

Література: 1. Андрійчук В., Бауер Л. Менеджмент: прийняття рішень і ризик: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2008. – 316 с. 2. Ареф'єва О.В. Стратегія функціонування і розвитку виробничих систем // Економіка і управління. – 2005. - № 1. – С. 25-29. 3. Афонин А.С. Трудовое поведение (социолого-экономический анализ). - К.: Украина, 2001. – 159 с. 4. Афонин А.С. Основы мотивации труда. – К.: МЗУУП, 2004.- 210 с. 5. Афонин А.С. Основы мотивации труда: организационно-экономические аспекты: Учебное пособие. – К.: МЗУУП, 2004. – 304 с. 6. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: Учебник. – М.: Прогресс, 2005. – 245 с. 7. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей... - Мн.: Беларусь, Дело, 2002. – 670 с. 8. Завадський Й.С. Менеджмент: Management. - К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 2000. – 317 с. 9. Завадський Й.С. Менеджмент: Management. – Т.1. - К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 2008. – 542 с.

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

Гордійчук Ю.

НУ «Києво-Могилянська академія»

Анотація В статті викладено результати досліджень щодо перспектив розвитку електронної комерції на основі створення мобільних додатків в системі інтернет-маркетингу.

Ключові слова: мобільні додатки, інтернет-маркетинг, електронна комерція, соціальні мережі.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА ОСНОВЕ СОЗДАНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В СИСТЕМЕ ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГА

Гордейчук Ю.

НУ «Києво-Могилянська академія»

Аннотация. В статье изложены результаты исследований о перспективах развития электронной коммерции на основе создания мобильных приложений в системе интернет-маркетинга.

Ключевые слова: мобильные приложения, интернет-маркетинг, электронная коммерция, социальные сети.

PROSPECTS OF ELECTRONIC COMMERCE DEVELOPMENT ON THE BASIS OF CREATING MOBILE APPLICATIONS IN THE INTERNET MARKETING SYSTEM

Gordeychuk Yu.

Annotation. In the article results of researches about prospects of development of electronic commerce on the basis of creation of mobile applications in system of Internet marketing are stated.

Keywords: mobile applications, Internet marketing, e-commerce, social networks.

Постановка проблеми. Щодня все більша і більша кількість людей використовують мережу інтернет за допомогою мобільних пристроїв. Згідно зі звітом LiveInternet, з 23 мільйонів українців, що використовували мережу інтернет влітку минулого року, 14+ мільйонів застосовували для цієї мети саме мобільні пристрої [1]. У тому ж звіті згадується одна з причин цього явища, а саме: доступність мобільного

інтернету в порівнянні зі стаціонарним провідним підключенням. У великих містах України мобільний інтернет дозволяє користувачам завжди залишатися в мережі і швидко знаходити інформацію незалежно від свого місця розташування.

Аналіз останніх досліджень. Частка мобільного трафіку в Україні становить близько 40% [3]. Про це та про те, що ця цифра стрімко зростає з року в рік пишуть майже всі профільні видання, які спеціалізуються на ринку інтернет-реклами. Що ж це значить в розрізі конкретного бізнесу? Це означає, що 40% користувачів, які потенційно хочуть щось купити, здійснюють пошук необхідного товару чи послуги саме з мобільного пристрою.

Основні результати дослідження. Майже половина ринку, і це лише на даному етапі формування покупки чи замовлення послуги, залишається поза полем впливу того чи іншого бізнесу, якщо компанія не має мобільної версії сайту, адаптивної верстки або мобільного додатку.

Дана аудиторія користувачів здатна збільшити продажі цілих галузей промисловості в разі, якщо компанії будуть працювати над покращенням умов для користувачів, які використовують саме мобільний тип трафіку, а не вперто ігнорувати їх.

Але чи варто витратитися на розробку, створення, запуск та аналітику мобільного додатку, коли може бути достатньо звичайної адаптивної верстки? Чи вирішить мобільний додаток завдання вашого e-commerce проекту і що взагалі можна покращити за допомогою впровадження мобільного додатку? І в яких нішах та сферах бізнесу створення власного мобільного додатку є все ще актуальним питанням?

