

УДК 334.72:004.9

***РОЛЬ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В РАЗВИТИИ  
СОВРЕМЕННОГО ЦИФРОВОГО БИЗНЕСА***

***Галимова А.Ш.***

*к. э. н., доцент,  
ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»,  
РФ, г. Уфа*

***Ерошина Д.А.***

*студентка,  
ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»,  
РФ, г. Уфа*

**Аннотация.** В статье рассматривается роль мобильных приложений в развитии современного цифрового бизнеса. Анализируются преимущества внедрения мобильных приложений для малого и среднего предпринимательства, включая повышение конкурентоспособности, улучшение взаимодействия с клиентами и оптимизацию бизнес-процессов. Выделяются ключевые факторы успешной интеграции мобильных технологий в бизнес-модели компаний.

**Ключевые слова:** мобильные приложения, цифровой бизнес, малый и средний бизнес, цифровая трансформация, конкурентоспособность, клиентский опыт, мобильная коммерция.

***THE ROLE OF MOBILE APPLICATIONS IN THE DEVELOPMENT OF  
MODERN DIGITAL BUSINESS***

***Galimova A.S.***

*Candidate of Economics, Associate Professor,  
Ufa University of Science and Technology,  
Ufa, Russian Federation*

***Eroshina D.A.***

*student,  
Ufa University of Science and Technology,  
Ufa, Russian Federation*

**Abstract.** The article examines the role of mobile applications in the development of modern digital business. The advantages of implementing mobile applications for small and medium-sized enterprises are analyzed, including increasing competitiveness, improving customer interaction and optimizing business processes. The key factors for successful integration of mobile technologies into companies' business models are highlighted.

**Keywords:** mobile applications, digital business, small and medium business, digital transformation, competitiveness, customer experience, mobile commerce.

Мобильные приложения стали неотъемлемой частью современной цифровой экосистемы. С ростом числа пользователей смартфонов и увеличением времени, проводимого в мобильных устройствах, компании всех размеров рассматривают мобильные приложения как стратегический инструмент для взаимодействия с клиентами, оптимизации операционных процессов и повышения конкурентоспособности. Российский рынок мобильной коммерции демонстрирует устойчивый рост, и компании, игнорирующие этот канал, теряют конкурентные преимущества [1].

Цель настоящей статьи – систематизировать теоретические и практические аспекты использования мобильных приложений в современном цифровом бизнесе, выделить ключевые преимущества и факторы успеха их внедрения.

Мобильная коммерция (m-commerce) представляет собой форма предпринимательской деятельности, основанную на использовании мобильных устройств и беспроводных сетей для совершения транзакций и взаимодействия с потребителями. Ключевые элементы структуры мобильной коммерции включают мобильные приложения (банкинг, платежи, магазины), мобильные версии сайтов, мобильные платежные системы и push-уведомления как канал коммуникации [2].

Национальные особенности российского рынка мобильной коммерции включают высокую долю использования смартфонов на Android, популярность маркетплейсов (Wildberries, Ozon), а также активное развитие бесконтактных платежей через мобильные устройства [4].

Внедрение мобильных приложений предоставляет компаниям ряд конкурентных преимуществ. Мобильная коммерция в России развивается быстрыми темпами благодаря росту проникновения смартфонов и изменению потребительского поведения [8].

Ключевые преимущества использования мобильных приложений включают персонализацию взаимодействия (сбор данных о предпочтениях пользователей позволяет повышать конверсию), push-уведомления как прямой канал коммуникации с клиентом, офлайн-доступ (сохранение части функциональности без интернета) и интеграцию с платёжными системами (упрощение процесса покупки).

Перспективы рынка мобильной коммерции связаны с увеличением доли безналичных платежей и развитием цифровых финансовых сервисов [6].

Особое значение мобильные приложения имеют для малого и среднего предпринимательства. Мобильные технологии позволяют малым компаниям конкурировать с крупными игроками за счёт снижения операционных издержек и повышения скорости обслуживания клиентов [3].

Барьеры, с которыми сталкивается малый бизнес при внедрении мобильных приложений, включают высокую стоимость разработки, нехватку IT-компетенций и сложность интеграции с существующими системами учёта. При этом использование готовых платформенных решений (конструкторы приложений, облачные сервисы) позволяет снизить порог входа [5].

Мобильные приложения становятся наиболее доступным инструментом цифровизации для микропредприятий, особенно в сфере услуг и розничной торговли [7].

