

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Тема: « UI/UX дизайн вебсайту для піцерії з інтерактивним меню та підбором
комбо-наборів»

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Спеціальність – 122 «Комп’ютерні науки»
Освітня програма «Комп’ютерні науки»

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Виконав: здобувач 4 курсу
групи КН-22

Олександр ЛЕЩЕНКО

Керівник: викладач кафедри інформаційного
менеджменту, математики та
статистики

Олег МУШИНСЬКИЙ

Засвідчую, що кваліфікаційна
робота оформлена відповідно
до ДСТУ 3008:2015 та не
містить запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань.

Здобувач: _____

(підпис)

м. Київ – 2026 рік

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

завідувач кафедри комп'ютерних наук

_____ Сергій МІЧКІВСЬКИЙ

«__» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Лещенко Олександр Едуардович

Тема роботи	UI/UX дизайн вебсайту для піцерії з інтерактивним меню та підбором комбо-наборів
Номер та дата наказу про затвердження теми	№ 133-7 від 22 грудня 2025 року
Коротка постановка завдання	Проектування UI/UX дизайн веб-сайту для піцерії з інтерактивним меню та підбором комбо-наборів
Посилання на джерела інформації (не більше п'яти найменувань, які рекомендує науковий керівник)	1. Cherkasov D., Kuznetsova Yu. Experimental evaluation of modern UI/UX design tools as a component of project management. Information systems and innovative technologies in project and program management: collective monograph. Riga: ISMA, 2025. P. 47-70. DOI: https://doi.org/10.30837/MMP.2025.047
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачити теоретичне, системотехнічне або експериментальне дослідження складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми в галузі комп'ютерних наук, яке характеризується комплексністю та невизначеністю умов і потребує застосування теорій і методів інформаційних технологій.

Дата видачі завдання 27 грудня 2025 р.

Керівник

Олег МУШИНСЬКИЙ

Здобувач освітнього ступеня бакалавра

Олександр ЛЕЩЕНКО

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання	Примітка
Підготовчий етап			
1	Вибір напрямку дослідження	01.12.2025 р.	виконано
2	Формування теми та призначення керівника	15.12.2025 р.	виконано
3	Затвердження теми кваліфікаційної роботи	22.12.2025 р.	виконано
4	Затвердження завдання на кваліфікаційну роботу	26.12.2025 р.	виконано
Основний етап			
5	Розробка концепції кваліфікаційної роботи	23.01.2026 р.	виконано
6	Підбір та вивчення джерел інформації з напрямку дослідження. Огляд існуючих аналогів	13.03.2026 р.	виконано
7	Затвердження розширеної постановки завдання. Підготовка та подання керівникові розділу 1 кваліфікаційної роботи	20.03.2026 р.	виконано
8	Проектування. Підготовка та подання керівникові розділу 2 кваліфікаційної роботи	27.03.2026 р.	виконано
9	Підготовка доповіді для експертизи стану виконання кваліфікаційної роботи (проміжний контроль)	30.03-04.04.2026 р.	виконано
10	Реалізація. Підготовка та подання керівникові розділу 3 кваліфікаційної роботи	06.04.2026 р.	виконано
11	Підготовка та подання керівнику першого варіанту всієї кваліфікаційної роботи	13.04.2026 р.	виконано
12	Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахуванням зауважень керівника та представлення керівникові доопрацьованого варіанту кваліфікаційної роботи	20.04.2026 р.	виконано
Завершальний етап			
13	Представлення рукопису для перевірки на плагіат	27.04-03.05.2026 р.	виконано
14	Підготовка презентації та доповіді на передзахист	04.05-10.05.2026 р.	виконано
15	Передзахист кваліфікаційної роботи	11.05-15.05.2026 р.	виконано
16	Доопрацювання роботи за результатами передзахисту	18.05-05.06.2026 р.	виконано
17	Експертиза роботи керівником та зовнішнім експертом	08.06-14.06.2026 р.	виконано
18	Доопрацювання доповіді та презентації для захисту	08.06-14.06.2026 р.	виконано
19	Захист кваліфікаційної роботи	15.06-21.06.2026 р.	виконано

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ З РОЗРОБКИ UX/UI ДИЗАЙНУ	7
1.1 Опис предметної області	7
1.2 Аналіз конкурентних потенційних переваг UI/UX дизайн	8
1.3 Постановка задачі	12
Висновок до розділу 1	13
РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТУВАННЯ UI/UX ДИЗАЙНУ ПРОДУКТУ	14
2.1 Інформаційна архітектура	14
2.2 Моделювання поведінки UI/UX дизайну	17
2.3 Моделювання структури UI/UX.....	20
Висновок до 2 розділу	22
РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ UI/UX ДИЗАЙНУ ПРОДУКТУ	23
3.1 Прототипування UI/UX дизайну продукту	23
Висновок до розділу 3	33
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ТА ПОСИЛАННЯ.....	35

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогоднішній день онлайн-замовлення їжі стало звичайною частиною повсякденного життя. Люди не хочуть витратити час на похід у заклади, тому користуються сайтами або веб сервісами для замовлення їжі.

Особливо це стосується піцерій, де замовлення часто робиться швидко і без довгих роздумів. Але під час використання таких сайтів можна помітити, що не всі вони зручні. Часто меню виглядає перевантаженим, складно знайти потрібну позицію, а сам процес оформлення замовлення займає більше часу, ніж очікується.

Значна кількість вебсайтів закладів харчування має незручний або застарілий інтерфейс, що ускладнює процес онлайн-замовлення. Це призводить до труднощів у навігації, збільшує час пошуку потрібних страв і може зменшувати кількість замовлень.

Мета дослідження – розробити сучасний та зручний UI/UX дизайн вебсайту піцерії, який забезпечить простий процес замовлення, покращить взаємодію користувача із сайтом та сприятиме підвищенню ефективності сервісу.

Завдання дослідження:

- визначити основні недоліки існуючих UX/UI рішень у сфері онлайн-замовлення їжі;
- проаналізувати сучасні підходи до веб-дизайну;
- розробити інтерфейс вебсайту піцерії з урахуванням зручності та простоти використання.

Об’єкт дослідження сфера онлайн-замовлення їжі та взаємодія користувача з інтерфейсом вебсайту.

Предмет дослідження розробка прототипу вебсайту піцерії для онлайн-замовлення їжі.

Практична цінність проєкту полягає у розробці прототипу вебсайту піцерії з інтерфейсом, що забезпечує зручний процес вибору та замовлення страв.

Структура та обсяг пояснювальної записки. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Пояснювальна записка містить таблиці та рисунки. Загальний обсяг роботи становить 36 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ З РОЗРОБКИ UX/UI ДИЗАЙНУ

1.1 Опис предметної області

У даній роботі розглядається сфера онлайн-замовлення їжі, а саме сайти піцерій. На сьогодні більшість людей замовляють їжу через інтернет, оскільки це швидко та зручно. Особливо це актуально для студентів та людей, які не мають багато часу на приготування їжі.

Сайти піцерій зазвичай мають схожий функціонал: користувач заходить на сайт, обирає піцу, додає її до кошика та оформлює замовлення. Але на практиці не всі сайти є зручними. Часто зустрічаються проблеми з навігацією, перевантажений інтерфейс або складний процес оформлення замовлення.

Основними користувачами таких сервісів є:

- молодь;
- працюючі люди;
- сім'ї, які замовляють їжу додому.

Також у системі присутні адміністратори, які обробляють замовлення та контролюють роботу сервісу.

У цій предметній області важливо зробити акцент саме на зручності користування сайтом. Якщо користувачеві складно або незрозуміло, як зробити замовлення, він швидко покине сайт.

Для більш глибокого розуміння поведінки користувачів було застосовано метод побудови карти емпатії (рис 1.1). Даний метод дозволяє визначити, як саме користувач взаємодіє із системою, що він думає, відчуває та які труднощі можуть виникати під час використання сайту.

У якості користувача було обрано людину, яка регулярно замовляє їжу онлайн та цінує швидкість і простоту сервісу.

