

ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ МОБІЛЬНОГО ЗАСТОСУНКУ ДЛЯ РЕЄСТРАЦІЇ ТВАРИН У СЕРЕДОВИЩІ FIGMA

Агапова Анна Дмитрівна

здобувач вищої освіти Навчально-наукового інституту
інформаційних технологій

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
Україна*

Науковий керівник: Хорошевська Ірина Олександрівна

доцент кафедри мультимедійних систем і технологій

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
Україна*

Сучасна проблема безпритульних тварин вимагає створення інноваційних цифрових рішень, які б спрощували процес їх реєстрації, пошуку власників і взаємодії між волонтерами, притулками та громадянами. Мобільний застосунок є найзручнішою формою такої комунікації, оскільки поєднує доступність, оперативність і персоналізацію. Він може забезпечити зручний користувацький досвід, ефективну координацію волонтерських ініціатив та допомогу безпритульним тваринам [1]. Під час створення такого цифрового продукту важливою складовою є айдентика, як система візуальних та стилістичних елементів, що забезпечують впізнаваність бренду, проєкту або цифрового продукту [2]. Вона включає логотип, кольорову палітру, шрифти, ілюстрації, піктограми, іконки [3], візуальні метафори та загальну естетику інтерфейсу.

У процесі створення візуальної айдентики мобільного застосунку основним кольором було обрано блакитний (#4990E2), а також білий. Обрана кольорова палітра інтерфейсу базується на основних кольорах маскота світлому та блакитному. Світлі відтінки створюють відчуття чистоти, турботи та позитиву, що відповідає доброзичливому характеру застосунку. Блакитний асоціюється з безпекою, надійністю та довірою, підкреслюючи соціальну місію застосунку для

допомоги безпритульним тваринам. Блакитний відтінок широко використовується у дизайні соціально орієнтованих цифрових продуктів. У сучасних уявленнях блакитний сприймається як упевненість, безпека, спокій, світ, свобода [4]. Як додаткові кольори обрано рожевий (#FF8CA0) та синій (#2B3768). Шрифт мобільного застосунку відповідає обраній мобільній системі (Apple). Операційна система використовує шрифт San Francisco або SF Pro.

Для створення дизайну застосунку використовуються потужні можливості середовища Figma, що надають реалізувати цілісний процес – від побудови вайфреймів [5, с. 132] до відтворення дизайну вікон інтерфейсу [6, с. 270-271] із дотриманням всіх основних принципів дизайну інтерфейсу користувача [7].

На початкових екранах мобільного застосунку реалізовано серію привітальних фреймів, які знайомлять користувача з основними можливостями. На рис. 1 зображений дизайн трьох початкових фреймів з можливістю пропустити та перейти на наступний етап, а також фреймів реєстрації.

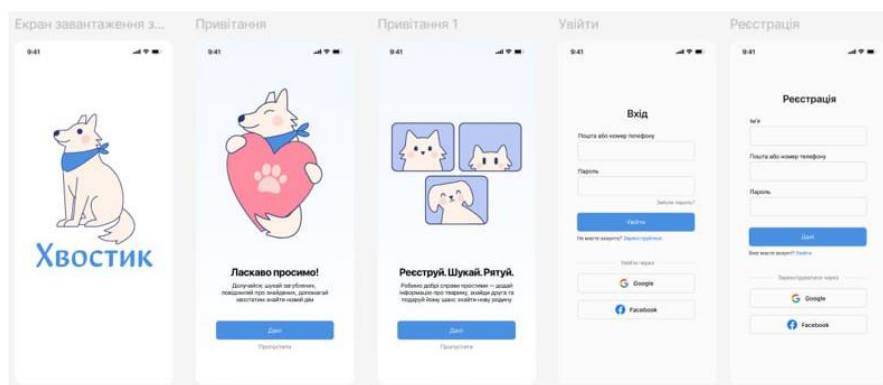


Рис. 1 Три привітальних фрейми та вхід або реєстрація користувача

Початковий екран після входу до застосунку – це сторінка з переліком тварин, які знаходяться поруч із користувачем. Текстова інформація супроводжується іконками для кращого візуального сприйняття. Наприклад, біля пункту «вакцинована» розміщено іконку шприца – якщо тварина не вакцинована, шприц зображено синім і перекресленим. У розділі «Особливості» також використано комбінацію іконок і коротких фраз, що робить інформацію більш наочною та зрозумілою. Після того, як користувач відгукується на

