

Платформы для  
мобильных  
приложений:  
PlayMarket, AppleStore.

Группа: 225-18

Выполнила: Спабекова Г.

Приняла: Хашимходжаева М.Д.

# Содержание

- Введение
- AppleStore
- PlayMarket
- Факты и сухие цифры статистики
- Площадка для разработчика
- Что важно для обычного пользователя?
- Заключение

# Введение

Когда речь заходит о мобильных экосистемах, сразу вспоминается две корпорации, два вечных соперника, Apple и Google. Каждый из них располагает собственной операционной системой для мобильных устройств и магазином приложений. У Google – это Google Play Store, у Apple - App Store (iTunes Store). Оба предлагают не только приложения, но и музыку, книги, фильмы и сериалы. Довольно часто возникают споры по поводу того, какой из них лучше? Рассмотрим преимущества и недостатки Google Play и App Store.

# AppleStore

App Store был открыт в 2008 году и стал доступен владельцам iPhone 3G сразу же после покупки девайса. Изначально в магазине насчитывалось всего лишь 500 приложений, но за 3 месяца их количество возросло до 3000, а загрузки достигли отметки в 100 млн. В 2009 году Apple достигает результата в 2 млрд. загрузок, уже к 2011 году - 10 млрд. с 350 тыс. приложений. В марте 2012 года общее количество приложений и их загрузок составило 550 тыс. и 25 млрд.

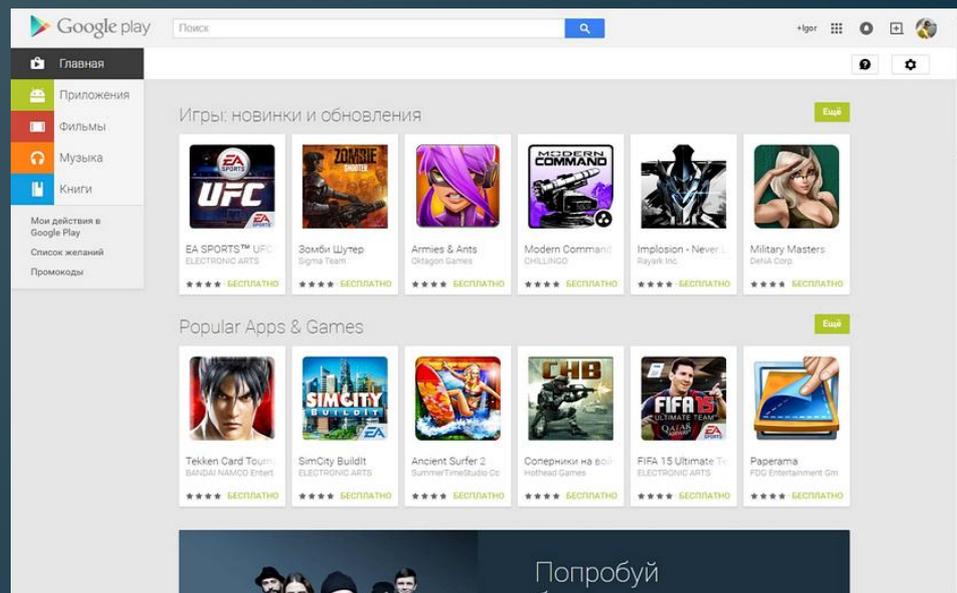
Соответственно, компания Apple бьет отметку в 50 млрд. загрузок и 85 млрд. к концу 2014 года. Что касается приложений, в конце 2013 года их было 1 млн., а в настоящее время насчитывается около 1,4 млн. Все же многие аналитики считают такие показатели более чем сомнительными и заявляют, что это цифра приближается к 1,2 млн. iOS-приложений, доступных в App Store. На текущий момент App Store является разделом онлайн-супермаркета iTunes Store, который предлагает владельцам Apple-девайсов доступ к различному медиа-контенту.



