

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання
Форма навчання заочна
Кафедра комп'ютерних наук та інформаційних технологій

Допускається до захисту
Завідувач кафедри
_____ Олена ОЛЬХОВСЬКА
(підпис)
«__» _____ 202_ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
РОЗРОБКА ДИЗАЙН – ПРОЕКТУ ЗАСТОСУНКУ ДЛЯ ЧИТАННЯ
УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ

зі спеціальності 122 Комп'ютерні науки
освітня програма «Комп'ютерні науки»
ступеня магістра

Виконавець роботи Цимбалюк Поліна Олегівна
_____ «__» _____ 2024__ р.
(підпис)

Науковий керівник зав. каф., к.ф. - м.н Ольховська Олена Володимирівна
_____ «__» _____ 2024__ р.
(підпис)

Рецензент

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____ Олена ОЛЬХОВСЬКА

«__» _____ 2024_р.

**ЗАВДАННЯ ТА КАЛЕНДАРНИЙ ГРАФІК ВИКОНАННЯ
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

на тему «Розробка дизайн – проекту застосунку для читання української літератури»

зі спеціальності 122 Комп'ютерні науки

освітня програма «Комп'ютерні науки»

ступеня магістра

Прізвище, ім'я, по батькові Цимбалюк Поліна Олегівна

Затверджена наказом ректора № _____ від «__» _____ р.

Термін подання студентом роботи «__» _____ 202_р.

Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: публікації з теми, UI/UX-стандарти для мобільних застосунків, дослідження поведінки користувачів у застосунках для читання

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

РОЗДІЛ 2. UX ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Інтерв'ю з користувачами

2.2. User Persona

2.3. Аналіз конкурентів

2.4. Карта емпатії

2.5. Інформаційна архітектура

РОЗДІЛ 3. ОГЛЯД ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ДИЗАЙНУ

3.1. Figma, як інструмент для створення дизайн – проектів

РОЗДІЛ 4. ПРОТОТИП ІНТЕРФЕЙСУ ДИЗАЙН – ПРОЕКТУ

4.1. Вхід та реєстрація

- 4.2. Онбордінг та вибір підписки
- 4.3. Головна сторінка та сторінка книги
- 4.4. Сторінка відгуків
- 4.5. Сторінка читання книги
- 4.6. Таймер та налаштування інтерфейсу
- 4.7. Перехід до режиму аудіокниги
- 4.8. Профіль користувача та спільнота
- 4.9. Постановка цілі

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали, посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Постановка задачі	Ольховська О.В.		
Інформаційний огляд	Ольховська О.В.		
Теоретична частина	Ольховська О.В.		
Практична частина	Ольховська О.В.		

Календарний графік виконання кваліфікаційної роботи

Зміст роботи	Термін виконання	Фактичне виконання
1. Вступ		
2. Вивчення методичних рекомендацій та стандартів та звіт керівнику		
3. Постановка задачі		
4. Інформаційний огляд джерел бібліотек та інтернету		
5. Теоретична частина		
6. Практична частина		

Зміст роботи	Термін виконання	Фактичне виконання
7. Закінчення оформлення		
8. Доповідь студента на кафедрі		
9. Доробка (за необхідністю), рецензування		

Дата видачі завдання «__» _____ 202__ р.

Здобувач вищої освіти _____ Цимбалюк Поліна Олегівна
(підпис)

Науковий керівник _____ зав. каф., к.ф. - м.н Ольховська О.В.
(підпис) (науковий ступінь, вчене звання, ініціали та прізвище)

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота оцінена на

(балів, оцінка за національною шкалою, оцінка за ECTS)

Протокол засідання ЕК № _____ від «__» _____ 202__ р.

Секретар ЕК _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

Затверджую

Зав. кафедрою _____

к.ф.-м.н. Олена ОЛЬХОВСЬКА

«_____» _____ 202__ р.

Погоджено

Науковий керівник _____

к.ф.-м.н. Олена ОЛЬХОВСЬКА

«_____» _____ 202__ р.

План

кваліфікаційної роботи на тему «Розробка дизайн – проекту застосунку для читання української літератури»

зі спеціальності 122 Комп'ютерні науки

освітня програма «Комп'ютерні науки»

ступеня магістра

Прізвище, ім'я, по батькові Цимбалюк Поліна Олегівна

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

РОЗДІЛ 2. UX ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Інтерв'ю з користувачами

2.2. User Persona

2.3. Аналіз конкурентів

2.4. Карта емпатії

2.5. Інформаційна архітектура

РОЗДІЛ 3. ОГЛЯД ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ДИЗАЙНУ

3.1. Figma, як інструмент для створення дизайн – проектів

РОЗДІЛ 4. ПРОТОТИП ІНТЕРФЕЙСУ ДИЗАЙН – ПРОЕКТУ

4.1. Вхід та реєстрація

4.2. Онбордінг та вибір підписки

4.3. Головна сторінка та сторінка книги

4.4. Сторінка відгуків

4.5. Сторінка читання книги

4.6. Таймер та налаштування інтерфейсу

4.7. Перехід до режиму аудіокниги

4.8. Профіль користувача та спільнота

4.9. Постановка цілі

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Здобувач вищої освіти _____ Поліна ЦИМБАЛЮК

«____» _____ 202__ р.

РЕФЕРАТ

Записка: 51 с., 26 рис., 19 джерел.

Мета роботи – розробка дизайн проекту для читання української літератури, що забезпечить користувачам додатку зручний та швидкий доступ до книг. Також метою є популяризація української культури та літературної спадщини, а також інтеграції інформаційних технологій у процес читання літератури.

Об’єкт розробки – інтерфейс мобільного застосунку для читання української літератури, що має орієнтацію на широку аудиторію користувачів.

Методи дослідження та інформаційне забезпечення – аналіз конкурентів, інтерв’ю з користувачами застосунків з читанні літератури, використання програмного забезпечення — Figma), тобто метод проектування UI/UX дизайну. Інформаційним забезпеченням є зібрані дані від користувачів, аналіз трендів застосунків з читання літератури.

Результати дослідження. Зроблено дизайн — проект мобільного застосунку, за допомогою якого користувачі зможуть мати доступ до різноманітних жанрів української літератури. За допомогою інтуїтивного та зручного інтерфейсу користувачі зможуть використовувати додаток без складнощів та додаткових інструкцій. В застосунок інтегрована функція спільноти, яка допоможе використовувати продукт не лише для читання, але й для соціальної взаємодії. В застосунок впроваджена функція постановки цілі, за допомогою якої користувачі можуть задавати собі індивідуальну траєкторію читання та не втрачати мотивацію. Це забезпечить також те, що користувачі не будуть видаляти застосунок з мобільних пристроїв.

Рекомендації щодо використання результатів дослідження.

Запропонований дизайн-проект мобільного застосунку може бути використаний як основа для майбутньої розробки мобільного застосунку для читання української літератури. Цей продукт також може бути втілений українськими стартап — компаніями, або досвідченими ІТ компаніями, що зацікавлені у популяризації української літератури та культури.

Наукова апробація. За матеріалами роботи опубліковано тези (науково-практичний семінар «Комп'ютерні науки та інформаційні технології» (КНІТ-2024).

Ключові слова: АНАЛІЗ КОНКУРЕНТІВ, USER PERSONA, UI/UX ДИЗАЙН, МОБІЛЬНИЙ ЗАСТОСУНОК, ІНТЕРВ'Ю З КОРИСТУВАЧАМИ, ЧИТАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ, ІНТЕРФЕЙС.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	10
РОЗДІЛ 1. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ.....	12
РОЗДІЛ 2. UX ДОСЛІДЖЕННЯ.....	13
2.1. Інтерв'ю з користувачами.....	13
2.2. User Persona.....	15
2.3. Аналіз конкурентів	18
2.4. Карта емпатії	21
2.5. Інформаційна архітектура	24
РОЗДІЛ 3. ОГЛЯД ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ДИЗАЙНУ	27
3.1. Figma, як інструмент для створення дизайн - проектів.....	27
РОЗДІЛ 4. ПРОТОТИП ІНТЕРФЕЙСУ ДИЗАЙН – ПРОЕКТУ.....	29
4.1. Вхід та реєстрація	29
4.2. Онбордінг та вибір підписки	31
4.3. Головна сторінка та сторінка книги.....	33
4.4. Сторінка відгуків.....	35
4.5. Сторінка читання книги	36
4.6. Таймер та налаштування інтерфейсу.....	40
4.7. Перехід до режиму аудіокниги.....	42
4.8. Профіль користувача та спільнота	44
4.9. Постановка цілі.....	47
ВИСНОВКИ.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50

ВСТУП

В умовах швидкого розвитку інформаційних технологій та зростання популярності та кількості мобільних застосунків для читання книг розробка застосунку, що орієнтується на читання української літератури є дуже актуальною. Поєднання сучасних інформаційних технологій з надбаннями культурної української спадщини, дає можливість користувачам бути обізнаними та мати можливість розвиватись. Розробка дизайн — проекту є кроком до розповсюдження знань та до доступності для широкого кола користувачів великого вибору української літератури.

З кожним днем все більше аудиторії надає перевагу саме електронним версіям книжок, тому у сучасному світі на разі є популярна тенденція до оцифрування літератури. Це пов'язано в том, що це значно зручніше та доступніше. Проте серед багатьох мобільних застосунків та електронних бібліотек, суттєво відчувається нестача платформи, яка б спеціалізувалась лише на українській літературі, об'єднуючі твори українських письменників.

В сучасних умовах українська мова та література потребують підтримки та розповсюдження. Застосунок, за допомогою якого можна читати українську літературу, може відіграти значну роль у формуванні національної ідентичності для підростаючого покоління. В навчальних закладах періодично виникає потреба в зручному цифровому продукті, який забезпечить доступ до сучасних та класичних творів.

Ще одним неочевидним фактором актуальності застосунку з читання української літератури є те, що використання електронних ресурсів в читання, знижує негативний вплив на довкілля.

Застосунок може стати не просто додатком з читання літератури, а засобом для об'єднання користувачів за інтересами. В застосунок інтегровано функцію спільноти, яка дозволить користувачам знаходити однодумців. Такий підхід ще більш мотивує до ознайомлення з українською літературою.

Метою даної роботи є розробка дизайн – проекту застосунку з читання української літератури з метою забезпечення комфортного доступу до літератури та сприятиме розвитку української ідентичності.

Дизайн—проект повинен відповідати вимогам у сфері UI/UX дизайну. Це забезпечить зручність у використанні застосунком та функціональність. Застосунок повинен стати платформою, яка допоможе користувачам отримати швидкий та зручний доступ до літератури.

Мета та завдання цієї роботи полягають у створенні практичного проекту, який сприятиме покращенню користувацьких досвідів.

Об’єкт розробки – дизайн-проект мобільного застосунку для читання української літератури, що охоплює інтерфейс користувача (UI) та досвід взаємодії (UX).

РОЗДІЛ 1. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Для досягнення мети, робота ставить перед собою наступні конкретні завдання:

Провести інтерв'ю з користувачами задля виявлення потреб потенційних користувачів та отримати уявлення про їх взаємодію з застосунками, якими вони користуються. Це допоможе з'ясувати які функції потенційні користувачі цінують у застосунках, що використовуються ними.

За допомогою отриманих із інтерв'ю даних, розробити персон за допомогою яких можна зрозуміти та оцінити потреби різних груп потенційних користувачів. Це допоможе представити узагальнені профілі користувачів і зрозуміти їх больові моменти та особливості поведінки

Провести аналіз конкурентів, аби виявити слабкі та сильні сторони існуючих застосунків задля використання їх досвіду. Також даний аналіз допоможе зрозуміти структуру інтерфейсу конкурентів та навігації.

Побудувати карту емпатії для кращого розумінні емоцій, думок користувачів. Це може допомогти встановити емоційний зв'язок з потенційними користувачами застосунку.

Розробити інформаційну архітектуру для того, щоб краще розуміти організацію контенту та функцій застосунку. За допомогою інформаційної архітектуру можна спроектувати продукт, який матиме просту за зручну навігацію.

Розглянути програмне забезпечення для розробки дизайн-проектів.

Розробка дизайн – проекту з читання української літератури задля створення зручного та простого продукту доступного для користувачів. За допомогою застосунку у майбутньому користувачі зможуть задовольнити свої потреби.