допомогу, застосунок перенаправляє його або на анкету, або на контактні дані власника/волонтера, залежно від того, хто додав тварину і якої допомоги вона потребує. Якщо тварина шукає дім і була додана волонтером, користувач має заповнити анкету, відповідаючи на запитання волонтера. Це дозволяє зменшити кількість невідповідних заявок і забезпечити, щоб тварина потрапила до сім'ї, яка відповідає її потребам. Наприклад, для деяких тварин важливо, щоб нова родина не мала дітей через наявність агресії або травматичного досвіду тварини. На рис. 2 зображений дизайн сторінки з переліком тварин, детальна інформація про тварину, анкета волонтера, а також сторінка зв'язку.

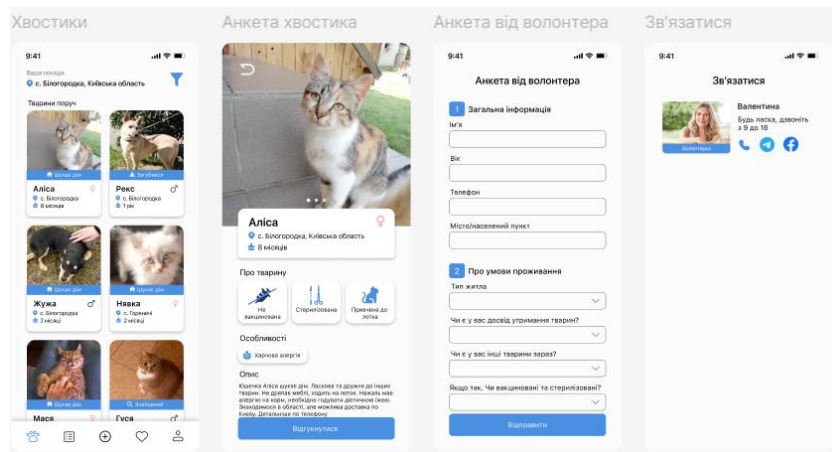


Рис. 2 Дизайн сторінки з переліком тварин, анкетами та сторінкою зв'язку

У мобільному застосунку передбачена можливість перегляду різноманітних ініціатив, від безкоштовної вакцинації до збору речей для притулків. Для людей, які не мають достатніх фінансових ресурсів, безкоштовні ініціативи відкривають доступ до необхідної допомоги. Вони дають можливість власникам або волонтерам зробити важливі кроки без великих грошових витрат. Важливою функцією застосунку є можливість додавання тварин. Користувач може зробити це через основну навігацію або через меню, де представлені категорії «Мої анкети» та «Мої домашні улюбленці». Застосунок надає користувачу доступ до редагування анкети або даних про свого домашнього улюбленця, а також дозволяє переглядати вже створені записи та створювати нові. На рис. 3 зображений дизайн ініціатив.

