

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ
КАФЕДРИ ДИЗАЙНУ**

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри дизайну
_____Віктор КАРПОВ
Протокол засідання кафедри
№ ____від «__» травня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

РОЗРОБКА МОТИВАЦІЙНОГО ЗАСТОСУНКУ “ТТОГ”

Спеціальність 022 «Дизайн»
Освітня програма 022.01. «Графічний дизайн»
Освітній рівень перший (бакалаврський)

Здобувач вищої освіти
Туркотенко Поліна Олегівна
група ГДб-1-21-4.0з
Куратор дизайн-проєкту:
Волгін Юрій Євгенович
старший викладач кафедри дизайну,
член Спілки рекламистів України,
Науковий консультант:
Карпов Віктор Васильович
завідувач кафедри дизайну,
доктор історичних наук,
член Національної спілки художників України,
віце-президент Асоціації реставраторів України
Рецензент:
Пшеничний Ю.В.
заслужений художник України,
доцент кафедри графіки НН ВПІ НТУУ "КПІ"
імені М.Згуровського

АНОТАЦІЯ

Туркотенко П. О. Розробка мотиваційного застосунку «ТТОG». Кваліфікаційна робота. Київ: Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. Кількість сторінок: 75.

Кваліфікаційна робота розповідає про особливості створення концепції та дизайну мотиваційного мобільного застосунку, орієнтованого на покращення продуктивності, зосередження та мотивації користувачів. У роботі досліджено теоретичні й практичні аспекти сучасного підходу до саморозвитку через мобільні інструменти, а також вплив інформаційного світу на нас, прокрастинації та відсутності чітких цілей на навчальний процес, роботу та повсякденне життя. Проаналізовано тенденції використання мобільних застосунків для покращення якості життя, гейміфікацію, роль якісного UI-UX дизайну в ефективності цифрових продуктів та особливості формування користувацького досвіду. Здійснено дослідження потреб цільової аудиторії, зокрема створення user-persons, а також аналіз конкурентних рішень на ринку, аналіз tone of voice, створено бриф, user-flow та безліч додаткових маленьких, але не менш важливих досліджень. Особливу увагу приділено персоналізованому підходу до планування, мотивації, системам звітності та режиму фокусування. Встановлено взаємозв'язок між дизайном інтерфейсу, гнучкістю функціоналу та потребами користувачів у підтримці регулярності, самоконтролю та досягненні цілей. Результатом праці стала розробка концептуального мобільного застосунку з індивідуальним плануванням, системою винагород, блокуванням відволікаючих факторів та візуально спокійним, привабливим інтерфейсом, що сприяє формуванню корисних звичок, підвищенню ефективності та продуктивності і також досягненню омріяних цілей.

Ключові слова: мотивація, мобільний застосунок, UX-UI дизайн,

гейміфікація, концентрація, прокрастинація, персоналізація, саморозвиток, користувацький досвід, цільова аудиторія, інтерфейс, фокусування, цифровий продукт, планування, звітність, самоконтроль, тайм-менеджмент, психологія поведінки, досягнення цілей, індивідуальний підхід, система винагород.

Кваліфікаційна праця містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

ABSTRACT

Turkotenko P. Development of the Motivational Mobile Application “TTOG”. Qualification Thesis. Kyiv: Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, 2025. Total pages: 75.

This qualification thesis explores the conceptualization and design of a motivational mobile application aimed at improving users’ productivity, focus, and motivation. The paper examines both theoretical and practical aspects of modern approaches to self-development through mobile tools, and how the information-saturated world, procrastination, and lack of clear goals affect learning, work, and daily life. The study analyzes trends in the use of mobile applications for enhancing quality of life, gamification strategies, the role of high-quality UI-UX design in the effectiveness of digital products, and the specifics of forming user experience. A detailed study of the target audience was conducted, including the creation of user personas, competitive analysis, tone of voice research, as well as the development of a brief, user flow, and many other supporting investigations. Special attention was given to a personalized approach to planning, motivation, reporting systems, and focus modes. The research established a connection between interface design, functional flexibility, and the users’ need for regularity, self-discipline, and goal achievement. As a result, a conceptual mobile application was developed featuring personalized scheduling, a reward system, distraction-blocking functionality, and a visually calm, appealing interface that encourages habit formation, increases effectiveness and productivity, and supports the achievement of personal goals.

Keywords: motivation, mobile application, UX/UI design, gamification, concentration, procrastination, personalization, self-development, user experience, target audience, interface, focus, digital product, planning, reporting, self-control, time management, behavioral psychology, goal achievement,

individual approach, reward system.

This qualification work contains original research results. The use of ideas, data, or texts from other authors' scientific works is accompanied by appropriate references.

Туркотенко Поліна Олегівна

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ І. АНАЛІЗ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТРЕБ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ	9
1.1. Використання мобільних застосунків для покращення мотивації до навчання	9
1.2. Проблеми мотивації та концентрації у навчальному процесі	11
1.3. UI/UX-дизайн як інструмент підвищення ефективності мобільних додатків	14
1.4. Визначення портрета цільової аудиторії застосунку	18
1.5. Аналіз конкурентів.....	21
Висновок до Розділу І.....	23
РОЗДІЛ ІІ. КОНЦЕПЦІЯ ТА ДИЗАЙН ЗАСТОСУНКУ	25
2.1. Визначення ключових вимог до мотиваційного застосунку	25
2.2. Обґрунтування концепції застосунку для покращення навчання та концентрації.....	26
2.3. Дизайн інтерфейсу та айдентика	33
Висновок до Розділу ІІ	44
ВИСНОВОК	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48
ДОДАТОК А. Аналоги схожих застосунків	53
ДОДАТОК Б. Етапи розробки мотиваційного застосунку	56

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі люди постійно відчують тиск з усіх сфер свого життя — дедлайни, величезна кількість інформації, постійні сповіщення. Все це призводить до втоми, прокрастинації та втрати мотивації. Особливо це помітно в навчанні та роботі. Часто складно зосередитись, коли поруч телефон із TikTok чи Instagram, а плани здаються надто складними, хоча ця справа може займати набагато менше часу, ніж очікує людина. І це все через те, що вона потребує швидкого дофаміну, відпочинку — що призводить до залежності від соціальних мереж. Саме тому зростає потреба у різних допоміжних застосунках, які допоможуть краще організовувати свій час, не втрачати ціль та підтримувати мотивацію. Але більшість додатків шаблонні — вони не враховують, що в кожної людини різний ритм життя. Тому і виникла така ідея — створити мотиваційний застосунок TTOG, який буде адаптуватися під людину, її графік, ритм і цілі. Це рішення не просто корисне, воно дійсно актуальне для сучасних користувачів.

Стан дослідження проблеми. Проблему втрати концентрації, прокрастинації та зниження продуктивності досліджують у сфері психології, педагогіки та дизайну. Існують додатки на кшталт Forest, Habitica чи Notion, які частково вирішують ці проблеми, але здебільшого не враховують індивідуальності користувача. Тому виникла ідея глибше зрозуміти, як можна поєднати UX-дизайн і мотиваційні прийоми, ідеї для підтримки та збільшення концентрації, і це все в зручному застосунку.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційну роботу виконано на кафедрі дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. Робота є частиною наукової теми кафедри дизайну «Сталий розвиток суспільства та дизайн-діяльність у просторі айдентики територіальних громад», що передбачає проведення досліджень у сфері культури, мистецтва і дизайну та

суміжних областей знань, презентацію результатів на міжнародних та всеукраїнських наукових конференціях, публікацію на шпальтах фахових видань, керівництво студентськими творчими та науковими студіями і гуртками, написання випускових кваліфікаційних робіт першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти (протокол засідання кафедри дизайну від 05.02.2025 р. № 5).

Мета дослідження. Створити концепцію і дизайн мотиваційного мобільного застосунку, який допомагає зберігати мотивацію, краще зосереджуватись і доводити справи до кінця, не вигораючи на півшляху. Застосунок має бути зручним, продуманим, адаптивним, з елементами підтримки та нагородами.

Завдання дослідження:

- Дослідити проблеми мотивації, прокрастинації та концентрації у сучасному світі.
- Проаналізувати мобільні додатки зі схожими функціями та концепцією. Провести дослідження потреб користувачів та створити user-persons.
- Розробити функціонал та структуру застосунку, user-flow, знайти рішення, яких немає у конкурентів та впровадити їх у свій застосунок.
- Створити інтерфейс, що буде зручним і приємним у користуванні та відповідатиме поставленим цілям та ідеї.
- Визначити роль UI-UX дизайну у впливі на мотивацію користувача. Як привабливий та зрозумілий інтерфейс може надихати на зміни та мотивувати.

Об'єкт дослідження. Мотиваційні застосунки, як інструменти саморозвитку та організації.

Предмет дослідження. Функціонал, дизайн та концепція мотиваційного мобільного застосунку.

Методи дослідження. Аналіз, порівняння, інтерв'ю, створення user personas, бриф, UX-дослідження, аналіз конкурентів, створення user-flow, гейміфікаційні підходи, адаптивний дизайн, SWOT-аналіз.

Теоретичне значення. Пошук найкращих рішень, щоб зрозуміти взаємозв'язок між дизайном, поведінкою користувача та підтримкою мотивації через застосунки.

Практичне значення. Сформована концепція, яка буде реалізована як повноцінний мобільний застосунок для підвищення концентрації, самодисципліни та продуктивності. Вивчені та зібрані матеріали є корисними та актуальними для багатьох сфер, не лише пов'язаних із дизайном. Але водночас вони демонструють та розв'язують проблему, яку мають зараз багато людей.

Апробація результатів дослідження. Матеріали кваліфікаційної роботи обговорювались на засіданнях кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. Кваліфікаційна робота обговорювалась на кафедрі та на практичних заняттях під час освітнього процесу.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи : 75 сторінки.

РОЗДІЛ I

АНАЛІЗ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТРЕБ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

1.1. Використання мобільних застосунків для покращення мотивації до навчання

У сучасному світі, де кожен стикається з постійним інформаційним перевантаженням, швидким темпом життя та високими стандартами, високою конкуренцією в багатьох сферах життя, де немає часу на дійсно те, що нам приносить задоволення та допомагає піклуватись про психічний стан — проблеми концентрації та мотивації стають щоразу актуальнішими. Наразі існує доволі багато різноманітних застосунків, які допомагають нам у створенні умов для навчання та концентрації. Починаючи від простих таймерів і до трекерів звичок. Аналіз схожих застосунків дозволяє поділити їх на різні підкатегорії.

Перша група — це застосунки з елементами гейміфікації, які перетворюють щоденні завдання на цікаві виклики. Вони сприяють формуванню нових звичок у захопливій ігровій формі. Гейміфікація у мобільних технологіях допомагає утримувати увагу користувачів і забезпечує їхню взаємодію зі складними завданнями [36].

Друга група — це медитаційні застосунки, які сприяють зниженню стресу та покращують емоційну стійкість і витривалість людини. Зазвичай вони поєднують різні корисні функції з заспокійливою музикою. Також вони можуть містити поради та медитації для покращення фокусу і зниження впливу зовнішніх тригерів.

Водночас існують застосунки, що сприяють натхненню, розвитку творчості та покращенню навчання. Вони забезпечують доступ користувача до мотивуючого контенту, що підтримує високий рівень їх ентузіазму та оптимізму. З наукової точки зору, вони покращують навички для кращої зосередженості та ентузіазму. Наприклад, у одному дослідженні зазначено, що мотивація відіграє вирішальну роль у досягненні навчальних і життєвих цілей [43]. Мобільні

технології зробили навчання доступним у будь-який час і в будь-якому місці, що значно підвищило його комфорт і зручність. Сучасні навчальні застосунки відкривають користувачам нові можливості у сфері науки та освітніх методів. Можна вивчати мови, переглядаючи лише серіали. Застосунок автоматично формує навчальний план на основі переглянутих серій (створює список невідомих слів, граматики та додає вправи на закріплення матеріалу. Також можна опановувати нові хобі, наприклад, навчатися співу за допомогою відео-уроків і повторювати вправи разом з віртуальним викладачем. Вже існує безліч інноваційних методів для вивчення мов і різноманітних наук, які допомагають не лише покращувати набуті навички, а й підтримувати досягнуті результати протягом тривалого часу та з часом нагадуватимуть користувачеві повернутись до вивченого матеріалу для повторення.

Окремим важливим напрямом у розвитку застосунків є додатки для вивчення іноземних мов, які сьогодні роблять справжній прорив. Вже вигадано стільки методів — флешкартки, спікери штучного інтелекту тощо, що допомагають нам покращувати вимову. Можна читати книги іншою мовою, одразу перекладати невідомі слова й бачити використання цих слів в контексті.

Варто зазначити, що серед основних тенденцій розвитку мобільних застосунків — впровадження штучного інтелекту для персоналізації, розширення гейміфікації та інтеграція з іншими пристроями. Штучний інтелект активно інтегрується у різні сфери нашого життя, і його застосування постійно зростає. І розробники не втрачають можливості додати штучний інтелект у свій продукт, адже це значно підвищує ефективність взаємодії користувача із застосунком. Висновок такий, що можна впевнено стверджувати — мобільні застосунки відіграють важливу роль у покращенні мотивації, навчання та рівня життя людей у цей прогресивний час та мають безліч плюсів.

Ці види застосунків спрощують та допомагають людині в самовдосконаленні та дозволяють досягати високих результатів у різних сферах за короткий час. Сприяють опануванню нових навичок швидко та ефективно, оптимізують середовище завдяки різним програмам, які мають вплив та

відслідковують наше рутинне життя. Гнучкість мобільних платформ для навчання дозволяє створювати індивідуальні програми, адаптовані до потреб користувача [47]. Кажучи іншими словами, завдяки мобільним застосункам кожен може навчатись у власному темпі, у зручний час і так, як йому зручно — саме це й робить навчання більш ефективним та доступним.

Однак для їх ефективного використання необхідно враховувати сучасні тенденції й виклики та проблеми.

1.2. Проблеми мотивації та концентрації у навчальному процесі

Проблеми з мотивацією та концентрацією стали особливо гострими у наш час. За дослідженням, середній час концентрації уваги людини зменшився з 12 секунд у 2000 році до 8 секунд у 2015 році [34]. У цифрову епоху здатність людей утримувати увагу значно знизилася, що негативно впливає на їхню здатність зосереджуватись, ефективно обробляти інформацію й взаємодіяти з нею. Це зменшення пов'язане зі зростанням використання мобільних телефонів та соціальних мереж у нашому житті, що є великою проблемою, оскільки день людини починається та закінчується використанням телефону у руках. Користувачі харчуються з телефоном у руках, встають та засинають телефоном у руках та будь-яку вільну хвилину проводять з телефоном. Ці реалії лише підтверджують невтішну статистику. Щоб окреслити межі цієї проблеми, треба детальніше дослідити її та знайти і інші причини, які так негативно впливають на наші здібності.

Однією з головних причин зниження концентрації уваги та мотивації є інформаційне перевантаження. Щодня людина стикається з надмірною кількістю даних з різних джерел. Вже зранку, щойно прокинувшись, більшість одразу беруть до рук смартфон: перевіряють новини, повідомлення від друзів і родини, переглядають контент у TikTok. Платформи на кшталт TikTok чи Instagram втягують користувача у нескінченну жагу споживання: заплановані 5 хвилин перетворюються на пів години, або і більше. Упродовж дня, під час домашніх

справ чи навіть занять, гаджети постійно супроводжують людину — як джерело фонові розваги. Перед сном ситуація повторюється: багато хто засинає лише після довготривалого перегляду стрічок соціальних мереж. За даними дослідників з USC Annenberg School for Communication and Journalism, середньостатистична людина споживає приблизно 34 гігабайти інформації щодня [27]. Це як 100,000 слів або 34 годинам телебачення. Для порівняння, у 1986 році людина отримувала близько 40 газет інформації на день, тоді як зараз це число збільшилося до 174 газет щодня. Попри таку кількість нової інформації наш мозок має обмежену здатність обробляти її. Дослідження нейробіології показують, що постійне перемикавання між різними джерелами інформації призводить до зниження глибини обробки інформації, погіршення пам'яті та зниження навичок критичного мислення. Ці проблеми призводять до ускладнень у засвоєнні матеріалу. Все частіше виникають труднощі з виділенням головного та структуруванням інформації. Також загалом погіршується якість навчання. Multitasking, який часто виникає через інформаційне перевантаження, знижує ефективність навчання на 40% [29].

