

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук
(повна назва)

Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
Пояснювальна записка

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Розробка UX/UI дизайну мобільного додатку для віртуальної стилізації
образів з власного гардеробу
(тема)

Виконав:
здобувач 4 року навчання,
групи ВПВПС-21-3


Вероніка НАЗІНА
(власне ім'я, прізвище)

Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
(код і повна назва спеціальності)

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма
Видавничо-поліграфічна справа
(повна назва освітньої програми)

Керівник 
доц. Олександр ЗЕЛЕНИЙ
(посада, власне ім'я, прізвище)

Допускається до захисту
Завідувач кафедри МСТ


(підпис)

Жанна ДЕЙНЕКО
(власне ім'я, прізвище)


2025 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук
Кафедра Медіасистем та технологій
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
Тип програми Освітньо-професійна
Освітня програма Видавничо-поліграфічна справа
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Зав. кафедри МСТ


(підпис)

« 19 » травня 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

здобувачеві Назіної Веронікі Сергіївни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розробка UX/UI дизайну мобільного додатку
для віртуальної стилізації образів з власног гардеробу

Затверджена наказом по університету від 19 травня 2025 р. № 385Ст

2. Термін подання здобувачем роботи до екзаменаційної комісії 11 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи

Тип і призначення продукту – мобільний додаток FitsU для віртуальної стилізації образів з власного гардеробу; Кількість екранів інтерфейсу – 12 основних;

Тип платформи – iOS (адаптація під екрани iPhone 13/14, розширення 390×844 px);

Середовище розробки – Figma (створення UI-дизайну та інтерактивного прототипу);

Кількість ілюстрацій – 40 елементів одягу (створені в розмірі 86×126 px, формат PNG);

Кількість унікальних іконок – 16 штук (векторні, розмір 27×27 px, у єдиному стилі);

Тип взаємодії – сенсорна (тапи, свайпи); формат подання результату – прототип у

Figma, PDF-презентація, пояснювальна записка.

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; Визначення цілей та задач проектування;

Аналітичний огляд літератури за темою роботи; Розробка технічної характеристики

мобільного додатку; Побудова схеми технологічного процесу розробки мобільного

застосування; Вибір та обґрунтування використання програмного забезпечення; Розробка

модульної сітки; Створення оригінал-макету; Визначення формату застосування;


Графічне опрацювання інтерфейсу; Вибір кольорової гами та обґрунтування її

застосування; Прототипування; Економічна частина; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)

Мета роботи; Актуальність роботи; Аналіз технічного завдання; Аналіз цільової аудиторії; Психологічний портрет споживача; Аналіз функціональних можливостей елементів дизайну для мобільного застосунку; Програмні засоби для створення мобільного додатку; Створення графічного дизайну для прототипу; Проектування навігації; Модульна сітка; Економічна частина; Висновки.

6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)

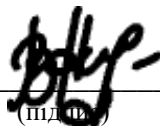
Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	доц. Зелений О.П.		10.06.2025
Економічна частина	ас. Легеза О.М.		

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН


№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ	19.05.2025	виконано
2	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу	19.05.2025	виконано
3	Аналітичний огляд літератури	20.05.2025	виконано
4	Проектування технологічного процесу виготовлення мобільного застосунку	20.05.2025	виконано
5	Вибір інструментальних засобів розробки	20.05.2025	виконано
6	Проектування інформаційної структури та схеми навігації	21.05.2025	виконано
7	Розробка модульної сітки та дизайну застосунку	23.05.2025	виконано
8	Наповнення контентом	24.05.2025	виконано
9	Прототипування мобільного застосунку	25.05.2025	виконано
10	Економічна частина	27.05.2025	виконано
11	Оформлення пояснювальної записки	29.05.2025	виконано
12	Оформлення графічної частини	30.05.2025	виконано

Дата видачі завдання 19 травня 2025 р.

Здобувач


(підпис)

Керівник роботи


(підпис)

доц. Олександр ЗЕЛЕНИЙ
(посада, власне ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 74 с., 2 табл., 12 рис., 3 дод., 26 джерел.

UX/UI-ДИЗАЙН, МОБІЛЬНИЙ ЗАСТОСУНОК, ВІРТУАЛЬНИЙ ГАРДЕРОБ, ВЗАЄМОДІЯ КОРИСТУВАЧА, СТИЛІЗАЦІЯ ОБРАЗІВ, ПРОТОТИПУВАННЯ, ІНТЕРФЕЙС, ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИКА, КОЛІР, ІКОНКИ, ПРОГРЕС-БАР.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка UX/UI-дизайну мобільного додатку FitsU для віртуальної стилізації образів з власного гардеробу, що забезпечує зручну взаємодію, інтуїтивну навігацію та привабливий візуальний стиль.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес проєктування інтерфейсів мобільних застосунків у сфері персоналізованих цифрових сервісів.

Предметом дослідження є створення структури, логіки користувацьких сценаріїв, графічного оформлення та створення прототипу мобільного додатку для візуальної стилізації одягу.

У роботі проведено аналіз сучасних тенденцій у сфері UX/UI-дизайну, вивчено цільову аудиторію, оглянуто аналогічні застосунки, визначено вимоги до функціональності та зовнішнього вигляду інтерфейсу, а також реалізовано дизайн-прототип у Figma.

Галузь застосування – розробка мобільних додатків у сфері моди, стилю та організації гардеробу; персоналізовані цифрові сервіси для планування образів; дизайн мобільних інтерфейсів та створення прототипів.

ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 74 p., 2 tab., 12 fig., 3 app., 26 sources.

UX/UI DESIGN, MOBILE APPLICATION, VIRTUAL WARDROBE, USER INTERACTION, OUTFIT STYLIZATION, PROTOTYPING, INTERFACE, TARGET AUDIENCE, VISUAL IDENTITY, COLOR, ICONS, PROGRESS BAR.

The purpose of the qualification work is to develop the UX/UI design of the mobile application FitsU for virtual outfit stylization using items from a personal wardrobe, ensuring convenient interaction, intuitive navigation, and attractive visual style.

The object of the research of the qualification work is the process of designing user interfaces for mobile applications in the field of personalized digital services.

The subject of the research is the creation of structure, user flow logic, visual design, and development of a prototype for a mobile application for outfit stylization.

The work analyses current trends in UX/UI design, studies the target audience, reviews similar applications, identifies functionality and visual interface requirements, and implements a design prototype in Figma.

The field of application includes the development of mobile applications in the fashion and wardrobe management sector, personalized digital services for outfit planning, and mobile interface design and prototyping.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	8
1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ.....	9
1.1 Формулювання основних вимог.....	9
1.1.1 Функціональні вимоги.....	10
1.1.2 Нефункціональні вимоги.....	12
1.2 Обґрунтування вибору формату мобільного додатку.....	13
1.3 Очікувані функціональні можливості.....	15
1.4 Визначення основних екранів додатку та сценаріїв використання.....	16
1.5 Визначення ключових дій користувача (user flow).....	17
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ТА АНАЛОГІВ.....	19
2.1 UX/UI дизайн: поняття, принципи, значення для користувацького досвіду.....	19
2.2 Аналіз цільової аудиторії.....	20
2.2.1 Методи визначення цільової аудиторії.....	21
2.2.2 Визначення психологічного портрета користувача.....	22
2.2.3 User Persona та її роль у дизайні.....	23
2.3 Огляд існуючих рішень на ринку.....	25
2.3.1 Функціонал аналогічних додатків.....	25
2.3.2 Порівняльна характеристика.....	28
2.3.3 Аналіз сильних та слабких сторін конкурентів.....	29
2.4 Оцінка і вибір технології створення мультимедійного електронного видання.....	31
2.5 Аналіз функціональних можливостей елементів дизайну для мобільного застосунку.....	32
2.6 Методика тестування інтерфейсів сайтів на основі функціонального та юзабіліті тестування.....	34
2.7 Іконки, кольори і прогрес-бари.....	35

2.8 Іконографіка та її роль у спрощенні взаємодії користувачів із мобільним застосунком	37
3 ПРОЄКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ	39
3.1 Визначення мети і задач продукту	39
3.2 Вибір інструментів розробки	41
3.2.1 Платформи та середовища дизайну	43
3.2.2 Інструменти створення прототипів	44
3.3 Проєктування структури мобільного додатку	45
3.3.1 Головне меню	47
3.3.2 Інтерактивна дошка	47
3.3.3 Аутфіти	48
3.3.4 Камера	48
3.3.5 Профіль користувача	48
3.4 Проєктування навігації та модульної сітки	49
3.5 Створення графічного дизайну	50
3.5.1 Вибір стилістики та айдентики	51
3.5.2 Адаптація під мобільні екрани	52
3.6 Вибір кольорових гам, шрифтів та розмірів інтерфейсу	54
3.7 Прототипування	56
3.7.1 Створення low-fidelity прототипу	60
3.7.2 Тестування прототипу	61
4 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	64
ВИСНОВКИ	70
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	72
ДОДАТОК А UI/UX дизайн мобільного застосунку	75
ДОДАТОК В Модульна сітка	77

ВСТУП

У сучасному світі мода та індивідуальний стиль стали важливими елементами самовираження особистості. З розвитком цифрових технологій зростає попит на мобільні додатки, які допомагають людям керувати своїм гардеробом, створювати нові образи та раціоналізувати споживання одягу. Особливо це актуально у контексті стійкої моди, усвідомленого споживання речей та спрощувати своє життя. Мобільні додатки для стилізації образів дозволяють не тільки зберігати віртуальну версію гардеробу, а й експериментувати з поєднанням речей без необхідності фізичного примірювання.

Це допоможе інтуїтивно користуватися додатком для розуміння, як можна стилізувати образ та не приміряти кожен раз одне й теж саме, а просто стилізувати його в йогому додатку, це облегшить життя багатьом користувачам, а також дасть натхнення цікавитись в цій сфері серед молоді. Саме тому розробка UX/UI дизайну такого додатку є надзвичайно актуальною, оскільки від зручності інтерфейсу залежить ефективність та популярність продукту серед користувачів.

Зараз на ринку дуже популярні мобільні додатки щодо продажу речей, але зовсім немає таких додатків, які будуть зручні у використанні та зі зручним цікавим інтерфейсом. Тому необхідно зробити актуальний та корисний додаток для сучасної молоді та такий додаток буде дуже популярним в сфері моделінгу та стилізування зірок або просто для повсякденного використання.

1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ

Успішна розробка будь-якого цифрового продукту, зокрема мобільного додатку, неможлива без чіткого технічного обґрунтування, постановки цілей і визначення вимог. Перший етап проєктування UX/UI дизайну передбачає створення технічного завдання, яке окреслює межі проєкту, очікувану функціональність, особливості інтерфейсу та логіку взаємодії користувача з системою.

У цьому розділі розглянуто ключові аспекти технічного завдання, включно з формулюванням функціональних і нефункціональних вимог, обґрунтуванням вибору формату мобільного додатку, визначенням очікуваних можливостей продукту, основних екранів і типових сценаріїв використання. Також приділено увагу побудові user flow – послідовності дій користувача, яка дозволяє створити логічну, зручну та зрозумілу структуру взаємодії з додатком.

Усі ці елементи є критично важливими для створення ефективного, зручного та привабливого мобільного сервісу, що відповідатиме потребам цільової аудиторії та вимогам сучасного ринку мобільних застосунків.

1.1 Формулювання основних вимог

Перед початком розробки UX/UI дизайну мобільного додатку було сформульовано основні вимоги до майбутнього продукту. Це стало ключовим етапом, який визначив загальний вектор проєктування, структуру інтерфейсу, логіку взаємодії користувача з додатком та функціональні обмеження. Основні вимоги були зосереджені на забезпеченні зручності використання, відповідності цільовим сценаріям, гнучкості подальшого масштабування та адаптації до змін у потребах користувачів.

Вимоги формувалися на основі аналізу цільової аудиторії, конкурентного середовища, типових юзер-флоу в подібних додатках, а також дослідження поточних трендів у сфері мобільного UX/UI дизайну. Особлива увага приділялась побудові логічної, послідовної структури додатку, яка б давала змогу користувачу швидко орієнтуватися в інтерфейсі, без потреби в додатковому навчанні чи зовнішніх інструкціях.

Крім того, при формулюванні основних вимог враховувалися такі аспекти, як підтримка типових сценаріїв використання (наприклад, перегляд і створення образів, додавання одягу, редагування профілю тощо), інклюзивність, забезпечення швидкої навігації між розділами, інтуїтивність та візуальна зрозумілість інтерфейсу. Не менш важливими стали вимоги до підтримки кросплатформенності, масштабованості функціоналу та відповідності нормам захисту персональних даних.

Усі вимоги мали бути узгодженими між собою, аби створити цілісну та збалансовану систему. Саме на основі цих основних технічних, функціональних, інтерфейсних та експлуатаційних орієнтирів було побудовано архітектуру мобільного додатку та сформовано подальший план реалізації UX/UI дизайну.

1.1.1 Функціональні вимоги

У процесі розробки UX/UI дизайну мобільного додатку було сформульовано перелік функціональних вимог, які безпосередньо визначають, що саме повинен робити продукт для забезпечення потреб цільових користувачів. Ці вимоги є основою функціональності системи та впливають на побудову логіки додатку, його модулів і сценаріїв використання.

Однією з ключових функцій є система авторизації та реєстрації користувача, яка забезпечує персоналізацію роботи з додатком. Кожен користувач повинен мати можливість створити обліковий запис, входити до

нього, редагувати власні дані та відновлювати доступ у разі втрати пароля. Це дозволяє зберігати персональний гардероб, історію створених образів та налаштування.

Іншою важливою функціональною вимогою стало впровадження можливості завантаження зображень одягу. Користувач повинен мати змогу додавати речі до свого віртуального гардеробу через камеру смартфона або з галереї пристрою. Така функція дозволяє створити повноцінну цифрову версію реального гардеробу та працювати з ним у додатку.

Особливу увагу було приділено функціоналу категоризації одягу. Для забезпечення зручності пошуку й організації речей було реалізовано можливість ручного або автоматичного сортування елементів гардеробу за категоріями: верхній одяг, нижній одяг, взуття, аксесуари тощо. Це сприяє структурованому підходу до організації гардеробу.

Ще однією критичною функціональністю стала реалізація створення та редагування образів. Користувач має змогу комбінувати окремі елементи гардеробу, створюючи цілісні аутфіти на віртуальній робочій поверхні – дошці стилізації. До важливих можливостей також належать збереження створених образів, їх редагування, копіювання та видалення. Це дозволяє повертатися до збережених рішень у майбутньому або вносити корективи відповідно до нових потреб.

Функціонал планування образів у календарі забезпечує додаткову зручність. Користувач може візуально позначати, коли і який образ був використаний або буде застосований. Це створює умови для кращого керування стилем у повсякденному житті.

Також реалізовано пошук та фільтрацію речей за заданими параметрами, зокрема за типом, кольором, сезоном або іншими характеристиками. Це особливо важливо для швидкої навігації у великому гардеробі та підборі елементів під конкретні запити.

У рамках розширення функціоналу було передбачено можливість отримання порад з комбінування одягу. На основі наявних образів або з

урахуванням погодних умов система може пропонувати стилістичні рішення, що сприяє підвищенню ефективності використання гардеробу.

Загалом, сформульовані функціональні вимоги забезпечили цілісність, логічність і практичність проекту. Вони дали змогу не лише побудувати зручний та інтуїтивний інтерфейс, а й створити корисний інструмент для оптимізації особистого стилю та управління гардеробом.