Прийнято говорити, що ринок мобільних додатків в країнах СНД не розвинений взагалі, а користувачі в Україні принципово не платять за мобільні програми та ігри, якими користуються [5]. Однозначно, доля правди в цьому є, та важливо не плутати ринок мобільних додатків в категорії ігри чи віджети і, наприклад, соціальні мережі з мобільними додатками в категорії "Покупки". Це дві абсолютно різних ніші, які, відповідно, вимагають різного підходу. Простими словами, бізнес, що живе в світі мобільних пристроїв, не переходить у стандартний, веб простір, проте веб, як раз навпаки, найчастіше представлений в мобільних додатках та світі мобайла.

На сьогоднішній день, мобільний трафік для українських маркетологів — це абсолютно нова та необізнана сфера. Всі знають, що з ним необхідно працювати, всі усвідомлюють той факт, що якщо не почати працювати з ним саме зараз, існує високий ризик програти своїм конкурентам в найближчому майбутньому, але, на жаль, страх невідомого то невдач не призводить до видимих результатів. В ринку інтернет-реклами, розуміти та робити — два абсолютно різних поняття, хоч і взаємопов'язаних між собою.

Крім того, станом на сьогодні в сфері інтернет-реклами досить невелика кількість знавців та професіоналів, які знають, як пов'язувати між собою офлайн та онлайн ринки. Тв в сьогоднішніх реаліях перед ними стоїть ще важче завдання, поєднати між собою офлайн, онлайн, та ринок мобільних додатків.

За кордоном мобільний інтернет має ще більше поширення, ніж на українському ринку. Будь-яка компанія, що більш-менш поважає себе та свою професійну діяльність, має мобільну версію сайту. Також в арсеналі зарубіжних колег широко поширені QR-коди, які скануються звичайними мобільними пристроями [6]. Дані коди присутні практично всюди, в реальних магазинах покупці використовують

свої мобільні девайси для того, щоб порівняти ціни товарів між собою та знайти найвигідніші пропозиції в інтернет-магазинах. Все більше і більше компаній та онлайн-ритейлерів рухаються вперед та розробляють не просто мобільні версії свого сайту, а повноцінні мобільні додатки, функціонал яких надзвичайно широкий та виходить за функціональні межі того, що може запропонувати браузер мобільного пристрою.

За статистикою, інтернет-користувачі витрачають щонайменше 7 годин в день на сприйняття та споживання контенту в онлайн-медіа щодня. З цих 7 годин близько 108 хвилин вони проводять саме за мобільними пристроями. Фактично, мобільна комерція в 2015 році принесла брендам близько 200 мільйонів доларів. Тим не менш, на кінець 2016 року лише 7% світових брендів пропонували своїм клієнтам здійснювати покупки через мобільний додаток [7]. Тому можна точно сказати, що бізнес, який шукає спосіб для розвитку свого e-commerce сегмента повинен звернути увагу на можливості та перспективи ринку мобільної комерції.

Лінда Бастос, штатний блогер GetElastic (блог компанії ElasticPath, один з найпопулярніших e-commerce ресурсів у світі), відібрала кілька цікавих рішень, які відомі світові бренди застосували у власних додатках для мобільних пристроїв [9]. Одні з них корисні, інші – просто кумедні. Кожне з них – приклад, з якого можна щось почерпнути для розвитку напрямку мобільної комерції.

Інтернет-магазин електроніки Crutchfield зробив інструмент для оцінки вартості доставки, який використовує вбудований в мобільний пристрій GPS-навігатор. Цікаво те, що інструмент доступний на мобільному сайті інтернет-магазину, для його роботи експлуатуються можливості HTML5.

Amazon Remembers – додаток, за допомогою якого користувач може знайти товар, маючи тільки його фотознімок. Пошук відповідей проводиться по великій базі фотографій інтернет-магазину Amazon.

