

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавра

на тему: РЕДИЗАЙН-ПРОЄКТ ЖУРНАЛЬНОГО МЕНЮ РЕСТОРАНУ "ЛІЛІЯ"
(М. СЛАВСЬКЕ "ГОРИ ВРАЖЕНЬ")

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0229
спеціальності 022 "Дизайн"
освітньо-професійної програми "Графічний дизайн"
Волкова Таїсія Олексіївна

Керівник: доктор філософії у педагогічних науках,
професор кафедри дизайну
_____ Володимир КАРДАШОВ

Рецензент: викладач кафедри дизайну,
канд. мист.
_____ Христина СОДОМОРА

Запоріжжя

2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки і психології
Кафедра дизайну
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 022 "Дизайн"
Освітньо-професійна програма "Графічний дизайн"

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри дизайну
_____ Ганна ЧЕМЕРИС
" ____ " _____ 23__ року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

_____ Волкова Таїсія Олексіївна _____

1. Тема роботи: Редизайн-проект журнального меню ресторану "Лілія" (м. Славське "Гори вражень") науковий керівник роботи _____ проф., д.філ. у пед.н. В. М. Кардашов _____ затверджені наказом ЗНУ від _____ № 341-с від 22.02.2023
2. Строк подання студентом роботи: червень
3. Вихідні дані до роботи: друкована література та інтернет джерела
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити): Опис об'єкту та предмету дослідження, аналіз трендів та тенденцій. Підготовка до розробки редизайну журнального меню ресторану "Лілія". Розробка редизайну журнального меню ресторану "Лілія" (м. Славське "Гори вражень").
5. Перелік графічного матеріалу: Презентація, демонстраційна графіка, файл меню в Illustrator, файл в Figma.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали консультанта	Дата, підпис	
		Надано	Отримано

7. Дата видачі завдання: 1.11.22

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання	Примітка
1.	Реєстрація теми. Обговорення з керівником тему проєкту. Визначити правильне формулювання теми. Підготувати лист завдання та інших необхідних документів.	з 6.11.22 по 6.12.22	
2.	Апробація. Написання і подання тез для участі у науковій конференції.	12.12.22	
3.	Етап 1. Теоретична частина. Дослідження об'єкту та предмету	з 22.12.22 по 22.01.23	
4.	Етап 2. Підготовка до розробки проєкту. Провести аналіз конкурентів та аналогів. Опис трендів та тенденцій.	з 05.02.23 по 05.03.23	
5.	Етап 3. Розробка практичної частини. Реалізація дизайну проєкту.	з 10.03.23 по 10.04.23	
6.	Завершення виконання роботи Подати чернетки ПЗ та проєкту для проходження передзахисту. Підготувати доповідь та презентаційний супровід для передзахисту/захисту.	з 12.04.23 по 24.05.23	
7.	Попередній захист. Отримання допуску до захисту. Отримання коментарів та зауважень	26.05.23	
8.	Проходження нормоконтролю. Проходження рецензування	05.06.23	
9.	Отримання відгуку керівника. Подати і отримати довідку про антиплагіат-перевірку Unichesk	06.06.23	
10.	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ЕК.	з 19.06.23 по 25.06.23	

Студент

(підпис)

Таїсія ВОЛКОВА

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи

(підпис)

Володимир. КАРДАШОВ

(прізвище та ініціали)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

(підпис)

Ганна ЧЕМЕРИС

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Волкова Т. О. Редизайн-проект журнального меню ресторану "ЛІЛІА" (м. Славське "Гори вражень"). кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 "Дизайн" освітньо-професійної програми "Графічний дизайн" / наук. керівник, доктор філософії у педагогічних науках, професор кафедри дизайну В. М. Кардашов. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 60 с.

UA : Робота викладена на 60 сторінках друкованого тексту. Перелік посилань включає 41 джерело. Об'єкт дослідження: розробка дизайну журнального меню ресторану. Предмет дослідження: особливості редизайну для журнального меню ресторану "ЛІЛІА" Мета дослідження: розробити редизайн журнального меню ресторану "ЛІЛІА", проведення теоретичного аналізу аналогів, вивчення відповідної літератури з теми дослідження, вивчення передового досвіду розробки редизайн журнального меню, аналіз аналогічних доробків. В роботі розглянуто поняття редизайну, його особливості розробки та актуальні концепції. Описано розробку дизайну власного мобільного додатку.

Ключові слова: графічний дизайн, візуальні комунікації, дизайн меню, електронне меню ресторану, ілюстрація.

Volkova T. O. Redesign project of magazine menu of LILIA restaurant (Slavske "Mountains of Impressions"). qualification work of the bachelor of specialty 022 "Design" of the educational and professional program "Graphic design" / Science. Head, Doctor of Philosophy in Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Design V.M. Kardashov Zaporizhzhia: ZNU, 2023. 63 p.

EN : The work is presented on 60 pages of printed text. The list of links includes 35 sources. Research object: development of magazine restaurant menu design. The subject of the study: features of the redesign for the magazine menu of the "LILIA" restaurant. The purpose of the study: to develop a redesign of the magazine menu of the "LILIA" restaurant, conducting a theoretical analysis of analogues, studying relevant literature on the research topic, studying best practices in the development of a magazine menu redesign, analysis of similar developments. The paper examines the concept of redesign, its development features and current concepts. Design development of own mobile application is described.

Key words: graphic design, visual communications, menu design, restaurant electronic menu, illustration.

Апробація кваліфікаційної роботи:

1. Всеукраїнська науково-практична конференція "Мистецька освіта та естетичне виховання молоді" (15-16 грудня 2022, м. Полтава) Волкова Т., Кардашов В. Редизайн-проект журнального меню ресторану "Лілія". *Мистецька освіта та естетичне виховання молоді : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф.*, (15-16 гр. 2022 р.) Полтава: Навчально-науковий інститут культури і мистецтв. Видавничий відділ ПУЕТ, 2022. Т. 1. С. 113-116.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ I ОПИС ОБ'ЄКТУ ТА ПРЕДМЕТУ ДОСЛІДЖУВАНОЇ ТЕМИ.....	8
1.1. Особливості розробки дизайну журнального меню ресторану.....	8
1.2. Основні правила редизайну меню ресторану.....	14
1.3. Аналіз трендів та тенденцій у даній галузі.....	19
РОЗДІЛ II ПІДГОТОВКА ДО РОЗРОБКИ РЕДИЗАЙНУ ЖУРНАЛЬНОГО МЕНЮ ДЛЯ РЕСТОРАНУ "ЛІЛІЯ" (М. СЛАВСЬКЕ "ГОРИ ВРАЖЕНЬ").....	24
2.1. Аналіз конкурентів та аналогів.....	24
2.2. Загальний опис галузі та аудиторії.....	29
2.3. Формування технічного завдання.....	33
РОЗДІЛ III РОЗРОБКА РЕДИЗАЙНУ ЖУРНАЛЬНОГО МЕНЮ ДЛЯ РЕСТОРАНУ "ЛІЛІЯ" (М. СЛАВСЬКЕ "ГОРИ ВРАЖЕНЬ").....	38
3.1. Пошуково-проектний етап.....	38
3.2. Опис технологічної частини.....	41
3.3. Опис результатів роботи.....	46
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТОК А.....	59

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасному житті ресторани стали не тільки місцем для прийняття їжі, але й справжніми точками проведення часу. Популярність ресторанів пояснюється рядом факторів, які впливають на смаки, переваги та звички сучасного суспільства.

По-перше, розширення культурних горизонтів сприяють впровадженню та розмаїтості кулінарних традицій. Люди все більше зацікавлені у тому, щоб спробувати різноманітні страви з усього світу, що стимулює появу ресторанів з екзотичною кухнею.

По-друге, сучасне суспільство ставить високі стандарти щодо якості продуктів та сервісу. Люди більше уваги приділяють джерелу походження інгредієнтів, екологічності, свіжості та смаковим якостям страв. Ресторани, які пропонують високу якість продукції, інноваційні кулінарні ідеї та неперевершений сервіс, стають особливо популярними серед вимогливих клієнтів [1].

Тож, у сучасному світі ресторанна індустрія стає все більш конкурентною, а задоволення потреб клієнтів є невід'ємною складовою успіху будь-якого закладу громадського харчування. Одним із ключових елементів, що впливають на задоволення клієнтів, є процес ознайомлення з меню та вибір страв. Дизайн меню в ресторані має значний вплив на перше враження клієнтів і може визначити їхні вподобання та рішення щодо вибору страв, а також створити певне враження щодо самого закладу.

Що стосується саме теми дипломної роботи, було обрано проектування редизайну журнального меню для ресторану "ЛІЛІЯ". Адже, їх наявне меню викликає певні проблеми з бажаним сприйняттям. Відкривши меню можна відчути дискомфорт, від поєднання краси оточення з недбалістю створення меню. Нечитабельний шрифт, непропорційний текст, з'їхавші строки, невідповідні зображення протилежні реальним стравам. Після цього досвіду

хочеться зробити цінний внесок в цей маленький ресторан, відновивши гармонію національної атмосфери та меню [2].

Візуально привабливе меню в ресторані виконує набагато більше функцій, ніж просто перелік страв та їх опис. Це могутній інструмент, який впливає на враження клієнтів, створює атмосферу та відображає характер закладу.

Отже, розробка вдалого журнального меню для ресторану, а також редизайн вже наявного, є дійсно важливим та актуальним елементом у створенні атмосфери закладу.

Об'єкт дослідження — розробка дизайну журнального меню ресторану.

Предмет дослідження — особливості редизайну для журнального меню ресторану "ЛІЛІЯ".

Мета роботи розробити редизайн журнального меню ресторану "ЛІЛІЯ".

Виходячи з формулювання об'єкту, предмету та мети дослідження необхідно виконати наступні **завдання**:

1. Дослідити друковані та інтернет джерела, які межують з темою роботи і нададуть інформацію для опису об'єкту, предмету та мети;
2. Здійснити оглядове дослідження об'єкту, виявлення його типових особливостей;
3. Поглиблене дослідження предмету – особливості редизайну для журнального меню ресторану, опис аналогів, переваг і недоліків;
4. Виконати передпроектну частину: опис діяльності закладу та його цільової аудиторії, продукту на який розробляється графічна форма;
5. Описати результати проектної частини, візуалізації графічної форми.

Структура пояснювальної записки. Пояснювальна записка складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних літературних джерел і додатків. Обсяг дипломної роботи становить 62 сторінки, 28 ілюстрацій, 41 — літературні джерела. Обсяг головної частини дипломної роботи становить 45 сторінки.

РОЗДІЛ І

ОПИС ОБ'ЄКТУ ТА ПРЕДМЕТУ ДОСЛІДЖУВАНОЇ ТЕМИ

1.1. Особливості розробки дизайну журнального меню ресторану

Для початку розгляду питання стосовно дизайну журнального меню для ресторану, варто розібратися з поняттям "меню" та його важливістю для подібного закладу.

Меню ресторану - це не просто список страв, як в столовці. Воно є важливою складовою бренду та його ідентичності, а також потужним інструментом, який може підвищити прибуток закладу. Процес розробки дизайну меню, його оформлення, використання кольорів, типографії та ілюстрацій, все це має створювати позитивний настрій і приємні асоціації у гостей. Головна мета полягає в тому, щоб вони з великою цікавістю досліджували меню від початку до кінця, ознайомлювалися з усіма пропозиціями та раділи знижкам. Назви страв та їх опис мають зачіпати серця і запам'ятовуватися клієнтам, щоб вони, повертаючись наступного разу, неодмінно замовляли те, що залишилося неспробуваним раніше [1].

Меню ресторану - це головний його спосіб спілкування з клієнтом. Через це меню має працювати на бренд закладу. Меню повинно виокремлювати і доповнювати бренд ресторану, а також відповідати на питання: "Чому гостю варто відвідати цей заклад?" [3].

Перед відкриттям ресторану або кафе важливим є проведення аналізу ринку та конкурентів, вибір ніші позиціонування, вивчення цільової аудиторії та визначення унікальності закладу. Це необхідні етапи для розробки місії закладу, концепції та філософії бренду. При такому підході вівіска, інтер'єр, зовнішній вигляд персоналу, меню та спеціалізація кухні гармонійно поєднуються та чітко виражають брендовий контекст закладу для гостей. Рекламні матеріали та всі комунікації також логічно вписуються в загальний образ бренду і добре сприймаються цільовою аудиторією. Тож, якщо меню буде вирізнятися з поміж

інших елементів бренду, або ж взагалі буде на недостатньому рівні - це зіпсує загальне враження про заклад [3].

Перед розробкою меню для ресторану важливо враховувати загальний стиль закладу. Залежно від концепції, розміщення, кухні розробка дизайну меню для ресторану може орієнтуватися на:

1. вік клієнтів;
2. рід занять;
3. стилістичне рішення інтер'єру;
4. колірну гаму в оформленні ресторану;
5. сезонність;
6. національні традиції кухні [39].

Розробляючи меню для ресторану важливо дотримуватися певних правил. Меню повинно бути:

1. зрозумілим і доступним;
2. логічним;
3. технологічним для кухні;
4. відображати максимальні можливості ресторану;
5. відображати спеціальні пропозиції, розраховані на аудиторію ресторану [9, с. 52].

При створенні меню важливим є творчий підхід, який включає розробку концепції, дизайну та тексту. Усі ці елементи підкреслюють стиль, загальну атмосферу та концепцію закладу ресторанного господарства. Професійно підібрані страви та якісно оформлений друкований текст у меню, а також вишукана обкладинка, свідчать про вищий рівень ресторану та його елітність [9, с. 53].

Тож, продумане меню - не просто деталь, а важлива складова успішного ресторану чи кафе. Саме тому важливо враховувати все до дрібниць:

1. колір;
2. шрифт;
3. текст;
4. використання фото та графіки [4].

Очевидним є правило про використання корпоративних кольорів, адже меню - це ідеальний носій фірмового стилю закладу. Варто враховувати, що клієнти запам'ятовують не лише назву та логотип ресторану, але й кольори, які використовує заклад для свого позиціонування. Тому, варто використовувати корпоративну кольорову гаму, як основну, при розробці дизайну меню. У випадку, якщо корпоративні кольори є надто яскравими - варто додати їх як кольоровий акцент, щоб не навантажувати сприйняття клієнтом інформації [4].

Також рекомендується використовувати "голодні кольори". Ресторани швидкого харчування використовують яскраві кольори, такі як, наприклад, червоний, для того, щоб створювати почуття термінової потреби. Це також допомагає уникнути втоми. Крім того, червоний колір стимулює апетит і робить клієнта голодним, ще до того, як він подумає про замовлення [5].

Голодні кольори - це ті, що активізують апетит і є ідеальними для виділення важливих елементів у ресторанному меню. Наприклад, якщо потрібно привернути увагу до салату, виділивши його зеленим, можна підкреслити апетитність. Інші кольори, такі як бірюзовий, апельсиновий та жовтий, надають людям почуття радості, розслаблення та готовності прийняти пропозицію, наприклад, замовити смажену картоплю [18, с. 174].