1.1.2 Нефункціональні вимоги

У процесі проектування UX/UI дизайну мобільного додатку були також сформульовані нефункціональні вимоги, які не пов'язані безпосередньо з функціональністю, але мають ключове значення для якості користувацького досвіду, стабільності та загальної ефективності застосунку. Саме ці вимоги визначають, наскільки зручно, швидко та безпечно працюватиме додаток у реальних умовах.

Першочергову увагу було приділено зручності використання (usability). Інтерфейс мав бути інтуїтивно зрозумілим, навіть для користувачів без попереднього досвіду користування подібними сервісами. Це передбачало логічну структуру меню, зрозумілу навігацію, наявність підказок, а також мінімізацію кількості дій для виконання основних операцій.

Адаптивність інтерфейсу стала ще одним важливим критерієм. Було передбачено коректне відображення та функціонування додатку на пристроях із різними розмірами екранів. Особлива увага приділялася правильному масштабуванню елементів інтерфейсу, щоб забезпечити комфортну взаємодію незалежно від пристрою.

Важливим критерієм виступала й естетика інтерфейсу. Дизайн мав відповідати сучасним тенденціям у сфері UI/UX – чисті шрифти, збалансовані кольорові рішення, прості форми та продумана композиція кожного екрану. Такий підхід не лише підвищував привабливість додатку, а й формував довіру користувача до цифрового продукту.

Таким чином, сформульовані нефункціональні вимоги стали основою для створення не лише функціонально корисного, а й технічно надійного, зручного та привабливого мобільного застосунку, що відповідає очікуванням сучасного користувача.

1.2 Обґрунтування вибору формату мобільного додатку

У сучасному динамічному мобільному світі існує величезна кількість додатків. Якщо кожен додаток буде влаштований по-різному, основні кнопки знаходитимуться в різних місцях, а реакція додатка на кнопки пристрою взагалі буде непередбачуваною, то користувачеві доведеться витратити величезну кількість часу на те, щоб розібратися з дизайном та функціоналом додатка. Також нові додатки можуть містити в собі безліч багів, які будуть блокувати основний функціонал або навіть будуть небезпечні для мобільного пристрою. З цієї причини магазини різних платформ, такі як AppStore та PlayMarket виставляють певні вимоги до додатків перед тим, як опублікувати їх. Ці вимоги в основному базуються на гайдлайнах – зведення правил, які обов'язкові для створення додатка. Так прийнято називати вимоги до дизайну, принципам зворотного зв'язку, якими повинні керуватися розробники при створенні додатка.

Якщо додаток розробляється під Android, то в ньому повинні враховуватися вимоги від Google, якщо це нативний додаток для iOS, то при його створенні мають бути враховані вимоги компанії Apple, якщо додаток кросплатформний, то необхідно врахувати вимоги усіх компаній.

Користувач не замислюється про навігацію, але тільки доки вона не починає конфліктувати з його очікуваннями. Задача інтерфейсу – бути максимально непомітним і сприяти виконанню дій користувача. Навігація в додатку має бути уніфікованою. Тобто кнопки мають бути розташовані в певних місцях, і натискання на кнопку має призводити до відповідної дії. Те ж відноситься і до кнопок пристрою. Натискання на кнопку «Назад», свайп

вправо/вліво, вгору/вниз повинні призводити до аналогічних дій на всіх екранах.

Основне враження про додаток, звичайно ж, отримує користувач під час знайомства саме з дизайном і призначенням для користувача інтерфейсом (UI), але функціональність також дуже важлива. Тому до функціональності існує велика кількість приписів.

Магазин Apple дуже вимогливий до правил, в порівнянні з Google, в якому не так ретельно перевіряють додатки, відправлені на схвалення. Наслідування правил підвищує шанси на успішний реліз додатка. Є ряд вимог, які потрібні для успішного релізу [1].

Тому було обрано формат мобільного додатку, орієнтованого на платформу iOS, з урахуванням специфіки сучасних пристроїв Apple, таких як iPhone 13/14. UX/UI-дизайн розроблявся у середовищі Figma, що дозволяє точно дотримуватися розмірів, пропорцій та стандартів інтерфейсів Apple, а також створювати інтерактивні прототипи з реалістичною візуалізацією взаємодії користувача з додатком.

У процесі проектування за основу було взято розмір екрана 390x844 px – це стандартне значення для iPhone 13, яке забезпечує достатній простір для зручного розміщення елементів інтерфейсу. Такий розмір є одним з найбільш поширених серед сучасних моделей iPhone, що гарантує універсальність та адаптивність дизайну.

Також враховано вимоги до типографіки, кольорової гами та навігації, що забезпечують інтуїтивну взаємодію та швидке освоєння інтерфейсу навіть недосвідченим користувачем.

Оскільки проєкт не передбачав кросплатформену розробку, усі дизайнерські рішення були оптимізовані саме для iOS. Це дозволило зосередитись на глибшій деталізації інтерфейсних рішень відповідно до стилю Apple та забезпечити максимальну візуальну гармонію та функціональну логіку, характерну для екосистеми iPhone.

Таким чином, вибір формату дизайну під iOS був обумовлений прагненням створити професійний, адаптивний та комфортний мобільний продукт, який би не лише відповідав естетичним стандартам Apple, а й забезпечував високу ефективність взаємодії з користувачем.

1.3 Очікувані функціональні можливості

У рамках розробки мобільного додатку для віртуальної стилізації образів з власного гардеробу було визначено низку очікуваних функціональних можливостей, реалізація яких є ключовою для забезпечення повноцінної роботи продукту та задоволення потреб цільової аудиторії.

Передусім додаток має забезпечувати функцію авторизації та реєстрації користувачів, що дозволить створювати персональні облікові записи та зберігати індивідуальні гардероби. Це стане основою для персоналізації досвіду користувача, зокрема можливості керування власною колекцією речей, створення стилістичних добірок та планування образів.

Однією з ключових можливостей є завантаження фотографій одягу – користувач повинен мати змогу легко додавати зображення елементів свого гардеробу як із камери смартфона, так і з галереї пристрою. Передбачено опцію попереднього редагування фото, що дозволить покращити візуальне відображення елементів в інтерфейсі.

Для впорядкування доданої інформації реалізується функція категоризації гардеробу. Вона включає як ручне сортування речей за типами (верхній одяг, низ, взуття, аксесуари тощо), так і автоматичне розпізнавання за допомогою тегів або штучного інтелекту (у перспективі розвитку додатку).

Особливе значення приділяється можливості формування аутфітів – користувач зможе створювати стилістичні комбінації з окремих елементів гардеробу шляхом їх візуального поєднання на інтерактивному полотні. Всі створені образи можна буде зберігати, редагувати або видаляти, формуючи тим самим особисту колекцію стилістичних рішень.

Для зручності користування впроваджується календар аутфітів, що дозволяє планувати, коли саме був або буде використаний той чи інший образ. Це особливо актуально для користувачів, які прагнуть уникнути повторення вбрання у повсякденному чи діловому житті.

Також реалізовується функція пошуку та фільтрації речей за різними критеріями – категорією, кольором, сезоном, датою додавання тощо. Це суттєво спрощує навігацію по гардеробу, особливо у випадку його великого обсягу.

Уперспективі розвитку передбачено також впровадження інтелектуальних рекомендацій. На основі збережених образів, кольорових поєднань, погодних умов або календарних подій додаток зможе пропонувати користувачеві готові варіанти аутфітів або оптимальні поєднання речей.

Загалом, очікуваний функціонал мобільного додатку покликаний забезпечити користувачеві інструмент для організації, стилізації та планування власного гардеробу, що не лише економить час, але й сприяє формуванню особистого стилю та підвищенню впевненості у повсякденному житті.

1.4 Визначення основних екранів додатку та сценаріїв використання

У процесі проектування UX/UI-дизайну мобільного додатку важливим етапом стало визначення основних екранів інтерфейсу, що забезпечують базову логіку навігації, а також формування типових сценаріїв використання, які відповідають очікуванням цільової аудиторії. Це дозволяє не лише систематизувати структуру майбутнього додатку, але й створити інтуїтивно зрозумілу та послідовну взаємодію з користувачем.

Було визначено такі основні екрани мобільного додатку:

– екран вітання – демонструється при запуску додатку, містить логотип і короткий вступний екран;

- екран авторизації/реєстрації – передбачає введення даних для входу або створення нового облікового запису (можливий також варіант авторизації через Google/Apple);
 - головна сторінка – центральний хаб користувача, звідки здійснюється доступ до гардеробу, календаря образів, рекомендацій тощо;
 - екран гардеробу – відображає візуально відсортовані елементи одягу.
- Передбачена можливість перегляду за категоріями, кольорами, сезонами;
- екран створення образу – інтерактивна область, де користувач поєднує елементи гардеробу для створення нового луку;
 - екран календаря – дозволяє переглядати або планувати образи за конкретними датами;
 - екран порад/рекомендацій – надає стилістичні підказки щодо поєднання речей або варіанти одягу згідно з погодою;
 - налаштування – розділ для керування акаунтом, мовою інтерфейсу, темою оформлення, приватністю тощо.

1.5 Визначення ключових дій користувача (user flow)

Буквально термін User Flow перекладається з англійської як «потік користувача». Тобто це ланцюжок дій, які виконує користувач, реалізуючи певне завдання.

Використання User Flow допомагає створювати більш логічні та інтуїтивно зрозумілі програми, які відповідають потребам користувачів та покращують їхню взаємодію з продуктом. Це, у свою чергу, може призвести до збільшення продажів і підвищення кількості лояльних користувачів [2].

У межах даного проєкту було виділено кілька ключових користувацьких потоків:

- потік реєстрації/входу. Користувач відкриває додаток – обирає реєстрацію або вхід – вводить дані або авторизується через Google/Apple ID – потрапляє на головну сторінку. Цей потік критично важливий для першого

знайомства з додатком, тому інтерфейс має бути максимально простим та інтуїтивним;

- потік додавання нового одягу. Головна сторінка – перехід до гардеробу – кнопка «Додати річ» – завантаження фото з галереї або камери – вибір категорії, кольору, сезону – збереження. Потік має бути лаконічним та передбачати попередній перегляд речі перед збереженням;

- потік створення образу (луку). Головна сторінка – розділ «Створити образ» – вибір елементів з гардеробу (верх, низ, взуття, аксесуари) – комбінування на візуальній панелі – збереження – додавання до календаря (за бажанням);

- потік перегляду та редагування збережених образів. Головна сторінка – розділ «Мої образи» – вибір потрібного луку – перегляд, редагування або видалення;

- потік планування в календарі. Головна сторінка – календар – вибір дати – додати/змінити образ – збереження. Цей сценарій особливо корисний для користувачів, які планують одяг заздалегідь (наприклад, на події, подорожі тощо);

- потік отримання порад. Головна сторінка – розділ «Рекомендації» – ознайомлення з автоматично згенерованими порадами – можливість створити новий образ на основі підказок.

Всі ці потоки були враховані під час створення wireframes та прототипів. Вони слугують основою для подальшого розроблення навігаційної структури додатку, забезпечуючи логічну послідовність дій, мінімізацію кроків для досягнення мети, та високий рівень зручності використання. Крім того, user flow відіграє важливу роль у майбутньому тестуванні, дозволяючи швидко виявляти потенційні недоліки у логіці взаємодії.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ТА АНАЛОГІВ

2.1 UX/UI дизайн: поняття, принципи, значення для користувацького досвіду

Перед початком розробки UX/UI дизайну мобільного додатку було доцільно здійснити глибокий аналіз наукової та практичної літератури, присвяченої основам користувацького досвіду, принципам сучасного дизайну інтерфейсів, а також особливостям взаємодії з цільовою аудиторією. Такий підхід дозволив сформуванати комплексне розуміння ключових вимог до розробки зручного, логічного та естетично привабливого мобільного інтерфейсу, що відповідає очікуванням користувачів.

Значну увагу було зосереджено на теоретичних аспектах UX-дизайну, зокрема на принципах юзабіліті, а також на адаптивності та інклюзивності мобільних інтерфейсів.

Крім того, доцільним було вивчення практичного досвіду реалізації подібних рішень, зокрема мобільних застосунків для віртуальної стилізації образів та організації цифрового гардеробу. Було проведено аналіз низки конкурентних додатків, таких як «Smart Closet, Stylebook, Acloset, Pureple», які вже представлені на ринку та мають функціонал, схожий за призначенням. Під час аналізу враховувалися такі аспекти, як інтерфейсна архітектура, зручність навігації, дизайн-візуалізація, швидкодія, а також рівень задоволеності користувачів (User Satisfaction), що відображено у відгуках у магазинах застосунків.

Аналіз аналогів дав змогу ідентифікувати як сильні сторони цих рішень – наприклад, простоту організації віртуального гардеробу, інтеграцію з календарем або генерацію образів на основі погоди, – так і слабкі місця, зокрема складність інтерфейсу для новачків, відсутність персоналізованих порад або обмежений функціонал у безкоштовних версіях.

Таким чином, проведене дослідження теоретичних засад та практичних прикладів стало важливою передумовою для подальшої розробки унікального та зручного у використанні мобільного додатку, який не лише відповідатиме сучасним стандартам дизайну, але й зможе конкурувати на ринку завдяки продуманому функціоналу та орієнтації на потреби кінцевого користувача.

2.2 Аналіз цільової аудиторії

Успішне проєктування UX/UI дизайну мобільного додатку безпосередньо залежить від глибокого розуміння цільової аудиторії, її потреб, звичок та поведінкових моделей. Саме тому перед створенням візуальної структури та функціональної логіки додатку було доцільно провести аналіз потенційних користувачів, для яких цей продукт призначений.

Цільову аудиторію додатку становлять молоді люди віком від 14 до 25 років, які активно цікавляться модою, самовираженням через одяг та бажають мати зручний цифровий інструмент для організації свого гардеробу. Переважна більшість представників цього сегменту є користувачами мобільних пристроїв, звиклими до швидких, інтуїтивних застосунків, які не потребують тривалого навчання. Вони цінують візуальну естетику, креативність, простоту у взаємодії та можливість кастомізувати інтерфейс відповідно до власних уподобань.

Більшість представників цільової групи мають активний спосіб життя, тому вони потребують зручного та швидкого інструменту, який дозволить у кілька кліків підібрати образ на день, заздалегідь спланувати аутфіт на подію або зберегти улюблені комбінації. Для цієї аудиторії важливим є аспект організованості, але в легкому та ненав'язливому форматі, де візуальна складова превалює над текстовими інструкціями. Саме тому в додатку передбачена робота з візуальними категоріями одягу, інтерактивною дошкою для створення образів та календарем для стилістичного планування.

Психологічний портрет користувача формується навколо кількох ключових характеристик. Це переважно емоційно активні, візуально орієнтовані молоді люди, які шукають засоби для самовираження та підвищення впевненості у собі через зовнішній вигляд. Вони звикли до швидкого темпу інформаційного споживання, надають перевагу візуальній комунікації і не готові витратити багато часу на освоєння складних інтерфейсів. Водночас, вони відкриті до експериментів і охоче користуються цифровими рішеннями, що допомагають організувати повсякденне життя – від трекерів звичок до планувальників і мобільних щоденників.

Оскільки ця аудиторія активно використовує соціальні мережі, вона позитивно реагує на функціональність, яка дозволяє ділитися створеними аутфітами або зберігати колекції для подальшого натхнення. Водночас користувач очікує від додатку стабільної роботи, приємного інтерфейсу, адаптації під мобільні екрани та доступності з будь-якого пристрою.

Таким чином, глибокий аналіз цільової аудиторії дозволив визначити головні потреби майбутніх користувачів та сформувані чіткі бачення того, яким має бути додаток: зручним, візуально привабливим, легким у використанні та гнучким до стилістичних уподобань кожного користувача. Це стало основою для подальшої побудови логіки інтерфейсу, структури екранів та визначення ключових функцій.

