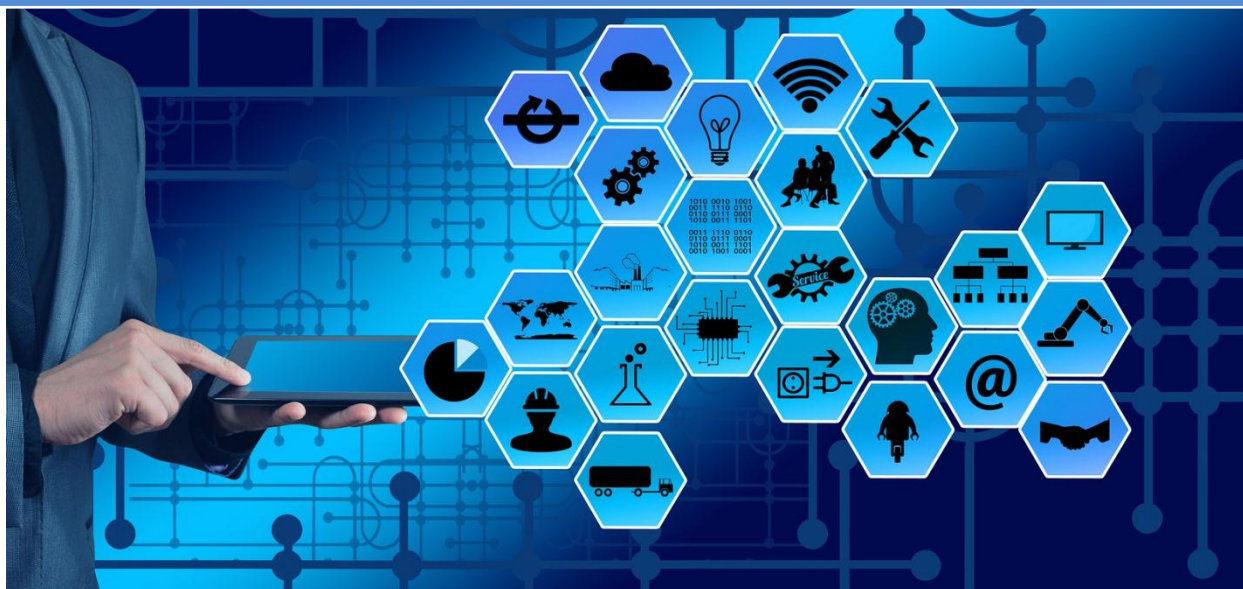




ITMAS – 2020

**26-28
ЖОВТНЯ
2020**

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: МОДЕЛІ, АЛГОРИТМИ, СИСТЕМИ



ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ КОНФЕРЕНЦІЇ

Національний університет
кораблебудування імені
адмірала Макарова

Миколаїв 2020

ITMAS – 2020
Mykolaiv, Ukraine, Oct. 26-28, 2020

Міністерство освіти і науки України
Інститут модернізації змісту освіти МОН України
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Всеукраїнська науково-практична інтернет конференція
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ:
МОДЕЛІ, АЛГОРИТМИ, СИСТЕМИ (ITMAS – 2020)

26-28 жовтня
Миколаїв 2020

Інформаційні технології: моделі, алгоритми, системи (ITMAS – 2020):
Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет конференції
(26-28 жовтня 2020 р.). – Миколаїв: НУК імені адмірала Макарова, 2020. – 85 с.
Режим доступу: <http://itconf.nuos.edu.ua/2020/proceedings/>

