

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА ПРИ ПОМОЩИ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Ильина Ольга Сергеевна

студент

ФГБОУ ВПО "Ульяновский государственный университет", г.Ульяновск

Сложно представить современного человека без мобильного устройства в руках. Будь-то телефон, смартфон или другие коммуникаторы - эти устройства прочно и, судя по всему, надолго, укрепились в обществе как незаменимые повседневные средства связи. С появлением новых мобильных устройств и разнообразием платформ, на которых они разрабатываются (Android, Symbian, Bada, iOS, iPhone), активно развивается бизнес по разработке мобильных приложений различного назначения.

Рынок мобильных приложений с каждым годом увеличивается. Индустрия громадная и развивается беспрерывно. Доход глобальной индустрии мобильных приложений стремительно растет, что подтверждает актуальность данного исследования.

В соответствии с темой целью исследования является анализ рынка мобильных приложений и выявление преимуществ и недостатков их применения для развития бизнеса.

Рынок мобильных приложений зародился в 2008 году. Первой компанией, запустившей инновационную модель распространения приложений, стала Apple. Впоследствии на данный рынок вышла компания Google, создав серьезную конкуренцию Apple.

С повсеместным распространением мобильных устройств тесно связано развитие рынка мобильных приложений, позволяющих пользователям решать повседневные задачи, а также приятно и с пользой проводить свой досуг.

Доход разработчиков обеспечивается несколькими путями, с помощью различных бизнес-моделей:

- платная установка приложения (покупка в магазине AppStore или Google Play);
- покупки в приложении (дополнительный функционал, бонусы);
- размещение рекламы.

Развитию рынка мобильных приложений способствуют, во-первых, постоянный рост производительности мобильных устройств, а, во-вторых, рост доступности интернета, в том числе и мобильного, увеличение скорости и стабильности соединения. Это имеет определяющее значение, поскольку большинство мобильных приложений требует постоянного подключения к сети.

В 2017 году рост мирового рынка составил примерно на 28-29% до 166 млрд долларов. Из них 65 млрд долларов приходится на покупки приложений и подписки, 101 млрд долларов – на мобильную рекламу и продвижение приложений. По итогам 2016 года объем расходов на

покупки приложений оценивался в 52 млрд долларов, а расходы рекламодателей – в 77 млрд долларов [2]. Таким образом, именно реклама станет драйвером роста рынка. Большая часть рекламы размещается в приложениях социальных сетей, а также в видеосервисах и играх. Доля крупных брендов составит всего 12,5% от всего объема размещаемой рекламы, что отражает характерное отличие интернет-рекламы и мобильной рекламы от традиционных рекламных каналов – здесь преобладают небольшие рекламодатели с ограниченными бюджетами.

В исследовании рынка мобильных приложений J'son & Partners Consulting подробно рассмотрены барьеры, препятствующие росту данного рынка в мире.

1. Неосведомленность пользователей.

Некоторые пользователи смартфонов (особенно их возрастная аудитория) пока еще не пользуются большинством полезных функций телефона, а используют его как обычный сотовый телефон для звонков и SMS. Важно отметить, что подобный формат потребления цифровых услуг характерен в большей степени для развивающихся рынков, где потребность пользователей в цифровых услугах незначительна и не сформировалась до конца.

2. Сложности оплаты.

Сложность оплаты для многих пользователей развивающихся рынков остается основным препятствием для их расширения, люди пока не научились доверять мобильным системам и не хотят оставлять данные своих платежных инструментов в них. И определенная сложность оплат в мобильных приложениях и магазинах приложений остается барьером для увеличения монетизации и роста рынка в целом.

Мобильные приложения имеют свои преимущества и недостатки.

Среди преимуществ можно выделить:

1. Постоянный рост числа пользователей мобильных устройств.
2. Идеально для смартфона или планшета.
3. Важный маркетинговый канал.
4. Постоянный, быстрый и недорогой контакт с вашим клиентом.
5. Вовлеченность клиентов в ваш бизнес.
6. Удобный способ контроля важных бизнес показателей.
7. Безопасный доступ к корпоративным данным.
8. Мобильные системы для клиентов.

В качестве недостатков можно выделить:

1. Построение мобильного приложения является затратным.

Для создания мобильного приложения требуется больше времени и денег, чем для разработки веб-сайта. Возможно, придется разрабатывать несколько версий приложения для разных магазинов приложений, iOS и Android. Тем не менее, эту проблему можно преодолеть,

решив создать приложение с помощью качественной платформы для создания приложений, такой как AppS Globus, которая выполняет задание, которое вы хотите, чтобы ваше приложение выполняло часть затрат [1].

2. Процесс разработки мобильного приложения может быть довольно сложным.

Процесс создания собственного мобильного приложения может быть довольно сложным, и необходимо принять немало важных решений. Существуют такие операционные системы, как iOS и Android и сотни различных видов устройств, доступных на рынке, что делает весь процесс довольно сложным. Этого также можно избежать, когда выбираете платформу AppS Globus, которое позаботится обо всех технических особенностях и освободит вас от сложностей всего процесса [1].

В настоящее время когда существенная часть повседневной и предпринимательской деятельности переходит в виртуальный мир, мобильный телефон или планшет становятся верными помощниками и рабочими инструментами.

Мобильные приложения для бизнеса выполняют разнообразные функции. Однако цель у них одна — упростить жизнь предпринимателей. Из чего можно сделать вывод, что мобильные приложения перспективная идея для бизнеса. Благодаря различным мобильным приложениям бизнес получает определенные преимущества и это помогает сформировать определенные конкурентные преимущества. Но также мобильные приложения имеют свои недостатки. Из-за высокого бюджета некоторым предпринимателям невыгодно приобретать мобильные приложения. Также у потребителей присутствует некоторое недоверие мобильным приложениям, из-за чего наблюдается не желание оставлять данные при покупке товара или услуги. Из чего можно сделать вывод, что мобильные приложения будут развиваться дальше, пытаясь преодолеть сложности развития данного рынка.

Список литературы:

1. Официальный сайт сервиса appglobus.com»преимущества-и-недостатки-создания...
2. Денис Мирошниченко Разработка компьютерного программного обеспечения www.openbusiness.ru
3. Официальный сайт сервиса wnfx.ru»...mobilnyih-prilozheniy-dlya-biznesa/
4. Официальный сайт сервиса wnfx.ru»trendyi-i...ryinka...mobilnyih-prilozheniy/
5. Алексей Г. Рынок мобильных приложений 2017 magora-systems.ru»rynok-mobilnyh-prilozheniy-2017/
6. Азаров И.В., Струнина А.А. АНАЛИЗ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В РОССИИ science-education.ru»ru/article/view...
7. Официальный сайт сервиса studbooks.net»1174173/informatika...prilozheniya
8. web.json.ru»Бесплатные обзоры рынка».../rynok_mobilnyh...

9. Официальный сайт сервиса cossa.ru›152/113689/