

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «Дизайн»
Кафедра «Мультимедійний дизайн»

Касараб Каріна Юріївна

ДИЗАЙН МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ “VGORY”

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр»
зі спеціальності В2 Дизайн
ОПП «Мультимедійний дизайн»

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ К. Ю. Касараб

Керівник: Іноземцева Світлана Володимирівна
кандидат педагогічних наук, доцент

Харків–2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ	7
1.1. Додаток «В Похід Карпатами»-.....	7
1.2. Додаток “Komoot”-	8
1.3. Додаток “Mapy.com”-	9
1.4. Додаток “Wikiloc”-.....	9
1.5. Додаток “AllTrails”-.....	10
1.6. Додаток “Strava”-	11
1.7. Додаток “Relive”-.....	11
1.8. Додаток “Polarsteps”-.....	12
1.9. Додаток “Canva”-	13
1.10. Спільнота “Outdoor Community”-.....	14
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ПРОЕКТУ	15
2.1. Концепція роботи та структура дипломного проекту.....	15
2.2. Стилiстична концепція дизайну мобільного додатку “VGORY”.	17
2.3. Технічні характеристики та особливості.....	18
2.4. Звукове рішення.	19
ВИСНОВКИ.....	20
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	21
ДОДАТОК I. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ.....	23
ДОДАТОК II. ПРОЄКТНА ПРОПОЗИЦІЯ.	29
ДОДАТОК III. ЕСКІЗНІ ПОШУКИ.....	35

ВСТУП

Сьогоденний туризм в Україні переживає період глибокого переосмислення. В умовах повномасштабного вторгнення та обмежених можливостей виїзду за кордон внутрішній туризм став не просто альтернативою звичним маршрутам, а свідомим і значущим вибором українців. Карпати, з їхніми лісовими стежками, гірськими масивами та мальовничими вершинами, перетворилися на простір, де люди шукають не лише фізичне навантаження, а й відновлення, натхнення та живий зв'язок із рідною землею. Внутрішній туризм відіграє важливу роль в економічному розвитку держави, збереженні культурних та природних ресурсів, зміцненні соціальної ідентичності та національної свідомості населення. Туризм набуває нового змісту, він стає способом пізнавати власну країну, підтримувати її та будувати ідентичність через безпосередній досвід. Саме у цьому контексті народилася ідея мобільного застосунку “VGORY”, що супроводжує мандрівника не лише координатами на карті, а й у його внутрішньому, особистому досвіді подорожі.

Сьогоднішній турист це не просто людина з рюкзаком і компасом. Це людина зі смартфоном, яка очікує від застосунку не лише точних навігаційних даних, а й зручного, естетичного та мотивуючого середовища. Туристи активно використовують цифрові технології на всіх етапах подорожі, від планування до обміну враженнями після повернення.

Актуальність теми обумовлена зростанням інтересу до гірського туризму в Україні [6]. Українські Карпати є базовим ресурсом для розвитку пішохідного маршрутного туризму, оскільки регіон пропонує різноманітні природно-кліматичні умови та розвинену мережу туристичних стежок [3]. Внутрішній туризм є живим і працює, перш за все завдяки українцям, які відкривають свою країну заново, і саме тому якісний та сучасний цифровий продукт для мандрівників Карпатами перетворюється на нагальну суспільну необхідність [4].

Варто зазначити, що більшість існуючих додатків для гірського туризму, як українських, так і міжнародних, не відповідають очікуванням користувачів-туристів повною мірою. Вони є або перевантаженими технічною інформацією без урахування емоційного виміру користувача, або візуально застарілими, не адаптованими до реалій та контексту українського мандрівника. Користувачі часто встановлюють емоційний зв'язок з усіма використовуваними продуктами, дизайнери знаходять дедалі нові візуальні рішення, щоб задовольнити потреби [2]. Відсутність мотиваційних систем, неможливість зберігати особисті нотатки та враження від маршруту, брак живої комунікації між учасниками туристичної спільноти формує очевидну прогалину на ринку, яку і покликаний заповнити проєкт “VGORY”. Все вище сказане свідчить, що актуальність обраної нами теми не викликає сумніву.

Метою проєкту є розробка концепції та UX/UI-дизайну мобільного, сучасного цифрового інструменту для туристів, що подорожують Карпатами, додатку “VGORY”. Застосунок має поєднувати навігаційні функції з глибоким емоційним шаром взаємодії, формуючи цілісне середовище, у якому мандрівник може не лише прокласти маршрут, а й повноцінно пережити та зберегти свій досвід. Ключовим завданням є зміна самої парадигми взаємодії з туристичним застосунком: від колекціонування відвіданих місць до колекціонування відчуттів і живих моментів, які залишаються в пам'яті.

Робота над проєктом охоплює кілька взаємопов'язаних напрямів роботи. По-перше, це проєктування повного користувацького flow, від першого знайомства з масивами та маршрутами до детальних екранів окремих вершин, трекінгу та особистого простору спогадів. По-друге, розробка системи гейміфікації, що ґрунтується не на формальних бейджах і рейтингах, а на емоційно значущих досягненнях, які відображають якість пережитого досвіду мандрівника, мотивує до подальшої взаємодії та перетворює рутинний процес на щоденну звичку [11, 9]. По-третє, створення функції колажу-спогадів. Інструмент, що дозволяє користувачеві фіксувати фрагменти своєї подорожі у вигляді живої, особистої колекції вражень. По-четверте, проєктування

інтерфейсу в концепті calm-tech та стилістиці soft flat design, а саме мінімалістичного, «дихаючого», ненав'язливого дизайну з природною кольоровою палітрою, що не перевантажує увагу, а, навпаки, підсилює присутність людини у моменті. UX-дизайн мобільного застосунку означає суб'єктивний досвід, з яким стикається користувач, що вказує на те, що він може бути хорошим, поганим або сповненим інших емоцій [12, 7]. Наступним є врахування потреби у спільноті, можливість спілкуватися з іншими мандрівниками в режимі реального часу, ділитися маршрутами та досвідом у межах єдиної платформи. Таким чином, “VGORY” є не лише навігаційним інструментом, а цифровим простором для емоційного туризму, де технологія стає непомітним, але уважним супутником на шляху.

Новизна проєкту “VGORY” полягає у поєднанні трьох напрямів, що досі існували відокремлено: навігаційної функціональності, емоційного UX та елементів оповідання у межах одного мобільного продукту, адаптованого до українського контексту та туристичної культури. Крім того, він пропонує середовище, де мандрівник може фіксувати особисті враження у форматі інтерактивного колажу, отримувати досягнення, що відображають не кількість пройдених кілометрів, а глибину пережитого досвіду, та взаємодіяти зі спільнотою людей, які поділяють ті самі цінності.

Окремою і важливою складовою новизни є чітка локальна ідентичність продукту. Орієнтація на Карпати, українська мова та культурний контекст є не декоративним фоном, а органічною й невід'ємною частиною концепції [1]. В умовах, коли Україна переосмислює власну ідентичність та роль цифрових продуктів у суспільному житті, а також в умовах війни, створення конкурентоспроможного, самобутнього вітчизняного, туристичного застосунку набуває особливого соціального значення [10, 8]. “VGORY” має стати продуктом, що говорить мовою українського мандрівника, розуміє його маршрути та поважає його досвід. Сучасні тенденції розвитку геотуризму в Карпатському регіоні підтверджують, що попит на якісні цифрові продукти для гірських мандрівників зростатиме й надалі [5].

На нашу думку, варто додати визначення певних дефініцій стосовно обраної теми.

UX-дизайн (User Experience) – це процес проєктування взаємодії користувача з продуктом з метою забезпечення інтуїтивного, зручного та задовільного користування.

UI-дизайн (User Interface) – це візуальне оформлення інтерфейсу цифрового продукту, що включає кольори, типографіку, іконки, кнопки та інші елементи взаємодії.

Флоу (Flow) – послідовність дій користувача у застосунку, шлях від початкового екрану до кінцевої мети. Тут про “від першого знайомства з масивами та маршрутами до детальних екранів”.

Трекінг (Tracking) – відстеження маршруту або дій користувача, у твоєму випадку – рух по гірських стежках і прогрес у подорожі.

Гейміфікація (Gamification) – застосування ігрових механік у неігровому продукті для мотивації користувача (нагороди, досягнення, челленджі).

Бейджі (Badges) – віртуальні значки або нагороди, які користувач отримує за певні досягнення чи активності у застосунку.

Calm-tech – концепт “спокійних технологій”: інтерфейс допомагає користувачу без перевантаження уваги, підтримує концентрацію, мінімізує стрес.

Soft flat design – візуальний стиль, поєднує плоский дизайн (flat) з м’якими елементами, плавними тінями, натуральними кольорами, щоб інтерфейс був легким і приємним для ока.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ

Для дослідження обрано кілька мобільних застосунків та онлайн-платформ для туристів, які пропонують різні підходи до навігації, планування маршрутів і створення особистого досвіду подорожей. Кожен із них має свій стиль, структуру та спосіб взаємодії з користувачем, тому далі аналіз зосереджено на дизайнерських рішеннях, елементах інтерфейсу та візуальних підходах, що можуть надихнути на розробку додатку “VGORY”. Особливу увагу приділено тому, як платформи мотивують користувачів, роблять досвід подорожі зрозумілим та емоційно привабливим, як цифрові інструменти допомагають поєднати функціональність із задоволенням від користування.

1.1. Додаток «В Похід Карпатами» єдиний повноцінний україномовний додаток для гірського туризму в Карпатах¹ (Іл. 1.1). Його основна мета надати туристу інформацію про маршрути, вершини, масиви та умови в горах. Це прямий конкурент і найближчий за тематикою аналог до “VGORY”.