Вибір одного або двох кольорів допоможе забезпечити гармонійний та професійний дизайн меню. Мінімалістична палітра відмінно підійде для привнесення бренду та єдності у ваше меню, забезпечуючи його ефективну читабельність клієнтами [33].

Вибираючи шрифт, потрібно враховувати його зручність читання. Красиві вензелі та багатогранні завитки можуть ускладнити читання меню, людині доведеться розбирати та вгадувати, що в ньому написано. Шрифт слід підбирати під концепцію закладу. У меню не рекомендується використовувати більше трьох шрифтів [2, с. 115].

Навіть якщо меню розробляється для ресторану, що спеціалізується на святкуванні дня народження дитини, рекомендується уникати використання "фігурних" шрифтів. Меню повинно бути простим і зручним для читання, тому зазвичай розглядаються можливості використання простих шрифтів, які

дозволять кожному легко ознайомитися з меню і прийняти рішення всього за кілька секунд.

Те саме стосується вибору кольору шрифту: деякі кольори, зокрема червоний, можуть бути складними для читання. Варто забезпечити максимальний комфорт для ваших клієнтів, використовуючи кольори, що легко читаються, наприклад, чорний або темно-коричневий. Ці кольори сприяють чіткості тексту і дозволяють використовувати "голодні" кольори в інших елементах меню, замість голографічних ефектів тексту, наприклад [35, с. 20].

Підсумуємо важливі критерії вдалого використання шрифтів для розробки дизайну меню ресторану:

1. комбінування 2-3 шрифтів, не більше;
2. комбінації контрастних шрифтів;
3. вибір та дотримання правильної довжини рядка (в межах 45-60 символів);
4. використання читабельних шрифтів, але не з загальноживаних;
5. використання кернінгу та міжрядкового інтервалу;
6. вибір шрифту, що виглядає коректно в будь-якому розмірі;
7. врівноваження рядків;
8. текст написаний не капсом, адже це заважає сприйняттю [26].

Невміле використання типографіки може зіпсувати навіть найстильніший дизайн меню, а також збити з пантелику ваших відвідувачів. Використовуйте перераховані вище поради про вибір ідеального шрифту та ваше меню буде не лише стильним, але також читабельним і професійним [26].

Головною задачею тексту в меню ресторану - це опис страви. Тож, він повинен привертати увагу та пробуджувати апетит. Для цього мають бути використані "смачні" нетривіальні назви інгредієнтів з акцентом на їхню унікальність. Можна порівняти, як звучать "на смак" назви страв: "Салат із морепродуктів" та "Легкий салат із морепродуктів з берегів Адріатичного моря", "Стейк зі свинини" або "Соковитий стейк із молочного поросяти" [3].

Графіка та фото в меню ресторану мають так само, як і інші елементи, привертати увагу та "викликати слинки". Також головною метою фотографії максимально достовірно передати вигляд страви, адже клієнти залишаються

незадоволеними, коли очікують одне, а отримують не таку привабливу та апетитну страву. З іншого боку, використання невдалих фотографій може максимально негативно вплинути на клієнтів та їх враження, адже фотографії,, що не є привабливими для споживача, просто не будуть працювати.

Графіка в меню ресторану має здебільшого декоративний елемент, але так само працює на результат - допомагає клієнту визначитися з замовленням. Елементи графіки, декору, можуть бути різними, але найкращий варіант - якщо вони будуть виконані в корпоративних кольорах та формах, що однозначно підсилить атмосферу, яку відчує клієнт замовляючи страву.

Також, варто розглянути роль ілюстрації у фірмовому стилі, та, на самперед, меню закладів харчування. В сфері ресторанного бізнесу ілюстрації, створені в фірмовому стилі, мають широкі можливості використання. Вони допомагають передати основну ідею закладу та створити певний настрій серед відвідувачів [17, с. 394].

Часто ілюстрації використовуються в меню та рекламній продукції ресторану. Наприклад, дитячі меню закладів "Харвест", "Мафія" та кафе "Мацоні" містять багато ілюстрацій, які тематично відповідають концепції закладу. В рекламних плакатах "McDonald's", "Starbucks" та "Domino's Pizza" також присутні ілюстрації.

Дослідження показали тенденції розвитку ілюстрацій в фірмовому стилі ресторанів. Виявлено, що ілюстрації відіграють важливу роль в сучасному ресторанному бізнесі, оскільки через них відвідувачі розуміють концепцію закладу та формують уявлення про нього [10, с. 106].

Незважаючи на те, що меню надає широкий вибір, це фактично ускладнює процес прийняття рішення. Чим більше часу потрібно для ознайомлення з меню, тим більше відчуває голод і менш задоволений стає клієнт.

Важливо зменшити кількість варіантів страв у кожному розділі, щоб дати відвідувачам змогу швидко зробити вибір і насолодитися смачною їжею. Можливість швидко прийняти рішення створює більш позитивний досвід для

голодних клієнтів, адже їм не потрібно витратити надмірний час на вибір серед безлічі варіантів.

Така простота у дизайні меню ресторану виражається в мінімалізмі в зображеннях, чистих лініях і простих чітких шрифтах - все це найкращі способи підкреслити меню [5].

Проведені дослідження наочно показали цікаву річ: люди вважають за краще вивчати меню як книгу, починаючи з лівого верхнього кута. Наступний важливий момент – навігація. Щоб клієнтам було легше орієнтуватися в меню, можна об'єднувати страви в тематичні розділи. Спочатку йдуть закуски, а потім і все інше [6, с. 183].

Велика кількість сторінок і розворотів втомлює та розфокусовує увагу гостя – йому не хочеться витратити надто багато часу на перегортання та вивчення меню. Зручність, компактність, точні формулювання - ось головні постулати у візуальній індустрії на сьогоднішній день. Основні рекомендації щодо кольорового рішення меню для ресторану повинні враховувати стиль інтер'єру, кількість та якість світла, різноманітність посадкових місць та безліч інших факторів, що визначають комфорт гостей та персоналу. Перебуваючи за кордоном, ми могли потрапити в ситуацію, коли в закладі немає меню українською, а іноді навіть англійською мовою. Важливо подбати про те, щоб було меню для них. Цей нюанс підкреслить відкритість та гостинність закладу та його власника [1].

Отже, оформлення меню повинно перетворитися на справжнє мистецтво, щоб не тільки привернути увагу відвідувачів, але й завоювати їх щирі прихильність. Цікава інформація про різні страви, напої та інгредієнти робить меню приємним, але важливо не перевантажити його зайвою інформацією. Варто розглянути можливість створення кількох видів меню, таких як основне, десертне, винне, дитяче. Це дозволить меню періодично оновлюватися, а разом з ним і оновлюватиметься інформація. Коли відвідувач переглядає меню повністю, він оцінить оригінальний підхід до його оформлення. Таким чином, меню ресторану повинно бути зручним, привабливим та грамотно складеним з точки зору дизайну.

1.2. Основні правила редизайну меню ресторану

Актуальність редизайну полягає в тому, щоб відповідати змінюючимся потребам і вимогам сучасного світу. У цю епоху швидкого розвитку технологій, змінюючихся трендів та зростаючої конкуренції, компаніям необхідно триматися попереду, привертати увагу клієнтів та створювати вражаючі враження. Редизайн може стати потужним інструментом для досягнення цих цілей.

Редизайн дозволяє вдосконалити враження від закладу і покращити взаємодію з аудиторією. Оновлення дизайну дозволяють пристосувати продукт або послугу до змінюючихся потреб та пріоритетів клієнтів. Редизайн може спростити навігацію, зробити інформацію більш доступною і зрозумілою, а також покращити візуальну привабливість. Це допоможе залучити нових клієнтів, зберегти існуючу аудиторію і підвищити загальний рівень задоволеності клієнтів [20, с. 449].

Також, редизайн особливо важливий для ресторанів із змінюючимся меню, або меню з недостатнім рівнем дизайну. Як було зазначено вище, меню є ключовим елементом, який впливає на враження відвідувачів і визначає їх враження. Редизайн меню може зробити заклад більш привабливим, адже меню стане більш читабельним і простим у використанні. Також редизайн меню може включати в себе оновлені фотографії страв, привабливі графічні елементи і прості, зрозумілі описи. При цьому слід враховувати сучасні тенденції, смаки і вподобання клієнтів. Отже, редизайн меню допоможе залучити увагу до ресторану [22, с. 25].

У дизайні та редизайні меню ресторану можуть бути такі помилки, яких варто уникати. Серед них:

1. ігнорування шаблонів відстежування погляду;
2. відсутність чіткого плану та структури;
3. не пов'язувати меню з рештою маркетингових каналів;
4. відсутність пріоритету в елементах;
5. ігнорування колірних контрастів;

6. створення візуального хаосу;
7. невдалий вибір шрифтів;
8. неправильна атмосфера [41].

Розберемо детальніше кожен з цих помилок. Ігнорування шаблонів відстежування погляду. Іноді, навіть якщо дизайн меню виглядає бездоганно, воно все одно не досягає очікуваного ефекту. Проблема може бути в тому, що дизайн не враховує шаблони відстеження очей.

Коли люди читають веб-сторінки або меню, вони зазвичай не читають кожне слово по черзі. Замість цього, погляд перестрибує з однієї точки на іншу, пропускаючи проміжний контент. Цей паттерн називається шаблоном відстеження погляду. Більшість людей мають свої звичні шаблони, такі як F-шаблон або Z-шаблон, які вони використовують під час читання.

Тому в ресторанному меню зазвичай багато інформації. Більшість гостей не читають кожне слово. Тому варто спробувати використати відомі шаблони відстеження погляду у дизайні меню. Це має велике значення. Тож, треба розміщувати "вигідні" страви у тих областях, на які звертають увагу більшість людей [41].

Відсутність чіткого плану та структури в дизайні меню - це пряма дорога до невдачі. Навіть якщо дизайн меню є вишуканим, його потенціал може бути втраченим, якщо остаточний макет не відповідає йому. Один зі способів врахувати це - завершити макет меню та визначити кількість сторінок або згинів ще до завершення дизайну. Важливо уникнути обрізання графіки або незручного розташування текстових елементів. Навіть незначні недоліки можуть створити безлад та зіпсувати враження [8, с.7].

Візуалізація дизайну має бути поступовою, розглядаючи кожен сторінку окремо. Це дозволить чітко побачити, як виглядає дизайн на кожній сторінці. Наприклад, можливо точно визначити, які елементи з'являються на кожній сторінці. Цей підхід спрощує отримання наочного зображення меню перед друкуванням. Таким чином, графіка і текст не будуть обрізані або спотворені під час друку дизайну [41].

Не пов'язувати меню з рештою маркетингових каналів - дуже помилка. Деякі ресторани, фокусуючись виключно на їжі, занедбують важливість встановлення зв'язку з клієнтами і не акцентують увагу на маркетингу ресторану. Однак, взаємодія з клієнтами і спілкування з ними через соціальні мережі є ключовим аспектом побудови стійких відносин з ними. Дизайн меню ресторану може відігравати важливу роль в цьому процесі [8].

Рекомендацією в даному випадку буде те, що відображення контактної інформації в меню залежить від його типу та призначення. Це надважливо, якщо це меню на винос або забирання з собою, важливо чітко вказати контактну інформацію, таку як номер телефону та адресу. Крім того, меню повинно містити посилання на сторінки в соціальних мережах.

Потрібно використовувати відповідні поля та кольори шрифту, щоб зробити розділ з контактною інформацією помітним. Клієнтам повинно бути легко помітити, що вони можуть зв'язатися з вашим рестораном через соціальні мережі [41].

Що стосується відсутності пріоритету в елементах меню, пріоритети пунктів у меню можуть залежати від популярності у ресторані або від продуктів із найбільшим прибутком. Незалежно від обраної стратегії, важливо структурувати меню таким чином, щоб виділити ці пріоритети.

Для усунення такої помилки варто дотримуватись таких рекомендацій:

1. Використовувати елементи дизайну, щоб привернути увагу до конкретних розділів меню. Можна використовувати варіації кольору чи шрифту.
2. Додати поля для розділення особливих пунктів у меню - це також сприятиме виділенню пріоритетних пунктів.

Ігнорування колірних контрастів може виникнути навіть випадково. Це зазвичай трапляється, коли зображення, що призначені для кольорового друку, роздруковуються у монохромному режимі. Але іноді це ще й тому, що дизайн не враховує контраст кольорів. Слабкий контраст може призвести до не зрозумілості тексту. Це може мати дві причини:

1. Кольори шрифту недостатньо виділяються на фоні.

2. Насичений або з візерунком фон ускладнює читання літер на передньому плані [13, с.214].

Голодні клієнти не хочуть витратити багато часу на спробу розібратися, що написано в меню. Тому поганий контраст, який впливає на читання меню, може негативно позначитися на загальному враженні.

Створюючи дизайн, варто врахувати, щоб фон був простим і чистим. Якщо є бажання додати ілюстрації або візуальні ефекти, варто розмістити їх відокремлено від текстової частини. Також важливо залишити достатньо порожнього простору навколо тексту, що полегшить читання [41].

Створення візуального хаосу - є жахливою помилкою. Текстовий опис стимулює візуальне уявлення їжі та допомагає людям почуватися впевненіше, коли замовляють її. Однак, проблема виникає, коли опис стає надто завантаженим текстом і викликає візуальний безлад, ускладнює розрізнення між окремими стравами та розділами меню.

Візуальний безлад може бути пояснений трьома основними причинами:

1. Недостатня відстань між елементами.
2. Використання несумісних стилів шрифтів.
3. Неправильне вирівнювання тексту.

Все це може ускладнити читання меню та створити ускладнення при виборі страв. Пам'ятаємо, що меню має сприяти зручності та комфорту при виборі. Тому рекомендується зробити меню більш організованим.

Важливо використовувати простіший та чистіший макет, подібний до дизайну меню нижче. Це полегшить навігацію клієнтам та зробить меню більш зрозумілим і зручним [41].

Невдалий вибір шрифтів. Вибір складного шрифту може створювати багато непотрібного шуму. Стиль шрифту може відволікати гостя від того, що є дійсно важливим [13].

Поширені помилки, які виникають під час вибору шрифтів для оформлення меню, включають:

1. Використання шрифтів, які складно читати.
2. Використання занадто багато шрифтів або стилів шрифту.

3. Відсутність гармонії в стилях та гарнітурах шрифтів.

Надмірне використання різних стилів шрифту може призвести до візуального хаосу. Шрифти, які можуть виглядати гарно в рекламі, не завжди є легкозрозумілими, особливо коли багато тексту, як у ресторанному меню [32, с. 548].

Тому краще вибирати прості стилі шрифтів, які легко читати. Для ресторанів, які прагнуть до вінтажної атмосфери або традиційного дизайну, існують шрифти з засічками, які прекрасно читаються. А для ресторанів у сучасному стилі, існують беззасічкові шрифти у різних формах та розмірах [27, с. 32].

Декоративні або рукописні шрифти можна використовувати в основному тексті або для виділення пропозицій у меню [28, с.110].

Неправильна атмосфера ресторану може створитися через невдалий дизайн або редизайн його меню. Просте планування дизайну меню ресторану недостатнє. Незалежно від того, чи це онлайн-меню або фізичний документ, що пропонується в ресторані, дизайн меню має відповідати атмосфері закладу. Просте і непривабливе меню для ресторану з вишуканою кухнею або розкішне меню для фаст-фуду будуть виглядати недоречно.

