

*Калинина Ангелина Сергеевна
студентка 2 курса магистратуры,
Школа инженерного предпринимательства
Томский политехнический университет,
Россия, г. Томск
e-mail: kalinina020598@gmail.com*

*Научный руководитель: Борисова Л.М.,
кандидат экономических наук, доцент
Школа инженерного предпринимательства
Томский политехнический университет,
Россия, г. Томск*

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРИЛОЖЕНИЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В СУПЕРПРИЛОЖЕНИЯ (СУПЕРАППЫ) И ФОРМИРОВАНИЕ «СРЕДЫ ОБИТАНИЯ» ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

***Аннотация:** Социальные сети заняли особое положение в нашем коммуникационном и информационном пространстве. В среднем, по данным на 2019 год, за сутки человек проводит в социальных сетях 2 часа 24 минуты, и ежегодно этот показатель растет. Рядовому пользователю уже давно мало привычных функций отправки сообщения, просмотра профилей и новостей. Компания Mail.Ru Group в 2020 году начала формировать на базе приложения социальной сети «ВКонтакте» свой суперапп, который будет удовлетворять сразу множество потребностей внутри одного продукта. В статье рассмотрены преимущества и недостатки суперприложения «ВКонтакте». Главной целью является определить дальнейший вектор развития приложений социальных сетей.*

Ключевые слова: суперприложение, суперапп, социальные сети, сервисы, приложения, интерфейс.

*Kalinina Angelina Sergeevna
2nd year master student,
School of Engineering Entrepreneurship
Tomsk Polytechnic University,
Russia, Tomsk*

*Scientific adviser: Borisova LM,
candidate of economic sciences
associate professor at the School of Engineering Entrepreneurship
Tomsk Polytechnic University,
Russia, Tomsk*

TRANSFORMATION OF SOCIAL NETWORK APPLICATIONS INTO SUPER-APPLICATIONS (SUPERAPPS) AND FORMATION OF A ENVIRONMENT FOR THE USER

Abstract: *Social networks have taken a special position in our communication and information space. On average, according to data for 2019, a person spends 2 hours 24 minutes on social networks per day, and this indicator is growing every year. The usual functions of sending a message, viewing profiles and news are not enough for an ordinary user. In 2020, the Mail.Ru Group company began to form its own superapp on the basis of the Vkontakte social network application, which will satisfy many needs at once within one product. This article will consider the advantages and disadvantages of the Vkontakte super application. The main goal is to determine the direction of social networking applications development.*

Key words: superapplication, superapp, social networks, services, applications, interface.

У компаний, которые имеют собственные приложения, возникает проблема оттока пользователей или их перехода в приложения-конкуренты. Кроме того, компании заинтересованы в привлечении аудитории в новые и второстепенные продукты. Решением данных проблем стало создание «среды обитания» пользователя, роль которой исполняет суперприложение (суперапп).

Суперприложения (или супераппы) — это приложения, которые объединяют несколько функций и сервисов для решения пользователями задач различного характера. Например, развлечения и коммуникации [2].

Главный смысл супераппа – удерживать пользователя в рамках одной экосистемы, создавая удобство за счет одного окна – гораздо проще воспользоваться различными сервисами и услугами в одном приложении, так как это экономит время на их поиск. Кроме того, ориентироваться в суперприложении с однородной структурой легче, чем переключаться между локальными приложениями с различной логикой взаимодействия.

Привлечение пользователя в новый продукт (локальное приложение) всегда будет дороже, чем привлечение в приложение на базе существующего супераппа. Это обусловлено затратами дополнительных ресурсов на продвижение.

Крупнейшее суперприложение в мире – это китайский сервис «WeChat». В начальном исполнении он представлял собой мессенджер. А сейчас объединил в себе функционал нескольких крупнейших социальных сетей, платежной системы, браузера, мини-приложений для предпринимателей и даже использует систему социального рейтинга. Количество пользователей «WeChat» насчитывает порядка миллиарда человек. Это отличный пример того, как одно приложение способно заменить целый ряд отдельных.

Успех «WeChat» вдохновляет другие компании на создание подобных суперприложений. Так, в 2020 году компания Mail.Ru Group начала формировать на базе приложения социальной сети «ВКонтакте» свой суперапп, который будет удовлетворять сразу множество потребностей внутри одного продукта [3]. Рассмотрим это приложение подробнее.

На рисунке 1 слева представлено меню сервисов «ВКонтакте» из которого можно перейти в раздел мини-приложения, они представлены на правой части рисунка.