Таблица 1 – Преимущества внедрения мобильных приложений для малого и среднего бизнеса

Направление	Конкретные выгоды	Примеры реализации
Клиентский сервис	Круглосуточный доступ, онлайн-запись, чаты с поддержкой	Салоны красоты, медицинские центры
Продажи	Мобильный каталог, корзина, онлайн-оплата	Розничные магазины, общепит
Лояльность	Программы бонусов, персональные скидки, push-уведомления	Кофейни, фитнес-клубы
Операционная эффективность	Автоматизация заказов, учёт остатков, аналитика	Складской учёт, доставка

*Составлено автором на основе [3; 5; 7]*

Успех внедрения мобильного приложения зависит от ряда факторов. Ключевыми элементами успешной бизнес-стратегии в сфере мобильной коммерции являются глубокая интеграция с экосистемой устройств, персонализация контента и многоязычная поддержка [9].

Анализ российской практики позволяет выделить следующие факторы успеха: клиентоцентричный дизайн (приложение должно решать конкретные проблемы пользователя), простота и интуитивность (чем меньше действий требуется пользователю, тем выше конверсия), техническая надёжность (стабильная работа, отсутствие сбоев) и регулярная аналитика (сбор данных о поведении пользователей).

На основе проведённого анализа можно сформулировать следующие рекомендации для компаний, планирующих внедрение мобильных приложений.

Необходимо начинать с анализа потребностей целевой аудитории, чтобы понять, какие задачи пользователи хотят решать с помощью приложения, и сфокусироваться на ключевой функциональности. Для малого бизнеса

рекомендуется использовать готовые платформенные решения – конструкторы приложений и облачные сервисы, позволяющие снизить стоимость разработки.

Важно обеспечить интеграцию приложения с существующими системами: CRM, учётной системой и сайтом компании. Также следует планировать бюджет на поддержку и развитие, поскольку разработка приложения – это только первый шаг; регулярные обновления и техническая поддержка требуют постоянных затрат.

Мобильные приложения стали ключевым инструментом развития современного цифрового бизнеса. Они обеспечивают компаниям конкурентные преимущества за счёт повышения лояльности клиентов, сбора данных, оптимизации операционных процессов и расширения рыночного охвата.

Для малого и среднего предпринимательства мобильные приложения открывают новые возможности для масштабирования бизнеса, выхода на новые рынки и построения долгосрочных отношений с клиентами. Ключевыми факторами успеха внедрения мобильных приложений являются клиентоцентричность, функциональность, простота использования и регулярная аналитика.

Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на изучение эффективности гибридных моделей монетизации мобильных приложений, а также на оценку долгосрочного экономического эффекта от внедрения мобильных технологий.

### **Библиографический список**

1. Бесклетко В.Н., Крынцов Р.П., Пухова А.А. Российский m-commerce: эффективные решения для бизнеса в условиях цифровой экономики // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2018. – Т. 3. – С. 168-171. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-m-commerce-effektivnye-resheniya-dlya-biznesa-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki> (дата обращения: 15.05.2026)

2. Васильева Т.В., Козлова В.М. Сущность, структура и особенности мобильной коммерции как формы предпринимательства // Экономический вектор. – 2019. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-struktura-i-osobennosti-mobilnoy-kommertsii-kak-formy-predprinimatelstva> (дата обращения: 15.05.2026)
3. Гурунян Т.В. Цифровая трансформация малого и среднего предпринимательства: опыт для стран ЕАЭС // Сибирский институт управления-филиал РАНХиГС. – 2024. – С. 208-216. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-opyt-dlya-stran-eaes> (дата обращения: 15.05.2026)
4. Исаев А.П., Васильева Т.В. Национальные особенности предпринимательства на рынке мобильной коммерции России // Управленческое консультирование. – 2018. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-osobennosti-predprinimatelstva-na-rynke-mobilnoy-kommertsii-rossii> (дата обращения: 15.05.2026)
5. Коробейникова Д.М., Федотова В.О., Аванесян Д.Н. Цифровая трансформация сельского предпринимательства: вызовы и возможности // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2025. – № 7. – С. 63-70. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-selskogo-predprinimatelstva-vyzovy-i-vozmozhnosti> (дата обращения: 15.05.2026)
6. Куганов В.Г. Цифровая экономика: тенденции и перспективы развития // Экономика и управление. – 2024. – № 4. – С. 45-52. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 15.05.2026)
7. Мызрова К.А., Панько Ю.В., Овчинникова С.В., Брюхачев В.А. Цифровая трансформация малого бизнеса: возможности, перспективы и препятствия // Креативная экономика. – 2024. – Т. 18, № 12. – С. 3251-3268. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-malogo-biznesa-vozmozhnosti-perspektivy-i-prepyatstviya> (дата обращения: 15.05.2026)

8. Пилюк Н.В. Мобильная коммерция в России // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2016. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mobilnaya-kommertsiya-v-rossii> (дата обращения: 15.05.2026)
9. Чжан Сюй. Реализация бизнес-стратегии мобильной коммерции (на примере компании Huawei) // Экономика и социум. – 2024. – № 6(121)-2. – С. 1434-1438. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/realizatsiya-biznes-strategii-mobilnoy-kommertsii-na-primere-kompanii-huawei> (дата обращения: 15.05.2026)