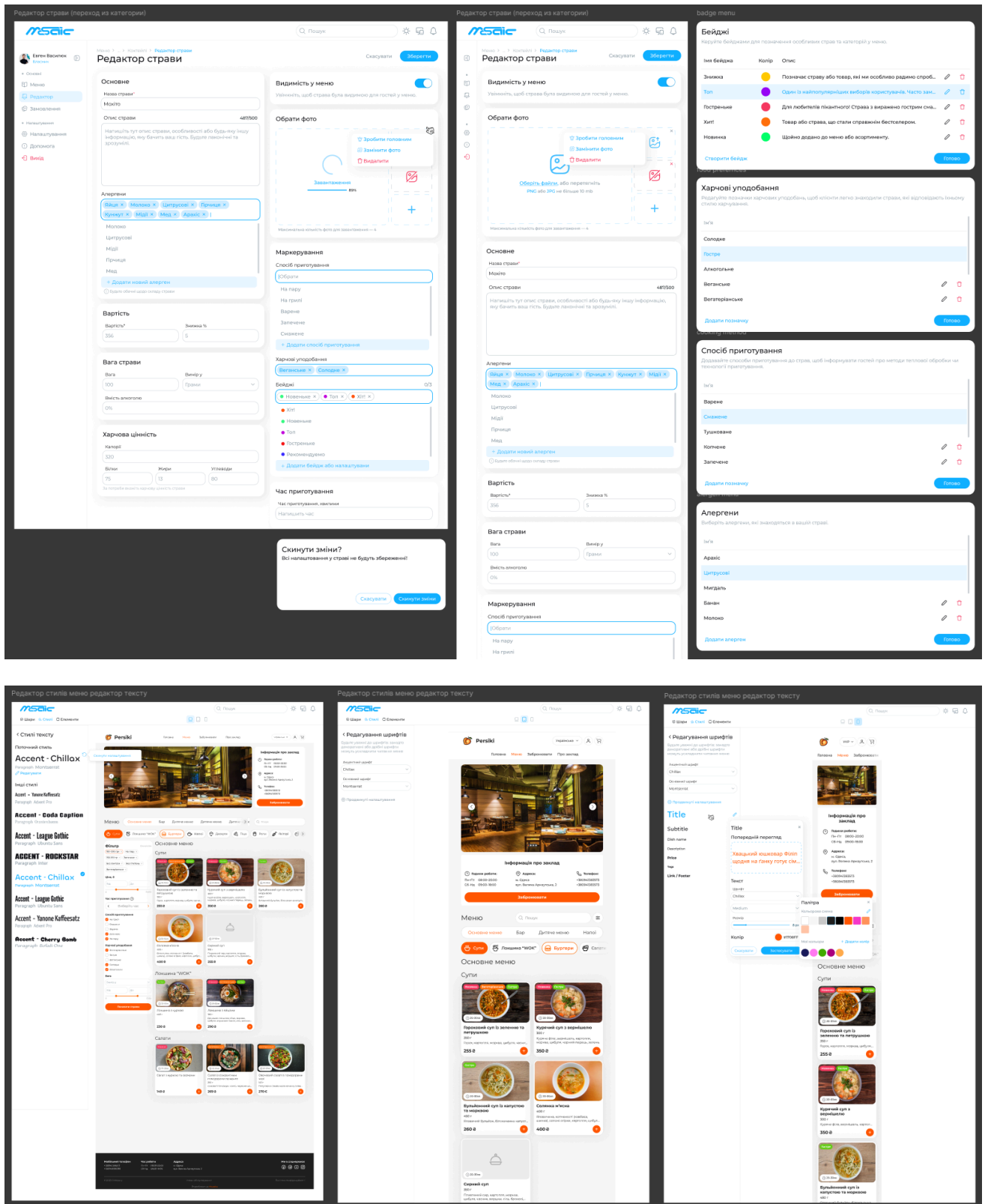


Рис. 26. Приклади макетів CMS

Критичний аналіз і висновки

Щоб досягти результату, який відповідав високим очікуванням з самого початку розробки, потрібно було не просто організувати робочі процеси — ми мали створити чітку, злагоджену та прозору систему взаємодії. Саме тому ми обрали Plane.so — платформу, яка допомогла перетворити хаотичні задачі в керований процес, розподілити ролі, закріпити відповідальність та контролювати дедлайни без втрати якості.