Реалізація цих завдань допоможе створити продукт, який матиме усі критерії задля досягнення позитивного користувацького досвіду та зможе стати платформою, яка матиме на меті популяризувати читання та українську мову.

РОЗДІЛ 2. UX ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Інтерв'ю з користувачами

Одна з найбільш популярних та результативних активностей у UX-дизайні – інтерв'ю. Вони дозволяють зібрати дані від першої особи та обговорити різноманітні гіпотези. Часто інтерв'ю – це основне джерело збору інформації для майбутнього продукту.

Інтерв'ю з користувачем – це метод дослідження UX, під час якого дослідник задає одному користувачеві запитання про певну тему (наприклад, використання системи, поведінку та звички) з метою дізнатися більше інформації[7]. На відміну від фокус-груп, які включають кількох користувачів одночасно, інтерв'ю з користувачами є сесіями один на один.

Основними цілями інтерв'ю є: зібрати інформацію та розвинути емпатію ще до початку створення дизайну чи формування можливого рішення; провести валідацію припущень; дізнатися більше про звички, потреби та больові точки користувачів; зробити аналіз поведінки користувачів з існуючим продуктом чи новим прототипом[15].

Аби краще зрозуміти користь від інтерв'ю, виділимо основні переваги цього методу:

- Якість висновків і наслідком є те, що продукт буде побудований не на припущеннях, а на достовірній інформації.
- Інтерв'ю оптимізує дизайн продукту, тобто дає час на зміни та реакцію.
- Комплексний зворотній зв'язок, який забезпечує впевненість для команди для клієнта, що рішення, яке розробляється, буде ефективне.
- Розкриття прихованих можливостей.

Проводити інтерв'ю з користувачами треба, якщо запитання чи проблема потребує подальшого вивчення або потрібно зрозуміти, як інші ставляться до теми[3]. Крім того, якщо треба отримати можливість запитати у відповідь і відреагувати на те, чим мають поділитися респонденти. Інтерв'ю чудово працює на

ранній стадії розробки концепції чи продукту. Крім того, воно дійсно може надати розуміння під час дослідження існуючих рішень, коли треба запитати думку людей про продукт та досвід його використання.

Розглянемо основні моменти з інтерв'ю з користувачами, ціллю якого було виявити основні проблеми, з якими стикаються користувачі та дізнатись, що саме для них важливо для них у додатках з читання літератури (Рисунок 2.1).

Anastasia

Зараз я активно читаю книги українських авторів, але додатки якими я користуюсь, на мою думку, пропонують маленький вибір саме української літератури. Мені б хотілось, аби книги українських авторів були розподілені по жанрам. І зараз мені важко зосередитись, тому було б добре мати можливість ставити, наприклад, таймер в додатку, аби не відволікатися.

Arthur

Для мене важливо, аби у додатку для читання була можливість зберігати цитати з книги, щоб потім переглянути. Я вважаю, що читання може зближувати людей. Добре, коли є люди, які розділяють твої інтереси, тому я б хотів мати можливість якогось спілкування з людьми в додатку, мати можливість додати в друзі людину з якою твої смаки співпадають, дивитись книги, які вона читає.

Рисунок 2.1 – Інтерв'ю з користувачами

З інтерв'ю з користувачами можна зробити висновок, що для користувачів важливо, коли додаток має широкий асортимент книг і бажано, аби книги були розподілені за жанрами для простішого пошуку книг, які подобаються користувачу. Аби допомогти користувачам уникнути відволікання від процесу читання, доцільно було б додати таймер, який користувач зможе сам встановлювати на зручний для себе період часу, це допоможе краще концентруватись. Можливість зберігати, а потім переглядати цитати з книгу, яку читаєш, є доцільною функцією, аби потім користувач зміг повернутись до моментів, які його найбільш вразили або сподобались. За допомогою читання можна не лише розвиватись особисто, можна також розвиватись і соціально, тому користувачі відмітили, що функція спілкування між користувачами додатку, була б доцільна. Також ця функція могла б зробити

додаток ще цікавішим для користувачів та заохочувати їх до читання та до більшої взаємодії з додатком.

2.2. User Persona

Коли мова заходить про аудиторію та методи роботи з нею, виходять такі методи як створення персони або прото-персони. Це надзвичайно цінні інструменти UX, які дозволяють краще зрозуміти цільову аудиторію та відповідно приймати рішення щодо дизайну[4]. Персони призначені для швидкого узагальнення існуючих припущень команди щодо їх користувачів, але не на основі нових досліджень. У їх основі лежить концепція уособлення, або прототипування потенційного користувача. Ми хочемо не лише узагальнено уявляти, хто наша потенційна аудиторія, але й мати список конкретних ознак, що допоможуть чітко її визначити та звужити коло.

Концепція імперсоналізації тісно пов'язана з розвитком емпатії[3]. Створюючи продукт, команда певним чином перебирає на себе роль користувачів та намагається дивитись на ситуацію чи проблему з їхньої точки зору. Розвиток емпатії дозволяє знизити упередженість, тим самим покращуючи шанси продукту на успіх.

Особливість персони є в тому, що у більшості — це опис реалістичної людини, хоч персонаж і вигаданий. Необхідно уявити цю персону максимально реальною: у неї буде ім'я, стать, улюблені книги чи програми для телефона, робота. З одного боку це виглядає як велика кількість деталей, але саме вони допомагають насправді зрозуміти користувача.

Персони користувача — це опис типових користувачів, чий цілі та характеристики відповідають потребам більшої групи користувачів. Персона, як артефакт, може бути досить різною. Це може бути таблиця з ознаками, яка пояснює сутність персони[15]. Може бути цілий файл з фото та деталями, або інші формати. Кожна особа користувача є однією сторінкою, що допомагає зосередитись на основних елементах. При створенні персони, необхідно уникати даних, що не

відносяться до дизайну. Якщо це не впливає на остаточний дизайн продукту, або не допомагає приймати рішення, треба це виключити.

Персона додає персоніфікації та допомагає пам'ятати, для чого і кого створюється продукт, що допомагає уникнути «дизайну заради дизайну»[16].

Розглянемо персон, які були створені задля більшого розуміння користувачів додатків з читання української літератури:

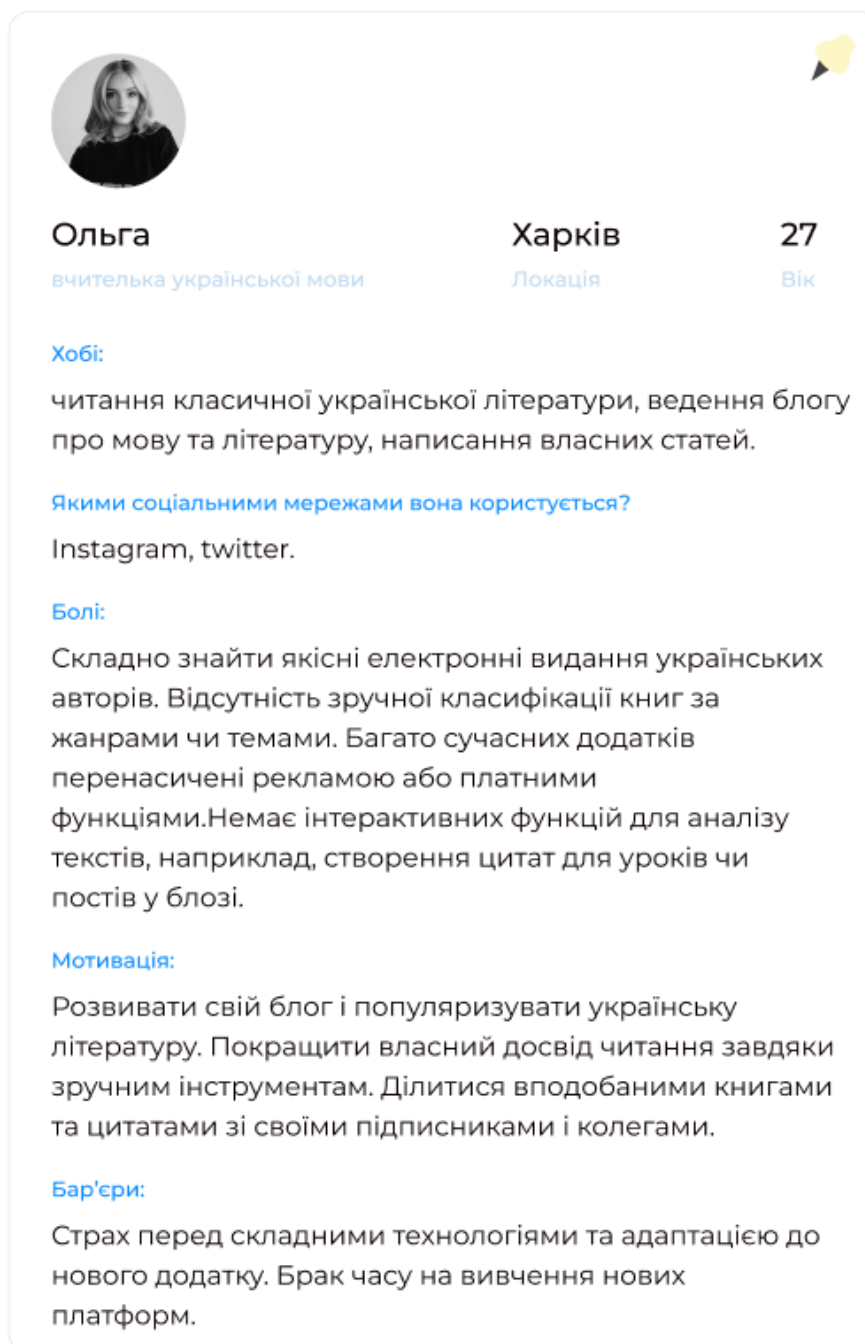
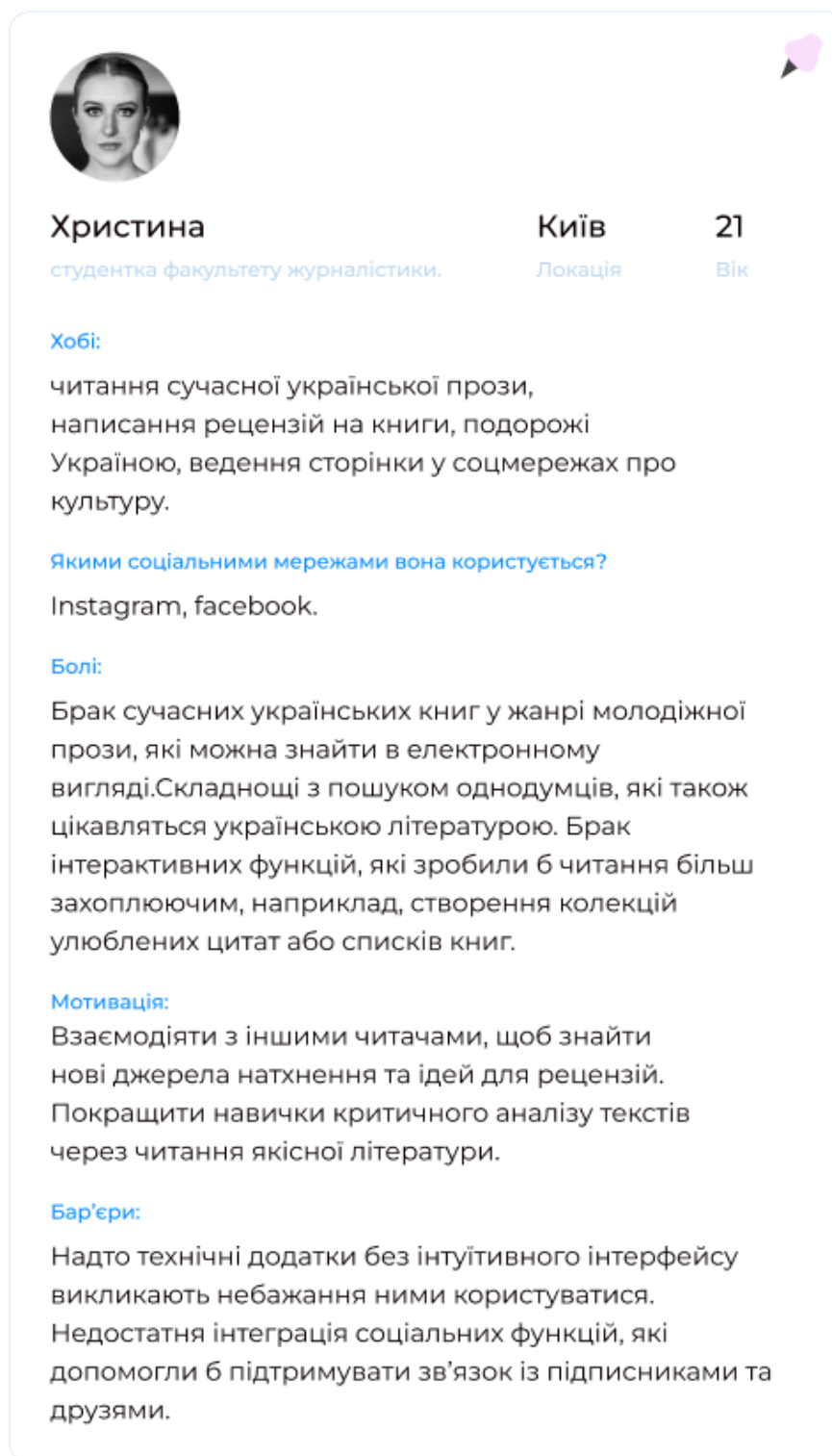


