

Гаврик А.
Студент бакалавриата
Университет ИТМО
Россия, г. Санкт-Петербург
Научный руководитель – Коваленко Б.Б.

Факторы успеха предпринимательского дела в цифровую эпоху

Согласно реестру малого и среднего предпринимательства, в России на 10 января 2019 года было зарегистрировано 5916901 организация, на 10 июля 2019 года было зарегистрировано уже 5813278 организаций. Прирост за 4 месяца – больше 100 тысяч. Это отражает интерес населения к предпринимательству. Однако необходимо оценивать особенности текущего периода времени, то есть начало цифровой эпохи. Это время, когда успех организации напрямую зависит от использования возможностей, предоставленных научно-техническим прогрессом: использование сети Интернет и приложений, являющихся малой, но неотъемлемой, его частью.

При рассмотрении этих факторов от глобального к частному, следует начать с сети интернет: согласно исследованию международной картографической компании «2ГИС» на 9 июня 2014 года из 1,4 миллиона компаний, представленных в 38 городах России, свой сайт был только у 47% организаций, при рассмотрении отдельно взятых городов лидером является Москва – свыше 180 тысяч организаций возможно найти в интернете, что составляет 60,3% от общего количества, аутсайдером же являются Набережные Челны – всего лишь 27,7%. То есть наличие сайта у этих организаций является достаточно большим конкурентным преимуществом, выделяющим их на фоне приблизительно 50% организаций, не представленных в интернете. Но какое количество потенциальных потребителей возможно найти в онлайн среде? Исходя из данных mediascope.net в декабре 2019 года из 3792,2 тысяч человек, населяющих Санкт-Петербург, в возрастной группе от 12 до 64 лет пользователями интернета являлись 2566 тысяч человек, что составляет 67,66% от общей массы. Более чем 2,5 миллиона потенциальных клиентов, проводящих в сети, по данным Яндекс. Браузера, не менее 7 часов в неделю, и просматривающие за это время более 40 сайтов и 330 страниц.

В целом, основываясь на этой информации можно объективно оценить неудержимость роста популярности интернета среди всех возрастных групп, что означает прямую зависимость осведомленности потенциального потребителя о предпринимателе от присутствия этого предпринимателя в онлайн пространстве. Но развитие сайтов, как способа взаимодействия в онлайн среде постепенно выявило их ограниченность, и необходимость искать более универсальный инструмент. Таким инструментом стали приложения, защищенные от копирования, вшивания в них вредоносных программ, повышающие безопасность пользователя в целом, доступные и без доступа к сети Интернет. Но несмотря на эти достоинства, разработка качественного, защищенного, мультиплатформенного приложения стоит в среднем в несколько раз дороже разработки эквивалентного по наполненности сайта. Поэтому, зачастую, приложения сами являются источником дохода: это может быть либо реклама в бесплатном приложении, либо же изначально платное приложение.

Агентство Annie Apps регулярно проводит исследования рынка планшетных и мобильных приложений, по их данным, в 3 квартале 2019 года в двух крупнейших магазинах

приложений для мобильных и планшетных устройств было потрачено почти 20 миллиардов долларов. Для примера: ВВП Исландии за 2017 год составил 16,8 млрд долларов.

Если же рассматривать приложение как средство взаимодействия, а не средство заработка, то в большей степени они направлены на создание безопасности потребителя и его платежей, либо на создание комфортного интерфейса для пользователя. Платежи в основном интересуют банковские платформы и магазины реализованные в онлайн пространстве. Комфортный интерфейс, как причину отказа от формата сайта, используют социальные сети, приложения для общения, образовательные приложения и подобные им.

Подводя итог, выражаю уверенность в том, что активное использование мобильных приложений может стать настоящим импульсом развития бизнеса при наличии даже скромной по численности клиентской базы. Появление мобильного приложения многократно повысит авторитет бизнес-организации.