2.2.1 Методи визначення цільової аудиторії

Цільова аудиторія – це базове поняття, яке використовують в маркетингу для позначення певної кількості людей, які об'єднані спільними інтересами, потребами або темами. Цільова аудиторія бренду – це ті люди, які можуть стати потенційними покупцями того чи іншого товару/послуги. Для максимально точного визначення своєї цільової аудиторії, її слід поділити на кілька секторів за загальними ознаками: статевим, віковим, географічним, фінансовим,

професійним та ін. Представником тієї чи іншої цільової аудиторії можуть стати люди, які відповідають кільком критеріям, а саме:

– аудиторія повинна бути зацікавлена в продукті. Наприклад, у компанії, яка торгує м'ясними продуктами, не буде покупців серед вегетаріанців;

– аудиторія повинна бути спроможною купити продукт. Наприклад, споживачем добірної чорної ікри може стати тільки людина, доходи якого знаходяться на високому або дуже високому рівні [3].

2.2.2 Визначення психологічного портрета користувача

Після визначення своєї цільової аудиторії компанії потрібно скласти детальний опис свого ідеального клієнта.

Портрет цільової аудиторії – це узагальнений образ людини, яка готова купити ваш товар або послугу. Він включає всіх, хто з найбільшою ймовірністю позитивно відреагує на ваш продукт і його промоцію [4].

Саме на основі таких досліджень формується не лише логіка інтерфейсу, але й візуальний стиль, структура навігації, подача контенту та взаємодія з системою загалом.

У рамках проекту було виокремлено типового користувача, який є представником покоління Z – соціально активної, цифрово обізнаної молоді віком від 16 до 25 років. Цей користувач прагне виглядати стильно, самовиражатися через образ та водночас економити час на підбір одягу. Він є візуально орієнтованим, чутливим до естетики та дуже швидко сприймає інформацію з екрана смартфона. Для такого користувача важлива зручність, швидкість, простота і мінімалістичний дизайн, без зайвого перевантаження функціями.

Користувач має потребу у впорядкуванні свого гардеробу, оскільки стикається з типовою ситуацією – «нічого вдягти», попри наявність великої кількості речей. Він хоче бачити свій одяг в одному місці, легко комбінувати

елементи у візуальному форматі, зберігати образи, планувати їх на конкретні дати та за можливістю отримувати поради. Такий користувач відкритий до експериментів, але очікує, що додаток працюватиме стабільно, буде простим у використанні та не вимагатиме спеціальних знань.

Крім того, для даної аудиторії характерна емоційна чутливість до кольору, шрифтів, анімацій та загального стилю – дизайн додатку повинен викликати довіру, натхнення, бажання повертатися до нього щодня. Користувач очікує, що продукт відповідатиме його цінностям – екологічності, усвідомленому споживанню, персоналізації, креативності. Він сприймає цифрові продукти як частину повсякденного життя, а тому додаток повинен органічно вбудовуватись у звичну цифрову екосистему.

Таким чином, сформований психологічний портрет дозволив не лише окреслити основні вимоги до функціоналу, але й визначити загальну атмосферу та характер взаємодії з додатком. Це створює передумови для високого рівня користувацького задоволення, зниження когнітивного навантаження та формування емоційного зв'язку з продуктом. У підсумку – саме це забезпечує успішність застосунку в умовах високої конкуренції на ринку мобільних сервісів.

2.2.3 User Persona та її роль у дизайні

User persona – це детальний профіль вигаданого, але реалістичного користувача, який відображає характерні риси та потреби цільової аудиторії продукту.

Цей профіль допомагає команді краще зрозуміти та зосередитися на конкретних потребах користувачів.

Коли приймаються рішення щодо того, як має працювати продукт, завжди варто тримати в голові, як саме User Persona взаємодіє з цим продуктом [5].

У межах проєкту було сформовано одну з базових User Persona, яка відображає найбільш типовий портрет користувача.

Ім'я: Каріна, 19 років.

Місто: Львів.

Статус: студентка університету.

Тип особистості: відкрита, творча, візуально орієнтована.

Технічні навички: активний користувач смартфона, Instagram, Pinterest; має досвід з додатками типу Canva, VSCO.

Мета використання додатку: організувати власний гардероб, зекономити час на підбір вбрання, створювати стильні образи на щодень і для подій.

Цінності: естетика, простота, сучасний дизайн, мобільність.

Проблеми: Часто не може вирішити, що одягти; має багато речей, але не пам'ятає про частину з них; хоче мати під рукою візуальний план луку на тиждень.

Очікування: зручна навігація, інтуїтивний інтерфейс, можливість додавати речі, створювати аутфіти, планувати образи, отримувати стилістичні поради.

Створення User Persona допомогло структурувати ключові потреби користувача та трансформувати їх у чіткі дизайнерські рішення. Наприклад, на основі цього було закладено необхідність:

- реалізації простого механізму додавання речей через камеру або галерею;
- впровадження інтерактивної дошки для формування образів;
- розробки візуально чистого, сучасного інтерфейсу з великою кількістю іконок, зображень і мінімумом тексту;
- створення блоку з рекомендаціями;
- оптимізації під мобільні екрани, якими користується основна аудиторія.

Таким чином, User Persona стала опорною точкою для прийняття більшості дизайнерських рішень: від структури навігації до вибору кольорової гами та шрифтів. Це дало змогу уникнути абстрактного мислення й сконцентруватися на реальному користувачі – людині з конкретними звичками, поведінкою та очікуваннями, що суттєво підвищує ефективність дизайну.

2.3 Огляд існуючих рішень на ринку

Перед початком розробки власного UI/UX дизайну мобільного додатку було доцільно провести комплексний аналіз уже існуючих рішень, що реалізують подібний функціонал – віртуальний гардероб, створення образів (аутфітів), організація стилістичних комбінацій, планування зовнішнього вигляду на кожен день. Такий огляд дозволяє не лише зрозуміти поточну ситуацію на ринку, а й визначити сильні та слабкі сторони конкурентних продуктів, виявити найкращі UX/UI-практики та сформуванати перелік функціональних і дизайнерських рішень, які варто або наслідувати, або вдосконалити.

Сучасний ринок мобільних застосунків містить велику кількість продуктів у категорії «гардероб + стиль», однак лише частина з них дійсно відповідає запитам молоді цільової аудиторії. Деякі додатки фокусуються виключно на цифровій організації речей, інші – на стилістичних порадах, ще інші – на персоналізованих рекомендаціях через ШІ. Успішні продукти мають інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, мінімалістичний дизайн, чітку навігацію та широкий функціонал, проте далеко не всі враховують потреби новачків, локалізацію, гнучкість налаштувань та інтерактивність, яка особливо важлива для молоді.

У межах аналізу були обрані чотири найпопулярніші додатки: Smart Closet, Stylebook, Smart+ та Pureple, які демонструють різні підходи до побудови гардеробних платформ. Їх функціональні можливості, UX/UI-рішення та позиціонування було проаналізовано за кількома критеріями: логіка інтерфейсу, простота користування, адаптивність, візуальний стиль, наявність рекомендацій, інтеграція з календарем тощо.

2.3.1 Функціонал аналогічних додатків

Smart Closet (рис. 2.1) – це додаток, що надає користувачу можливість завантажувати фотографії одягу, сортувати їх за категоріями, створювати

образи та планувати аутфіти за допомогою інтегрованого календаря [6]. Інтерфейс програми мінімалістичний, навігація зрозуміла, проте частина елементів потребує додаткового ознайомлення. Безкоштовна версія має обмеження, а функціонал персоналізації – мінімальний. Незважаючи на це, базові можливості працюють стабільно, що робить додаток популярним серед користувачів, які прагнуть простоти.

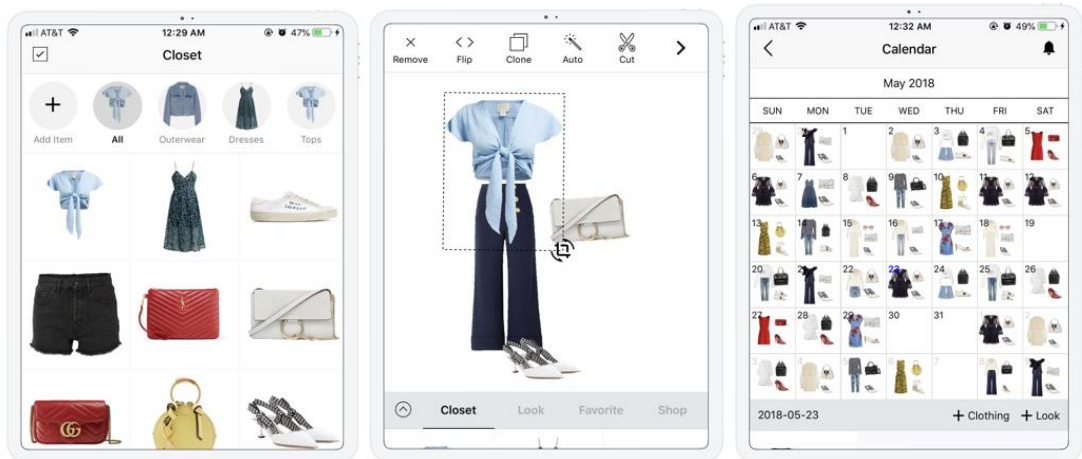


Рисунок 2.1 – Мобільний додаток «Smart Closet»

Stylebook (рис. 2.2) – один із найбільш відомих застосунків для цифрового гардеробу, створений спеціально для пристроїв Apple [7].

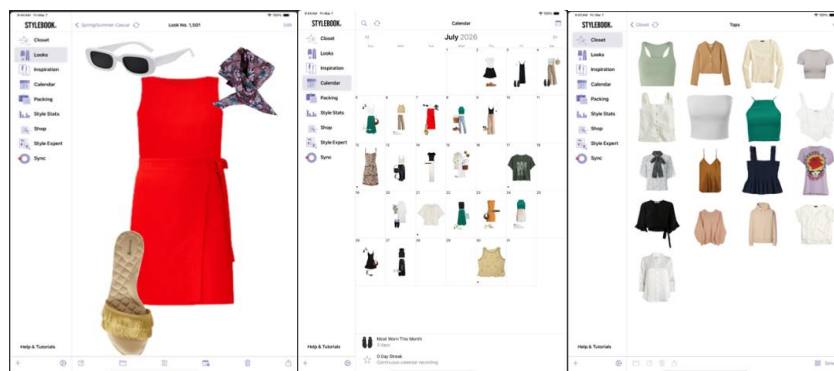


Рисунок 2.2 – Мобільний додаток «Stylebook»

Він дозволяє не лише додавати одяг і створювати образи, а й аналізувати статистику використання речей, що дає змогу оптимізувати вміст гардеробу. Інтерфейс має достатній рівень функціональності, проте візуально

виглядає застаріло. Серед обмежень – складність імпорту фотографій та повна платність застосунку, однак на фоні широких можливостей ці недоліки не є критичними.

Smart+ (рис. 2.3) – це новітній мобільний додаток, орієнтований на цифрову організацію гардеробу з розширеним функціоналом для стилізації образів [8]. Застосунок дозволяє завантажувати зображення одягу, класифікувати речі за категоріями, кольорами та сезонами, а також створювати візуальні комбінації аутфітів. Однією з особливостей додатку є підтримка персоналізованих рекомендацій, що ґрунтуються на попередніх виборах користувача. Інтерфейс Smart+ виконаний у сучасному стилі, з акцентом на простоту, контрастність та візуальну чистоту. Додаток також підтримує функцію планування луків за датами, можливість збереження колекцій та базову аналітику використання речей.

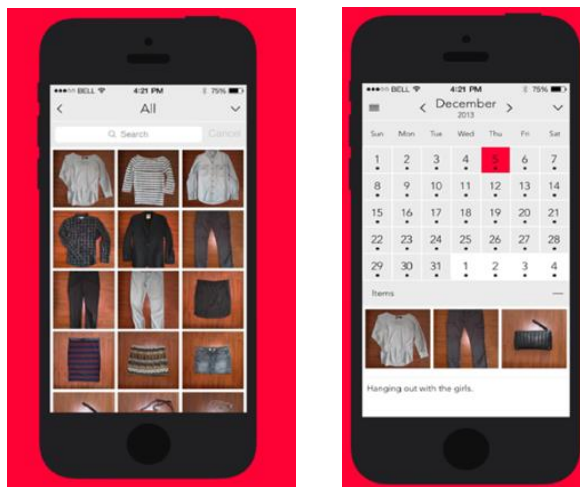


Рисунок 2.3 – Мобільний додаток «Smart+»

Purple (рис. 2.4) – популярний додаток, який надає користувачу набір базових інструментів для організації гардеробу, створення образів та отримання стилістичних порад [9]. Основною перевагою програми є безкоштовний доступ до більшості функцій, однак присутня реклама. Інтерфейс менш інтуїтивний порівняно з конкурентами, деякі розділи виглядають перевантаженими. Візуально додаток поступається сучасним

аналогам, проте стабільно виконує свої функції і залишається затребуваним серед користувачів, які шукають просте рішення без необхідності платити за доступ до основних можливостей.

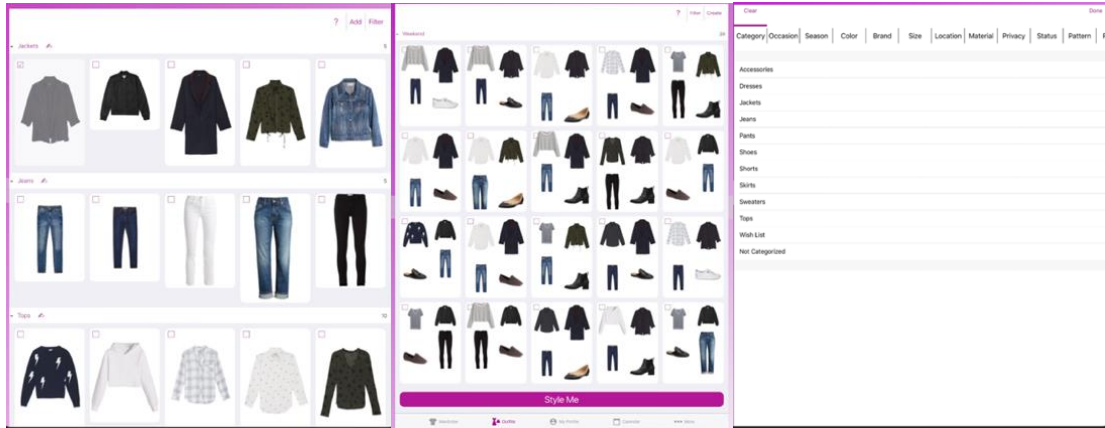


Рисунок 2.4 – Мобільний додаток «Pureple»

Загалом, кожен із розглянутих додатків по-своєму розв’язує проблему стилізації одягу, проте не позбавлений недоліків, що створює простір для вдосконалення функціоналу та UX/UI-дизайну у власному продукті.

2.3.2 Порівняльна характеристика

Порівняльна характеристика програмних засобів для проектування мобільних застосунків є важливим етапом у виборі інструменту, який найкраще відповідає вимогам проекту. Вона дозволяє оцінити переваги та недоліки різних платформ, таких як Smart Closet, Stylebook, Smart+ чи Pureple, враховуючи специфіку розробки, продуктивність, простоту використання та доступність ресурсів.