Кожен член команди відчував себе невіддільною частиною проєкту: внесок кожного напряму впливав на результат. Завдяки злагодженій роботі ми змогли реалізувати повноцінну цифрову систему — від фундаментальної архітектури та UI-дизайну до функціональної CMS і клієнтського інтерфейсу — з єдиною логікою, візуальною мовою та увагою до деталей.

Ми не просто створили ще один сервіс — ми врахували недоліки конкурентів і покращили ключові аспекти платформи:

- Впровадили інтуїтивну систему навігації для CMS і мобільного меню — швидкий доступ до потрібного в один клік;
- Додали світлу та темну теми для зручності роботи в різний час доби;
- Побудували масштабовану дизайн-систему з токенами, шрифтами, кольорами й стилями — це забезпечило цілісність і швидкість адаптації;
- Подбали про доступність інтерфейсу для користувачів з різними потребами;
- Реалізували кастомізацію меню: власники можуть гнучко керувати розділами, категоріями, стравами, алергенами та іншими важливими параметрами для ресторанного бізнесу.

Таким чином, результат — це не просто продукт, а системне рішення, яке відповідає реальним запитам і підприємців, і відвідувачів.

Плани на майбутнє

Після завершення основного етапу розробки команда не зупиняється на досягнутому. У подальших оновленнях передбачено покращення дизайну системи з урахуванням зручності для користувачів, сучасних трендів та запитів бізнесу. Зокрема, планується:

Розробити окремий дизайн мобільного застосунку CMS

Розробка окремого дизайну мобільного застосунку з урахуванням особливостей керування меню, статистикою, повідомленнями та замовленнями.

Покращення взаємодії через мікро-анімації

Додати анімації для підказок, підтвердження, або міні-гайдів для користування системою.

Дизайн-модуль для сезонних оформлень

Швидка зміна стилю меню до свят.

Розробити персональний кабінет, сторінки для користувача

Планується створення окремого інтерфейсу, де користувачі зможуть переглядати історію замовлення, вказувати харчові уподобання, передивлятися рекомендовані заклади, а також з легкістю знаходити схожі до вподоби страви.

Заплановані кроки розвитку системи спрямовані на розширення функціональності, підвищення рівня персоналізації та покращення користувацького досвіду. Реалізація зазначених планів дозволить системі залишатися актуальною, конкурентоспроможною та зручною для широкого кола користувачів — як власників закладів, так і їхніх клієнтів.

Використані ресурси

№	Ресурс	Посилання	Ступінь запозичення
1	Chat GPT	https://chatgpt.com	Використовувався для уточнення формулювань, генерації ідей назв, блоків лендингу та структури презентаційних матеріалів.
2	Behance	https://www.behance.net	Використовувався для пошуку візуальних референсів і прикладів побудови сучасних UI-рішень у сфері цифрових

			сервісів.
3	Dribbble	https://dribbble.com/	Використовувався у доборі стилістичних рішень для інтерфейсних елементів (кнопок, карток, форм), а також у виборі кольорових схем.
4	YouTube	https://www.youtube.com/	Використовувався для ознайомлення з практичними прикладами взаємодії користувачів із цифровими меню та конфігураторами.
5	Choice QR	https://choiceqr.com/uk/	Слугував головним орієнтиром серед функціональних аналогів: вивчено структуру CMS, логіку редагування меню, адаптивність інтерфейсу.
6	Stravopys	https://stravopys.com/uk	Допоміг зрозуміти методи розділення меню на логічні секції, що покращило навігацію і спрощення пошуку страв у системі.
7	Oddmenu	https://oddmenu.com/uk	Сприяв розумінню типових підходів до створення цифрових меню.
8	Poster POS	https://joinposter.com/ua	Був корисним для ознайомлення з можливостями адміністрування: замовлення, статистика, управління вмістом.
9	Elementor	https://elementor.com/	Використовувався для ознайомлення з інструментами налаштування стилю сайту.
10	Wordpress	https://wordpress.com	Слугував джерелом знань про організацію та редагування контенту в системі.
11	Material Design	https://m3.material.io/	Використовувався як основа для формування принципів побудови інтерфейсу проєкту. Цей

