

27 сентября 2021

БЫТЬ МОБИЛЬНЫМ

Для некоторых отраслей минувший год оказался одновременно кризисным и прорывным. Так, пандемия резко ускорила повсеместное внедрение мобильных технологий. Смартфоны на время оказались главным инструментом для развлечений и коммуникаций. А с закрытием магазинов и общепита вырос спрос на доставку вещей, продуктов, готовой еды, а также на финансовые услуги. Ключевую роль в его удовлетворении сыграли мобильные приложения.

По подсчетам AppsFlyer, доходы владельцев приложений в 2020 году выросли на 52%. Аналитическая компания Sensor Tower отчиталась о росте расходов пользователей приложений за тот же период на 30,2%, до \$111 млрд. В лидерах оказались социальные сети и средства коммуникации, стриминговые сервисы, онлайн-шопинг, службы доставки, игры. Также вверх пошли скачивания приложений в категориях «Фитнес и здоровье», «Финансы». В мире число загрузок в App Store и Google Play по итогам 2020 года превысило 130 млрд, что на 10% больше показателей прошлого года. При этом на игры пришлось более 40%, или 53 млрд скачиваний: их наряду с социальными сетями эксперты называют главными бенефициарами эпохи удаленки. По прогнозам App Annie, в 2021 году пользователи потратят на игры не менее \$120 млрд.

Что в тренде?

По словам Евгения Павленко, доцента Института кибербезопасности и защиты информации Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого (СПбПУ), рынок мобильных приложений в Петербурге, не

следует отделять от общероссийского. В целом ситуация едина: рынок растет, и эта тенденция сохранится в ближайшие годы. Rambler Group прогнозирует, что доля mobile-only-аудитории к 2023 году может достигнуть 45%, поэтому популярность мобильных приложений будет прогрессировать.

Если говорить о потенциальной прибыли, простоте входа и спросе среди пользователей, то самой востребованной категорией мобильных приложений, по мнению Анастасии Усковой, генерального директора платформы «Рокет Ворк», можно назвать мобильные игры. Также люди стали больше интересоваться приложениями, связанными с финансами, фитнесом и здоровьем, средствами коммуникаций.

«Наибольший спрос сегодня наблюдается на игры и развлечения. Отчасти из-за того, что во время карантина мы все были вынуждены меньше взаимодействовать с друзьями и знакомыми и того, что практически у каждого из нас появились проблемы с концентрацией и вниманием, выросла популярность мобильных приложений для поддержки ментального здоровья», — отмечает Асель Романова, старший преподаватель факультета программной инженерии и компьютерной техники Университета ИТМО. Кроме этого, по мнению эксперта, сегодня особенно востребована разработка приложений по инвестированию и продаже недвижимости, а также банковских приложений.

«Например, за 2020 год количество активных пользователей мобильных банковских приложений увеличилось примерно на 30%. Многие из тех, у кого не было установлено приложение, скачали его впервые именно в прошлом году. Мобильные приложения стали устанавливать даже пенсионеры, для которых долгое время это было достаточно сложно. В итоге в 2021 году около 75% клиентов банков стали выбирать приложения в качестве основного канала для взаимодействия», — добавляет Сергей Григорян, специалист по банковскому сектору компании «ЕваБета Россия».

Один из главных трендов отечественного рынка: все больше компаний из разных бизнес-отраслей развивают свои мобильные приложения или даже полностью переходят на них за счет создания экосистемных решений. Для экосистемных компаний абсолютным трендом, по мнению экспертов, являются «супераппы» (от англ. super app): мобильные приложения, внутри которых — экосистема из множества различных сервисов (финансов, досуга, доставки продуктов, денежных переводов, такси, покупки билетов на концерты). «В России широко используются супераппы от "Яндекса", Mail.Ru Group, "Тинькоффа", "Сбера". Это удобно для пользователя — установив одно приложение, он получает доступ к широким возможностям»,— поясняет господин Павленко.

Также, по мнению экспертов, важно отметить популярность технологий искусственного интеллекта и, как следствие, мобильных приложений, направленных на распознавание лиц, голоса и сопряженные с этими функциями услуги.