Таке порівняння дає змогу розробникам визначити оптимальний інструмент для досягнення мети проекту, зважаючи на обмеження бюджету, терміни та очікувану якість продукту. Наприклад, одні платформи забезпечують високу швидкість розробки, тоді як інші пропонують ширші можливості для налаштування інтерфейсу. Ретельний аналіз дозволяє

зробити обґрунтований вибір, що значно знижує ризики при реалізації проєкту. У таблиці нижче наведено коротку порівняльну характеристику розглянутих застосунків за основними параметрами (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Порівняльна характеристика

Назва додатку	Додавання речей	Створення образів	Календар	AI-рекомендації	Платформа	Модель доступу
Smart Closet	Так	Так	Так	Ні	iOS, Android	Безкоштовно з обмеженнями
Stylebook	Так	Так	Так	Ні	iOS	Платний
Smart+	Так III	Так	Так	Так	iOS, Android	Безкоштовно з преміум-функціями
Purple	Так	Так	Ні	Частоков	iOS, Android	Безкоштовно з рекламою

2.3.3 Аналіз сильних та слабких сторін конкурентів

У результаті порівняльного аналізу конкурентних мобільних додатків було виявлено як спільні риси, так і характерні переваги й недоліки кожного з них. Це дозволило глибше зрозуміти, чим керуються користувачі під час вибору подібного інструменту, та які UX/UI рішення вважаються найбільш зручними й ефективними в цій категорії застосунків.

Додаток Smart Closet вирізняється простим і лаконічним інтерфейсом, що забезпечує базовий функціонал цифрового гардеробу. Серед його сильних сторін – можливість створення образів, синхронізація з календарем, сортування одягу за категоріями. Водночас користувачі відзначають обмеженість у персоналізації, відсутність розділу з порадами та певну складність у розумінні деяких елементів інтерфейсу, особливо під час першого використання.

Stylebook позиціонується як потужний інструмент для планування гардеробу, що підтримує аналітику частоти використання речей, зберігання

образів і точну організацію візуального контенту. До його переваг належать гнучкість у створенні аутфітів та велика кількість налаштувань. Проте основними недоліками залишаються застарілий візуальний стиль, платна модель доступу, а також складність в освоєнні інтерфейсу для нових користувачів.

Додаток Smart+ демонструє сучасний підхід до стилізації, пропонуючи інтеграцію зі штучним інтелектом. Завдяки функції автоматичного розпізнавання елементів одягу на фото та персоналізованим рекомендаціям, додаток виступає як цифровий стиліст. До його сильних сторін можна віднести стильний адаптивний інтерфейс, темну тему, широкий функціонал та зручність навігації. Проте недоліками залишаються залежність від стабільного інтернет-з'єднання та можливі помилки при класифікації речей.

Purple орієнтований на широку аудиторію й пропонує базові функції безкоштовно. Його сильні сторони – простота, доступність, можливість швидкого старту та додавання одягу. Водночас візуальне оформлення додатку виглядає застарілим, присутня реклама, а інтерфейс у деяких розділах перевантажений елементами, що знижує загальний комфорт користування.

Таким чином, аналіз показав, що попри схожість функціональних можливостей, жоден із розглянутих конкурентів не забезпечує ідеального поєднання інтуїтивного UX, сучасного UI та повної адаптованості до потреб молодшої цільової аудиторії. Саме це формує потенціал для створення нового мобільного додатку, що базуватиметься на врахуванні сильних сторін аналогів, водночас уникаючи їхніх помилок. Орієнтація на візуально привабливий, легкий у використанні, персоналізований інтерфейс із додатковими інтерактивними функціями – саме те, що дозволить виділити продукт серед конкурентів.

2.4 Оцінка і вибір технології створення мультимедійного електронного видання

Метою даного дослідження є аналіз організації мультимедійного контенту при проектуванні електронних видань. Такий контент може бути закодований і представлений на екрані дисплея у вигляді математичних символів, таблиць, графіків і діаграм, зображення процесів, що доповнюються звуком, кольоровим зображенням і т.ін.

В аналітичній літературі щодо організації мультимедійної інформації можна виділити два основні підходи (рис. 2.5).

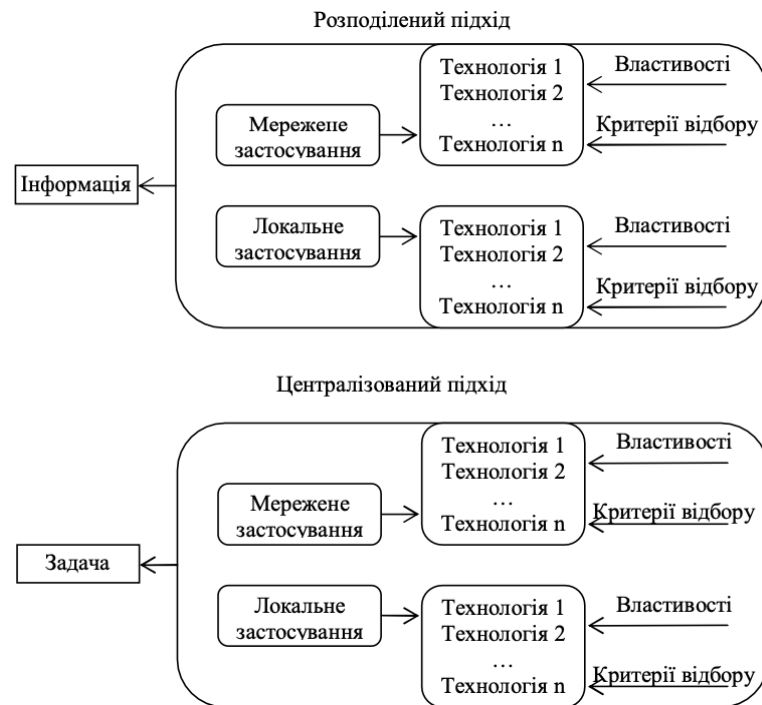


Рисунок 2.5 – Два підходи в організації мультимедійної інформації

1. Розподілений підхід, коли окремих документ може бути представлений в різних видах (версіях), у тому числі і у вигляді контенту різного типу для задоволення різноманітних запитів користувача.

2. Централізований підхід, коли окремі документи, створені в різноманітних середовищах логічно об'єднані в досягненні поставленої мети. У основу такого підходу може бути покладена інформаційна СУБД

інтеграційний спосіб зберігання інформації, можливо, з приведенням складових до єдиного внутрішнього формату (веденням блоку метаданих єдиної структури).

За видом носіїв електронні документи можна розділити на два основні потоки: документи на окремих фізичних носіях і документи онлайн – мережеві ресурси, зосереджені на носіях інтернет-серверів або у файлових сховищах. На рис. 2.5 показано, що обидва підходи можуть мати як мережеве, так і локальне застосування, проте технології реалізації можуть відрізнятися [10].

2.5 Аналіз функціональних можливостей елементів дизайну для мобільного застосунку

Дослідження функціональних і дизайнерських рішень, реалізованих в аналогічних мобільних застосунках, є ключовим етапом у процесі створення сучасного, зручного та конкурентоспроможного продукту. Такий аналіз дозволяє краще зрозуміти очікування користувачів, адаптувати інтерфейс до їхніх потреб, а також впровадити найбільш ефективні елементи взаємодії, що відповідають актуальним тенденціям у сфері UX/UI дизайну. Збір інформації про переваги та недоліки наявних рішень допомагає сформулювати якісну основу для проектування нового мобільного додатку – у цьому випадку, додатку для віртуальної стилізації образів з власного гардеробу.

Задля досягнення поставленої мети було визначено низку практичних завдань:

- провести аналіз аналогічних застосунків – таких як Smart Closet, Smart+, Stylebook, Pureple тощо. На цьому етапі було виділено спільні функціональні можливості (завантаження одягу, категоризація, створення аутфітів, календар, рекомендації), а також оцінено структуру інтерфейсів, логіку розміщення функцій, типові дизайнерські елементи. Це дозволило

виявити як успішні рішення, так і недоліки, що негативно впливають на користувацький досвід;

- ознайомитися з актуальними джерелами та літературою, присвяченими UX/UI дизайну мобільних застосунків. Особливу увагу було приділено принципам адаптивного дизайну, психології сприйняття інтерфейсу, ролі візуальних образів у формуванні стилістичних рішень, а також трендам, що актуальні для молодіжної аудиторії – основного сегмента майбутніх користувачів;

- створити макети інтерфейсу та спроектувати структуру взаємодії користувача з додатком. За допомогою сервісу Figma були розроблені прототипи ключових екранів, що враховують вимоги до простоти, естетики та інтуїтивності. Було протестовано кілька варіантів компоновання контенту, кольорових схем, шрифтів і графічних рішень, щоб визначити найбільш зручну модель інтерфейсу;

- передбачити методи перевірки зручності та ефективності дизайну. На цьому етапі заплановано тестування серед представників цільової аудиторії, які зможуть оцінити логіку навігації, зручність розміщення функцій, привабливість графіки та загальне враження від взаємодії з додатком. Такі результати стануть основою для подальших доопрацювань;

- сформулювати висновки щодо найбільш вдалих функціональних і дизайнерських рішень, а також задокументувати створення фінального прототипу мобільного застосунку. У результаті проведеного дослідження було отримано повне уявлення про ключові аспекти, що впливають на зручність користування гардеробним застосунком, і розроблено концепцію, що враховує ці фактори в повному обсязі.

Таким чином, комплексне вивчення аналогів, наукових джерел і реальних сценаріїв користування дозволило створити дизайн-прототип, орієнтований на практичність, естетичну привабливість і відповідність очікуванням молодіжної аудиторії, яка прагне структурувати власний гардероб і щодня виглядати стильно та впевнено [11].

2.6 Методика тестування інтерфейсів сайтів на основі функціонального та юзабіліті тестування

Сьогодні мобільні додатки розробляються дуже швидко, бо ринок постійно змінюється, і компанії намагаються встигати за попитом. Через це іноді не вистачає часу на детальну роботу з дизайном та перевірку зручності інтерфейсу. Як результат – користувачі можуть зіткнутися з помилками, незручностями або заплутаною навігацією. Це негативно впливає на враження від продукту, і люди просто перестають ним користуватися.

Часто дизайнери і розробники працюють не над створенням нового додатку, а над покращенням вже існуючого. І тут важливо не лише зробити інтерфейс гарним, а й зручним, логічним і приємним для користувача.

UX-дизайн має на меті зробити додаток простим у використанні. Сьогодні користувачі очікують, що все буде працювати швидко та зрозуміло – бо щодня вони користуються десятками застосунків: від банків до фітнес-трекерів. Якщо інтерфейс буде незрозумілий або повільний – люди не будуть витрачати на нього час.

Щоб уникнути таких проблем, важливо тестувати інтерфейс. Це допомагає перевірити, чи зручно користувачам працювати з додатком, чи все працює правильно, і чи легко знайти потрібну функцію. Для цього існують два основні підходи – юзабіліті тестування (перевірка зручності) та функціональне тестування (перевірка, чи все працює як треба).

Юзабіліті тестування допомагає з'ясувати, як люди користуються додатком: де вони плутаються, які кнопки і дії для них незрозумілі. Тут використовують опитування, перегляд записів взаємодії, теплові карти, а також спеціальні правила.

Функціональне тестування перевіряє, чи працює додаток правильно. Наприклад, чи можна створити акаунт, додати одяг у гардероб, зберегти образ, відкрити календар і т. д.

Тому в роботі пропонується методика, яка об'єднує обидва підходи – юзабіліті та функціональне тестування. Спочатку перевіряється зручність інтерфейсу – через опитування, аналіз поведінки користувача і прості правила дизайну.

Такий підхід дозволяє знайти більше помилок, зробити додаток зрозумілішим і приємнішим у використанні. Це допоможе залишити у користувача хороше враження, а сам додаток стане популярнішим. Цю методику можуть використовувати UX/UI дизайнери, тестувальники та розробники, які хочуть зробити якісний та зручний продукт [12].

2.7 Іконки, кольори і прогрес-бари

У сучасному мобільному UX/UI-дизайні велике значення має використання візуальних елементів, що спрощують взаємодію користувача з інтерфейсом. Іконографіка (набір зрозумілих і узгоджених іконок) та індикатори прогресу (прогрес-бари) є саме тими інструментами, які підсилюють зручність користування застосунком, допомагають краще орієнтуватися в його структурі та формують позитивний досвід.

У додатку FitsU, створеному для віртуальної стилізації образів, було передбачено використання уніфікованої системи іконок для ключових функцій: додавання нового одягу, створення образу, редагування профілю, перегляду календаря тощо. Іконки виконують роль навігаційних маркерів – вони дозволяють користувачам з першого погляду розуміти призначення кнопки чи розділу без потреби в додаткових підказках.

Під час розробки іконографіки для FitsU особливу увагу було приділено стилістичній єдності: усі іконки були виконані в мінімалістичному контурному стилі з однаковою товщиною ліній. Це дозволяє зберігати візуальну гармонію інтерфейсу, а також адаптувати іконки для різних розмірів екранів. Колірна палітра іконок була витримана в нейтральних

відтінках з акцентами у фірмовому кольорі додатку, що підсилює естетичність і не перевантажує візуальне поле (рис. 2.6).

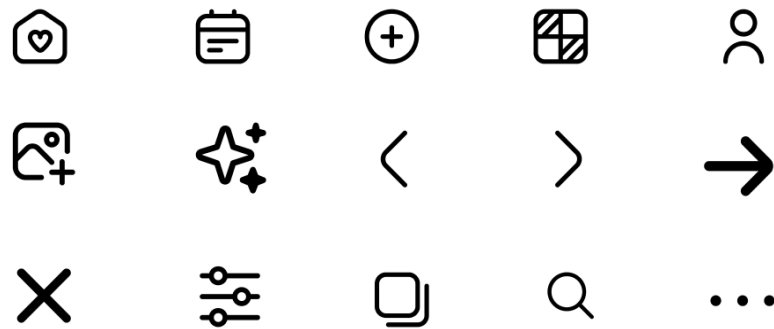


Рисунок 2.6 – Іконки для мобільного додатку

Окрім іконок, у додатку реалізовано прогрес-бари – індикатори виконання дій, що допомагають користувачам відстежувати свій прогрес. Наприклад, при створенні аутфіту користувач бачить, скільки категорій (верх, низ, взуття, аксесуари) вже обрано, а скільки ще потрібно додати для завершення образу. Також прогрес-бар використовується при заповненні профілю або в календарі стилізації – для візуалізації запланованих образів протягом тижня.

Наявність прогрес-барів позитивно впливає на мотивацію користувача завершити дію, адже бачити результат у реальному часі – це психологічний стимул продовжити. Згідно з принципом «ефекту наближення до мети», чим ближче користувач до завершення завдання, тим більше у нього бажання його завершити.

Впровадження чіткої іконографіки та логічних візуальних індикаторів дозволило зробити інтерфейс FitsU не тільки естетично привабливим, але й функціонально зручним. Користувачі інтуїтивно розуміють, де і як виконати необхідну дію, що значно знижує когнітивне навантаження та підвищує комфорт роботи з додатком.

Таким чином, іконки та прогрес-бари в додатку FitsU стали важливими елементами, що підвищують юзабіліті інтерфейсу, сприяють логічній навігації, а також мотивують користувачів повертатися до додатку знову [13].

2.8 Іконографіка та її роль у спрощенні взаємодії користувачів із мобільним застосунком

Іконографіка – це система візуальних позначень, яка використовує іконки для передачі інформації та покращення навігації в інтерфейсі. У мобільних застосунках вона виконує важливу роль: допомагає користувачу швидше розуміти, що і як працює, не читаючи довгі інструкції або тексти. Завдяки іконкам інтерфейс стає зрозумілішим, а навігація – простішою.

