

УЧЕТ ПОВЕДЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ МОДЕЛИ МОНЕТИЗАЦИИ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ



Кметь Елена Борисовна,

канд. экон. наук., доцент кафедры маркетинга и управления предприятием, Дальневосточный федеральный университет; 690922, г. Владивосток, ул. о. Русский, п. Аякс, 10
kmeteb@yandex.ru

Целью исследования является разработка подхода к учету особенностей поведения пользователей в совершенствовании модели монетизации мобильного приложения, сформированного по результатам верификация гипотез о наличии зависимости между категориями приложений и поведением их пользователей, а также проверка подхода. Выбор модели монетизации определяется большим количеством факторов влияния, среди которых наиболее значимыми являются категория приложения, тенденции развития рынка мобильных приложений страны в этой категории и особенности поведения пользователей приложения, которые непрерывно эволюционируют и требуют периодического исследования и учета в модели монетизации приложения, что и явилось главными гипотезами исследования. Предложенный подход к учету особенностей поведения пользователей в совершенствовании модели монетизации мобильного приложения разработан на основе анализа научных публикаций, успешного опыта монетизации приложений публичных компаний и включает процесс совершенствования модели монетизации, инструментарий полевого исследования и применим для мобильного приложения любой категории. Проверка подхода проведена на основе полевых количественных исследований в форме онлайн-опроса китайских пользователей мобильных приложений в интернет-пространстве КНР (Китайская Народная Республика) на сервисе опросов wjx.cn. По результатам описательного (частотного) и корреляционного анализа результатов опроса были выявлены значимые и сильные зависимости между используемыми категориями приложений и особенностями поведения пользователей в этих приложениях, что подтвердило выдвинутые гипотезы и позволило разработать комплекс предложений по совершенствованию моделей монетизации для ряда категорий мобильных приложений Китая. Проверка подхода на примере пользователей мобильных приложений КНР позволяет подтвердить, что он применим для любой страны. При планировании опроса важно в качестве генеральной совокупности и преднамеренной детерминированной выборки рассматривать всех активных интернет-пользователей страны, а не пользователей определенной категории приложений. Полученные результаты представляют практический интерес для совершенствования моделей монетизации как существующих мобильных приложений, так и для формирования моделей монетизации для новых проектов.

Ключевые слова: мобильное приложение; модель монетизации; поведение потребителей; факторы влияния; полевое исследование; корреляционный анализ; частотный анализ; портрет пользователей приложения; особенности поведения пользователей.

В современном цифровом обществе пользователи много времени проводят в приложениях разной направленности. Однако каждое приложение должно как-то образом не только окупаться, но и дополнительно зарабатывать. Специализация приложения определяет особенности поведения пользователей. В ходе проведенного исследования был зафиксирован ряд сигналов, которые свидетельствуют о существовании разрыва между поведением пользователей в приложениях и моделями монетизации, реализуемыми этими приложениями. Разработка модели монетизации для приложения с учетом особенностей поведения пользователей

в них позволит нивелировать устаревшие разрывы.

В имеющихся на сегодняшний день научных публикациях специалистов в области монетизации приложений, таких как Мухин К.Ю., Родина М.А., Wao S., Wan T., Appel G., Klotzbach C., Dinsmore J., Eisingerich A. и др., не прослеживается единой позиции к разработке модели монетизации мобильных приложений, что обосновывает необходимость проведения исследований в данном направлении.

Целесообразность разработки темы состоит в том, что предлагаемый подход позволит учесть особенности поведения пользователей в совершенствовании как мо-

дели монетизации существующего мобильного приложения, так и в разработке модели монетизации для нового проекта.

Целью исследования является разработка подхода к учету особенностей поведения пользователей в совершенствовании модели монетизации мобильного приложения, сформированного по результатам, верификация гипотез о наличии зависимости между категориями приложений и поведением их пользователей, а также проверка подхода.

Для достижения поставленной цели в работе последовательно решены следующие задачи: рассмотрена сущность монетизации цифрового продукта и виды моделей