			дизайн-гайдлайн допоміг забезпечити зручність, логічність та послідовність у розташуванні елементів, а також підтримку адаптивності на різних пристроях.
12	Human Interface Guidelines	https://developer.apple.com	Застосовувалися для врахування специфіки взаємодії користувача з інтерфейсом. Ці рекомендації допомогли створити інтуїтивний і приємний користувацький досвід із урахуванням кращих практик UI/UX дизайну.
13	Pinterest	https://ru.pinterest.com/	Використовувався на етапі пошуку moodboard та атмосферних референсів, що сформували настрій проекту.
14	Restaurant dive	https://www.restaurantdive.com	Статті допомогли сформулювати загальне уявлення про роль технологій у сучасному ресторанному сервісі. Використання обмежувалося контекстом для підкріплення актуальності теми.
15	Qr Code Chimp	https://uk.qrcodechimp.com/qr-code-statistics	Інформація з цього ресурсу була використана для уточнення поширеності та зручності використання QR-меню з боку кінцевих користувачів. Ці дані допомогли окреслити очікування споживачів і переваги, які дає цифрове меню. Запозичення носило аналітичний, оглядовий характер.
16	Forbes	https://forbes.ua	Джерело використовувалося для формування загального контексту і підкріплення змін у сфері ресторанного обслуговування. Дані не були перенесені безпосередньо, а

			переформульовані для підтвердження трендів.
17	Join poster	https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy	Матеріали були застосовані для розуміння внутрішніх процесів автоматизації у ресторанах, а також для опису переваг, які отримують заклади від цифровізації. Ці дані стали в нагоді при описі вигід для адміністраторів та керівників закладів.

Програмне забезпечення

№	Ресурс	Посилання	Ступінь запозичення
1	Figma	https://www.figma.com/	Використовувалась як основний інструмент для створення UI/UX макетів, прототипів і дизайн-системи, включаючи токенизацію стилів для швидкої адаптації кольорів і шрифтів.
1.1	Color Shades	https://www.figma.com/community/plugin/929607085343688745/color-shades	Застосовувався для створення градацій кольорів і відтінків у палітрі проєкту.
1.2	LottieFiles	https://www.figma.com/community/plugin/809860933081065308/lottiefiles-create-animations-export-from-figma-to-lottie	Застосовувався для створення та інтеграції анімованої графіки у інтерфейс, що підвищувало залученість користувачів та покращило візуальну динаміку проєкту.
1.3	OKLCH Color Variations	https://www.figma.com/community/plugin/1261721955648857186/oklch-color-variations	Використовувався для точного підбору та корекції кольорових палітр із врахуванням сприйняття кольорів людиною, що забезпечило гармонійність

			і комфорт при використанні системи.
1.4	Iconify	https://www.figma.com/community/plugin/735098390272716381/iconify	Служив джерелом широкого набору векторних іконок, які застосовувалися в інтерфейсі
2	Adobe Illustrator	https://www.adobe.com/ua/products/illustrator	Використовувався для створення векторної графіки, логотипів та складних ілюстрацій, що стали частиною брендового стилю проєкту.
3	Adobe Photoshop	https://www.adobe.com/ua/products/photoshop	Застосовувався для обробки растрових зображень і візуальних матеріалів, необхідних для оформлення інтерфейсу.
4	Adobe After Effects	https://www.adobe.com/ua/products/aftereffects	Застосовувався для створення анімованих елементів інтерфейсу та відео презентаційних матеріалів.