Якщо відвідувачі не знайдуть зв'язку між дизайном меню, вивісками, декором та іншими атрибутами атмосфери вашого ресторану, вони не отримають належного враження.

Спираючи на вище зазначене, меню ресторану має стати складовою частиною враження клієнтів. Воно повинне відображати те, що ресторан пропонує, враховуючи атмосферу та обслуговування. Розумний вибір шрифтів, кольорових схем та інших елементів дизайну допоможе створити потрібний настрій [41].

Отже, варто зазначити, що по-перше редизайн меню для ресторану необхідний у тих випадках, коли було допущено певну кількість помилок у дизайні вже існуючого меню. По-друге, редизайн також має враховувати всі вимоги та не припускатися перелічених помилок, аби уникнути невдалого рішення.

Також, зазначимо, що причинами редизайну можуть бути і зовнішні обставини, а також те, що певний дизайн може просто застаріти та втратити свою актуальність. Важливо пам'ятати, що варто змінювати або оновлювати дизайн згідно цілям та меті компанії, спираючись на бажання та потреби клієнтів, інакше варіант редизайну може небажано працювати.

1.3. Аналіз трендів та тенденцій у даній галузі

Зміна трендів та концепцій в дизайні є постійним явищем, що відбиває еволюцію смаків, технологій та культурних впливів. Кожна епоха має свої характерні риси, які відображаються в дизайні, і цей процес постійно рухається вперед.

Зміна трендів та концепцій в дизайні відображається в різних сферах, включаючи і графічний дизайн. Це створює безмежні можливості для творчості та вираження потрібних цілей та мети.

Крім цього, тренди в дизайні неперервно еволюціонують у відповідь на технологічні прориви та інновації. Нові матеріали та технології впливають на можливості дизайну, розширюючи межі творчості.

Соціокультурні зміни також мають значний вплив на тренди в дизайні. Зміна цінностей, суспільних уподобань та споживацьких звичок відбивається в стилі та зовнішньому вигляді продуктів. Дизайн, зокрема графічний, набуває акценту на зручність і зрозумілість для цільової аудиторії, задоволення їхніх потреб та досягнення бізнесових цілей.

Тренди дизайну надають найбагатший вибір варіацій, але допомагають вибрати напрямок. У тренди потрапляють популярні дизайнерські рішення, які показують, що саме зараз найбільше може зацікавити людей [31].

Тож, пропонуємо розглянути тренди в ресторанному бізнесі та графічному дизайні, які також вагомо вплинуть і на дизайн меню:

1. екологічність;
2. продукція рослинного походження [7];
3. абстрактні форми;

4. психоделічні мотиви;
5. ретро-ілюстрація [30];
6. нейтральні та спокійні відтінки;
7. плоский дизайн;
8. прозорі текстури;
9. вінтажний мінімалізм;
10. друк фольгою;
11. якісні та цікаві фотографії [11, с.135].

Розглянемо кожен з цих трендів детальніше. Насамперед, з приводу екологічності, варто сказати, що нещодавні раптові зміни клімату та руйнівні природні події свідчать про погіршення стану планети, і настав час підходити до ініціатив зміни клімату та сталого розвитку з позиції "зараз або ніколи".

Оператори у всіх галузях — не тільки екологічно освічені шеф-кухарі та директори ресторанів у коледжах — тепер уважно переглядають вибір упаковки, пошук джерел, склад меню та інші змінні, що впливають на здоров'я планети [7].

Тож, у редизайнах та дизайнах меню різних закладів ресторанної сфери, можна буде помітити більш екологічний дизайн, тобто з використанням флористичних мотивів, а також більш природніх кольорів, шрифтів, форм та матеріалів.

Тренд щодо продукції рослинного походження дуже тісно пов'язаний і з питанням екологічності, але має трохи інший напрям, веганський. У США, наприклад, спостерігається певна негативна реакція на оброблені м'ясні продукти рослинного походження, їхні продажі залишаються незмінними або зменшуються. Проте, компанія Technomic передбачає, що цей тренд не зникне, оскільки глобальні уподобання свідчать про постійний попит на такі продукти.

У той же час, в міжнародних офісах великих рестораних мереж продовжується попит на рослинні бургери та альтернативи до курятини, проте споживачі також переходять на інші природні рослинні білки, такі як тофу, сейтан, темпе та котлети з чорної квасолі. Овочі також займають центральне місце в меню. Капуста та авокадо є основними лідерами, але інші овочі, такі як

кабачки, юка та ямс, а також місцеві зернові, наприклад, сорго, булгур та фоніо, все більше з'являються на глобальних меню [7].

Абстрактні форми панують в графічному дизайні давно. Однак, відмінність полягає в тому, що раніше дизайнери використовували абстракцію, щоб спростити контент, тоді як зараз вона використовується переважно для привернення уваги. В сучасних трендах, округлі форми та яскраві (але не надто насичені) кольори є популярними [30].

Психоделічні мотиви в дизайні - це доволі нестандартний тренд. Важко передбачити, наскільки триватиме його популярність, але на сьогоднішній день все частіше можна помітити використання різноманітних психоделічних мотивів у дизайнерських рішеннях. Деякі вважають, що причиною такої популярності є реалії сучасного світу післяпандемічної ери. Після тривалого перебування в сірій буденності люди прагнуть до яскравості, незвичайності та непередбачуваності [30].

Тема ретро-дизайну захоплює різні сфери дизайну. Циклічність трендів - це факт, з яким погодиться будь-який досвідчений дизайнер. Не дивно, що в останній час збільшується зацікавленість тематикою та стилістикою 90-х років. Приглушена палітра кольорів, прості шрифти і плоска двовимірна графіка викликають почуття ностальгії і привертають увагу аудиторії [30].

Використання нейтральних та спокійних відтінків цілком обгрунтовано та зрозуміло. Адже під високим рівнем стресу, зумовленим подіями сьогодення, люди зазвичай віддають перевагу використанню натуральних та пастельних відтінків у дизайні. Яскраві і насичені забарвлення можуть викликати відштовхування, тоді як пастельна палітра кольорів має здатність заспокоювати та викликати довіру. Крім того, використання ніжних відтінків сприяє легкості їх комбінування, що дозволяє економити час при підборі вдалої комбінації. Зокрема, рекомендується звернути особливу увагу на пастельні зелені та блакитні відтінки, оскільки еко-тенденція продовжує триматися у 2023 році [11].

Плоский дизайн залишається в тренді. Для швидкого візуального уявлення подібного стилю можна згадати японські картини. У них чітко

простежуються контури та використовуються плоскі контрастні кольори. Особливістю японського образотворчого мистецтва є фокус на одному предметі, що відмінно підходить для друкованої продукції, в нашому випадку, меню.

Скляний (напівпрозорий) дизайн є вже давно популярним і зберігає свою актуальність протягом тривалого періоду. Прозорі текстури спрощують візуалізацію та відкривають широкі можливості для реалізації різноманітних рекламних ідей.

В 2023 році "ефект скла" буде поєднуватися з тривимірним ефектом, використовуватися у оформленні іконок, елементів і навіть тексту [11].

Вінтажний стиль теж стане дуже популярним трендом у 2023 році. Багато людей захоплюються минулим, яке навіть не відчували на собі, і це можна пояснити. Вінтаж асоціюється з якістю - ручною роботою, коли кожна деталь бездоганна.

Вінтажний мінімалізм поєднує найкращі аспекти, видаляючи зайві елементи та залишаючи лише необхідне. Результат - чистий, вишуканий дизайн, який виходить за межі часу.

Одним з найбільш популярним трендів графічного дизайну є друк фольгою. Це цікавий елемент, який можна було б використати у дизайні та редизайні журнального меню ресторану. Повернення популярності прослідковується щодо градієнтів, використання фольги додасть друкованим матеріалам розкіш та стиль. Друк фольгою може підкреслити клас та витонченість, особливо якщо використовувати класичну сріблясту або золотисту фольгу. Також можна створити футуристичний дизайн, використовуючи кольорову фольгу.

Що стосується тренду якісних та цікавих фотографій, цей тренд на пряму впливає, на дизайн меню ресторану, адже фуд-фото є важливим елементом меню.

Фотографія відіграє важливу роль як у онлайн, так і в офлайн дизайні. Вирішальне значення має використання фотографій, які відповідають повідомленню, яке намагається передати дизайн. Раніше й зараз багато людей користуються стоковими фотографіями, які є загальними та мало виразними.

Проте тепер все більше дизайнерів рекомендують використовувати лише оригінальні, автентичні фотографії. Це стосується не лише зображень продуктів, але й фотографій людей, природи та інших об'єктів, які можуть викликати емоції.

Цей тренд передбачає залишатися актуальним протягом тривалого часу, оскільки все більше людей інтуїтивно розрізняють стокові, штучні фотографії від реальних зображень сучасності й віддають перевагу підприємцям, що спілкуються зі своєю аудиторією відверто й широко [11].

Використання трендів у дизайні може допомогти створити сучасний, привабливий та відповідний часу образ бренду. Впровадження актуальних трендів дозволяє привернути увагу аудиторії і створити сильну візуальну ідентичність.

Захоплюючись трендами, важливо знати, як їх вдало інтегрувати в дизайн, зберігаючи унікальність і стиль закладу. Тренди можна використовувати як в основних елементах дизайну, так і у деталях, щоб надати проекту свіжості та актуальності.

При використанні трендів та тенденцій, важливо пам'ятати, що вони мають підтримувати й передавати повідомлення про цілі та мету, а також атмосферу закладу. Тренди необхідно обирати з урахуванням цільової аудиторії, стилю та цілей проекту, щоб вони сприяли позитивному сприйняттю і залученню та втриманню цільової аудиторії.

Застосування трендів може додати сучасності, інноваційності та привабливості до дизайну, але важливо не перенасичувати ними варіант дизайну. Треба залишатися уважними до деталей, зберігати баланс між трендами та особливостями проекту, щоб створити впізнаваний та запам'ятовуваний образ.

Користування трендами - це можливість підняти дизайн на новий рівень, відзначитися серед конкурентів і зацікавити свою аудиторію.

РОЗДІЛ II

ПІДГОТОВКА ДО РОЗРОБКИ РЕДИЗАЙНУ ЖУРНАЛЬНОГО МЕНЮ ДЛЯ РЕСТОРАНУ "ЛІЛЯ" (М. СЛАВСЬКЕ "ГОРИ ВРАЖЕНЬ")

2.1. Аналіз конкурентів та аналогів

Актуальність аналізу аналогів та конкурентів в сфері дизайну меню для ресторанів надзвичайно велика. Ресторанний бізнес є конкурентним, і ефективний дизайн меню може стати ключовим фактором успіху.

Після виходу на ринок, підприємство миттєво стає учасником змагання за увагу споживачів до своїх товарів і послуг, в якому змагається з іншими "гравцями". Конкуренція є необхідним елементом ринку, вона стимулює зміни та розвиток конкуруючих компаній. Менеджери активно беруть участь у конкурентній боротьбі, розробляють стратегії для завоювання певних сегментів ринку, а це вимагає детального аналізу конкурентів та їх пропозицій. Інформація про конкурентів є важливим ресурсом для впевнених дій [37].

Аналіз аналогів дозволяє вивчити дизайн меню інших ресторанів, які працюють у тій же ніші або мають схожу концепцію. Це допомагає зрозуміти, які дизайнерські рішення є популярними і ефективними у даному сегменті ринку. Наприклад, вивчення дизайну меню висококласних ресторанів може надати приклади щодо використання елегантних шрифтів, високоякісних фотографій страв та стильного оформлення.

Аналіз конкурентів допомагає виявити їхні сильні та слабкі сторони в дизайні меню. Це можуть бути елементи, які викликають зацікавлення у відвідувачів, наприклад, використання зручної інформаційної структури, використання зручного читабельного шрифту та привабливого оформлення. З іншого боку, аналіз конкурентів також допомагає виявити прогалини в їхньому дизайні меню, що відкриває можливості для створення унікальної та вигідної пропозиції.

Актуальність аналізу аналогів та конкурентів полягає в тому, що в дизайні меню постійно з'являються нові тенденції і інновації. Тому, важливо вміти використовувати тренди дизайну в своїх проєктах, спираючись на потреби аудиторії.

Актуальність аналізу аналогів та конкурентів в сфері дизайну меню для ресторанів також полягає в тому, що смаки та переваги споживачів постійно змінюються. Швидкі зміни в гастрономічній культурі, дієтології та харчових тенденціях впливають на вимоги до дизайну меню.

Аналіз аналогів та конкурентів допомагає забезпечити консистентність та відповідність дизайну меню загальній брендovій ідентичності ресторану. Це створює єдиний стиль та визначає унікальний образ закладу, що допомагає залучати та утримувати клієнтів.

Отже, аналіз конкурентів - це діяльність, спрямована на вивчення підприємств, які конкурують з метою визначення своїх сильних і слабких сторін щодо них. Чим якісніше проведено конкурентний аналіз, тим вищі шанси зацікавленого учасника ринку досягти потрібних цілей.

Цілями аналізу конкурентів є:

1. складання планів продажів на різні періоди;
2. виставлення оптимальних цін на свої товари та послуги;
3. визначення перспектив бізнесу при поточних тенденціях змін ринкового середовища;
4. виявлення сильних і слабких сторін пропонованого продукту або послуги, у порівнянні з іншими компаніями.

На початковому етапі важливо визначити, хто є конкурентами підприємства та ранжувати їх за їх вагомістю.

Конкуренти можуть бути прямими або непрямими. Прямі конкуренти продають подібні товари або послуги для тієї ж цільової аудиторії та використовують подібні канали збуту та маркетингові методи. Непрямі конкуренти також звертаються до вашої цільової аудиторії, але пропонують товари або послуги з іншими характеристиками, в іншому ціновому діапазоні або через інші канали збуту [37].

Отже, перший крок у конкурентному аналізі полягає в складанні списку компаній, які є прямими та непрямими конкурентами. З цього списку виділяються ключові конкуренти, які мають найбільший вплив на вашу сферу діяльності.

Ключові конкуренти визначаються як ті, які можуть відігравати важливу роль у положенні на ринку. Вони можуть притягувати цільову аудиторію, що є цільовою і для вас, або, навпаки, клієнти можуть переходити до них. Зазвичай це компанії, що мають значні ринкові позиції з помітною позитивною або негативною динамікою змін, або компанії, що пропонують унікальний товар або послугу. Якщо мета бізнесу - збільшити продажі існуючої продукції, то ключовими будуть прямі конкуренти. У разі розширення асортименту особливу увагу слід звернути на непрямих конкурентів.