З точки зору дизайну, застосунок є типово утилітарним: переважно білий фон, щільна типографіка, перевантажені екрани з текстом і технічними характеристиками. Інформаційна архітектура намагається охопити все одразу: маршрути, карти, погоду, безпеку, але це створює відчуття каталогу, а не живого продукту. Навігація між розділами є не завжди інтуїтивною, а візуальна ієрархія не виражена. Кольорова схема нейтральна, але не має власної ідентичності чи характеру.

Безперечна сила цього застосунку у локальному контексті: українська мова, актуальні карпатські маршрути, відповідальний підхід до безпеки, чат і можливість зв'язку зі спільнотою. Це те, чого немає в жодному іноземному аналозі. Однак саме в цьому і розрив між потенціалом і реалізацією: продукт має потужний зміст, але слабку форму. Відсутні будь-які елементи емоційного

¹ <https://vpohid.com.ua/>

дизайну, гейміфікації чи простору для особистих вражень. Взаємодія з застосунком прагматична, але не приносить задоволення.

Для нашого проєкту корисним було б запозичити усвідомлення, що локальний контекст має перевагу, яку треба підкреслювати дизайном, а не лише змістом. “VGORY” має говорити українською не лише текстом, а й візуальним характером. Підхід до структури маршрутів і масивів варто запозичити як базу, але суттєво переосмислити через призму емоційного UX.

1.2. Додаток “Komoot” один із найвпливовіших у світі застосунків для планування маршрутів у горах, на велосипеді та пішки. Його ключова цінність полягає у детальному плануванні треку з урахуванням типу поверхні, набору висоти та рівня складності ² (Іл. 1.2). Для нашого проєкту він є орієнтиром у частині навігації та UX маршрутів.

Дизайн “Komoot” витриманий і зрілий. Карта займає центральне місце в інтерфейсі, а решта елементів підпорядкована їй. Колірна схема стримана, з акцентним зеленим, що підкреслює зв'язок з природою. Типографіка чиста, з хорошою ієрархією. Особливо вдало реалізована картка маршруту: профіль висоти, фотографії, рейтинг, тривалість та опис, все в одному скролі, без зайвого. Навігаційна структура застосунку логічна: «Відкрити», «Запланувати», «Записати» – три чіткі дії, що не перетинаються.

Сильна сторона у функціональній глибині без візуальної перевантаженості. Komoot вміє бути щедрим на інформацію і водночас не тиснути. Проте емоційний шар тут майже відсутній: застосунок технічно бездоганний, але холодний. Досягнення існують, але сприймаються як формальність. Фотографії є, але вони більше про маршрут, ніж про переживання. Спільнота є, але живе паралельно, а не в центрі продукту.

Для нашого проєкту цінною є ідея щодо логіки картки маршруту, як інформаційного об'єкту, структура навігаційного flow та принцип «карта як

² <https://www.komoot.com/>

головний герой», а також підхід до візуальної стриманості: дизайн не повинен перебивати природу.

1.3. Додаток “Mapy.com” – чеський картографічний застосунок із надзвичайно деталізованими туристичними картами, особливо сильний у зображенні гірської місцевості ³ (Іл. 1.3). Для “VGORY” він є аналогом у частині якості та зручності картографічного шару.

Дизайн “Mapy.com” підпорядкований одній меті, а саме карті. Інтерфейс максимально мінімізований: кнопки невеликі, накладені на карту лише найнеобхідніші елементи, решта схована в меню. Це дає відчуття простору і дозволяє карті «дихати». Картографічний шар сам по собі є дизайн-рішенням: кольори доріжок, рельєф, позначення вершин, туристична розмітка, все це зроблено з хорошим відчуттям читабельності на різних масштабах. Загальна палітра застосунку нейтральна, функціональна, з акцентом на контрастність позначок. “Mapy.com” є зразком того, як детальна інформація може існувати без хаосу. Проте поза картою застосунок майже нічим не цікавий: екрани об'єктів, маршрутів та пошуку виглядають функціонально, але безхарактерно, без жодної емоційної мови.

На нашу думку у власному проєкті доцільно використати принцип «карта як первинний елемент» і підхід до мінімізації UI-накладок на картографічний шар. Також ідею про те, що деталізація та чистота можуть існувати разом, якщо добре вибудована ієрархія відображення інформації.

1.4. Додаток “Wikiloc” – платформа для збереження та обміну GPS-треками, де основна цінність у спільноті, яка завантажує власні маршрути ⁴ (Іл. 1.4). Для “VGORY” він є аналогом у частині карти та ком'юніті-механік.

З точки зору дизайну, “Wikiloc” виглядає застарілим. Щільна сітка іконок, змішані шрифти, неоднорідний візуальний стиль між веб- і мобільною версіями. Карта перевантажена треками, і без фільтрації орієнтуватися складно. Кнопки та елементи управління не мають єдиної системи відступів.

³ <https://mapy.com/uk/>

⁴ <https://uk.wikiloc.com/>

Проте, незважаючи на візуальну строкатість, картки маршрутів несуть достатньо інформації: фото, рейтинг, довжина, перепад висот, коментарі.

Сильні сторони “Wikiloc” у соціальній механіці: можливість «зберегти» чужий маршрут, прокоментувати, оцінити, побачити, хто ще пройшов цей трек. Ця живість ком'юніті компенсує багато візуальних недоліків. Саме тут видно, що продукт розвивався знизу вгору: від потреби спільноти, а не від дизайну.

З “Wikiloc” варто запозичити ідею соціальної прив'язки до маршруту: можливість бачити, що конкретний трек вже пройшли інші люди, читати їхні нотатки й враження. Це формує відчуття живої мапи, а не статичного каталогу.

1.5. Додаток “AllTrails” один із найпопулярніших у світі застосунків для хайкінгу, орієнтований на структуру каталогу маршрутів з рейтинговою системою і фільтрацією ⁵ (Іл. 1.5). Для нашого проєкту він є орієнтиром у частині UI-структури та загального підходу до організації контенту.

Дизайн “AllTrails” після ребрендингу 2021 року суттєво дорослішав. Застосунок використовує темно-зелений як ключовий колір ідентичності, типографіка чітка, ієрархія виражена. Картки маршрутів добре структуровані: назва, складність, довжина, рейтинг і фотографія утворюють читабельний блок. Фільтрація одна з найсильніших у ніші. Карта інтегрована органічно, і між режимом «список» і «карта» є плавне перемикання.

Сильна сторона “AllTrails” у системності. Це продукт, у якому відчувається дизайн-система: всі компоненти узгоджені між собою. Слабша сторона у все ж таки надмірній зосередженості на каталозі. Після того як маршрут завершений, застосунок практично «відключається», немає місця для зберігання вражень, емоцій, нотаток. Це інструмент до, але не після і не під час у людському сенсі.

В якості аналога ми обрали цей сайт через принципи побудови картки маршруту та систему фільтрації, логіку рейтингу складності як навігаційного

⁵ <https://www.alltrails.com/>

інструменту, а не просто декоративного елемента. Від “AllTrails” найцінніше для нашого проєкту є системність підходу до UI-компонентів, але варто відмовитись від холодної, каталожної логіки на користь теплішого, більш особистого тону.

1.6. Додаток “Strava” для бігунів і велосипедистів, але з потужним потенціалом для хайкінгу ⁶ (Іл. 1.6). Вона є аналогом передусім у частині гейміфікації та системи досягнень.

Дизайн “Strava” енергійний і динамічний, фірмовий помаранчевий є сильним акцентним кольором, що добре читається і асоціюється з активністю та прогресом. Профіль активності побудований навколо статистики: карта треку, графік темпу, набір висоти, пульс, все це подається у вигляді дашборду. Стрічка активності нагадує соціальну мережу: лайки, коментарі, що в сукупності сильно мотивує до продовження. Досягнення чітко виділені і вбудовані у контекст активності, а не існують окремою вкладкою.

“Strava” зробила гейміфікацію природньою частиною щоденного досвіду: людина не шукає свої нагороди, вона просто бачить їх після кожного активного виходу. Це дуже важливий UX-принцип. Проте для нашого проєкту “Strava” є занадто спортивною і кількісною: акцент на секундах, кілометрах і рангах не відповідає ідеї емоційного туризму. Тут бракує теплоти, особистого простору, відчуття місця.

Цей аналог корисний через ідею переосмислення досягнення як частини потоку активності. Також цікавим є принцип візуального підкреслення моменту досягнення, що дає дофамінову реакцію, але сам зміст досягнень змінюється: не «пробіжати 100 км», а «вперше побачити схід сонця з вершини», що є нагородою за відчуття, а не за цифру.

1.7. Додаток “Relive” перетворює записаний трек у коротке відеоролик з точками зупинок і фотографіями ⁷ (Іл. 1.7). Його основна концепція

⁶ <https://www.strava.com/>

⁷ <https://www.relive.com/>

полягає у «твоя активність як кінематографічна історія». Це прямий аналог концепції «досвід як пам'ять».

Візуальна мова “Relive” дуже виразна: темний інтерфейс, кінематографічні переходи, тривимірна анімація рельєфу. Продукт робить навіть звичайну прогулянку схожою на пригоду з трейлером. Екран перегляду слугує головною ювелірною робота: камера летить над маршрутом, вставляються фото з точними геолокаціями, музика підкреслює настрій.

Сила “Relive” в автоматизації сторітелінгу: користувач нічого не конструює вручну, результат з'являється сам. Це знижує поріг входу та робить досвід магічним. Проте слабкість у тому, що продукт одновимірний: формат відео-ролика є єдиною мовою вираження. Немає місця для текстових нотаток, особистих роздумів, вільної компоновки. Крім того, темний й «кінематографічний» стиль може бути важким для повсякденного використання.