Чому ж важливо уникати інформаційного перевантаження та боротися з ним? Такий спосіб негативно впливає на психічне, фізичне здоров'я та має серйозні наслідки, подолання яких є тривалим і складним.

Надмірне споживання інформації призводить до емоційного та когнітивного виснаження та може викликати хронічний стрес та депресивні стани. З точки зору фізичного здоров'я, інформаційне перевантаження, може порушувати циркадні ритми. Також виникають проблеми з очима, часті головні болі та відчуття виснаження та постійної втоми, які дуже сильно впливають на загальне самопочуття. Оскільки ці проблеми є досить поширеними та стосуються багатьох, існують різні методи їх подолання. На теперішній момент популярний серед зумерів метод боротьби з цим — дофамінове меню. Явище, коли люди створюють графік різних справ, в яких заборонено використовувати телефон. Це ті справи, які приносять задоволення (в'язання, читання книг, прогулянка і тд). І завдяки цьому нервова система відпочиває, людина отримує якісний дофамін.

Друга проблема більш абстрактна — це відсутність чітких цілей на майбутнє. Саме нерозроблені або нечітко сформульовані цілі часто стають ключовою перепорою для ефективного навчання, роботи та особистісного розвитку. Навіть коли люди мають цілі, вони є неконкретними та не підкріплені реальними діями для їх досягнення. Дослідження показують, що 73% опитуваних відчувають труднощі з визначенням своїх життєвих пріоритетів через надмірну кількість можливостей та варіантів вибору [18]. Соціальний тиск та очікування інших часто призводять до того, що люди переслідують цілі, які насправді не відповідають їхнім внутрішнім прагненням та є нав'язаними суспільством. За даними психологічних досліджень, близько 65% молодих людей обирають професійний шлях під впливом батьківських очікувань або суспільних стереотипів [32]. Страх невизначеності та невдачі виступає значним бар'єром у постановці чітких цілей. Приблизно 58% людей уникають встановлення конкретних цілей через страх невдачі. Відсутність чітких цілей негативно впливає на особистісний розвиток та сповільнює омріяне кар'єрне зростання. Дослідження показують, що працівники з чітко визначеними кар'єрними цілями в середньому заробляють на 30% більше, ніж їхні колеги без визначених цілей [39]. Це негативно впливає на емоційне благополуччя, призводячи до втрати контролю над життям і незадоволення рівнем існування. Психологи відзначають, що люди без чітких цілей на 45% частіше відчувають тривогу та депресію.

Отже, самореалізація сповільнюється, оскільки без чітких цілей складно оцінювати прогрес та досягнення. Для цього існує безліч порад та методик, які покращують шлях до досягнення омріяних цілей. Одна з найпопулярніших методологій — SMART. Specific (конкретність), Measurable (вимірюваність), Achievable (досяжність), Relevant (релевантність), Time-bound (обмеженість у часі). Важливо дотримуватися системи проміжних цілей, а саме створювати довгострокові (3-5 років), середньострокові (1-2 роки), короткострокові (1-3 місяці). Необхідно не лише визначати кінцеву мету, а й планувати конкретні кроки для її досягнення. Оскільки варто розуміти, з чого складається мета та одразу стане видно весь шлях, який треба буде пройти, щоб здійснити її.

Додатковими важливими фазами є аналіз прогресу та оцінка результатів, коригування планів. Це дозволить усунути неефективні звички та дії, а також у фіналі, коли мета вже буде виконана, подивитися на весь пройдений шлях, що надасть додаткову мотивацію для подальших звершень. Важливо розуміти, що формування чітких цілей — це не одноразова дія, а постійний процес, який вимагає регулярної уваги та коригування, змін та вдосконалення. Успішне досягнення цілей залежить від послідовності дій та готовності адаптуватися до змін.

Третя причина — це психологічний стан, який впливає на мотивацію та загальний стан тіла, емоцій та самопочуття. Психологи зазначають, що зростання рівня прокрастинації серед молоді тільки збільшується. Близько 75% молоді вважають себе прокрастинаторами, при цьому 50% роблять це систематично. Це часто пов'язано зі страхом до невдачі, перфекціонізмом, невмінням планувати час, відсутністю навичок самоорганізації. Постійний тиск та високі очікування можуть призводити до емоційного вигорання.

Четверта проблема — це соціальні аспекти. Соціальне середовище може як підтримувати, так і знижувати мотивацію. Дослідження показують, що студенти, які навчаються в групах з високою академічною мотивацією, показують кращі результати. Також тиск з боку батьків, викладачів та суспільства може створювати додатковий стрес, який негативно впливає на мотивацію та здатність концентруватися.

Проблеми мотивації та концентрації у навчальному процесі є комплексним викликом, який потребує системного підходу до вирішення.

1.3. UI/UX-дизайн як інструмент підвищення ефективності мобільних додатків

У швидкозмінному світі питання мотивації та продуктивності стають щоразу актуальнішими. Технології 21-го століття відкривають нові можливості для особистого та професійного розвитку, але водночас вимагають більш

ефективних підходів до управління ресурсами[36]. За даними досліджень, лише 15% працівників по всьому світу повністю залучені у свою роботу, що свідчить про глобальну кризу мотивації [42].

Мобільні додатки відіграють значну роль у підвищенні продуктивності. Дослідження показують, що використання спеціалізованих додатків може підвищити продуктивність аж на 23-30% [28].

Сучасна психологія пропонує ряд ефективних методик для підвищення мотивації:

Техніка «Flow State» дозволяє досягати стану максимальної зосередженості та продуктивності. Дослідження показують, що робота в стані повного залучення значно підвищує продуктивність.

Метод «Pomodoro» допомагає структурувати робочий час та підтримувати високий рівень концентрації. Статистика свідчить про підвищення ефективності роботи на 37% при регулярному використанні цієї техніки. Користувач може обирати сесії навчання та відпочинку, що допомагають збалансувати навантаження та відпочинок. Людина створює собі сесію на 25 хвилин, після чого відпочиває 5 хвилин. Зробивши 4-5 підходів людина може відпочити вже від 15 і до 35 хвилин.

Система винагород та визнання відіграє ключову роль у підтримці довгострокової мотивації. За даними досліджень, програми визнання можуть підвищити продуктивність на 31%. Мотивація підтримується через постійне визнання та цінні стимули для користувача [24].

Особливо, коли ці нагороди можна використовувати для додаткового заохочення. Наприклад, підписка на аудіо книги, безкоштовний період в застосунку для вивчення чогось нового або ж ексклюзивний контент, тільки для найкращих користувачів. Варто запропонувати користувачам щось, що стимулюватиме їх до навчання.

Також варто не забувати про правильне організацію роботи. Гнучкий графік роботи підвищує задоволеність працівників та їх продуктивність. Дослідження показують зростання ефективності на 40% при впровадженні

гнучкого графіку [22]. Створення оптимального робочого середовища може підвищити продуктивність на 15-25% [17]. Це включає ергономічні робочі місця, правильне освітлення та температурний режим. Треба створити такі умови, які не відволікатимуть, а навпаки — задовольнять усі потреби та сприятимуть кращому навчанню. Біометричний моніторинг допомагає оптимізувати робочі цикли та підтримує високий рівень енергії. Використання біометричних даних може підвищити продуктивність на 15-20% [16]. Але не можна забувати про те, що не всі рішення, які показують короткострокові результати, зберігатимуть свою ефективність у довгостроковій перспективі.

Успішне впровадження таких рішень вимагає системного підходу та регулярної оцінки їх ефективності, цілісного розуміння структури. Важливо також враховувати, що не існує універсального рішення, і кожна ситуація вимагає індивідуального підходу та адаптації вже до існуючих методик. Тому варто проаналізувати всі потреби користувача та надати їм цілісну концепцію, в якій кожен зможе обрати зручний для себе метод та змогу налаштування під себе. Правильне впровадження та використання наявних рішень може значно підвищити мотивацію та продуктивність, створити основу для довгострокового успіху та розвитку. Ефективність залежить від адаптації підходів до потреб користувача та регулярного вдосконалення рішень [19].

Мобільні застосунки вже давно довели свою ефективність, забезпечуючи доступність та простоту використання. Як зазначено в дослідженні, мобільні технології адаптуються до змінюваних потреб користувача, створюючи інноваційні інструменти для навчання та організації [47]. Можна дуже довго шукати мінуси та плюси того, який слід на нас залишають телефони та їхні можливості, а також того, як ми їх використовуємо. Але не можна відкидати ту кількість плюсів, які нам спрощують життя та допомагають у нових зверненнях.

Мобільні додатки доступні 24/7 і дозволяють користувачам працювати зі своїми завданнями в будь-якому місці: у транспорті, на роботі, вдома. Застосунки інтегрують гнучкі налаштування інтерфейсу, що дає змогу користувачам персоналізувати функціонал під свої потреби. Це дозволяє швидко та ефективно

керувати всіма аспектами життя, водночас залишаючись продуктивними [36]. До того ж сучасні додатки адаптуються під потреби користувача, дозволяють їм налаштовувати інтерфейс, функціонал та нагадування відповідно до своїх потреб, що спрощує життя в багато разів та допомагає швидко та ефективно відслідковувати всі аспекти життя.

Багато програм надають дані про продуктивність, допомагаючи користувачам зрозуміти, як вони використовують час, і де можливе покращення. Мобільні додатки часто підтримують інтеграцію з іншими інструментами, наприклад, Google Calendar, Slack чи електронною поштою, що створює єдину екосистему для роботи. Schunk, Dale наголошує, що такі технології сприяють розвитку саморегуляції користувачів, мотивуючи досягати поставлених цілей [7]. У майбутньому очікується, що мобільні додатки для продуктивності стануть ще більш персоналізованими та інтелектуальними завдяки використанню штучного інтелекту. Наприклад, такі додатки зможуть автоматично визначати пріоритети завдань, враховуючи контекст діяльності користувача, або рекомендувати оптимальні перерви. Інтеграція з пристроями доповненої реальності може зробити управління завданнями ще зручнішим і візуалізованим. Мобільні додатки є потужними інструментами, які значно спрощують досягнення цілей і виконання завдань. Вони допомагають ефективніше управляти часом, покращувати концентрацію і зменшувати прокрастинацію. Однак для досягнення максимальних результатів важливо використовувати ці додатки розумно, враховуючи власні потреби та можливості. З розвитком технологій потенціал мобільних додатків буде лише зростати, роблячи їх незамінними помічниками у підвищенні продуктивності. Ефективний користувач — це той, хто використовує технології, розуміючи їхні можливості та межі [26].

1.4 Визначення портрета цільової аудиторії застосунку

Успіх будь-якого цифрового продукту напряду залежить не лише від технічної реалізації чи дизайну, а насамперед від здатності глибоко розуміти користувача. Особливо це стосується мотиваційних застосунків, які взаємодіють із внутрішніми особливостями — звичками, цілями, самооцінкою та рівнем саморегуляції. Рішення, які ми приймаємо як дизайнери, повинні ґрунтуватися не на тому, що ми самі хочемо, а на розумінні того, чого хоче користувач [19]. Тому без чіткого портрета цільової аудиторії майбутній продукт сильно ризикує стати непоміченим серед сотень конкурентів або просто не «зайде» користувачеві. Спроба орієнтуватися на всіх дорівнюватиме втраті реальної місії та візії, яку першочергово вкладає продукт. Зосередженість на конкретному сегменті користувачів, які є цільовою аудиторією продукту, дозволяє швидше тестувати гіпотези і вдосконалювати продукт [24].

Розробка дійсно якісного та працюючого мотиваційного застосунку передбачає роботу не тільки з функціоналом, а й з поведінкою, психологією та потребами людини. Саме тому варто починати з детального аналізу цільової аудиторії: хто ці люди, чим вони живуть, які у них щоденні виклики, чого вони прагнуть та інше, що дасть зрозуміти стан людини всередині та ззовні. Для цього можна зробити карту емпатії, що допоможе не тільки визначити ключову інформацію про аудиторію (робота, вік, стать, хобі і тд), але і дасть зрозуміти, що вони відчують, роблять, кажуть, думають. Успішна взаємодія неможлива без глибокого розуміння контексту, у якому знаходиться користувач [48]. Це розуміння впливає на все: від мови інтерфейсу до структури функцій. Наприклад, для студентів, які борються з прокрастинацією, можуть бути ефективними ігрові механіки, щоденні досягнення і мінімалістичний інтерфейс. Для фахівців — аналітика, чітке планування й інтеграції з календарями. Сучасні мобільні освітні платформи все частіше адаптуються під конкретні стилі навчання й потреби користувача, що демонструє необхідність сегментації аудиторії [47]. Успіх мотиваційного додатку залежить від того, наскільки точно визначено хто користувач, що його надихає і що заважає рухатися вперед. Саме з цього

почалась стратегія проєктування — від UX-дизайну до маркетингу. Саме це стало необхідним етапом дослідження на початковий етап роботи, а саме — вивчення етапів, методів до створення портрета цільової аудиторії.

Цільова аудиторія — це сукупність користувачів, для яких створюється продукт і які мають схожі потреби, мотивації та поведінкові патерни. Правильно сформульована персона дозволяє дизайнерам тримати фокус на справжніх потребах реальних людей, а не на абстрактних вимогах [32]. У випадку мотиваційного застосунку йдеться про людей, які прагнуть підвищити продуктивність, не втрачаючи мотивації на шляху до навчання або розвитку навичок. Тому правильне та точне визначення портрету користувача допоможе: глибше зрозуміти бар'єри на шляху до навчання (втома, графік, прокрастинація); визначити ключові тригери до мотивації (візуальний прогрес, нагороди, рейтинги); адаптувати контент до конкретних потреб користувача.

Згідно з дослідженням, аналіз користувацького досвіду конкурентів допомагає не лише підвищити релевантність функцій, але й зрозуміти очікуваний рівень UX [47]. Тому існують різні методи досліджень, які допомагають зрозуміти потреби користувачів, цілі та проблеми з якими вони стикаються. Це можуть бути інтерв'ю — воно дозволяє зібрати первинні дані щодо мотивації, бар'єрів, щоденних звичок; фокус-групи — допомагають виявити колективні уявлення про навчання, цілі та цифрові інструменти; аналітика соціальних мереж — дає змогу спостерігати за поведінкою цільової аудиторії в реальному середовищі, зокрема щодо вибору платформ, стилю комунікації, реакції на освітній контент.

У створеному мотиваційному застосунку, цільова аудиторія — це молоді люди з різним професійним та креативним бекграундом, які прагнуть розвиватися, але зіштовхуються з дефіцитом часу, відсутністю системності або емоційною втомою. Тому для цього проєкту створено декілька основних персон. Вони є узагальненням декількох видів людей, які мають схожі проблеми та цілі. В свою чергу — це допомогло у розумінні необхідної структури, яку треба створити.

Олександр — фронтенд розробник. Він хоче вчитися ввечері після роботи, не втрачаючи мотивації, оскільки після роботи він втомлюється, але бажання опанувати нову навичку набагато сильніша. Він приклад аудиторії з високим рівнем завантаження, який потребує адаптивного планування та коротких сесій із чіткою візуалізацією прогресу.

Анна — фріланс дизайнерка. Її ключова потреба структурована система самонавчання. Вона ідеальна представниця аудиторії, яка цінує дизайн, гнучкий графік і потребує натхнення для підтримки ритму навчання. Вона хоче поєднувати заняття спортом та професійні курси, самонавчання. Приклад користувача, що хоче поєднувати роботу та розвиток в професійній сфері зі спортом.

Кирило — менеджер з торгівлі. Він дуже швидко потребує оволодіння новими навичками для кар'єрного зростання. Він приклад користувача, що цінує практичність, результативність і потребує зовнішньої мотивації (балів, рейтингу).