Основними джерелами даних про конкурентів є:

1. Опитування споживачів, які входять до потрібної цільової аудиторії. Вони можуть відповісти на прості запитання про відому їм продукцію, її переваги та критерії вибору.
2. В аналітичних статтях та оглядах, присвячених необхідному сегменту ринку, часто згадуються ключові підприємства, що відіграють важливу роль. Такі матеріали можуть містити інформацію про ці компанії та їх характеристики.
3. Відвідування виставок, семінарів та інших бізнес-заходів надає можливість конкурентам особисто розповісти про себе та поділитися цікавою інформацією, а також надати свої контакти. Глибинні інтерв'ю з експертами ринку забезпечують якісну інформацію про конкурентів, відкриваючи докладні відомості про їх сильні та слабкі сторони.
4. Техніки конкурентного аналізу включають збір інформації через підписку на розсилки конкурентів, контактування з їх менеджерами з продажу, використання методу "таємного покупця" та інших подібних способів розвідки.

5. Аналізування пошукових запитів в Інтернеті дозволяє визначити, на сайти яких компаній найчастіше звертаються потенційні споживачі при пошуку конкретного товару або послуги.
6. Шляхом аналізу розташування товарів на полицях провідних магазинів можна отримати важливу інформацію про впливовість певного бренду на ринку [37].

На даному етапі, визначившись з поняттями та цілями аналізу аналогів та конкурентів, розглянемо приклади меню інших закладів.

Наприклад, ресторан "ТАНДИР" має три варіанти меню: основне, WHISKEY LIST та дитяче меню (див. рисунок 2.1). Картинки наявні тільки у другому меню. Ніяких фото більше не зустрічається. Всюди зустрічається гротескний шрифт. Розміри та написання шрифтів узгоджені. У кожному меню - максимально три шрифтри. Загалом меню достатньо прості - все розподілено на категорії, є назва страви, її вага та ціна.

СНІДАНКИ		SCOTLAND/ШОТЛАНДІЯ	
Грузинський сніданок (Яйце-пашот, діло вареник, джиган, запечені в тесті)	375	HIGHLAND	
*Окята рещан з сосисками власного виробництва	245	Dalmore 12 YO	698
Шашука	397	Dalmore Sherry Cask	790
Сосиска вареного виробництва виготовлена, заморожена, з замороженою в морозильнику картоплею. Діло мочити замочити в гарячому соусі/маринаті з соусом.	1000	The Macallan Fine Oak 12 YO	600
		The Macallan Double Cask 15 YO	1150
ХОЛОДНІ ЗАКУСКИ		Glenmorangie The Original 10 YO	487
Сет Мезе (Завтрак, ікра карп, баклажан, перці сицилійські, цуккині, шпатель картопля, томатна паста, салат)	500	Glenmorangie Nectar D'OR 12 YO	690
Хумус з чорною оливкою	200	Etdour Caledonia 12 YO	698
Карми Фрик (Сирянка, картопля з томатним соусом, помідор)	300	Bullechin 10 YO	575
Брокколіні, білі боби, шпатель, м'ята	200	Tullibardine Burgundy Finish	450
		Loch Lomond Original	289
		Loch Lomond Single Grain	256
		SPEYSIDE	
		BenRiach 12 YO	519
		BenRiach The Smoky 12 YO	538
		GlenAllachie 11yo Moscatel Wood Finish	647
		Glenfarcas 17 YO	845
		Dalwhinnie 15 YO	528
		Tamdhu 12 YO	375

Рисунок 2.1 - Меню ресторану "ТАНДИР"

Також розглянемо меню з київського ресторану "Fenix" (див. рисунок 2.2). У цьому меню також відсутні фотографії страв, при цьому можемо бачити акварельні замальовки квітів, у попередніх аналогах акварельні замальовки можна було побачити у дитячому варіанті меню.

Сніданки Breakfast 10:00 - 13:00		FENIX RESTAURANT	
Домашній бріош в стилі пан перду з лососем, гуакамоле, яйцем пашот і соусом Голландез Brioche pain perdu with salmon, guacamole, poached egg and Hollandaise sauce	490	Салати Salads	
Авокадо-тост з ростибіфом, томатом і соусом томатом Avocado toast with roast beef, tomato and tomato sauce	570	Оліве з лососем, перепелиним яйцем та червоним кавіаром Olive salad with salmon, quail eggs and red caviar	490
Клуб-сендвіч з трюфельним омлетом, смаженим беконом і романиви соусом Club sandwich with truffle omelette, fried bacon and pink sauce	500	Мікс салату з овочами та гарбузовим насінням Mixed green salad with vegetables and pumpkin seeds	400
Шашука з печеними грибами Shashuka with buckwheat croutons	350	Капрезе з моцареллоу Буффало з томатами та зеленим базиліком Buffalo mozzarella caprese with tomatoes and green basil	390
Яйце пашот з лососем, гравіакс, соусом Голландез та червоним кавіаром Poached egg with gravax salmon, Hollandaise sauce and red caviar	590	Салат з томатами, червоною цибулею та грецькою фетою Tomato salad with red onion and Greek feta	490
		Салат з тунцем, огірком, томатами чері та буцолою Tuna salad with cucumber, cherry tomatoes and feta	650
		Салат з морепродуктами гриль, авокадо, томатами чері, огірком та перцем чилі Grilled seafood salad with avocado, cherry tomatoes, cucumber and chili pepper	950
		Салат з тигровими креветками, томатами чері, гуакамоле та буцолою Tiger shrimp salad with cherry tomatoes, guacamole and ruota	570
		Салат з печеною кропивою, бебі-шпинатом, маринованим буряком та яблуками Beetroot salad with baby spinach, pickled beets and apples	480
		Салат Цезар з панірованою курячою грудкою Caesar salad with breaded chicken breast	450

Рисунок 2.2 - Меню ресторану "Fenix"

Використовується велика кількість варіацій шрифтів, що створює інформаційний хаос, вважаємо враховувати це як мінус даного дизайну. Кольори підібрані вдало - ніжно-рожеві відтінки в ілюстраціях переграють з золотистим кольором. Також, можна помітити, що категорії страв виділені погано, через золотистий колір вони скоріше не є легкочитаними. Також у цьому меню присутнє позначення вегетаріанських страв за допомогою іконки листочка.

Також розглянемо меню ресторану "Українські страви" (див. рисунок 2.3). Всі сторінки меню однотипні - вони мають логотип з верхнього лівого кута та назву категорії - з правої частини. Не дивлячись на загальну читабельність і категорії, і переліку страв, шрифти неузгоджено, адже присутнє використання багатьох варіантів написання - рукописні шрифти на заголовку з використанням різної товщини, антиква для переліку страв, теж з використанням варіацій товщини, та гротеск для цін та ваги страв. Через це меню виглядає не естетично, адже складається враження, що "накидали усього та побільше".



		<i>Сніданки</i> <i>Breakfasts</i>	
Вівсяна каша з фруктами та горіхами Oatmeal with fruits and nuts	300/10	57.00	Деруни зі сметаною Hash browns with sour cream
Яєшня/натуральна Fried eggs	114/5	44.00	Млинці з сиром Crepes with cheese
Яєшня з салою Fried eggs with bacon	155/5	57.00	Млинці з маком та м'ясом Crepes with poppyseeds and honey
Яєшня з шинкою та сиром Fried eggs with ham and cheese	170/5	88.00	Млинці з яблуками Crepes with apples
Яєшня з помідорами та грибами Fried eggs with tomatoes and mushrooms	114/50/40/5	70.00	Млинці зі сметаною та джемом Crepes with sour cream and jam
Омлет натуральний Plain omelet	160/5/5	50.00	Млинці з карамелним соусом Crepes with caramel sauce
Омлет з шинкою та сиром Omelet with ham and cheese	200/5	79.00	Млинці з вишневим соусом
			300/100/5
			82.00
			200/10/100/1
			101.00
			200/10/120/10/1
			117.00
			200/50/50/10
			74.00
			150/120/15
			82.00
			150/75/50/10/2
			81.00
			150/75/50/10/2
			67.00

Рисунок 2.3 - Меню ресторану "Українські страви"

Меню ресторану "Амбар" має темний фон та, на відміну від попередніх варіантів - містить у собі фотографії страв (див. рисунок 2.4). Загалом ресторан

позиціонує себе як спеціалізований на м'ясі, можли через це були використані саме ці кольори, адже вони підкреслюють брутальність м'ясних страв.



Рисунок 2.4 - Меню ресторану "Амбар"

Мінусом є використання шрифту для заголовків, що схожий на Comic Sans, відомо, що такий шрифт не "випромінює" брутальність. Це може трохи збентежити глядача. Але у меню не використовується більше ніж три варіації написання шрифтів, тож можна вважати це плюсом.

Отже, варто підсумувати, що вигляд дизайну меню для конкретного ресторану має спиратися на цілі та загальну айдентіку бренду, позиціонування бізнесу на ринку. Тож, якісний аналіз прямих та непрямих конкурентів дає можливість правильно сформулювати стратегію розвитку бізнесу та, зокрема, розробки дизайну для нього.

2.2. Загальний опис галузі та аудиторії

Описуючи дану галузь, варто сказати, що ресторанний бізнес в Україні є однією з найважливіших галузей громадського харчування. Він є не тільки місцем, де люди можуть смачно поїсти, але і платформою для соціальних зустрічей, бізнес-зустрічей та особливих подій.

Україна має розмаїття ресторанних закладів, від маленьких кав'ярень до ресторанів вищого класу і закладів з міжнародною кухнею. Великі міста, такі як

Київ, Львів, Одеса та Харків, славляться своїми ресторанами, які пропонують різноманітні страви, розкішний інтер'єр та вишуканий сервіс.

В останні роки спостерігається зростання популярності ресторанів, що пропонують національну українську кухню, зокрема закладів, де пропонуються страви з традиційними українськими інгредієнтами та рецептами. Це свідчить про підтримку та популяризацію національної кулінарії та культури в країні.

Одним з важливих аспектів ресторанного бізнесу є якість обслуговування та гостинність. Українці славляться своєю гостинністю та любов'ю до гарного харчування, тому якісне обслуговування та створення затишної атмосфери є ключовими факторами успіху ресторану.

Згідно з дослідженням, проведеним компанією "Ресторанний консалтинг", ресторанний ринок в Україні значно зріс протягом останніх шести років. Загальний обсяг ринку закладів громадського харчування збільшився з 12,3 млрд. грн. до 28,4 млрд. грн. Проте, варто зазначити, що кількість ресторанів в країні ще не є достатньою. За даними, на одне місце в ресторані припадає близько 35 чоловік [12].

За останній час, споживачі все більше приділяють увагу якості кухні при виборі закладу для відвідування. Тенденція "демократизації" спричинила появу ресторанів з привабливим інтер'єром, стильними меблями та елегантним посудом, при цьому залишаючи ціни достатньо доступними. Найпопулярнішими є заклади, що пропонують страви української кухні, особливо в середньому та низькому ціновому сегменті. Окрім цього, велику популярність здобувають італійські ресторани, піцерії, та заклади з японською кухнею, особливо серед молоді. Кав'ярні, де зернова кава практично витіснила розчинну, кондитерські, булочні, паби з власними міні-пивоварнями, фаст-фуди і стріт-фуди також активно розвиваються і мають свої шанувальників.

Отже, розберемо поняття цільової аудиторії, аби зрозуміти, які є можливості щодо її аналізу. Також варто буде визначити власну цільову аудиторію.

Цільова аудиторія (ЦА) - це потенційні споживачі, які виявляють зацікавленість у здобутті інформації, товарів або послуг. Ця аудиторія може

включати як індивідуальних клієнтів, так і підприємства. Головним завданням маркетингу є вплив на цю аудиторію і стимулювання їх до придбання конкретного товару або послуги [34].

Цільової аудиторією можуть бути:

1. поточні споживачі, адже ці клієнти вже приносять стабільний дохід;
2. потенційні клієнти, щоб знати в якому векторі розвиватися;
3. споживачі, яким продукт може задовольнити потреби за допомогою відмінних характеристик.

Розберемося, для чого ж саме так важливо знати свою цільову аудиторію.

Отже, це потрібно для того, щоб:

1. правильно та вдало донести потрібну інформацію;
2. зробити інформаційну пропозицію, в якій споживач впізнає себе;
3. розробити рекламну кампанію, яка орієнтована на потрібного споживача без зайвих витрат на рекламу;
4. підвищити конверсію продажів при правильному розподілі реклами;
5. сформувати лояльність до бренду;
6. наголосити на довгострокових стосунків з клієнтом;
7. залучати нову аудиторію шляхом вивчення наявної [36].

Поставивши визначення та аналіз цільової аудиторії на перше місце, можна уникнути втрати як часу, так і коштів. Найефективніше почати з врахування потреб наявних та потенційних споживачів і зрозуміти їх цінності та життєві пріоритети. Наступним кроком буде створення повноцінного портрета клієнта, щоб мати чіткий орієнтир і вживати відповідні заходи.

Люди ходять в ресторани з різних причин. Ресторан - це не тільки місце, де можна насолодитися смачною їжею, але й соціальна арена, де можна зустрітися з друзями, провести романтичну вечерю, відсвяткувати особливу подію або просто відпочити від повсякденності. Ось деякі з основних причин, чому люди ходять в ресторани:

1. Кулінарні враження: Багато людей цінують хорошу їжу і шукають нові смаки і кулінарні враження. Ресторани пропонують різноманітні страви з різних кухонь світу, дозволяючи гостям спробувати щось нове та цікаве.

2. Зустрічі: Ресторан часто слугує місцем для зустрічей з друзями, родиною або колегами. Люди можуть провести час разом, насолоджуючись стравами та обговорюючи різні теми.
3. Відпочинок і релаксація: Ресторан може бути місцем, де люди відпочивають від рутини і насолоджуються приємною атмосферою. Вони можуть насолоджуватися приголомшливим інтер'єром, приємною музикою та обслуговуванням.
4. Особливі події: Ресторани часто стають місцем для святкування особливих подій, таких як дні народження, весілля, ювілеї та інші важливі події у житті людей. Вони надають можливість відзначити ці моменти разом з близькими людьми в комфортній атмосфері.
5. Відсутність необхідності готувати: Деякі люди ходять в ресторани просто тому, що вони не хочуть готувати вдома. Вони цінують можливість насолодитися якісною їжею, не займаючись приготуванням та прибиранням.

Всі ці фактори впливають на те, чому люди ходять в ресторани. Кожна людина має свої власні причини і вподобання, які впливають на її вибір місця для їжі.

Аналізуючи аудиторію у даному закладі "Лілія", варто сказати, що цей ресторан знаходиться у Львівській області. Як відомо, західна частина України здебільшого україномовна та налаштована на те, аби зберігати культуру та традиції предків. Цим пояснюється актуальність закладу.

Тож, у ресторани української кухні можуть ходити різні категорії людей. Основними групами, які можуть зацікавитися відвідати такий ресторан, є:

1. Українці та особи українського походження. Люди, які мають українське походження або прив'язаність до української культури, можуть бути зацікавлені в тому, щоб спробувати традиційні українські страви та відчутти на собі українську кулінарну спадщину.
2. Туристи та іноземні відвідувачі. Люди, які відвідують Україну як туристи або мають зацікавлення в пізнанні культурної спадщини країни, можуть

захотіти спробувати традиційну українську кухню, щоб отримати таку частину досвіду.