Рисунок 2.2. – Персона №1



A user profile card for Christina. It features a circular profile picture of a young woman with dark hair. To the right of the picture is a pink heart icon. Below the picture, the name 'Христина' is displayed in bold, followed by 'студентка факультету журналістики.' in a smaller, lighter font. To the right of the name, 'Київ' is displayed in bold, followed by 'Локація' in a smaller, lighter font. Further right, '21' is displayed in bold, followed by 'Вік' in a smaller, lighter font. Below this information, there are three sections: 'Хобі:', 'Якими соціальними мережами вона користується?', and 'Болі:'. Each section is followed by a paragraph of text. The 'Хобі:' section describes her interests in reading, writing reviews, and social media. The 'Якими соціальними мережами вона користується?' section lists 'Instagram, facebook.' The 'Болі:' section describes her frustrations with the lack of modern Ukrainian books and interactive features. Below this, there are two more sections: 'Мотивація:' and 'Бар'єри:'. Each section is followed by a paragraph of text. The 'Мотивація:' section describes her motivation to interact with other readers and improve her critical analysis skills. The 'Бар'єри:' section describes her frustrations with technical issues and lack of integration with social media.

Христина
студентка факультету журналістики.

Київ
Локація

21
Вік

Хобі:
читання сучасної української прози,
написання рецензій на книги, подорожі
Україною, ведення сторінки у соцмережах про
культуру.

Якими соціальними мережами вона користується?
Instagram, facebook.

Болі:
Брак сучасних українських книг у жанрі молодіжної
прози, які можна знайти в електронному
вигляді.Складнощі з пошуком однодумців, які також
цікавляться українською літературою. Брак
інтерактивних функцій, які зробили б читання більш
захоплюючим, наприклад, створення колекцій
улюблених цитат або списків книг.

Мотивація:
Взаємодіяти з іншими читачами, щоб знайти
нові джерела натхнення та ідей для рецензій.
Покращити навички критичного аналізу текстів
через читання якісної літератури.

Бар'єри:
Надто технічні додатки без інтуїтивного інтерфейсу
викликають небажання ними користуватися.
Недостатня інтеграція соціальних функцій, які
допомогли б підтримувати зв'язок із підписниками та
друзями.

Рисунок 2.3. – Персона №2

Таким чином, можна зробити висновок, що користувачі потребують, аби додаток був інтуїтивно зрозумілий, був розподіл за жанрами, а також можливість спілкування з іншими користувачами.

2.3. Аналіз конкурентів

Дослідження конкурентного ринку зосереджено на пошуку та порівнянні ключових ринкових показників, які допомагають визначити відмінності між продуктами та послугами конкурентів[5]. Комплексне дослідження ринку допомагає створити основу для ефективної стратегії продажів і маркетингу, яка допоможе компанії виділитися з натовпу.

Конкурентний аналіз UX зосереджується насамперед на дизайні та взаємодії, але дослідники також розглядають, як бізнес та інші аспекти впливають на загальний досвід користувача.

Аналіз конкурентів проводиться, щоб:

- Зрозуміти свою позицію на ринку.
- Розробити стратегію UX і визначити пріоритети процесу проектування.
- Дізнатися, як конкуренти вирішують подібні проблеми зручності використання.
- Дізнатися про невдачі та як їх уникнути.
- Визначити сильні та слабкі сторони конкуренції.
- Дізнатися про тенденції та інновації.

Конкурентів, з якими компанія може зустрічатись на ринку, можна поділити на прямих та непрямих.

Прямі конкуренти пропонують однакові товари та послуги на одному ринку або тому, що збігається з вашим цільовим ринком[17]. Ці конкуренти зазвичай конкурують за ціною, оскільки їхні пропозиції дуже схожі. Instagram, TikTok і Snapchat є прямими конкурентами, які пропонують подібні продукти для схожого цільового ринку. Непрямі працюють на одному ринку, але пропонують різні продукти. Хоча це різні продукти, вони зазвичай задовольняють однакові потреби, тому клієнт обирає один з них. Instagram і LinkedIn є непрямими конкурентами. Хоча ці платформи задовольняють різні потреби, вони обидві змагаються за увагу користувачів.

Для проведення аналізу конкурентів, необхідно зрозуміти свої цілі, знайти конкурентів продукту чи послуги, знайти спільні риси між конкурентами, проаналізувати та узагальнити.

Пункти для порівняння конкурентів треба обирати відповідно до завдання, це можуть бути:

- Тон і контент конкурента, з яким вони спілкуються з користувачами.
- Хороші і погані риси.
- Відгуки користувачів, що працює добре чи погано.
- Час очікування/завантаження.
- Обслуговування клієнтів.
- Дизайн.
- Відповідність стандартам.
- у деяких випадках це може бути порівняння платформ, на яких використовується продукт, ключова аудиторія або особливості роботи системи.

Як визначити конкурентів? Треба розпочати з запитань:

- Хто зараз намагається вирішити цю проблему?
- Як вони намагаються вирішити проблему?
- У чому полягає їхня головна відмінність або унікальна додана цінність для їхнього бізнесу та продуктів?
- Чи хтось намагався вирішити це в минулому та невдало?
- Чому вони зазнали невдачі?

Результат аналізу конкурентів повністю залежить від здатності дослідника правильно інтерпретувати інформацію[6]. Продуманий конкурентний аналіз UX може дати цінну інформацію, яка підштовхне вас до реалізації успішних дизайнерських рішень.

Для того, щоб краще зрозуміти ринок та виявити для себе позитивні та негативні сторони конкурентів, виділимо для себе основних конкурентів: Книгарня «Є», Aldiko Book Reader, Aldiko Book Reader, FBReader. Кожен з цих додатків має певний функціонал, який закриває потреби людей, які були на інтерв'ю, це дозволяє

проаналізувати ці функції та удосконалити їх для створення додатку для читання української літератури (Рисунок 2.4).

FBReader Опис: Мінімалістичний додаток для читання електронних книг із підтримкою численних форматів.	Сильні сторони: • Легка інтеграція з хмарними сервісами для синхронізації книг (Google Drive, Dropbox). • Велика кількість налаштувань для зручності читання. • Можливість читати офлайн. • Можливість читати офлайн.	Слабкі сторони: • Немає каталогу українських книг. • Відсутність рекомендацій або соціальних функцій. • Інтерфейс застарілий і потребує оновлення для сучасних користувачів.
Aldiko Book Reader Опис: Додаток для читання електронних книг, який підтримує формати EPUB і PDF.	Сильні сторони: • Простий і зрозумілий інтерфейс. • Підтримка книг у локальній бібліотеці та завантаження власних файлів. • Персоналізація інтерфейсу для читання (зміна шрифту, кольорів, масштабування).	Слабкі сторони: • Відсутність інтеграції з великими онлайн-бібліотеками. • Недостатня кількість українського контенту. • Немає соціальних функцій чи інтерактивності.
Книгарня «Є» Опис: Офіційний додаток найбільшої української книжкової мережі, який надає доступ до електронних книг українською мовою.	Сильні сторони: • Орієнтованість на український контент. • Легкий доступ до новинок української літератури. • Можливість купівлі електронних книг безпосередньо в додатку.	Слабкі сторони: • Відсутність інтерактивних функцій, як-от збереження цитат. • Немає безкоштовних матеріалів для ознайомлення. • Відсутність соціальних функцій чи рекомендацій за смаками.
Bookmate Опис: Додаток для читання книг із великим каталогом і соціальними функціями.	Сильні сторони: • Велика бібліотека, включаючи українську літературу. • Соціальний аспект: можливість ділитися списками книг, переглядати, що читають друзі. • Функції персоналізації для комфортного читання.	Слабкі сторони: • Обмежена кількість українських книг порівняно з іншими мовами. • Потрібна підписка для доступу до більшості функцій. • Недостатня увага до інтерактивних елементів, таких як навчальні модулі чи цитати.

Рисунок 2.4. – Аналіз конкурентів

Конкурентний аналіз допоможе відмітити позитивні сторони ринку та сконцентруватись на них, він може стати основою для створення нового продукту, який зможе задовільнити потреби потенційних користувачів. Коли ми використовуємо досвід конкурентів, ми можемо навчатись на їх помилках і в той же час відмічати для себе їх сильні сторони та використовувати це в подальшій розробці дизайн проекту.

2.4. Карта емпатії

Один зі способів аналізу результатів інтерв'ю чи інших досліджень — це формування карти емпатії. Вона також використовується для аналізу та систематизації розуміння якісних даних з проведенням досліджень. Метою її застосування є робота з почуттями та емпатією до користувачів[8]. Цей метод може покращити розуміння користувачів, їх мотивацію, думки, ставлення та поширити ці знання у команді.

Карта емпатії — це спільна візуалізація, що використовується для формулювання того, що ми знаємо про певний тип користувачів. Вона виявляє знання про користувачів, щоб:

- Створити спільне розуміння потреб користувачів.
- Допомогти у прийнятті рішень.

Карти емпатії найкраще використовувати з самого початку процесу проектування. Обов'язково тримати карти емпатії «живими», переглядаючи та коригуючи їх за результатами подальшого дослідження.

Карти емпатії використовують, тому що вони допомагають зрозуміти потреби та цілі користувачів у більш тонкий, але організований спосіб[10]. Карти емпатії можна читати та розуміти досить легко. Вони можуть використовуватися для збору даних безпосередньо від користувачів.

Створити карту емпатії доволі легко, проте вона потребує часу:

1. Треба визначити обсяг і цілі. Якого користувача чи персону візуалізуєте?
2. Підготовка матеріалів. Велику дошку, наклейки, маркери для команди або простіше — онлайн-дошку.
3. Необхідно зібрати дослідження, які треба використовувати для карти емпатії. Знадобляться якісні вхідні дані: інтерв'ю, польові дослідження, дослідження щоденників, сеанси прослуховування або якісні опитування.

4. Потім можна переходити до карти: прочитати дослідження окремо, заповнити стікери, виставити їх по чотирьох квадрантах і додати нотатки до карти на дошці.

Карта емпатії складається з 4 квадрантів, кожен з яких включає підсумок або певне спостереження, що стосується користувача — що користувач говорить, що думає, як діє і що відчуває[9].

Квадрант «Говорить» містить те, що користувач говорить вголос під час інтерв'ю чи іншого дослідження юзабіліті. В ідеалі він містить дослівні та прямі цитати з досліджень.

Квадрант «Діє» охоплює дії, які виконує користувач. За результатами дослідження, треба задатися питанням, що фізично робить користувач? Як користувач збирається це робити?

Квадрант «Думає» фіксує, що думає користувач протягом усього досвіду. Необхідно тут зрозуміти, чому вони неохоче діляться — невпевнені, ввічливі чи бояться щось сказати іншим?

Квадрант «Відчуває» — це емоційний стан користувача, часто представлений у вигляді прикметника плюс коротке речення для контексту. Треба запитати себе: що турбує користувача?

Потрібно розуміти, карта та відображення емпатії — це лише інструмент UX, а не рішення для зміни організаційного мислення[17]. Мета вправи — поставити користувача в центр думок учасників. На базі empathy mapping також можна проводити воркшопи, щоб об'єднати команду у розумінні проєкту та проблем, які ви вирішуєте, а також допомогти членам команди краще зрозуміти користувача[11].

