

## АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ПОШИРЕННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ В GOOGLE PLAY НА АМЕРИКАНСЬКОМУ РИНКУ

*Д.М. Главчев<sup>1</sup>, Ю.С. Шипуліна<sup>2</sup>, Д.С. Пазій<sup>3</sup>*

*<sup>1</sup> аспірант кафедри маркетингу, доцент кафедри КІП, PhD, НТУ «ХПІ», Харків, Україна*

*<sup>2</sup> професор кафедри маркетингу, доктор екон. наук, НТУ «ХПІ», Харків, Україна*

*<sup>3</sup> аспірант кафедри маркетингу, НТУ «ХПІ», Харків, Україна*

*Yuliia.Shyupulina@khpri.edu.ua*

Останнім часом, розвиток комп'ютерної техніки в світі значно прискорився. Все більше сфер людського життя автоматизується, все більше документів та послуг переходять в цифрову форму, та все більше люди різних професій та різного віку користуються інтернетом для забезпечення своїх робочих потреб, для забезпечення дозвілля та комунікації з іншими людьми. Таким чином можна сказати, що комп'ютери за декілька останніх десятиліть набули величезного поширення та докорінно змінили життя великої кількості звичайних людей [1].

Проте варто розглянути питання трохи з іншого боку, адже прогрес не стоїть на місці і навіть тенденції щодо поширення використання персональних комп'ютерів зазнають певних змін, що досить серйозно впливає на усю технологічну індустрію в цілому. Річ у тім, що більше ніж останні сім років, стрімко збільшується кількість користувачів саме мобільних девайсів. І якщо звернутися до статистики відвідування різних інтернет-сайтів, можна побачити, що переважна більшість відвідувачів веб сайтів, відвідують їх саме з мобільного пристрою [2].

Відбувається це з тих причин, що персональні комп'ютери на даний момент мають значно більший потенціал з набору функцій та обробки даних, який є занадто надлишковим для пересічного користувача, крім того настільні операційні системи мають багато функцій та налаштувань, що може бути достатньо складним для звичайного користувача. Тому, у більшості випадків персональні комп'ютери та ноутбуки використовуються для робочих задач, пов'язаних зі створенням контенту, обробкою даних, розробкою програмного забезпечення, або ресурсоємних комп'ютерних ігор. З іншого боку, мобільні пристрої (смартфони, планшети) мають меншу швидкодію, проте вони покривають більшість функцій, необхідних пересічному користувачу, їх легше та зручніше носити з собою, вони є більш зрозумілими та простими у використанні, і найголовніше, у більшості випадків мобільні пристрої є набагато дешевшими ніж персональні комп'ютери. Важливо наголосити, що сам по собі мобільний пристрій може не надавати великої кількості можливостей, проте, його функціонал може бути розширений за рахунок встановлення сторонніх мобільних додатків – програм, які дозволяють мобільному пристрою виконувати ту чи іншу функцію [3].

Зазвичай, мобільні додатки розповсюджуються через спеціальні маркетплейси. У випадку з операційною системою Android, це Google Play маркет, який містить величезну кількість додатків від розробників з різних країн світу. Регулярно розробники завантажують туди нові оновлення та додатки, а користувачі встановлюють їх на свої смартфони. При цьому під час пошуку додатку та їх встановлення пошукові системи отримують аналітику щодо того, які запити на даний момент є найбільш популярними, які додатки люди встановлюють, на які оформлюють підписку. Це дуже цінна інформація, яка дозволяє розглянути тенденції на світовому

ринку, та дослідити, яким чином необхідно розвивати власний продукт, щоб в довгостроковій перспективі досягти успіху.

Нещодавно пошукова система Tapive розмістила статистику щодо аналізу 2.9 мільйонів мобільних додатків в американському Google Play у відповідній статті [4]. Це надважлива інформація, для того щоб зрозуміти загальні тенденції на цьому ринку, та адаптувати свій додаток таким чином, щоб він міг бути популярним. Отже, розглянемо основні результати аналізу отриманої інформації.

Якщо проаналізувати додатки по категоріям, то зі статистики можна побачити, що найбільша кількість додатків знаходиться у категорії «Розваги» (4677), а далі йдуть «Музика» (4122), «Навчання» (3947), «Інструменти» (3563). З іншого боку, найменша кількість додатків знаходиться у категоріях: «Погода» (47), «Фінанси» (60), «Комікси» (65). З цих даних можна зробити висновок, що навчання та розваги користуються досить великим попитом, та мають велику користувацьку базу, тому, старт на даному напрямку може бути простішим. З іншого боку ринок додатків, пов'язаних з погодою та фінансами достатньо стабілізувався, тому пробитися туди буде значно складніше. Проте, якщо звернутися до статистики кількості установок додатків по категоріям, бачимо, що деякі відмінності тут є, але в цілому тенденція схожа: «Інструменти» (23М), «Соціальні» (13М), «Розваги» (10М). У кінці списку також додатки пов'язані з погодою [4].

Важливо також розглянути які покупки у додатках роблять користувачі. Найбільш дорогими виявилися додатки в категоріях: «Краса» (\$105), «Медицина» (\$82), «Соціальні» (\$74), «Спорт» (\$65), «Книги» (\$64). З найдешевшими покупками виявилися наступні категорії: «Автомобілі» (\$11), «Погода» (\$15), «Навігація» (\$18) [4]. Звідси можна зробити висновок, що користувачі готові платити за додатковий контент у додатках, проте в залежності від категорії, або кількості контенту в додатку, що проектується, можна обирати його направленість. Крім того важливо враховувати кількість інсталяцій для обраної категорії та проаналізувати рівень задоволеності клієнтів від розробок конкурентів.

Серед інших даних статистики цікаво виділити інформацію про те, що лише 1% додатків у маркеті мають більше 1 мільйона установок [4]. Серед програмних продуктів, які мають не настільки багато скачувань постійно з'являється багато проектів, та багато проектів занепадає. Отже, аналіз тенденцій поширення мобільних додатків в американському сегменті Google Play, в черговий раз показав, що ці дані можуть бути важливими при обранні напрямку розвитку програмного продукту. Наприклад можна виділити більш зручну для себе категорію у відповідності до кількості установок, середньої ціни внутрішніх покупок, та задоволеності користувачів програмними продуктами конкурентів. Саме тому, аналізу даної статистики необхідно приділити максимальну увагу.

### **Список літератури:**

1. *Thomas Alsop* Computer penetration rate among households worldwide 2005-2019 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/748551/worldwide-households-with-computer/>.

2. International Telecommunication Union Place des Nations CH-1211 Geneva Switzerland 2019// ISBN: 978-92-61-29521-9 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2019.pdf>.

3. *Ash Turner* November 2022 Mobile User Statistics: Discover the Number of Phones in The World & Smartphone Penetration by Country or Region [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world>.

4. Report: Apps on Google Play (September), 2022 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://tapive.substack.com/p/report-apps-on-google-play-september-2c7>.