

Далее в таблице 5 рассмотрены преимущества и недостатки рассматриваемой функции.

Таблица 5 – Оценка предложений

Посещение вузов (профориентационная работа)		
Преимущества	Недостатки	Решение проблем
1	2	3
<p>Разработанные рекомендации позволят снизить издержки на разработку раздаточного материала (буклетов), т. е. печать буклетов будет производиться в два раза меньше, так как произойдет объединение функций вузов и колледжей.</p> <p>Также к преимуществам можно отнести сокращение трудозатрат у специалиста по разработке профориентационных программ.</p>	<p>Главным недостатком, может являться то, что информация в буклетах будет обновляться только для колледжей и вузов, а для школьников и рекрутинговых агентств – нет – таким образом, некоторая информация будет уже не актуальна.</p>	<p>Для того чтобы устранить данный недостаток, необходимо в буклетах для агентств и школ указывать только ту информацию, которая точно будет актуальна в ближайшие два года.</p> <p>Также в буклетах (раздаточном материале) необходимо указывать сайт организации, для того чтобы можно было легко ознакомиться с последними нововведениями организации и актуальными изменениями в законодательстве.</p>

Применение функционально-стоимостного анализа позволило выявить дублирующие функции, соотнести значимость выполняемых функций с затратами на их осуществление и предложить более сбалансированный проектный вариант, по сокращению издержек.

В заключении, можно сделать вывод, о том, что полученные в работе результаты будут частично реализованы при выборе профориентационных программ ООО «РН-Учет». Таким образом предложения по улучшению выбора профориентационных программ будут подтверждены на практике.

Литература

1. Анализ функционально-структурных (совмещенных) моделей. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.ru/2_30659_analiz-funktsionalno-strukturnih-sovmeshchennih-modeley.html. – Дата обращения: 22.10.2022.
2. Профессиональная классификация Климова Е. А. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://studopedia.ru/4_91129_professionalnaya-klassifikatsiya-klimova-ea-metodika-opredeleniya-professionalnoy. – Дата обращения: 23.10.2022.
3. Функционально-стоимостной анализ деятельности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.quality.eup.ru/DOCUM/fsadp.htm>. – Дата обращения: 25.10.2022.
4. ООО «РН-Учет»: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rn-uchet.rosneft.ru/about/Glance/OperationalStructure/Servis/rn-uchet>. – Дата обращения: 26.10.2022.

УДК 339.13

Короленко Д. В., Аджемян В. Г., студенты
 научный руководитель – **Гостева О. В.**, к. э. н., доцент
 Сибирский государственный университет науки и технологий
 имени академика М. Ф. Решетнева,
 г. Красноярск, Российская Федерация

РЫНОК МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ – РЕАЛЬНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Рынок мобильных приложений – перспективное направление как для развитых компаний, которые уже занимаются разработкой мобильных приложений, так и для компаний, желающих выйти на новый рынок с целью увеличения показателя прибыли. Кроме того, индивидуальные

разработчики могут заявить о себе и занять свою нишу на рынке мобильных приложений, получая весомую прибыль.

Популярность мобильных приложений в 2020 году многократно увеличилась в связи с пандемией.

В 2021 году россияне каждый день пользовались мобильными приложениями на полчаса больше, чем смотрели телевизор. Люди провели в мобильных приложениях больше четырёх часов в день и потратили 1,5 млрд долларов США — на 19 % больше, чем в прошлом году [1].

В 2022 году после снятия «локдауна» мобильные приложения остались актуальными для людей, пользователи продолжают заказывать товары на дом и оплачивают счета в специальных сервисах. Всего на мобильный трафик в Рунете приходится 83 %.

По оценкам аналитиков из компании «Sensor Tower», к 2023 году на мобильные приложения и подписки в мире будет тратиться 156 млрд долларов США [2].

Рассмотрим основные положения отчета рынка мобильных приложений компании «asomobile»:

- ожидается, что к 2023 году Россия обойдет Великобританию и Бразилию в рейтинге стран по числу скачивания приложений в «App Store». В 2021 году Россия занимала пятую строчку, но эксперты прогнозируют, что страна поднимется до третьей позиции. В аналогичном рейтинге скачиваний в «Google Play» Россия находится на 5 позиции [3];

- доходность стран довольно сильно отличается от количества загрузок, так для приложений и игр на базе «Android» рейтинг возглавляет США, Япония и Республика Корея. По объему выручки Россия находится на восьмой позиции [3];

- самые высокие показатели доходности в «iOS» приложениях и играх показывают США, Япония, Великобритания и Германия. Россия находится на 9 месте [3];

- несмотря на то, что количество загрузок приложений из «Google Play» более чем в 2 раза превышает количество загрузок из «App Store», пальма первенства по прибыли уходит разработчикам «iOS» приложений;