В звичайних магазинах ритейлери теж активно використовують можливості мобільних пристроїв. Продавці в PacSun носять з собою портативні пристрої, на які можна вивести масу додаткової інформації про товари. В супермаркетах Office Depot відвідувачі оформляють покупки прямо в торговельних рядах: достатньо навести камеру мобільного телефона на штрих-код товару, і він вже присутній в вашому чеку. Walgreens - велика мережа аптек, що використовує такий же прийом щодо ліків, які відпускаються за рецептом. Як свідчить практика, чим простіше процес придбання товару, тим вище лояльність споживачів.

Книжковий інтернет-магазин Alibris і винний відділ супермаркету Tesco використовують у своїх мобільних додатках функцію «струсу», яка підтримується телефонами марки Apple. Результатом струсу стають випадкові рекомендації щодо вибору книг чи вин до прочитання чи розпивання відповідно.

Компанії Zappos, судячи з усього, теж подобається трясти мобільними пристроями, але як вдало застосувати дану властивість для своїх товарів компанія ще не придумала, тому струс мобільного додатка в даному інтернет-магазині призведе до появи на екрані талісманів компанії – кошенят. Вони буквально падають на взуття, яке переглядає користувач в даний момент часу.

Деяким компаніям вдається досить успішно використовувати елементи доповненої реальності. Просто уявіть: користувач йде по вулиці, наводить свій мобільний пристрій на навколишні будинки, і, як наслідок, бачить на екрані пропозиції про продаж різних речей, які виставили на продаж люди, що мешкають у

цих будинках. Важко уявити? А в eBay вже розробили програму, яка вирішує цю задачу.

А як щодо перегляду картини з різних ракурсів перед покупкою? Додатки від Overstockart і Art.com дозволяють подивитися, чи доповнить твір мистецтва, який ви плануєте придбати, у ваш інтер'єр.

Гігант легкої промисловості H&M в своїх манхеттенських магазинах обладнала віртуальні вітрини. Тепер перехожі можуть просто вибрати модель одягу, що сподобався, та за допомогою камери власного мобільного телефона переглянути, чи пасуватиме їм дане вбрання на власних фото. Далі користувач матиме можливість поділитися результатом з друзями або купити речі, що сподобалися, зі знижкою в 10%.

У Кореї відкрився віртуально-реальний продуктовий магазин Tesco Homeplus. Покупки можна здійснювати по дорозі з роботи чи на роботу, при цьому тягнути купи пакетів не доведеться. Черг до кас теж немає. Все, що потрібно – мобільний пристрій, за допомогою якого скануються фотографії товарів, що вони наклеєні довгими смугами (практично справжні ряди) на стіни станцій метро. Самі покупки доставляються до дверей у вказане покупцем час і місце.

Percy3D – сервіс, який дозволяє доповнювати власним текстом відеоролики і відправляти результат праць в соціальні мережі або по електронній пошті, тобто залучає користувачів до створення контенту. Все це робиться в спеціальному додатку.

Мобільний додаток Starbucks – один із найпоширеніших мобільних додатків, за допомогою якого проводять покупку та оплату більшість громадян США. З його допомогою щотижня компанія продає близько 5 мільйонів чашок кави. Заміна пластикової карти оплатою через додаток, в даному випадку, просто приємне технологічне рішення. Справжня цінність програми в системі винагороди клієнтів. Користувачі збирають віртуальні зірки, отримують безкоштовні напої, безкоштовне завантаження додатків, музики та книг і інші бонуси – це схоже на милі авіакомпаній, але у виконанні Starbucks. Крім того, цей додаток приносить користь і співробітникам компанії – через нього можна дати чайові бариста.

Додаток, розроблений для шведського філіалу мережі McDonalds, як і багато інших схожих програм, пропонує функції перегляду активних акцій, пошуку найближчого закладу, перевірки режиму роботи, перегляду новинок меню і, звичайно, детальний опис складу кожної страви. Але, на відміну від традиційних мобільних додатків, саме в Швеції McDonalds вперше ввів електронну оплату покупок через мобільний пристрій. Клієнт, зробивши замовлення в ресторані, може просканувати QR-код з дисплея каси і сплатити прямо в додатку через платіжну систему SEQR Wallet. Це спрощує і прискорює оплату і дозволяє не носити із собою звичайний, громіздкий гаманець. Попередньо, McDonalds у Швеції тестував таку оплату в партнерстві із сервісом доставки Seamless протягом року, і тільки після цього була введена можливість оплати безпосередньо у закладах компанії.