Для нашого проєкту варто використати ключову ідею: похід може стати наративом, але на відміну від “Relive”, де наратив – це відео, а у “VGORY” він існує як колаж, особиста збірка: вільна, рукотворна, жива. Ідея «автоматичного» збирання моментів за геоданими теж резонує та може бути адаптована у функції колажу-спогадів.

1.8. Додаток “Polarsteps” для відстеження подорожей у реальному часі з можливістю вести щоденник, додавати фото та ділитися маршрутом зі спільнотою ⁸ (Іл. 1.8). Концептуально він найближчий до ідеї “VGORY” у частині «подорож як особиста історія».

Дизайн “Polarsteps” теплий та людський. Основний елемент як лінія маршруту на карті з точками зупинок, до кожної з яких прив'язаний запис і фото. Картки записів нагадують сторінки щоденника: великий знімок, підпис, дата. Загальна кольорова гамма у м'яких тонах, ніби вицвілий фотоальбом.

⁸ <https://www.polarsteps.com/>

Типографіка читабельна, розміри елементів комфортні. Профіль мандрівника виглядає як хронологія пережитого, а не список відміток.

“Polarsteps” першим серед подібних продуктів зробив акцент на особистій пам'яті й щоденниковому форматі. Ком'юніті тут теж живе: можна стежити за мандрівниками, дивитися їхні маршрути, надихатися. Проте з точки зору дизайну є обмеження: формат запису жорсткий (фото і текст), немає гнучкості в компоновці, немає гейміфікації чи системи прогресу. Застосунок орієнтований на тривалі подорожі, а не на одноденні гірські виходи.

Для нашого проєкту корисною є загальна концепція, де «маршрут як хронологія особистих моментів», «теплота» щоденникового тону та ідея публічного профілю мандрівника. Принцип «кожна точка на карті не координата, а спогад» є одним із фундаментальних для додатку “VGORY”.

1.9. Додаток “Canva” є веб-та мобільним інструментом для графічного дизайну, орієнтований на широку аудиторію без спеціальних навичок ⁹ (Іл. 1.9). Додаток є аналогом виключно у частині колажної механіки та логіки вільного компонування елементів.

З точки зору дизайну самого продукту, “Canva” є дуже зрілим і продуманим. Робоча зона чиста, елементи управління розміщені по периметру та не заважають контенту. Інтерфейс інтуїтивний настільки, що користувач починає діяти без жодних інструкцій. Шаблони задають стартову точку, але не обмежують, отже можна вийти за рамки будь-якого макету. Система сіток, напрямних та автовирівнювання робить процес компонування легким і задоволеним.

В якості аналога ми обрали цей додаток через UX-принцип вільного компонування як основу колажу-спогадів. Функція збору вражень у нашому проєкті має мати схожість: перетягти фото, додати нотатку, вибрати фрагмент

⁹ <https://www.canva.com/>

карти та отримати свою сторінку подорожі. Ідея шаблонів як стартової точки теж може бути адаптована для початку нового «запису маршруту».

1.10. Спільнота “Outdoor Community”. Під “Outdoor Community” мається на увазі не один продукт, а сукупність візуальних рішень, від брендів спорядження (“Arc'teryx”, “Patagonia”, “Salewa”) до гірських фотографів в соціальних мережах та аутдор-медіа ¹⁰ (Іл. 1.10). Для проєкту “VGORY” це аналог у частині кольорової палітри, та візуальної мови взагалом.

Ця спільнота говорить дуже впізнаваною мовою: земляні, ненасичені кольори (охра, теракота, глибокий хвойний, туманний сірий, пісок). Фотографія – широкий кут, контрове світло, людина як маленька точка в пейзажі. Типографіка – гротески з характером, іноді з'являються засічки для теплоти. Загальна тональність у мінімалізмі із душею: нічого зайвого, але кожна деталь має сенс. Найсильніша риса цієї мови у її автентичності. Бренди на кшталт “Patagonia” або фотографи на кшталт Chris Burkard будують образ, де природа є головним героєм, а продукт чи застосунок лише інструментом. Ця ієрархія цінностей є дуже важливою і рідкісною для діджитал-продуктів.

Нашу увагу привернула візуальна мова “Outdoor Community”, а саме кольорова палітра у теплих, землянистих, «карпатських» відтінках як основа UI. Також цікавим є фотографічний підхід до ілюстрацій та онбордингу: живі кадри з природи, а не стокові чи намальовані картинки. І головним у загальній тональності: застосунок має відчуватися так само, як відчувається хороший гірський бренд, а саме щирим, спокійним та з повагою до місця.

¹⁰ <https://www.google.com/search?q=outdoor+hike+palette>

РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ПРОЕКТУ

2.1. Концепція роботи та структура дипломного проєкту.

Наш проєкт спрямований на розробку UX/UI-дизайну мобільного застосунку для туристів, що подорожують Карпатами. Головною метою застосунку є створення цифрового середовища, яке супроводжує мандрівника не лише як навігаційний інструмент, а як особистий простір для збереження досвіду подорожі. На відміну від більшості існуючих рішень, “VGORY” орієнтований не на технічні параметри маршруту, а на емоційний зв'язок між мандрівником і горами.

Актуальність теми дипломного проєкту визначається поєднанням кількох чинників: зростанням внутрішнього туризму в Україні та зокрема попитом на гірські маршрути Карпат, а також відсутністю на ринку якісного україномовного продукту з сучасним UX, мотиваційною системою, простором для особистих вражень. Варто зазначити, що наявність мотиваційної системи та чату для спілкування відрізняє наш додаток від інших. Окрім того у застосунку поєднано calm tech естетику, гейміфікацію й сторітелінг.

Доцільно представити структуру застосунку та навігацію, вибудовані як послідовний, логічний користувацький шлях.

- Першим користувач бачить екран запуску, роль якого створити початковий настрій. На екрані з'являється анімований логотип “VGORY” разом із ключовим повідомленням "стежками до спогадів", яке налаштовує мандрівника на потрібну хвилю.
- Далі екран входу та реєстрації, де надає користувачу можливість увійти до наявного акаунту або створити новий, ввівши особисті дані.
- Після входу користувач потрапляє на головний екран, що є персональним простором із профілем та бічним меню навігації. Саме звідси розгортається весь маршрут взаємодії з застосунком. Меню містить доступ до карти, маршрутів, досягнень, спогадів, збереженого та інших розділів. Праворуч відображається плашка

останнього відкритого екрану, що забезпечує швидке повернення до перерваного шляху. Профіль містить загальну інформацію про користувача: фотографія, нікнейм, досвід, вік, місцезнаходження, особиста думка. Слід зауважити, що профіль можна редагувати.

- Розділ «Маршрути» відкриває каталог гірських масивів, кожен з яких представлений фотографією, площею та кількістю маршрутів.
- Обравши масив, користувач переходить до списку маршрутів. Кожна картка шляху містить фото, приблизну тривалість маршруту, відстань, рівень складності, точки старту та фінішу, а також короткий опис.
- Натиснувши на маршрут, відкривається його детальна сторінка з повним описом, прогнозом погоди, переліком найближчих населених пунктів, суміжних маршрутів та фотогалереєю.
- Перейшовши до пункту «Карта» у головному меню, або натиснувши відповідну кнопку на детальній сторінці маршруту, користувач потрапляє на екран із зображенням рельєфу, лінією треку та тематичними маркерами: місцями для ночівлі, водними об'єктами, точками уваги, небезпеки та інші.
- Після завершення маршруту можна перейти до відповідного досягнення. Застосунок сам відкриває його детальну сторінку. Або ж до розділу «Досягнення» можна потрапити через головне меню, де першим відкривається екран категорій, прив'язаних до конкретних масивів, із загальним прогресом та кількістю виконаних місій.
- Натиснувши на конкретне досягнення, відкривається його детальна сторінка з описом умов виконання, поточним статусом, можливістю відмітити виконання, унікальним стікером-нагородою, а також фотогалереєю.
- Після завершення маршруту застосунок пропонує перейти до розділу «Спогади», або ж туди можна потрапити самостійно через головне меню. Тут зберігається особиста хронологія подорожей у форматі

карток-колажів, власним підписом та обраною музикою, за побажанням.

- Створення колажу відкриває редактор: користувач додає фото, текст, стікери, аудіо, рамки, фони, та інше. Таким чином збирається власна сторінка подорожі, яка залишається як живий спогад про кожен похід.

2.2. Стилiстична концепцiя дизайну мобiльного додатку “VGORY”.

Стилiстична концепцiя нашого проєкту ґрунтується на дизайні, де фіксація уваги не на маршруті, а на моменті подорожі. Розробляючи дизайн застосунку, головною метою було підвищити емоційну залученість та сформувати у користувачів відчуття, що додаток є особистим щоденником мандрівки зі спільнотою однодумців. У більшості додатків не має щоденнику мандрівки, їх цілеспрямоване завдання – пройти маршрут.

У дизайні нашого застосунку фігурує концепція calm tech, стилістика soft flat та занурення у природний мотив, а саме: багато вільного простору між елементами, органічні м'яккі форми, плавні переходи, емоційна типографіка та фотографії як головний візуальний елемент. Навігація між екранами інтуїтивна й послідовна, що полегшує сприйняття інформації й дозволяє користувачу зосередитись на маршруті та враженнях від подорожі. Віддано перевагу шрифтам без засічок з акцентами, завдяки чому додаток відчувається більш «живий». Колірну гамму обрано згідно з палітрою природи. Вона складається з натуральних і землянистих тонів, від насичених хвойних, охрових відтінків до приглушених сіро-зелених, нагадуючи природне середовище Карпат: ліс, ґрунт, туман над гірською полониною тощо. Використання м'яких кольорів забезпечить цілісність продукту з тематикою природи, акцентні кольори виділять найважливіше. Авторські іконки, логотип, стікери-нагороди та інші графічні й анімаційні елементи, схожі за дизайном і стилем, ілюструють та відтворюють різні функції додатку.