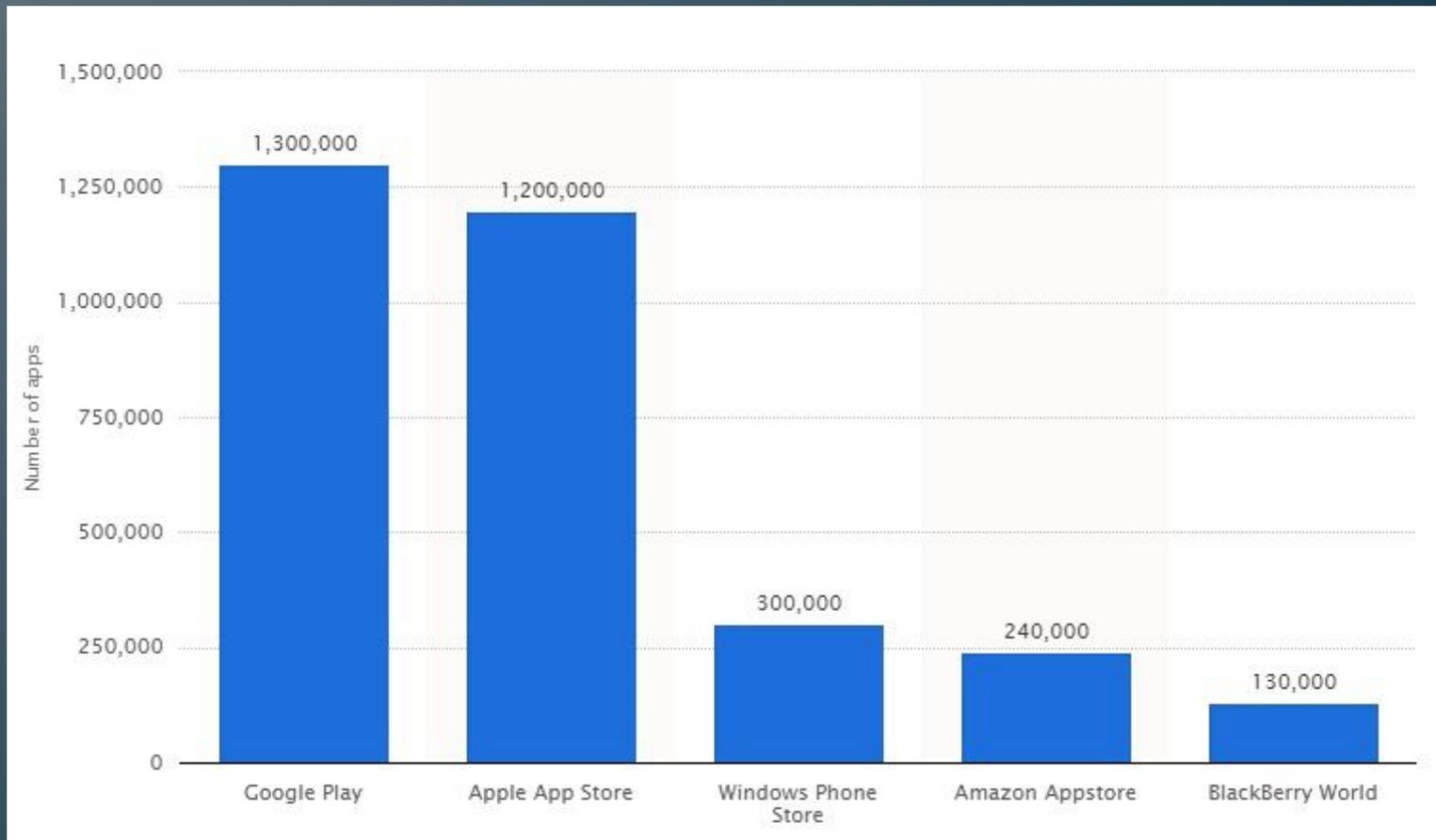
# PlayMarket

Google запустил свой Android Market также в 2008 году, спустя 4 месяца после App Store. С самого начала компания не могла похвастаться темпом роста количества приложений в магазине. К 2009 году в нем содержалось всего 2300 приложений, но уже год спустя было доступно 80 тыс. приложений, а общее количество загрузок превысило 1 млрд. Однако по этим показателям Google все еще оставался позади Apple. В 2011 году компания достигла три заветных цели: 3 млрд., 6 и 10 млрд. загрузок. Эта тенденция сохранилась и в 2012 году, когда количество приложений в Android Market впервые превысило 500 тыс., а общее число их загрузок достигло 25 млрд. 6 марта 2012 года Android Market был подвергнут ребрендингу. Магазин получил название Google Play и, кроме приложений, объединил в себе сервисы Google Music и Google eBookstore.

Чуть позже был добавлен раздел Movies & TV. К концу 2014 года Google все же удалось превзойти Apple по количеству доступных приложений. В 2015 году в Wall Street Journal был опубликован отчет App Annie за первый квартал. В нем впервые зафиксировано превосходство Google Play по количеству загрузок, которое составило на 70% больше, чем в App Store, но прибыль Apple от приложений были на 70% выше. Компания Google значительно укрепила свои позиции за счет активного развития рынка мобильных приложений в таких странах, как Мексика, Турция, Бразилия и Индонезия.



