

Список використаних джерел

1. АТБ-маркет. Офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.atbmarket.com/>
2. Forbes Україна [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/magazine/forbes/1336454-pravdivaya-istoriya-atb-market>
3. Кальченко, А. Г. «Логістика. Підручник» / А.Г. Кальченко. – Київ : «Ранок», 2003. – 284 с.

ЗРОСТАННЯ МОБІЛЬНОГО ТРАФІКУ, ЯК ОДНА З ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

М. Ю. КАРТАВА, студент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
eva.278.bb@gmail.com

Г. В. МОЗГОВА, канд. екон. наук, доц.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
g.v.mozgovaya@karazin.ua

На сьогоднішній день електронна комерція являється однією з найуспішніших сфер економіки України та щороку показує високі темпи розвитку. Діючим законодавством України поняття «електронна комерція» визначається як відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру.

В результаті аналізу показників діяльності суб'єктів даної галузі за минулий рік [1] було зроблено висновок, що однією з основних тенденцій вітчизняного ринку e-commerce стало зростання мобільного трафіку.

Кількість часу, яку українці проводять в Інтернеті використовуючи мобільні пристрої щороку зростає. Так у 2016 році доля Інтернет-користувачів, які використовували мобільні гаджети для доступу до всесвітньої мережі склала приблизно 44 %. При цьому, варто зазначити, що для 9 % користувачів смартфони та планшети виступають основним пристроєм, для користування Інтернетом [2]. За останніми статистичними даними [2] кожний п'ятий житель нашої країни здійснює он-лайн покупки.

При цьому 8 із 30 Інтернет-покупок у минулому році були здійснені шляхом використання мобільного пристрою. Також важливим є той факт, що 63% вітчизняних споживачів використовували смартфони з метою пошуку необхідної інформації про товар чи послугу перед її придбанням.

Тенденція динамічного зростання мобільного трафіку на вітчизняному ринку електронної комерції у 2016 р. була підтверджена змінами у структурі продажів. За даними дослідження торгових Інтернет-магазинів [1] у структурі онлайн-покупок частка тих, що були здійснені завдяки використанню смартфонів подекуди перевищила 50 % (рис. 1).

Значне зростання «мобільності» українського споживача за минулий рік було спричинено декількома факторами. Перш за все варто відзначити посилення проникнення Інтернету на території нашої держави, що призвело до збільшення кількості Інтернет-користувачів (рис. 2).

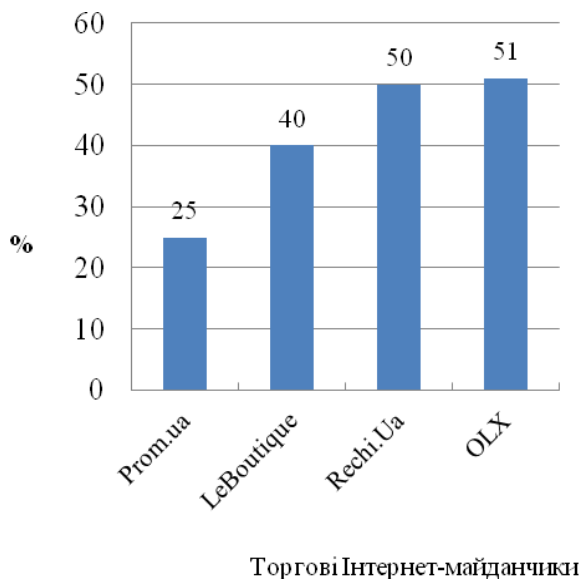


Рисунок 1 – Частка покупок, здійснених за допомогою мобільних пристроїв (розроблено за [1])

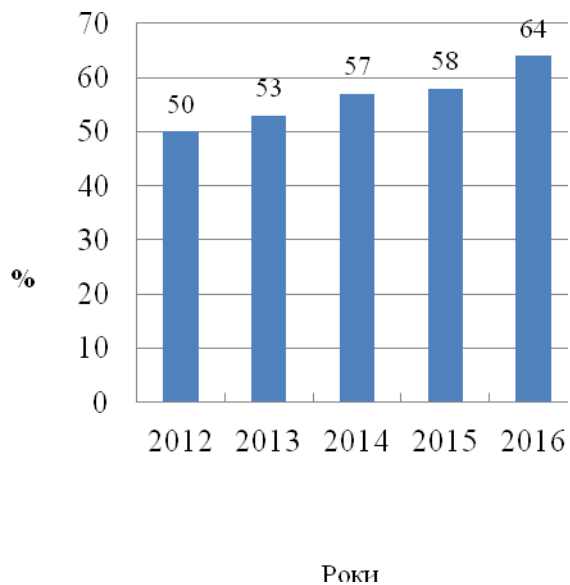


Рисунок 2 – Проникнення Інтернету в Україні, 2012-2016 рр. (розроблено за [3])