Вбудований чат додає застосунку живу спільноту мандрівників. Він відрізняється від звичайних месенджерів тим, що спілкування відбувається всередині спільного контексту, де туристи говорять про конкретні маршрути,

вершини, враження. Це пробуджує пам'ять про пережитий досвід і занурює у відчуття подорожі навіть після повернення додому.

Мова застосунку – українська, що відповідає цільовій аудиторії проєкту та його культурному контексту. Проте назва застосунку подана англійською транслітерацією навмисно, адже українською “VGORY” читається одразу у двох значеннях – «вгору» як напрямок і «вгори» як місце, як сенс всього застосунку в цілому.

Зрештою, стилістична концепція нашого проєкту “VGORY” спрямована на розробку сучасного та корисного путівника для користувачів з мінімалістичним та продуманим дизайном, нагадуючи, що подорож важливіша за точку призначення.

2.3. Технічні характеристики та особливості.

Дипломний проєкт “VGORY” реалізований як концепт мобільного застосунку та представлений у вигляді промо-ролику. Основним інструментом розробки інтерфейсу слугував “Adobe Illustrator”, в якому було побудовано всі екрани застосунку та створено графічні елементи, такі як: іконки, стікери-нагороди та інші деталі. Окремі ілюстративні елементи відмальовані в “Procreate”.

Анімаційна презентація дизайну мобільного додатку створена в програмі “Adobe After Effects”. У ролику застосовано шейпову та шрифтову анімації, додано рух-взаємодію з екранами для відчуття реального UX дизайну. 3D візуалізація інтерфейсу, у форматі мокапів мобільних телефонів, виконана у програмі “Rotato”.

Дипломний проєкт включає в себе дизайн основних екранів мобільного застосунку, розроблені графічні елементи, 2D-анімацію інтерфейсу та промо-ролик мобільного додатку “VGORY”. Інтерфейс застосунку побудований інтуїтивно зрозуміло з логічною структурою та простотою сприйняття. Особлива увага приділена створенню візуалу, що акцентує відчуття зануреності у природний контекст гірської подорожі.

2.4. Звукове рішення.

У межах нашого додатку фоновий звук відсутній, що відповідає концепції calm tech. Проте звукове рішення є у функції створення колажів-спогадів, де користувач може додавати музику як спогад про мандрівку.

Для промо-ролику нашого застосунку було обрано спокійну, атмосферну, з природними мотивами, звукову композицію, що акцентує на відчутті гармонії, як у мандрах.

ВИСНОВКИ

Розвиток внутрішнього туризму в Україні, зокрема в умовах повномасштабного вторгнення, відкрив нову потребу у якісному цифровому продукті для мандрівників. Ця потреба стала початком проєкту «VGORY».

У процесі роботи над проєктом було проведено аналіз існуючих українських і міжнародних аналогів, а також досліджено більшість додатків, що перевантажені технічною інформацією, не викликають емоцій та не мотивують. З огляду на вище сказане, сформувалась авторська концепція мобільного застосунку «VGORY».

Аналіз наукових публікацій з обраної теми дозволив сформувати теоретичну базу проєкту. Дослідження гейміфікації у застосунках підтвердили її ефективність для підвищення залученості користувачів. Статті з UX/UI дизайну сформували принципи побудови емоційного та інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу. А також, розглянуті нами публікації про внутрішній туризм в Україні підтвердили стале зростання попиту на якісні цифрові продукти для мандрівників.

«VGORY» являється концептом мобільного додатку для туристів Карпат, що поєднує маршрути, досягнення, спогади та спільноту. Інтерфейс виконаний у стилістиці soft flat та концепції calm tech, що передбачає природну колірну гамму, вільний простір і органічні форми. Відтворення користувацького досвіду було створено засобами анімації в Adobe After Effects та тривимірної візуалізації в Rotato, дизайн інтерфейсу розроблявся в Adobe Illustrator, також окремі елементи відмальовувались вручну на графічному планшеті.

Цінність нашого проєкту полягає у зміні самої логіки взаємодії з туристичним додатком: від колекції місць до відчуттів. Додаток «VGORY», що поважає досвід мандрівника та зберігає прожиті моменти, має потенціал до реальної розробки функціоналу та може стати першим конкурентоспроможним українським продуктом у цій галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

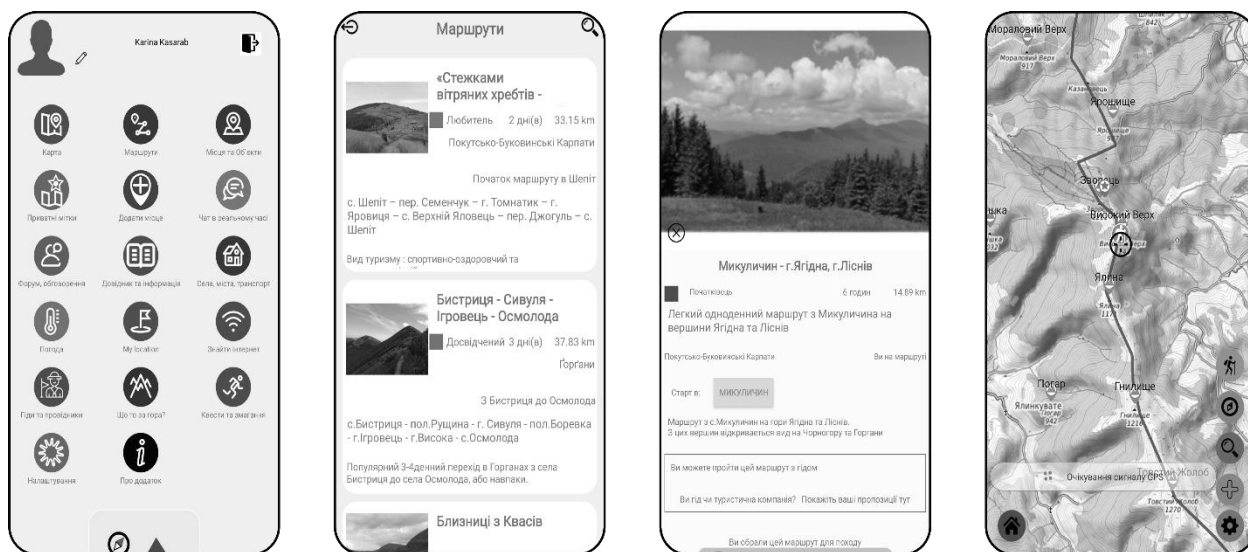
1. Антропологія дизайну: як культурні контексти змінюють мову UI/UX // UXPUД 2025. URL: <https://surl.li/plihrd> (Дата звернення: 10.04.2026)
2. Гуменюк Т. UX і UI мобільних застосунків: що пов'язує дизайн і маркетинг. URL: <https://bit.ly/4c46WaO> (Дата звернення: 26.03.2026)
3. Євтушенко Я. Українські Карпати – базовий ресурс для розвитку пішохідного маршрутного туризму. URL: <https://bit.ly/41Yrs6B> (Дата звернення: 06.04.2026)
4. Зарубіна А., Онойко Ю., Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму // Економіка та суспільство. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-32> (Дата звернення: 08.04.2026)
5. Монастирський В., Ровенчак І., Стецький В., Ганич Н.. Сучасні тенденції розвитку геотуризму у країнах Карпатського регіону // Проблеми геоморфології і палеогеографії Українських Карпат і прилеглих територій. 2025. Т. 18, № 1. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/gpsc.2025.1.4876> (Дата звернення: 09.04.2026)
6. Фортов А. Мешканці Дніпропетровщини масово мандрують Карпатами та Поділлям: як розвивається внутрішній туризм у 2025 році. URL: <https://surl.li/nobh1b> (Дата звернення: 08.04.2026)
7. Чернушенко А. User experience (UX): що це таке і навіщо його покращувати. URL: <https://bit.ly/3OxpqY3> (Дата звернення: 26.03.2026)
8. Шевелюк М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку // Питання культурології. 2021. № 38. С. 226–235. URL: <https://surl.li/cqhagj> (Дата звернення: 10.04.2026)
9. Bitrian P., Buil I., Catalan S. Enhancing user engagement: The role of gamification in mobile apps // Journal of Business Research. 2021. Vol. 132. P. 170–185. URL: <https://surl.li/oatxpj> (Дата звернення: 12.04.2026)

10. Hryhorchuk D. Tourism in Ukraine in the war conditions: the European integration aspect // Economics, Finance and Management Review. 2023. № 2 (14). С. 130–136. URL: <https://bit.ly/4c4MR49> (Дата звернення: 23.03.2026)