Карта емпатії допомагає глибше та краще зрозуміти користувача, його потреби, думки, біль та мотивацію. Вона може допомогти отримати дані про те чим живе користувач та які продукти він використовує. Карта емпатії показує нам конкретні болі користувача, ми можемо їх проаналізувати та своїм новим продуктом закрити потреби користувача.

Розглянемо карту емпатії, яка була створена з метою виявити основні болі та мотивації користувачів задля створення додатку, який краще відповідає потребам користувача:

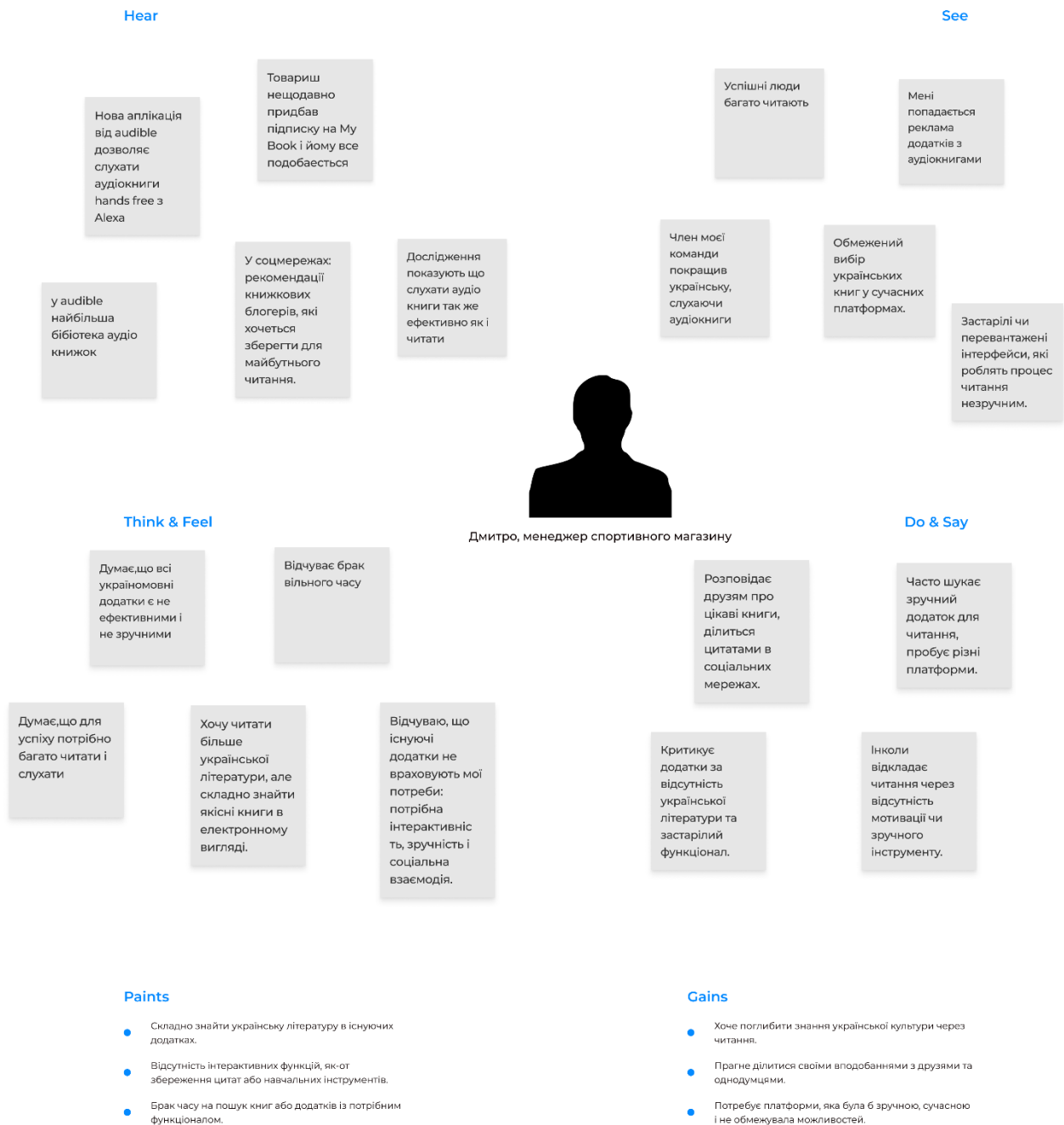


Рисунок 2.5. – Карта емпатії

За допомогою карти емпатії можна переконатись, що ми вирішуємо реальні потреби користувачів, а не лише ті, які ми припустили.

2.5. Інформаційна архітектура

Інформаційна архітектура (ІА) — це дисципліна, яка фокусується на організації інформації в цифрових продуктах. ІА може запланувати точне розміщення та поєднання різноманітних сторінок, а також флоу, який дозволяє користувачам без особливих зусиль переходити між екранами.

Контент є причиною, чому люди відвідують веб-сайти, тому важливо переконатися, що вміст легко знайти[13].

Хоча кінцеві користувачі насправді не бачать ІА, вона є основою дизайну. Робота інформаційного архітектора полягає в тому, щоб створити досвід, який дозволить користувачеві зосередитися на своїх завданнях, а не на пошуку шляху.

Фактори, що враховуються при створенні ІА:

- Принципи гештальту досліджують візуальне сприйняття користувачами об'єктів по відношенню один до одного, включаючи подібність, безперервність, близькість, симетрію та замкнутість.
- Ментальні моделі — це припущення, що люди мають у своєму розумі перед тим, як вони взаємодіють із продуктом. Наприклад, коли користувач шукає контактну інформацію, перше, що він шукатиме, — це сторінка, посилання або розділ із написом «Зв'язатися з нами» або «Контакт».
- Когнітивне навантаження — це кількість розумових зусиль, які користувач повинен вкладати у взаємодію з продуктом. У контексті проектування інформаційної архітектури когнітивне навантаження — це кількість інформації, яку користувач може обробити в будь-який момент.

Що потрібно для створення ІА:

- Дослідження користувачів. Чудовий дизайн продукту починається з ретельного дослідження користувачів. Це можуть бути: інтерв'ю з користувачами, сесії сортування карток і тестування дерева, юзабіліті тестування, контекстні запити та дослідження.

- Інвентаризація вмісту, групування та аудит вмісту. Інвентаризація вмісту показує фахівцям ІА, який контент у них є та де він знаходиться. Групування вмісту визначає зв'язки між інформацією. Далі аудит вмісту дає інформаційному архітектору уявлення про те, наскільки корисним, точним і ефективним є вміст.

- Таксономії та маркування. Таксономія – це практика організації та класифікації предметів на основі подібності. ІА може класифікувати елементи за допомогою категорій, розділів або тегів метаданих. Під час цього процесу важливо пам'ятати, що вміст і функціональність продукту будуть розширюватися, тому спосіб його організації повинен бути легко масштабованим.

- Хороша інформаційна архітектура значною мірою впливає на взаємодію з користувачем. Чим швидше користувачі дістануться до кінцевого пункту призначення, навіть якщо цей пункт містить кілька варіантів, тим більше вони задоволені.

- Переваги ІА для бізнесу: якщо користувачі та клієнти не можуть знайти важливу інформацію або виконати найважливіші завдання, підприємства можуть програти багатьма способами[19]. ІА може відігравати вирішальну роль у наступному:

- Продуктивність співробітників.
- Продажі та репутація.
- Зменшення маркетингових витрат.
- Репутація та рейтинг SEO пошукових систем.
- зменшення вартості оперативної допомоги та документації підтримки.

Вкладаючи час у розробку ІА, створюється основа для ефективної взаємодії з користувачем[18]. Зрештою, вміст – це серце кожної програми чи веб-сайту. Добре організований і добре структурований вміст допомагає вашим користувачам взаємодіяти з продуктом, що забезпечує чудовий досвід.

Глобалізація: Зростання міжнародної торгівлі робить логістику ще важливішою для компаній, які ведуть бізнес на світовому ринку.

Розглянемо інформаційну архітектуру на прикладі створення додатку для читання української літератури:

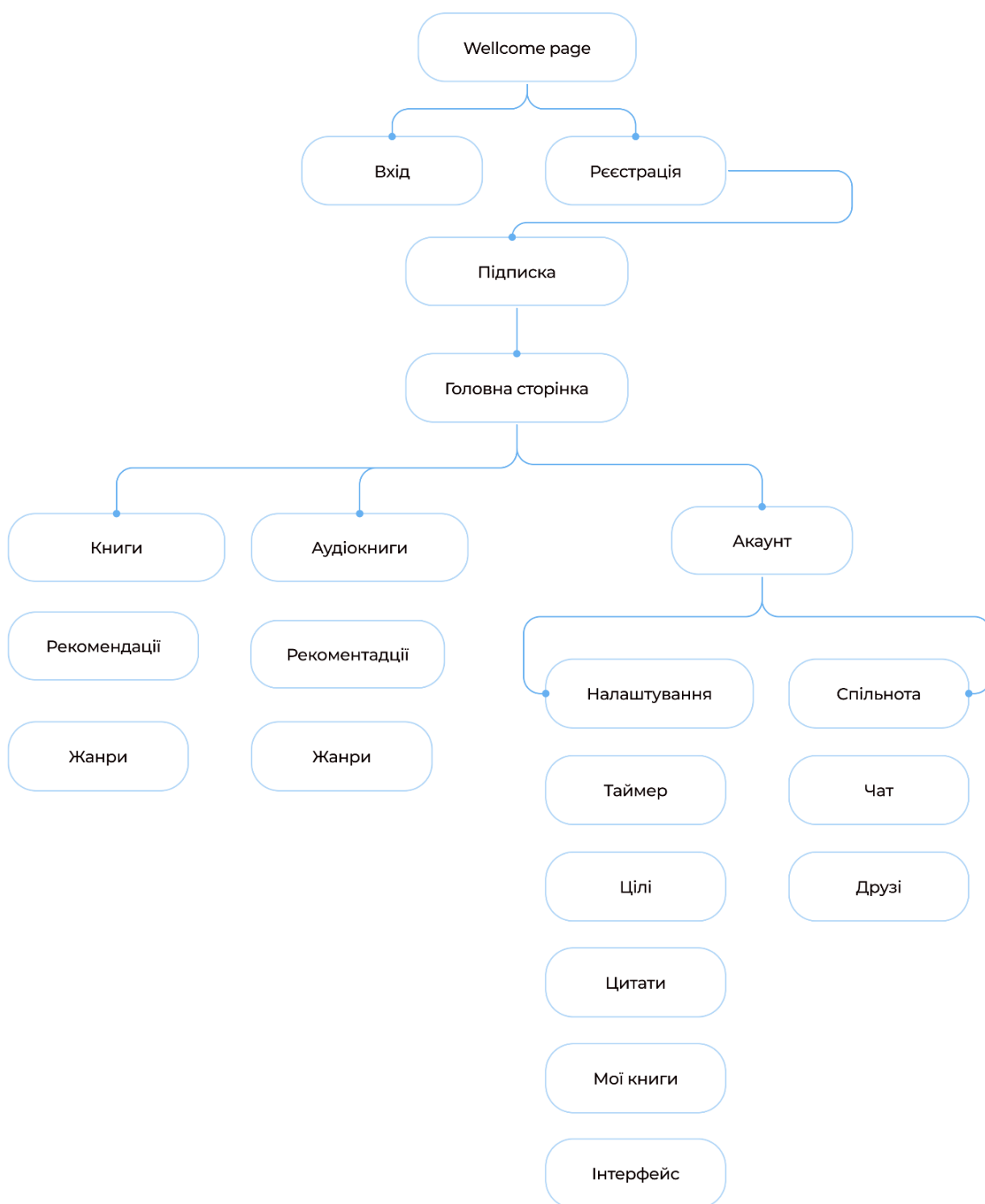


Рисунок 2.6. – Інформаційна архітектура

РОЗДІЛ 3. ОГЛЯД ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ДИЗАЙНУ

3.1. Figma, як інструмент для створення дизайн – проектів

Figma — це сучасний інструмент для створення дизайну інтерфейсів, що має функціонал для створення макетів, прототипів і співпраці в єдиному середовищі. Ця платформа є однією з найпопулярніших серед дизайнерів завдяки своїй доступності, адже працює безпосередньо у веб-браузері, а також підтримує десктопні та мобільні додатки[1]. Дизайнер має можливість працювати з будь-якого пристрою, навіть незалежно від його операційної системи. Це робить Figma універсальним вибором для багатьох команд (Рисунок 3.1).