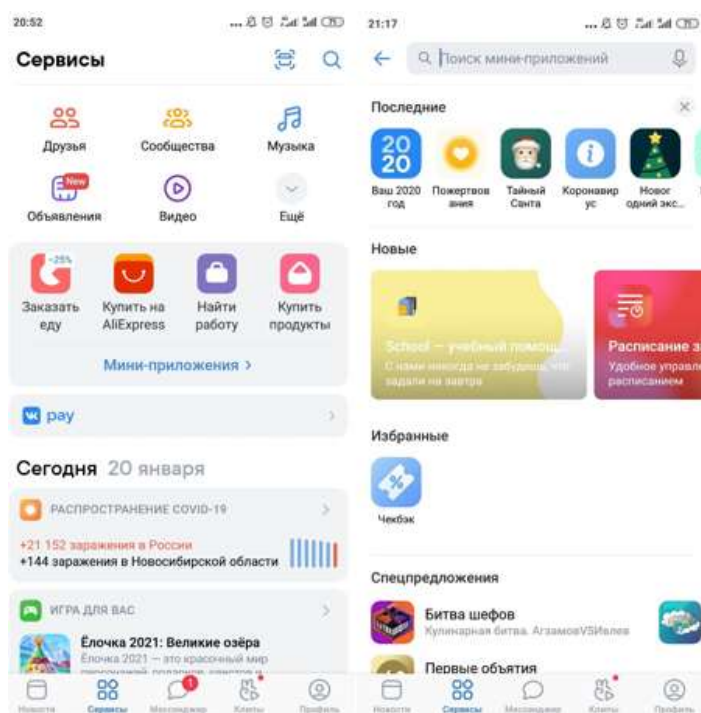


Рисунок 1. Раздел «Сервисы» в суперприложении «ВКонтакте»

Главным преимуществом мини-приложений «Вконтакте» является доступность прямо в нативном клиенте. Их количество за 2020 год выросло до 25 тысяч [4]. С помощью мини-приложений можно заказать еду, вызвать такси, проверить штрафы ГИБДД, найти работу, купить авиабилет и даже оплатить мобильную связь и интернет. Большинство из них созданы независимыми разработчиками, так как платформа открытая и создать приложение может каждый пользователь. Но встречаются и мини-приложения крупных компаний, таких как «Hh.ru», «Юла», «AliExpress» и многих других.

Главным же недостатком супераппа является композиционность. Ее можно разделить на две категории: сложность приложения и сложность пользовательского интерфейса. Сложность интерфейса приводит к проблемам с использованием сервисов со стороны пользователя. Сложность приложения как программного продукта подразумевает риски при разработке. Чем сложнее приложение, тем сложнее заботиться о его стабильности.

На рисунке 2 представлены верхняя и нижняя панели суперприложения «Вконтакте».

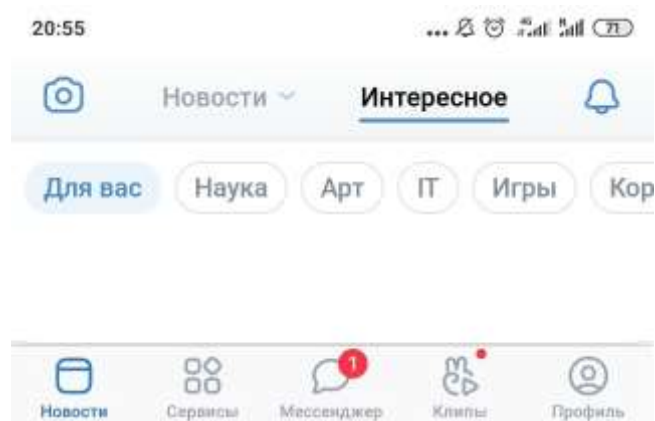


Рисунок 2. Верхняя и нижняя панели суперприложения «Вконтакте»

Теперь рекомендованная лента новостей находится в левом пункте нижней панели вместе с основной лентой. Ранее рекомендованная лента новостей находилась на месте пункта сервисы. Это пример увеличенной композиционности приложения.

Суперприложение «ВКонтакте» предоставляет пользователю необходимые услуги и сервисы разного назначения, удовлетворяющие его потребности. При этом структура приложения усложняется и обилие возможностей и функционала может запутать и оттолкнуть пользователя.

У успеха супераппа простая формула — множество пользователей, онлайн и офлайн-ритейл, O2O-услуги (такси, еда, медицина и прочие) и полноценный набор финансовых сервисов. К основным сервисам можно добавить побочные (тематические и развлекательные). Но реализация множества сервисов в рамках одной системы – тяжелая задача.

На примере суперприложения «ВКонтакте» можно определить тенденции развития приложений. Во-первых, это отдельные сервисы внутри приложения легкодоступны и востребованы, что мотивирует пользователей использовать суперапп. Чем больше времени пользователь проводит в приложении, тем выше лояльность, которую можно монетизировать. Во-вторых, пользовательский интерфейс супераппа значительно сложнее интерфейса локального приложения. Но при использовании набора сервисов внутри суперприложения эта сложность не будет превышать сложность при работе с несколькими отдельными приложениями. Вероятно, что концепция суперприложения является относительно новой, и при обретении опыта в разработке схожих программных продуктов юзабилити будет совершенствоваться.

Список литературы:

1. «Супераппы» – приложения с экосистемой внутри. Next Big Thing? [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <http://futurebanking.ru/post/3842> (дата обращения: 07.01.2021 г.).

2. Mail.Ru Group создаст суперприложение на базе «ВКонтакте» [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/25/10/2019/5db1d63d9a79475a81a79904 (дата обращения: 08.01.2021 г.).

3. ВКонтакте подводит итоги года на платформе VK Mini Apps: количество мини-приложений выросло на 80%, а аудитория — на 65% [Электронный ресурс]
// Режим доступа: URL: <https://vk.com/press/mini-apps-2020> (дата обращения: 08.01.2021 г.).