Розуміння потреб таких користувачів, як Олександр, Анна та Кирило, дає змогу побачити, наскільки різними можуть бути їхні потреби навіть у межах однієї цільової аудиторії. У кожному з цих прикладів портрет користувача дозволяє не просто здогадуватися, чого може хотіти аудиторія, а створити дизайн-рішення, що базуються на реальних мотиваціях, очікуваннях і поведінці. Але також важливо пам'ятати, що потреби користувачів не є статичними. Їхні потреби, мотивації та звички змінюються разом із життєвими обставинами, кар'єрним зростанням, новими технологіями чи змінами в розкладі. Наприклад, Анна згодом може перейти на фултайм роботу у студію, де втрачає гнучкість; або Кирило отримає підвищення й матиме менше часу на самостійне навчання. Саме тому застосунок має передбачати можливості масштабування й адаптації.

Для цього необхідно не лише створити влучний портрет користувача на старті досліджень, а й постійно його актуалізувати та адаптуватися до різних змін, які впливають на мотивацію сучасної людини. Персона є живим

інструментом — вона змінюється в міру того, як змінюється досвід взаємодії з продуктом [24]. Постійне оновлення анкети користувача можливе лише за умови регулярного збору зворотного зв'язку та різноманітної аналітики. Поведінкові особливості людей під час використання застосунку, тривалість взаємодії, A/B тестування елементів інтерфейсу — усе це дозволить виявити, що працює добре, а що потребує покращення або взагалі краще було б прибрати. Зворотний зв'язок у вигляді коротких оцінок, коментарів чи відкритих форм також допоможе залучати користувачів до процесу вдосконалення продукту. Тому теж важливо є те, що постійне спостереження за користувачами дорівнюватиме швидкому реагуванню та покращенню застосунку.

1.5 Аналіз конкурентів

Мотиваційні застосунки допомагають користувачам з різними потребами ставити цілі, планувати завдання та відстежувати прогрес у реальному часі. Вони допомагають підвищити нам мотивацію через функції планування, нагороди за досягнення та підтримку самодисципліни. Мотиваційні застосунки, як правило, поділяються на кілька категорій: планування часу, підвищення продуктивності, ведення звітності та саморозвиток. Аналіз конкурентів є важливим етапом для розуміння ситуації на ринку мотиваційних застосунків.

Оскільки ці додатки все більше впливають на продуктивність і саморозвиток користувачів, важливо детально вивчити їх функціональні можливості, сильні та слабкі сторони. Серед сучасних підходів до UX/UI, що використовуються в конкурентних продуктах, помітне зростання ролі емоційного дизайну, персоналізації та адаптивності [14].

Yeolpumta (Рис. А.1) . Переваги цього застосунку такі, що він допомагає користувачам ефективно управляти своїм навчальним процесом через детальне відстеження витраченого часу. Під час сеансів застосунок блокує інші програми, що підвищує концентрацію. Можливість переглядати щоденні журнали навчання та справи на день, дозволяє користувачам залишатися організованими.

Можливість створення груп для перевірки прогресу друзів і спільного навчання, мотивує користувачів досягати кращих результатів, відображаючи їхні рейтинги. Недоліків небагато, але вони також є. Наприклад деякі користувачі з України зазначають, що їхній регіон не підтримується в застосунку, що створює обмеження в умовах, доступних у користувачів. Виходячи з цього дослідження, можна зробити висновки, що було б корисно додати підтримку для більшої кількості країн, зокрема для України та інтеграцію з іншими навчальними платформами та календарями для більш ефективного планування (Рис. А.2).

Structured (Рис. А.3). Переваги цього застосунку такі, що інтерактивний тайм лайн дозволяє користувачам бачити завдання, події та зустрічі, що полегшують їм управління часом, користувачі отримують нагадування про важливі завдання, кольорові іконки дають змогу персоналізувати завдання, підвищуючи їх видимість та пріоритетність, місце для зберігання ідей, які можуть бути організовані пізніше. Недоліки — базові функції, такі як налаштування сповіщень та повторювані завдання, доступні лише в платній версії. Користувачі не можуть повноцінно протестувати функціонал перед покупкою. Можна змінити функціонал пробного періоду, що дозволить користувачам оцінити повний функціонал перед покупкою (Рис. А.4).

WinGo Plan (Рис. А.5). Функціонал цього застосунку — встановлення цілей, визначення їх часових рамок для їх досягнення, а також можливість створювати списки завдань для кожного етапу. Відображення часу, що залишився до завершення завдання, допомагає користувачам дотримуватися термінів. Наявні недоліки — користувачі можуть створювати лише один рівень під завдання, що може бути незручним для складних проектів.

Аналіз конкурентів показав, що кожен із застосунків має свої сильні та слабкі сторони. Yeolpumta блокує відволікаючі додатки і створює комфортне середовище для навчання. Structured має сильні функції планування та персоналізації завдань, однак відсутність пробної версії та обмеження для нічних користувачів зменшує його популярність серед різних груп користувачів, які не хочуть платити за додаток, не спробувавши весь потенціал. WinGo Plan

пропонує зручний спосіб управління проєктами, але має обмеження в ієрархії завдань.

Завдяки аналізу було знайдено сильні та слабкі функції конкурентів, скориговано функції з урахуванням недоліків, визначено нові можливості для вдосконалення, покращено UX та UI на основі рішень конкурентів. Цей аналіз є важливим кроком для створення більш конкурентоспроможного і функціонального мотиваційного застосунку.

Висновок до Розділу I

Після низки проведених досліджень можна зробити кілька важливих висновків. Сьогодні мобільні застосунки дійсно займають важливе місце в житті сучасних людей, особливо коли мова йде про навчання, саморозвиток, концентрацію та організацію часу. Вони стали зручним інструментом, який дозволяє не просто краще вчитися, а робити це комфортно, цікаво й ефективно. Завдяки сучасним функціям, як-от гейміфікація, персоналізація, таймери фокусу або аналітика прогресу, користувачі мають змогу залишатись вмотивованими навіть тоді, коли це здається складним. Разом з тим, у дослідженні було розглянуто серйозні проблеми — зниження концентрації, прокрастинація, відсутність чітких цілей, емоційне вигорання та інформаційне перевантаження. Всі ці виклики заважають нам бути ефективними. Тому мотиваційні застосунки мають не просто нагадувати про справи, а створювати умови, в яких людині легше зосередитись, поставити мету і поступово її досягати. Також важливо не забути враховувати дійсно важливі потреби користувачів. Зробити один застосунок для всіх — майже нереально, тому в дослідженні було визначено портрети цільової аудиторії, які допомогли краще зрозуміти, що потрібно різним типам користувачів. Один хоче більше структури, інший — підтримки, а ще хтось — простоти й легкості.

Аналіз конкурентів також показав, що хоча на ринку вже є багато рішень, жоден застосунок не поєднує всіх важливих функцій разом. Це відкриває

можливості для створення нового, більш адаптивного продукту.

Таким чином, перший розділ показав, що потреба у сучасному, продуманому мотиваційному застосунку є дуже актуальною. А головне — зрозуміло, які проблеми він має вирішувати і як виглядати, щоб бути дійсно корисним для своїх користувачів.

РОЗДІЛ II

КОНЦЕПЦІЯ ТА ДИЗАЙН ЗАСТОСУНКУ

2.1 Визначення ключових вимог до мотиваційного застосунку

Основним етапом у цьому процесі є визначення ключових функцій в застосунку є пошук вимог, які відповідають реальному стилю життя, потребам та чомусь більшому, ніж просто задоволення базові потреби. Головна ціль — створити середовище, де користувач відчуває підтримку, контроль над часом і поступовий, але впевнений прогрес.

Під час брейн шторму основним функціоналом було вирішено зробити функції, які спрощують, прискорюють та систематизують шлях користувача до досягнення цілей. Створюючи нову ціль користувач обирає конкретні дні та години, коли він має вільний час. Саме на основі цих даних система формує індивідуальний навчальний план, який чітко вбудовується в життя людини, а не змушує її підлаштовуватись. Ціль може бути як короткостроковою — на тиждень, так і довгостроковою — на місяць або навіть рік. При цьому таких цілей можна створювати скільки завгодно, але кожна з них повинна відповідати реальному вільному часу користувача. Такий підхід дозволить уникнути перевантаження й підвищить ймовірність досягнення результату.

Ще однією важливою функцією є режим фокусування. Це допомагає користувачеві зосередитись на завданні. Застосунок дозволяє блокувати обрані соціальні мережі та додатки під час навчання. Наприклад, можна надати дозвіл на словник або Google, але обмежити доступ до Instagram чи TikTok. Якщо користувач вирішує вийти із сесії раніше або зняти обмеження — система автоматично списує частину зароблених балів.

Після кожного заняття користувач залишає короткий текстовий або фото-звіт. Це може бути просте селфі за ноутбуком або кілька речень про те, що вивчено. Такі невеликі, але систематичні дії формують звичку і дають змогу візуально оцінити прогрес. Наприкінці шляху користувач бачитиме не лише

кількість пройдених уроків, а й свій реальний шлях у фото, коментарях, маленьких перемогах.

Щоб навчання не перетворювалося на рутину, в систему впроваджена гейміфікація. За кожну завершену сесію користувач отримує бали, які може витратити на купони до веб-магазинів, наприклад, аудіо книг чи цифрових ресурсів. Але за пропуски, відсутність звіту або передчасне завершення сесії — частина балів втрачається.

Таким чином, правильне формування функціональних вимог до мотиваційного застосунку є не просто технічним завданням, а ключовим етапом у створенні дійсно корисного й ефективного продукту. Кожна з впроваджених функцій від автоматичного розкладу до системи винагород не лише оптимізує процес планування, а й глибше впливає на внутрішню мотивацію користувача, допомагаючи йому залишатися на шляху до власних цілей. Гнучкість, персоналізація, звітність і блокування відволікаючих факторів — елементи середовища, яке підлаштовується під життя людини, підтримує її у моменти сумніву й підсилює відчуття досягнення. У сукупності вони створюють не просто застосунок, а помічника у розвитку.

2.2 Обґрунтування концепції застосунку для покращення навчання та концентрації

У середовищі, де увага користувачів розпилюється десятками сповіщень, задач і повідомлень щодня, мотиваційні додатки повинні бути не лише функціональними, але й максимально пристосованими до індивідуальних потреб користувачів, адже потреби та стиль життя у всіх різні. Саме тому персоналізація у мотиваційних додатках, таких як TTOG, є ключовою для зацікавлення та утримання користувачів. Значна частина популярних додатків для підвищення продуктивності чи навчання мають стандартний набір функцій. Нагадування, списки справ, календар, трекер звичок і тд. Але вони не враховують той факт, що мотивація кожної людини — унікальна. Комуś важливо бачити щоденний

прогрес у графіках, а хтось втрачає інтерес без візуального або зворотного зв'язку. Це підтверджується й дослідженнями, які демонструють, що внутрішня мотивація значно зростає, коли користувач відчуває контроль над процесом та бачить власні досягнення [47].

Застосунок TTOG якраз вирішує цю проблему. Кожен користувач при вході в застосунок проходить короткий онбординг, де відповідає на запитання про свій вільний час, мету навчання, рівень мотивації.

Онбординг, від англійського слова *onboarding*, процес першого знайомства користувача із застосунком, під час якого відбувається введення в основні функції, налаштування персональних параметрів та створення першого враження про продукт. Його мета зробити перший досвід взаємодії користувача з продуктом максимально зрозумілим, а також зібрати базову інформацію про користувача для персоналізації. У застосунку TTOG, онбординг виконує ще важливішу функцію — він допомагає адаптувати сервіс до індивідуального графіка, цілей, рівня мотивації.

Під час проходження онбордингу користувач відповідає на кілька ключових запитань, на основі яких формується особистий план для досягнення мети. Також він допомагає знизити рівень відтоку користувачів на початковому етапі, коли вони тільки знайомляться з продуктом, адже саме завдяки ньому є можливість уникнути ситуацій, коли людина не розуміє, що саме потрібно робити або як налаштувати застосунок під себе.

Одним із головних бар'єрів у досягненні цілей є нестача часу. Але частіше за все проблема не в самому часі, а в його нераціональному розподілі. У TTOG ця задача вирішується автоматичним плануванням. Коли користувач створює нову ціль, він обирає зручні дні та години. Програма пропонує оптимальний план, де враховано не лише обсяг роботи, а й час на відпочинок, повторення, звіти.

Тут можна привести в приклад створені *user-person* для користувачі, як-от Олександр чи Філіп із дослідження. Вони мають активне соціальне життя, що дорівнює забитому графіку, тому для них критично важливо, щоб навчання не

займало багато часу, було чітко структуроване та не вимагало «вгадування», що робити далі.

Саме це й пропонує застосунок TTOG — логічну послідовність завдань, адаптацію під темп навчання та можливість змінити план у будь-який момент. Також важливим є підтримка на кожному етапі досягнення певної мети. Навіть найкращий план не дає результату, якщо людину не підтримувати під час його виконання. TTOG дає змогу створювати фото- або текстові звіти після кожної сесії, щоб підвищити відчуття відповідальності та бачити свій шлях не лише у відсотках, графіках та цифрах, але й у фотографіях та текстах, які були створені користувачем одразу після сесії, що робить з них живі спогади. Це створює емоційний зв'язок із процесом. Крім того, додаток пропонує режими блокування відволікаючих додатків, рейтинг серед користувачів і систему винагород. За успішні сесії можна отримувати бали та обмінювати їх на бонуси. Це не лише приємний елемент, а й реальна система мотивації, яка показала свою ефективність у схожих продуктах [48]. Також під час брейн шторму, були ідеї про впровадження не лише віртуальних нагород, такі як, скіни для аватару чи додаткові функції, але хотілося дати користувачу реальну мотивацію. І було знайдено ідею, яка дає користувачам, які вже мають деякий прогрес, отримувати знижки на різні програми та застосунки. Це може бути знижка на Spotify, Netflix та інших стрімінгових платформах. Це дійсно мотивуватиме користувачів, оскільки цільова аудиторія користується цими застосунками кожного дня.

2.3 Розробка ключового функціоналу

Ключовим етапом розробки будь-якого застосунку є продумування дійсно зрозумілого та функціоналу, котрий не лише виконує поставлені задачі, а й відповідає сподіванням користувача, створює емоційний зв'язок та розв'язує реальні проблеми. У випадку з мотиваційним застосунком TTOG це особливо важливо, адже цільова аудиторія — це особи, які прагнуть змін, але часто стикаються з труднощами організації, браком мотивації, часу, самодисципліни

та сторонніми відволікаючими факторами. Саме тому функціонал TTOG було розроблено з урахуванням цих бар'єрів, а також на основі сучасних досліджень мотивації, продуктивності та цифрових звичок [48].

Однією з найважчих перепон на шляху до досягнення особистих цілей — особливо тих, що стосуються навчання, здобуття нових навичок чи зміни звичок, є відсутність структури, яка б враховувала реалії життя користувача. Часто люди прагнуть розвиватися, проте їхній щоденний графік вже заповнений роботою, навчанням, домашніми справами та безліччю рутинних зобов'язань. Виходячи з цього, суворо визначені плани, які пропонують більшість додатків, спричиняють розчарування, відчуття поразки і, зрештою, відмову від поставленої мети. Оскільки запал до дії та змін, який з'являється у користувача, дуже швидко гасне через неправильний і неефективний план досягнення мети.

TTOG вирішує цю проблему створюючи, індивідуальний графік навчання, який не нав'язує розклад, а будується навколо життя користувача, бережучи його час, ресурси та ментальну енергію. Це не просто функція — це філософічний підхід, що ґрунтується на потребі в автономії, одній з основних психологічних потреб. Люди мають фундаментальну потребу відчувати, що вони є ініціаторами власної поведінки, а не підлеглими зовнішньому контролю [48].

Коли користувач ставить собі за мету — наприклад, вивчити корейську мову або нарешті відновити регулярні заняття з пілатесу — він не тільки прописує ціль, а й визначає свої часові межі в розкладі. У зрозумілому, інтерфейсі користувач просто позначає ті дати та години, коли фізично може виділити час на навчання чи практику. Це може бути щоденна рутинна зранку, або активні заняття по 3 години 4 рази на тиждень, або лише 15 хв в день коли повертаєшся з роботи — і це цілком нормально.

На основі цих даних TTOG може якісно та подумано побудувати індивідуальний розклад, розподіляючи задачі відповідно до визначених часових вікон; враховувати оптимальні проміжки між сесіями для закріплення інформації; автоматично переносити завдання, якщо виникла непередбачувана ситуація; порекомендувати різноманітні типи активностей залежно від наявного часу.