В результаті аналізу було визначено наступні характеристики користувача:

- користувач прагне швидко знайти необхідний товар та оформити замовлення без зайвих дій;
- звертає увагу на візуальне оформлення та зручність інтерфейсу;
- очікує отримати повну інформацію про товар, зокрема його склад;
- може відчувати труднощі у випадку складної навігації або перевантаженого інтерфейсу;
- надає перевагу сайтам, де процес замовлення є простим та зрозумілим.

Таким чином, використання карти емпатії дозволило краще зрозуміти потреби користувачів та врахувати їх під час розробки інтерфейсу вебсайту піцерії.



Рисунок 1.1 – Мапа емпатії

Джерело: розроблено автором

1.2 Аналіз конкурентних потенційних переваг UI/UX дизайн

Для дослідження було обрано три популярні сервіси: Domino's Pizza, Pizzahouse та Il Molino.

Щоб сайт піцерії був успішним, він має відрізнятись від інших. Зараз багато подібних сервісів, тому важливо зробити щось простіше і зручніше.

Можна виділити такі основні переваги:

- простий і зрозумілий інтерфейс без зайвих елементів;
- швидке оформлення замовлення без довгих форм;
- можливість змінювати склад піци;
- приємний дизайн, який не дратує очі;
- логічна структура сайту, щоб все було на своїх місцях.

Як показує практика, навіть якщо функції у всіх сайтів однакові, користувачі обирають той, де зручніше користуватись.

Domino's Pizza має простий інтерфейс який дозволяє користувачу орієнтуватися в структурі сайту та швидко знаходити необхідну інформацію. До переваг можна віднести швидку доставку, наявність акцій та можливість самостійно змінювати склад піци, що позитивно впливає на користувацький досвід. Також представлений великий вибір продукції.

Проте серед недоліків можна відзначити те, що сайт не всюди адаптований під мобільні пристрої, що ускладнює користування зі смартфона та знижує комфорт взаємодії для користувача.

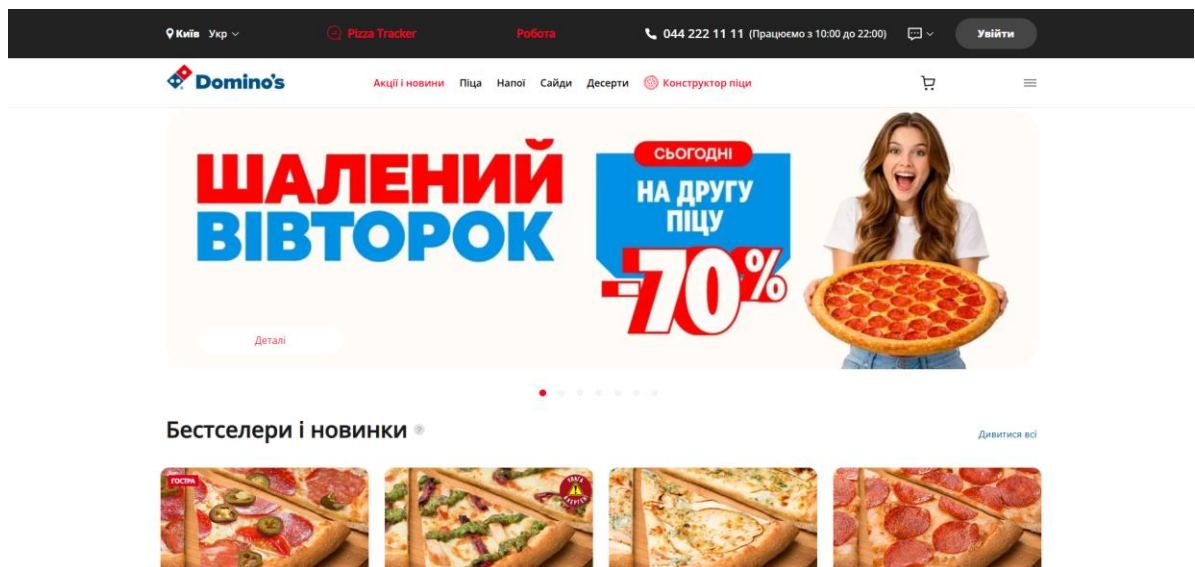


Рисунок 1.2 – Domino's Pizza

Джерело: [1]

Pizzahouse відрізняється широким асортиментом та привабливою ціновою політикою. На сайті представлено великий асортимент їжі та напоїв.

Також сайт має зрозумілу структуру сайту, де основні позиції розміщені логічно, що дозволяє знайти потрібну категорію без зайвих рухів. Також є можливість редагувати склад піци яку замовляє. Однак на деяких сторінках сайт погано адаптується під мобільні пристрої, що негативно впливає на зручність використання.

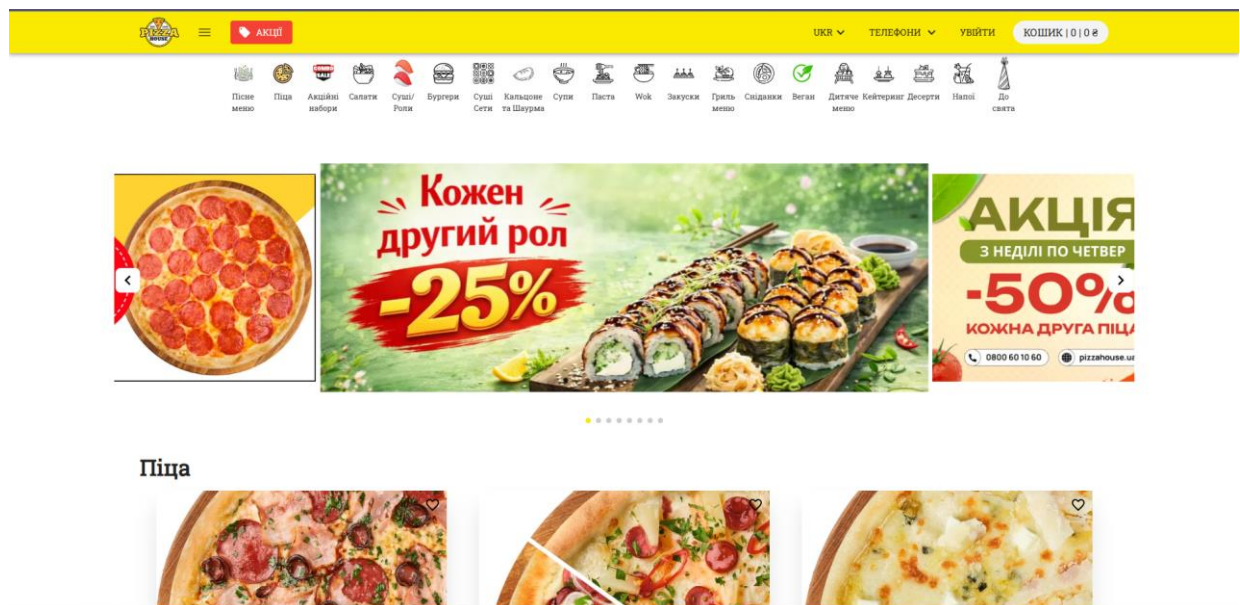


Рисунок 1.3 – Pizzahouse

Джерело: [2]

П Molino має приємний та сучасний стиль, який створює позитивне перше враження та сприяє комфортній взаємодії користувача з сайтом. Особливою частиною дизайну цього сайту є оформлення карток товару, які містять основну інформацію про страву, її склад та вартість. Асортимент продукції є достатньо великим і включає різні види піци, напоїв та додаткових страв

Але у процесі аналізу конкурентів було виявлено проблему фотографій в карточках товару. А саме якість цих фото не відповідає сучасним вимогам та очікуванням користувачів.

Проведений аналіз конкурентів показав, що існуючі вебсайти мають як переваги, так і недоліки. Основними проблемами є недостатня адаптація під мобільні пристрої, перевантажений інтерфейс та низька якість візуального контенту.

