

## СЕКЦІЯ XIII. ВИДАВНИЦТВО ТА ПОЛІГРАФІЯ

### ПІДГРУНТЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ СТВОРЕННЯ ДОДАТКУ ДЛЯ ШВИДКОГО ЗАМОВЛЕННЯ ТА ДОСТАВКИ ЇЖІ

**Борзих Таїсія Юріївна**

здобувач вищої освіти ОС «магістр»

кафедри комп'ютерних систем і технологій

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна*

**Науковий керівник: Хорошевська Ірина Олександрівна**

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри комп'ютерних систем і технологій

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна*

Розвиток ринку надання різних послуг диктує свої тенденції, що втілюються у зростанні популярності певних сервісів. Так, на даний час велику популярність отримали сервіси з доставки продуктів харчування [1]. Вони є популярною послугою особливо серед молодих людей, що ведуть активний спосіб життя, займаються бізнесом. Все це обумовлюється простою причиною – дефіцитом часу. В таких людей дуже мало часу залишається на те, щоб власноруч займатися приготуванням їжі, і саме вони виступають тією активною цільовою аудиторією, яка є користувачами сервісів із замовлення та доставки їжі.

Такі сервіси надають можливість для швидкого замовлення та доставки їжі за допомогою спеціальних додатків на мобільному телефоні, планшеті, персональному комп'ютері. Як відмічають автори статті [2], популярність закордоном таких сервісів є дуже високою. Конкуренція на ринку з доставки продуктів харчування ставить перед розробниками сервісів вимоги до створення ефективних та зручних мобільних додатків для замовлення та доставки їжі.

Для розроблення зручного та функціонального мобільного додатку необхідно здійснити ряд дослідницьких процесів. Так, важливим є дослідження поведінки користувачів та їхніх потреб, мотивацій, дій у межах таких додатків. Доречно, створити декілька «портретів цільових споживачів» продукції, яку пропонують мобільні додатки для швидкого замовлення та доставки їжі. Це можна зробити, наприклад, методом персон. Результати такого дослідження нададуть інформацію про те, хто є потенційними користувачами, які вони мають цілі, потреби, бажання, які їм притаманні особливості поведінки при роботі з мобільними додатками та ін. Такий аналіз надасть інформацію стосовно популярності (з позиції корисності та затребуваності за частотою використання) певного функціоналу, що пропонують додатки. А це допоможе визначити потрібний функціонал, що буде доцільно реалізувати у власному мобільному додатку такого спрямування. Наприклад, в якості такого функціоналу можуть бути певні способи для авторизації користувачів, фільтрація при пошуку страв, процес оформлення замовлення з можливістю використання при цьому вже створеної форми попереднього замовлення та ін.

Важливо, також, дослідити процес побудови дизайну інтерфейсів існуючих додатків: як організований інтерфейс користувача всього мобільного додатку; як відбувається взаємодія з ним та які способи пропонуються; чим саме наявні способи взаємодії подобаються/не подобаються користувачам; чи зручні та зрозумілі є переходи між екранами; наскільки зручний інтерфейс розташування і зрозумілість елементного складу кожного з процесів, наприклад, авторизації, оформлення замовлення та ін.). Результати такого дослідження нададуть можливість для формування конкретних рекомендацій, які можна використовувати при розробленні дизайну інтерфейсу нового мобільного додатку та його складників. Такий підхід підвищить аргументованість рішень в процесі обрання дизайнерського стилю, розташування елементів інтерфейсу, визначення їх візуального вигляду, певних шрифтів та кольорів тощо. Такі рекомендації є певними відгукками на реальні потреби користувачів у забезпеченні зручності користування мобільним додатком.

Висновок: з метою визначення необхідного функціоналу та формування рекомендацій до його вірної візуальної реалізації в інтерфейсі мобільного додатка, перед процесом його практичної реалізації, необхідно виконати дослідження цільової аудиторії через призму створення «портретів цільових споживачів» та дослідження зручності використання інтерфейсів мобільних додатків для швидкого замовлення та доставки їжі через призму аналізу зрозумілості та зручності реалізації всього функціоналу таких додатків.

#### **Список використаних джерел:**

1. 7 сервісів доставки продуктів: як замовити і скільки доведеться чекати URL: <https://www.village.com.ua/village/food/food-guide/295431-7-servisiv-dostavki-produktiv-yak-zamoviti-i-skilki-dovedetsya-chekati>.
2. Петренко В.С., Карнаушенко А.С. (2020). Сучасний стан та перспективи розвитку доставки продуктів харчування в Україні. Приазовський економічний вісник. №1(18). С. 132-138.