Рисунок 3.1 – Сервіс для розробки дизайну інтерфейсів «Figma»

Головних особливостей Figma — можливість співпраці в реальному часі. Кілька дизайнерів та/ або розробників або інших учасників команди можуть працювати над одним проектом в реальному часі та спостерігати за змінами[2]. Ця функція дозволяє суттєво спростити комунікацію та пришвидшити час на узгодження змін. Також вбудована система коментарів надає можливість залишати відгуки або обговорювати проект в макеті. Це усуває зайву необхідність періодичного обміну файлами або використання сторонніх інструментів, або меседжерів для зворотного зв'язку.

Figma має змогу підтримувати створення інтерактивних прототипів. Дизайнер може налаштувати переходи між екранами, також імітувати взаємодію з кнопками, посиланнями чи іншими елементами інтерфейсу. Це дозволяє користувачам перевіряти функціональність проекту ще навіть до його реалізації проекту. Ця функція особливо корисна саме UX-досліджень, тому що прототип можна швидко протестувати на цільовій аудиторії(ЦА), отримати зворотний зв'язок та внести необхідні зміни, якщо цього потребує проект.

Треба відзначити, що є можливість роботи з компонентами. У Figma можна створювати елементи, що використовуються багато разів, наприклад кнопки, імпути, форми, навігаційні панелі, які автоматично оновлюються у всіх частинах проекту, якщо змінюється їхній батьківський елемент. Ця функція дуже прискорює процес роботи над масивними проектами. Це дозволяючи зберігати цілісність дизайну.

Figma також пропонує інтеграцію зі сторонніми сервісами. Figma має інтуїтивний інтерфейс. Вона універсальна та має великий набір інструментів. Останні роки Figma є стандартом у світі UX/UI-дизайну та розробки проектів[1].

Figma пропонує безкоштовний план, який включає доступ до 3 файлів Figma та FigJam, необмежену кількість особистих файлів, плагінів та шаблонів, а також мобільний додаток.

Основні переваги використання Figma

- Спільна робота над дизайном. Кілька користувачів можуть працювати над проектом одночасно, переглядаючи зміни в реальному часі.
- Незалежність від платформи. Можливість отримати доступ до Figma з будь-якого пристрою, підключеного до Інтернету.
- Компонентно-орієнтований підхід.

Ця програма підходить не тільки для професійних дизайнерів, але й для новачків. Її простота дозволяє швидко освоїти основні функції та почати створювати свої перші проекти. Завдяки Figma процес розробки дизайну стає більш швидким, а результат — більш якісним.

РОЗДІЛ 4. ПРОТОТИП ІНТЕРФЕЙСУ ДИЗАЙН – ПРОЕКТУ

4.1. Вхід та реєстрація

Вхід та реєстрація у додаток є важливою частиною взаємодії з потенційними користувачами. Ці сторінки створюють перше враження та мають бути зрозумілими та мінімалістичними. Розглянемо вхід у додаток з читання української літератури:

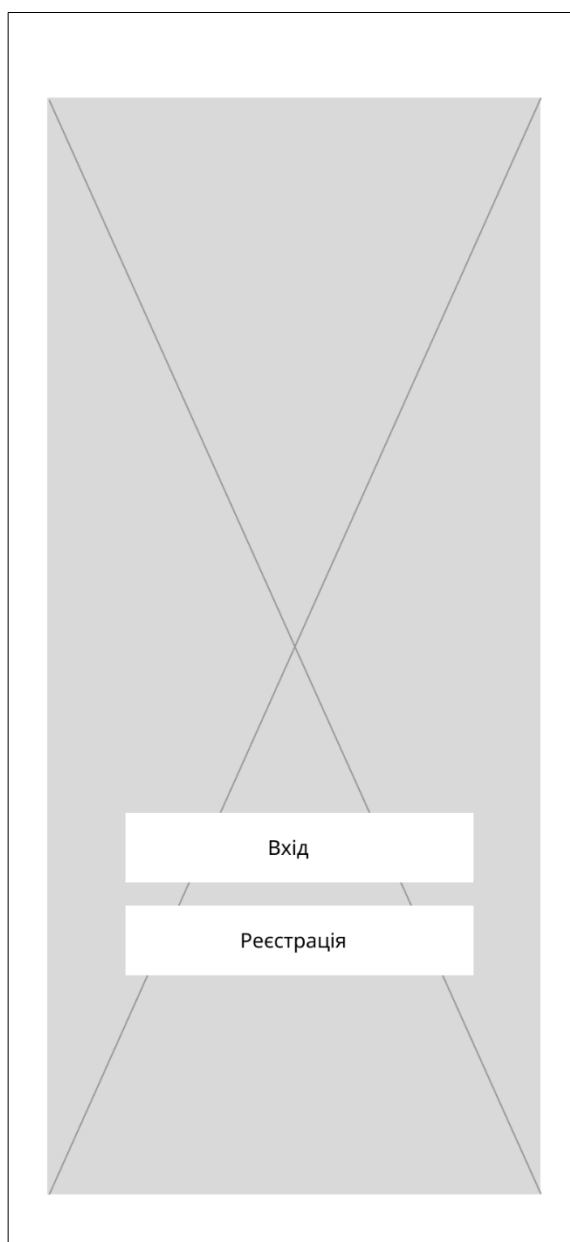


Рисунок 4.1 – Вибір входу або реєстрації у додаток

Аби зареєструватись у додатку потрібно ввести свої дані, зокрема: ім'я, прізвище, електронну адресу та придумати пароль. Також є можливість не реєструватись у додатку. Це дозволить мати доступ до базових функцій, але без реєстрації, це допоможе користувачам ознайомитись з інтерфейсом та допоможе зробити вибір про подальше використання додатком, перш ніж вносити свої дані для реєстрації.

Розглянемо реєстрацію у додаток:

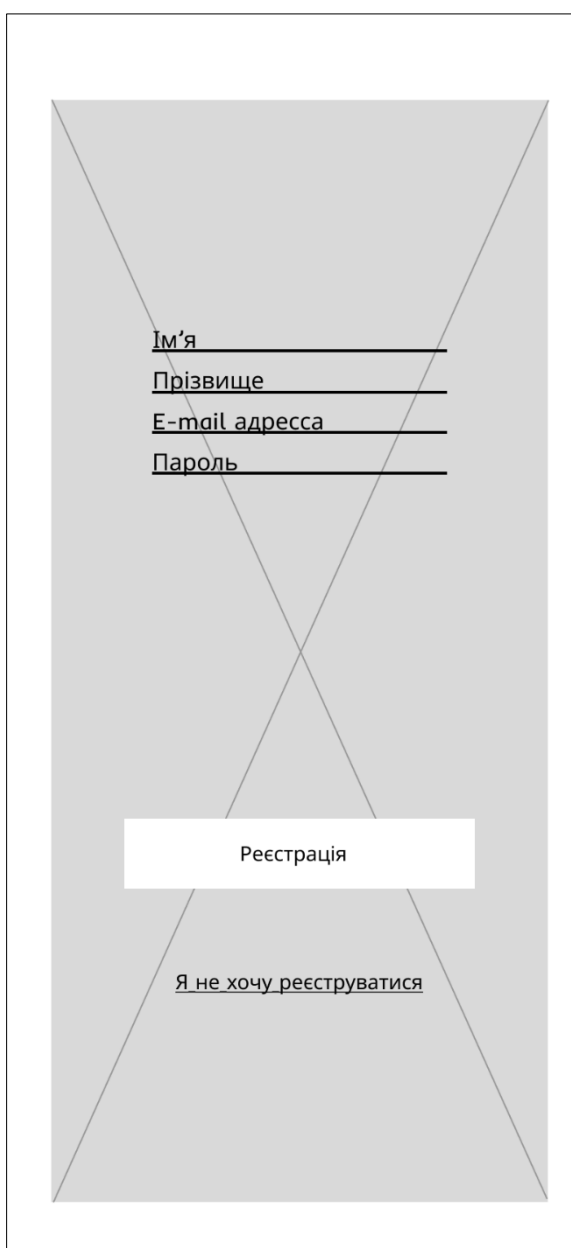
The image shows a registration form interface. It consists of a light gray rectangular area with a large 'X' drawn across it. Inside this area, there are four input fields with labels: 'Ім'я' (Name), 'Прізвище' (Surname), 'E-mail адреса' (E-mail address), and 'Пароль' (Password). Below these fields is a white rectangular button with the text 'Реєстрація' (Registration). At the bottom of the gray area, there is a link that says 'Я не хочу реєструватися' (I don't want to register).

Рисунок 4.2 – Реєстрація у додаток

4.2. Онбордінг та вибір підписки

При першій комунікації з додатком, користувачу пропонується обрати теми, які йому цікаві. В подальшому це дозволить налаштувати персоналізовані рекомендації. Метою цього вибору є допомога користувачу в тому, щоб швидше знайти літературу, яка буде відповідати його вподобанням (Рисунок 4.3).



Рисунок 4.3 – Вибір вподобань користувача

Користувачу пропонується обрати для себе оптимальний вибір підписки. Також пропонується зробити вибір пізніше. Безкоштовна версія додатку дія протягом семи днів. Це допоможе користувачу ознайомитись з додатком перш ніж купувати підписку. Користувачу пропонується обрати підписку на рік, на місяць, або на три місяці (Рисунок 4.4).



Рисунок 4.4 – Вибір підписки

4.3. Головна сторінка та сторінка книги

Головна сторінка являє собою центральну частину додатку, на якій потенційний користувач починає знайомитись з платформою[14]. На основі опитування в онбордінгу користувачу пропонується рекомендована література. Користувач має змогу швидко перейти до основних категорій літератури: новинки, бестселери, популярні, за високим рейтингом та скоро у продажу (Рисунок 4.5).

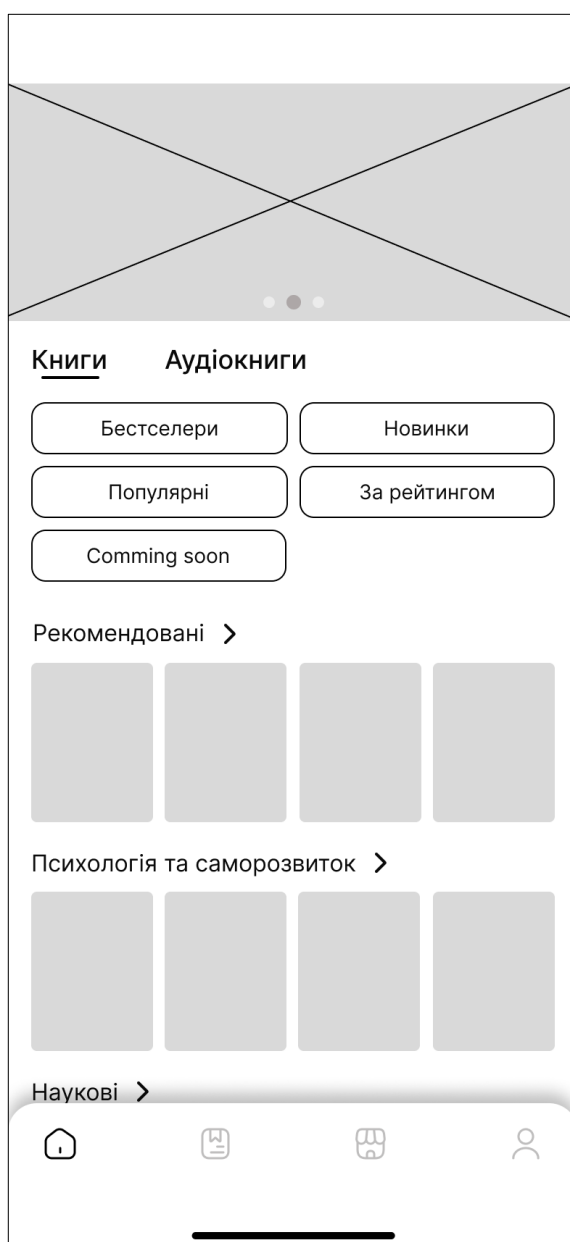


Рисунок 4.5 – Головна сторінка

Розглянемо сторінку книги. Тут є опис книги, назва, автор, рейтинг книги. Можна перейти на відгуки про книгу та додати її до бажаного (кнопка Wishlist). Є іконка загрузки, можна загрузити книгу та читати її в офлайн режимі (Рисунок 4.6).