У сучасному цифровому середовищі користувачі очікують швидкого доступу до функцій. Саме тому іконки стали невіддільною частиною інтерфейсів. Вони економлять місце на екрані, полегшують запам'ятовування функцій, і значно знижують навантаження на увагу людини. Наш мозок краще і швидше обробляє зображення, ніж текст, тому за допомогою іконок користувач одразу розуміє, яка дія стоїть за тим чи іншим елементом.

Дослідження у сфері дизайну показують, що продумана іконографіка допомагає людям швидше знаходити потрібні функції в додатку та діяти інтуїтивно. Це особливо важливо для мобільних застосунків, де розміри екранів обмежені, а кількість вільного простору – мінімальна. Якісні іконки покращують зручність, викликають довіру та залишають позитивне враження від додатку.

Процес створення іконок також має свої правила. Наприклад, усі іконки мають бути однакового стилю – або заливного, або контурного, з однаковою товщиною ліній та відступами.

Щодо кольору – зазвичай іконки мають один базовий колір. Кольорові іконки застосовуються рідше, коли потрібна більш ілюстративна подача. І дуже важливо враховувати користувачів із порушеннями зору: колірні рішення мають бути контрастними й доступними.

Ще один важливий принцип – використання знайомих метафор. Наприклад, іконка у вигляді будинку одразу асоціюється з головною сторінкою, кошик – з покупками, а знак оклику – з попередженням. Це дозволяє користувачу без зайвих підказок розуміти, що означає кожна іконка.

Для створення іконок дизайнери користуються такими інструментами, як Figma, Adobe Illustrator, а також бібліотеками на кшталт Flaticon. У Figma зручно працювати командно й створювати векторну графіку. Illustrator дає змогу робити детальні іконки.

Іконографіка також тісно пов'язана з прототипуванням та юзабіліті-тестуванням. Її ефективність можна перевірити під час тестування макетів: якщо користувачі без проблем орієнтуються в інтерфейсі – значить, іконки справляються зі своїм завданням.

Отже, іконографіка – це не просто "картинки" в інтерфейсі, а важливий інструмент, що впливає на зручність використання мобільного застосунку. Добре продумана система іконок допомагає користувачам діяти швидше, краще розуміти структуру додатку та отримувати приємний досвід взаємодії [14].

У результаті проведеного аналітичного огляду було вивчено основні поняття та принципи UX/UI дизайну, проаналізовано специфіку цільової аудиторії та сформовано її психологічний портрет. Окрему увагу приділено дослідженню існуючих рішень на ринку мобільних застосунків, що дозволило визначити функціональні особливості, сильні та слабкі сторони аналогічних продуктів. Зібрані дані стали основою для формування вимог до дизайну власного додатку, забезпечуючи обґрунтованість подальших рішень у процесі проєктування інтерфейсу.

3 ПРОЄКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ

На основі проведеного аналізу літературних джерел, вивчення досвіду аналогічних застосунків і сформульованих функціональних вимог розпочато безпосередній етап проєктування мобільного додатку для віртуальної стилізації образів з власного гардеробу.

Основною метою цього етапу є створення інтуїтивно зрозумілого, візуально привабливого та зручного у використанні інтерфейсу, який максимально відповідатиме потребам цільової аудиторії. У межах розділу послідовно розглядається процес формулювання цілей і завдань, вибору інструментів розробки, структурування інтерфейсу, розробки графічних компонентів, навігації та прототипування.

Кожен підпункт цього розділу відображає логіку побудови продукту – від концепції до реалізації, із чітким акцентом на практичне застосування отриманих знань та дотримання принципів сучасного UX/UI-дизайну.

3.1 Визначення мети і задач продукту

Процес розробки мобільного додатку розпочинається з чіткого визначення його основної мети та постановки ключових задач, які мають бути реалізовані в межах функціонального та візуального середовища продукту. Враховуючи проведений аналітичний огляд літератури, аналогів та цільової аудиторії, було сформульовано загальну концепцію додатку як інструменту для віртуальної стилізації образів з власного гардеробу, що поєднує у собі зручність організації одягу, візуалізацію луків та можливість отримання стилістичних рекомендацій. Мета створення додатку полягає у розробці зручного, сучасного, адаптивного інтерфейсу, який дозволяє користувачу ефективно взаємодіяти з власним гардеробом у цифровому форматі. В основі концепції – ідея створення персонального стилістичного

простору, де користувач може зберігати фотографії одягу, сортувати речі за категоріями, експериментувати з комбінаціями та зберігати створені образи, а також отримувати поради на основі погодних умов, кольорової гами або стилістичних уподобань.

Відповідно до цього, було поставлено низку задач, які необхідно реалізувати під час проектування та реалізації продукту. По-перше, додаток має забезпечувати просту та інтуїтивну навігацію між основними функціональними розділами: гардероб, аутфіти, рекомендації, профіль. Кожен екран повинен бути логічно структурований, щоб користувачі без додаткового навчання могли швидко зрозуміти принцип роботи інтерфейсу. По-друге, важливо впровадити механізм додавання речей до гардеробу за допомогою фото з камери або галереї, з подальшою можливістю редагування та категоризації зображень. Крім того, необхідно реалізувати інтерактивну візуальну дошку – окремий функціональний екран, де користувач зможе вільно компоувати власні образи, змінювати розміри та позицію одягу, накладати елементи одне на одного, зберігати результати та створювати колекції аутфітів.

Додатково додаток має включати інтелектуальні підказки щодо складання образів, які враховуватимуть індивідуальні вподобання користувача, погодні умови, стиль, сезон або подію. Важливо також реалізувати функціонал особистого кабінету, де буде можливість редагувати персональні дані, бачити загальний огляд гардеробу, встановлювати цілі або стильові орієнтири, що впливатимуть на рекомендації.

Усі зазначені задачі були сформовані з урахуванням запитів цільової аудиторії, сучасних тенденцій UX/UI-дизайну, принципів візуальної простоти та функціональної доцільності. Це дозволяє створити не просто технічно функціональний продукт, а повноцінний візуально-інтерактивний простір, який буде поєднувати естетику, зручність, персоналізацію та практичну користь у щоденному користуванні мобільним гардеробом.

3.2 Вибір інструментів розробки

У процесі реалізації UX/UI дизайну мобільного додатку для віртуальної стилізації образів з власного гардеробу важливу роль відіграє правильний вибір інструментів, які забезпечують ефективну розробку, проектування, візуалізацію та тестування інтерфейсу. На основі аналізу функціональних вимог та особистого досвіду роботи було обрано інструменти, що відповідають актуальним стандартам дизайну, підтримують інтерактивне прототипування та дозволяють створювати адаптивні інтерфейси з урахуванням потреб цільової аудиторії.

Основним інструментом для створення UX/UI дизайну було обрано сервіс Figma – це застосунок для роботи із векторною графікою, що дозволяє створювати різні макети, елементи інтерфейсу, зображення, ілюстрації, проектування і багато інших креативів.

Цей інструмент популярний серед веб- та UI/UX-дизайнерів, SMM-менеджерів, stories-мейкерів та інших digital-експертів. Бо він зручний для використання, доступний і тут можливо працювати над проектом віддалено разом з іншими учасниками [15]. На сьогодні є одним з найпопулярніших і найзручніших серед дизайнерів. Цей вебзастосунок забезпечує повноцінне середовище для проектування інтерфейсів, дозволяє створювати інтерактивні прототипи, налаштовувати компоненти, працювати зі спільними бібліотеками елементів, а також підтримує онлайн-співпрацю в режимі реального часу. Оскільки дизайн проекту орієнтований переважно на користувачів iOS і Android, Figma дає змогу створювати макети у типових розмірах екранів сучасних мобільних пристроїв – зокрема, базовим форматом було обрано розмір 390x844 px, що є актуальним для моделей iPhone 13/14 і водночас зручно адаптується до Android-екранів.

Також, за потреби, для роботи з окремими графічними елементами можуть бути використані такі програми як Adobe Illustrator – провідна програма для графічного дизайну, яка допомагає розробляти дизайн усього,

що можна уявити: від логотипів і значків до графіки та ілюстрацій (рис.3.1). Вона також дає змогу змінювати їх із професійною точністю та користуватися функціями [16]. Illustrator дозволяє створювати векторні іконки, логотипи та інтерфейсні елементи.



Рисунок 3.1 – Adobe Illustrator

Втім, у межах цього проєкту основним середовищем стала саме Figma, оскільки її функціонал достатній для реалізації як візуального дизайну, так і логіки взаємодії користувача з інтерфейсом. Інструмент дозволяє створювати як низькорівневі схематичні прототипи (wireframes), так і повноцінні інтерактивні макети, що демонструють реальну поведінку додатку під час навігації між екранами. Крім того, Figma містить функцію «Prototype». Прототип у Figma – це інтерактивний візуальний макет, який дозволяє відтворити функціональність та навігацію майбутнього продукту чи веб-сайту [17]. Це забезпечує тестуванню клікабельності елементів, переходів, а також дозволяє демонструвати готовий макет на мобільному пристрої (рис. 3.2).



Рисунок 3.2 – Figma

Таким чином, вибір інструментів для реалізації дизайну мобільного застосунку був зумовлений необхідністю поєднання технічної ефективності, гнучкості візуального редагування та зручності створення інтерактивного прототипу. Це дозволило не лише оптимізувати процес розробки, а й досягти високої якості презентації інтерфейсу, орієнтованого на очікування кінцевого користувача.

3.2.1 Платформи та середовища дизайну

Розробка UX/UI дизайну мобільного додатку здійснювалась із орієнтацією виключно на платформу iOS, що дало змогу зосередитись на специфіці візуальних і навігаційних рішень, притаманних саме цій операційній системі. Apple пропонує чіткі гайдлайни щодо створення інтерфейсів, що дозволяє розробляти інтуїтивно зрозумілі, естетично привабливі та послідовні дизайни, які легко сприймаються користувачами iPhone. Основним середовищем для створення дизайну стала хмарна платформа Figma, яка забезпечує повноцінний функціонал для проектування, верстки, компоновання елементів інтерфейсу та інтерактивного прототипування. Завдяки онлайн-доступу Figma дозволяє ефективно редагувати макети, створювати варіанти екранів та моделювати сценарії взаємодії користувача з додатком.

Для побудови макетів було обрано розмір 390x844 px, який є типовим для моделей iPhone 13/14 і враховує стандартні зони натискання, пропорції блоків та особливості відображення контенту на iOS-пристроях. Такий підхід дає змогу точно відтворити логіку компоновання, притаманну системним додаткам Apple, що сприяє створенню передбачуваного та зручного інтерфейсу [18].

Дизайн будувався з урахуванням 8pt-сітки, яка є загальновизнаним стандартом для створення гармонійного ритму між елементами інтерфейсу.

Це дозволило зберегти чітку структуру, баланс білого простору, узгодженість між текстом, кнопками та зображеннями [19].

Таким чином, використання Figma як основного середовища у поєднанні зі специфічними вимогами до iOS-дизайну забезпечило створення естетичного, структурованого та технологічно відповідного інтерфейсу, що відповідає очікуванням цільової аудиторії користувачів iPhone.

3.2.2 Інструменти створення прототипів

Прототипування є одним із ключових етапів UX/UI-дизайну, який дозволяє візуалізувати структуру інтерфейсу, перевірити логіку переходів між екранами та змодельовати користувацький сценарій взаємодії з додатком ще до етапу програмної реалізації. У межах розробки мобільного застосунку для віртуальної стилізації образів з власного гардеробу було використано сучасні інструменти для створення інтерактивних прототипів, що забезпечують точну симуляцію поведінки інтерфейсу на пристроях iOS.

Основним інструментом для створення прототипів стала Figma, яка, окрім проєктування макетів, має потужний вбудований функціонал для інтерактивного прототипування. За допомогою вкладки Prototype було реалізовано логіку переходів між екранами, моделювання натискань, жестів свайпу, відкриття модальних вікон тощо. Це дало змогу побачити загальну динаміку взаємодії з інтерфейсом і своєчасно внести корективи в навігацію або структуру додатку.

Figma також дозволяє створювати клікабельні прототипи з можливістю перегляду на реальному пристрої через мобільний додаток Figma Mirror. Завдяки цьому дизайн було протестовано безпосередньо на iPhone, що допомогло оцінити комфортність користування з урахуванням розміру екрана, відстаней між елементами та зони доступності для пальців [20].

У підсумку, використання Figma як основного інструменту прототипування дозволило створити повноцінний інтерактивний макет додатку,

який не лише демонструє візуальну частину, а й імітує поведінку користувача в умовах реального користування. Такий підхід значно підвищує ефективність тестування та оптимізації UX-рішень ще на ранньому етапі розробки.

3.3 Проектування структури мобільного додатку

Проектування структури мобільного додатку є одним із найважливіших етапів у розробці UX/UI-дизайну, оскільки саме на цьому етапі формується логіка побудови всіх екранів, зв'язки між ними та послідовність взаємодії користувача з інтерфейсом. Для створення зручного та ефективного мобільного продукту необхідно забезпечити не лише візуальну цілісність, а й функціональну продуманість усіх складових системи.

Проектування мобільного додатку – це процес планування, визначення вимог, створення концепції та дизайну майбутнього додатку перед початком його розробки. Він включає дослідження ринку та аналіз потреб користувачів, визначення цілей, функцій та вимог до додатку, розробку архітектури та структури, проектування UX/UI, створення прототипів та тестування дизайну.

Проектування мобільного додатку відіграє ключову роль у процесі його створення, оскільки саме на цьому етапі формуються основні принципи взаємодії, структура інтерфейсу та функціональні можливості майбутнього продукту. Грамотно побудоване проектування забезпечує зручність користування, високу продуктивність, стабільність у роботі, безпеку, а також дозволяє додатку бути гнучким і масштабованим у разі подальшого розвитку. Саме завдяки якісно опрацьованій структурі та логіці взаємодії формується позитивний користувацький досвід, що напряму впливає на конкурентоспроможність продукту на ринку.

Проектування є початковим та одним із найважливіших етапів у створенні мобільного додатку. Воно виконується до написання програмного коду, оскільки без чітко визначених цілей, функціоналу та дизайну

неможливо реалізувати ефективний і логічний інтерфейс. Лише після того, як структура, сценарії користування та візуальна концепція будуть узгоджені, починається технічна реалізація – етап програмування, під час якого втілюються всі попередньо проєктовані рішення. Таким чином, успішність усього додатку значною мірою залежить від обґрунтованого та послідовного етапу проєктування [21].

У процесі роботи над мобільним застосунком для віртуальної стилізації образів була розроблена багаторівнева структура інтерфейсу, що охоплює ключові функціональні блоки: профіль користувача, головне меню з категоріями одягу, інтерактивну дошку для створення образів, розділ збережених аутфітів, а також секцію рекомендацій. Такий підхід дозволив чітко розділити логіку навігації та забезпечити послідовність у використанні функцій.

Під час проєктування структури було враховано особливості цільової аудиторії: переважно це молоді користувачі, які очікують швидкого доступу до основного функціоналу без перевантаження зайвими елементами. У зв'язку з цим структура додатку була побудована на основі принципу мінімальної кількості кліків для досягнення цілі: наприклад, користувач може додати нову річ до гардеробу або перейти до створення образу буквально в один-два торкання екрана.

Для зручності візуального сприйняття структура мобільного додатку була представлена у вигляді блок-схеми, в якій позначено основні екрани та навігаційні переходи між ними у «Додатку Б». Кожен розділ інтерфейсу виконує окрему функцію, а переходи логічно впорядковані, що дозволяє уникнути плутанини та покращує загальний користувацький досвід.