Тому такий особистісний підхід допомагає користувачеві уникнути перевтоми, що є важливим фактором у підтримці тривалої мотивації.

На відміну від звичних мотиваційних застосунків чи трекерів звичок, TTOG не нав'язує готових шаблонів, а створює персональний, живий розклад. Це створює таке відчуття для людини, що він не відчуває тиску чи зобов'язання, а здобуває такого собі помічника, який допомагає використовувати навіть найменший відрізок часу з користю, але без напруження. Цей підхід відповідає актуальним принципам гнучкого UX-дизайну та human-centered планування, які активно інтегруються у цифрових продуктах нового покоління. Він спирається також на дослідження когнітивної психології. TTOG дозволяє мати чітко завершені сесії в межах вільного часу, що психологічно дає відчуття завершеності й досягнення. Також, якщо враховувати теорію «порогів мотивації» (threshold theory) починати легше, якщо бар'єр входу низький. Заплановане завчасно завдання на 15 хвилин виглядає досяжним, і тому шанс виконати його зростає.

Варто також зазначити, що більшість існуючих додатків для самонавчання чи цілепокладання пропонують один з двох варіантів: застигли розклади, які не враховують особистий час користувача та цілі, які не прив'язані до графіка — що веде до перевантаження. Відсутність адаптивності до змін — збій у графіку руйнує весь план. Отже, планування втрачає ознаки формальності, перетворюючись на живий, гнучкий інструмент, що «підлаштовується» під потреби користувача, а не навпаки. Окрім практичних переваг, індивідуальний графік виконує також дуже важливу функцію — формує відчуття підтримки та створює відчуття, що здійснення мети вже близько. Коли користувач бачить, що його особистий час враховано, що йому не пропонують нереального — з'являється емоційний зв'язок з продуктом. Це зміцнює мотивацію, підвищує рівень довіри та зменшує страх перед досягненням «великої мети».

Не варто забувати про велику проблему, яка щоденно існує у нашому сучасному просторі, яке безперервно прагне захопити нашу когнітивну енергію: сповіщення, push-повідомлення, лайки, дзвінки, нескінченні стрічки. Це все це

розсіює нашу і так погану увагу та зменшує здатність до глибокої та результативної роботи. Саме тому функція режимів блокування в TTOG не просто є актуальною, а й важливою, оскільки формує простір, в якому увага під час навчального процесу захищається блокуванням.

Чому це настільки важливо додати в наш застосунок? Відповідно до досліджень Глорії Марк, після кожного відволікання людині потрібно в середньому 23 хвилини, щоб повністю відновити стан зосередженості [29]. Це означає, що навіть кілька секунд у соціальних мережах можуть «забирати» півгодини втраченої продуктивності. А коли йдеться про самостійне навчання, творчість або глибоку роботу над особистими цілями — ці втрати стають критичними. Ми не просто втрачаємо час, коли нас переривають — ми втрачаємо когнітивний імпульс. Потік думок, концентрація, натхнення — усе зникає [20].

Як це втілено у TTOG? TTOG надає розумний режим блокування, котрий користувач може регулювати власноруч. Людина може обирати застосунки або веб-сайтів, які буде заблоковано — Instagram, TikTok, YouTube, Twitter. Водночас дозволяється доступ до ресурсів, котрі можуть бути корисними: словники, Google Docs, освітні платформи. Буде присутній таймери фокус-сесій — короткі (Pomodoro 25/5), середні (45/15) чи індивідуально адаптовані проміжки часу. Щоб користувача була мотивація не переривати сесії, створено штрафи за переривання. Якщо користувач самостійно зупиняє сесію раніше визначеного терміну, з його профілю списується певна кількість балів (гейміфікаційна мотивація), або демонструється фрейм-сповіщення з нагадуванням про мету. У випадку спроби увійти в заборонену програму — система показує мотиваційне повідомлення: «Ти справді хочеш перервати свій прогрес?» чи «Ціль ближче, ніж здається — залишайся зосередженим!». Такі фрази задають пряме питання до користувача, наче до нього звертається його наставник, друг, який намагається переконати його дотримуватися заданої мети. Як написано в книжці Duckworth & Gross, що високий ступінь самоконтролю — це не результат сили волі, а результат створення оточення, що сприяє цільовій поведінці. Що доводить важливість створення для користувача такого

середовища, яке сприятиме його безумовному зануренню в здійснення мети [4].

На відміну від окремих застосунків, як-от Forest, Cold Turkey чи Freedom, які діють як окремі механізми, TTOG інтегрує фокусування безпосередньо в процес досягнення поставленої мети. Тобто блокування — не додаткова функція, а невіддільна складова шляху до цілі. В одному інтерфейсі користувач: спостерігає за своєю метою, реалізує заплановану сесію, активує режим концентрації і одразу після завершення отримує звіт. Такий підхід зберігає фокус протягом всього циклу: планування — виконання — звітність. Режими блокування TTOG не просто зменшують відволікання. Він додатково посилюють відчуття відповідальності та контролю над власною поведінкою.

Окремо варто згадати про елементи гейміфікації, які підсилюють ефект режимів блокування. Система нарахування балів та рівнів, де після кожного вдалого навчального процесу користувачу нараховуються бали, які він накопичуватиме та потім може використовувати на цікаві подарунки. Це можуть бути знижки на улюблені платформи — Netflix і Spotify і тд. Ці інструменти трансформують фокусування не в обмеження, а у взаємодію зі своїм розумом, де кожен вибір на користь зосередження — це шлях до досягнення мети.

Найскладніше для більшості користувачів додатків для саморозвитку не розпочати, а не зупинитися. На початку енергії та запалу хоч відбавляй. Та вже за кілька днів, тиждень чи два — мотивація втрачає свою чіткість. І тоді на перший план виходить видимий прогрес, як основа для самодисципліни. Саме тому система прогресу та звітності в TTOG — не просто корисна функція, а стратегічна: вона перетворює абстрактне «я вчуся» на конкретне, вимірне «ось чого я вже досягла».

Спочатку — дія, далі — результат, і саме він підживлює мотивацію [32]. Реалізовано це в застосунку так, що після кожного сесії, користувач повинен залишити звіт — у двох форматах, який йому буде зручний. Текстовий — стислий підсумок зробленого, з чим виникли складнощі, яка ідея чи думка запам'яталася. Фото — знімок робочого процесу (записів, екрану, книги, вправи, тощо). Обидва формати мають важливу функціональну та психологічну роль.

По-перше, це підвищення відповідальності — навіть короткий звіт формує ефект завершеності дії, що є критичним для формування звички. По-друге, це рефлексія — користувач не просто фіксує дію, а осмислює її. По-третє, це матеріалізація прогресу — звіти зберігаються у профілі як такий альбом, де видно, як людина йшла до мети, яка змінить її життя. Останнє — це нагороди, що після кожного звіту користувач отримує ХР (досвід), значок або надихаюче повідомлення.

Особливість такого функціоналу така, що більшість додатків обмежуються кількісними показниками: графіками, відсотками, кількістю днів без пропусків. Натомість TTOG об'єднує кількісну та якісну оцінку. Це не просто ти виконав 7 тренувань — це ти зробив 7 кроків, і ось як це виглядало. Кожен звіт уособлює в собі акт докладених зусиль. У світі, де прокрастинація та самокритика часто переважають, фіксація власних маленьких кроків формує позитивну розповідь про себе. Система звітування та прогресу в TTOG — це пряма паралель між мотивацією та дією, між прикладеними зусиллями та визнанням результату. Вона допомагає не лише бачити кінцевий результат, а й відчувати гордість за процес. У поєднанні з візуалізацією, гейміфікацією та спільнотою — це перетворює шлях до поставленої цілі на наповнену сенсом, емоційно підкріплену подорож.

2.3 Дизайн інтерфейсу та айдентика

Коли користувач відкриває будь-яку програму — перше, що він бачить, це його дизайн. Саме дизайн створює перше враження, навіть раніше, ніж людина ознайомиться з функціоналом. Як відзначають сучасні дослідники, дизайн інтерфейсу мобільного застосунку має не лише естетичне, а й поведінкове значення — формує довіру та зручність ще до початку використання функцій [1].

Отож, для успішного проекту важливо не тільки що він робить, але й як він виглядає, як сприймається, наскільки зрозумілий та приємний у використанні. У цьому плані дизайн інтерфейсу та айдентика є ключовими у залученні, утриманні та задоволеності користувачів.

У процесі створення дизайну застосунку TTOG був фокус на створенні не просто сучасної програми з мотиваційними функціями, а такий, який би візуально підкреслював основні ідеї додатку: легкість, цілеспрямованість, структуру, персоналізований підхід. Тому в дизайні було важливо не тільки підібрати приємні кольори, шрифт чи логотип, а й забезпечити гармонійне поєднання візуального стилю з емоційним забарвленням та функціональністю. Дизайн TTOG — це не просто гарні візуальні рішення, це важливий елемент загального досвіду, що дає змогу користувачу відчувати себе комфортно, зосереджено і впевнено під час досягнення своїх цілей.

У сучасному цифровому середовищі логотип — це не просто графічний знак, а автограф бренду, його характер і настрій, які споживач сприймає майже миттєво. Для застосунку TTOG розробка логотипа була одним з ключових кроків у формуванні айдентики, адже він мав втілювати в собі кілька важливих аспектів: прогрес, натхнення, цілеспрямованість та легкість.

Основою фірмового знаку стала концепція поєднання трьох простих, але значущих графічних символів. Галочка в логотипі символізує завершеної справи, результату, досягнення мети. Це базовий візуальний елемент, який викликає миттєву асоціацію з виконаним завданням або успішно завершеною дією. Стрілка вгору — це символ поступу, динаміки, мотивації рухатись далі. Цей елемент передає ідею прогресу, зростання і бажання покращувати себе. А позначене поле — символ структури, контролю, послідовного виконання. Це візуальне нагадування, що до великої мети веде шлях із маленьких, чітко окреслених кроків. Об'єднавши три ці символи в цілісну форму, логотип TTOG є метафорою самого додатку: програми, що спонукає людей зосереджуватися на конкретних завданнях, відслідковувати свій прогрес і рухатися вперед, крок за кроком (Рисунок Б.1). Фірмовий знак оформлено у вигляді геометричної, але невимушеної структури, яка нагадує ромб або квадрат, що стоїть на куті — динамічну фігуру, що, нібито, перебуває у русі (Рисунок Б.1). Дві стрілки, розташовані по діагоналі, породжують відчуття обертання, циклічності, нагадуючи про безперервний процес удосконалення. Це не статичний символ, а

знак руху, що візуально підтримує основну ідею продукту — регулярність, поступовість, поступ і звичку доводити справи до завершення. Коли користувач виконує завдання, він не просто відмічає чек бокс, а наближається до власної мети, і логотип уособлює саме цей шлях. Лінії фірмового знаку лаконічні, проте чіткі, без зайвих декоративних елементів. Також додано варіанти з різними кольоровими поєднаннями. (Рисунок Б.3).

Логотип також легко адаптується до різних розмірів та форматів. Він добре розпізнається як на головному екрані, так і як іконка мобільного додатку, та у вигляді спрощеного знаку в навігації чи повідомленнях. Ще одна важлива риса — він не тисне, а підтримує. У ньому відсутня агресивність, чіткий ультиматум чи складні асоціації. Він виглядає сучасно, але водночас легко, що показує наче ти на правильному шляху. На відміну від багатьох конкурентів, логотип TTOG не зображає галочку, календар, графік зростання чи просто літери. Він абстрактний, але змістовний. Це дозволяє додатку виглядати одночасно сучасно та не прив'язує себе до трендових зображень чи кліше.

Кольорам та типографіці було приділено велику увагу — метою було створити інтерфейс, який би був максимально простим, зрозумілим, але водночас сучасним, живим та стильним. Він мав дихати — як візуально, так і емоційно. Для колірної палітри було обрано п'ять основних відтінків: від яскраво-синього #005EF5 до м'якого блакитного #52B1FF, світло синього #D2EBFF, а також білий #FFFFFF як фоновий колір і темно-синій #011729 (Рисунок Б.4). Вся палітра ґрунтується на ідеї легкості, спокою та впевненості. Сині тони допомагають сконцентруватись, знижують зорове навантаження та асоціюються з ясністю думки, внутрішнім спокоєм. Це підтверджується дослідженнями у сфері UX-дизайну: кольори в інтерфейсі мають не лише декоративне, але й психофізіологічне значення, впливаючи на настрій користувача та його здатність утримувати увагу. Для застосунку, який повинен мотивувати й підтримувати, було важливим уникнути надмірно агресивних або темних кольорів. Замість цього було обрано палітру, що викликає довіру та легкість сприйняття.

Типографіка в застосунку також має важливе значення. Було потрібно

знайти шрифт, який би поєднував читабельність, сучасність та візуальну привабливість. Зрештою було обрано Manore — геометричний шрифт, який має м'які форми, добре виглядає на екрані та не виглядає надто офіційно. Він ідеально підходить для мобільного використання, адже легко читається навіть на невеликому екрані (Рисунок Б.5). У своїй структурі Manore поєднує простоту, м'якість та характер. Типографіка в TTOG формує чітку ієрархію: заголовки мають великий розмір та колір, основний текст легко відрізнити від підказок або другорядної інформації. Це забезпечує інформаційну прозорість, що, є одним з основних принципів ефективної інформаційної архітектури: користувач не повинен гадати, де головне, а де другорядне — це має бути очевидно завдяки грамотному дизайну. Також важливо відзначити, що велику роль у візуальній частині відіграє загальний стиль — мінімалістичний, з великою кількістю вільного простору. Саме тому в інтерфейсі багато повітря між елементами, що робить його приємним для очей. Мінімалізм — це не лише відсутність зайвого, це про фокус. Чим менше візуального шуму, тим більше уваги користувач приділяє головному — своїм цілям, задачам та прогресу.

Загалом, кольори, що підтримують, а не тиснуть; шрифт, який не відволікає, а направляє; стиль, який не бореться за увагу, а залишає простір для роздумів. Саме тому він так добре відповідає продукту, що створений для допомоги людині зосередитись на власному розвитку, не відволікаючись на зайве.

Під-час розробки мотиваційного додатку TTOG, було важливо не просто створити привабливу картинку, а спроектувати інтерфейс, що буде зручним, приємним у використанні, інтуїтивно зрозумілим і не викликати у користувача ні стресу, ні плутанини. Я орієнтувалася на принцип простоти через логіку, де кожен елемент має свою роль і місце. Ідея полягала в тому, щоб користувач не витрачав час на роздуми, куди натиснути чи як налаштувати свій план, а міг без зусиль відкрити застосунок та одразу розуміти, що робити далі. Інтерфейс має бути настільки інтуїтивним, щоб користувач навіть не замислювався над тим, як ним користуватися. TTOG має чисту, світлу структуру екранів з великою

кількістю вільного простору, мінімумом кнопок та максимальним зосередженням на найважливішому — цілях, задачах, звітах, графіку. Свідомо відмовилася від складних меню чи зайвих декоративних елементів. Інтерфейс побудований на основі сітки, яка створює чіткий візуальний ритм, що полегшує орієнтацію користувачеві. Кожен екран спроектований так, щоби його можна було зрозуміти буквально за лічені секунди — навіть якщо людина зайшла просто глянути, вона знатиме, де натиснути, щоб побачити свій прогрес або створити нову ціль.

Коли користувач тільки заходить у застосунок, його зустрічає анімований екран із логотипом. У цей момент додаток завантажується, а разом із ним — уся необхідна інформація. Щоб уникнути нудьги під час очікування, було створено ідею динамічної анімації, де логотип не є просто статичним елементом, а трансформується згідно з раніше згаданим прийомом. Логотип змінює форму, і з нього поступово з'являються слова — це категорії, які окреслюють тип цілі, що може обрати користувач: навчання, спорт, робота, хобі. Після цього також анімаційно з'являється повна версія логотипу разом із назвою застосунку (Рисунок Б.6). Цей етап триває дуже швидко, щоб не викликати у користувача нудьгу, але водночас він вирізняється з-поміж стандартного підходу, який часто використовують конкуренти. На цих екранах застосовано лише два кольори, а саме синій та білий, вони контрастні, тому легко читаються.

