

УДК 004.92

**ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕРФЕЙСІВ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ
ПРИНЦИПІВ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ
КОРИСТУВАЧІВ У КОМЕРЦІЙНОМУ СЕГМЕНТІ ЗАСТОСУНКІВ
НА ПРИКЛАДІ ЗАСТОСУНКУ ДЛЯ МЕРЕЖІ ЗАРЯДНИХ СТАНЦІЙ
ДЛЯ ЕЛЕКТРОКАРІВ**

Українська О. О., Михалік Є. І.

Науковий керівник – старший викл. Широкопетлева М. С.
Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. ПІ,
м. Харків, Україна

тел. +38(098) 350-07-53,

тел. +38(068) 603-37-35

The utilization of gamification in app development to enhance user involvement and contentment is the main focus of this write-up. It elucidates how gamification can generate a feeling of accomplishment, rivalry, and camaraderie among users, resulting in higher retention rates and income for app creators. Additionally, the piece accentuates some of the difficulties associated with gamification, stressing the significance of scrutinizing the intended audience and selecting suitable game mechanics to embed into the app's interface using the charging station network application as an example.

Зростання популярності мобільних застосунків призвела до зростання конкуренції в цій сфері. Для виділення серед конкурентів, треба створювати застосунки, які не лише задовольняють потреби користувачів, але й утримують їхню зацікавленість та мотивацію до використання програми.

Гейміфікація передбачає використання ігрових елементів у неігрових контекстах для мотивації та залучення користувачів. У контексті дизайну застосунків це може включати додавання таких функцій, як індикатори прогресу, бейджі, нагороди, таблиці лідерів та виклики.

Ці функції можуть бути використані для створення відчуття досягнення, конкуренції та спільноти серед користувачів, що може змотивувати їх продовжувати користуватися застосунком. Як наслідок, відбувається підвищення рівня утримання користувачів і збільшення доходів розробника програми.

Також, включаючи ігрові елементи, розробники застосунків можуть створити більш захоплюючий та інтерактивний користувацький досвід.

Хоча гейміфікація може забезпечити багато переваг, вона також може створювати проблеми для дизайнерів застосунків. Дизайнери повинні переконатися, що елементи гейміфікації не є надто складними або трудомісткими, не відволікають увагу від основної функціональності та добре інтегровані, оскільки це може призвести до розчарування користувачів і втрати інтересу до програми.

Ще одним викликом гейміфікації є забезпечення привабливості для широкого кола користувачів. Елементи гейміфікації, які занадто специфічні для певних демографічних груп або інтересів, можуть бути нецікавими для всіх користувачів.

Для успішної гейміфікації необхідно визначити, які елементи гейміфікації можуть бути використані в конкретному застосунку, і як вони можуть бути інтегровані в інтерфейс.

Для впровадження гейміфікації в комерційний застосунок необхідно провести аналіз цільової аудиторії, її потреб і мотивацій, які можуть бути стимульовані ігровими механіками.

Основною аудиторією застосунку для мережі зарядних станцій є освічені користувачі, які хочуть швидко та якісно вирішити свої питання щодо заряду електрокару. Тому ігрова механіка, пов'язана з досягненням цілей, може бути ефективною. Проте потрібно не перевантажити нею застосунок, бо витратити час на забавки цільова аудиторія не буде, а занадто велика ігрова складова може відлякати деяких користувачів.

Далі, необхідно інтегрувати обрані ігрові механіки в інтерфейс програми. Проте важливо переконатися, що ці механіки не перевантажать інтерфейс і гейміфікація не стане головною функцією застосунку, а слугуватиме мотивацією для користувачів. Наприклад, це може бути система досягнень, лідерборди, бонусні завдання тощо.

Для застосунку мережі зарядних станцій гарним варіантом будуть нагороди за виконання цілей. Так, нагорода «Мандрівник» буде отримана за зарядку електрокару в трьох різних містах. А тому, хто заправлявся сім днів поспіль, буде надана винагорода «Ніколи присісти».

Важливо також повідомити про існуючу механіку та зацікавити нею, тому на початку користувач отримує винагороду «Енвіронменталіст» за те, що піклується про навколишнє середовище.

Гейміфікація є ефективним інструментом для підвищення мотивації користувачів і поліпшення користувацького досвіду в комерційних застосунках. Однак, для успішної гейміфікації необхідно враховувати особливості конкретного застосунку та його аудиторії, а також інтегрувати ігрові механіки в інтерфейс застосунку, не перевантажуючи його. Враховуючи це, було викладено використання гейміфікації в застосунку для мережі зарядних станцій для електрокарів.

Список використаних джерел:

1. Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. O'Reilly Media, Inc.
2. Werbach, K., & Hunter, D. (2012). For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business. Wharton Digital Press.