3. Любителі кулінарних відкриттів. Люди, які цікавляться екзотичною або регіональною кухнею, можуть бути зацікавлені у тому, щоб спробувати українські страви, які пропонуються в ресторані української кухні. Вони можуть бути в пошуку нових смаків та кулінарних вражень.
4. Гурмани та любителі поїсти. Люди, які цінують високу якість їжі, автентичність та унікальність страв, можуть зацікавитися українською кухнею як однією з гастрономічних варіацій, яку вони хочуть спробувати.
5. Загалом, ресторан української кухні може привабити широку аудиторію, включаючи тих, хто має особливі "зв'язки" з українською культурою, туристів, любителів кулінарних вражень та гурманів.

Варто враховувати вік та платоспроможність відвідувачів, це на пряму виражається в тому, який буде дизайн меню та ресторану в цілому.

2.3. Формування технічного завдання

Варто розглянути поняття технічного завдання та особливості його розробки, зокрема для редизайну меню ресторану.

Технічне завдання (ТЗ) – це документ, що визначають вимоги та специфікації для розробки проєкту або виконання робіт. ТЗ описує функціональні та технічні вимоги, обмеження та умови, які слід враховувати під час реалізації проєкту [38].

Основна мета ТЗ — прописати всі деталі, необхідні для успішного виконання проєкту. Цей документ служить основою для діалогу між замовниками та виконавцями проєкту та допомагає уникнути непорозумінь і помилок під час розробки.

Основними складовими технічного завдання є:

1. Опис загальної мети та обсягу проєкту.
2. Вимоги до програмного забезпечення або продукту.
3. Технічні вимоги до апаратного та програмного забезпечення.

4. Вимоги до продуктивності, надійності та безпеки.
5. Інтерфейс користувача та взаємодія.
6. Такі обмеження, як бюджети та графічні обмеження.
7. Строки та графік виконання проєкту.
8. Вимоги до документації та тестування [16].

ТЗ має бути чітким, зрозумілим і вичерпним документом, що містить всю інформацію, необхідну для успішної реалізації проєкту. Він є основою для контролю якості та оцінки результатів роботи.

Правильна розробка технічних завдань (ТЗ) включає кілька ключових етапів і принципів. Далі опишемо кілька кроків, які варто виконати під час створення ТЗ:

1. Визначити цілі проєкту.
2. Описати функціональні вимоги.
3. Сформулювати технічні вимоги.
4. Визначити способи взаємодії користувача з продуктом.
5. Узгодити терміни та графік виконання.
6. Описати вимоги до документації [14].

Визначаючи цілі проєкту важливо описати основну мету редизайну, наприклад, покращення впізнаваності бренду, збільшення привабливості упаковки або поліпшення комунікації зі споживачем. Встановити конкретні показники успіху проєкту, які можуть бути виміряні, наприклад, збільшенням замовлень, покращенням сприйняття бренду або зниженням кількості скарг споживачів.

Опис функціональних вимог містить в собі визначення основних функцій, які повинні бути реалізовані в оновленому дизайні меню, наприклад, зрозуміла структура, легке читання тексту. Також на цьому етапі потрібно уточнити вимоги до елементів дизайну, таких як шрифти, кольори, графічні елементи тощо.

Формулювання технічних вимог допомагає визначити технічні параметри, які повинні бути враховані при редизайні, наприклад, тип матеріалу, можливості

друку, відповідність стандартам безпеки тощо. Потрібно встановити вимоги до друку, макетування та інших технічних аспектів оновленого меню ресторану.

Важливо описати способи взаємодії користувача з оновленим дизайном, наприклад, зручність захоплення, легкість розуміння інформації. Визначення розміщення елементів, типографіки, колірної схеми та інших аспектів, що впливають на сприйняття клієнтом, є важливим кроком розробки редизайну.

Узгодження термінів та графіка виконання встановлює дедлайни для кожного етапу розробки та впровадження редизайну. Терміни узгоджують замовники, розробники та інші зацікавлені сторони проєкту.

Опис вимог до документації визначають необхідну документацію, яка повинна бути розроблена під час проєкту, таку як технічні специфікації, макети, інструкції з використання тощо. Важливо описати формати, структуру та вимоги до документації [14].

Розробка технічного завдання (ТЗ) при редизайні включає в себе конкретні кроки і особливості, оскільки метою є вдосконалення існуючого дизайну.

Також важливо використовувати елементи інфографіки для полегшення сприйняття інформації [40, с. 93].

Отже, розробляючи технічне завдання для редизайну меню ресторану "Лілія", варто наголосити, що цей заклад презентує українські традиційні страви в своєму меню, тож необхідно в дизайні наголосити на українській традиційності, але без додавання шароварщини.

Загалом, поняття такої шароварщини дуже сильно псує враження від всього українського, насміхаючись з культури народу. Тож, рекомендовано уважно підходити до візерунків та зображень, які будуть використовуватися у дизайні меню.

Важливо розглянути концепцію української вишиванки - традиційного українського одягу, що відрізняється багатим візерунком, виконаним вручну на тканині. Візерунки вишиванок мають символічне значення і відображають українську культуру, історію та народні вірування. Важливість цього в тому, що у дизайні меню планується використовуватися відповідні мотиви.

Тож, у вишиванках використовуються різноманітні візерунки, які можуть варіюватися залежно від регіону та етнографічної приналежності. Основні елементи візерунків вишиванок включають геометричні форми, рослинні мотиви та символи [15, с. 47].

Щодо кольорів, які часто використовуються в українських вишиванках, основними є:

1. червоний;
2. чорний;
3. білий.

Червоний колір вважається символом любові, життя та енергії. Він широко використовується в вишиванках як головний кольоровий акцент. Чорний колір використовується для контурів та візерунків, додаючи контраст і виразність до вишивки. Він символізує силу та захист. Білий колір використовується для основи тканини та візерунків. Він символізує чистоту, невинність та доброту [15, с. 48].

Також, менш поширеними кольорами у вишиванках були сині та зелені кольори. Варто використовувати у дизайні меню ресторану "Лілія" саме такі кольори, аби підкреслити традиційність.

Шрифти можуть бути використані з будь-якої групи, головне, щоб це доповнювало загальну концепцію традиційності.

Важливо зазначити, що використані зображення та ілюстрації не мають бути шароварними. Вони повинні відображати українську культуру, бути оригінальними, цікавими та доречними. Допустимі флористичні мотиви, адже до цього спонукає назва закладу.

У редизайні меню мають бути відсутні фото страв, адже такі тенденції спостерігаються у дизайні меню інших популярних закладів. Наявність або відсутність фотографій страв у меню ресторанів може бути обумовлена різними факторами.

Наявність фотографій страв у меню може мати як позитивний, так і негативний вплив на споживачів. Деякі студії підтверджують, що фотографії страв можуть збільшити зацікавленість клієнтів і спонукати їх замовляти

більше. Фотографії страв можуть створювати нереалістичні очікування у споживачів і призводити до розчарування, якщо страва насправді виглядає менш привабливою або відрізняється від зображення.

Тож, вважаємо, що використання фотографії страв не є доречними. до того ж, буде легше розробити сучасний дизайн.

Також, додатковою частиною роботи над кваліфікаційною роботою буде розробка мобільного додатку для даного ресторану, де буде представлено меню.

РОЗДІЛ ІІІ

РОЗРОБКА РЕДИЗАЙНУ ЖУРНАЛЬНОГО МЕНЮ ДЛЯ РЕСТОРАНУ "ЛІЛІЯ" (М. СЛАВСЬКЕ "ГОРИ ВРАЖЕНЬ")

3.1. Пошуково-проектний етап

Технічне завдання, яке було визначено у минулому розділі, наголошує на тому, що дизайн та редизайн меню дещо відрізняється. Пошуково-проектний етап для меню ресторану загалом має проходити за етапами.

Перше, що необхідно зробити, це було також зазначено в розробці технічного завдання, це проаналізувати поточний стан дизайну. Важливо оцінити його структуру, макет, використані кольори, шрифти та інше.

Отже, наведемо кілька прикладів існуючого меню (див. рисунок 3.1). Загальне враження одразу дає зрозуміти, чому саме в цьому випадку потрібен редизайн. Розберемо детальніше. Фотографії страв часто містять у собі червоний колір та його відтінки, можливо через це, загальним кольором було обрано темний зелений, щоб домогтися контрастності та гармонії кольорів. Однак такий варіант не є вдалим. З економічної точки зору, для друку такого меню потрібно використати більше фарби. Вважаємо за необхідне, вдосконалити цю характеристику.



Рисунок 3.1 - Поточне меню ресторану "Лілія"

Композиційне розміщення відрізняється на різних сторінках, але є одна закономірність - розміщення блоками (прямокутниками з гострими кутами).

Така непослідовність може заплутувати глядача та негативно впливати на час вибору замовлення.

Шрифти виконуються у білих кольорах. Для основного тексту, заголовків (назв страв) використовуються рукописні шрифти. Це не є професійним рішенням, адже відомо, що подібні шрифти зазвичай використовують для заголовків, адже вони можуть ускладнювати сприйняття інформації. При цьому ж, для основного заголовку, назви ресторану та слогану, використовується елегантний шрифт з групи антикви. Таке поєднання та використання шрифтів потребує глобальної переробки.

Загалом, через всі ці якості, меню виглядає застаріло та невдало, не приносить потрібного ефекту для закладу. Тож, важливість редизайну в даному випадку є очевидною.

При розробці нового варіанту варто враховувати характеристики цільової аудиторії, зокрема її вподобання, потреби, демографічні характеристики та стиль життя. Це допоможе зрозуміти, які елементи меню будуть найбільш привабливими та зрозумілими для потрібної аудиторії.

Варто зазначити, що майбутня розробка має виконуватися з використанням українських традиційних мотивів, при цьому не походити на "шароварщину".

Розробляючи новий дизайн меню, потрібно враховувати вдале розміщення переліку страв, чітке читання тексту, привабливість інформаційних блоків та використання візуальних елементів, які підкреслюють атмосферу ресторану.

Інформація, розміщена в меню, повинна містити чітку інформацію про страву та їх ціни. Важливо використовувати зрозумілі шрифти та логічну структуру, щоб гості легко знайшли потрібну інформацію та швидше зробили свій вибір.

Важливо пам'ятати, що кожен ресторан має унікальну атмосферу і стиль, тому концепція редизайну меню повинна відповідати його особливостям і приваблювати цільову аудиторію.

Кольори для розробки, зважаючи всі вище перелічені елементи, мають бути наступні: білі, червоні, чорні [23, с. 176]. Варто було б додати геометричні елементи, такі як ламані або прямі лінії (див. рисунок 3.2).



Рисунок 3.2 - Геометричні елементи

При цьому ресторан має назву тендітної квітки - лілії, а тому і більш плавні візерунки матимуть сенс, особливо в ілюстраціях (див. рисунок 3.3). Krita було використано для створення цих ілюстрацій [21].



Рисунок 3.3 - Ілюстрація лілії

Варто зазначити, що процес вибору малюнку квіткої не був швидким та простим, було розроблено декілька ескізів, з яких вже обирався найкращий варіант, який і після розроблявся далі та продовжував вдосконалюватися (див. рисунок 3.4).

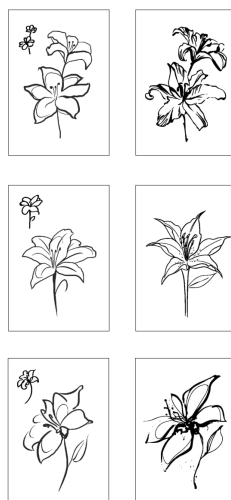


Рисунок 3.4 - Ескізування, пошук ідей

При подальшій розробці варто уникати надмірного використання декору або зайвих деталей, щоб зберегти сучасний вигляд та забезпечити зручність користування.

3.2. Опис технологічної частини

Для початку варто сказати, що розробка проєкту проводилася в Adobe Illustrator [19]. Було розроблено 9 ескізувань для сторінок меню (див. рисунок 3.5). Тут можна побачити приблизне наповнення, композицію блоків тексту, місця для ілюстрацій, що схематично зображені колами.



Рисунок 3.5 - Планування структури меню

Після цього потрібно було визначитися з кольорами та шрифтами. Як вже зазначалося вище, необхідно використовувати прості кольори, а саме білий, червоний та чорний (див. рисунок 3.6). Такий вибір допомагає створити мінімалістичну та стильну атмосферу. При цьому надаючи вигляд тадиційності. Використання червоного, чорного та білого кольорів відображає елегантність, солідність та сучасність ресторану. Червоний може використовуватися як акцентний кольоровий елемент, викликаючи апетит та привертаючи увагу, в той час як чорний і білий створюють контраст та розкішний вигляд [24, с. 74].



Рисунок 3.6 - Вибір кольорів

Шрифти грають безпосередньо важливу роль в меню закладу. Тому на них припадає велика відповідальність. Від їх читабельності буде залежати, наскільки швидко клієнт замовить собі страву з переліку (див. рисунок 3.7). Тож, для основного тексту було обрано шрифт Mascho, який належить до групи гротескних шрифтів, тому він є простим та легкозрозумілим. При цьому, аби передати витонченість закладу відповідно до його назви, було вирішено використати також шрифт Calligraph Regular, з групи рукописних. Для цифр було використано Fira Sans [29, с.119].



Рисунок 3.7 - Вибір шрифтів

Після цього було розпочато пошуковий етап щодо ескізування (див. рисунок 3.8). Це було ескізування обкладинки меню, щоб створити концепт та відштовхуватись від нього у подальшій розробці. Можна прослідкувати загальну ідею мінімалізму та мальованого стилю. Ескіз намагався втілити простоту і чистоту у дизайні, застосовуючи мінімальну кількість елементів та кольорів. Використання мальованого стилю додає унікальності та особливого шарму до концепції. Цей підхід орієнтувався на створення стильного та сучасного вигляду обкладинки сторінки меню, привертаючи увагу клієнтів своєю оригінальністю та естетичним враженням.



Рисунок 3.8 - Пошук концепції

Після такого пошуку було використано концепцію ілюстрацій для обкладинки та інших сторінок меню (див. рисунок 3.9). Також було додано геометричні візерунки, які в асоціювалися з українською культурою.



Рисунок 3.9 - Використання ілюстрацій (1)

Також варто роздивитися ще кілька прикладів втілення даної концепції (див. рисунок 3.10). Можна побачити ще додаткові ілюстрації, створені в аналогічному стилі. Але вони відрізнялися великою кількістю деталей, тому вибивалися з концепції та загальної атмосфери.