Після логотипу користувач бачить онбординг (Рисунок Б.7). Його завдання — коротко й візуально привабливо пояснити користувачу, для чого створено застосунок і які завдання він допомагає вирішувати. Дизайн витриманий у фірмовому синьому градієнті, який плавно переходить у білий, створюючи ефект легкості та руху. Кожен екран присвячений окремому аспекту: навчання, спорт, робота, розвиток хобі. Завдяки іконкам під заголовками користувач одразу розуміє, до якої сфери належить контент. Ключові слогани внизу екрана («ONE APP — MANY SKILLS», «MAKE IT A HABIT» тощо) виділені великим шрифтом і обрамлені символічними дужками, які утворені з елементів логотипу застосунку. Ці дужки виконують роль візуального чекбокса — ніби позначають

ціль, яку користувач обирає, або акцентують на її важливості. Це не просто декоративний елемент, а частина концепту, що підсилює ідею. Застосунок охоплює багато сфер життя, і кожна з них має свою вагу. Дизайн динамічний, але не перевантажений — багато простору, чітка ієрархія, сучасна типографіка. Кнопка «PASS» внизу та стрілка переходу роблять навігацію простою, і користувач не відчуває тиску чи перевантаження вже на старті. Після проходження онбордингу у користувача з'являються різні методи входу в застосунок. Авторизація через Google, вхід (коли вже є акаунт) та реєстрація (коли немає акаунту).

Дизайн процесу реєстрації у застосунку продуманий так, щоб користувач почувався впевнено на кожному етапі (Рисунок Б.8). Візуальна структура мінімалістична. Використано градієнтний фон у фірмових синіх відтінках, які створюють враження глибини та спокою. Основні елементи, як-от заголовки, поля вводу та кнопки, мають достатній контраст, завдяки чому легко сприймаються візуально. Кнопки «NEXT», «BACK TO LOG IN» та «SIGN UP WITH GOOGLE» вирізняються за кольором і розташуванням, що допомагає користувачеві інтуїтивно розуміти, куди натискати. Поля вводу мають м'які закруглення та достатній відступ між ними, що забезпечує комфортне заповнення на сенсорних екранах. Особлива увага приділена помилкам: вони підсвічуються зрозумілими повідомленнями й супроводжуються іконками. Наприклад, коли ім'я вже зайняте або пошта має помилку, з'являється підказка з альтернативними варіантами або уточненням. Це не лише зручно, але й візуально добре вписується в загальну естетику інтерфейсу. Повідомлення відображаються в контрастному кольорі, але не тривожному, щоб не створювати додатковий стрес користувачу. Також важливо, що весь інтерфейс побудований за принципом єдиної сітки — усі поля, кнопки та тексти вирівняні, тому сторінки виглядають охайно та збалансовано. Немає перенасиченості, завдяки чому користувач не відчуває втоми чи плутанини навіть під час введення інформації.

Екрани входу не відрізняються дизайном від екранів реєстрації (Рисунок Б.9). Ті самі компоненти та дизайнерські рішення, але трохи інший процес входу.

Не варто забувати про прорахування екранів, коли користувач забув пароль. Вони теж дуже важливі. Використані ті самі елементи з вже готових компонентів та стиль такий самий, як і в попередніх екранах авторизації, реєстрації (Рисунок Б.10).

Екрани з верифікацією в одному стилі з екранами дизайнами реєстрації (Рисунок Б.11). Особливостями є те, що в цьому випадку, є зрозумілий таймер, який відраховує час до закінчення актуальності коду та поля, які мають різні стани, коли код введений в зону чи ні. Це також допомагає користувачеві орієнтуватися в дизайн, що скорочує його шлях до закінчення реєстрації.

Коли користувач пройшов реєстрацію йому треба підтвердити свій акаунт, тому спеціально розроблено екрани з підтвердженням свого емейлу. Цей екран також мінімалістичні та має дві кнопки. одна з яких більш контрастна, коли користувач отримав лист і менш контрастна, коли користувачу треба надіслати код знову (Рисунок Б.12).

Нарешті, коли користувач пройшовши авторизацію в застосунок, цього зустрічає коротке опитування. Компоненти не відрізняються від тих, що були в вході на застосунку, все витримано в одному стилі (Рисунок Б.13). Після цього етапу є коротке пояснення того, як створювати цілі. Це допомагає зрозуміти користувачеві етап створення цілі. Тут використані ті ж елементи з логотипу, а саме стрілка (Рисунок Б.13). Відміна від онбордингу така, що тут лише шлях створення цілі, а в онбордингу переваги застосунку.

Після реєстрації користувач потрапляє на головну сторінку. Дизайн виконаний у створеній кольоровій гамі. Картки сесій мають м'які тіні та заокруглені кути, що створює ефект глибини, але без візуального перевантаження. Візуальний ритм дотримано за рахунок однакових відступів, однакової висоти блоків і узгоджених типографічних стилів. Основна увага приділена візуальній ієрархії: великі заголовки, середній шрифт для підзаголовків і дрібніший — для службової інформації. Іконки прості, лінійні, виконані в одному стилі, що додає відчуття цілісності. Навігаційна панель розміщена внизу, з піктограмами, які легко читаються навіть без підписів

(Рисунок Б.14).

Коли користувач запускає тренування, відкривається екран сесії (Рисунок Б.15). Тут акцент зроблений на максимальну візуалізацію процесу. Фон градієнтний, що плавно перетікає від світло-блакитного до синього, тим самим виділяючи центральну зону — таймер. Усі елементи розташовані логічно: таймер по центру, нижче — кнопка паузи, ще нижче — перелік завдань. Особливою деталлю є список вправ, який реалізовано як картки з іконками. Вони мають чітку структуру: назва блоку, назва вправи, час. Колірне кодування допомагає візуально відрізнити типи активностей. Ці блоки оформлені у світлих напівпрозорих тонах з білими елементами, що створює ефект «легкого скла» — це додає глибини, але не ускладнює сприйняття.

Екран, після завершення сесії має заголовок «Session completed!» — коротко, по суті, але з відчуттям гордості. Візуально все оформлено у синіх відтінках, які викликають спокій і концентрацію, а великі цифри 3/30 одразу дають мозку сигнал: прогрес є, все не дарма. Цей екран не закінчує процес, а навпаки — відкриває новий: користувачеві пропонується залишити звіт. Це може бути фото, нотатка або навіть маленька думка. Користувач відмічає зроблені справи, які були заплановані, якщо вони були (Рисунок Б.16).

На екрані прогресу вся інформація подана в компактній, але візуально чіткій формі. Основні показники — у вигляді модулів. Використано кругові діаграми, де обрані кольори гармоніюють між собою і не створюють візуального шуму. Весь дизайн побудований за принципом «менше — краще»: багато простору між елементами, гармонійна типографіка, лаконічні піктограми (Рисунок Б.17).

Ще один важливий екран — календар. Тут я використала принцип візуальної лінійності: горизонтальна шкала місяців, вертикальний список днів. Підкреслення активностей кольором або невеликими мітками дозволяє швидко зчитати інформацію. Колірна палітра — спокійна, з легкими акцентами на важливих діях (Рисунок Б.18).

Профіль користувача — не просто налаштування, а справжнє

відображення шляху людини. Там можна буде побачити загальний прогрес, улюблені цілі, можливо, навіть якийсь розділ зі статистикою або моментами гордості. Там розміщено все найважливіше: інформація про користувача, налаштування, звіти, досягнення, які представлені у вигляді мінімалістичних графіках, що допомагають людині краще зрозуміти прогрес та швидше проаналізувати його (Рисунок Б.19).

Створення цілі — був важким етапом. Ціль була гармонійно поєднати всі задумані елементи, заради якого і було створено цей застосунок, щоб користувач бачив чіткий план, того, що на нього чекає і який результат він зможе досягти. Спочатку користувач вводить назву своєї мети, обирає категорію — спорт, навчання, хобі, робота та обирає обкладинку. Потім обирає дні та години в, які він займатиметься, при цьому можна розписати цілі та план та додати список справ до кожного дня сесій. Се все представлено в інтерактивній формі. Обирає зі списку програми, які треба заблокувати, щоб можна було спокійно займатися та не відволікатися. Завдяки правильному створенню користувацького шляху — цей процес максимально простий, але має в собі ту ідею і ціль, яку закладено. Дизайн лаконічний та зрозумілий, щоб людині було зручно та просто створити новий план досягнення мети в 1-5 хвилини в залежності від величини цілі. (Рисунок Б.20).

Екран нагород також має велике значення в цьому застосунку. Оскільки підтримувати мотивацію просто мотиваційними фразами важко, тому впроваджено можливість обирати за нагороди знижки на популярні стрімінгові сервіси. Це невеликі знижки, але вони є та створюють відчуття того, що ти не тільки досягнеш цілі, але і зможеш щось матеріальне отримати під час проходження цієї цілі. У верхній частині — баланс XP (очок), зароблених за сесії, а поруч — невелика шкала прогресу до наступного рівня. Це допомагає людині бачити, як далеко вона вже дійшла, і скільки ще залишилось до нової цілі. Це не суха цифра, а візуальна мотивація. Під нею — самі нагороди. В залежності від кількості балів змінюється і знижка. Це зображено так, що користувач зможе обирати те, що йому сподобається більше за одну і ту кількість балів. Це ніби

колекція маленьких перемог, яка росте з часом (Рисунок Б.21).

Складність виникає не тоді, коли багато функцій, а коли багато зайвого [33]. Я прагнула, щоб взаємодія з додатком була як спокійна бесіда хорошим наставником, а не як виконання завдань у таблиці Excel. Саме тому дизайн передбачає емоційний контакт. Створений інтерфейс також базується на принципах модульності: кожен екран, кожен блок має свою роль, але водночас їх можна змінювати, комбінувати чи навіть приховувати. Це надає гнучкість і, що найважливіше, не створює візуального шуму. Користувач сприймає систему краще, якщо бачить тільки ту інформацію, яка потрібна йому саме зараз, без відволікань [34]. У додатку TTOG користувач завжди бачить, на якому етапі він знаходиться: скільки завдань виконано, який прогрес у конкретній цілі, що заплановано на наступний тиждень. Інтерфейс не приховує цю інформацію, навпаки, він делікатно та ненав'язливо нагадує про неї.

Наступним етапом було створення додаткових елементів айдентики. Одним із головних було створення віджетів застосунку в Apple Store. Це візитка застосунку. Завдяки правильному створенню та зацікавленню користувачів, вони будуть завантажувати додаток набагато частіше, тому було так важливо його зробити сучасним, зручним, зрозумілим та стильним. Використані найкращі екрани з застосунку, фірмові кольори та короткий, але цікавий опис (Рисунок Б.23).

Розроблено декілька виглядів віджетів, а саме — мотиваційна цитата, яка спонукатиме людину продовжувати досягати цілі. Віджет, який показує час до наступної найближчої цілі — має вже використані розроблені графічні елементи, щоб вписуватись у стиль застосунку. Ще одні важливі це нагадування, вони нагадують користувачеві про сесії та про прогрес, який важливо не втратити (Рисунок Б.24).

Важливими у просуванні застосунку є соціальні мережі. тому саме для цього створено інстаграм пости в стилі айдентики, яка зацікавлює потенційних користувачів ознайомитись з застосунком та завантажити його (Рисунок Б.25). А інстаграм історії нагадуватимуть їм про це в історіях, які вони бачитимуть

щодня. (Рисунок Б.26).

Дизайн інтерфейсу — це не тільки про красиво, а й про зручно, приємно і без напруження. Я прагнула створити продукт, в якому людині буде не просто зручно планувати свій час чи навчання, а який сам по собі вже буде створювати відчуття підтримки. З впевненістю можна стверджувати, що мотиваційний додаток TTOG має всі шанси зайняти особливу нішу на ринку мобільних застосунків, орієнтованих на особистісний розвиток та навчання. В основі концепції лежить не лише набір функцій, але й розуміння механізмів навчання, чинників мотивації та причин, через які виникають складнощі з концентрацією або самодисципліною. Один з ключових висновків полягає в тому, що універсальні рішення не є вирішенням для всіх. Саме тому персоналізація є не додатковою функцією, а ключовою складовою TTOG. Завдяки індивідуальним графікам, автоматичному складанню розкладів, інтелектуальному підлаштуванню під вільний час користувача та рівень його мотивації, додаток адаптується до способу життя людини, а не навпаки. Це дозволяє уникнути відчуття невдачі та підтримувати інтерес до поставленої мети на тривалий термін.

Функціонал TTOG розроблений з урахуванням реальних потреб цільової аудиторії. Кожна функція, від створення навчального плану до режимів блокування, спрямована на вирішення конкретних проблем: нестача часу, відсутність зосередженості, втрата мотивації, страх почати або зупинитися. Користувачі не просто виконують завдання — вони мають можливість відстежувати свій шлях, оцінювати прогрес, ділитися ним та пишатися собою. Це підносить продукт на новий рівень взаємодії з користувачем.

Окремо варто відзначити важливість дизайну. В умовах інформаційного перенасичення, яке стало нормою, інтерфейс повинен бути не тільки привабливим, але й зрозумілим, повітряним та комфортним. Кольори, шрифт, композиція, логотип — все це працює на створення відчуття спокою, контролю та впевненості у користувача.

Висновок до Розділу II

У другому розділі вдалося не тільки описати функціонал застосунку ТТОГ, а й глибше зануритися у питання: що саме потрібно людині, яка хоче стати більш зібраною, мотивованою та впевненою в собі? Увага була приділена не лише технічній стороні, а передусім — на досвіді користувача. Бо суть мотиваційного застосунку — не в тому, щоб просто нагадати про завдання, а в тому, щоб підтримувати, направляти і створювати відчуття прогресу навіть у найменших кроках.

Одним із головних висновків стало розуміння, що індивідуальний підхід до кожного користувача не просто бонус, а необхідність. Світ змінюється, ритм життя пришвидшується, а увага людей з кожним роком розсіюється все більше і більше. Саме тому у ТТОГ кожен користувач має можливість створити план, який ідеально вписується в його особистий графік. Відмовились від універсальних рішень і зробили ставку на гнучкість.

Ще один важливий момент — підтримка фокусу. Світ навколо щохвилини намагається перервати нас сповіщеннями, соціальними мережами чи постійними справами. І тут на допомогу приходять режими блокування в застосунку, які не карають, а навпаки — допомагають створити простір для глибокої концентрації. Це не про обмеження, це про турботу про власну увагу. Важливу роль відіграє і мотиваційна частина. Після глибокого аналізу було зрозуміло, що просто робити — це добре. Але бачити шлях, фіксувати маленькі перемоги, мати змогу озирнутись назад і сказати до себе «о, так! я це зробила» — ще цінніше. Саме тому в ТТОГ можна залишати текстові або фото-звіти, які формують справжню історію досягнення мети. А бонуси, які користувач отримує за старанність, стають приємною подякою за зусилля. Окремо варто згадати і дизайн. Бо він перше враження і щоденне відчуття. Було важливо, щоб застосунок виглядав просто, сучасно і не перевантажував. Щоб кольори, шрифт, логотип — усе дихало і не тиснуло. Бо людина, яка відкриває мотиваційний додаток, не повинна відчувати тиск та навантаження, а навпаки, її це повинно мотивувати на нові звершення.

Підсумовуючи можна сказати, що TTOG не просто набір випадкових функцій. Це цілісна гармонійна та продумана система, яка поєднує в собі турботу, зручність і мотивацію. Це хороший наставник, який не критикує за слабкості, а підказує, як краще. Це середовище, в якому хочеться рости, не боятись помилок. І саме це робить TTOG унікальним і таким, що справді може змінити чийсь звичний ритм життя на щось супер краще!

ВИСНОВОК

В межах дипломної роботи досліджено актуальну проблему сучасного суспільства — втрату мотивації, труднощі з концентрацією та самодисципліною, особливо під час навчання, роботи над собою та виконання щоденних справ.