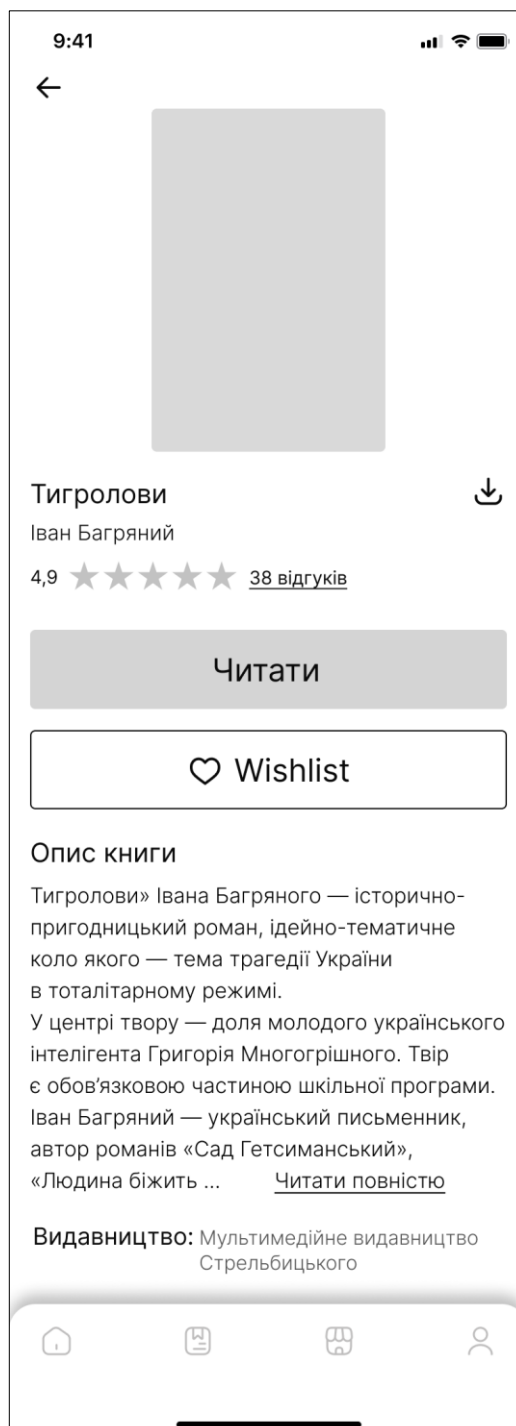


Рисунок 4.6 – Сторінка книги

4.4. Сторінка відгуків

Зі сторінки книги можна перейти на сторінку відгуків, де користувач може прочитати враження користувачів від книги. Також є можливість залишити власний відгук. Останні залишені відгуки відображаються першими, користувач має змогу подивитись усі відгуки (Рисунок 4.7).

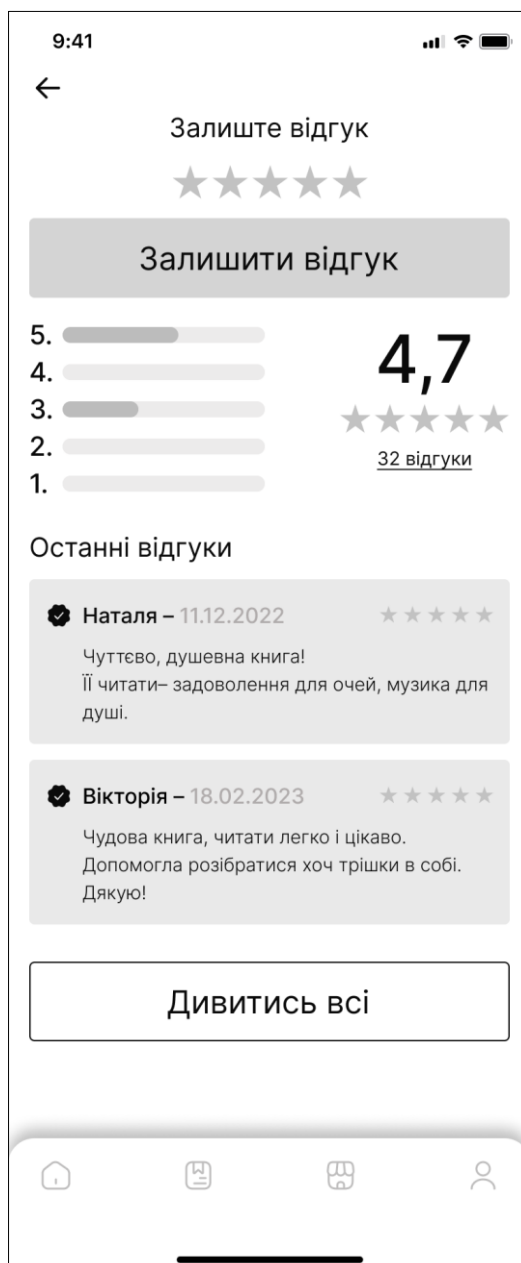


Рисунок 4.7 – Відгуки користувачів

4.5. Сторінка читання книги

Коли користувач переходить в режим читання книги, першим він бачить її обкладинку та індикатор прогресу читання книги (Progress Bar). В дизайні даного додатку використовується сторінковий лічильник — це вид індикатора прогресу, який являє собою числовий показник, що демонструє номер поточної сторінки від загальної кількості сторінок[15]. Також з цієї сторінки можна перейти в режим прослуховування аудіокниг (Рисунок 4.8).



Рисунок 4.8 – Сторінка читання книги

З цієї сторінки можна перейти на зміст книги, зробити пошук по сторінкам книги, зберегти цитати, які сподобались. Також є можливість поставити таймер для більшої мотивації користувачів, цю потребу було виявлено зі інтерв'ю з користувачами та подальшого складання карти емпатії користувачів. Є можливість налаштувати інтерфейс читання (Рисунок 4.9).

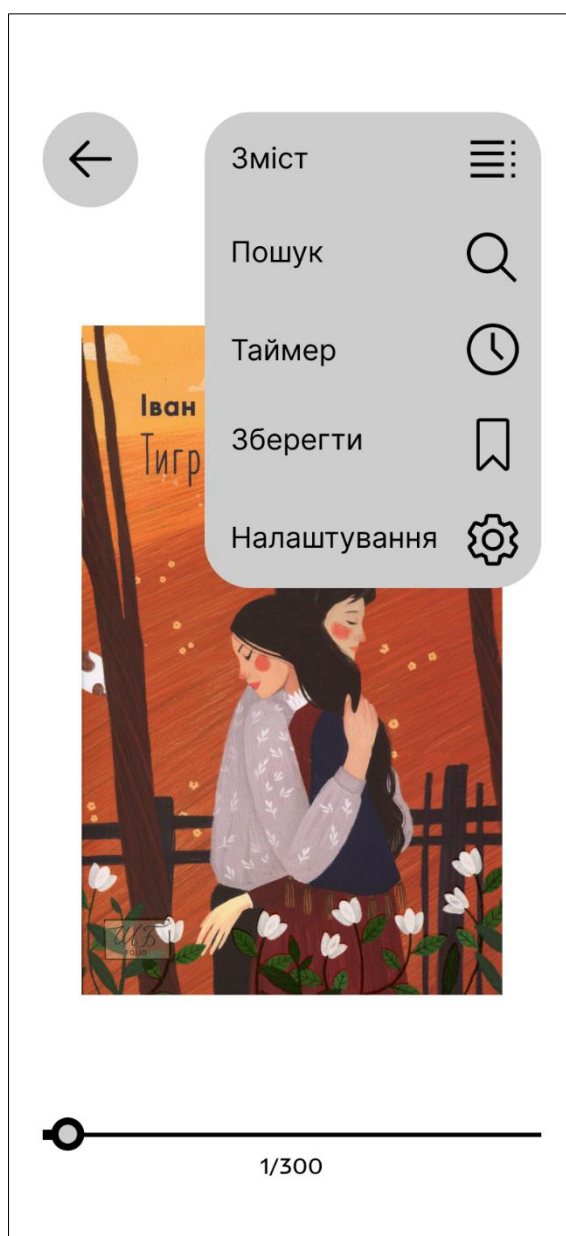


Рисунок 4.9 – Основні функції сторінки читання книги

Сторінка змісту книги є важливим елементом додатку з читання української літератури. Вона забезпечує зручну для користувача навігацію та управління читанням. Дана сторінка об'єднує кілька функціональних вкладок. Вони допомагають користувачеві швидко орієнтуватися в структурі книги, повертатися до улюблених моментів і організовувати свій досвід читання (Рисунок 4.10).

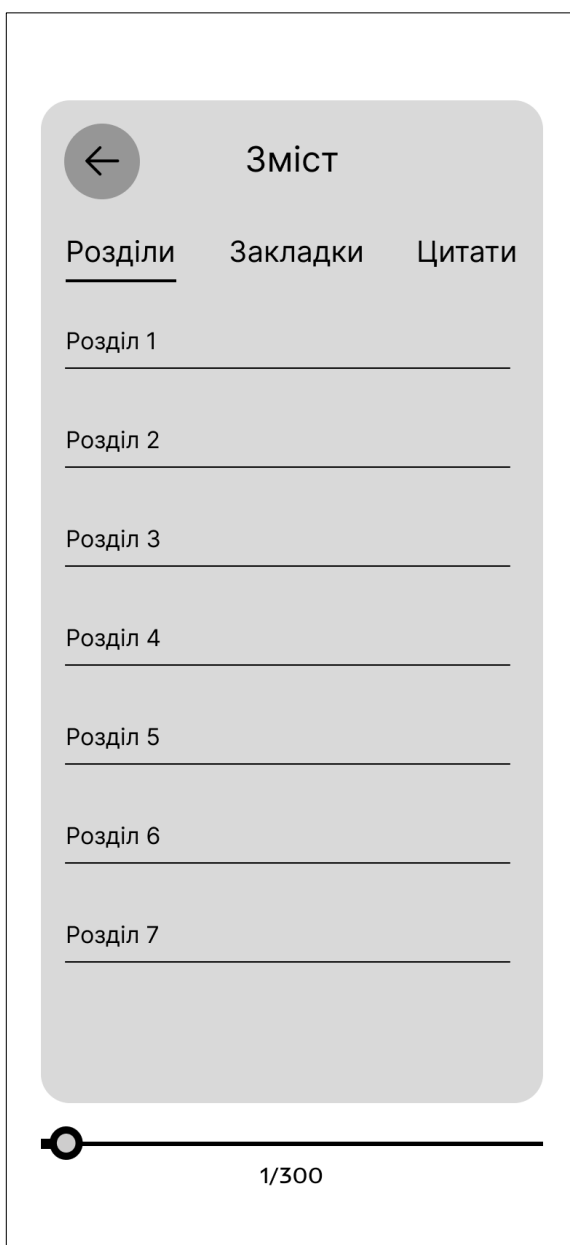


Рисунок 4.10 – Зміст

Вкладка «Закладки» — це одна з важливих функцій додатку для читання української літератури, що допомагають користувачам зберігати важливі сторінки, або місця в тексті книги, аби мати швидкий доступ до них у майбутньому. Дана опція додає зручності та персоналізації у процес читання. Особливо для тих, хто читає багато або використовує книги для навчання чи роботи (Рисунок 4.11).