Додаток Square, який в комплекті з невеликим фірмовим пристроєм, що зчитує інформацію з кредитних карт, дозволяє швидко оплачувати покупки. Нещодавно з'явилась оновлена версія додатку - Square Wallet, який дозволяє робити покупки, просто називаючи своє ім'я. Для початку роботи потрібно завантажити додаток Square Wallet, провести досить просту процедуру інтеграції із власною банківською картою та завантажити своє селфі-фото. Залишається прийти в улюблений магазин, назвати касиру своє ім'я та насолоджуватися покупкою. Безпека такої оплати була

забезпечена тим, що інформація про банківську картку користувача зберігалася на сервері, а не на пристрої клієнта.

Висновки. REI - відомий ритейлер верхнього одягу та спортивних аксесуарів, є засновником мобільного додатку, що здобув перемогу в категорії "Кращий мобільний додаток в сегменті E-commerce/Retail» в рамках премії Digiday Mobi Awards. Додаток Shopping дозволяє отримати зручну цифрову вітрину з характеристиками кожного товару і відгуками покупців, а також з даними служби підтримки для покупців. Додаток Snow Report допомагає клієнтам REI залишатися в курсі актуального прогнозу погоди на лижному курорті і ділитися цією інформацією з друзями в Facebook і Twitter. Крім того, компанія REI в даний момент займається розробкою мобільного додатку, що дозволяє керувати рахунком своєї кредитної карти для здійсненню покупок у мережі магазинів REI.

Література: 1. <http://www.liveinternet.ru/rating/ru/>. 2. Медникс З., Дорнин Л. Программирование под Android. Издательство Питер, 2014. 3. <https://ain.ua/dmitrij-sholomko-google-ukraine-smartfon-stal-pultom-upravleniya-zhiznyu-ne-ignorirujte-etu-tendenciyu> 4. Амелин К. С., Граничин О. Н., Кияев В. И., Корявко А. В.. Введение в разработку приложений для мобильных платформ. Издательство ВВМ, 2015. 5. Голощапов А.Л. Google Android. Создание приложений для смартфонов и планшетных ПК. Издательство Питер 2016. 6. John Wiley & Sons. Reto Meier Professional Android 4 Application Development. Wrox, 2014. 7. Пайлон Д. UML 2 для программистов. Издательство Питер, 2014. 8. Котляров В.П. Основы тестирования программного обеспечения. Издательство Бином, 2012. 9. <http://www.getelastic.com> 10. <http://it-ua.info/news/2015/01/27/ckav-rshennya-dlya-moblnih-ecommerce-dodatkv.html>

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ

Ду Лін

Київський національний університет технологій та дизайну

Анотація. У статті розглянуто сутність маркетингового планування на підприємстві, узагальнено та оргрунтовано існуючі види маркетингового планування, доведено необхідність у здійсненні стратегічного маркетингового планування.

Ключові слова: план маркетингу, стратегічне планування, підприємство, маркетинговий комплекс, маркетингова діяльність.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА

Ду Линь

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Аннотация. В статье рассмотрена сущность маркетингового планирования на предприятии, обобщены и оргрунтованы существующие виды маркетингового планирования, доказана необходимость в осуществлении стратегического маркетингового планирования.

Ключевые слова: план маркетинга, стратегическое планирование, предприятие, маркетинговый комплекс, маркетинговая деятельность.

STRATEGIC PLANNING OF MARKETING

Du Lin

Kyiv National University of Technology and Design

Abstract. In the article the essence of marketing planning at the enterprise, generalized and orhruntovano existing types of marketing planning, the necessity of implementing strategic marketing planning.