Сьогодні, коли більшість людей живе в умовах інформаційного перевантаження та постійної нестачі часу, дуже важко зосередитися на важливому. Саме тому виникла ідея створення застосунку, який не просто допомагає «не забути щось зробити», а підтримує людину на шляху до мети, не додаючи стресу. У процесі дослідження проаналізовано наявні мобільні додатки для підвищення продуктивності: трекери звичок, планувальники, фокус-таймери. Було вивчено їхній функціонал і виявлено типові проблеми користувачів — прокрастинація, складність формулювання цілей, відволікання, візуальний перевантаження. Також розкрито важливу роль дизайну інтерфейсу: іноді саме через складність, заплутаність або навпаки — надмірну простоту інтерфейсу — користувачі відмовляються від додатків. Тому велика увага приділялась саме зручності, логіці й візуальному балансу.

Окремо було подано UX-дослідження: я створила user-personas — умовних, але реалістичних користувачів з типовими життєвими ситуаціями. Це дало змогу уточнити, на кого саме орієнтований додаток, які болі та потреби він має враховувати. Також зібрано інформацію про конкурентів, описано їхні сильні та слабкі сторони. Це дозволило виявити, які функції справді корисні, а які — зайві або навіть заважають. На основі цих досліджень було охарактеризовано основні блоки майбутнього застосунку, його стиль, логіку, структуру. Розроблено концепцію додатку, яка передбачає адаптацію під розклад користувача: він сам обирає, коли має вільний час, і система підлаштовується під це. Створено дизайн у Figma, реалізовано функції: короткі звіти (фото/текст), режим фокусування з блокуванням соціальних мереж, система нагород, проста аналітика результатів тощо. Усе це оформлено в приємному, спокійному

візуальному стилі — без зайвих елементів, із логічною навігацією.

Цей застосунок — не про ідеальний розклад, а про підтримку. Він не перевантажує, а підказує, допомагає, адаптується. Моя мета була створити інструмент, який стане надійним помічником для тих, хто хоче рухатись вперед, але не завжди знає, з чого почати. У підсумку, я не просто описала проблему, а систематизувала знання, досвід і дизайн у єдиний проєкт, який має реальну практичну цінність і потенціал розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Багдасар, Ю. "Основні принципи веб-дизайну." МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ ФАКУЛЬТЕТ КАФЕДРА МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ТА СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ: С. 197.
2. Базилук, Ельвіра. "Метод персон в дизайн-проектуванні вебсайтів і мобільних застосунків." Актуальні проблеми сучасного дизайну. Київський національний університет технологій та дизайну, 2024. С. 40.
3. Бровченко А. Становлення українського етнодизайну. Молодь і ринок. 2024. No 3/223. С.81-86.
4. Балабуха Н.М., Здор О.Г., Радько К.В. Дизайн книги як проєктна робота студентів спеціалізації «графічний дизайн» університету Грінченка. АРТ-платФОРМА, 2024. 9 (1). С. 304-323.
5. Брильов С.В., Глухенький І.І., Журавльова Н.В., Кочубей М.С. Академічна школа в сучасних умовах: стратегії розвитку образотворчого мистецтва та дизайну в мистецьких закладах вищої освіти України. Українська академія мистецтва, 2024. No 35. С.104-112.
6. Волгін Ю.Є., Єфімов Ю. В., Балабуха Н.М. Абстрактні композиції у творчості Аркадія та Геннадія Пугачевських. Арт-платформа. Вип. 2(9). 2024.
7. Воловник, Анна Василівна. "Студія зі створення мультимедійних застосунків з дослідженням UI-UX дизайну." (2024).
8. Єфімов Ю. В. Тенденції «яскравого мінімалізму» у сучасному графічному дизайні. Арт-простір. Вип. 5. 2024
9. Задніпрний Г. Т. Пошуки художніх рішень в європейській гравюрі доби Відродження. АРТ-ПРОСТІР, КСУБГ, 2024. Вип. 1(4), С. 99-118.
10. Karpov V., Syrotynska N. Neuroart in the context of creativity. Bichuk Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва: наук. журнал. К.: Міленіум,. No 1. С. 21-36.

11. Кардаш О. Педагогіка - провідна культура сучасності. Вісник Національного університету "Чернігівський колегіум" імені Т. Г. Шевченка, 2024. Том 183. № 27. С.14-19.
12. Лихолат О. Дизайн навчальних презентацій в навчально-виховному процесі закладів освіти. Професіоналізм педагога: теоретичні й методичні аспекти, (15), 2021, С. 36-48
13. Миронова Г. А., Карпов В. В., Романішина В. О. Секвенційне мистецтво та дизайн коміксів у жанрі вестерн. Український мистецтвознавчий дискурс, 2025. № 1. С. 138-146.
14. Проноза, Ярослав. "Використання UX та UI дизайну в мобільних застосунках." (2024).
15. Жулкевський, Владислав. "Динамічна зміна дизайну веб-сторінок на основі емоцій користувача." (2022).
16. Alfra Consulting. Ergonomics: Improve Quality and Productivity [Електронний ресурс]. URL: <https://www.alfraconsulting.eu/ergonomics-improve-quality-and-productivity/> 17. Average Human Attention Span Statistics for 2025. Keevee.URL: <https://www.kevee.com/average-human-attention-span-statistics> (date of access: 17.05.2025).
17. Chandrasekar, K. (2011). Workplace Environment and Its Impact on Organisational Performance in Public Sector Organisations. International Journal of Enterprise Computing and Business Systems, 1(1)
18. Chernev, Alan., Böckenholt, U., & Goodman, J. (2015). Choice overload: A conceptual review and meta-analysis. Journal of Consumer Psychology, 25(2), С. 333–358.
19. Cooper, Alan. (1999). The Inmates Are Running the Asylum: Why High-Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity
20. Deep Work. Grand Central Publishing, 2016.
21. Duckworth A., Gross J. J. Self-Control and Grit. Current Directions in Psychological Science. 2014. Vol. 23, no. 5. P. 319–325. URL: <https://doi.org/10.1177/0963721414541462> (date of access: 17.05.2025).

22. Gartner. The Secret to Productive Employees? A Radical Shift in Work Flexibility URL: <https://www.gartner.com/en/articles/the-secret-to-productive-employees-a-radical-shift-in-work-flexibility> (date of access: 17.05.2025).
23. Gonen, Esra. "Tim brown, change by design: how design thinking transforms organizations and inspires innovation (2009)." *Markets, Globalization & Development Review* 4.2 (2020).
24. Gothelf J., Seiden J. *Lean UX: Applying Lean Principles to Improve User Experience*. O'Reilly Media, Incorporated, 2013.
25. Gothelf J., Seiden J. *Lean UX*. O'Reilly Media, Incorporated, 2021.
26. Hartson R., Pyla P. *UX Book: Process and Guidelines for Ensuring a Quality User Experience*. Elsevier Science & Technology Books, 2012. 976 p.
27. Hilbert, M., & López, P. (2011). The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information. *Science*, 332(6025), C. 60–65
28. How Mobile Apps Improve Productivity. Hpnsite. URL: <https://www.hoopis.com/whitepapers/how-mobile-apps-improve-productivity> (date of access: 17.05.2025).
29. Jääskeläinen A. Comparison of performance measurement in different purchasing and supply management practices. *International Journal of Productivity and Performance Management*. 2018. Vol. 67, no. 8. P. 1290–1309. URL: <https://doi.org/10.1108/ijppm-06-2017-0148> (date of access: 07.06.2025).
30. Kraft, C. (2012). *User experience innovation: User centered design that works*. Apress.. Saffer, D. (2010). *Designing for Interaction: Creating Innovative Applications and Devices*
31. Kuniavsky, Mike. *Observing the user experience: a practitioner's guide to user research*. Elsevier, 2003.
32. Labib N. *The Role of Parents in the Higher Education and Career Choices of Women of Arab Descent: A Comparative Study of Australia and the UAE: thesis*. 2019. URL: <https://hdl.handle.net/2123/21482> (date of access: 17.05.2025).
33. Meunier M., Fogg R. *Challenges Associated With Design and Build of Composite Sailing Super Yachts. Design Construction & Operation of Super & Mega*

Yachts 2009. 2009. URL: <https://doi.org/10.3940/rina.smy.2009.13> (date of access: 17.05.2025).

34. Microsoft Corp. Attention spans: Consumer insights. 2015. [Електронний ресурс]. – URL: <https://time.com/3858309/attention-spans-goldfish/>

35. Morville, Peter, Louis B. Rosenfeld, and Jorge Arango. "Information architecture for the Web and beyond." (No Title) (2015).

36. Moshinski, Viktor, et al. "Modern education technologies: 21st century trends and challenges." SHS Web of Conferences. Vol. 104. EDP Sciences, 2021.

37. Motivational and self-regulated learning components of classroom academic performance." Journal of Educational Psychology, vol. 82, no. 1, 1990, pp. C. 33-40.

38. Nielsen, Jakob. Usability engineering. Morgan Kaufmann, 1994. 39. Pustiulha, S. I., et al. "Аналіз тенденцій та трендів у дизайні інтерфейсів сучасних мобільних додатків." Art and Design 4 (2023): C. 135-148.

39. Powerful Goal-Setting Statistics to Drive Success in 2025 | Synergita. Blogs | Resources*. URL: [<https://www.synergita.com/blog/okr-management-software/30-powerful-goal-setting-statistics-to-drive-success-in-2025/>.] (<https://www.synergita.com/blog/okr-management-software/30-powerful-goal-setting-statistics-to-drive-success-in-2025/>) (date of access: 17.05.2025).

40. Pruitt J., Adlin T. Persona Lifecycle: Keeping People in Mind Throughout Product Design. Elsevier Science & Technology Books, 2010

41. Pruitt, John, and Tamara Adlin. The persona lifecycle: keeping people in mind throughout product design. Elsevier, 2010.

42. State of the Global Workplace Report Gallup.com. URL: <https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace-2022-report.aspx> (date of access: 19.05.2025).

43. Schunk, Dale H. "Self-efficacy and academic motivation." Educational Psychologist, vol. 26, no. 3

44. Taboola & Nielsen. Human attention span dropped from 12 secs in 2000 to 8 secs in 2018. 2018. URL: <https://www.exchange4media.com/digital-news/human->

attention-span-dropped-from-12-secs-in-2000-to-8-secs-in-2018-taboola-nielsen-study-100272.html (date of access: 17.05.2025).

45. Tenner, Edward. "The design of everyday things by Donald Norman." *Technology and Culture* 56.3 (2015): C. 785-787.

46. Uther, Maria. "Mobile learning—trends and practices." *Education Sciences* 9.1 (2019): 33.

47. Zhang X., Hai Y. J., Li C. Learning Management System in Education via Mobile App: Trends and Patterns in Mobile Learning. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*. 2024. Vol. 18, no. 09. P. 19–34. URL: <https://doi.org/10.3991/ijim.v18i09.49027> (date of access: 17.05.2025).

48. Ryan R. M., Deci E. *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Springer, 2014. 372 p.

ДОДАТОК А

Аналоги схожих застосунків



Рис. А.1 – Логотип конкурента «YeolPumTa»

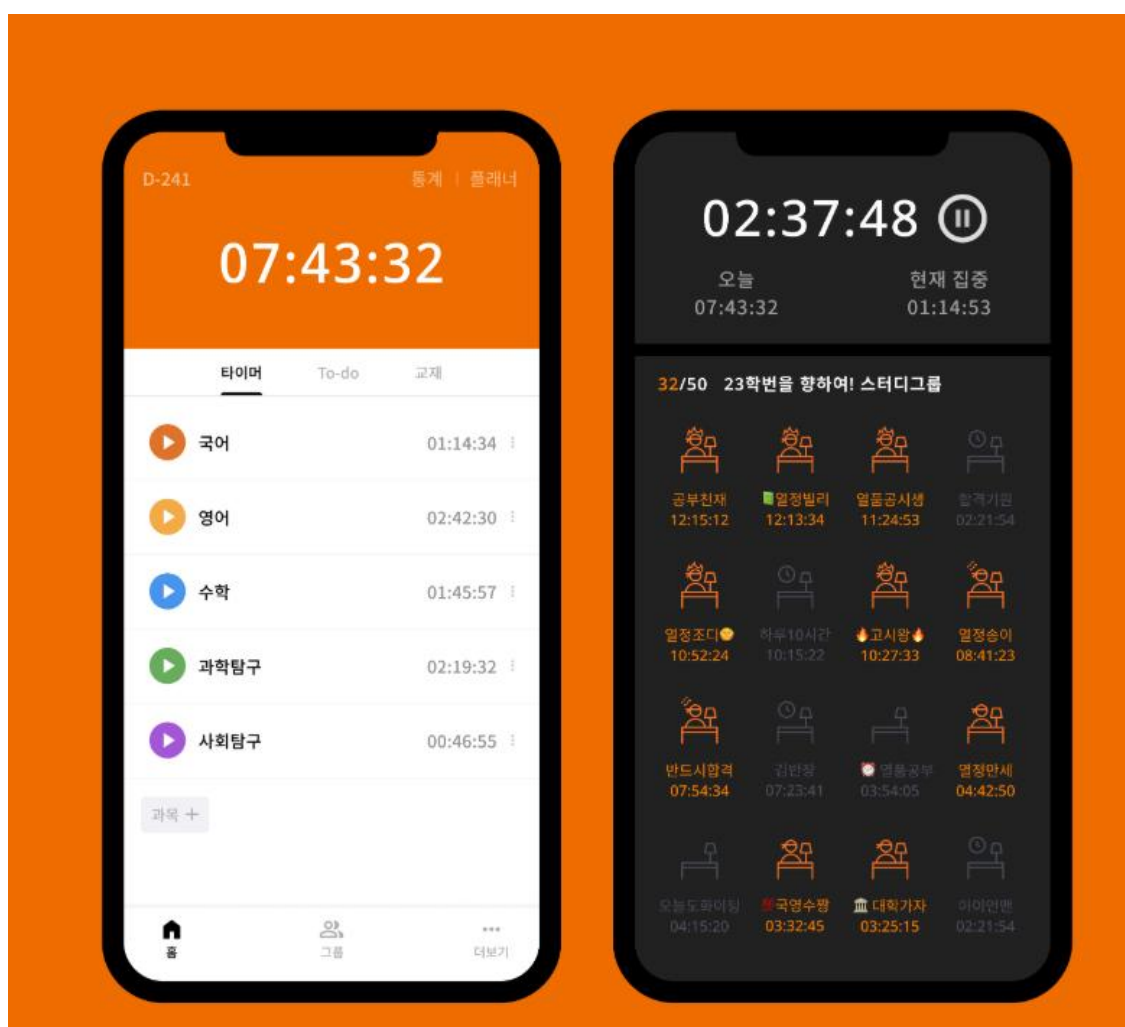


Рис. А.2 – Экрани застосунку конкурента «YeolPumTa»



Рис. А.3 – Логотип застосунку конкурента «Structured»

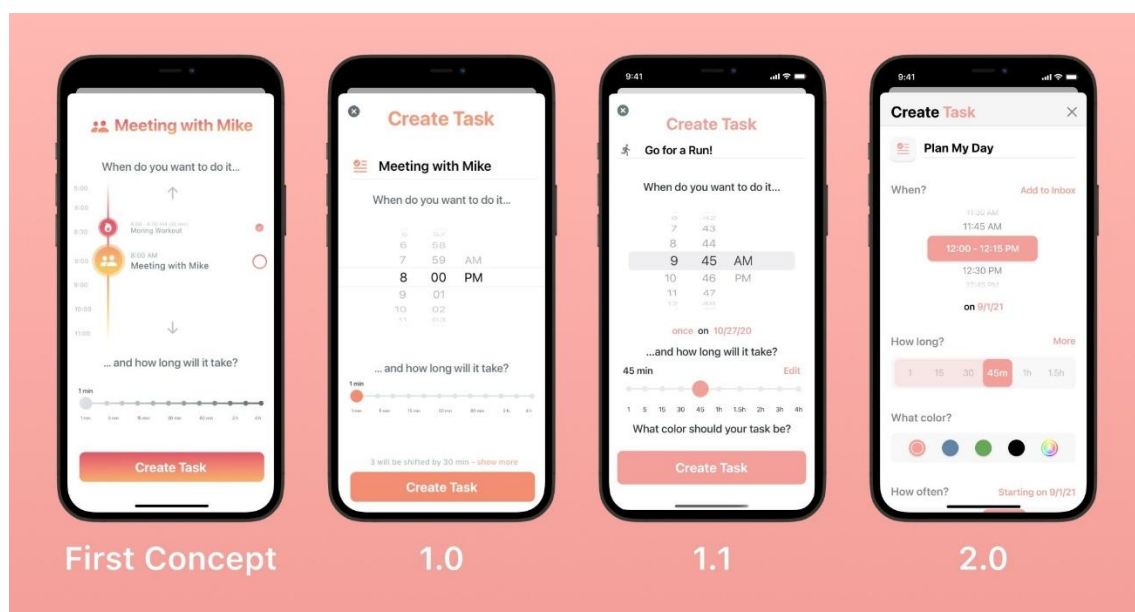


Рис. А.4 – Екрани застосунку конкурента «Structured»