В июле 2014 года Google Play Store и App Store предлагают уже 1,3 и 1,2 млн. приложений, соответственно, а количество их загрузок приближается к 100 млрд.



# Площадка для разработчика

В то время, как Android часто критикуют за качество приложений, Apple осуществляет жесткий контроль iOS-приложений, прежде чем они попадут в App Store. С одной стороны это усложняет всем желающим размещать свои программные продукты, а с другой - создает базу проверенных приложений. Если повезет, программа может попасть в список рекомендуемых редакцией магазина и оказаться на главной странице. Кстати, аккаунта разработчика в App Store обойдется в 99\$ в год, тогда как в Google Play эта процедура стоит всего 25\$ единоразовым платежом. Тем не менее, в финансовом плане App Store был и остается более привлекательным для разработчиков. Apple позволяет более гибко настроить монетизацию приложений. Например, можно легко сделать платную программу бесплатной на определенное время, затем вернуть ее первоначальную стоимость. Такой трюк, к сожалению не доступен в магазине Google Play. Как показывает практика, платная модель монетизации приложений App Store реализована на порядок лучше и разработчик, изначально сделав свой продукт платным, имеет шанс больше

The screenshot shows the Apple Developer Program website. At the top, there's a navigation bar with 'Developer' and links for 'Technologies', 'Resources', 'Programs', 'Support', and 'Member Center'. The main heading is 'iOS Developer Program' with the tagline 'The fastest path from code to customer.' Below this, a prominent blue button says 'Enroll now' with a price of '\$99/year'. The page is divided into three main sections: 1. Develop (using the iOS SDK), 2. Test (testing on iPad, iPhone, and iPod touch), and 3. Distribute (reaching millions of users on the App Store). At the bottom, there's a footer with various links and a navigation menu.

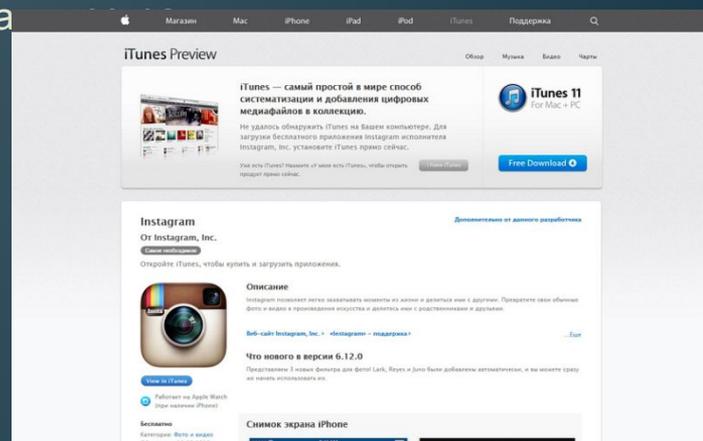
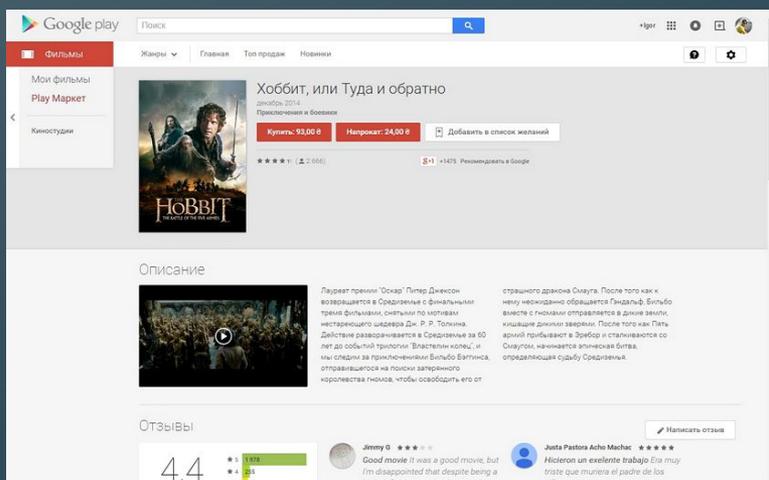
The screenshot shows the Google Play Developer Console registration page. It features a progress bar at the top with steps: 'Войдите, используя аккаунт Google', 'Согласование разработчика', 'Оплатите регистрацию', and 'Введите данные своего аккаунта'. The current step is 'Согласование разработчика'. Below this, there's a section 'Вы вошли под именем...' showing a user profile for 'Igor Mozin'. A warning message states: 'Этот аккаунт Google будет связан с вашей консолью разработчика. Чтобы использовать другой аккаунт, выберите один из предлагаемых ниже. Для организации рекомендуем создать новый аккаунт Google.' Below this, there's a section 'ЧТОБЫ ПРОДОЛЖИТЬ...' with three items: 1. 'Изучите и принятие условия' (with a link to 'Согласование о распространении ПО через Google Play'), 2. 'Список стран, где разрешено распространять и продавать приложения' (with a link to 'Согласование о распространении ПО через Google Play'), and 3. 'Далее необходимо внести оплату за регистрацию в размере 25 долларов США' (with a link to 'Далее необходимо внести оплату за регистрацию в размере 25 долларов США'). At the bottom, there's a 'Отправить' button and a footer with 'ПОЛЕЗНЫЕ РЕСУРСЫ ANDROID' and 'НУЖНА ПОМОЩЬ?'.