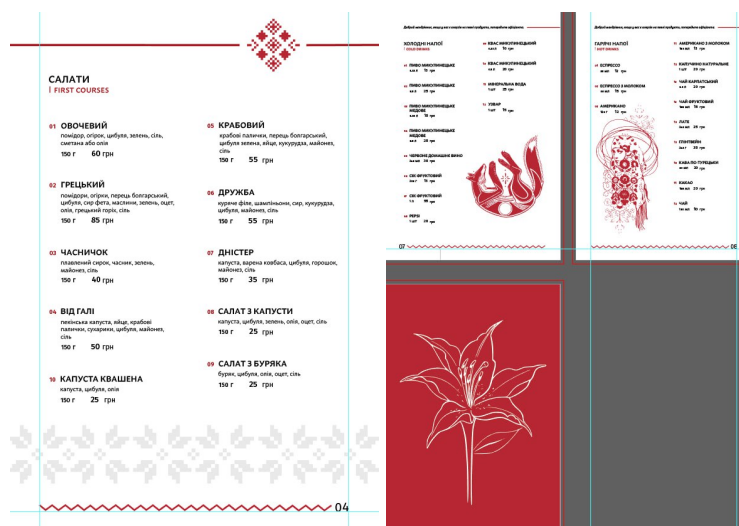


Рисунок 3.10 - Використання ілюстрацій (2)

Але варто пояснити, що маючи певні недоліки, не вони у загальному вплинули на рішення заміни концепції на базовому рівні. Тож, було вирішено, що попри наявність ілюстрації квітки на обкладинці, ілюстрації в середині меню будуть замінені. Потрібно було продемонструвати ними апетитні страви, що подають у закладі. При цьому зробити це схематично та мінімалістично, аби вони підтримували стилістику обкладинки (див. рисунок 3.11).



Рисунок 3.11 - Ескізування нової ідеї

Тож, нижче можна побачити використання вже нових ілюстрацій на сторінках меню. Детальніше розглянемо сторінки у пункті опису результатів. Також було додано ще кілька декоративних елементів, візерунків. Налаштовано шрифти та їх розміри (див. рисунок 3.12).

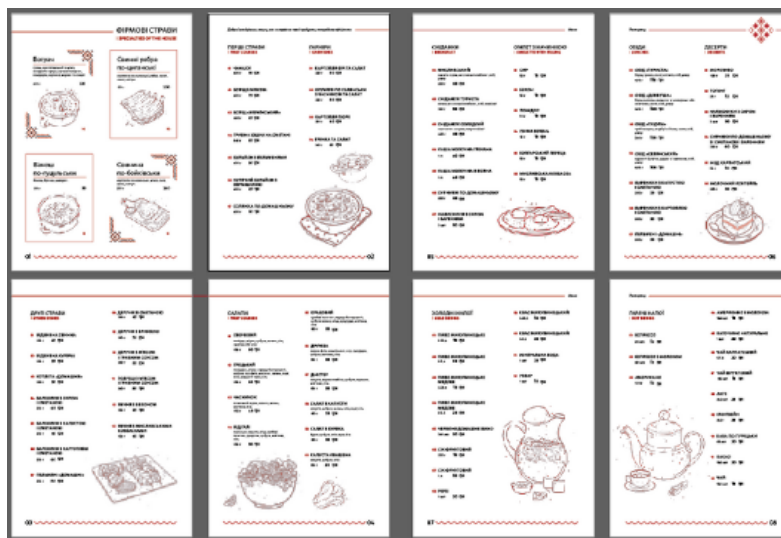


Рисунок 3.12 - Використання нових ілюстрацій

Після завершення розробки журнального меню для ресторану "Лілія", було вирішено розробити мобільний додаток - електронне меню. Це допоможе клієнтам, що більше звикли до використання мобільних пристроїв, продивитися меню у більш звичному для них режимі. При цьому, для інших бажаючих буде друкований варіант. До того ж, мобільний додаток може слугувати елементом залучення та втримання постійних клієнтів, адже матиме систему бонусів, яка надаватиме переваги гостям, що вже відвідували заклад.

Тож, для початку було розроблено прототипування, структуру додатку (див. рисунок 3.13). Тут блоками показано загальний вигляд застосунку, його важливі блоки та їх розміщення.



Рисунок 3.13 - Прототип додатку

Після цього почалося заповнення контентом. Фон було вирішено зробити білим, текст - чорним, заголовки, графічні елементи та кнопки меню - червоним. Таке кольорове рішення підтримує загальний настрій та атмосферу

закладу та повністю відповідає друкованому варіанту. Також було додано фото страв (див. рисунок 3.14). Це вдале рішення використати фото в електронному додатку, на відміну від друкованого меню, розміщення ілюстрацій тут композиційно гармонізує загальний вигляд. При цьому, це рішення не здорошує загальний результат, адже розміщення фото на макеті для друку - пряме здорошення при роздруківці.

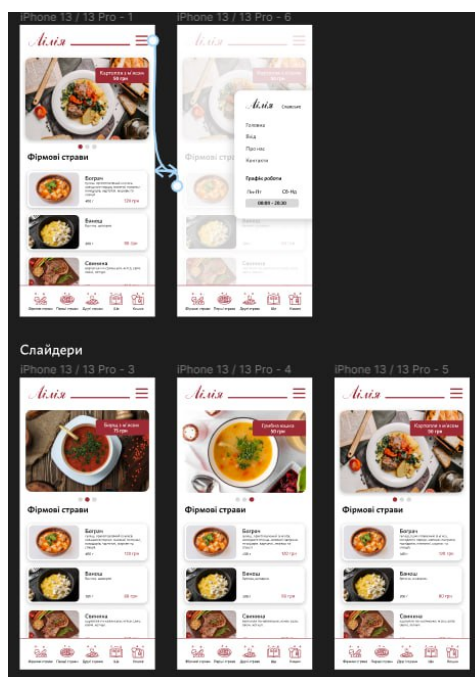


Рисунок 3.14 - Розробка електронного меню

3.3. Опис результатів роботи

Розглянемо результати роботи над практичною частиною даного проєкту. Спершу узагальнено опишемо роботу. Концепція меню ресторану з використанням фірмових кольорів червоного, чорного та білого може створювати ефектний та стильний образ закладу. У цій концепції присутні українські традиційні мотиви, але без "шароварщини", тобто з використанням сучасного підходу до дизайну.

У дизайні меню використовуються українські традиційні мотиви, такі як візерунки вишивки, геометричні орнаменти. Це додає унікальності та виокремлює ресторан як представника української кухні.

Дизайн меню є достатньо простим та мінімалістичним, з акцентом на недбалість ліній, присутня простота композиції та легкість читання. Ця концепція меню ресторану створює баланс між сучасністю та традицією, привертаючи увагу гостей та підкреслюючи унікальність кухні ресторану.

Отже, починаючи описувати результати роботи над меню для ресторану "Лілія" варто спершу розглянути обкладинку. Вона виконана з використанням червоного - для фону, та білого - для ілюстрації (див. рисунок 3.15).



Рисунок 3.15 - Готова обкладинка

Розглянемо детальніше готовий дизайн сторінок меню. Перша - фірмові страви (див. рисунок 3.16). Вона вирізняється рамочками, як звичайними прямокутними, так і з використанням геометричних візерунків. Назва та опис страви підсилюється графічною ілюстрацією. Варто зазначити, що елементи дизайну повністю складаються з фірмових кольорів. Шрифт добре читається, окремі деталі та форми урівноважують композицію. Прослідковується витончене використання українських традиційних мотивів, без перетворення все у "шароварщину".



Рисунок 3.16 - Сторінка фірмових страв

Наступні дві сторінки - перші та другі страви (див. рисунок 3.17). Тут немає такої кількості оздоблення геометричними візерунками, хоча вони і не зникли зовсім. Текст читабельний. Ілюстрації виглядають привабливо та спрямовані на те, аби викликати почуття голоду у клієнта.



Рисунок 3.17 - Сторінки перших та других страв

Далі за структурою меню можемо побачити сторінку салатів (див. рисунок 3.18). Це саме те, що "розхитує" апетит відвідувача. Підкреслимо, що передати ілюстрацію салату червоним контуром було важко, адже втрачається сприйняття природної "зеленості" продукту. Тому тут було використано більш плавні лінії аби передати фактуру страви.

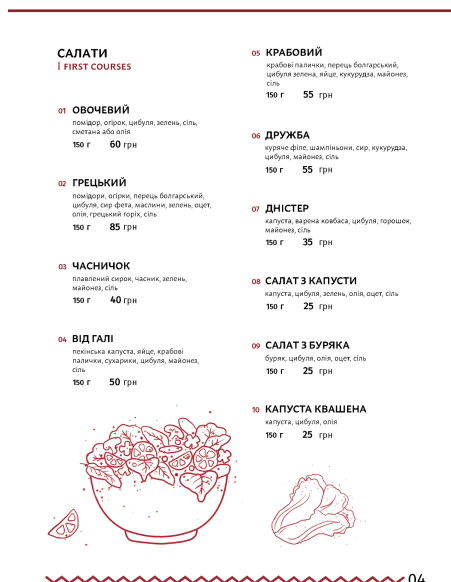


Рисунок 3.18 - Сторінка салатів

Наступними сторінками є "сніданки" та "обіди" (див. рисунок 3.19). Ці сторінки також містять в собі такі категорії як "омлет з начинкою" та "десерти". Також тут присутній декоративний елемент.

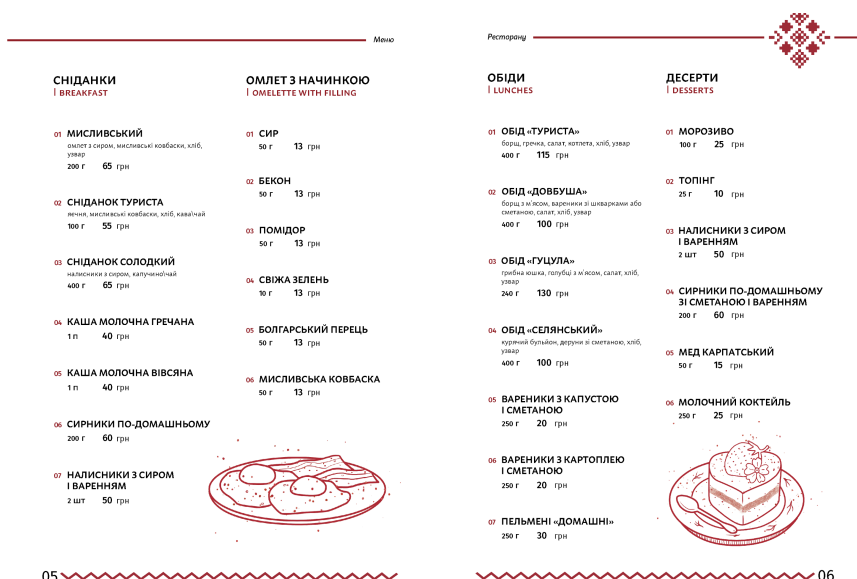


Рисунок 3.19 - Сніданки та обіди

Завершимо огляд меню ресторану "Лілія" сторінками напоїв (див. рисунок 3.20). І знову бачимо питання важливості текстурування ілюстраційних елементів, адже в даному випадку, саме через них можемо побачити навіть температуру предметів, хоча можемо помітити, що червоним кольором дуже важко передати прохолоду, при цьому ж, варто було дотримуватися кольорової гами, визначеної на початку розробки.

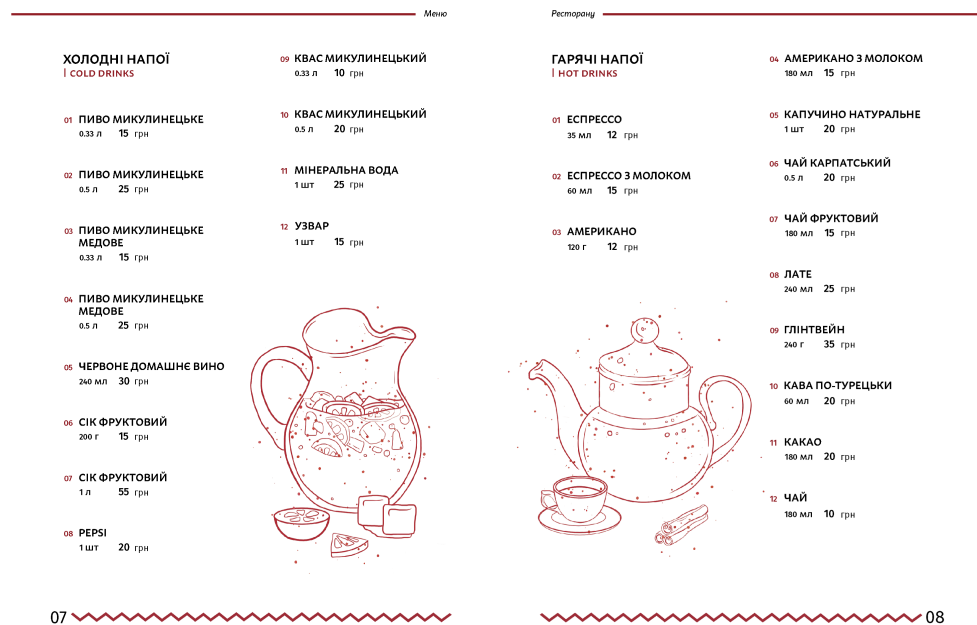


Рисунок 3.20 - Сторінки напоїв

Також важливо наголосити, що однією з проблем минулого меню було невідповідність фотографій страв дійсності. Такий підхід з ілюстрацією повністю вирішує дану проблему.

Розглянемо результати роботи над електронним варіантом меню. Як і для будь якої мобільної програми, цьому додатку потрібна була іконка (див. рисунок 3.21). Як і в друкованому варіанті, на обкладинці, тут використано червоний та білий кольори. На зображенні схематично зображені продукти, такі як хліб, келих вина та тістечко, наголошуючи на тематиці додатку. До того ж, композиція узгоджена за допомогою геометричних деталей.



Рисунок 3.21 - Іконка додатку

Було розроблено головні сторінки додатку, а саме:

1. загальна;
2. фірмові страви;
3. перші страви;
4. другі страви;
5. накопичення бонусів (див. рисунок 3.22).

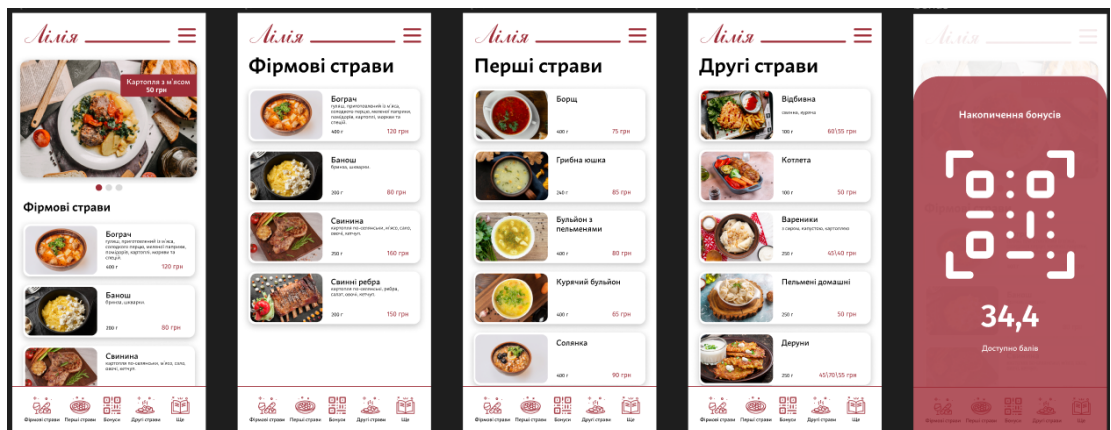


Рисунок 3.22 - Головні сторінки додатку

Наголосимо на використанні привабливих фотографій їжі, що є дуже важливо для вибору клієнта у даному випадку. Кнопки меню, виконані у червоному кольорі відповідають головним сторінкам. Загалом, додаток вписується в складову атмосферу закладу, виглядає сучасно та при цьому в традиційному стилі [25, с.153].