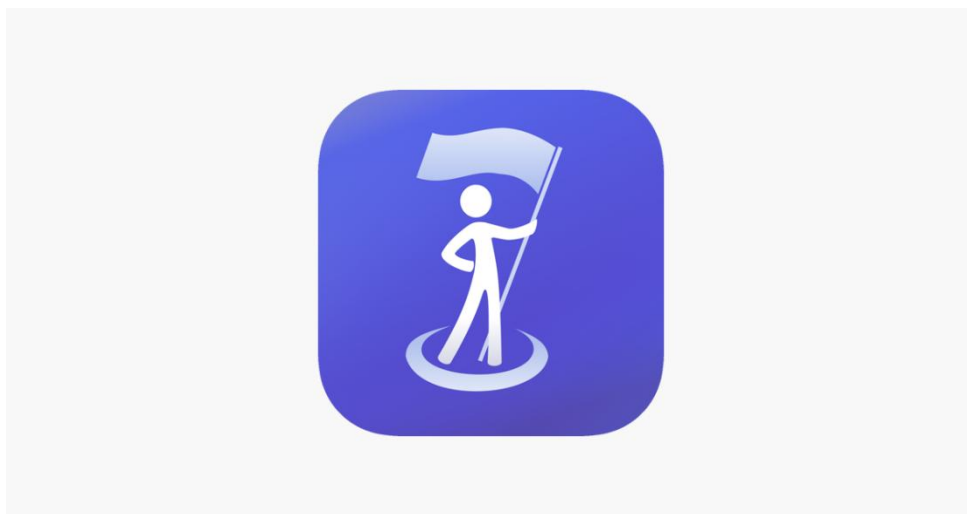


Рис. А.5 – Екрани застосунку конкурента «WinGo»