ЗМІСТ

МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ	5
Ворона М.В., Приходько С.Б., Смикодуб Т.Г. Математичне моделювання оцінювання розміру Java та PHP-застосунків з відкритим кодом за регресійними моделями	6
Копієвський Д.В., Макарова Л.М. Удосконалення ймовірнісної моделі оцінювання часу напрацювання на відмову жорстких дисків	10
Куриленко О.С., Приходько С.Б. Удосконалення нелінійної регресійної моделі для моделювання трудомісткості виконання програмних проектів	14
Лупащенко С.О., Латанська Л.О. Нелінійна регресійна модель оцінювання трудомісткості підготовки файлів з описами товарів інтернет-магазинів	16
Мочалов О.О., Шаповал Н.О., Коваль С.С., Євфимко К.Д. Алгоритм розрахунку коефіцієнта об'ємного стиснення за допомогою ІТ технологій	18
Приходько А.С., Приходько С.Б. Математичне моделювання звукових сигналів для їх стиснення з втратами за допомогою нелінійних стохастичних диференціальних рівнянь	22
Федоров М.І., Макарова Л.М., Фаріонова Т.А. Удосконалена ймовірнісна модель для оцінювання часу обробки автомобільного транспорту на елеваторному комплексі	25
Цуман Д.С., Латанська Л.О., Каіров В.О. Перевірка якості регресійної моделі оцінювання трудомісткості розробки веб-скраперів на Java	28
Цюрисов Д.М. Аналіз існуючих методів і моделей ідентифікації особи за голосом у процесі проведення фоноскопичної експертизи	31
УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ І ПРОГРАМАМИ	34
Азарова І.Б., Мельник О.А. Сучасні концепції управління ресурсами в проектному менеджменті	35
Євфимко К.Д., Дубинська І.І. Методи і засоби автоматизації проектного менеджменту суднобудівного підприємства	38
Ковальов А.М., Тендітна Н.В., Гайдаєнко О.В. Монетизація веб-додатків	41
Косенко Н.В., Додільна А.О. Визначення системи оцінки компетенцій проектної команди	44
Фокічева Л.В., Тендітна Н.В., Гайдаєнко О.В. Онлайн-сервіси як перспективні та альтернативні засоби організації роботи компанії	47
Чурсан Н.С., Гусєва Ю.Ю. Визначення інтегрального показника якості графіку проекту на основі методики DCMA	49
СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ	53
Дуров Е.С., Пономарьов В.А., Корзун В.С., Гайдаєнко О.В. Дослідження систем підтримки прийняття лікарських рішень	54

Корня А.В., Морозова Г.С., Гайдаєнко О.В. Методи оптимізації та технології побудови маршрутів для перевезення вантажів.....	58
Курган Д.О., Морозова Г.С., Казимиренко Ю.О. Аналіз інформаційно-аналітичної системи у сфері здоров'я.....	61
Яковлева І.Р., Морозова Г.С., Казимиренко Ю.О. Розробка інформаційно-аналітичної системи оптимального планування маршрутів і моніторингу вантажних перевезень.....	63
ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ.....	66
Брятко А.Ф., Морозова Г.С., Гайдаєнко О.В. Аналіз методів проектування інформаційної системи кредитоспроможності фізичних осіб.....	67
Гилко М.В., Костенко О.С., Кулай Д.В., Макарова Т.О., Фомченко О.С. Аналіз методів розробки інформаційної системи документообігу на виробництві.....	70
Дудик А.В., Нестеров А.В., Кадигроб О.С., Морозова Г.С. Дослідження методів розробки інформаційної системи забрудненості сільськогосподарських земель.....	73
Іванченко С.С., Гайдаєнко О.В. Дослідження програмних засобів та технологій відеоспостереження.....	76
Казимиренко Ю.О., Даценко С.О. Аналіз методів оптимізації пошуку найкоротшого шляху для охоронної фірми.....	79
Калниболотський А.О., Янчеглов І.В., Гайдаєнко О.В. Використання віртуальної реальності в дистанційному навчанні.....	82
Карпов І.В., Книрик Н.Р. Технології створення системи управління контенту WEB-застосунку міжнародного відділу НУК імені адмірала Макарова.....	84

МОНЕТИЗАЦІЯ ВЕБ-ДОДАТКІВ

Ковальов А. М.¹, Тендітна Н.В.², Гайдаєнко О. В., к.т.н.³

Херсонська філія Національного університету кораблебудування
імені Адмірала Макарова (ХФ НУК)

Україна, Херсон

¹tol.kowalev@gmail.com, ²hf nuk@gmail.com, ³okotsur80@gmail.com

Анотація. Створення повноцінного веб-додатку пов'язано з низкою запитань, в тому числі і з монетизацією продукту. Одна з основних проблем користувачів на сьогоднішній час - отримання продукту розробників базується на рахунок прибутку з реклами або внутрішніх платежів, що значно впливає на процес використання якщо мова заходить за рекламу.

Ключові слова: веб-додаток; маркетинг; оптимізація; покращення використання; дизайн; реклама в додатках.