Також було розроблено кілька додаткових екранів, які є важливими для функціональності додатку. Це такі сторінки, як вхід та реєстрація у додаток, контакти, "про заклад", особистий профіль та невеличке меню (див. рисунок 3.23).

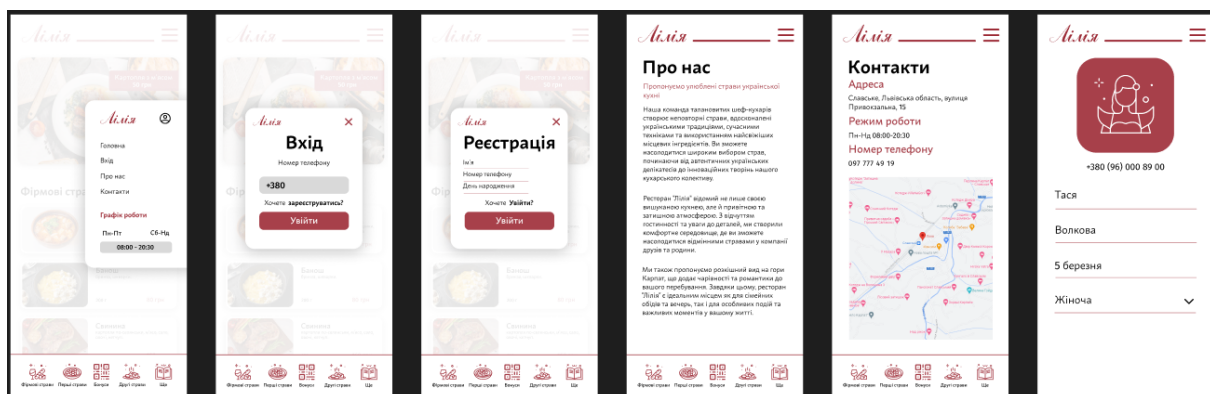


Рисунок 3.23 - Додаткові екрани застосунку

Важливо продемонструвати найголовнішу частину - електронне меню (див. рисунок 3.24). Тут наведено 4 варіанти сторінок, для прикладу. З іншими варіантами можна ознайомитись у додатку.

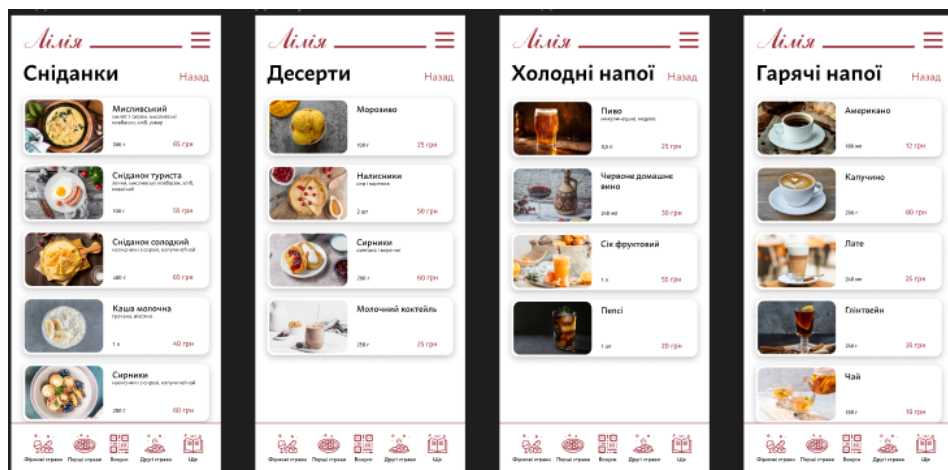


Рисунок 3.24 - Електронне меню

ВИСНОВКИ

Протягом роботи над теоретичною та практичною частинами кваліфікаційної роботи було досягнуто поставлених завдань.

Для початку було проведено дослідження друкованих та інтернет джерел, які були пов'язані з темою роботи. Це дозволило отримати необхідну інформацію для опису специфіки розробки дизайну журнального меню ресторану, особливостей редизайну для журнального меню ресторану "ЛІЛІЯ". А також для мети проєкту. Результати цього дослідження стали важливим джерелом даних для подальшої роботи.

Далі було проведено оглядове дослідження об'єкту з метою виявлення його типових особливостей. Це дозволило отримати загальне уявлення про об'єкт та визначити основні характеристики, які було необхідно врахувати при розробці.

Після цього було проведено поглиблене дослідження предмету з фокусом на основні здобутки в даному напрямку. Також були проаналізовані аналоги, було визначено їх переваги і недоліки. Це дало змогу отримати детальнішу інформацію про предмет дослідження і визначити його особливості.

У передпроектній частині було здійснено опис діяльності закладу, а саме ресторану "Лілія" та його цільової аудиторії, її особливості. Також був описаний продукт, на який розробляється графічна форма, а саме меню ресторану. Це дозволило краще зрозуміти контекст і вимоги до проєкту, що стало основою для подальшої розробки.

Були описані результати проектної частини та візуалізація графічної форми. Результати досліджень і розробки були систематизовані і представлені у вигляді візуальних матеріалів, що демонструють графічну форму проєкту. Це дозволило оцінити досягнені результати і побачити вплив проведених досліджень на остаточну візуалізацію проєкту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Спецпроект: Топ-100 кращих ресторанів України. *Новини України та Світу. Головні і останні новини - NV.* URL: <https://nv.ua/ukr/project/best-restaurants-40003549.html> (дата звернення: 01.05.2023).
2. Волкова Т., Кардашов В. Редизайн-проект журнального меню ресторану "Лілія". *Мистецька освіта та естетичне виховання молоді : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., (15-16 гр. 2022 р.)* Полтава: Навчально-науковий інститут культури і мистецтв. Видавничий відділ ПУЕТ, 2022. Т. 1. С. 113-116.
3. One moment, please... *One moment, please...* URL: <https://wizart.agency/marketynhovi-porady-menuyu/> (date of access: 02.05.2023).
4. viachiks. Як зробити дизайн для меню ресторану чи кафе?. *Univest Creative.* URL: <https://creative.univest.ua/uk/2022/08/26/yak-zrobiti-dizajn-dlya-menuyu-restoranu-chi-kafe/> (дата звернення: 02.05.2023).
5. Грицишин С. Особливості оформлення меню як одного з важливих чинників успіху роботи ЗРГ. *Інновації розвитку харчових технологій та індустрії гостинності в контексті сучасних тенденцій готельно ресторанного бізнесу : зб. тез I Всеукр. наук.-практ. конф., (13 трав. 2020 р.)* Тернопіль : Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі, 2020. С.52-55
6. Дизайн меню. 3 ключових правила кольору. *Waitron.Menu Blog.* URL: <https://blog.waitron.menu/uk/2019/06/25/dizajn-menuyu-3-klyuchovih-pravila-koloru/> (дата звернення: 02.05.2023).
7. Поради щодо розробки дизайну меню. *VPM-ПОЛІГРАФ | Поліграфічні послуги м. Рівне | Цифровий друк м. Рівне | Поліграфія м. Рівне.* URL:

- <https://vpm.rv.ua/uk/statti/porady-shchodo-rozrobky-dyzaynu-menu> (дата звернення: 02.05.2023).
8. Яковець І., Пищик О. Особливості візуально-образної мови шрифтів друкованих видань. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (з міжнар. участю) "Професійна комунікація: національна ідентичність у багатомовному світі"* (25-26 жовтня 2018р.) Черкаси : ЧДТУ, 2018. С. 118-120.
 9. Джонсон М. А тепер спробуйте щось дивніше: як вижити в креативному бізнесі і лишатися невичерпним джерелом ідей. Київ : ArtHuss, 2020. 256 с.
 10. Вишницька Я. С. Вивчення кольору та кольоронімів у мові. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету Серія : Філологія*. Одеса: МГУ, 2019. Вип. 40(2). С. 19–21.
 11. Макет меню. 8 порад ідеального шрифту. *Waitron.Menu Blog*. URL: <https://blog.waitron.menu/uk/2019/04/10/maket-menu-8-porad-idealnogo-shriftu/> (дата звернення: 02.05.2023).
 12. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: підручник / Михайло Куленко. – Київ : Кондор, 2006. – 492 с.
 13. Куценко А., Колосніченко О., Семенко Є., Пшеничний С. Роль ілюстрації фірмовому стилі закладів харчування. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : IV Міжнар. наук.-прак. кофн., (27 кв. 2022 р.)* Київ : КНУТД, 2022. С. 106-109.
 14. Albin G. Seaberg Menu Design: Merchandising and Marketing. 1991. 224 с.
 15. Біловодська О. А., Біловодський І. А. Дизайн та редизайн як елементи споживчої інноваційної упаковки товару. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості: зб. матеріалів доп. учасн. I Всеукр. конф.* Київ: КНУТД, 2018. С. 448-454
 16. Ганоцька О. В. Редизайн упаковки. *Вісник Харківської державної академії дизайну*. Харків: Харківська державна академія дизайну і мистецтв, 2009, Вип. 4 С. 20-26.

17. Дизайн меню ресторану: 8 помилок, яких слід уникати. *AZBOOKA*. URL: <https://azbyka.com.ua/uk/dizajn-menyu-restorana1/> (дата звернення: 03.05.2023).
18. Основи дизайну: наук. посіб. / Ю. Н. Білодід, О. П. Поліщук. Київ : МІЛЕНІУМ, 2001.
19. Основи композиції: геометричні аспекти художнього формотворення : навч. посіб. / В. Є. Михайленко, М. І. Яковлев. – Київ : Каравела, 2017. – 304 с.
20. Якушина В. В. Особливості шрифтів та їх застосування в композиції. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі: сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення: графічні зображення при створенні матеріалів та інших дизайн-об'єктів*. Київ: КНУТД, 2017. С. 548-549.
21. Гаврутенко В. Шрифт як об'єкт графічного дизайну. *Час мистецької освіти: зб. матеріалів доп. учасн. VIII Всеукр. наук.-практ. конф.*, (м. Харків, 22–23 жовтня 2020). Харків: ХНПУ імені Г. С. Сковороди, 2020, Ч-ІІ. С. 30-34.
22. Романенко Н. Особливості формоутворення рукописних кирилических шрифтів в їх сучасному застосуванні. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*. м. Київ : КНУТД, 2020. С. 109–112.
23. Блог. *Дніпрограф*. URL: <https://dneprograf.com.ua/blog/trendi-dizajnu-poligrafiiyi-u-2023-p1.htm> (дата звернення: 05.05.2023).
24. Глобальні тренди для ресторанів, які вплинуть на меню у 2023 році - HoReCa-УКРАЇНА. *HoReCa-УКРАЇНА*. URL: <https://horeca-ukraine.com/globalni-trendi-dlja-restoraniv-jaki-vplinut-na-menju-u-2023-roci/> (дата звернення: 05.05.2023).
25. Wezom Academy. Тренди графічного дизайну 2023. *CASES*. URL: <https://cases.media/article/trendi-grafichnogo-dizainu-2023> (дата звернення: 05.05.2023).

26. Даниленко В. Я. Основи дизайну: навч. посіб із грифом Мін.осв. Укр. Київ, 1996. 310 с.
27. Аналіз конкурентів своїми руками: практичні поради і трохи теорії. *Аналіз ринку*. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-konkurentov-svoimi-rukami-prakticheskie-sovety-i-nemnogo-teorii> (дата звернення: 17.05.2023).
28. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Все о туризме: туристическая библиотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/malynovska.htm (дата звернення: 15.05.2023).
29. Яловега Н. І., Яресько А. П. Дослідження портрету потенційної цільової аудиторії. Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства : тези доповідей XLII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2018 рік (м. Полтава, 26-27 березня 2019 р.) : у 2 ч. Полтава : ПУЕТ, 2019. URL : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/8729>
30. Sharoval Agency. Як зробити аналіз цільової аудиторії?. *CASES*. URL: https://cases.media/article/yak_zrobiti_analiz_cilovoyi_auditoriyi (дата звернення: 16.05.2023).
31. Що таке тз і як правильно складається. ABSname veb studio. URL: <https://xn----7sbbaqh1km9ah9aiq.net/ua/info/faq/chto-takoe-tz-i-kak-pravilno-sostavlyaetsya.html> (дата звернення: 24.05.2023)
32. Зразки технічних завдань. Як правильно скласти технічне завдання. *Українська "Преса" Онлайн*. URL: <https://presa.com.ua/aktualne/zrazki-tekhnichnikh-zavdan-yak-pravilno-sklasti-tekhnichne-zavdannya.html> (дата звернення: 24.05.2023).
33. Технічне завдання | *wikipedia*. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Технічне_завдання (дата звернення: 24.05.2023).
34. Кулішова Н. Є., Майборода Д. Є. Інфографіка як інструмент маркетингу у мобільних додатках. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: тези доповідей IV Міжнародної науково-технічної конференції*, (18-22 травня 2021 р.) Харків: ТОВ "Друкарня Мадрид", 2021. С. 93-94

35. Гришина Ю. О., Ковальчук Н. Д. Українська вишиванка в контексті української культури. *Етико-естетична традиція у вітчизняній культурі : матеріали XI Всеукр. наук.-практ. кофн.*, (25 лист. 2021р.) Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2021. С. 46-47
36. Пірус Т. Р. Використання бренд-колористики як засобу впливу на споживчу аудиторію (на прикладі відомих брендів ресторанного господарства м. Вінниці). *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: зб. наук. пр. V всеукраїнської студентської науково-практичної конференції: пошук молодих*: Вісн. студ. наук. т-ва "Ватра" Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. № 34. С. 171-177.
37. Провідне програмне забезпечення Krita URL: <https://krita.org/>
38. Провідне програмне забезпечення у галузі векторної графіки | Adobe Illustrator. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html>
39. Пірус Т. Р. Використання бренд-колористики як засобу впливу на споживчу аудиторію (на прикладі відомих брендів ресторанного господарства м. Вінниці). *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: зб. наук. пр. V всеукраїнської студентської науково-практичної конференції: пошук молодих*: Вісн. студ. наук. т-ва "Ватра" Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. № 34. С. 171-177.
40. Яковець І., Пищик О. Особливості візуально-образної мови шрифтів друкованих видань. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (з міжнар. участю) "Професійна комунікація: національна ідентичність у багатомовному світі"* (25-26 жовтня 2018 р.) Черкаси : ЧДТУ, 2018. С. 118-120.
41. Гальчинська О. С. Дизайн - проектування основних компонентів айдентики бренду. *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі*: серія монограф. Київ: КНУТД, 2022. С. 149-169.

