

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
WARSAW UNIVERSITY OF TECHNOLOGY (М. ВАРШАВА, ПОЛЬЩА)
INTERNATIONAL INFORMATION TECHNOLOGY UNIVERSITY
(М. АЛМАТИ, КАЗАХСТАН)
ІНСТИТУТ ПРОБЛЕМ МАТЕМАТИЧНИХ МАШИН І СИСТЕМ
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ НАУК УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО



Друга міжнародна
науково-практична конференція

«Штучний інтелект та інформаційні технології»

3–4 червня 2025 р.

Київ НУХТ 2025

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ СТВОРЕННЯ УСПІШНИХ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ

Вдовенко Д. О., Сєдих О. Л.

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

E-mail: dmitryvdvnc@gmail.com

Market Research as a Key Tool for Creating Successful Mobile Applications

Market research plays a vital role in the development of successful mobile applications. It helps developers understand user needs, analyze competitors, and follow current technology trends. By using analytics tools, surveys, beta testing, and feedback from real users, teams can define key features, prioritize development, and choose the most suitable technologies. Effective market research significantly increases the chances of launching a competitive, user-centered, and profitable mobile app in a highly dynamic market environment.

У сучасному світі мобільних технологій дослідження ринку є одним із найважливіших етапів створення конкурентоспроможного мобільного застосунку. Висока конкуренція на ринку вимагає від розробників не лише технічної досконалості, але й глибокого розуміння запитів цільової аудиторії, поведінкових моделей користувачів та поточних трендів. Саме дослідження ринку дозволяє вчасно виявити ці фактори та ефективно використати їх у процесі розробки.

Комплексне дослідження ринку включає кілька ключових напрямів: аналіз конкурентного середовища, вивчення поведінки користувачів, виявлення популярних функціональних рішень, а також відстеження технологічних інновацій. Зібрані дані дають змогу сформулювати чітке уявлення про те, яким має бути успішний мобільний застосунок — із точки зору дизайну, інтерфейсу, функціональності та вибору платформи розробки [1].

Отримані результати напряму впливають на ухвалення технічних рішень. Наприклад, якщо ринок вимагає доступності на кількох платформах одразу, команда може обрати кросплатформенні рішення на кшталт Flutter або React Native. У випадках, коли критичними є швидкодія, продуктивність і глибока інтеграція з операційною системою, доцільним буде використання нативних технологій, таких як Swift для iOS або Kotlin для Android. Таким чином, ринок диктує не лише вектор розвитку застосунку, але й вибір інструментів для його реалізації.

Ще одним важливим аспектом дослідження ринку є визначення мінімально життєздатного продукту (MVP). Це початкова версія застосунку, що включає лише найнеобхідніші функції, здатна забезпечити базовий користувацький досвід та швидко протестувати ідею в реальному середовищі. Ранній запуск MVP дозволяє зібрати зворотний зв'язок від користувачів, скоригувати функціонал і уникнути надмірних витрат на непотрібні або

неефективні опції. Такий підхід допомагає зосередитися на реальних потребах цільової аудиторії [2].

Для збору аналітики та перевірки гіпотез розробники мобільних застосунків використовують широкий спектр інструментів: Google Analytics, Firebase, Amplitude, Mixpanel тощо. Ці сервіси дозволяють відстежувати ключові метрики взаємодії користувачів із застосунком, визначати слабкі місця в інтерфейсі, аналізувати шлях користувача та приймати обґрунтовані рішення на основі зібраних даних. Завдяки їм можна швидко реагувати на зміни в поведінці аудиторії та адаптувати продукт до нових потреб. Окрім аналітичних платформ, широко застосовуються методи прямого дослідження — бета-тестування, онлайн-опитування, фокус-групи та інтерв'ю з користувачами. Вони дозволяють не лише перевірити функціональність, а й отримати глибше розуміння очікувань і мотивацій цільової аудиторії.

Важливим джерелом інсайтів є також відкриті платформи — App Store і Google Play. Аналізуючи коментарі, рейтинги, відгуки та частоту скарг, розробники можуть оперативно виявляти технічні або UX-проблеми, знаходити ідеї для розвитку функціоналу та оцінювати загальне сприйняття продукту. Додатково використовуються сервіси на кшталт App Annie, Sensor Tower або Data.ai, які дозволяють відстежувати динаміку конкурентів, їхні ключові стратегії, рівень монетизації та рейтинг у категорії.

Практика показує, що застосунки, створені на основі глибокого аналізу ринку, швидше набирають аудиторію, мають вищі показники утримання та стабільне зростання доходів. Особливо успішні ті продукти, які не лише відповідали запитам користувачів, а й гнучко реагували на зміни — впроваджували інновації, як штучний інтелект, AR, голосове управління або персоналізовані сценарії.

Втім, дослідження ринку супроводжується певними викликами. Серед основних — складність отримання достовірних і репрезентативних даних, обмежений доступ до аналітики конкурентів, а також значні часові та фінансові витрати. У таких умовах важливими стають чітке планування, використання перевірених інструментів, поєднання кількісних і якісних методів та гнучкість у прийнятті рішень.

Отже, дослідження ринку — це не просто стартовий етап, а стратегічний інструмент, який визначає успіх мобільного застосунку. Воно дозволяє створювати продукти, орієнтовані на потреби користувачів, з високою релевантністю та потенціалом до зростання в умовах жорсткої конкуренції.

Література

1. Александров М. (2023) Як дослідити ринок перед запуском стартапу чи бізнесу? [online], *Brander*. URL : <https://bit.ly/4icirgH>
2. Шоляк В. (2024) Що таке мінімально життєздатний продукт (MVP) та як це використовувати в бізнесі [online], *Wizeclub*. URL : <https://wizeclub.education/blog/shho-take-minimalno-zhittyezdatnij-produkt-ta-yak-tse-vikoristovuvati-v-biznesi>.