Вступна частина. В ході дослідження встановлено, що на сьогоднішній час широко визнаними є шість прибуткових бізнес-моделей, якими в свою чергу часто користуються компанії задля прибутку. Розробники створюють додатки з різною метою. Підвищити рівень лояльності аудиторії до своєї компанії, отримати більше клієнтів. З'ясовано, що домінуючими моделями є - безкоштовний додаток з рекламою, внутрішні покупки [1].

Основна частина. Оптимальною методологічною основою для визначення поняття кращої монетизації веб-додатку буде така її модель, що ґрунтуватиметься перш за все на правах та інтересах користувачів як для зменшення навантаження на веб-оглядач, для більшої дружельності продукту з користувачем, так і для ведення більш чіткого курсу що до рішення завдань та цілей на які спрямований той чи інший продукт.

Реклама - спосіб монетизації, який підходить всім. Якщо розраховувати на постійний, серйозний дохід від додатка, то для безкоштовних продуктів реклама - єдиний варіант [2].

Також важливо визначити баланс між вашим бажанням залучити більше користувачів з бажанням отримати гроші. Деякі способи монетизації дозволяють почати заробляти відразу ж після релізу додатка, в той час як інші моделі забезпечують поступовий набір користувальницької аудиторії з монетизацією через певний період.

Згідно з даними Statista, в 2019 році, рисунок 1, найбільш ефективним методом монетизації було використання відео реклами з винагородою. Це відкрило нові можливості як для розробників додатків, так і для клієнтів, так як після завершення реклами користувачі отримують бали і бонуси додатків [3].

