



УДК 658

ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ОСНОВІ СТВОРЕННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ В СИСТЕМІ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГУ

Студ. М.І. Поповська, гр. БПТТ - 13

Науковий керівник доц. І.М. Гончаренко

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Ознайомитись с поняттям електронної комерції, визначити роль мобільних додатків в системі Інтернет маркетингу. **Завдання.** Виявлення особливостей мобільного маркетингу, його відмінностей від традиційних видів маркетингу.

Об'єкт дослідження. Електронна комерція (e-commerce) – вид електронної комерційної діяльності – продаж, здача в оренду, надання ліцензій, постачання товарів, послуг або інформації і тому подібне з використанням інформаційних комунікаційних технологій.

Електронна комерція складається з трьох основних компонентів: суб'єкти (учасники) — підприємства, споживачі, державні органи влади, логістичні та фінансові посередники; бізнес-процеси поєднані електронним документообігом та електронним обміном даних; мережі (комп'ютерні, мобільні) які пов'язують учасників електронної комерції до яких безпосередньо відносяться мобільні додатки.

Методи дослідження. Обробка інформації, вивчення джерел та їх аргументування.

Наукова новизна та значення отриманих результатів. Перспектива розвитку електронної комерції – винести послуги на мобільні термінали користувачів, зокрема на стільникові телефони. Технологічна основа для подібного просування існує – це протоколи WAP, GPRS, що дозволяють на міні-дисплеї мобільного телефону переглядати спеціальним чином оформлені веб-сторінки і працювати в Інтернеті.

Підвищити ефективність і полегшити підприємницьку діяльність покликана технологія, що отримала назву «Мобільний офіс» – технологія, за якої будь-який працівник офісу, використовуючи мобільний електронний пристрій, може повноцінно виконувати роботу поза офісом. Мобільна комерція має значний потенціал і низку додаткових можливостей ведення бізнесу: відсутність обмежень; локалізація (такі технології, як GPS); персоналізація.

Інтернет - маркетинг є однією зі складових електронної комерції (online – маркетингом). Він може включати такі частини: інформаційний менеджмент, служба роботи з покупцями і продажу. Технології транзакції електронної комерції включають у себе фінансові транзакції, які здійснюються за допомогою таких технологій електронної комерції як інтернет-банкінг, мобільний банкінг, платіжні системи, мобільні платежі, СВІФТ, електронні гроші, крипто валюта, тобто за рахунок сучасно розроблених мобільних додатків.

Результати дослідження. Інтернет - маркетинг асоціюється з декількома бізнес-моделями: бізнес (B2B) і бізнес - споживач (B2C). B2B складається з компаній, які ведуть бізнес між собою, тоді як B2C – прямий продаж кінцевому споживачу; «користувач - користувач» (P2P), де звичайні користувачі обмінюються між собою і продають товари один одному. Як приклад можна навести міжнародний аукціон e-Bay.

Інструментом мобільного маркетингу є створення мобільних додатків – спеціальних програм для роботи на смартфонах та планшетах. Раніше мобільні додатки використовувалися для функціонального розважального наповнення мобільних пристроїв. На даний момент вони ефективно задіяні у діловій сфері, надаючи підтримку споживачам. Прикладами таких додатків є геолокаційні сервери, мобільний



банкінг, інформаційні портали та ін. Українські мобільні інтернет-користувачі активно використовують мобільні додатки: локаційними додатками користується 43% мобільних інтернет-відвідувачів, переглядають відео – 31%, заходять до соціальних мереж – 30%, до електронної пошти – 26% . Перспективним для таких програм вважаємо інформаційні портали, інтернет-каси, локаційні сервери.

Розроблено чотири етапи розвитку і просування мобільного додатку на ринок:

1. Введення на ринок та період тестування;
2. Етап стимулювання попиту;
3. Етап створення позитивного іміджу та роботи над впізнаванністю програми.
4. Етап оновлення мобільного додатку та його доробка (як функціональна, так і в інтерфейсі).

Мобільні бізнес-додатки дозволяють вивести роботу зі споживачами на якісно новий рівень. Ці програми зараз знаходяться на піку свого розвитку. Розробка мобільних додатків для бізнесу сьогодні охоплює дедалі більше сфер виробництва. Такі додатки допомагають у наданні сервісів та допомагають налагодити інтерактивне спілкування між бізнесом і клієнтом. У сучасному світі розробляють ці додатки компанії, які надають послуги - магазини з продажу будь-яких товарів, кафе та ресторани, фітнес-клуби, салони краси тощо. З допомогою мобільного додатку клієнти мають можливість дізнаватися про знижки, акції, розпродажі та підтримувати зворотній зв'язок, що збільшить потенціал та перспективи розвитку малого та середнього бізнесу на території України.

Українська асоціація директ маркетингу (УАДМ) разом з Ukraine Digital News (UADN) та венчурним фондом AVentures Capital провели дослідження ринку електронної торгівлі України в 2016 році, що показало зростання сегменту електронної комерції в Україні за останні 5 років склала 400 відсотків.

Необхідно зазначити, що ринок привабливих сегментів електронної торгівлі є високо консолідованим. Передові позиції займають мобільні додатки Rozetka.ua, Tickets.ua, modnaKasta, LeBoutique, Slando, Prom.ua, Aukro, Sokol, FotoMag, Allo та інші. Судячи по тенденціям, традиційний ритейл прагне завоювати позиції в сфері електронної торгівлі. Інтернет банкінг, оплата комунальних послуг, керування власними коштами – все це можна зробити не виходячи з дому за допомогою мобільних додатків, які розробили майже всі банки та фінансові сервісні організації в Україні. Згідно даних ПриватБанку (станом на середину 2016р) кількість завантажень додатку Приват24 на смартфони в Україні перевищило 3,5 млн. Щодо ринку електронних грошей в Україні, то тут лідируючі позиції займає WebMoney.

Висновки. У 21 сторіччі новітні технології керують, в тому числі, сферою бізнесу. Аби підтримувати затребуваність послуг, необхідно впроваджувати нові методи електронної комерції за рахунок розробки мобільних додатків. Одним з трендів в сфері електронної комерції є ріст мобільного трафіку. Зростає попит на розробку мобільних додатків для кращої взаємодії компаній зі споживачами послуг та товарів. Сучасні технології електронної комерції постійно розвиваються. Однією з сучасних інноваційних технологій електронної комерції є мобільна комерція та платежі за допомогою мобільних додатків. Впровадження мобільних додатків дозволяє компаніям делегувати споживачам виконання певних функцій, що в свою чергу знижує вартість товарів та послуг, підвищує якість обслуговування та рівень задоволення споживачів, а в результаті і конкурентоспроможність підприємства і його прибутковість.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ніфатова О.М. Адаптація соціального медіа маркетингу до ринку послуг в Україні // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2016. – №2 (97). – С. 87-95.
2. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Т19 Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.