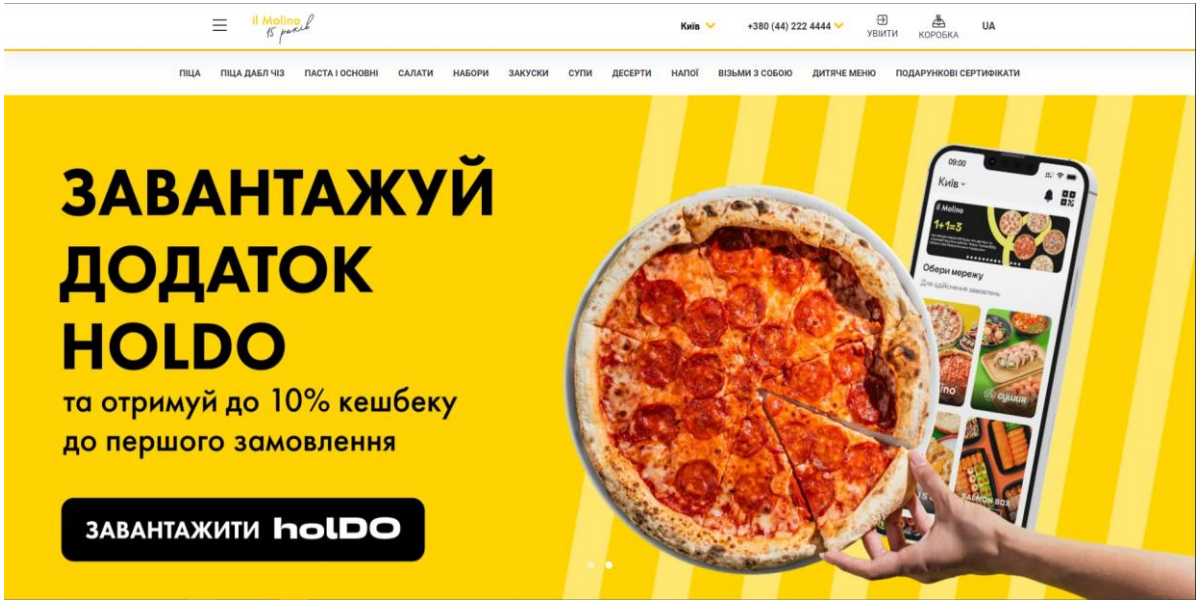


Рисунок 1.4 – Il Molino
Джерело: [3]

Таблиця 1.1 – Аналіз конкурентів

Сайти	Переваги	Недоліки
Domino's Pizza	Швидка доставка Наявність акцій Можливість змінювати склад піци Великий вибір продукції	Незручна мобільна версія Інтерфейс місцями перевантажений
Pizzahouse	Великий асортимент Доступні ціни Можливість додавання інгредієнтів	Погана адаптація під мобільні пристрої Складна навігація на окремих сторінках
Il Molino	Приємний дизайн Великий асортимент Зрозуміле оформлення товарів	Низька якість деяких фото Обмежений функціонал
Crusto	Простий та зрозумілий інтерфейс Швидке оформлення замовлення	Обмежений функціонал (прототип) Відсутність реальної оплати та доставки

Розроблюваний вебсайт піцерії враховує ці недоліки та орієнтований на створення простого, зручного та зрозумілого інтерфейсу, що забезпечує комфортну взаємодію користувача із сервісом.

1.3 Постановка задачі

Метою даної роботи є розробка сучасного та зручного UI/UX дизайну вебсайту, який забезпечить простий процес вибору продукції, оформлення замовлення та комфортну взаємодію користувача із сервісом.

Основна увага приділяється створенню інтерфейсу, який буде зрозумілим для користувача, матиме логічну структуру та дозволить швидко знаходити необхідні товари без зайвих дій.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- провести аналіз сфери онлайн-замовлення їжі та визначити особливості даної предметної області;
- дослідити потреби потенційних користувачів та визначити основні проблеми, які виникають під час використання існуючих вебсайтів піцерій;
- проаналізувати існуючі аналоги та конкурентні рішення для виявлення їх переваг та недоліків;
- розробити інформаційну архітектуру вебсайту та визначити логіку взаємодії користувача із системою;
- побудувати основні сценарії користувацької взаємодії за допомогою відповідних моделей проєктування;
- створити структуру основних сторінок вебсайту;
- розробити єдиний візуальний стиль інтерфейсу, включаючи кольорову палітру, типографіку та основні елементи UI-kit;
- створити високодеталізовані прототипи основних екранів у світлій та темній темах оформлення;
- реалізувати інтерактивний прототип для перевірки логіки роботи сайту;

— провести тестування зручності використання та відповідності принципам доступності.

Висновок до розділу 1

У першому розділі було досліджено предметну область онлайн-замовлення їжі та визначено основні особливості роботи вебсайтів піцерій. Було встановлено, що зручність інтерфейсу, швидка навігація та простий процес оформлення замовлення є важливими факторами для користувачів. В процесі аналізу було визначено основні потреби цільової аудиторії, а також побудовано карту емпатії, що дозволило краще зрозуміти поведінку користувачів, їхні очікування та можливі труднощі під час взаємодії із сайтом. Також було проведено аналіз конкурентних вебсайтів, що дозволило виявити їх сильні та слабкі сторони та врахувати це під час розробки власного рішення. На основі проведеного дослідження були сформовані основні вимоги та завдання для створення вебсайту піцерії, які стали основою для подальшого етапу проєктування інтерфейсу.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТУВАННЯ UI/UX ДИЗАЙНУ ПРОДУКТУ

2.1 Інформаційна архітектура

Для проєктування вебсайту було застосовано діаграму варіантів використання (Use Case Diagram), яка дозволяє визначити основні сценарії взаємодії користувачів із системою та сформуванати загальну логіку роботи майбутнього продукту. Використання даного інструменту допомагає на етапі проєктування зрозуміти функціональні можливості системи, ролі учасників та послідовність виконання основних дій.

Діаграма варіантів використання (Use Case Diagram) відображає основні сценарії взаємодії користувача та адміністратора з системою онлайн-замовлення їжі.



Рисунок 2.1 – Діаграма варіантів виконання

Джерело: розроблено автором

У даній системі визначено два основних актори: користувач та адміністратор.

Дії користувача

Користувач взаємодіє з системою через інтерфейс вебсайту та може виконувати наступні дії:

Перегляд меню — користувач має можливість переглядати доступні категорії товарів (піца, напої, комбо-набори тощо).

Перегляд товару — при виборі конкретної позиції відкривається детальна інформація про товар, включаючи назву, склад, вагу та інші характеристики.

Зміна складу піци — користувач може змінювати склад обраного товару (наприклад, додавати або прибирати інгредієнти), що дозволяє адаптувати продукт під власні вподобання.

Додати в кошик — обраний товар додається до кошика для подальшого оформлення замовлення.

Перегляд кошика — користувач може переглядати список доданих товарів, змінювати їх кількість або видаляти позиції.

Оформити замовлення — завершальний етап взаємодії, під час якого користувач підтверджує замовлення та переходить до його оформлення.

Дії адміністратора

Адміністратор забезпечує функціонування системи та обробку замовлень. До його основних функцій належать:

Перегляд замовлень — адміністратор має доступ до списку всіх оформлених замовлень.

Обробка замовлень — включає підтвердження, зміну статусу або скасування замовлення.

Керування товарами — адміністратор може додавати нові позиції, редагувати існуючі або видаляти їх із системи.

Основні сценарії користувача пов'язані між собою послідовно. Наприклад, після перегляду меню користувач переходить до перегляду товару,

після чого може змінити його склад та додати до кошика. Далі користувач переглядає кошик і переходить до оформлення замовлення.

Дії адміністратора пов'язані з обробкою результатів діяльності користувача, зокрема оформлених замовлень.

Таким чином, діаграма варіантів виконання демонструє логіку роботи системи та основні сценарії взаємодії користувача і адміністратора. Вона дозволяє зрозуміти функціональні можливості системи та взаємозв'язки між її компонентами.

Карта сайту відображає структуру вебресурсу та основні взаємозв'язки між його елементами. У даному проєкті використовується односторінкова структура, в якій вся основна інформація розміщена на головній сторінці.