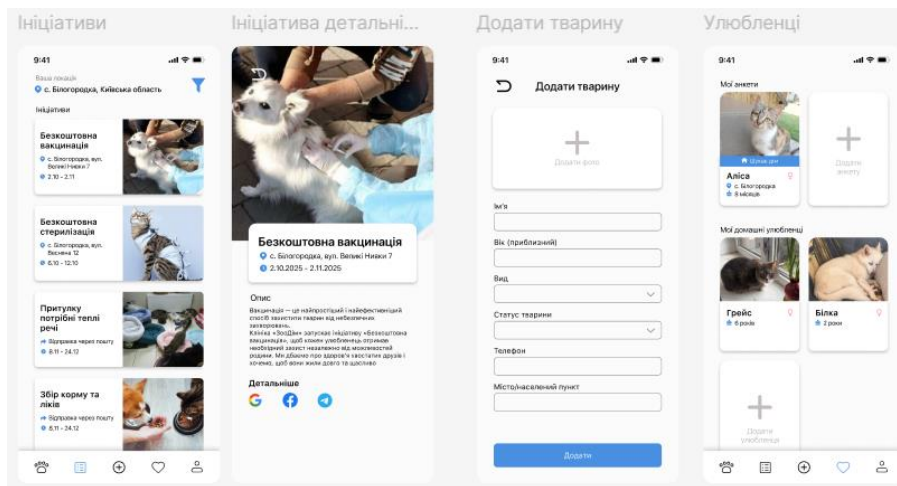


Рис. 3 Дизайн фреймів: ініціативи, додавання тварин та улюбленці

У застосунку передбачено два типи профілів: волонтера та користувача. Профіль волонтера надає можливість створювати ініціативи та переглядати анкети тварин, тоді як звичайний користувач може лише створювати анкети. Користувач має можливість підтвердити свій статус волонтера через модератора, надавши посилання на соціальні мережі або документи (у разі, якщо це офіційний притулок). На рис. 4 зображений дизайн двох видів профілів.

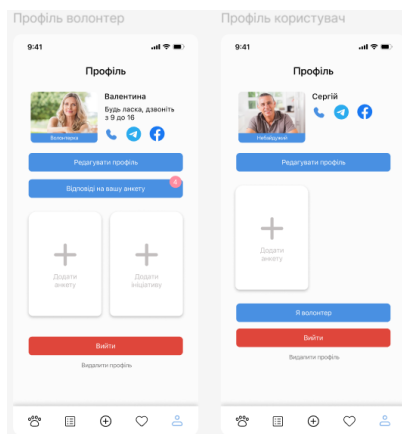


Рис. 4 Дизайн двох видів профілів

Отже, комплексний підхід до дизайну та функціональності забезпечує не лише привабливий та дружній інтерфейс, але й ефективну взаємодію користувачів із застосунком. Візуальна айдентика, кольорова палітра, піктограми та маскот створюють позитивне емоційне сприйняття та довіру, а

логічно структуровані екрани реєстрації, перегляду тварин, ініціатив та профілів користувачів роблять роботу із застосунком інтуїтивно зрозумілою.

Список використаних джерел:

1. Агапова А. Д., Хорошевська І. О. Етапи розроблення дизайну мобільного застосунку для реєстрації тварин. Діджиталізація науки як виклик сьогодення: матеріали VIII Міжнар. студ. наук. конф., м. Дніпро, 4 квітня, 2025 р. Вінниця: ТОВ УКРЛОГОС Груп, 2025. С.65-66.
2. Тетяна Шевченко. Айдентика: навіщо потрібна та як її розробити для бренду. URL: <https://wizeclub.education/blog/ajdentika-navishho-potribna-ta-yak-yuiy-rozrobiti-dlya-brendu/> (дата звернення: 06.11.2025).
3. Хорошевська І. О., Агапова А. Д. Іконографіка та її роль у спрощенні взаємодії користувачів із мобільним застосунком. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: тези доп. X Міжнар. наук.-техн. конф. (14-17 травня 2025). К.: ТОВ Видавництво Ліра-К, 2025. Т.1. С.149-150.
4. Graphic design: why do we often use the color blue? Calaméo Blog. URL: <https://blog.calameo.com/12218/graphic-design-why-the-color-blue/> (date of access: 07.11.2025).
5. Хорошевська, І. О. & Мартиненко П. Е. (2023). Особливості розроблення мобільного додатку для роботи з відео та аудіо під операційну систему iOS. Вісник Херсонського національного технічного університету. 3(86), с.129-136. DOI: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.3.16>.
6. Хорошевська І. О. & Алексеєва І. Д. (2023). Створення методики розроблення дизайну мобільного додатку для стабілізації емоційного стану. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: технічні науки, 34(73), 5, 266-272. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-5941/2023.5/41>.
7. Figma: Seven essential UI design principles + how to use them. URL: <https://www.figma.com/resource-library/ui-design-principles/> (date of access: 08.11.2025).