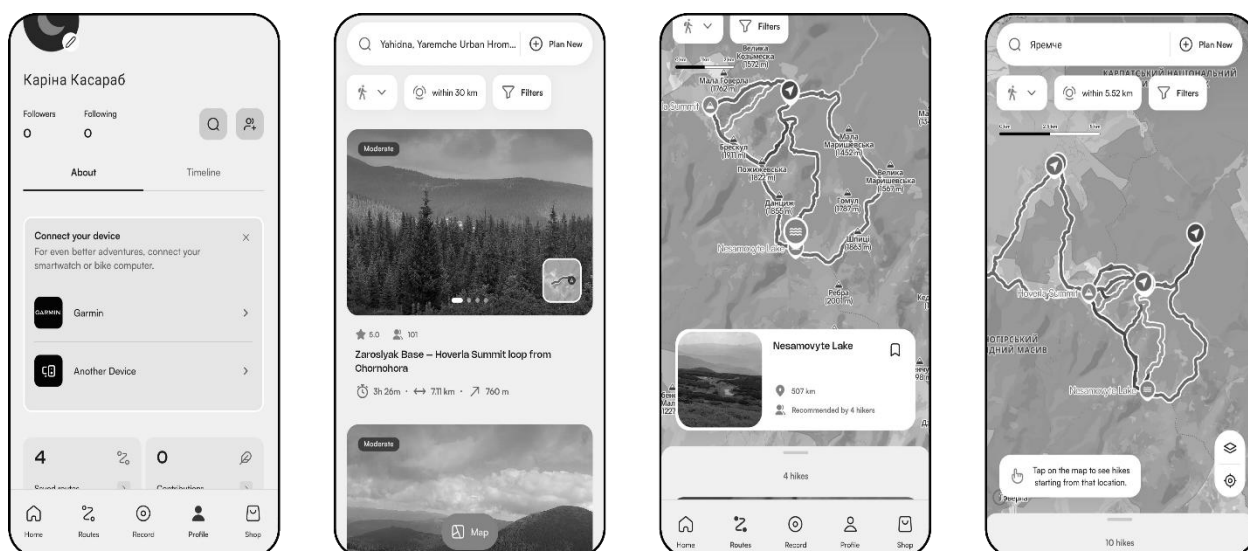
11. Pasca M., Renzi M., Di Pietro L., Guglielmetti M. Gamification in tourism and hospitality research in the era of digital platforms: a systematic literature review // Journal of Service Theory and Practice. 2021. Vol. 31, № 5. P. 691–737. URL: <https://surl.li/cdyfzv> (Дата звернення: 12.04.2026)

12. Vij N. Mobil UX design in 2025: a complete guide. URL: <https://www.netsolutions.com/insights/mobile-ux-design/> (Дата звернення: 06.04.2026)

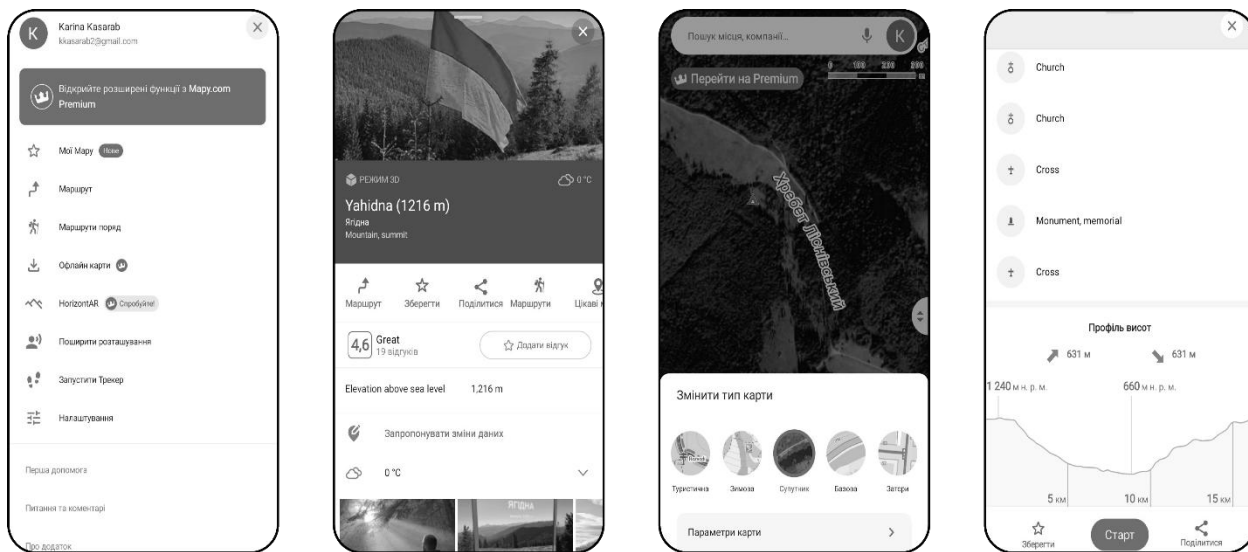
ДОДАТОК І. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ



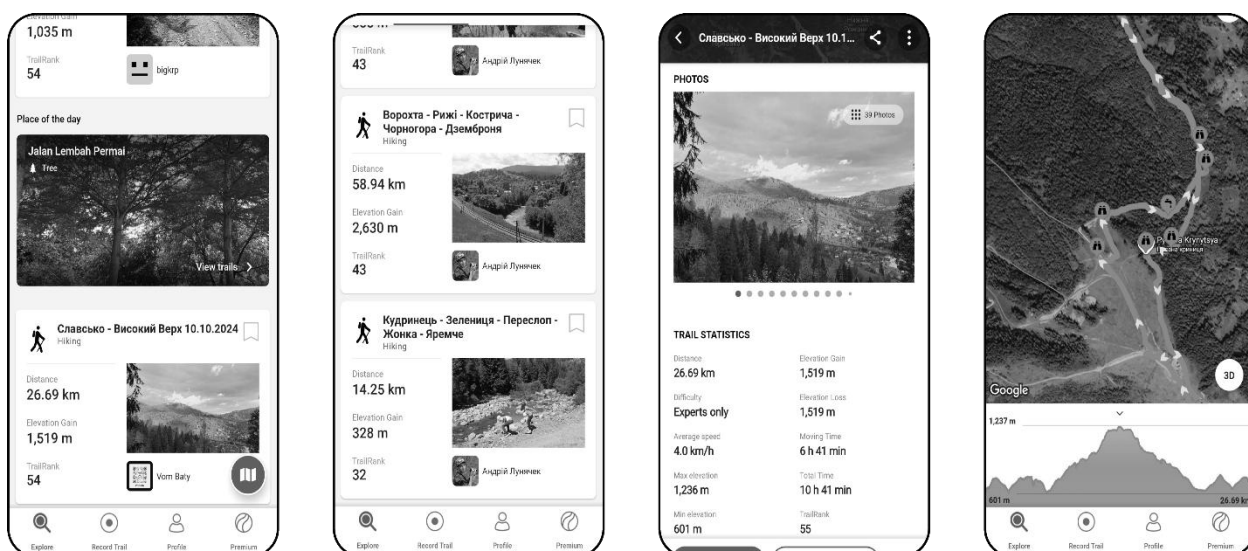
Іл. 1.1. Мобільний додаток «В Похід Карпатами».



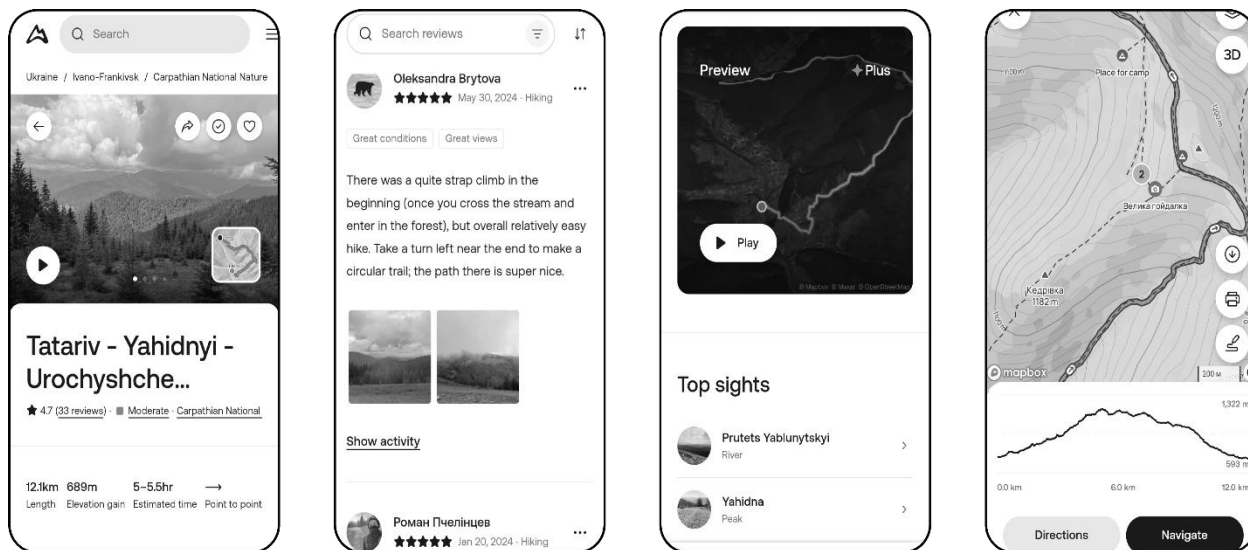
Іл. 1.2. Мобільний додаток “Komoot”.