ДОДАТОК А

Фінальний вигляд меню



Рисунок А.1 - Обкладинка меню ресторану "Лілія"



Рисунок А.2 - Сторінки меню ресторану "Лілія" (1)

ДРУГІ СТРАВИ
 | OTHER DISHES

 01 ВІДБИВНА СВИННА
 100 г 60 грн

 02 ВІДБИВНА КУРЯЧА
 100 г 55 грн

 03 КОТЛЕТА «ДОМАШНЯ»
 100 г 50 грн

 04 ВАРЕНИКИ З СИРОМ
 І СМЕТАНОЮ
 250 г 45 грн

 05 ВАРЕНИКИ З КАПУСТОЮ
 І СМЕТАНОЮ
 250 г 40 грн

 06 ВАРЕНИКИ З КАРТОПЛЕЮ
 І СМЕТАНОЮ
 250 г 40 грн

 07 ПЕЛЬМЕНІ «ДОМАШНІ»
 250 г 50 грн

 08 ДЕРУНИ ЗІ СМЕТАНОЮ
 200 г 45 грн

 09 ДЕРУНИ З БРИНЗОЮ
 250 г 70 грн

 10 ДЕРУНИ З М'ЯСОМ
 І ГРИБНИМ СОУСОМ
 300 г 55 грн

 11 ГОЛУБЦІ З М'ЯСОМ
 І ГРИБНИМ СОУСОМ
 240 г 80 грн

 12 ЯЧНЯ З БЕКОНОМ
 150 г 45 грн

 13 ЯЧНЯ З МИСЛИВСЬКИМИ
 КОВБАСКАМИ
 150 г 45 грн


03

САЛАТИ
 | FIRST COURSES

 01 ОВОЧЕВИЙ
 помідор, огірок, цибуля, зелень, сіль,
 сметана або олія
 150 г 60 грн

 02 ГРЕЦЬКИЙ
 помідори, огірки, перець болгарський,
 цибуля, сир фета, маслини, зелень, оцет,
 олія, грецький горіх, сіль
 150 г 85 грн

 03 ЧАСНИЧОК
 плавлений сирок, часник, зелень,
 майонез, сіль
 150 г 40 грн

 04 ВІД ГАЛІ
 лекінська капуста, яйце, крабові
 палички, сухарики, цибуля, майонез,
 сіль
 150 г 50 грн


04

 05 КРАБОВИЙ
 крабові палички, перець болгарський,
 цибуля зелена, яйце, кукурудза, майонез,
 сіль
 150 г 55 грн

 06 ДРУЖБА
 куряче філе, шампіньони, сир, кукурудза,
 цибуля, майонез, сіль
 150 г 55 грн

 07 ДНІСТЕР
 капуста, варена ковбаса, цибуля, горошок,
 майонез, сіль
 150 г 35 грн

 08 САЛАТ З КАПУСТИ
 капуста, цибуля, зелень, олія, оцет, сіль
 150 г 25 грн

 09 САЛАТ З БУРЯКА
 буряк, цибуля, олія, оцет, сіль
 150 г 25 грн

 10 КАПУСТА КВАШЕНА
 капуста, цибуля, олія
 150 г 25 грн


Рисунок А.3 - Сторінки меню ресторану "Лілія" (2)

СНІДАНКИ
 | BREAKFAST

 01 МИСЛИВСЬКИЙ
 омлет з сиром, мисливські ковбаски, хліб,
 узвар
 200 г 65 грн

 02 СНІДАНОК ТУРИСТА
 ячня, мисливські ковбаски, хліб, кавалчай
 100 г 55 грн

 03 СНІДАНОК СОЛОДКИЙ
 налисники з сиром, капучино/чай
 400 г 65 грн

 04 КАША МОЛОЧНА ГРЕЧАНА
 1 п 40 грн

 05 КАША МОЛОЧНА ВІВСЯНА
 1 п 40 грн

 06 СИРНИКИ ПО-ДОМАШНЬОМУ
 200 г 60 грн

 07 НАЛИСНИКИ З СИРОМ
 І ВАРЕННЯМ
 2 шт 50 грн


05

ОМЛЕТ З НАЧИНКОЮ
 | OMELETTE WITH FILLING

 01 СИР
 50 г 13 грн

 02 БЕКОН
 50 г 13 грн

 03 ПОМІДОР
 50 г 13 грн

 04 СВІЖА ЗЕЛЕНЬ
 10 г 13 грн

 05 БОЛГАРСЬКИЙ ПЕРЕЦЬ
 50 г 13 грн

 06 МИСЛИВСЬКА КОВБАСКА
 50 г 13 грн

ОБІДИ
 | LUNCHES

 01 ОБІД «ТУРИСТА»
 борщ, гречка, салат, котлета, хліб, узвар
 400 г 115 грн

 02 ОБІД «ДОВБУША»
 борщ з м'ясом, вареники зі шкварками або
 сметаною, салат, хліб, узвар
 400 г 100 грн

 03 ОБІД «ГУЦУЛА»
 грибна юшка, голубці з м'ясом, салат, хліб,
 узвар
 240 г 130 грн

 04 ОБІД «СЕЛЯНСЬКИЙ»
 курячий бульйон, деруни зі сметаною, хліб,
 узвар
 400 г 100 грн

 05 ВАРЕНИКИ З КАПУСТОЮ
 І СМЕТАНОЮ
 250 г 20 грн

 06 ВАРЕНИКИ З КАРТОПЛЕЮ
 І СМЕТАНОЮ
 250 г 20 грн

 07 ПЕЛЬМЕНІ «ДОМАШНІ»
 250 г 30 грн

ДЕСЕРТИ
 | DESSERTS

 01 МОРОЗИВО
 100 г 25 грн

 02 ТОПІНГ
 25 г 10 грн

 03 НАЛИСНИКИ З СИРОМ
 І ВАРЕННЯМ
 2 шт 50 грн

 04 СИРНИКИ ПО-ДОМАШНЬОМУ
 ЗІ СМЕТАНОЮ І ВАРЕННЯМ
 200 г 60 грн

 05 МЕД КАРПАТСЬКИЙ
 50 г 15 грн

 06 МОЛОЧНИЙ КОКТЕЙЛЬ
 250 г 25 грн


06

Рисунок А.4 - Сторінки меню ресторану "Лілія" (3)

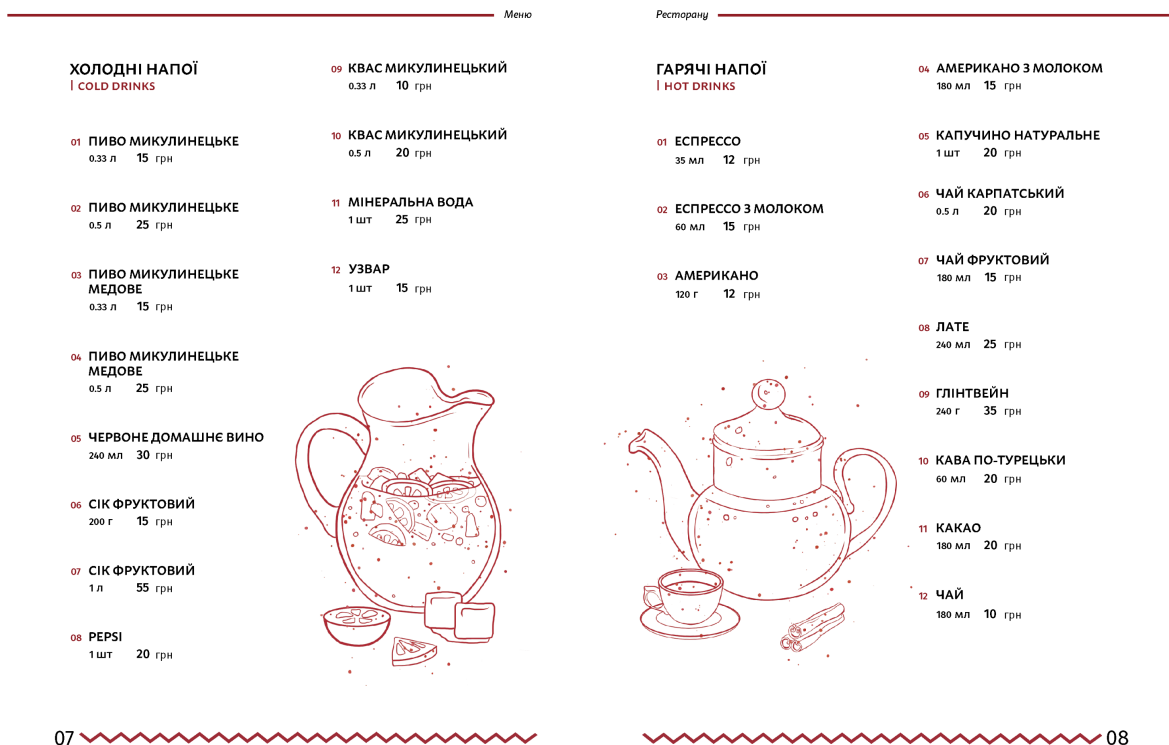


Рисунок А.5 - Сторінки меню ресторану "Лілія" (4)



Рисунок А.6 - Візуалізація меню (1)



Рисунок А.7 - Візуалізація меню (2)

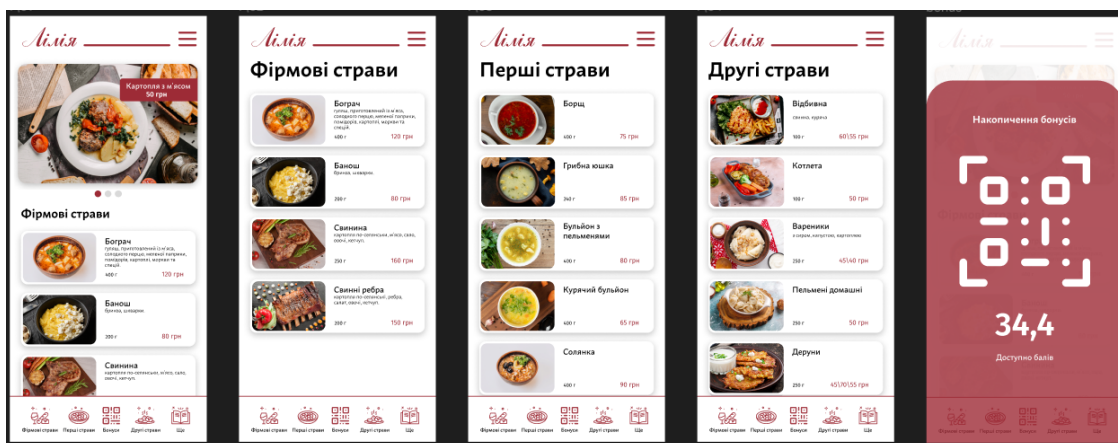


Рисунок А.8 - Головні сторінки додатку (1)

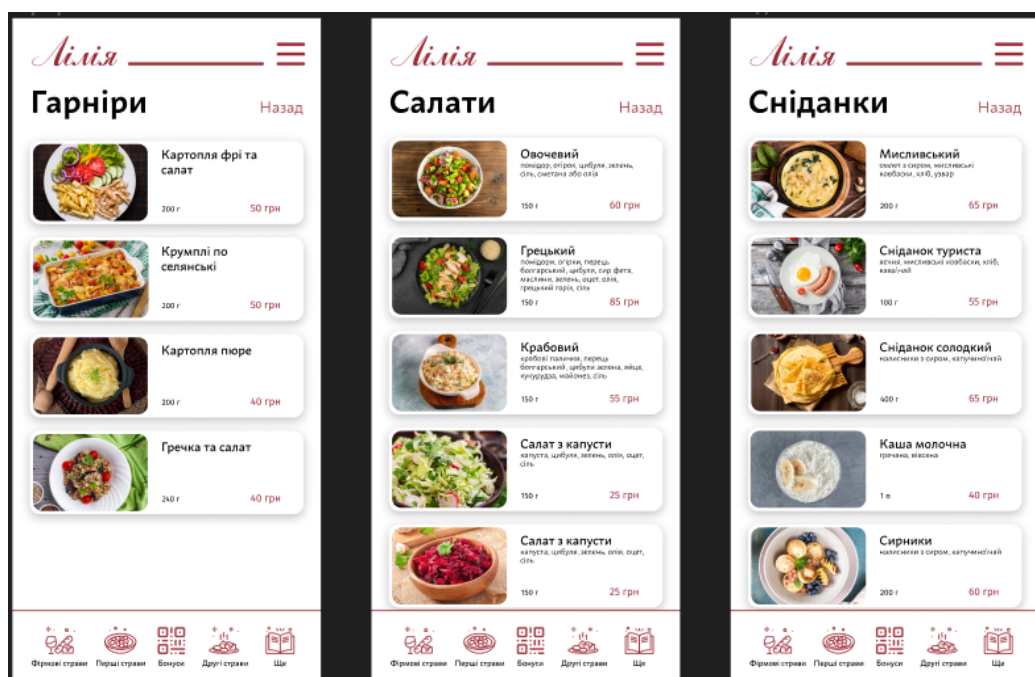


Рисунок А.9 - Електронне меню (1)

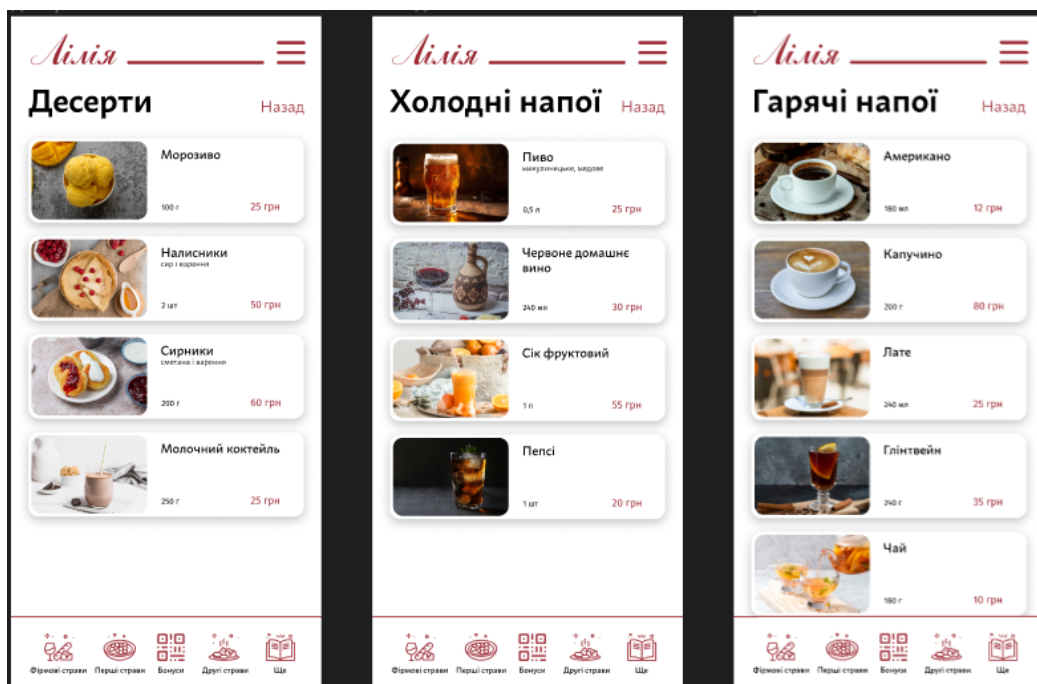


Рисунок А.10 - Електронне меню (2)