Загалом, розроблена структура є основою для подальшого наповнення інтерфейсу контентом і візуальними елементами, а також для реалізації інтерактивної частини прототипу. Вона дозволяє забезпечити інтуїтивну навігацію, ефективне використання функціоналу додатку та відповідність сучасним вимогам до мобільного UX-дизайну.

3.3.1 Головне меню

Головне меню додатку виконує роль центрального навігаційного хабу, з якого користувач отримує швидкий доступ до усіх основних категорій свого цифрового гардеробу. Інтерфейс реалізовано у форматі візуального меню, де представлено окремі блоки з позначенням категорій одягу, таких як джинси, футболки, сукні, шорти, куртки, взуття, аксесуари тощо.

Кожен блок має іконку для кращого візуального сприйняття та зручної навігації. Після натискання на вибрану категорію користувач потрапляє на екран, де відображаються усі речі, що були попередньо додані до цієї категорії з камери або галереї.

Таке компонування забезпечує швидкий доступ до гардеробу, логічну структуру зберігання речей і дозволяє підтримувати візуальний порядок. Крім того, категоризація полегшує процес створення образів на інтерактивній дошці, дозволяючи легко знаходити потрібні елементи для стилізації. Головне меню оформлене у стилістиці загального дизайну додатку, з дотриманням кольорової гами, адаптивності та юзер-френдлі навігації.

3.3.2 Інтерактивна дошка

Інтерактивна дошка – один із центральних елементів функціоналу мобільного додатку, який дозволяє користувачеві візуально створювати образи, комбінуючи елементи гардеробу. Вона реалізована як віртуальний простір із можливістю перетягування зображень одягу, змінення їх розміру, положення та порядку нашарування. Це дозволяє максимально наблизити користувача до досвіду примірювання в режимі онлайн.

На дошці можна не лише створити образ, але й зберегти його у вигляді аутфіту, присвоїти назву, дату, додати до колекції або прикріпити до події.

3.3.3 Аутфіти

Розділ "Аутфіти" зберігає усі створені користувачем комбінації одягу. Кожен аутфіт – це завершений образ, який може бути сформований на інтерактивній дошці та збережений для подальшого перегляду або редагування. Образи можуть мати опис, назву, дату створення, а також бути розподіленими за колекціями (наприклад, "На роботу", "Подорож", "Літо 2025").

Користувач може легко переглядати свої стилізації, змінювати склад аутфіту, видаляти або дублювати образи. Це дозволяє підтримувати віртуальний гардероб у впорядкованому вигляді та використовувати додаток як особистий стильовий архів. Така функція робить продукт не лише візуальним інструментом, а й помічником у щоденному підборі одягу.

3.3.4 Камера

Функція додавання речей до гардеробу реалізується через інтеграцію з камерою пристрою та галереєю зображень. Користувач може сфотографувати предмет одягу в реальному часі або обрати готове фото з галереї для подальшого використання у додатку. Після завантаження зображення можна обрізати, видалити фон, присвоїти категорію, назву, колір або інші фільтри.

Цей етап є першочерговим у формуванні цифрового гардеробу, тому інтерфейс має бути максимально зручним, швидким та зрозумілим. Якісна реалізація цієї функції напряду впливає на перше враження користувача та ефективність подальшого використання додатку.

3.3.5 Профіль користувача

Профіль користувача є базовим розділом, через який здійснюється авторизація та персоналізація досвіду. У цьому інтерфейсі реалізовано

можливість входу або реєстрації, редагування особистих даних, встановлення цілей стилізації (наприклад, "оновити гардероб", "створити капсульну колекцію"), а також перегляду активності користувача.

Крім цього, профіль може містити налаштування темного/світлого режиму, мови, збережених колекцій або синхронізації з календарем. Централізований доступ до ключових функцій через профіль підвищує зручність користування додатком і забезпечує логічну організацію персонального гардеробного середовища.

3.4 Проєктування навігації та модульної сітки

Для створення структурованого, зручного та візуально збалансованого інтерфейсу важливим етапом стало проєктування модульної сітки та логічної навігації між екранами мобільного додатку. Сітка є основою композиційного вирівнювання, що дозволяє зберігати візуальний порядок, однакові відступи та ритм, що позитивно впливає на загальне сприйняття інтерфейсу користувачем.

У межах проєкту було використано сітку з 12 колонок, що є стандартом у дизайні мобільних і веб-застосунків. Важливою умовою стало дотримання оптимальних відступів між колонками, адже надмірно широкі проміжки при вузьких стовпцях можуть викликати втрату зорової цілісності й ускладнити сприйняття логіки компонування. Відповідно до загальноприйнятих норм, усі елементи інтерфейсу були вирівняні по сітці, яка базується на модулі 8 pt – це забезпечує стабільний вертикальний і горизонтальний ритм у всіх макетах наведено приклад у «Додатку В».

Для забезпечення гармонійного розташування елементів були застосовані відступи по 16 pt з боків і міжколонкові інтервали по 8 pt, що відповідає принципам гнучкого та масштабованого дизайну. Такий підхід дозволив досягти візуальної єдності та логічної послідовності, що значно підвищує зручність користування.

Окрім модульної сітки, особливу увагу було приділено логіці навігації між основними розділами додатку. Всі екрани проєктувалися з урахуванням мінімальної кількості кліків до ключових функцій: з головного меню користувач може одразу перейти до перегляду одягу в категоріях, відкривати інтерактивну дошку, редагувати профіль чи переглядати збережені аутфіти. Навігація реалізована у вигляді нижньої панелі з іконками, що відповідають головним розділам. Проєктування навігації в поєднанні з правильною сіткою компонування забезпечило додатку чітку структуру, передбачувану логіку взаємодії та привабливий візуальний стиль. Це дозволяє зберігати баланс між естетикою та функціональністю, роблячи продукт зручним для кінцевого користувача [22].

3.5 Створення графічного дизайну

Графічний дизайн є важливим складником UX/UI-розробки, адже саме візуальна подача інтерфейсу формує перше враження користувача та значною мірою впливає на зручність взаємодії з додатком. На цьому етапі було розроблено всі основні візуальні компоненти мобільного застосунку – від інтерфейсних елементів до загального стилістичного оформлення, яке відображає ідею цифрового гардеробу та персональної стилізації.

Під час створення графічної частини було дотримано принципів мінімалізму, чистоти, візуального балансу та акцентів. Дизайн орієнтований на молодіжну аудиторію, яка цінує простоту, сучасність і естетичну привабливість інтерфейсів. Було враховано актуальні тренди мобільного дизайну: плавні кути, легка тінь, модульність блоків, інтуїтивне компонування, та достатня кількість «білого простору», що покращує сприйняття контенту.

У рамках реалізації графічного оформлення було створено:

– іконки для навігаційних елементів (меню, категорії, профіль, додавання одягу тощо);

- кнопки з урахуванням адаптивності до розміру пальця та зони натискання;
- візуальні блоки категорій одягу, оформлені у вигляді карток із зображеннями;
- фонові зони, контейнери для речей, тіні та підсвічування;
- фірмовий стиль, який простежується у всіх екранах – від головного меню до сторінки профілю.

Гармонія між шрифтами, кольорами, формами та інтервалами дозволила досягти єдиного візуального стилю, який не лише відповідає загальному призначенню додатку, а й створює естетичний та зручний простір для роботи з власним гардеробом. Створення графічного дизайну стало основою для формування прототипів, що демонструють фінальний вигляд і логіку взаємодії у додатку.

Усі графічні елементи було створено в середовищі Figma, що забезпечило зручне масштабування, компонентність, можливість багаторазового використання елементів та адаптацію до різних розмірів екранів. Завдяки цьому графічна частина проєкту є не лише візуально привабливою, а й технічно якісно реалізованою.

3.5.1 Вибір стилістики та айдентики

Вибір стилістики та айдентики відіграє ключову роль у формуванні візуального образу мобільного додатку та першого враження користувача. У межах цього проєкту було обрано естетику, що поєднує елементи сучасного мінімалізму, модного напрямку та індивідуальності, яка відповідає тематиці цифрового гардеробу й персональної стилізації.

Основною візуальною концепцією стало створення легкого, повітряного інтерфейсу, що не перевантажує користувача і водночас асоціюється зі світом стилю та моди. Для цього використано світлий фон у поєднанні з м'якою пастельною палітрою: бежеві, сірі та ніжно-коричневі

відтінки. Акцентні елементи (наприклад, кнопки, активні стани) були виділені контрастними, але візуально збалансованими кольорами, що гармонійно поєднуються з основною палітрою.

Айдентика доповнюється чітко витриманою типографікою: для заголовків було обрано сучасний гротескний шрифт з легкою геометрією, який виглядає стильно та елегантно. Основний текст оформлено простим, добре читабельним шрифтом – Jura з достатнім міжрядковим інтервалом, що гарантує комфорт при читанні з мобільного пристрою.

Логотип додатку був створений з урахуванням усієї візуальної системи – він лаконічний, легкий для запам'ятовування, відповідає загальній стилістиці й підтримує візуальну єдність інтерфейсу. Усі графічні компоненти, включно з іконками, кнопками та блоками, витримано в єдиному стилі, що забезпечує впізнаваність і послідовність дизайну на всіх екранах.

Таким чином, обрана айдентика та стилістика не лише підтримують функціональну логіку додатку, а й створюють привабливе середовище, яке викликає довіру, задоволення від взаємодії й формує цілісний образ сучасного мобільного сервісу для стилізації образів.

3.5.2 Адаптація під мобільні екрани

Адаптація дизайну під мобільні екрани є обов'язковим етапом у розробці UX/UI інтерфейсу, оскільки саме від цього залежить коректне відображення всіх елементів, їх зручне розміщення та комфорт взаємодії користувача з додатком на пристроях з різними розмірами дисплеїв.

У межах цього проекту дизайн був орієнтований виключно на платформу iOS, з фокусом на стандартний розмір екрана 390×844 px, який відповідає моделям iPhone 13/14. Це дало змогу розробити інтерфейс, що враховує зони взаємодії, відстані між елементами, правила компоновання та візуальну адаптивність під конкретні параметри пристрою. Розміри блоків, відступи, кнопки та шрифти.

Для збереження зручності на різних роздільних здатностях було використано гнучку 12-колоночну сітку з модулем 8 pt та міжколонковими інтервалами по 8–16 pt. Такий підхід забезпечив гармонійний ритм розміщення елементів як по вертикалі, так і по горизонталі. Крім того, всі інтерактивні зони (кнопки, іконки, меню) мають достатній розмір для зручної взаємодії пальцями, навіть на компактних екранах.

Також у дизайні враховано особливості навігації на мобільних пристроях – наприклад, положення елементів управління у межах досяжності великого пальця, адаптація до жестів свайпу, підтримка стандартних шаблонів навігації, прийнятих в iOS як показано (рис. 3.3) [23].

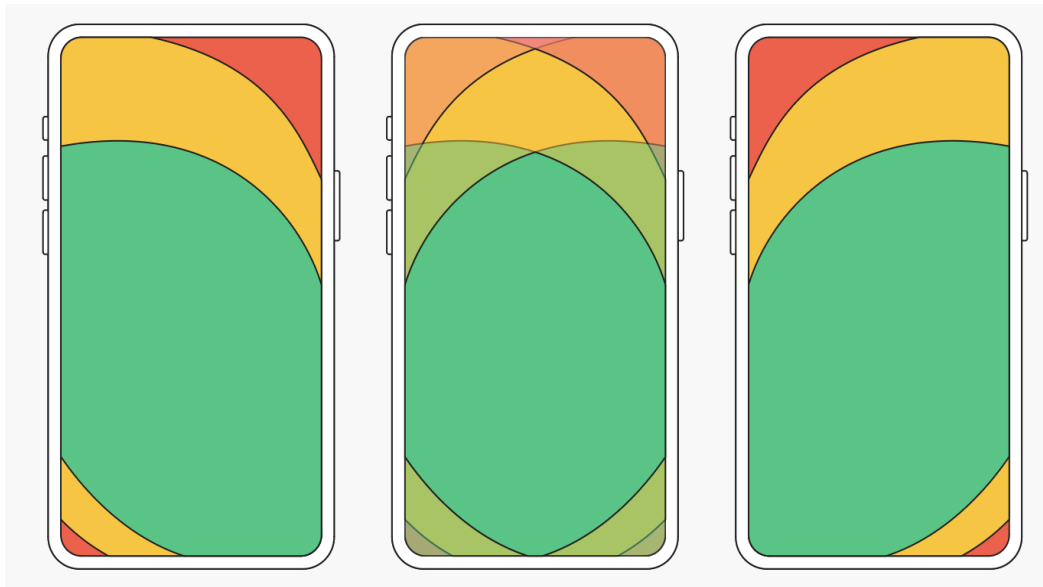


Рисунок 3.3 – Положення для управління пальцями

Візуальні елементи були протестовані у Figma за допомогою мобільного перегляду (Figma Mirror), що дало змогу перевірити зовнішній вигляд макетів у реальних умовах та скоригувати пропорції для досягнення найкращого результату.

Таким чином, завдяки дотриманню принципів адаптивного дизайну та специфіки iOS, інтерфейс додатку вийшов зручним, естетично узгодженим і добре оптимізованим для мобільних екранів, що гарантує позитивний досвід користування на більшості сучасних пристроїв Apple.

3.6 Вибір кольорових гама, шрифтів та розмірів інтерфейсу

Під час розробки UX/UI дизайну мобільного додатку вибір кольорової гама, шрифтів і розмірів інтерфейсних елементів є критично важливим, оскільки впливає як на візуальну естетику, так і на зручність використання додатку. Гармонійне поєднання кольорів і типографіки створює емоційний фон взаємодії користувача з продуктом та підсилює інтуїтивність навігації.

Для даного проєкту було обрано світлу, спокійну кольорову палітру, яка відповідає загальній тематиці цифрового гардеробу та стилізації образів. Основні кольори включають бежеві, сірі та ніжно-коричневі відтінки, що асоціюються з природністю, витонченістю та затишком (рис.3.4). Такі кольори не перевантажують зір, добре працюють у поєднанні та формують нейтральний фон для візуального представлення одягу. Акцентні кольори використовуються помірно – для кнопок, вибраних елементів, повідомлень – і підтримують загальну естетику інтерфейсу.



Рисунок 3.4 – Кольори додатку

Типографіку було реалізовано на основі сучасного шрифту Jura, який поєднує в собі чистоту форм, читабельність та візуальну легкість. Цей шрифт гармонійно виглядає як у заголовках, так і в основному тексті, забезпечуючи цілісність стилістичного рішення. Завдяки округлим формам та чітким лініям, Jura створює відчуття сучасності та порядку, що відповідає концепції додатку (рис. 3.5).

Для шрифтового оформлення було обрано Julius Sans One – елегантний сучасний шрифт з чіткою геометрією та витонченими формами, що

підкреслює стильову цілісність інтерфейсу. Завдяки своїй візуальній легкості та виразності він ефективно використовується в логотипі (рис. 3.6), забезпечуючи впізнаваність і гармонійне сприйняття дизайну.