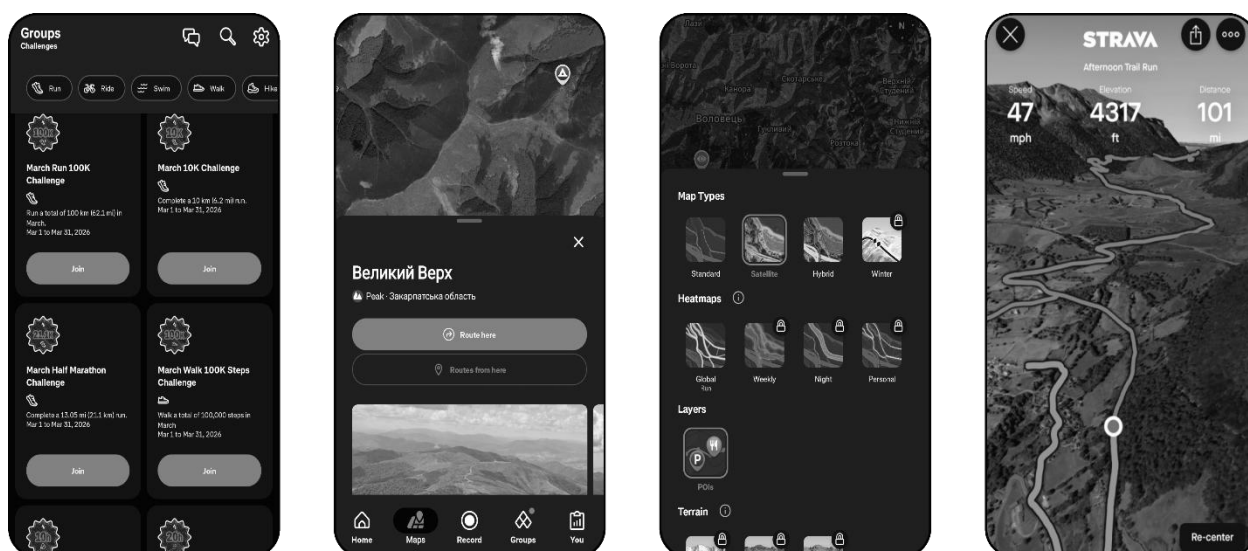
Іл. 1.3. Мобільний додаток “Мару”.



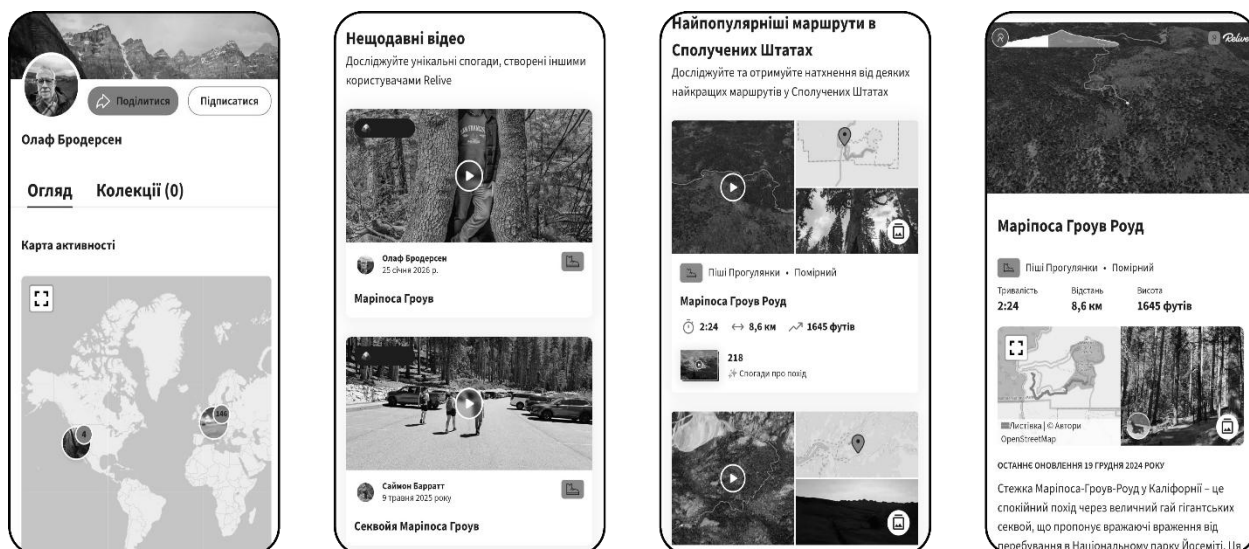
Іл. 1.4. Мобільний додаток “Wikiloc”.



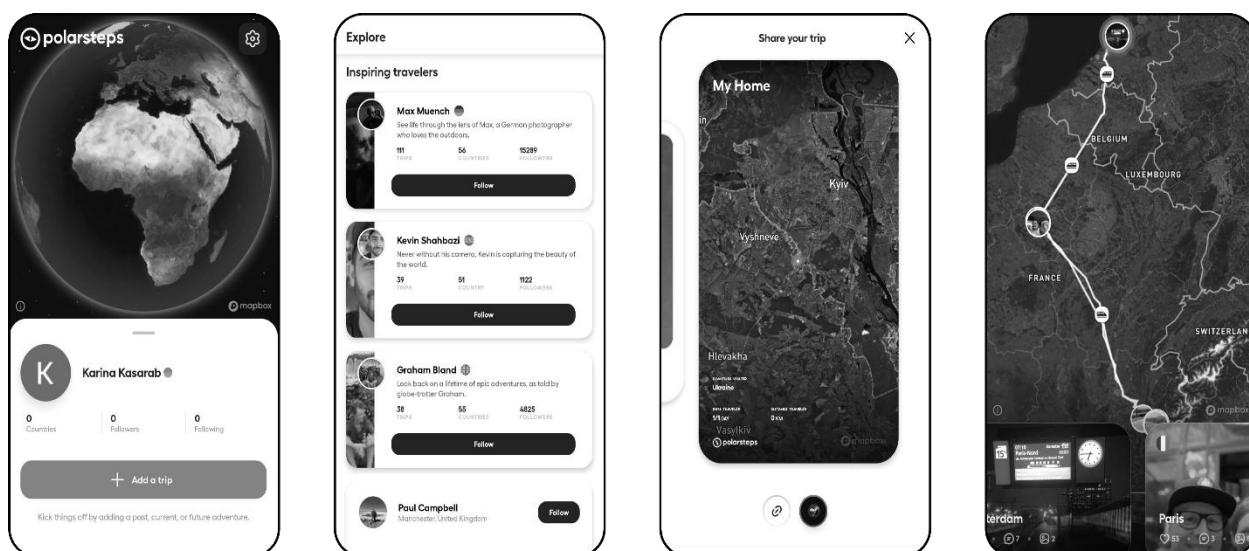
Іл. 1.5. Мобільний додаток “AllTrails”.



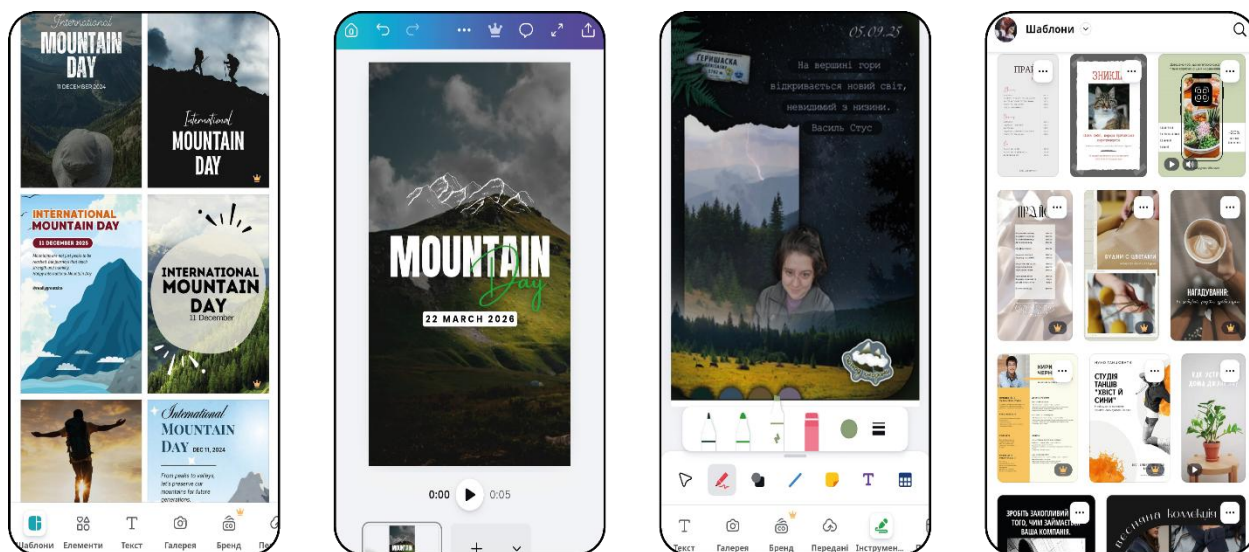
Іл. 1.6. Мобільний додаток “Strava”.