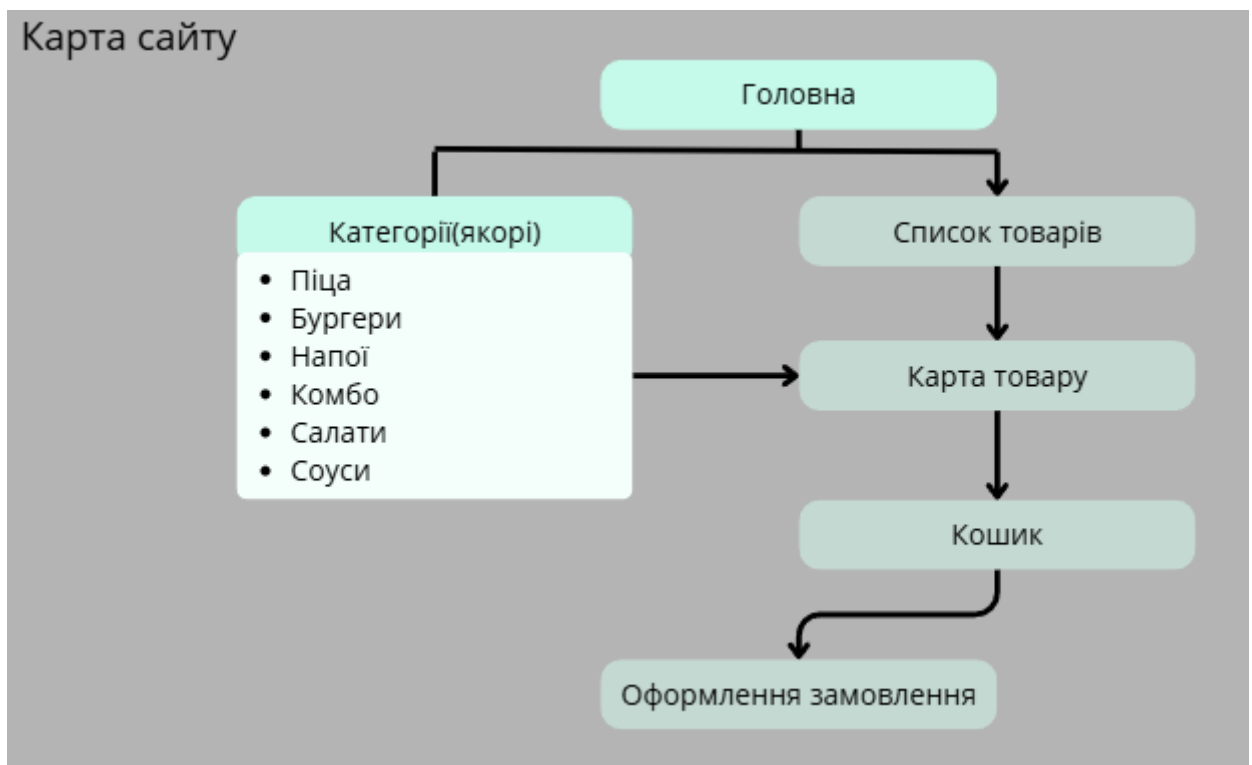


Рисунок 2.2 – Карта сайту

Джерело: розроблено автором

Центральним елементом є Головна сторінка, з якої користувач отримує доступ до всіх функцій сайту.

Навігація по сайту реалізована за допомогою якірної системи. Це означає, що при виборі категорії користувач не переходить на нову сторінку, а переміщується до відповідного блоку на поточній сторінці. До основних категорій належать:

- піца;
- бургери;
- напої;
- комбо;
- салати;
- соуси.

Після вибору категорії користувач переходить до списку товарів, де відображаються доступні позиції. Далі користувач може взаємодіяти з конкретним товаром, відкриваючи картку товару, яка містить детальну інформацію про продукт.

Обрані товари додаються до кошика, який дозволяє переглянути поточне замовлення.

Завершальним етапом є оформлення замовлення, де користувач вводить необхідні дані для доставки та підтверджує покупку.

Структура сайту побудована таким чином, щоб забезпечити просту та зрозумілу навігацію, а також мінімізувати кількість дій, необхідних для оформлення замовлення.

В результаті, було розроблено інформаційну архітектуру вебсайту, яка включає діаграму варіантів виконання та карту сайту. Вони відображають основні сценарії взаємодії користувача із системою та структуру вебресурсу.

2.2 Моделювання поведінки UI/UX дизайну

Для більш детального аналізу взаємодії користувача із вебсайтом було побудовано карту подорожі користувача (Customer Journey Map). Вона дозволяє відобразити основні етапи взаємодії користувача з системою, його дії, емоції та можливі проблеми на кожному етапі.

Таблиця 2.3 – Карта подорожі користувача

<i>Етап</i>	<i>Ціль користувача</i>	<i>Дії користувача</i>	<i>Емоції</i>	<i>Проблеми (Pain)</i>	<i>Можливості (Gain)</i>
Головна сторінка	Зрозуміти, що це за сайт	Переглядає інтерфейс, бачить категорії	Зацікавленість	Незрозуміла структура	Простий та чистий дизайн
Вибір категорії	Знайти потрібний тип їжі	Натискає на категорію (якір)	Задоволення	Неочевидна навігація	Якірна навігація (швидкий перехід)
Список товарів	Обрати товар	Переглядає піцу, бургери тощо	Вибір	Занадто багато варіантів	Чітка структура карток
Картка товару	Дізнатись деталі	Переглядає склад	Впевненість	Немає інформації	Показ складу без перевантаження
Додавання в кошик	Зберегти вибір	Натискає “в кошик”	Задоволення	Не видно результату	Вбудований кошик
Кошик	Зберегти вибір	Переглядає товари	Контроль	Незрозумілий список	Простий список товарів
Оформлення	Завершити покупку	Вводить дані, підтверджує		Довга форма	Мінімум полів

У межах даного проєкту було визначено наступні етапи взаємодії користувача із сайтом.

1. Ознайомлення із сайтом. Користувач заходить на сайт та бачить головну сторінку з категоріями товарів. На цьому етапі важливо створити приємне перше враження та забезпечити зрозумілу структуру інтерфейсу.

2. Пошук та вибір товару. Користувач обирає потрібну категорію (піца, бургери, напої тощо) за допомогою якірної навігації та переходить до відповідного блоку. Далі він переглядає список товарів та обирає необхідну позицію.

3. Ознайомлення з товаром

При взаємодії з товаром користувач переглядає детальну інформацію про нього (назва, склад, характеристики). Цей етап допомагає користувачу прийняти рішення щодо покупки.

4. Додавання до кошика

Після вибору товару користувач додає його до кошика. Кошик дозволяє переглянути всі обрані позиції та контролювати замовлення.

5. Оформлення замовлення

Користувач переходить до оформлення замовлення, де вводить свої дані та підтверджує покупку. Це завершальний етап взаємодії з сайтом.

На початкових етапах користувач зацікавлений та очікує зручного інтерфейсу.

Під час вибору товару важливо підтримувати позитивний досвід за рахунок простоти навігації. На етапі оформлення замовлення користувач очікує швидкості та відсутності помилок.

Таким чином, карта подорожі користувача дозволяє проаналізувати поведінку користувача на кожному етапі взаємодії із сайтом та виявити можливі проблеми. Це дає можливість покращити інтерфейс та зробити процес замовлення більш зручним і швидким.

Діаграма потоку користувача (User Flow). Для моделювання поведінки користувача було побудовано діаграму потоку користувача (User Flow), яка відображає послідовність дій під час взаємодії із вебсайтом.

Дана діаграма демонструє основний сценарій використання системи. Користувач потрапляє на головну сторінку, де за допомогою якорної навігації обирає потрібну категорію товарів.

Після цього користувач переходить до списку товарів, де може переглянути доступні позиції та обрати необхідну. При взаємодії з товаром відкривається картка товару, яка містить детальну інформацію.

Далі користувач додає товар до кошика, переглядає обрані позиції та переходить до оформлення замовлення.

Завдяки цьому діаграма потоку користувача відображає просту та логічну послідовність дій, що забезпечує зручність використання вебсайту та швидке досягнення основної мети - оформлення замовлення.



Рисунок 2.4- Діаграма потоку користувача

Джерело: розроблено автором

2.3 Моделювання структури UI/UX

У процесі проєктування інтерфейсу було створено вайрфрейми основних екранів вебсайту. Вайрфрейми являють собою низько деталізовані прототипи, які відображають структуру сторінки та розташування основних елементів інтерфейсу без використання фінального дизайну.