ДОДАТОК Б

Етапи розробки мотиваційного застосунку

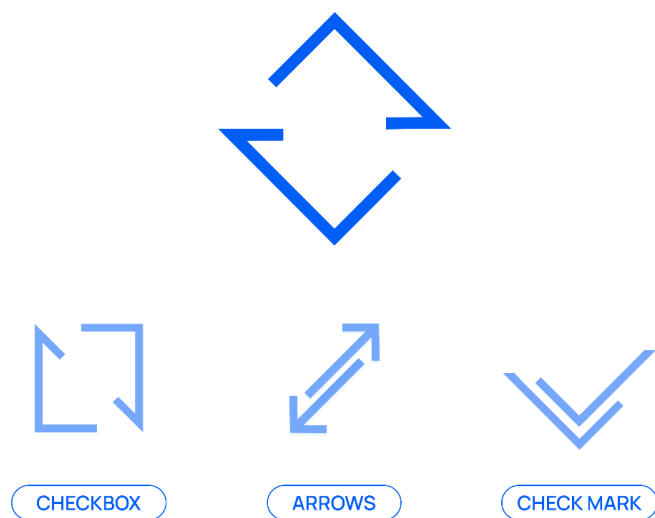


Рисунок Б.1 – Концепція створення логотипу

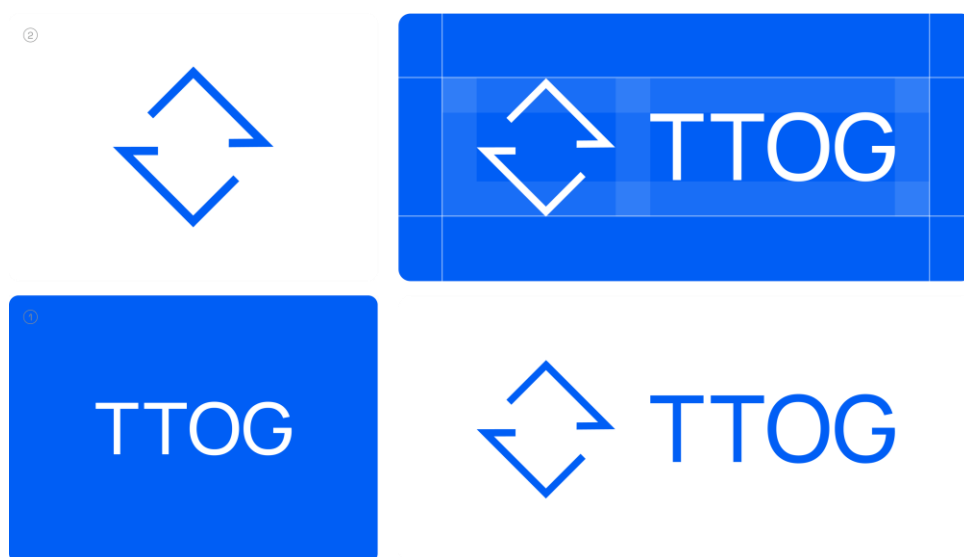


Рисунок Б.2 – Логотип в різних поєднаннях



Рисунок Б.3 – Логотип в різних кольорових варіаціях

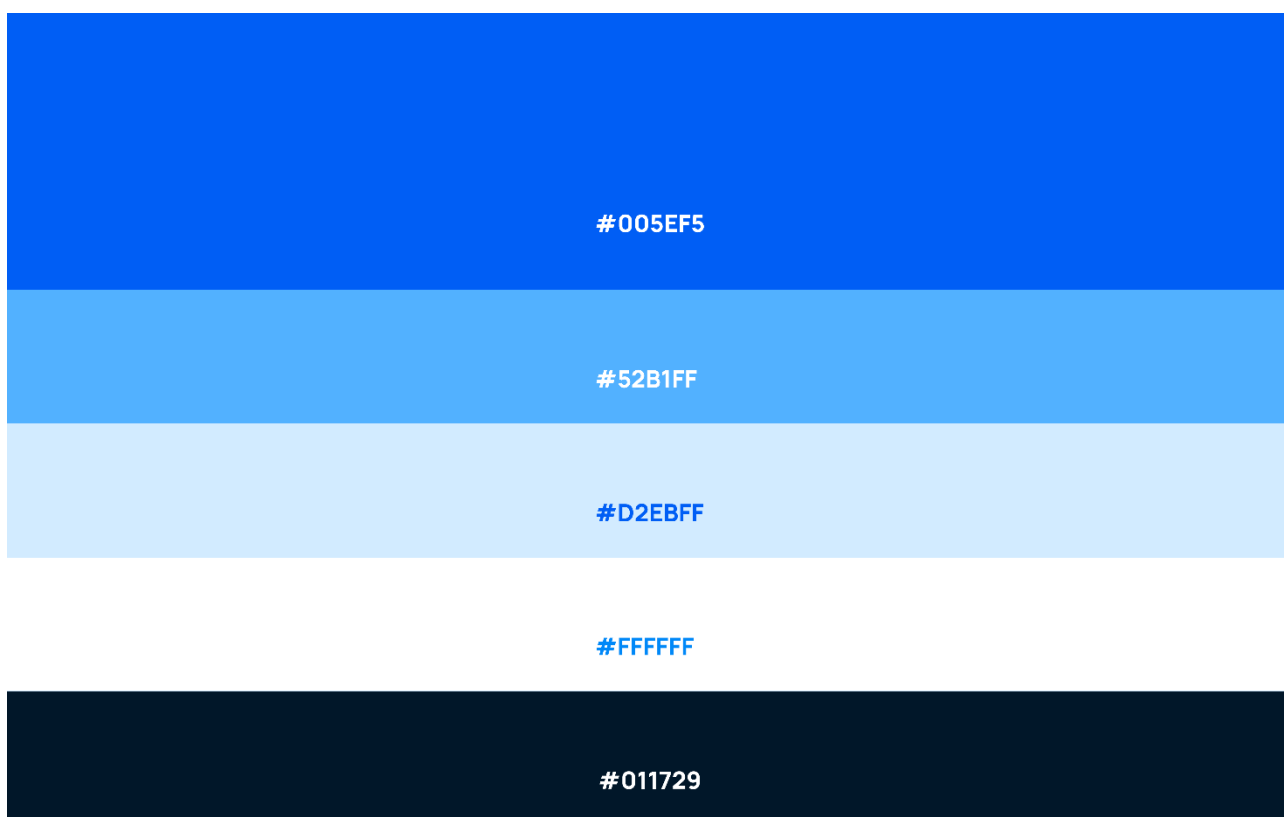


Рисунок Б.4 – Фірмові кольори дизайну застосунку

Extralight
Light
Regular
Medium
Semibold
Bold
Extrabold
MANROPE

Aa

Uppercase

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

Lowercase

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

Numbers

1234567890

Рисунок Б.5 – Фірмовий шрифт



Рисунок Б.6 – Завантаження застосунку



Рисунок Б.7 – Онбординг



Рисунок Б.8 –Екрани з реєстрацією в застосунок



Рисунок Б.9 – Екрани з входом у застосунок



Рисунок Б.10 – Новый пароль

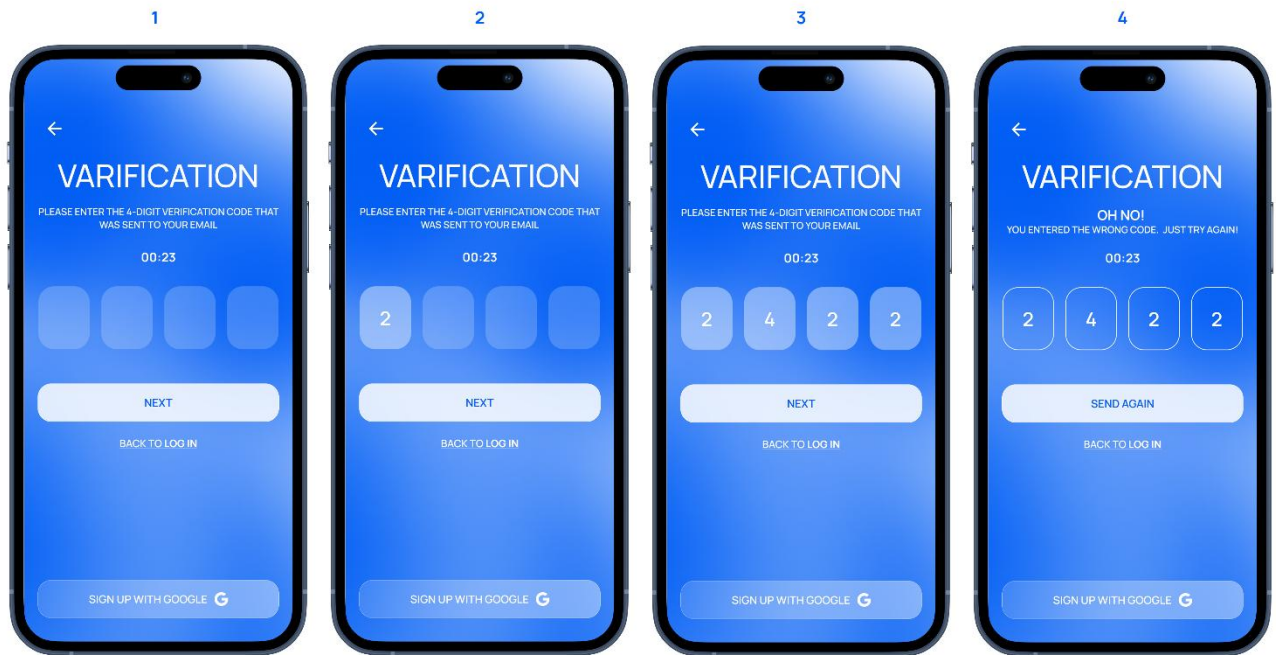


Рисунок Б.11 – Екрани з верифікацією

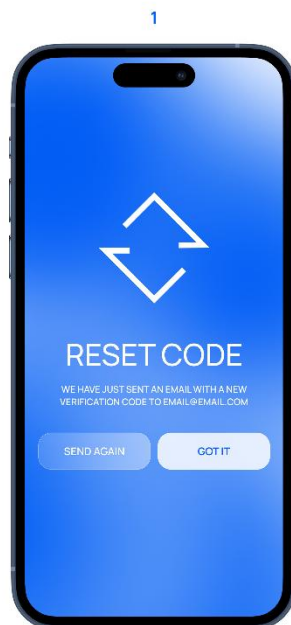


Рисунок Б.12 – Екран скинути код



Рисунок Б.13 – Коротке опитування після реєстрації



Рисунок Б.14 – Екран головної сторінки



Рисунок Б.15 – Екран запущеної сесії

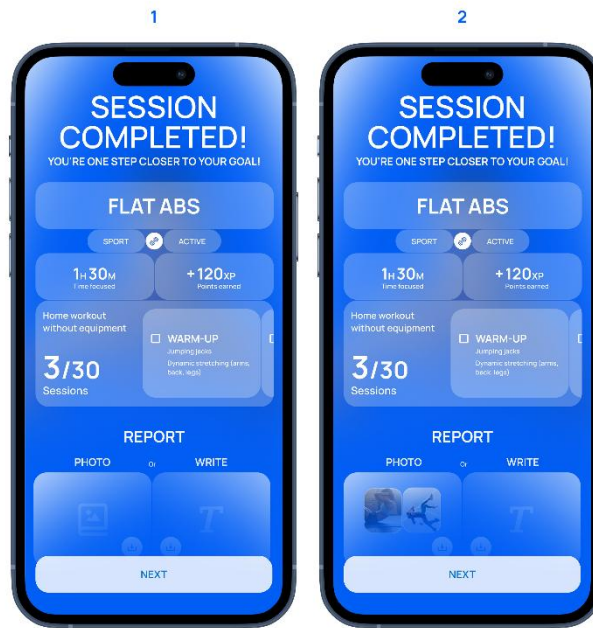


Рисунок Б.16 – Екран сесії, яка успішно закінчилась

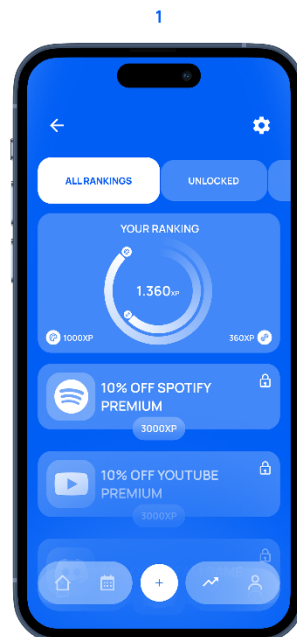


Рисунок Б.17 – Прогрес



Рисунок Б.18 – Календар



Рисунок Б.19 – Профіль користувача

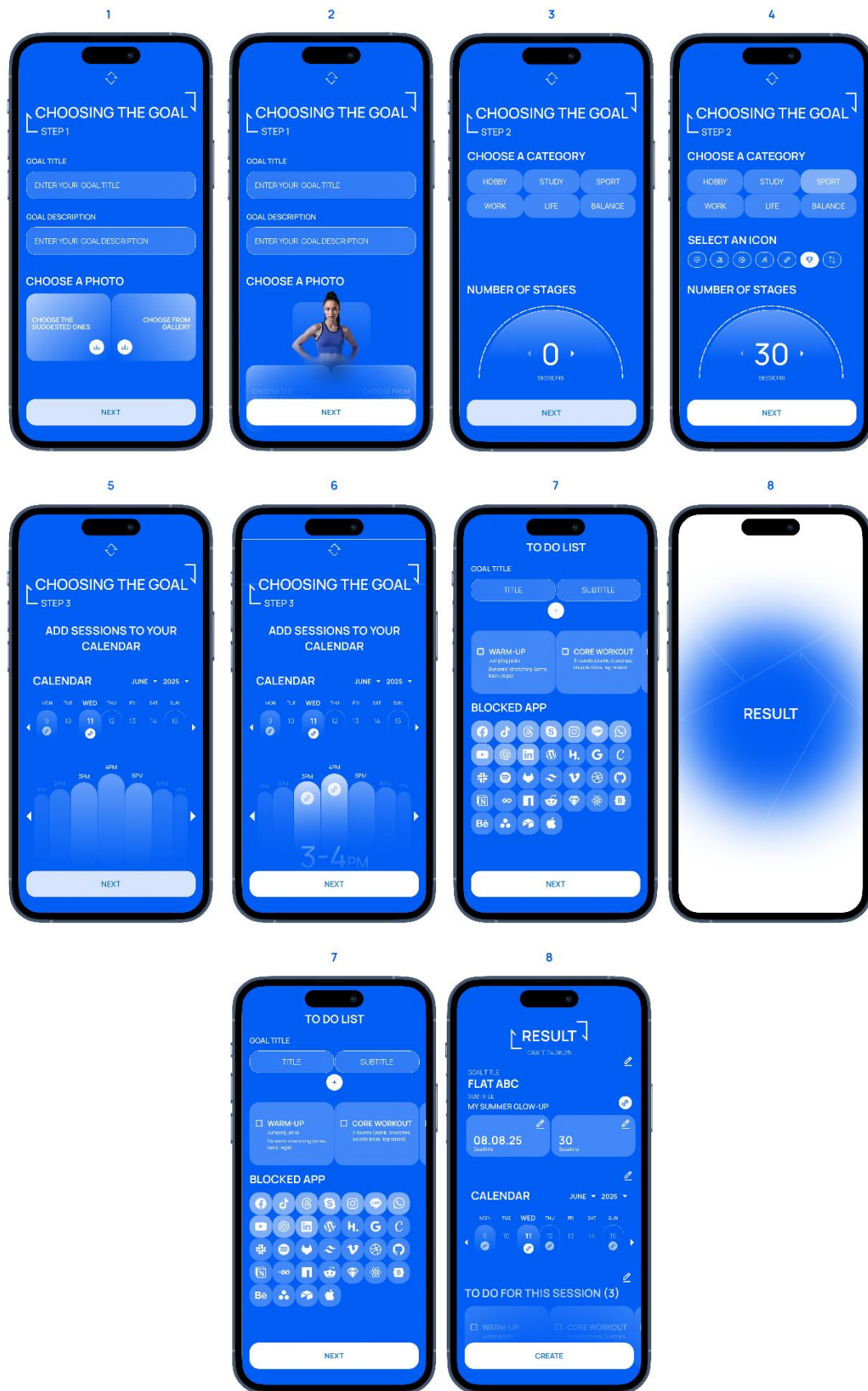


Рисунок Б.20 – Етапи створення цілі

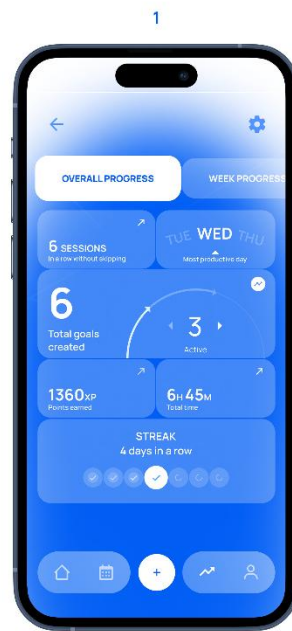


Рисунок Б.21 – Нагороди



Рисунок Б.22 – Екран зі створеною ціллю

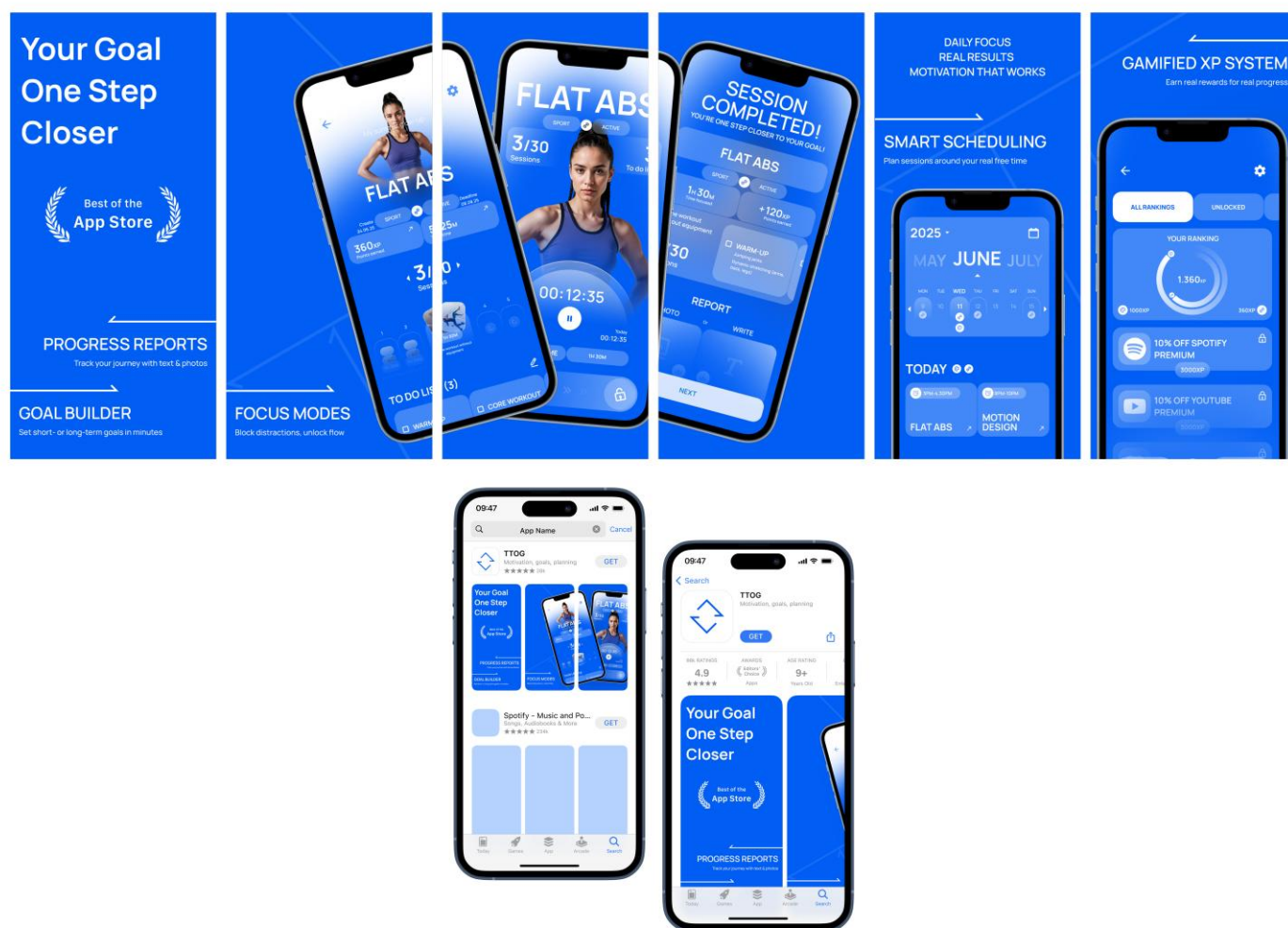


Рисунок Б.23 – Apple Store temple

1

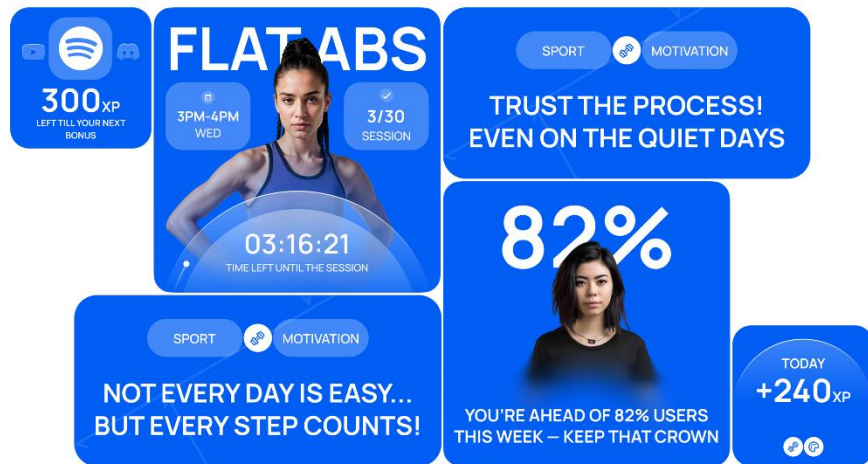


Рисунок Б.24 – Віджети

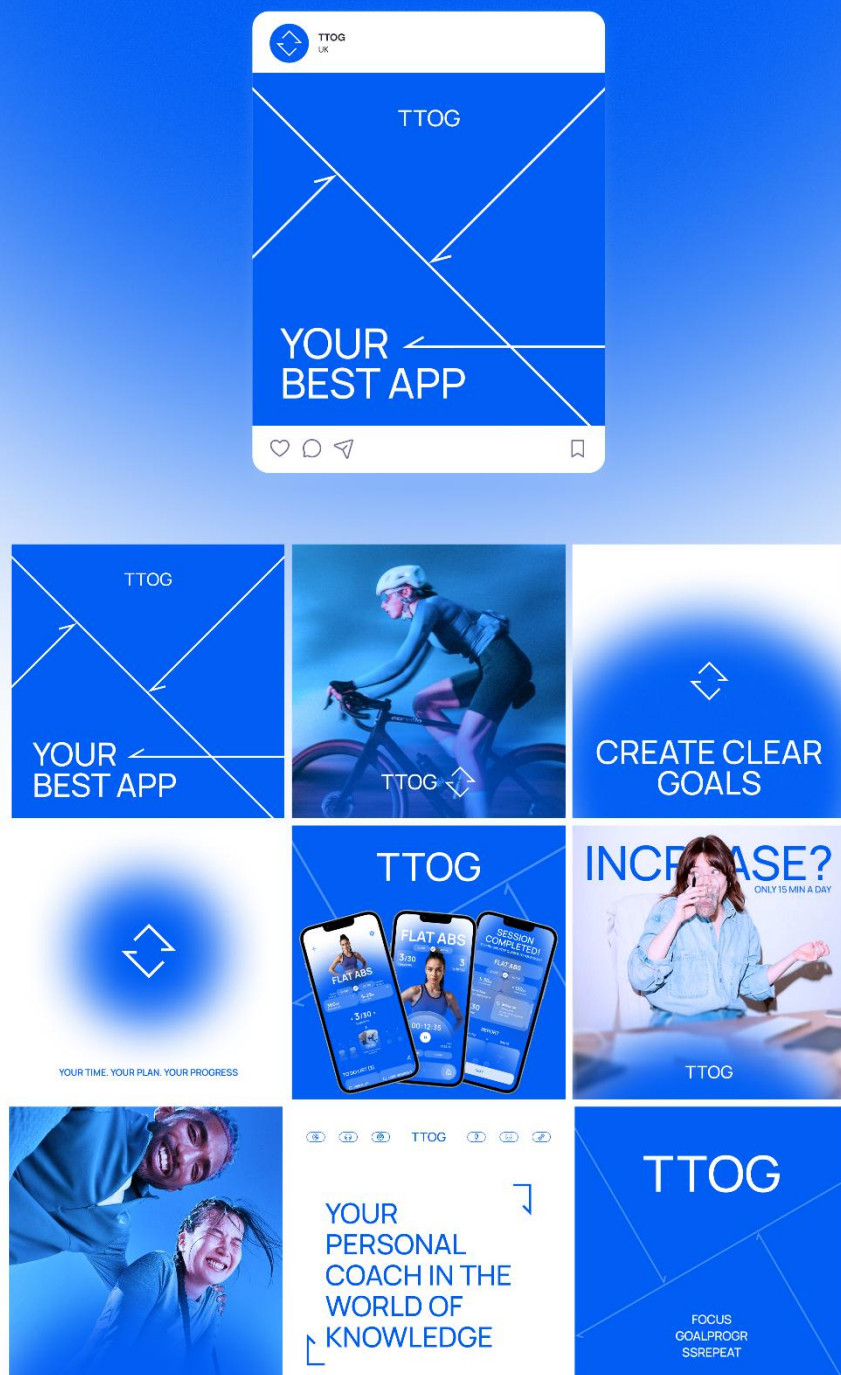


Рисунок Б.25 – Инстаграм пости

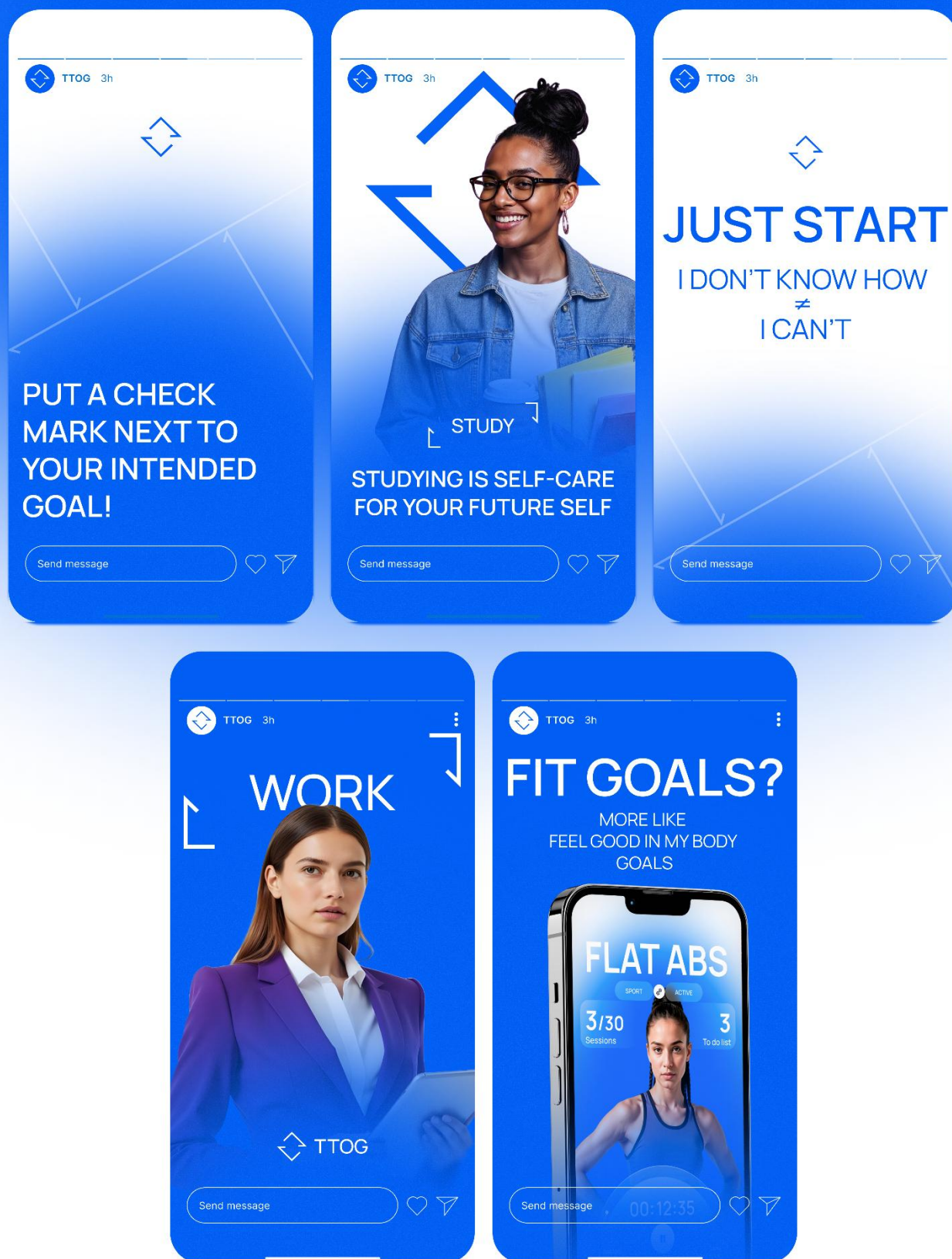


Рисунок Б.26 – Інстаграм історії