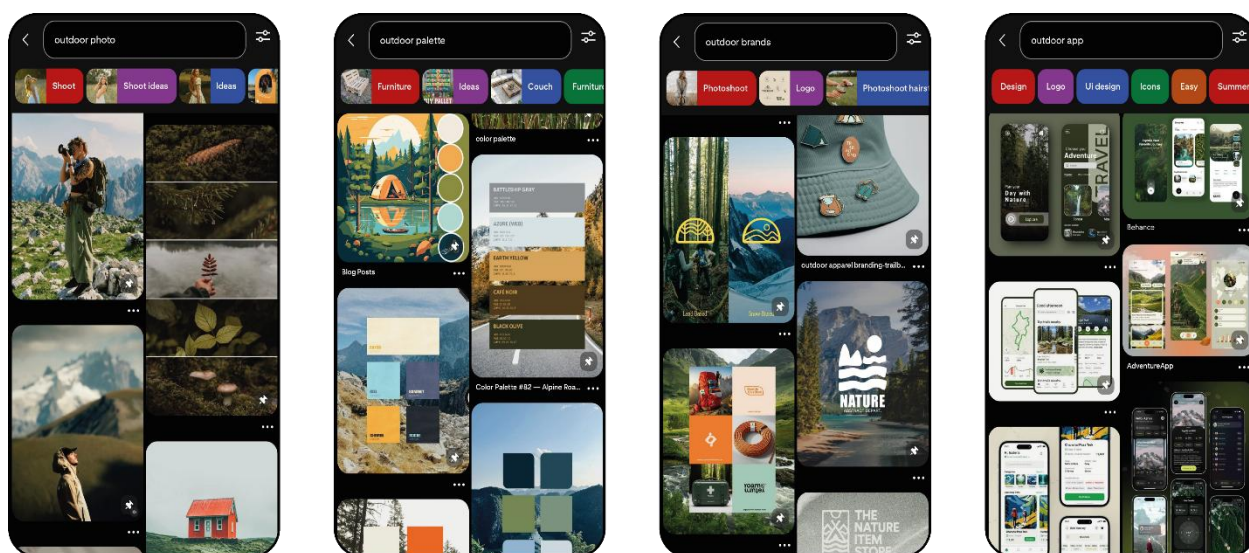
Іл. 1.7. Мобільний додаток “Relive”.



Іл. 1.8. Мобільний додаток “Polarsteps”.



Іл. 1.9. Мобільний додаток “Canva”.

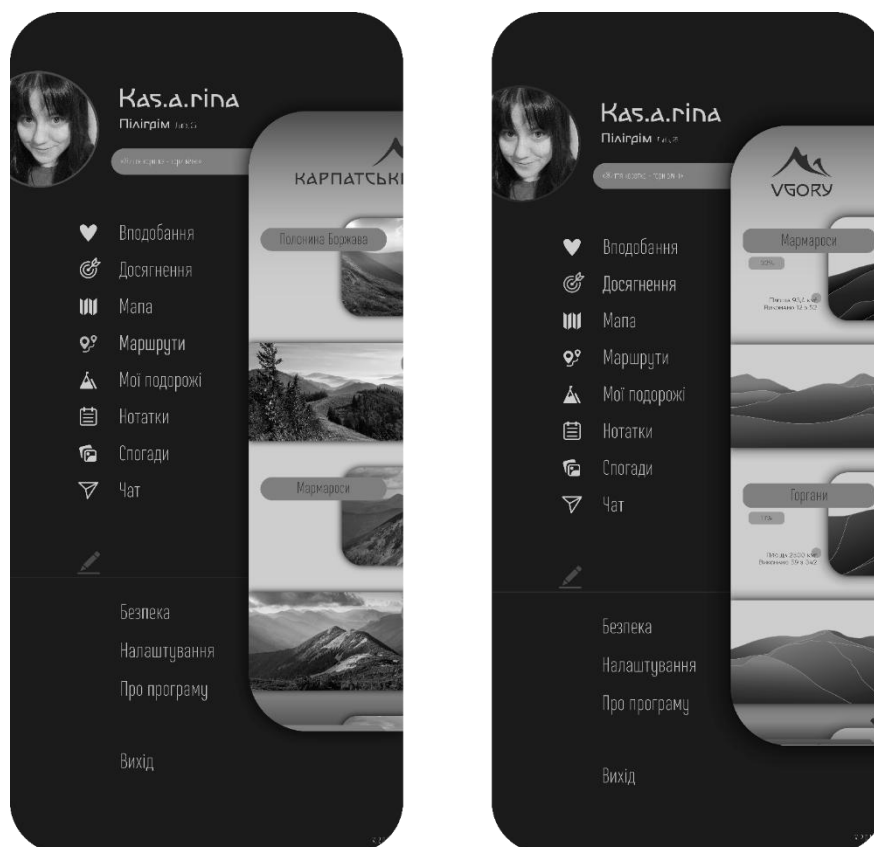


Іл. 1.10. Спільнота “Outdoor community”.

ДОДАТОК II. ПРОЄКТНА ПРОПОЗИЦІЯ.



Іл. 2.1. Реєстраційна сторінка.



Іл. 2.2. Головний екран. Прев'ю останньої активності.



Іл. 2.3. Вкладка маршрутів. Вибір шляху.



Іл. 2.4. Інформація про маршрут та вигляд шляху.

Гора Піп Іван Мармароський



Мармароський масив1 936 m

Піп Іван, також Піп Іван Мармароський (для розрізнення з Піпом Іваном з Чорногірського масиву) — гора в Українських Карпатах, одна з вершин Гукільських Альп (частина Мармароського гірського масиву). Розташована в Рахівському районі Закарпатської області, на кордоні України і Румунії.

Висота 1936 м. Форма вершини пірамідальна, північні та східні схили круті. Довкола гори сезонно можуть утворюватися невеликі озера. На значних площах тут є полонини. Найближчою полонина — Лисича. Ростає багато рідкісних рослин. Гора розташована в межах Мармароського заповідного масиву Карпатського біосферного заповідника.

Піп Іван із прилеглими вершинами (Жербан, Івернебашка тощо) та високотірними полонинами виділяють в окремий масив, який називається Гори Піп-Іван.

Прогноз погоди

Маршрути сюди

Найближчі населені пункти



Озеро Крижаве



Мармароський масив1 632 m

Озеро в кулуарі під вершиною ПІМ. Красиво поєдило озеро, куди дістаються одиниці.

І Бислим і паліти, містичним є походження його назви. Вперше серед туристів його назвали в 2002 році Юрко Гудимо в своєму звіті про похід Мармаросами, бо стежкою люди поранили руки, помив їх в озері і вигодовали таку назву. Але як виявилось, до цього озеро Крижливим називали місцеві (за словами підмогого записи Карпат Рахива Ерика) — через похороні і червоні камені, які були на дні озера. Ось таке співпадіння... А тепер відомо ще більше легенд прояснення.

До озера можна дійти стрімкою стежкою, яка зорієнтованами граверує кулуари ПІМ і починається під його вершиною з північного боку, де закінчується ґрунтова дорога. Але уважайте, що стежка стрімка і надзвичайно важка — будьте обережні і пам'ятайте про істинно походження назви.

Можна планувати поїздку, але врахуйте, що дрон тут немає.

Прогноз погоди:

254 m98 %

	00:00	03:00	06:00	09:00	12:00	15:00	18:00	21:00
Травень, 15 Середа	2 °C	1 °C	2 °C	5 °C	7 °C	10 °C	8 °C	4 °C
Травень, 16 Четвер	3 °C	3 °C	5 °C	8 °C	4 °C	8 °C	8 °C	3 °C
Травень, 17 П'ятниця								

Маршрути сюди:

- Піп Іван Мармароський з с.Ділове
- Мармароси, 3-4 денний похід
- Піп Іван до Івано-Поркки Мармаросами
- Мармароси з села Богдан чи Рахова

Найближчі населені пункти:

- Видричів (14,8 км)
- Беребів (14,6 км)
- Богдан (15,2 км)



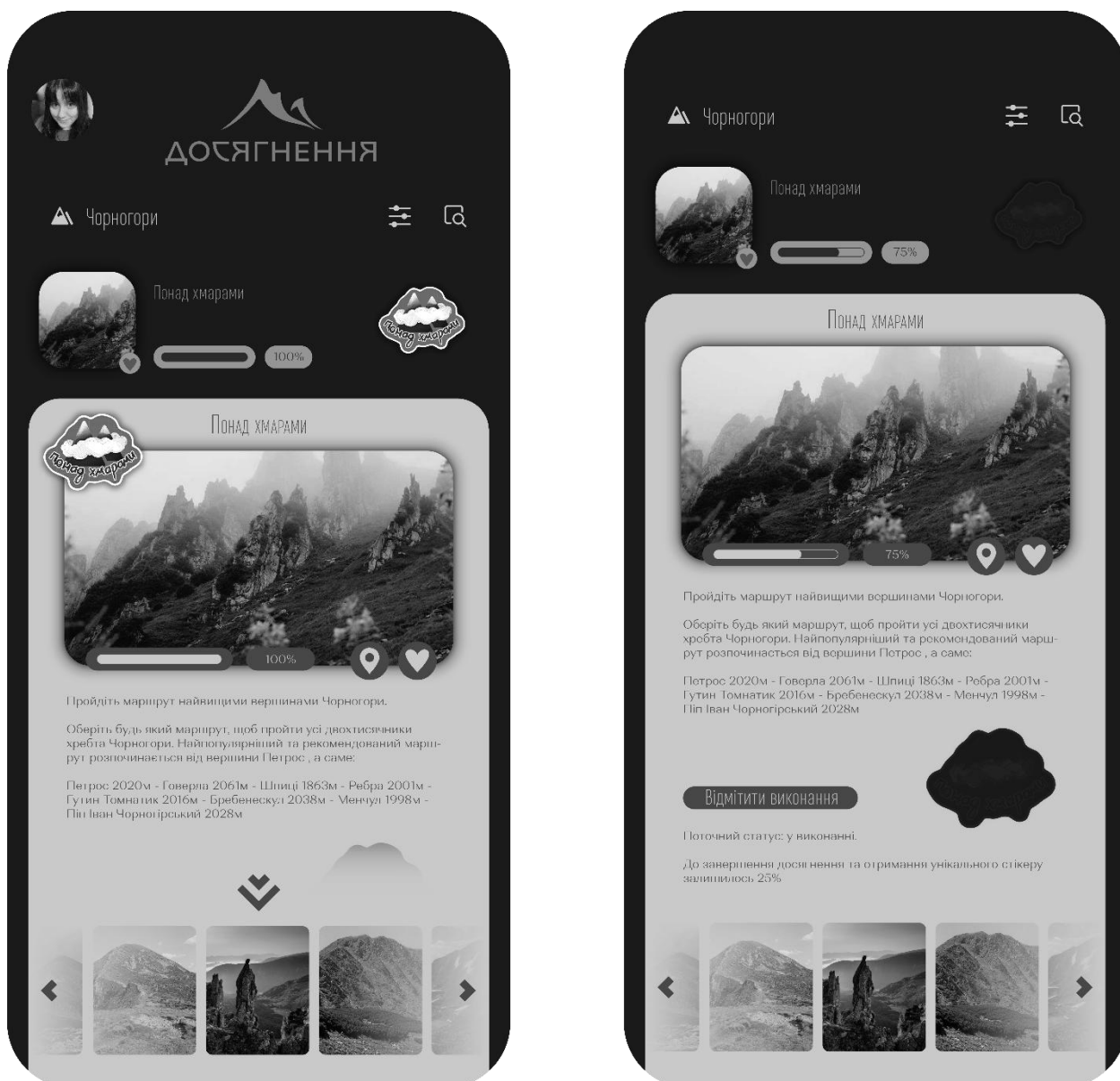
Іл. 2.5. Інформаційна розгортка.



