

ПІДХІД ДО РОЗРОБКИ АРХІТЕКТУРИ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ З УРАХУВАННЯМ БІЗНЕС-МОДЕЛІ МОНЕТИЗАЦІЇ

Козіна О.А., Савичев О.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Створення успішного мобільного додатку з монетизацією є складною не тільки бізнес-задачею. З одного боку для цього необхідно підібрати таку бізнес-модель, яка буде максимально відповідати потребам користувачів, а з іншого боку – затрати на технічну реалізацію усіх таких спроб пошуку найбільш вигідної моделі монетизації повинні бути мінімальними [1, 2]. Така мінімаксна задача виникає при розробці та випуску мобільних додатків, що містять як цифрові товари та контент, так і цифрові сервіси та послуги.

На сьогоднішній час існують різні цифрові платформи для монетизації мобільних додатків. Такі платформи відрізняються: типом операційної системи, на якій можуть функціонувати додатки, як, наприклад, Google PlayMarket та App Store; типами додатків, що просуваються, наприклад, інвестиційні, ігрові чи стартапні; різними режимами взаємодії між користувачами та розробниками, та особливо організацією бізнес-процесів [3]. Таким чином, задача розробників створити таку архітектуру мобільного додатку, щоб зміна бізнес-моделі надання сервісу за різними варіантами бізнес-моделей не призводила до повної зміни архітектури самого додатку.

У роботі розглянуто можливі варіанти методів монетизації Android-додатку з надання доступу до сервісу кінцевим користувачам за умов його просування на платформі Google PlayMarket: безкоштовний чи платний додаток, з оплатою за цифрові продукти, підписки-передплати та підписки з автоматичним продовженням. Показано, що кожен з цих методів потребує особливої організації архітектури додатка, що розроблюється. У якості першого варіанта монетизації була обрана модель безкоштовного додатку з підписками з автоматичним продовженням.

На основі аналізу організації платіжної системи Google Play, життєвого циклу підписок Google PlayMarket, та особливостей Google Play Developer API-інтерфейсу, що дозволяє керувати підписками у додатку, була створена архітектура мобільного додатку.

Література:

1. Колешня Я.О. Цифрові платформи як ефективна бізнес-модель / Я.О. Колешня // Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: зб. тез доп. II Міжнар. наук.-практ. конф., 22 квіт. 2021р. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, вид-во «Політехніка», 2021. – С. 80-81.
2. Угольков Є.О. Класифікація видів монетизації Інтернет-ресурсів / Є.О. Угольков. – Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління. – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2016. – №847(1). – С. 157-163.
3. Семенов А.Ю. Концептуальні засади розвитку цифрових платформ в умовах формування цифрової економіки / А.Ю. Семенов. – Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». – Острог: Вид-во НаУОА. – 2019. – №14(42). – С. 21-26.