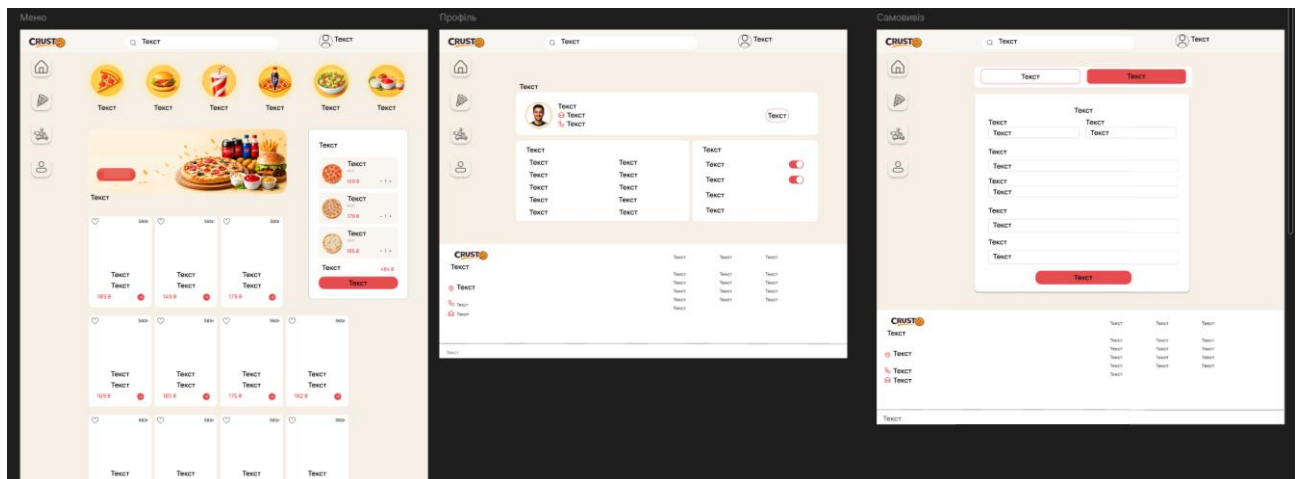


Рисунок 2.5 – Вайрфрейм
Джерело: розроблено автором

Основною метою створення вайрфреймів є перевірка зручності структури інтерфейсу, логічності побудови сторінок та відповідності основним користувацьким сценаріям.

Розроблені вайрфрейми охоплюють основні екрани вебсайту, зокрема головну сторінку, сторінку меню, сторінку перегляду товару, сторінку оформлення замовлення, сторінку профілю користувача та сторінку кошика.

Головна сторінка містить основний банер із короткою інформацією про заклад, навігаційне меню, пошуковий рядок та швидкий доступ до основних категорій товарів.

Сторінка меню містить категорії продукції, список товарів у вигляді карток із короткою інформацією про товар, його зображенням та ціною, що дозволяє швидко переглядати доступний асортимент.

Сторінка товару побудована таким чином, щоб користувач міг переглянути детальну інформацію про обрану піцу, її склад, доступні розміри, кількість та можливість додавання додаткових інгредієнтів.

Сторінка оформлення замовлення включає форму введення контактної інформації, вибір способу отримання замовлення, введення адреси доставки або вибір самовивозу.

Сторінка профілю користувача дозволяє переглядати особисті дані, редагувати інформацію та переглядати історію замовлень.

Структура екранів була побудована відповідно до інформаційної архітектури, визначеної у розділі 2.1, та узгоджена з користувацькими сценаріями, описаними у розділі 2.2.

Основний принцип побудови структури полягає у мінімізації кількості дій користувача для виконання основних завдань: пошуку товару, його налаштування, додавання до кошика та оформлення замовлення.

Таким чином, створені вайрфрейми дозволили перевірити логіку розміщення елементів, зручність навігації та сформувати основу для подальшого створення високодеталізованого дизайну інтерфейсу.

Висновок до 2 розділу

У даному розділі було розроблено інформаційну архітектуру та змодельовано поведінку користувача.

Створені діаграми та вайрфрейми дозволили визначити структуру сайту, логіку взаємодії та розташування основних елементів інтерфейсу.

Отримані результати стали основою для подальшої розробки UI/UX дизайну.

РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ UI/UX ДИЗАЙНУ ПРОДУКТУ

3.1 Прототипування UI/UX дизайну продукту

Колір є одним із найважливіших елементів візуальної комунікації, оскільки він безпосередньо впливає на емоційне сприйняття користувача, формує перше враження про продукт та допомагає акцентувати увагу на важливих елементах інтерфейсу. (Рис 3.1)



Рисунок 3.1 - Кольоровий круг

Джерело: розроблено автором за допомогою ChatGPT

У дизайні інтерфейсів кольори умовно поділяються на теплі та холодні. Теплі кольори (червоний, помаранчевий, жовтий) асоціюються з енергією, активністю, теплом та стимулюють апетит, тому часто використовуються у сфері харчування. Холодні кольори (синій, зелений, фіолетовий) створюють відчуття спокою, стабільності та балансу, але менш активно впливають на емоцію голоду.

При розробці вебсайту піцерії CRUSTO було обрано кольорову палітру, яка поєднує акцентні теплі кольори та нейтральну базу, що забезпечує баланс між емоційністю та зручністю сприйняття інтерфейсу. (Рис 3.2)



Рисунок 3.2 - Колористика

Джерело: розроблено автором за допомогою Figma

Основним акцентним кольором було обрано червоний (#E74C50). Даний колір асоціюється з енергією, швидкістю, активністю та апетитом. Саме тому він використовується для кнопок, активних елементів інтерфейсу, цін та важливих інтерактивних компонентів.

Для основного тексту та окремих графічних елементів використовується темний колір (#1F1F1F), який забезпечує високий рівень контрастності, покращує читабельність текстової інформації та створює сучасний мінімалістичний стиль інтерфейсу.

Фоновим кольором обрано світлий кремовий відтінок (#F5EFE6), який створює м'яку та комфортну візуальну атмосферу, не перевантажує інтерфейс та дозволяє акцентним елементам виглядати більш виразно.

Таким чином, обрана кольорова палітра повністю відповідає тематиці вебсайту, покращує візуальне сприйняття, підвищує зручність користування та підсилює емоційний зв'язок користувача з продуктом.

При розробці дизайну вебсайту піцерії було створено набір основних елементів UI-kit, який забезпечує єдиний стиль інтерфейсу, спрощує подальшу роботу над макетами та підтримує консистентність усіх компонентів системи.

До складу UI-kit увійшли такі елементи

Кнопки — використовуються для виконання основних дій користувача, таких як оформлення замовлення, додавання товарів до кошика, перехід між категоріями меню та підтвердження вибору. Для кнопок були реалізовані різні стани: стандартний, наведення. (рис. 3.3)

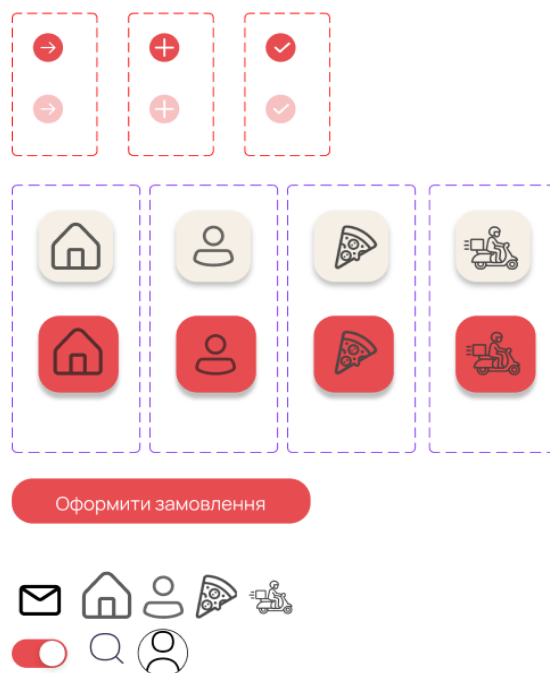


Рисунок 3.3 - Кнопки

Джерело: розроблено автором за допомогою Figma

Поля вводу — використовуються під час оформлення замовлення для введення контактних даних користувача, адреси доставки, часу отримання та коментаря до замовлення. Для полів вводу передбачено візуальне виділення

активного стану, підказки для заповнення та повідомлення про помилки. (Рис. 3.4)

The image shows a web form titled "Контактні дані" (Contact Data). It contains the following fields and elements:

- Ім'я *** (Name): Input field with placeholder "Введіть ім'я".
- Прізвище *** (Surname): Input field with placeholder "Введіть прізвище".
- Email ***: Input field with placeholder "Введіть email".
- Телефон *** (Phone): Input field with placeholder "Введіть телефон".
- Адреса доставки *** (Delivery Address): Input field with placeholder "Введіть адресу доставки".
- Дата *** (Date): Input field with placeholder "Введіть дату".
- Час *** (Time): Input field with placeholder "Введіть час".
- Поверх/Квартира *** (Floor/Apartment): Input field with placeholder "Введіть поверх".
- Коментар до замовлення** (Comment on the order): Input field with placeholder "Ваш коментар".
- Підтвердити замовлення** (Confirm order): A red button at the bottom.