Іл. 2.6. Колажна система спогадів.



Іл. 2.7. Категорія та список досягнень.



Іл. 2.8. Досягнення та унікальна нагорода.

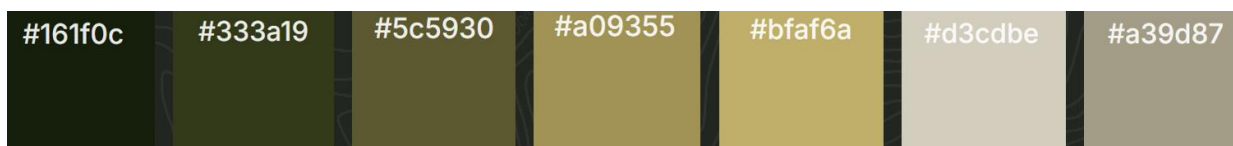
ДОДАТОК III. ЕСКІЗНІ ПОШУКИ.



Іл. 3.1. Пошук логотипу.



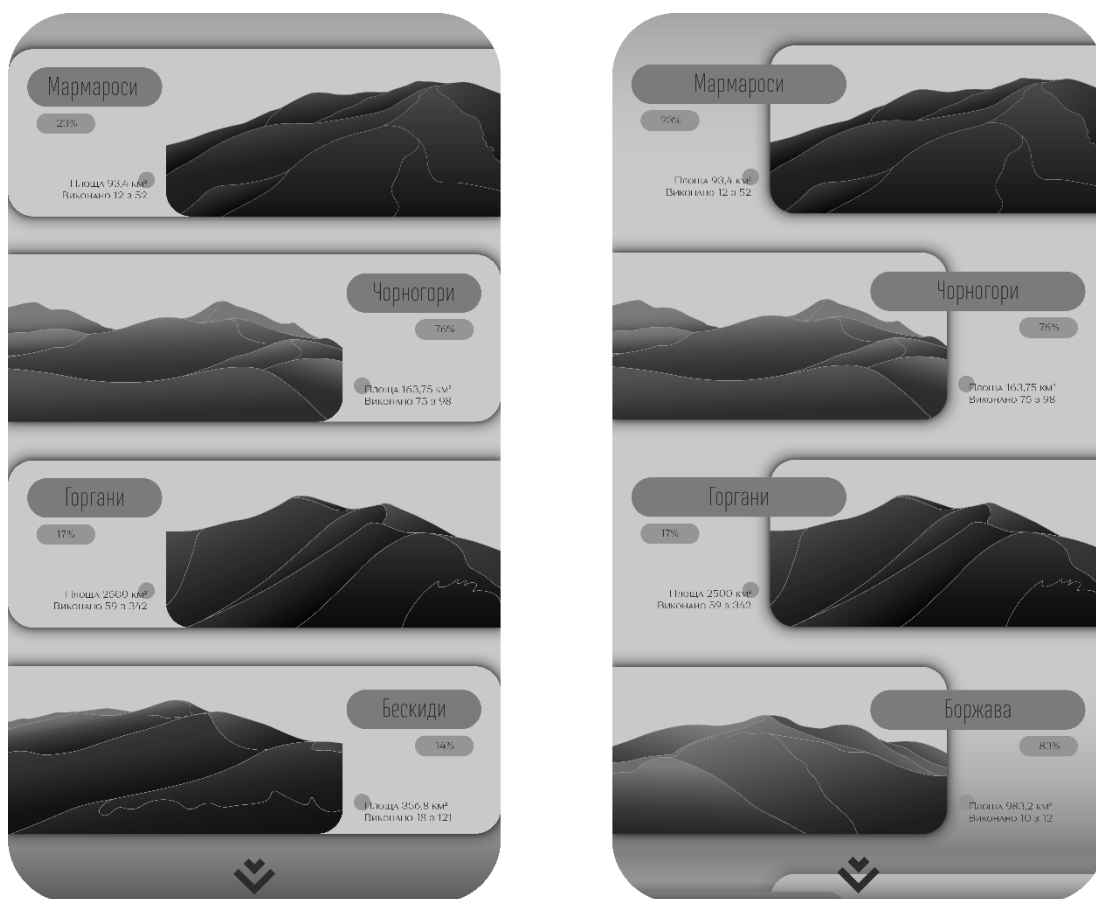
Іл. 3.2. Пошуковий ескіз стікера-нагороди для досягнення.



Іл. 3.3. Палітра додатку.



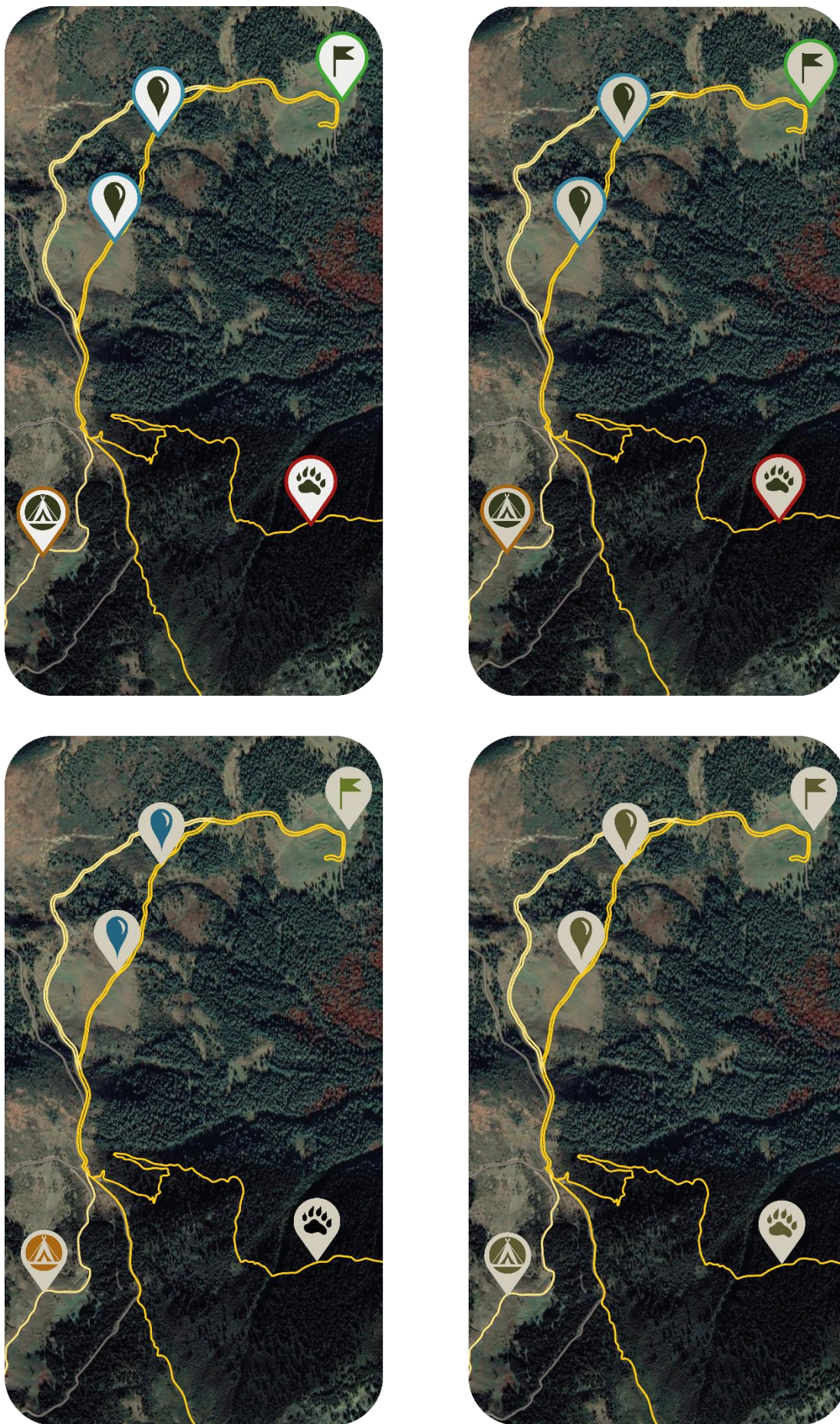
Іл. 3.4. Варіації екрану пошуку маршрутів.



Іл. 3.5. Пошук екрану категорій досягнень.



Іл. 3.6. Пошук візуального стилю зображень.



Іл. 3.7. Пошук оптимального варіанту маркера маршруту.