- также несмотря на то, что по количеству загрузок для обеих платформ лидирует Индия, наибольший рост доходов мобильная индустрия достигла за счет рынков США, Японии, Великобритании, а также Китая;

- пользователи переносят все больше развлечений и игр с персональных компьютеров на мобильные устройства. Самый сильный всплеск индустрия мобильных игр получила во время локдауна в 2020 году. Но и 2021 год был не менее динамичным. Мобильные игры плотно занимают первые три места в самых доходных категориях, как для «Android», так и для «iOS» устройств. Именно в играх сосредоточено более 65 % всей прибыли рынка мобильных приложений;

- социальные сети по-прежнему остаются в лидерах по количеству загрузок как для «Google Play», так и в «App Store». Среди социальных приложений стоит отметить приложение «TikTok», популярность которого продолжает расти в геометрической прогрессии.

Перейдем к плюсам разработки и внедрения мобильного игрового приложения:

- отсутствуют затраты на логистику, так как приложение загружается в магазин, где пользователь получает возможность скачать или купить его, находясь в сотнях километров от разработчика [4];

- войти на рынок способен даже один человек, при условии отсутствия конкуренции с гигантами в сфере разработки мобильных приложений;

- создать мобильное игровое приложение можно бесплатно. Для этого нужно скачать игровой «движок» – базовое программное обеспечение для создания мобильной игры. Конечно, есть и платные PRO-версии, но для создания, например, игр для широкого круга пользователей, не требующих затрат на обучение или каких-либо особых навыков, вполне подойдет и «движок», находящийся в свободном доступе [4];

- научиться создавать игровые мобильные приложения может каждый. Существует огромное количество курсов в свободном доступе, с помощью которых можно создать своё первое мобильное приложение. Конечно, более сложные приложения требуют больших знаний

и ресурсов, но, реалии таковы, что совсем не обязательно создавать «шедевр», чтобы заработать много, ведь главное – «раскрутить» приложение и заинтересовать основную массу пользователей мобильного рынка, которые не являются слишком требовательной аудиторией.

Что касается минусов разработки мобильных приложений:

– плохо прогнозируемый доход. Несмотря на высокие доходы, которые приносят пользователи мобильных приложений, нет точного понятия, какова будет прибыль и будет ли она вообще. Если, например, в строительстве или торговле можно чётко посчитать, сколько будет приносить бизнес, то в играх можно только предполагать. Даже лидеры не могут гарантировать успех их игр. Понять, насколько вменяемы цифры, можно только если проведены исследования или имеется опыт/информация по аналогичным играм, и то шанс попадания в цель будет скромным;

– сложность попадания в тренд. Если нет понимания того, каким будет рынок к тому моменту, когда игра будет готова к выпуску, имеются все шансы издать неактуальную игру. Для того чтобы попасть в тренд, нужно жить и дышать индустрией или иметь в команде того, кто является её частью (грамотного продюсера и/или геймдизайнера). По ходу разработки нужно следить за рынком и поддерживать проект в актуальном состоянии, уметь вовремя вносить корректировки;

– высокие показатели «bus-фактора». Фактор означает количество участников проекта, после потери которых проект не сможет быть завершён оставшимися участниками. При любом раскладе при смене ведущего специалиста в игровом проекте процесс сопровождается переделками. Если повезет, то в создании игр переделывать придется самую малость. В стандартной ситуации переработка может коснуться трети всего проекта, а при худшем раскладе – все направление надо переделать сначала [4].

Таким образом, рынок мобильных игр – это перспективное направление развития и широкий набор возможностей. Никто уже не говорит, что за мобильными устройствами будущее, мы уже в нем живем. Поэтому нецелесообразно упускать возможности, которые на данный момент доступны для роста, развития и инвестиций.

Литература

1. Россияне потратили в мобильных приложениях более \$1,5 млрд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/technology_and_media/12/01/2022/61dd73909a7947ad4ffa946b. – Дата доступа: 12.10.2022.

2. Sensor Tower: потребление приложений для iOS и Android к 2023 году достигнет 156 миллиардов долларов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russianblogs.com/article/4737921000>. – Дата доступа: 12.10.2022.

3. Отчет рынка мобильных приложений 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://asomobile.net/blog/otchet-rynka-mobilnyh-prilozhenij-2021>. – Дата доступа: 12.10.2022.

4. Квитков, А. А. Рынок мобильных игровых приложений – перспективное направление для бизнеса / А. А. Квитков, Е. А. Панзеев // Форум молодых ученых. – 2020. № 1(41). – 314–321 с.

УДК 338.22

Котыш А. Ю., Крокун О. С., студенты
научный руководитель – **Зазерская В. В.**, к. э. н., доцент
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

СПОСОБ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВЫХ ДВОЙНИКОВ

Тенденция цифровизации привела к тому, что большинство осуществляемых человеком процессов теперь существуют также и в виртуальной форме. Причем это не простые цифровые копии, а сложные системы, где между реальным и цифровым пространствами установлена