Рисунок 3.4 - Поля вводу

Джерело: розроблено автором за допомогою Figma

Стани компонентів — для інтерактивних елементів інтерфейсу були розроблені різні стани, зокрема звичайний, активний, наведення, вибраний та неактивний стан, що покращує взаємодію користувача з інтерфейсом та забезпечує зрозумілий зворотний зв'язок під час користування сайтом. (ис 3.5)

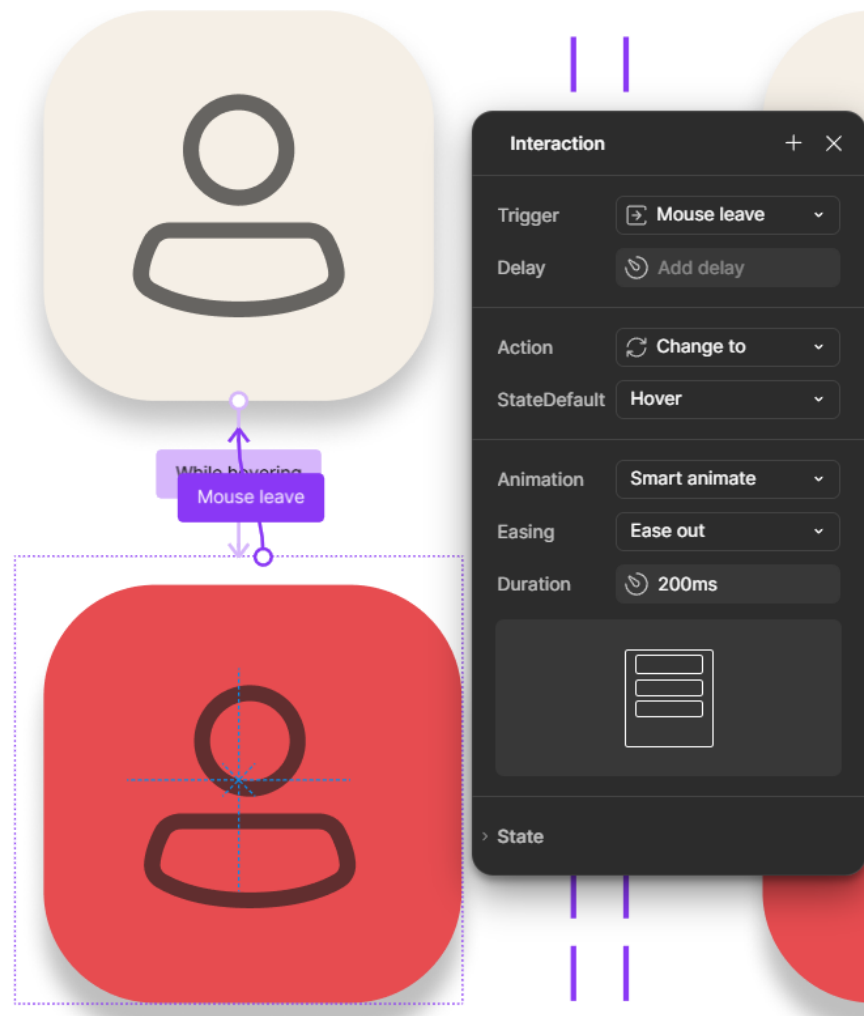


Рисунок 3.5 - Стани компонентів

Джерело: розроблено автором за допомогою Figma

Розроблений UI-kit дозволяє підтримувати цілісність дизайну, пришвидшує процес створення нових сторінок та забезпечує однаковий стиль усіх елементів вебсайту CRUSTO.

Під час розробки вебсайту були створені високодеталізовані прототипи основних екранів, які відображають майбутній вигляд готового продукту та дозволяють перевірити зручність взаємодії користувача з інтерфейсом. (Рис 3.6)

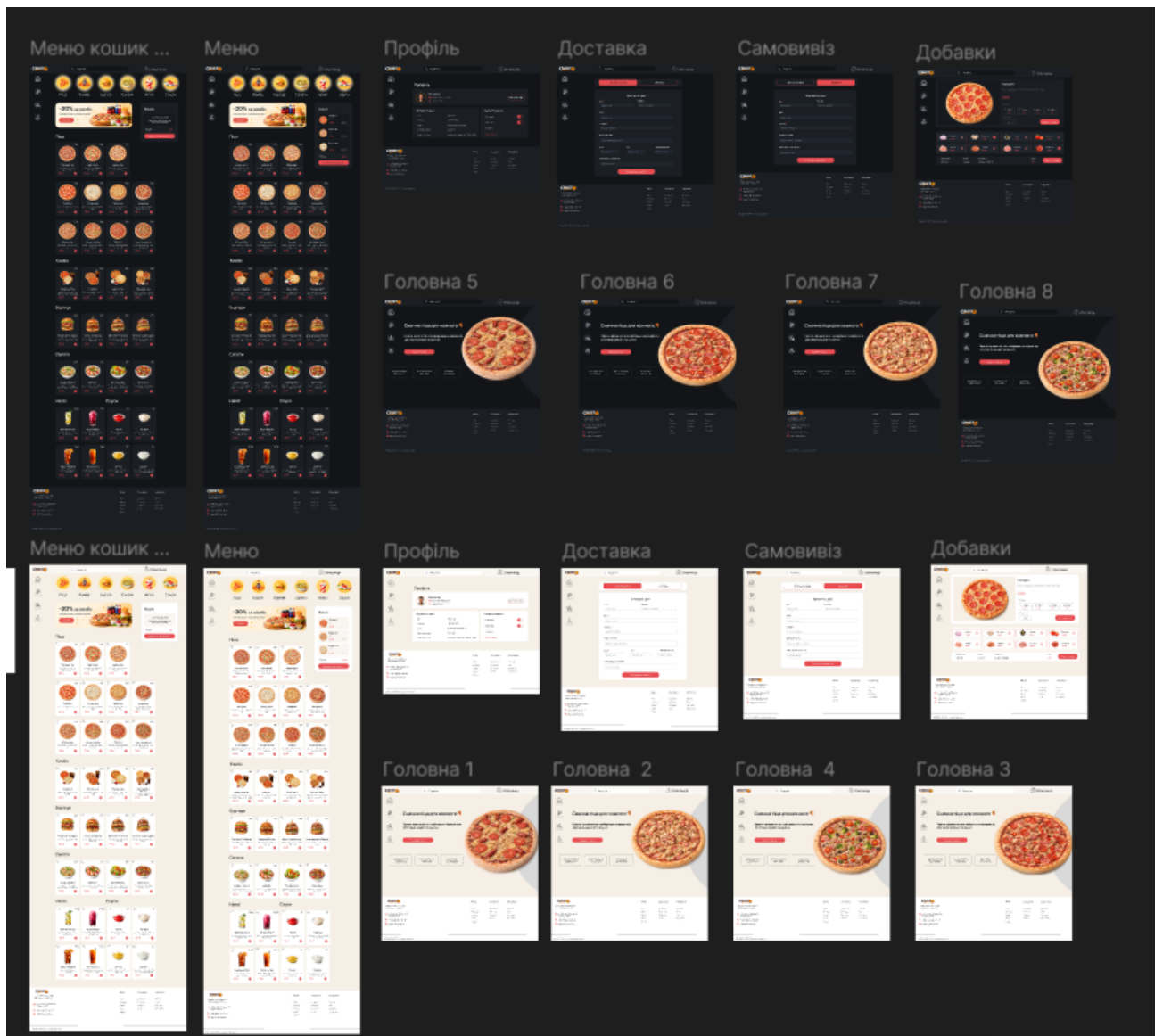


Рисунок 3.6 - Світла і темна теми

Джерело: розроблено автором за допомогою Figma

У межах проєкту було розроблено два повноцінні варіанти дизайну інтерфейсу: світла та темна тема. Для кожної теми були окремо створені основні сторінки вебсайту, що дозволило повністю оцінити візуальне сприйняття інтерфейсу в різних стилях оформлення.