Успех в этом, как правило, связан с тем, что, Android-пользователи обычно менее платежеспособны, в то время как владельцы мобильных устройств от Apple - более состоятельные люди с высоким доходом. Статус и более дорогая продукция говорит о том, что владельцы девайсов готовы потратить больше денег на приложения, чем, скажем, обычный Android-пользователь. Безусловно, за последнее время количество дорогих мобильных устройств на Android возросло и границы ценового диапазона существенно изменились. Взять, к примеру, последние флагманы ведущих производителей, цены на которые приблизились или даже превысили стоимость последнего iPhone. Но остается и львиная доля пользователей с бюджетным классом устройств, которые не хотят или не имеют возможности приобрести приложения.

# пользователя?

Обычного пользователя по большому счету не интересуют нюансы публикации приложений в магазине. Ему важно, чтобы он мог зайти в App Store или Google Play, найти необходимую ему программу или игру и загрузить/купить ее. Главное, чтобы эти задачи оказались максимально простыми. Доступ к магазинам приложений осуществляется с мобильного устройства и соответствующего ПО или веб-интерфейса любого ПК. И если первый способ – не более, чем тривиальная задача, то при использовании второго способа пользователи App Store столкнутся с одним условием – это обязательное наличие iTunes для доступа к магазину Apple. Без iTunes поиск iOS-приложения в браузере ПК или ноутбука приведет вас на страницу с предложением установить клиент, чтобы иметь возможность загружа

В свою очередь Google Play отличается тем, что не требует установки никакого ПО на компьютере. Доступ к нему с веб-интерфейса можно осуществить с любого ПК и ноутбука. Авторизовавшись в одном из сервисов Google, пользователь имеет возможность загружать любой контент из магазина.



Что касается поиска по магазину с браузера, Apple и здесь ограничила такие возможности, в отличие от Google Play Store. Через iTunes дела обстоят значительно лучше, но все же внутренний поиск App Store менее эффективный, чем Google Play. Это делает магазин Apple не таким удобным при навигации.

## Сравнение возможностей магазинов приложений App Store и Google Play

| Магазин  | App Store          | Google Play |
|--|--------------------|-------------|
| Платформа  | iOS                | Android     |
| Количество приложений  | > 1,3 млн.         | > 1,5 млн.  |
| Количество загрузок  | > 100 млн.         | > 150 млн.  |
| Доступ с веб-интерфейса  | при наличии iTunes | +           |
| Доступ к медиаконтенту на другой платформе                                 | -                  | +           |
| Возможность оставлять отзывы пользователям / отвечать на них разработчикам | +/-                | +/+         |
| Кол-во разработчиков   | ~ 300 тыс.         | ~ 400 тыс.  |
| Программа для разработчиков  | 99\$/год           | 25\$        |
| Наличие Google Analytics   | -                  | +           |

# Заключение

В целом, у Apple, как и у Google получилось создать отличную экосистему современной мобильной платформы, в которой магазин приложений является связующим звеном. Несмотря на общее сходство Google Play и App Store, между ними существуют и значительные различия, связанные в большинстве своем с целевой аудиторией. При этом App Store и Google Play остаются крупнейшими игроками рынка приложений, продолжающими конкурировать между собой за стратегически важные для обоих количественные данные. Ниже в сравнительной таблице представлены некоторые характеристики для каждого из магазинов.