

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УТРИМАННЯ УВАГИ КОРИСТУВАЧІВ У МОБІЛЬНИХ NFT-ЗАСТОСУНКАХ

Мобільні застосунки для роботи з цифровими активами NFT (non-fungible tokens) характеризуються високою динамічністю користувацьких сценаріїв, складною логікою взаємодії та нестабільною поведінкою аудиторії, що зумовлено специфікою ринку цифрових активів. За таких умов ключовим чинником стає здатність утримувати увагу користувачів та стимулювати повторну взаємодію з сервісом. Тому дослідження впливу гейміфікаційних механік на показники утримання уваги користувачів у мобільних NFT-додатках набуває особливої актуальності.

Метою даного дослідження є аналіз ефективності гейміфікаційних механік у мобільних застосунках для цифрових NFT-активів з точки зору їх впливу на утримання уваги користувачів.

Найвні наукові публікації свідчать про сформованість окремих напрямів досліджень, пов'язаних із NFT-технологіями та гейміфікаційними підходами до проектування цифрових продуктів. Водночас ці напрями здебільшого розглядаються ізольовано: NFT у контексті ігрових проєктів, а гейміфікація – переважно в освітніх чи мультимедійних системах. Питання поєднання гейміфікаційних механік із мобільними застосунками для цифрових NFT-активів, зокрема з точки зору утримання уваги користувачів, залишаються недостатньо дослідженими.

Аналіз попередніх досліджень показує, що проблематика NFT здебільшого розглядається з позицій мистецтвознавства, технологічної структури цифрового застосунку або загальної економіки. Так, у роботі Gurieva N. [1] розглянуто NFT як новий етап розвитку цифрового мистецтва, зосереджено увагу на питаннях авторства, автентичності та власності цифрових творів. Авторка аналізує роль криптографічних сертифікатів у життєвому циклі цифрового арт-об'єкта, проте аспекти взаємодії користувача з NFT-платформами та UX-механіки утримання аудиторії у дослідженні не розглядаються.

Питання гейміфікації з позиції мультимедійного дизайну розкрито у роботі Іпполітової В.Є. [2], де проаналізовано потенціал використання ігрових елементів в електронних мультимедійних освітніх виданнях. У дослідженні зведено позитивний вплив гейміфікації на залученість користувачів та ефективність навчального процесу, розглянуто технічні аспекти реалізації таких рішень. Водночас зазначена робота обмежується освітнім контекстом і не враховує специфіку комерційних NFT-сервісів.

У публікації Дерев'янка Ю.А. [3] NFT-технології розглядаються як засіб підвищення економічної ефективності ігрових проєктів. Автори аналізують NFT-ігри як форму сучасної взаємодії користувача з ігровими інтерфейсами та визначають ключові переваги блокчейн-технологій. Проте фокус дослідження зосереджено саме на ігрових продуктах, питання управління цифровими NFT-активами загального призначення висвітлено недостатньо.

Таким чином, аналіз літератури виявляє недостатню розробленість проблеми впливу гейміфікаційних механік на показники утримання уваги користувачів у мобільних NFT-додатках з позиції UX/UI-дизайну. Це обґрунтовує доцільність подальших досліджень у даному напрямі.

У мобільних застосунках для цифрових активів NFT найчастіше використовуються такі гейміфікаційні механіки, як системи прогресу, рівні користувача, колекціонування цифрових об'єктів, щоденні винагороди, візуалізація досягнень та соціальні елементи взаємодії. Особливістю NFT-елементів є поєднання ігрових стимулів із реальною або потенційною економічною цінністю цифрових активів, що підсилює мотивацію користувачів до повторної взаємодії з додатком. Застосування гейміфікації сприяє формуванню звички регулярного використання сервісу, зменшенню порогу входу, підвищенню емоційної залученості.

Пропонується змістити акцент з технологічних та економічних аспектів NFT та гейміфікації на поведінкові показники користувачів у комерційних мобільних NFT-додатках, що UX-стратегії, спрямованій на підвищення залученості користувача.

Отже впровадження гейміфікаційних механік у мобільні застосунки для цифрових NFT-активів є доцільним та ефективним засобом підвищення утримання користувачів, що сприяє конкурентоспроможності та довготривалості залученості аудиторії розроблених проєктів.

Список літератури

1. Gurieva, N. (2022). Marketplace of NFTs (non-fungible tokens): New age of digital art. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології.: монографія. ТОВ «Друкарня Мадрид».
 2. Іпполітова, В.Є., & Бізюк, А.В. (2025). Використання елементів гейміфікації у мультимедійному виданні. Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті. Т. 6.
 3. Дерев'янка, Ю.А., & Бізюк, А.В. (2023). NFT-технології як засіб підвищення економічної ефективності ігрових проєктів. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 17-18).
- Науковий керівник: к.т.н. доцент Бізюк А.В.