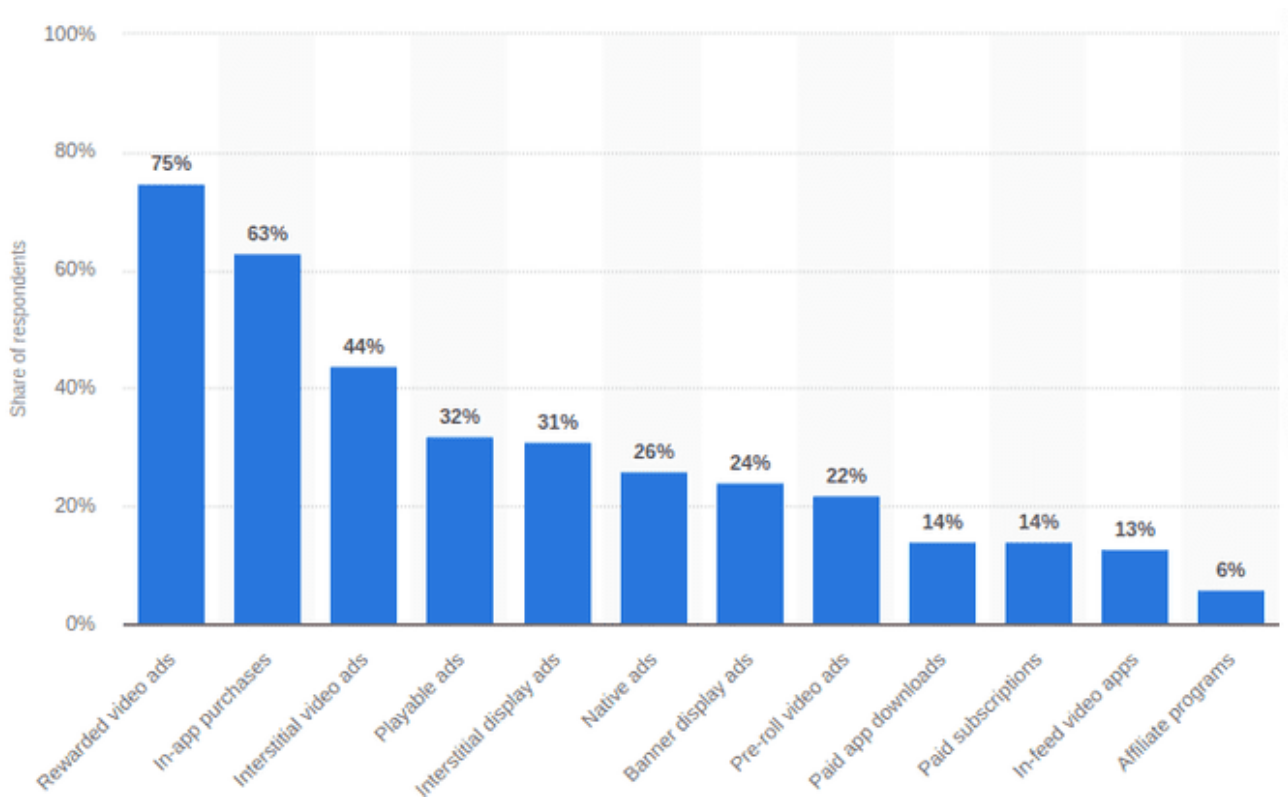


Рисунок 1 – Діаграма методів ефективності монетизації

Краща модель монетизації веб-додатку виявляється така, яка що перш за все орієнтується на користувачів, на комфорт користуванням додатком, та добровільною оплатою функціоналу. Цей спосіб вирішує низку проблем серед яких, деякі браузеры не справляються з навантаженням скриптів на сторінці залежно від платформи, багато клієнтів не видержують напливу реклами і покидають додаток після отримання бажаного результату, або намагаються уникнути показу реклами різними способами, і після використання ніколи не розкажуть про цей додаток нікому задля поширення колу користувачів, оптимізація швидкості роботи додатку теж залежить від розрахунку скриптів показу реклами та збору аналітичних даних для обробки даних.

Це можна вирішити якщо користувач отримує весь функціонал, який прийнятий допомогти вирішити певну проблему або досягти цілі, без регулярного показу реклами, тим самим оптимізується швидкість роботи додатку, користувач задоволений, може розповсюджувати інформацію про додаток іншим людям, поширюючи колу користувачів, тим самим популярність компанії через їх продукт зростає.

Безкоштовна версія - це фундаментальна інвестиція, в яку потрібно вкладати частину (майбутніх) доходів від платної, її теж потрібно просувати і підтримувати в актуальному стані. Безкоштовний додаток рекламує користувачеві ідею про те, як йому буде добре (ще краще) з платною версією [4].

Що ж до способу монетизації можна розмістити на сторінці зі спонсорами корисну інформацію, чим допомогти користувачам вирішити деякі труднощі і неявно рекламувати інші товари або послуги, але робити це нав'язливо, щоб користувач міг використати інформацію а не як найшвидше покинути сторінку.

При тому що користувачу відводиться для використання весь функціонал, щоб виявити лояльних клієнтів треба виділити, розробити інструменти з якими використання додатку

робиться швидше або легше, але за певні кошти. Як показує статистика якщо зробити низькі ціни на певні інструменти, користувачі регулярно будуть їх оновляти тим самим приносячи великий прибуток залежно від обсягу інструментів. Кастомний підхід важливий в даній моделі, який не робить обов'язковим придбання, але спрощує використання додатком, що підвищує довіру та лояльність до продукту.

Висновки. У ході роботи було визначено що найкращим способом отримання прибутку через додаток є – спонсорство. Користувачі добровільно можуть допомогти в розвитку продукту, цей спосіб не відштовхує клієнтів, і робить використання додатком більш комфортним. Прибуток зростає стабільно і залишає задоволеними всіх: компаніям розробку продуктів творчим процесом, а для користувачів дозволяє знайти продукт, який допоможе реалізувати певні цілі з гарантованим результатом - надійно, з довірою до компанії [4].

REFERENCES

- [1] Монетизація додатку: 6 прибуткових бізнес моделей. Взято з <https://habr.com/ru/company/appodeal/blog/294682>
- [2] Види монетизації додатків. Взято з <https://infoshell.ru/blog/monetizatsiya-prilozheniy>
- [3] Як монетизувати безкоштовні додатки у 2020 році. Взято з <https://bitnewstoday.ru/news/kak-monetizirovat-besplatnye-mobilnye-prilozheniya-v-2020-godu>
- [4] Best Guide To Mobile App Monetization 2020. Взято з <https://www.tamoco.com/blog/ultimate-app-monetization-guide>

Kovalev A.M., Tenditna N.V., Haidaienko O.V.

Monetization of web applications

Abstract. *Creating a full-fledged web application involves a number of issues, including the monetization of the product. One of the main problems of users today - the receipt of the product developers is based on the profit from advertising or internal payments, which significantly affects the process of use when it comes to advertising. Despite the large number of already reliable systems dedicated to the optimal profit from advertising, they all make it impossible to use the product.*

Keywords: *web application; marketing; optimization; quality improvement; design; advertising in applications.*