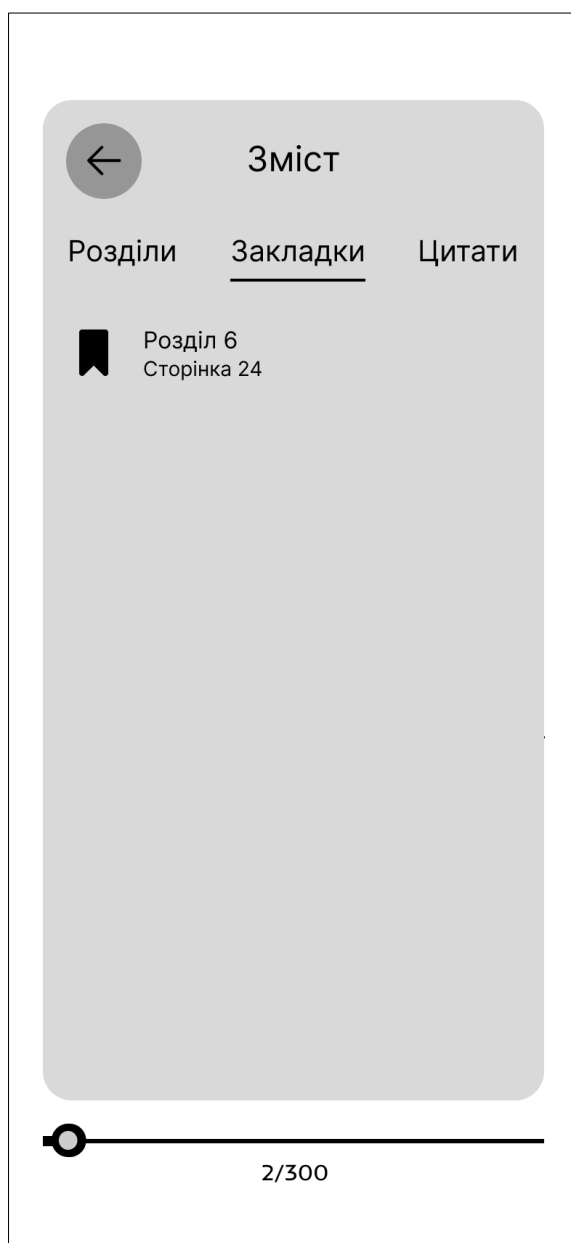


Рисунок 4.11 – Закладки

4.6. Таймер та налаштування інтерфейсу

Таймер для читання — це інструмент, що допомагає користувачам краще організувати свій час під час читання. Основне завдання таймера — це встановити чіткі часові межі для читання, підтримати концентрацію користувача, а також створити комфортні умови для досягнення читацьких цілей. Дизайн таймера максимально простий і ненав'язливий. Таймер інтегрується в інтерфейс, так аби не відволікати користувача (Рисунок 4.12).

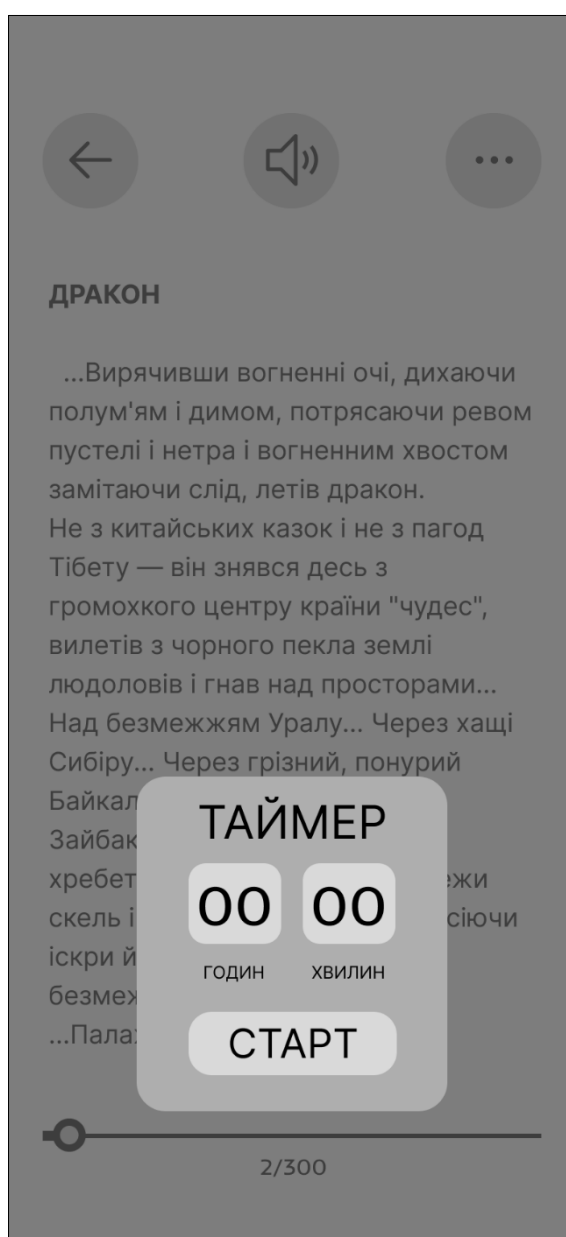


Рисунок 4.12 – Таймер

Налаштування інтерфейсу режиму читання дозволяє користувачеві адаптувати вигляд сторінки під власні потреби. Користувач може змінювати яскравість екрану; обирати тип і розмір шрифту для кращої читабельності; а також перемикає теми (світлу, темну або сепію) залежно від часу доби. Усі ці опції доступні в простому меню читання, що забезпечує зручність і персоналізацію читання. Дані налаштування є доступними через просте меню, яке відкривається безпосередньо під час читання (Рисунок 4.13).

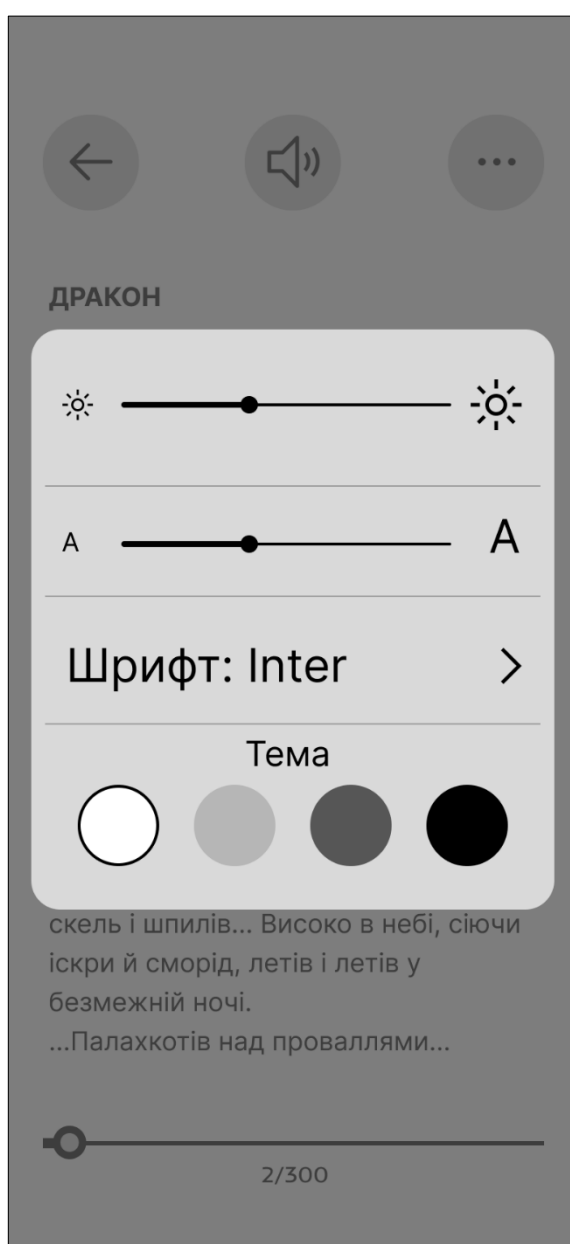


Рисунок 4.13 – Налаштування інтерфейсу читання

4.7. Перехід до режиму аудіокниги

Перехід з режиму читання книги до прослуховування аудіокниги являє собою зручний інструмент, що забезпечує гнучкість у сприйнятті. Дана функція дозволяє користувачам почати взаємодію з текстом у звичному режимі читання, а потім, якщо необхідно, перемкнутися на аудіокнигу, при цьому зберігаючи прогрес. Ця функція переходу між режимами сприяє підвищенню доступності літератури, особливо для користувачів, час яких обмежений (Рисунок 4.14).

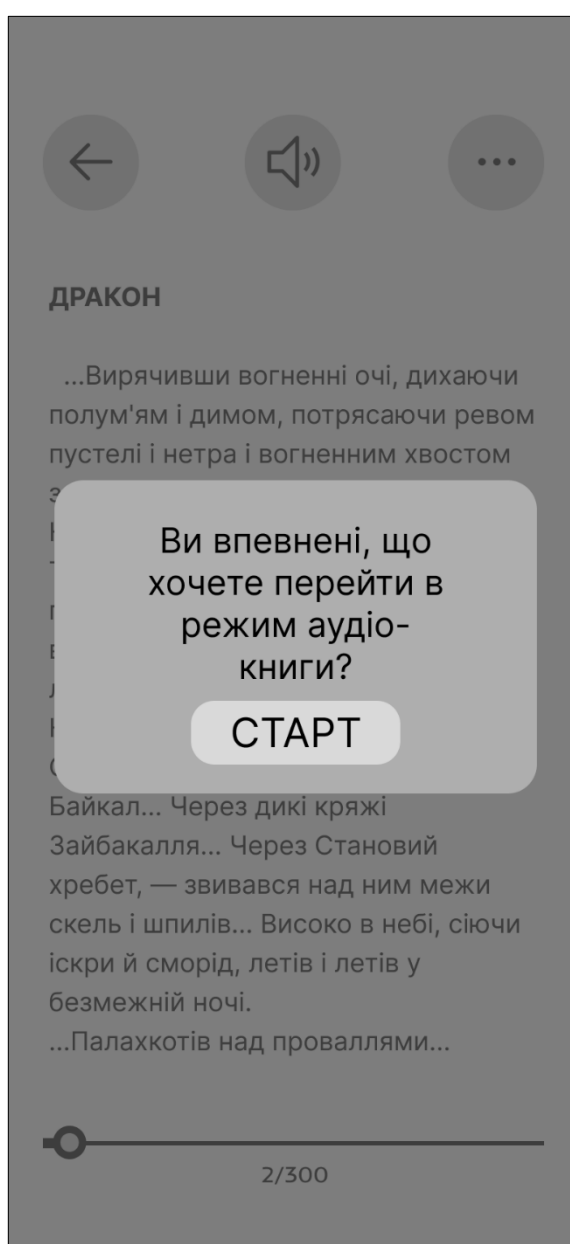


Рисунок 4.14 – Перехід в аудіо - режим

Сторінка додатку для прослуховування аудіокниги має зрозумілий інтерфейс, що забезпечує комфортну взаємодію з контентом. Центральну частину сторінки займає програвач із таймлайном. Це дозволяє стежити за прогресом прослуховування та швидко переміщатися до потрібного моменту. Користувач має можливість налаштовувати швидкість відтворення аудіо.

Для зручності додані кнопки, які допомагають перемотати аудіо на десять секунд вперед або назад (Рисунок 4.15).



Рисунок 4.15 – Аудіо - режим

4.8. Профіль користувача та спільнота

Розглянемо сторінку профіля користувача. Сторінка профілю користувача в додатку створена для зручного доступу до персональної інформації та функцій. Біля ім'я та прізвища користувача визначена підписка. З профілю можна перейти одразу до спільноти, вона виділена окремою вкладкою. В цьому розділі бачимо цілі, які перед собою ставить користувач для кращою мотивації. Також на сторінці профілю можна подивитись цитати (Рисунок 4.16).