Рисунок 3.5 – Шрифт Jura

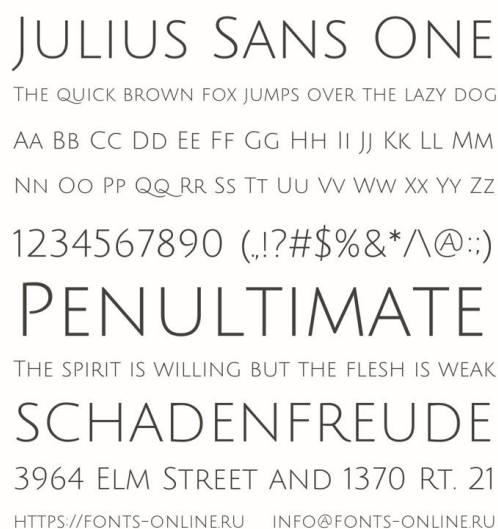


Рисунок 3.6 – Шрифт Julius Sans One

Розміри тексту та інтерфейсних елементів були підібрані відповідно до рекомендацій Human Interface Guidelines. Основний текст має розмір 14 pt, заголовки – 18–24 pt, а інтерактивні елементи, зокрема кнопки, мають висоту

не менше 44 рх, що відповідає ергономічним вимогам для торкання. Всі компоненти вирівнювались за 8pt-сіткою, що дозволило зберігати ритмічність, симетрію та адаптивність на різних розмірах екранів [24].

Таким чином, завдяки продуманому вибору кольорів, типографіки та розмірів інтерфейсу, було створено візуально привабливе та зручне середовище, яке позитивно сприймається користувачами та відповідає функціональному призначенню мобільного додатку.

3.7 Прототипування

Прототипування є одним із найважливіших етапів у процесі створення UX/UI дизайну, оскільки воно дозволяє візуалізувати ідеї, структуру та функціональність майбутнього продукту задовго до його програмної реалізації. Основна мета прототипування – перевірити концепції, покращити взаємодію користувача з інтерфейсом, а також виявити можливі проблеми і недоліки дизайну на ранніх стадіях, що значно знижує ризики та економить ресурси проекту.

Мета прототипування в дизайні – прототипування в процесі дизайну виконує низку ключових завдань, що сприяють створенню ефективного та зручного для користувача продукту. Перш за все, прототипи дозволяють оцінити, наскільки вдало реалізовано задум, ще до запуску розробки повноцінної версії. Це дає змогу своєчасно виявити недоліки, перевірити логіку взаємодії та функціональність інтерфейсу без значних фінансових витрат.

Однією з головних цілей є формування дизайну, орієнтованого на кінцевого користувача. Завдяки прототипам можна змодельовати типові сценарії взаємодії та переконатися, що інтерфейс справді відповідає потребам і очікуванням аудиторії. Це допомагає не лише визначити зручність навігації, а й уточнити, чи вирішує продукт конкретні проблеми користувачів.

Також прототипування підтримує ітеративний підхід до дизайну – можливість неодноразово вдосконалювати рішення на основі реальних

відгуків та результатів тестування. Команди можуть оперативно вносити зміни, адаптуючи інтерфейс до нових потреб або зауважень. Таким чином, продукт розвивається поступово, наближаючись до оптимального варіанту.

Крім того, прототипи слугують ефективним інструментом для внутрішньої комунікації в команді. Вони допомагають узгодити бачення між дизайнерами, розробниками, замовниками та користувачами, створюючи спільне розуміння майбутнього продукту. Зворотний зв'язок, отриманий під час тестування, дає змогу вчасно скоригувати напрямок розробки.

У підсумку, прототипування відіграє ключову роль у забезпеченні якості, функціональності та доцільності цифрового продукту. Воно дозволяє переконатися, що кінцевий результат буде відповідати як технічним вимогам, так і очікуванням цільової аудиторії.

Процес прототипування починається з формування базового уявлення про структуру інтерфейсу, навігацію та розміщення основних елементів. На цьому етапі створюються прості, схематичні моделі – low-fidelity прототипи, які мають вигляд чорнових ескізів або wireframe. Вони не містять деталізованої графіки, кольорів або шрифтів, проте дають змогу швидко опрацювати логіку взаємодії, послідовність дій користувача та основні функціональні блоки. Такий підхід дозволяє легко вносити зміни, залучати до обговорення команду та потенційних користувачів для отримання перших відгуків.

Після погодження базової структури переходять до створення високотонких, або high-fidelity прототипів, які максимально наближені до фінального вигляду продукту. Ці прототипи включають деталізований дизайн з урахуванням колірної гами, типографіки, іконографіки, а також інтерактивні елементи – кнопки, форми, анімації і переходи між екранами.

Прототипи різної деталізації допомагають усім учасникам проекту – від дизайнерів і розробників до замовників і кінцевих користувачів – краще зрозуміти, яким буде кінцевий продукт. Вони виступають інструментом для ефективної комунікації, усунення непорозумінь і збирання конструктивного

зворотного зв'язку. Важливо, що прототипування – це не одноразова дія, а ітеративний процес. На кожному етапі отримані дані використовуються для покращення і вдосконалення дизайну.

Особливу увагу приділяють тестуванню прототипів, яке є невід'ємною частиною прототипування. Тестування з залученням реальних користувачів дає можливість оцінити, наскільки інтерфейс інтуїтивний, зручний і відповідає очікуванням аудиторії. Під час тестів користувачі виконують типові завдання, а дослідники фіксують проблемні моменти, які можуть призводити до помилок або незадоволення. Ця інформація є цінним ресурсом для подальших змін і оптимізації.

Таким чином, прототипування виконує важливу роль у розробці UX/UI дизайну, забезпечуючи баланс між ідеєю, функціональністю і зручністю. Воно дозволяє знизити витрати на виправлення помилок на пізніх стадіях, підвищити якість продукту та створити позитивний користувацький досвід, що є основою успішного цифрового сервісу чи застосунку [25]. Прототипування є одним із найважливіших етапів у процесі створення UX/UI дизайну, оскільки воно дозволяє візуалізувати ідеї, структуру та функціональність майбутнього продукту задовго до його програмної реалізації. Основна мета прототипування – перевірити концепції, покращити взаємодію користувача з інтерфейсом, а також виявити можливі проблеми і недоліки дизайну на ранніх стадіях, що значно знижує ризики та економить ресурси проекту.

Мета прототипування в дизайні – прототипування в процесі дизайну виконує низку ключових завдань, що сприяють створенню ефективного та зручного для користувача продукту. Перш за все, прототипи дозволяють оцінити, наскільки вдало реалізовано задум, ще до запуску розробки повноцінної версії. Це дає змогу своєчасно виявити недоліки, перевірити логіку взаємодії та функціональність інтерфейсу без значних фінансових витрат.

Однією з головних цілей є формування дизайну, орієнтованого на кінцевого користувача. Завдяки прототипам можна змоделювати типові

сценарії взаємодії та переконатися, що інтерфейс справді відповідає потребам і очікуванням аудиторії. Це допомагає не лише визначити зручність навігації, а й уточнити, чи вирішує продукт конкретні проблеми користувачів.

Також прототипування підтримує ітеративний підхід до дизайну – можливість неодноразово вдосконалювати рішення на основі реальних відгуків та результатів тестування. Команди можуть оперативно вносити зміни, адаптуючи інтерфейс до нових потреб або зауважень. Таким чином, продукт розвивається поступово, наближаючись до оптимального варіанту.

Крім того, прототипи слугують ефективним інструментом для внутрішньої комунікації в команді. Вони допомагають узгодити бачення між дизайнерами, розробниками, замовниками та користувачами, створюючи спільне розуміння майбутнього продукту. Зворотний зв'язок, отриманий під час тестування, дає змогу вчасно скоригувати напрямок розробки.

У підсумку, прототипування відіграє ключову роль у забезпеченні якості, функціональності та доцільності цифрового продукту. Воно дозволяє переконатися, що кінцевий результат буде відповідати як технічним вимогам, так і очікуванням цільової аудиторії.

Процес прототипування починається з формування базового уявлення про структуру інтерфейсу, навігацію та розміщення основних елементів. На цьому етапі створюються прості, схематичні моделі – low-fidelity прототипи, які мають вигляд чорнових ескізів або wireframe. Вони не містять деталізованої графіки, кольорів або шрифтів, проте дають змогу швидко опрацювати логіку взаємодії, послідовність дій користувача та основні функціональні блоки. Такий підхід дозволяє легко вносити зміни, залучати до обговорення команду та потенційних користувачів для отримання перших відгуків.

Після погодження базової структури переходять до створення високотонких, або high-fidelity прототипів, які максимально наближені до фінального вигляду продукту. Ці прототипи включають деталізований дизайн з урахуванням колірної гами, типографіки, іконографіки, а також інтерактивні елементи – кнопки, форми, анімації і переходи між екранами.

Прототипи різної деталізації допомагають усім учасникам проекту – від дизайнерів і розробників до замовників і кінцевих користувачів – краще зрозуміти, яким буде кінцевий продукт. Вони виступають інструментом для ефективної комунікації, усунення непорозумінь і збирання конструктивного зворотного зв'язку. Важливо, що прототипування – це не одноразова дія, а ітеративний процес. На кожному етапі отримані дані використовуються для покращення і вдосконалення дизайну.

Особливу увагу приділяють тестуванню прототипів, яке є невід'ємною частиною прототипування. Тестування з залученням реальних користувачів дає можливість оцінити, наскільки інтерфейс інтуїтивний, зручний і відповідає очікуванням аудиторії. Під час тестів користувачі виконують типові завдання, а дослідники фіксують проблемні моменти, які можуть призводити до помилок або незадоволення. Ця інформація є цінним ресурсом для подальших змін і оптимізації.

Таким чином, прототипування виконує важливу роль у розробці UX/UI дизайну, забезпечуючи баланс між ідеєю, функціональністю і зручністю. Воно дозволяє знизити витрати на виправлення помилок на пізніх стадіях, підвищити якість продукту та створити позитивний користувацький досвід, що є основою успішного цифрового сервісу чи застосунку [25].

3.7.1 Створення low-fidelity прототипу

Low-fidelity (низькодеталізований) прототип – це початковий, спрощений варіант інтерфейсу, який дозволяє швидко візуалізувати основну структуру продукту, не витрачаючи багато часу на візуальне оформлення. Такі прототипи зазвичай створюються у вигляді ескізів від руки або за допомогою базових інструментів для макетування (наприклад Figma). Основна мета створення low-fidelity прототипу – перевірити логіку побудови інтерфейсу, розташування основних елементів, структуру сторінок і сценарії навігації. Важливо, що на цьому етапі увага зосереджується не на

зовнішньому вигляді, а на функціональності: як користувач переміщується між екранами, які кроки виконує, які елементи є ключовими для взаємодії.

Low-fidelity прототип дає змогу швидко протестувати ідеї, зібрати початковий зворотний зв'язок від користувачів або членів команди, а також скоригувати концепцію до переходу до детальнішого опрацювання. Такий підхід дозволяє уникнути зайвої витрати ресурсів на розробку непрацюючих або неактуальних рішень.

У процесі роботи над мобільним додатком для віртуальної стилізації образів low-fidelity прототип включав основні екрани: головне меню, вітрину гардеробу, вибір образів, функцію стилізації, перегляд результатів та збереження образу. Кожен з елементів був розміщений у логічній послідовності, з урахуванням принципів юзабіліті та простоти навігації. Розробка такого прототипу дала змогу:

- виявити потенційні помилки в логіці інтерфейсу ще до початку детального дизайну;
- узгодити бачення функціоналу між учасниками проєкту;
- сформуванню бази для подальшої розробки high-fidelity прототипу.

Завдяки своїй простоті та гнучкості low-fidelity прототипування стало ефективним інструментом початкової фази дизайну, що сприяв розробці більш продуманого та зручного цифрового продукту [26].

3.7.2 Тестування прототипу

Тестування прототипу є невід'ємною частиною процесу UX/UI-дизайну, адже саме на цьому етапі можна на практиці перевірити ефективність створених рішень, зручність навігації, зрозумілість інтерфейсу та відповідність функціоналу очікуванням користувачів. Після створення інтерактивного прототипу в середовищі Figma було проведено серію тестувань із залученням потенційних користувачів застосунку, що дало змогу отримати зворотний зв'язок та внести необхідні покращення.

Метою тестування було виявлення помилок у логіці інтерфейсу, вивчення поведінки користувачів у реальних умовах взаємодії з прототипом та перевірка загальної ефективності й інтуїтивності запропонованого рішення. Тестування проводилося в умовах, максимально наближених до реального користування мобільним додатком, з чітко сформульованими завданнями: додавання одягу до віртуального гардеробу, створення нового образу, збереження стилізації, перегляд лука тощо.

Результати тестування засвідчили як сильні сторони прототипу, так і недоліки, які потребували покращення. Відзначили візуальну простоту інтерфейсу та логічне розміщення основних елементів, проте вказали на деякі проблеми: незрозумілі іконки без підписів, надто дрібні кнопки на мобільних екранах, а також недостатню кількість підказок на перших етапах взаємодії.

На основі цього були внесені відповідні корективи до прототипу: додано текстові підписи до основних іконок, збільшено розмір клікабельних елементів, оптимізовано процес додавання одягу до образу та додано короткі підказки для перших запусків додатку. Завдяки цьому вдалося покращити юзабіліті-прототипу та зробити інтерфейс більш доступним і дружнім до користувача.

Таким чином, етап тестування став ключовим у процесі вдосконалення дизайну, адже дозволив вчасно виявити недоліки, що могли б негативно вплинути на досвід користувачів у фінальній версії продукту. Навіть у межах простого прототипу, створеного в Figma, можна ефективно реалізувати базове тестування й отримати якісну інформацію для подальшого розвитку проєкту. Це підкреслює важливість ранньої валідації дизайнерських рішень за допомогою користувацького зворотного зв'язку.

Таким чином, у межах третього розділу було детально розглянуто основні етапи UX/UI-дизайну мобільного додатку для віртуальної стилізації образів із власного гардеробу. Було сформульовано функціональні та візуальні вимоги до інтерфейсу, розроблено інформаційну архітектуру та сценарії взаємодії користувача з продуктом. На основі цих даних створено прототип додатку, який пройшов тестування з реальними користувачами.

Важливою частиною розробки став процес прототипування, який дозволив на практиці перевірити ефективність дизайнерських рішень та своєчасно внести необхідні корективи. Це забезпечило високий рівень орієнтації продукту на потреби користувача, що є головним пріоритетом сучасного UX/UI-дизайну.

Загалом виконані роботи в межах цього розділу заклали надійну основу для реалізації повноцінного мобільного додатку та підтвердили доцільність обраного підходу. Надалі результати UX/UI-дизайну можуть бути використані для технічної реалізації продукту та подальшого маркетингового просування.

4 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

У результаті виконання кваліфікаційної роботи створено UX/UI-дизайн мобільного додатку «FitsU», призначеного для віртуальної стилізації образів на основі особистого гардеробу користувача. Впровадження такого додатку є закономірним і дієвим кроком у напрямі цифровізації сфери персонального стилю, оскільки дозволяє користувачам ефективно керувати своїм гардеробом, поєднувати елементи одягу, планувати вбрання на кожен день та отримувати стилістичні рекомендації.

Економічна ефективність проєкту розраховується до початку повноцінної розробки програмного продукту, у результаті чого можливо спрогнозувати доцільність і потенційну вигоду від реалізації додатку. Спочатку визначається склад проєктної команди, обсяг робіт та собівартість створення прототипу, після чого розраховується орієнтовна ціна версії додатку.

Розглянемо переваги проєктованого додатку.

Розроблений дизайн додатку «FitsU» має просту структуру інтерфейсу, інтуїтивно зрозумілу навігацію й побудований на основі сучасних UI/UX-принципів, що дозволяє заощадити ресурси на подальшому навчанні користувачів.

Додаток націлений на платформу iOS, дизайн виконано відповідно до гайдлайнів Apple, що забезпечує стабільність і швидке схвалення при подальшій публікації.

Прототип створено у Figma, що дозволяє зменшити витрати на ліцензійне забезпечення.