Головна сторінка - містить основний банер із рекламною пропозицією, короткий опис закладу, кнопку швидкого переходу до меню, пошуковий рядок, навігаційне меню та основні категорії товарів. Головна сторінка виконує функцію першого ознайомлення користувача із сервісом та формує загальне враження про вебсайт. (Рис 3.7)

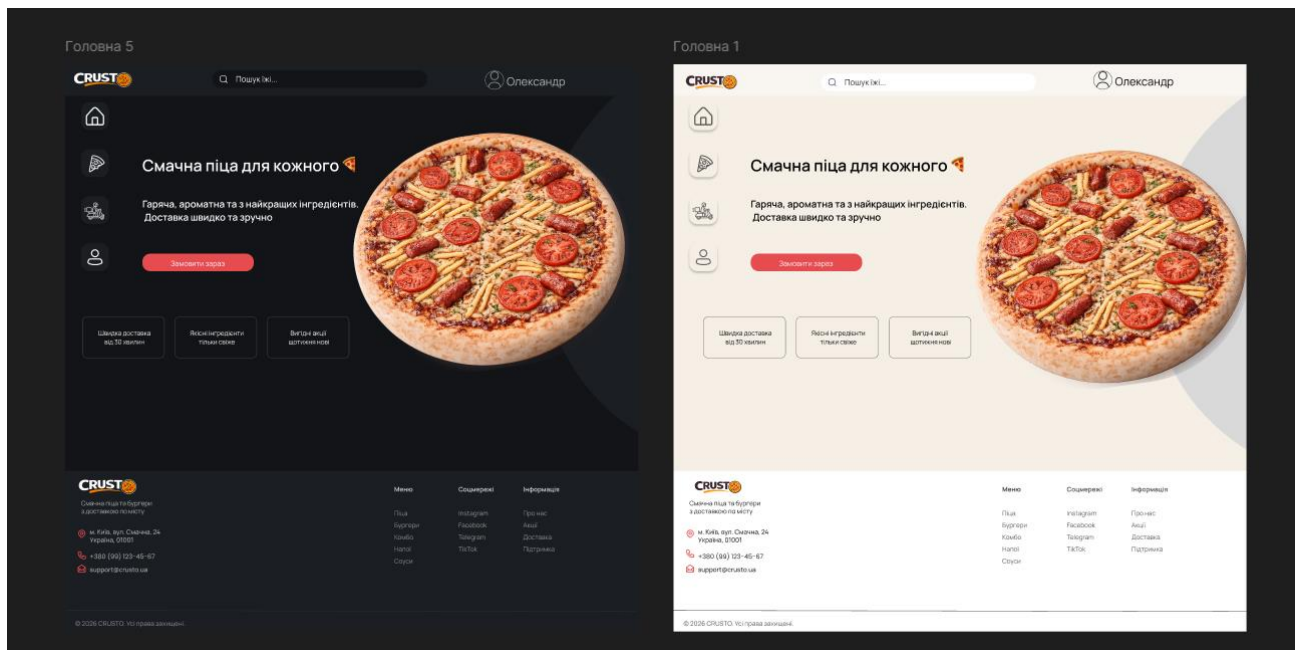


Рисунок 3.7 - Головна в двох варіантах

Джерело: розроблено автором за допомогою Figma

Світла тема реалізована з використанням світлого фону, темного тексту та акцентних кольорів, що забезпечує легке сприйняття інформації та комфортне використання у денний час.

Темна тема реалізована з використанням темного фону, світлих текстових елементів та контрастних акцентів, що знижує навантаження на зір у вечірній час та створює сучасний стиль інтерфейсу.

Розробка двох повноцінних версій інтерфейсу дозволила перевірити адаптивність дизайну, зручність використання в різних режимах перегляду та забезпечити більш гнучкий користувацький досвід.

Інтерактивний прототип є важливим етапом проєктування вебінтерфейсу, оскільки дозволяє відтворити основну логіку роботи майбутнього вебсайту та перевірити сценарії взаємодії користувача із системою до початку етапу розробки. (Рис 3.8)

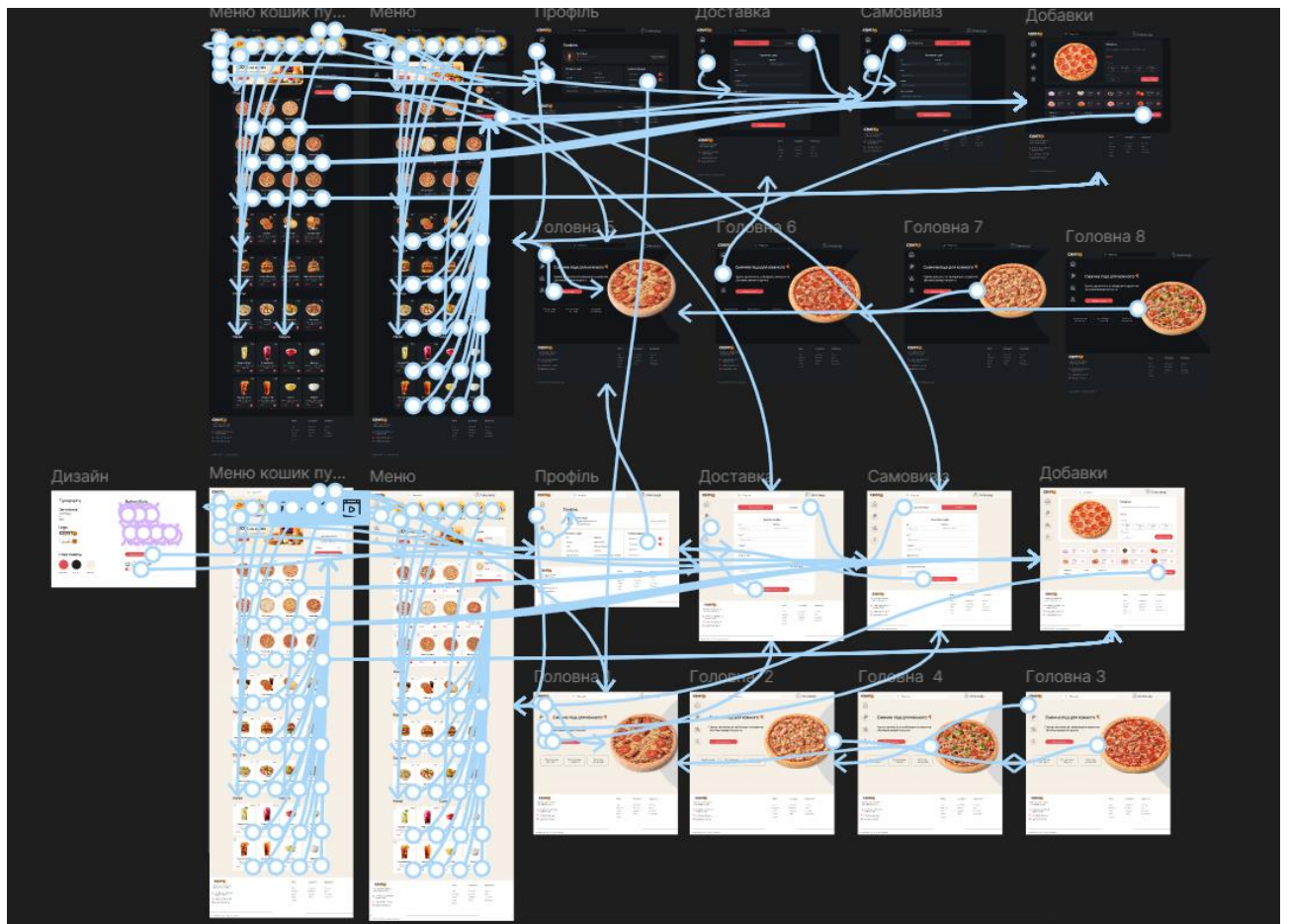


Рисунок 3.8 - Інтерактивний прототип

Джерело: розроблено автором за допомогою Figma

Для вебсайту піцерії було створено інтерактивний прототип, який демонструє взаємозв'язок між основними сторінками та дозволяє відстежити повний шлях користувача під час оформлення замовлення.