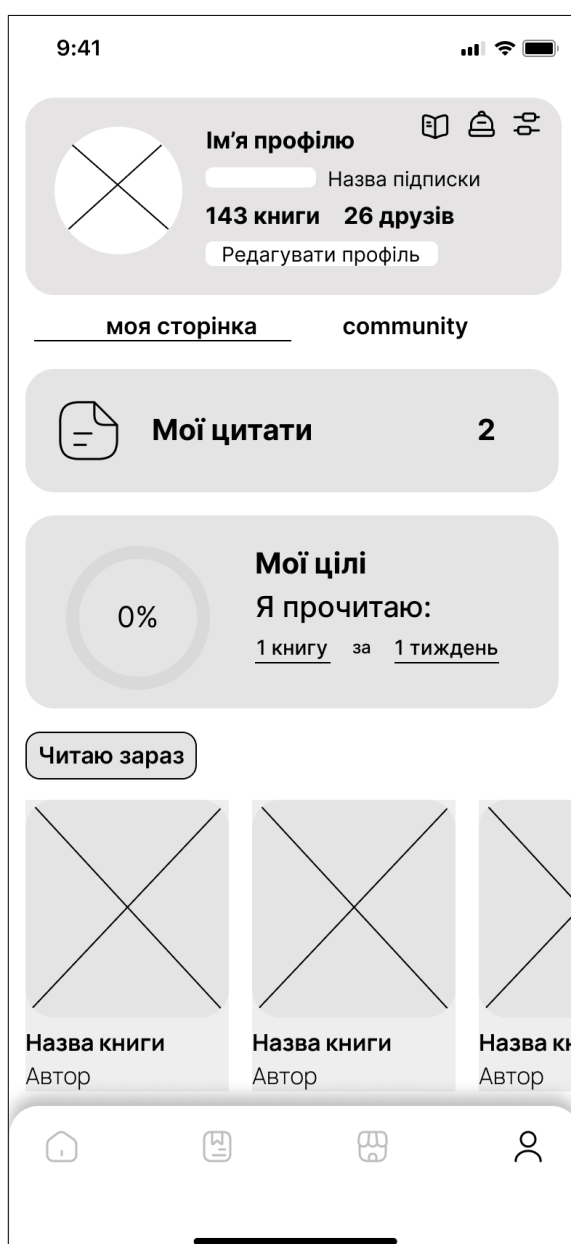


Рисунок 4.16 – Профіль користувача

Розглянемо вкладку спільноти. До неї можна перейти з особистого кабінету користувача, що робить доступ до неї зручним та простим. Необхідність спільноти виявили при інтерв'ю з користувачами. Спільнота допомагає користувачу шукати друзів по інтересам, дивитись яку літературу читають інші, дивитись цитати, що додали друзі. Користувач може бачити, які книги друзі додали до бажаного, або переглядати цитати, які зберегли друзі. Спільнота допомагає соціальній взаємодії між користувачами (Рисунок 4.17).

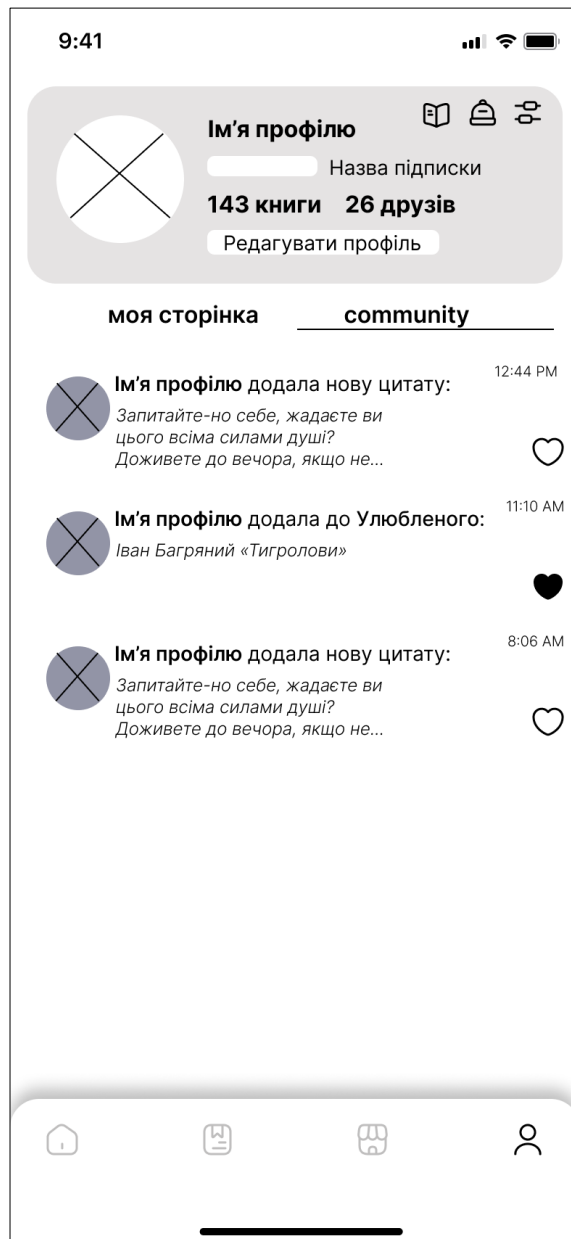


Рисунок 4.17 – Спільноти

Розглянемо сторінку списку друзів. Вона виглядає просто та зручно. Можна побачити список усіх доданих друзів, подивитись їх фото. Тут можна видалити когось з друзів, якщо інтереси користувача більше не співпадають з його друзями у додатку з читання української літератури (Рисунок 4.18).



Рисунок 4.18 – Список друзів зі спільноти

4.9. Постановка цілі

Функція задання цілі читання в додатку створена для підвищення мотивації користувачі. Можна встановлювати персональні цілі. Вони можуть стосуватися кількості книг, сторінок або часу, присвяченого читанню. Користувач може визначити власний ритм та обсяг. Функція постановки цілі особливо корисна для тих користувачів, які хочуть розвинути звичку читати (Рисунок 4.19).

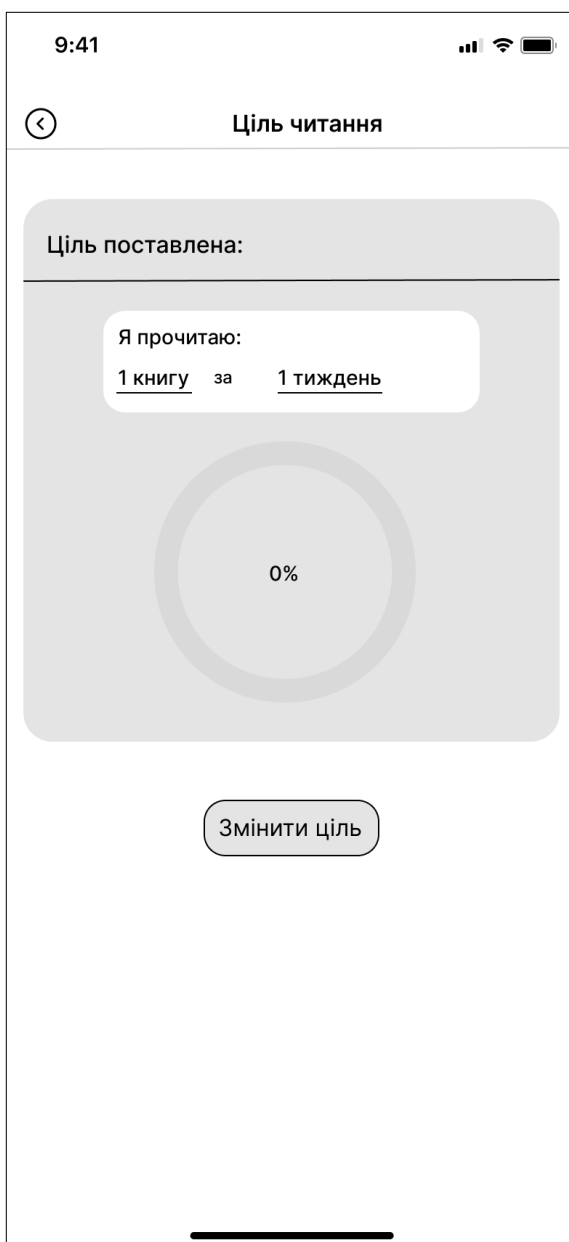


Рисунок 4.19 – Сторінка постановки цілі

ВИСНОВКИ

Інтерв'ю з користувачами дозволило отримати інформацію про їх потреби, проблеми та очікування протягом використання застосунків для читання літератури. Потенційні користувачі висловили бажання мати доступ до української літератури в зручному форматі з функціями збереження цитат, переходу до аудіокниг, а також соціальної взаємодії через спільноту. Отримані дані лягли в основу подальших досліджень.

Зібрані дані допомогли створити портрети користувачів (User Persona). Це допомогло представити різні сегменти аудиторії. Персони допомогли зрозуміти мотивації, цілі та проблеми кожного типу користувачів. Це сприяло в подальшому до адаптації дизайну під їхні користувачів.

Аналіз конкурентів виявив що більшість із них пропонують сильний функціонал для читання, але і виявив недоліки такі, як недостатня орієнтація на твори української літератури. Також було виявлено, що застосунки зі складним структурою інтерфейсом є важкими для сприйняття. У жодного конкурента не було виявлено соціальної взаємодії між користувачами. Висновки дозволили уникнути помилок у розробці дизайн - проекту.

Створивши карту емпатії, ми візуалізували емоції, дії, думки і потреби потенційних користувачів. За допомогою карти емпатії, ми зробили висновок, що основними очікуваннями користувачів є зручність та простота у користуванні застосунків, швидкий доступ до улюблених книг та можливість соціальної взаємодії, що являє собою один з аспектів мотивації. Карта емпатії допомогла врахувати психологічні аспекти у проектуванні зручного інтерфейсу застосунку.

Розроблена інформаційна архітектура забезпечила логічну організацію застосунку. За допомогою її було наглядно видно розміщення основних розділів застосунку з читання української літератури. Інформаційна архітектура включає основні розділи, такі як: головна сторінка, спільнота, профіль користувача, цілі читання та аудіокниги. Завдяки цьому вдалося створити просту та зрозумілу навігацію, що може дозволити швидко знаходити потрібні функції. Хоча кінцеві

потенційні користувачі і не бачать розроблену інформаційну архітектуру, вона є однією з основ застосунку.

Було оглянуто основний інструмент для створення дизайн - проектів —Figma. Ця платформа дозволяє працювати в команді дизайнерів та розробників.

Був розроблений дизайн – проект з читання української літератури. Даний проект продемонстрував, що проектування, яке засноване на UX-дослідженнях, забезпечує інтуїтивність та зручність користування. Основні елементи прототипу, такі як вхід і реєстрація, онбордінг, головна сторінка, функція читання книг і аудіокниг, профіль користувача, спільнота та постановка цілей, були інтегровані для створення цілісного і функціонального застосунку.

В цілому, прототип застосунку відповідає вимогам сучасного користувача — він інтуїтивний, простий, багатофункціональний та може задовольнити потреби як нових користувачів, так і досвідчених читачів. Розроблений дизайн демонструє високу готовність до впровадження в реальну розробку та подальшу реалізацію проекту з читання української літератури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. What is Figma? (And How to Use Figma for Beginners) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: URL: <https://www.theme-junkie.com/what-is-figma/> – Назва з екрану.
2. What is Figma? [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: URL: <https://www.innovationtraining.org/what-is-figma/> – Назва з екрану.
3. Norman, D. A. The Design of Everyday Things. – Basic Books, 1988.
4. Adams, S. How to Think Like a Great Graphic Designer. – Collins Design, 2007.
5. Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. Universal Principles of Design. – Rockport Publishers, 2003.
6. Gothelf, J., Seiden, J. Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams. – O'Reilly Media, 2013.
7. Levy, J. UX Strategy: How to Devise Innovative Digital Products that People Want. – O'Reilly Media, 2015.
8. Weinschenk, S. 100 Things Every Designer Needs to Know About People. – Berkeley, CA: New Riders, 2011.
9. Норман, Д. Закони юзабіліті / Дональд Норман; пер. з англ. О. Ковальчук. – Київ: Книголав, 2019. – 320 с.
10. Купер, А., Райманн, Р., Кронін, Д. Інтерфейс користувача / Алан Купер, Роберт Райманн, Девід Кронін; пер. з англ. І. Петренко. – Київ: ДизайнПрес, 2020. – 560 с.
11. Круг, С. Не змушуйте мене думати / Стів Круг; пер. з англ. О. Сидоренко. – Київ: Видавництво XYZ, 2018. – 240 с.
12. Hooper, S., Berkman, E. Designing Mobile Interfaces: Patterns for Interaction Design. – O'Reilly Media, 2011.
13. Harris, J. Designing the Conversation: Techniques for Successful Facilitation and Collaboration. – New Riders, 2017.

14. Kalbach, J. Mapping Experiences: A Complete Guide to Creating Value through Journeys, Blueprints, and Diagrams. – O'Reilly Media, 2016.
15. Brown, T. Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society. – Harper Business, 2009.
16. Garrett, J. J. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. – New Riders, 2011.
17. Tidwell, J. Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design. – O'Reilly Media, 2020.
18. Shneiderman, B., Plaisant, C., Cohen, M., et al. Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction. – Pearson, 2017.
19. Lockwood, T. Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value. – Skyhorse Publishing, 2010.