Також велику роль у збільшенні мобільного трафіку зіграла поява нового швидкісного мобільного Інтернету завдяки вітчизняним мобільним операторам. У 2015 р. основні гравці українського телеком ринку «Київстар», «Vodafone» та «Lifecell» отримали ліценцію на впровадження 3G технологій, що дозволило значно покращити якість мобільного Інтернету. Темпи підключення послуги 3G були дуже швидкими і вже за рік близько 10 млн. українців стали її користувачами [2].

Важливим фактором, який призвів до збільшення популярності мобільного Інтернету є щорічне збільшення кількості смартфонів, покращення та розширення їх функціоналу, поява на ринку таких мобільних пристроїв як планшет. Варто зазначити, що на зростання популярності онлайн покупок, які здійснюються за допомогою мобільних пристроїв, впливають переваги, що надає споживачам цей спосіб купівлі товару (рис.3).



Рисунок 3 – Причини популярності «мобільних» покупок

Наслідком зростання Інтернет-покупок через мобільні пристрої, стала оптимізація сайтів для зручного їх використання на планшетах та смартфонах. Крім того, увага приділяється адаптації сайту під різноманітні мобільні браузері, що дозволяє врахувати нюанси їх функціонування та уникнути можливих несправностей роботи сайту у ньому. Оптимізація сайту для мобільних пристроїв є дуже важливою, адже за статистикою [4] майже 80% користувачів припиняють перегляд сайту, якщо він не є оптимізованим.

У зв'язку зі збільшенням кількості користувачів смартфонів та планшетів все більшої популярності та поширення набувають мобільні додатки магазинів чи інших торгових Інтернет-майданчиків. Мобільні додатки мають такі гіганти вітчизняного ринку електронної комерції: Rozetka, OLX, Фокстрот, modnaKasta, Lamoda та інші. Вони є корисним як для споживача: дозволяє зробити процес вибору, покупки та оплати товару більш зручним, так і для Інтернет-магазину – збільшується рівень залучення споживача у процес покупки, зростає конверсія.

Крім того варто відзначити появу LBS-сервісів (Location-Based Services) та додатків. Даний вид додатків передбачає використання служб геолокації з метою визначення місця розташування покупця та підбору такого продавця, який є територіально найбільш доступним для споживача. Гарним прикладом є додаток LetGo.

Також наслідком зростання мобільного трафіку є збільшення витрат рекламодавців на мобільну рекламу. Сьогодні ці витрати становлять не

більше 2 % від загального бюджету реклами [4]. Проте з кожним днем кількість запитів з мобільних пристроїв збільшується, і саме тому зацікавленість учасників ринку e-commerce у даному виді реклами, а також витрати на неї стабільно зростають.

Таким чином, зважаючи на стрімкий розвиток мобільного Інтернету, а також збільшення долі трафіку з мобільних пристроїв, як однієї з основних тенденцій вітчизняного ринку електронної комерції, можна стверджувати, що даний напрям он-лайн бізнесу у наш час є дуже перспективним та потребує уваги зі сторони гравців ринку.

Список використаних джерел

1. Цифровой год: успехи и провалы в украинском e-commerce за 2016-й. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rau.com.ua/analytics/uspehi-i-provaly-e-commerce/>
2. Електронная коммерция в Украине 2016: цифры и факты. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://webexpert.com.ua/ecommerce-in-ukraine-2016>
3. Проникновение интернета в Украине. Factum Group Ukraine. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukraine.mom-rsf.org/fileadmin/Editorial/Ukraine/Documents/D-33.pdf>
4. «Смартфон уже не второй экран, он стал первым»: аналитик Google о mCommerce в Украине [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ain.ua/smartfon-uzhe-ne-vtoroj-ekran-on-stal-pervym-analitik-google-pro-mcommerce-v-ukraine>

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ТА ЕКОНОМІЧНА СТАБІЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Н. М. ГУРЖІЙ, д-р екон. наук, А. МАМИЧ
Запорізький національний університет
spankinz@yandex.ru

В сучасних економічних реаліях обґрунтоване планування є запорукою успішного функціонування підприємства. Планування – це вміння не просто передбачити всі необхідні дії, а ще й здатність передбачати будь-які несподівані ризики, які можуть з'явитися протягом діяльності підприємства та вміння з ними справлятися. Підприємство не може повністю ліквідувати ризики, проте воно здатне керувати ними, вдавшись до ефективного передбачення [2].