Петербургский аспект

По данным Statista, каждый месяц в Google Play выпускается более 100 тыс. новых приложений, в Apple App Store — более 30 тыс. Стоимость их разработки в первую очередь зависит от сложности. «Если смотреть на прейскурант компаний, специализирующихся на разработке мобильных приложений, то цены варьируются от 250 тыс. рублей за простые офлайновые аппы-визитки до 3–4 млн рублей за более сложные проекты вроде социальных сетей, доставок, стримингов. Инхаус-разработка же может стоить и того больше, если учесть все затраченные ресурсы на штат, офис, технику»,— отмечает госпожа Ускова.

По словам Михаила Зайцева, генерального директора AppsFlyer в России и СНГ, в Петербурге меньше предложений по количеству студий и проектов по мобильной разработке, чем в Москве. Евгений Павленко считает, что

особенности петербургского рынка мобильных приложений определяются во многом статусом культурной столицы России. Разработано и успешно функционирует множество приложений-гидов по городу, причем характер достопримечательностей варьируется от всем известных туристических мест до карт проходных дворов, маршрутов по самым красивым парадным, по крышам Петербурга, местам криминальных 1990-х и актуальных местных событий: локального гастрономического фестиваля или ярмарки.

Петербуржцы также предлагают через приложения свои авторские экскурсии: по «секретным» барам, заброшенным усадьбам. Есть даже приложение «Мобильный художественный театр», где для посещения спектакля от пользователя требуются наушники, свободное время (и оплаченный билет).

«В Петербурге активно развиваются городские транспортные инициативы, вследствие чего популярность набирают приложения по шерингу электросамокатов и велосипедов наряду с приложениями более стандартного перемещения по городу — со станциями петербургского метрополитена и онлайн-отслеживания наземного транспорта», — заключает эксперт.

Мобильные перспективы

Мобильное потребление продолжит расти вместе с вовлеченностью и тайм-спентом (от англ. time spent — проведенное время) в сегменте. В ближайшей перспективе, по мнению госпожи Романовой, в первую очередь будет расширяться мобильная коммерция.

«Лидерами останутся игры, приложения для удаленной работы и учебы, онлайн-шопинга, так как удаленное потребление — тренд не только пандемийной эпохи. Он останется с нами надолго. Видно это и по цифрам: количество установок приложений для покупки продуктов питания, например, в 2020-м выросло сразу на 200%. Будут хорошо чувствовать себя и

приложения для общения и для потребления контента. А главные тренды непосредственно в разработке — внедрение новых технологий. Например, голосового управления и искусственного интеллекта», — считает госпожа Ускова.

«Помимо создания супераппов и приложений, реализующих техники искусственного интеллекта, все большую популярность набирают AR- и VR-приложения (дополненной и виртуальной реальности), следует ожидать их проникновения в торговлю, сферу развлечений и медицину. Наряду с пандемийными ограничениями и переходом на удаленную работу все больше пользователей смартфонов захотят "примерять" вещи, не выходя из дома. Это касается как одежды и аксессуаров, так и более глобальных товаров — например, интерьера квартиры», — добавляет господин Павленко.

И, наконец, актуальным трендом сегодня является выход российских разработчиков мобильных приложений на зарубежные рынки. Как поясняет **Вячеслав Коган, директор по развитию бизнеса направления e-commerce ГК «КОРУС Консалтинг»**, сейчас особый взлет во всем мире переживает рынок e-grocery (продажи товаров повседневного спроса через интернет) — в частности, доставка продуктов и предметов первой необходимости из дарксторов. Формат особенно популярен в странах с низкой конкуренцией в этой области (например, в Португалии и Японии), где можно относительно быстро занять лидерские позиции.

«Поэтому российские разработчики и предприниматели активно выходят на новые рынки и инвестируют в приложения доставки продуктов и товаров для дома. Среди них Vuuk (сервис от "Самоката", запущенный в Нью-Йорке), Yango Deli ("Яндекс.Лавка" в Индии, Франции и Англии), Vairro (сервис в Португалии со значительным количеством российских инвесторов), Onigo (сервис в Японии, запущенный предпринимателем Оскаром Хартманном), FoodRocket (доставка продуктов в Сан-Франциско) и FridgeNoMore в США», — заключает эксперт.

Источник: Коммерсантъ