У прототипі реалізовано можливість навігації між головною сторінкою, меню, сторінкою товару, кошиком, оформленням замовлення, профілем користувача та сторінкою вибору додаткових інгредієнтів.

Також реалізовано основні функціональні можливості: вибір категорій товарів, перегляд детальної інформації про піцу, зміну розміру товару, вибір додаткових складників, формування кошика, оформлення доставки або самовивозу та перегляд персональних даних користувача.

Окремо у прототипі реалізовано перемикання між світлим та темним режимами оформлення, що дозволяє перевірити сприйняття інтерфейсу в різних візуальних варіантах.

Створений інтерактивний прототип дозволив перевірити структуру сайту, зручність користування основними функціями та оцінити ефективність побудованого інтерфейсу ще до реалізації готового продукту.

Тестування інтерфейсу на відповідність принципам доступності є важливим етапом проєктування вебсайту, оскільки дозволяє перевірити зручність користування інтерфейсом для різних категорій користувачів, у тому числі людей із порушеннями зору або іншими обмеженнями.

Для оцінки доступності вебсайту використовуються міжнародні рекомендації WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines), які визначають основні правила створення зручного та доступного цифрового продукту.

Під час перевірки інтерфейсу вебсайту піцерії CRUSTO було проаналізовано основні елементи інтерфейсу відповідно до базових принципів доступності.

Було перевірено рівень контрастності між текстовими елементами та фоном, що забезпечує комфортне читання інформації як у світлій, так і в темній темі оформлення. Особлива увага приділялась акцентним кольорам кнопок, цін та активних елементів для забезпечення їх помітності.

Також було проаналізовано логічність побудови навігації та послідовність розташування елементів інтерфейсу, що дозволяє користувачу швидко орієнтуватися на сторінках сайту та знаходити необхідну інформацію.

Окремо було перевірено зручність використання інтерактивних елементів, таких як кнопки, поля вводу, перемикачі тем оформлення та елементи кошика. Усі інтерактивні компоненти мають достатній розмір для комфортної взаємодії та зрозумілий візуальний стан.

Також під час тестування було оцінено читабельність тексту, правильне використання типографічної ієрархії та достатній розмір шрифтів для комфортного сприйняття інформації.

Проведене тестування показало, що розроблений інтерфейс вебсайту відповідає основним принципам доступності, забезпечує комфортну

взаємодію користувача з системою та покращує загальний користувацький досвід.

На етапі завершення проєктування вебсайту піцерії CRUSTO було проведено тестування інтерфейсу методом Usability testing, основною метою якого є перевірка зручності використання сайту та оцінка ефективності взаємодії користувача з інтерфейсом.

Даний метод дозволяє виявити проблемні місця в структурі сайту, визначити складні для користувача сценарії та оцінити загальний рівень зручності використання продукту.

Під час тестування було змодельовано основні дії користувача, які є найбільш важливими для роботи вебсайту піцерії.

Серед основних сценаріїв тестування були:

- перехід між категоріями меню;
- пошук необхідної піци або товару;
- перегляд інформації про товар;
- вибір розміру піци;
- додавання додаткових інгредієнтів;
- додавання товарів до кошика;
- оформлення замовлення через доставку;
- оформлення замовлення через самовивіз;
- перегляд профілю користувача;
- перемикання між світлою та темною темами оформлення.

Під час тестування оцінювались швидкість виконання основних дій, зрозумілість навігації, зручність взаємодії з елементами інтерфейсу та логічність переходів між сторінками.

За результатами тестування було встановлено, що структура вебсайту є зрозумілою, основні функції легко доступні для користувача, а процес оформлення замовлення не викликає труднощів.

Проведене тестування дозволило підтвердити ефективність побудованого інтерфейсу та виявити окремі моменти для подальшого вдосконалення.

Висновок до розділу 3

У даному розділі було реалізовано основні етапи створення UI/UX дизайну вебсайту піцерії. Було розроблено основні елементи UI-kit, високодеталізовані прототипи сторінок та інтерактивний прототип, що дозволив перевірити логіку взаємодії користувача із системою.

Також було реалізовано дві версії інтерфейсу — світлу та темну теми оформлення, що покращує адаптивність та зручність використання вебсайту.

Проведене тестування інтерфейсу дозволило перевірити відповідність основним принципам доступності та оцінити зручність користування сайтом, що підтвердило ефективність прийнятих дизайнерських рішень.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було досліджено особливості проєктування UI/UX дизайну вебсайтів у сфері онлайн-замовлення їжі та визначено основні принципи побудови зручного користувацького інтерфейсу для піцерії CRUSTO.

У ході роботи було проаналізовано предметну область, визначено основні потреби користувачів та досліджено існуючі аналоги у сфері онлайн-замовлення їжі. Проведений аналіз конкурентів дозволив виявити сильні та слабкі сторони сучасних вебсайтів піцерій та сформувати основні вимоги до майбутнього продукту.

На етапі проєктування було розроблено інформаційну архітектуру вебсайту, побудовано діаграму варіантів використання, карту сайту, Customer Journey Map, User Flow та вайрфрейми основних екранів, що дозволило сформувати логічну структуру майбутнього продукту та визначити основні сценарії взаємодії користувача із системою.

У результаті виконаної роботи було створено UI-kit, високодеталізовані прототипи основних сторінок вебсайту та інтерактивний прототип із реалізацією ключових сценаріїв взаємодії користувача. Особливістю проєкту стала реалізація двох повноцінних тем оформлення — світлої та темної, що підвищує адаптивність інтерфейсу та покращує комфорт використання сайту.

Проведене тестування відповідно до принципів доступності WCAG 2.1 та методом Usability testing підтвердило зручність користування інтерфейсом, логічність навігації та ефективність реалізованих дизайнерських рішень.

Таким чином, поставлена мета роботи була досягнута, а розроблений прототип вебсайту CRUSTO може бути використаний як основа для подальшої програмної реалізації повноцінного вебсайту для онлайн-замовлення їжі.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ТА ПОСИЛАННЯ

1. Domino's Pizza [Електронний ресурс]. URL: <https://www.dominos.ua/>
2. Pizza House [Електронний ресурс]. URL: <https://pizzahouse.ua/>
3. Il Molino [Електронний ресурс]. URL: <https://ilmolino.ua/>
4. Figma. Help Center [Електронний ресурс]. URL: <https://help.figma.com/>
5. Google Fonts [Електронний ресурс]. URL: <https://fonts.google.com/knowledge>
6. UX Planet. UX Articles [Електронний ресурс]. URL: <https://uxplanet.org/>
7. Smashing Magazine. UX Design [Електронний ресурс]. URL: <https://www.smashingmagazine.com/category/uxdesign/>
8. Nielsen Norman Group [Електронний ресурс]. URL: <https://www.nngroup.com/articles/>
9. Designing Interfaces. O'Reilly Media, 2020.
10. About Face: The Essentials of Interaction Design. Wiley, 2014.
11. Adobe Color. Color Wheel [Електронний ресурс]. URL: <https://color.adobe.com/create/color-wheel>
12. Canva Colors. Теорія кольору [Електронний ресурс]. URL: <https://www.canva.com/colors/color-wheel/>
13. Interaction of Color. Yale University Press.
14. The Elements of Typographic Style. Hartley & Marks Publishers.
15. World Wide Web Consortium. WCAG Overview [Електронний ресурс]. URL: <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/>
16. WebAIM. Contrast Checker [Електронний ресурс]. URL: <https://webaim.org/resources/contrastchecker/>
17. Material Design Typography [Електронний ресурс]. URL: <https://m3.material.io/styles/typography>
18. Laws of UX [Електронний ресурс]. URL: <https://lawsofux.com/>