У початковій версії застосунку переважно використовується локальне збереження даних і безкоштовні ресурси для зберігання мультимедійного контенту, що суттєво скорочує загальні витрати на обслуговування. Додаток «FitsU» має оптимізовану структуру, що займає невеликий обсяг

пам'яті на пристрої, а значить, легко адаптується навіть для бюджетних смартфонів.

Розглянемо конкурентне середовище відповідно до тематики проєктованого додатку. Аналіз ринку показав, що більшість аналогічних продуктів або складні у використанні, або не мають персоналізації та візуальної привабливості. У зв'язку з цим додаток FitsU має низку конкурентних переваг:

- проєкт створено у вигляді окремого мобільного застосунку з чіткою логікою взаємодії користувача та лаконічним інтерфейсом;
- додаток не потребує значних витрат на серверну інфраструктуру на початковому етапі;
- дизайн «FitsU», виконано в сучасному, стильному та візуально привабливому вигляді, адаптованому для молодшої аудиторії, що активно використовує цифрові технології.

Розглянемо джерела економії, доходу та фінансування.

Для фірми-розробника джерелом доходу можуть бути послуги супроводу додатку, налаштування, персоналізації, а також впровадження додаткових функцій за підпискою. Витрати розробника включають оплату праці дизайнерів, аналітиків і тестувальників. Джерелом фінансування виступають власні кошти або залучення інвесторів (венчурні фонди, грантові програми).

Для потенційного замовника (наприклад, fashion-бренду або агенції персонального стилю) додаток дозволяє скоротити витрати на індивідуальні консультації, замінити ручне планування цифровими інструментами, що підвищує ефективність роботи з клієнтами. Витрати підприємства включають одноразові витрати на розробку та впровадження, а також витрати на подальший супровід та просування додатку.

Розглянемо порядок проєктування додатку.

У загальному випадку розробка мобільного застосунку передбачає такі етапи:

- початковий етап, на якому формулюються основні вимоги до продукту, визначається цільова аудиторія, цілі використання, ключові сценарії та функції;

- етап проектування структури та логіки, на якому визначається навігація, будуються схеми user flow, створюється інформаційна архітектура;

- етап створення прототипів, на якому у Figma проектуються екрани, відпрацьовується візуальна мова, типографіка, кольори та анімації;

- основний етап, коли створюються інтерактивні прототипи, тестується користувацький досвід, вносяться правки на основі відгуків;

- заключний етап, що включає підготовку підсумкової версії макетів, технічної документації для розробників та презентаційних матеріалів.

Здійснимо розрахунок собівартості розробки UX/UI дизайну додатку.

До собівартості розробки дизайну мобільного додатку входять наступні статті витрат:

- основна заробітна плата;
- додаткова заробітна плата;
- єдиний соціальний внесок;
- інші витрати.

У проєкті брали участь три фахівці: UX/UI-дизайнер, frontend-девелопер та контент-менеджер. UX/UI-дизайнер відповідав за проектування структури інтерфейсу, візуальні рішення та загальну стилістику додатку. Frontend-девелопер займався створенням інтерактивного прототипу та реалізацією макетів у цифровому середовищі (у Figma або HTML/CSS, за потреби). Контент-менеджер готував візуальні матеріали, текстовий контент та структурував інформацію для екранів додатку.

Заробітна плата UX/UI-дизайнера та frontend-девелопера становить 400,00 грн/год, контент-менеджера – 200,00 грн/год. При цьому тривалість робочого дня кожного з них складає 8 годин. Загальний термін реалізації проєкту – 8 робочих днів.

Розрахунок основної заробітної плати наведено у таблиці 4.1.

Таблиця 4.1– Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
		К-ть, ос.	посада			
1. Початковий	Формулювання вимог до додатку	1	UX/UI-дизайнер	400,00	0,5	1600,00
2. Графічна частина	Створення інтерфейсу в Figma	1	UX/UI-дизайнер	400,00	2	6400,00
3. Прототипування	Реалізація інтерактивного прототипу	1	frontend-девелопер	400,00	2	6400,00
4. Контент	Тестування компонентів	1	контент-менеджер	200,00	1	1600,00
	Комплексне тестування прототипу	1	контент-менеджер	200,00	1	1600,00
	Оформлення програмної документації	1	контент-менеджер	200,00	1	1600,00
5. Заключний етап	Оформлення презентації та пояснень	1	UX/UI-дизайнер	400,00	0,5	1600,00
Разом					8	20800,00
Додаткова заробітна плата (20 %)						4160,00
Усього						24960,00

Додаткова заробітна плата становить 20 % від основної та включає премії, доплати та інші компенсації, пов'язані з інтенсивністю праці та дотриманням термінів.

$$20800,00 * 0,2 = 4160,00 \text{ грн.}$$

Ставка єдиного соціального внеску становить 22 % від величини основної і додаткової заробітної плати:

$$24960,00 * 0,22 = 5491,20 \text{ грн.}$$

До інших витрат слід віднести витрати на обслуговування комп'ютерної техніки, яка використовувалась виконавцями під час проєктування UX/UI дизайну мобільного додатку FitsU, а також витрати на електроенергію.

Розрахунок витрат на електроенергію здійснюється на основі потужності обладнання, тривалості його використання та діючого тарифу. У процесі розробки проєкту передбачається використання двох персональних комп'ютерів із середньою потужністю 0,7 кВт/год кожен. Тариф на електроенергію для побутових споживачів становить 4,32 грн за 1 кВт/год. Кількість годин роботи обладнання визначається відповідно до загальної тривалості реалізації проєкту. Отже, плата за електроенергію складе:

$$8 * 8 = 64 \text{ год.}$$

$$0,7 * 4,32 * 64 * 2 = 387,07 \text{ грн.}$$

Витрати на обслуговування техніки визначаються виходячи з її вартості та часу експлуатації, після закінчення якого, вона підлягає заміні (зазвичай цей час не перевищує 3-х років).

Отже, враховуючи, що вартість кожного комп'ютера дорівнює 20000,00 грн, а протягом року техніка використовується 254 робочих дні, отримаємо наступну суму витрат на обслуговування за час виконання проєкту:

$$(40000,00 / (3 * 8 * 254)) * 64 = 419,95 \text{ грн.}$$

Проєкт впроваджується для однієї компанії, собівартість розробки:

$$(24960,00 + 5491,20 + 387,07 + 419,595) / 1 = 31258,22 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму прибутку від реалізації розробки (виходячи з рівня рентабельності 30 %):

$$31258,22 * 0,3 = 9377,47 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну розробки мобільного застосунку без ПДВ:

$$31258,22 + 9377,47 = 40635,69 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму ПДВ, що дорівнює 20 % від ціни без ПДВ:

$$40635,69 * 0,2 = 8127,14 \text{ грн.}$$

З урахуванням проведених розрахунків ціна розробки мобільного застосунку з ПДВ складає:

$$40635,69 + 8127,14 = 48762,82 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 4.2.

Таблиця 4.2 – Розрахунок витрат на розробку та ціни мобільного застосунку

№	Стаття витрат	Сума, грн
1	Основна заробітна плата	20800,00
2	Додаткова заробітна плата	4160,00
3	Єдиний соціальний внесок	5491,20
4	Витрати на обслуговування техніки	419,95
5	Витрати на електроенергію	387,07
6	Собівартість розробки сайту	31258,22
7	Прибуток	9377,47
8	Ціна без ПДВ	40635,69
9	Податок на додану вартість (ПДВ)	8127,14
10	Ціна з урахуванням ПДВ	48762,82

Повна вартість розробки мобільного застосунку складе 48762,82 грн. Термін виконання усіх етапів розробки становить 8 днів для команди, до якої входять UX/UI-дизайнер, frontend-девелопер та контент-менеджер. Очікувана сума прибутку складе 9377,47 грн, що свідчить про доцільність впровадження запропонованого мобільного застосунку на підприємстві.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було розроблено сучасний, функціональний та зручний у використанні мобільний застосунок для віртуальної стилізації образів з власного гардеробу. У межах проєкту були виконані всі необхідні етапи, що охоплюють аналітичну, проєктну й практичну частини, що дозволило досягти поставлених цілей і завдань.

На початковому етапі було обґрунтовано актуальність теми. У сучасному світі питання особистого стилю, організації гардеробу та раціонального використання одягу стають дедалі важливішими. Молодь активно шукає зручні цифрові інструменти для планування образів, створення стилістичних комбінацій та самовираження. При цьому на ринку відчувається нестача мобільних додатків, які одночасно поєднують зручний UX, естетичний інтерфейс і продуманий функціонал. Саме тому розробка такого продукту є своєчасною та затребуваною.

У теоретичній частині роботи було здійснено огляд наукових і прикладних джерел, присвячених тематиці UX/UI дизайну, а також аналіз аналогічних мобільних додатків, представлених на ринку. Детально розглянуто їхні сильні й слабкі сторони, що дозволило сформувавши унікальний підхід до проєктування власного інтерфейсу. Було виокремлено найкращі практики, зокрема адаптивність дизайну, інтерактивність, мінімалістичний стиль, візуальну логіку інтерфейсу, що сприяє позитивному користувацькому досвіду.

Особлива увага приділялася аналізу цільової аудиторії. Було створено узагальнений психологічний портрет користувача – активного представника покоління Z, візуально орієнтованого, мобільного, емоційно чутливого до дизайну та зацікавленого у швидкій і зручній взаємодії з цифровим продуктом. Створення user persona дало змогу глибше зрозуміти очікування

користувачів і сформулювати відповідні вимоги до структури, стилю та функціоналу інтерфейсу.

На основі зібраних даних було сформульовано функціональні та нефункціональні вимоги до додатку. Серед ключових функцій – реєстрація користувача, завантаження зображень одягу, категоризація речей, створення образів, їхнє збереження, редагування, планування у вбудованому календарі та отримання стилістичних рекомендацій. Також важливою стала реалізація швидкого пошуку, фільтрації та можливості збереження улюблених луків.

У практичній частині було виконано проектування інтерфейсу мобільного додатку в середовищі Figma. Розроблено логіку переходів між екранами, створено низку прототипів, визначено ключові user flows. Дизайн побудований відповідно до принципів юзабіліті, адаптований під мобільні пристрої, зокрема iOS (iPhone 13/14), з урахуванням типографіки, кольорової палітри, модульної сітки та сучасних UI-трендів. Результатом стала модель додатку, що відображає естетичний, зручний та логічний інтерфейс.

Окремо було розглянуто питання безпечної та ефективної організації праці під час роботи з комп'ютерною технікою. Розділи, присвячені вимогам до приміщень комп'ютерних кабінетів, гігієні праці, профілактиці професійних захворювань і регуляції психоемоційного навантаження, підкреслюють значення дотримання санітарно-гігієнічних, ергономічних і психологічних умов для забезпечення здоров'я й працездатності розробників та користувачів цифрових продуктів.

Загалом, у межах кваліфікаційної роботи було створено цілісне бачення мобільного додатку нового покоління, що об'єднує технологічність, зручність і стиль. Результати дослідження й практичної реалізації можуть бути використані як основа для подальшої розробки повноцінного програмного продукту, його впровадження на ринок та комерційної реалізації. Запропонований підхід має потенціал до масштабування й адаптації під інші платформи, функціональні розширення й оновлення, що робить проєкт актуальним у довгостроковій перспективі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Вимоги до додатків, поняття гайдлайна. URL: <https://training.qatestlab.com/blog/technical-articles/application-requirements-guideline/> (Дата звернення: 12.03.2025)
2. Інтерфейс без помилок: що таке User Flow та чому він важливий для розробки. URL: <https://highload.tech/uk/user-flow/> (дата звернення: 18.04.2025).
3. Як скласти цільову аудиторію для мобільного застосунку. URL: <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/> (дата звернення: 14.04.2025).
4. Як визначити цільову аудиторію. URL: <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/> (дата звернення: 18.03.2025).
5. Як визначити user persona для мобільного застосунку URL: <https://podbiratel.com/pm/product-start/user-persona-examples> (дата звернення: 11.04.2025).
6. Мобільний додаток «Smart Closet» URL: <https://apps.apple.com/de/app/smart-closet-your-stylist/id1198057728/> (дата звернення: 12.02.2025).
7. Мобільний додаток «Stylebook». URL: <https://apps.apple.com/de/app/stylebook/id335709058>. (дата звернення: 12.02.2025).
8. Мобільний додаток «Closet+». URL: <https://apps.apple.com/ru/app/closet/id309532414> (дата звернення: 12.04.2025).
9. Мобільний додаток «Pureple» URL: <https://apps.apple.com/us/app/pureple-outfit-planner/id628106373/> (дата звернення: 18.05.2025).
10. Бізюк А. В., Прибиткова Н. І. Оцінка і вибір технології створення мультимедійного електронного видання / А. В. Бізюк, Н. І. Прибиткова // Харківський національний економічний університет.
11. Бізюк А.В., Пономарьова О.В. Аналіз функціональних можливостей елементів дизайну для мобільного застосунку // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2024. Т. 1. С. 207-208.

12. Дейнеко Ж.В., Менделєва М.В. Методика тестування інтерфейсів сайтів на основі функціонального та юзабіліті тестування // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2024. Т. 1. С. 187-188.

13. Дейнеко Ж.В., Медведєва Г.М. Іконки, кольори і прогрес-бари: візуальні елементи гейміфікації як мотиватори // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2025. Т. 1. 138-139.

14. Дейнеко Ж.В., Медведєва Г.М. Іконографіка та її роль у спрощенні взаємодії користувачів із мобільним застосунком // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2025. Т. 1. 138-139.

15. Головні терміни з Figma. URL: <https://cases.media/article/sho-take-figma-ta-dlya-kogo-vona-potribna?srsltid=AfmBOop5jVJ6lORCPjsRYdJIs-097YK32BV0R9pT31pOJRIWmnT0DF6S> (дата звернення: 01.03.2025).

16. Головні терміни з Adobe Illustrator URL: <https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html> (Дата звернення: 15.04.2025).

17. Як розробляти прототип у Figma URL: <https://freshtech.global/ua/blog/layout-development-in-figma-from-concept-to-finished-prototype#> (дата звернення: 18.05.2025).

18. Як побудувати макет для мобільного застосунку URL: <https://wezom.com.ua/blog/dizayn-prilozheniy-dlya-iphone> (дата звернення: 18.04.2025).

19. Як побудувати модульну сітку для мобільного застосунку URL: <https://ux.pub/editorial/sitki-v-dizaini-mobilnikh-dodatktiv-316d> (дата звернення: 08.04.2025).

20. Головні терміни з програми Figma URL: <https://www.uprock.ru/education/razmery-ui-elementov-v-prilozheniyah> (дата звернення: 10.03.2025).

21. Як зробити проєктування мобільного застосунку URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/proektirovanie-mobilnogo-prilozheniya#> (дата звернення: 25.04.2025).

22. Модульні сітки в UI: найкращі практики використання. URL: <https://ux-journal.ru/setki-v-dizajne-mobilnyh-prilozhenij-ios-android-i-bootstrap.html> (дата звернення: 16.02.2025).

23. Як адаптувати екрани під мобільні телефони URL: <https://www.uprock.ru/education/razmery-ui-elementov-v-prilozheniyah> (дата звернення: 18.02.2025).

24. Як обрати оптимальний розмір шрифту під мобільний додаток URL: <https://skillbox.ru/media/design/6-tips-mobile-typo/> (дата звернення: 02.04.2025).

25. Правильне прототипування мобільного застосунку URL: <https://dizz.in.ua/uk/chto-takoe-prototipirovanie/> (дата звернення: 09.02.2025).

26. Що таке low-fidelity прототипу для мобільного застосунку URL: <https://dou.ua/lenta/articles/prototyping-for-managers/> (дата звернення: 05.04.2025).