

КОМПЛЕКСНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПОКУПКАМИ У ВАШОМУ МОБІЛЬНОМУ ПРИСТРОЇ

Анотація

Автори запропонували бізнес-модель реалізації системи управління покупками шляхом застосування мобільного додатку. Така система дозволяє здійснювати моніторинг цін та акцій для покупок різноманітних товарів. Автори виконали аналіз прототипів, виявили сильні та слабкі сторони, виконали моделювання та реалізацію першої версії додатку.

Ключові слова: мобільний додаток, система управління покупками, модульна система, мобільна система знижок

INTEGRATED MANAGEMENT SYSTEM PURCHASE FROM YOUR MOBILE DEVICE

Abstract

The authors proposed a business model implementation system of purchases through the use of mobile application. This system allows the monitoring of prices and shares to purchase various goods. The authors fulfilled an analysis of prototypes revealed strengths and weaknesses, fulfilled design and implementation of the first version of the application.

Keywords: mobile application management system purchases, modular system, mobile system of discounts

Використання мобільних пристроїв та різноманітних програмних додатків стає вже звичним в житті кожної людини. Економія часу, оптимізація покупок, швидке знаходження необхідних речей – все це можливо з використанням мобільного додатку SALE ON.

Мета дослідження – автоматизувати процес пошуку акційних товарів, які необхідні покупцю(користувачу), поєднавши це з піаром мереж магазинів, товари яких будуть у базі додатку, орієнтуючись на визначені групи споживачів.

Головною задачею роботи є розробка прикладного додатку, що заощаджуватиме час і кошти користувача.

Об'єктом дослідження є база даних акційних товарів в мережах магазинів.

Предметом дослідження є прикладний мобільний додаток, що задовольняє потреби покупців (користувачів) для заощадження коштів на акційних товарах і за рахунок піар-стратегії, направленої на рекламу товарів і мереж магазинів цих товарів.

Для просування програмного додатку на ринку необхідно:

розробити бізнес-план для фінансового обґрунтування створення веб-сервісу;

створити потужну динамічну базу даних з можливістю легкого внесення змін та її доповнення;

сформувані умови співпраці з сформувані умови роботи з міжнародними онлайн та офлайн торговельними мережами [1].

Відомі інформаційні логістичні системи сьогодні можуть бути доповнені мобільними додатками, стати більш динамічними та увійти в загальний маркетинговий комплекс просування товарів [2].

Розширений програмний додаток буде мати модуль для реалізації «продаж з коліс», моніторингу руху товару за допомогою служб доставки, різноманітних можливостей для споживачів.

Автори виконали SWOT-аналіз та сформувані шаблону бізнес модель (Рис. 1) .

Сили	Слабкості
<ul style="list-style-type: none"> • Додаток, призначений для мобільних пристроїв. • Зручний, зрозумілий та привабливий інтерфейс. • Локалізація мереж магазинів в Україні. • Отримання інвестицій за рахунок реклами товарів магазинів. 	<ul style="list-style-type: none"> • Відсутність інвесторів. • Вимагає підключення до інтернет мережі. • Наявність закордонних аналогів. • Високий рівень споживання заряду бааареї.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> • Можливо скласти список запланованих покупок. • Можливість додавати магазини в «Улюблені», щоб отримувати сповіщення про знижки в них. • Можливість пошуку товарів та поточних знижок на них. • Можливість змін кольорів теми інтерфейсу. 	<ul style="list-style-type: none"> • Погане покриття мережі. • Низький заряд акумулятора. • Неспівпадання вказаних знижок з дійсними (несинхронізовані дані) • Розвиток лінії та шопоголізму в користувачів.

Рис. 1 SWOT-аналіз

Виконаний SWOT-аналіз дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, основні можливості та ризики використання і просування даного мобільного додатку. Відсутність інвесторів може бути компенсована подальшим розвитком програмних модулів для маркетологів торгових мереж з метою визначення «лідів» – реакції споживачів на нові продукти, акції, зміни в маркетинговій політиці торговельної мережі, в її логістиці. Важливим також є мінімалізм програмної архітектури та використання оптимальних алгоритмів, що дозволить мобільному додатку більш стабільно працювати.

В подальшому передбачається формування повного маркетингового циклу просування товару від вибору, відстеження логістики до відгуків споживачів та прогнозу подальших покупок. В такому розвитку можуть бути зацікавлені торговельні мережі, які і будуть виступати головними інвесторами. Активна співпраця з маркетинговими відділами та агентствами дозволить не тільки знайти інвесторів для підтримки і розвитку програмного додатку, а і зменшити загрозу несовпадіння вказаних знижок з реальними в магазині завдяки динамічній роботі працівників торгових мереж та їх маркетологів. Окремим питанням є просування програмного додатку як складової системи інформаційного забезпечення мобільних телефонів з постійним оновленням.

Також планується відокремити групи онлайн-магазинів, традиційних магазинів, та змішаної онлайн та офлайн торгівлі, тобто традиційних магазинів з активної онлайн-підтримкою.

Розробка прикладного мобільного додатку «SaleOn» орієнтована на середній клас користувачів. Головна мета додатку це економія коштів та часу. Він дозволить оптимізувати пошукові процеси та є основою до проведення рекламних акцій. Мобільна версія для роботи маркетологів буде містити модулі відстеження поведінки споживачів та їх відгуків щодо роботи магазинів, якості товарів та обслуговування. Функціонал «SaleOn» надає можливість використання декількох режимів:

- режим «пошук товару» дозволяє здійснення пошукових процесів за категорією товарів;
- режим «Улюблені магазини» дає можливість додати конкретний магазин у спеціальний список;
- режим «список покупок» дозволяє складати список запланованих покупок;
- режим «Акції» дозволяє здійснення пошукових процесів за конкретним магазином чи категорією товарів для перегляду поточних акцій.

Створення програмного додатку виконано за допомогою інструментів візуального моделювання та мови програмування Java [3]; [4]. Практичне значення одержаних результатів:

- даний програмний продукт є ефективним у пошуку акційних товарів в мережах магазинів,

- цей програмний продукт є ефективним способом проведення піар-стратегій щодо підвищення відвідування цих магазинів через рекламу.
- створений додаток задовольняє потреби покупців (користувачів) заощадити час та кошти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Інформаційний портал, присвячений питанням Інтернет маркетингу [Електронний ресурс]– Режим доступу: <http://emarketingblog.com.ua>. – Назва з екрану.
2. Коваленко О.О., Марценюк Т.О., Яворська І.О. Проблеми використання інформаційних логістичних систем на українських підприємствах // Економічний простір.– 2008.– №19. – С. 274–282.
3. Нимейер Патрик, Леук Денізел Программирование на Java мсчерпывающее руководство для профессионалов. М.: Эксмо. – 2014. – 1215 с.
4. Офіційна документація операційної системи Android [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://developer.android.com>. – Назва з екрану.

***Коваленко Олена Олексіївна**, к.т.н., доцент кафедри програмного забезпечення, Вінницький національний технічний університет, Україна, ok@edu.vntu.ua*

***Дмитрієнко Діана Вікторівна**, студентка групи ІПІ-15б, факультет інформаційних технологій і комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Україна,*

***Сагайдак Лілія Леонідівна**, студентка групи ІПІ-15б, факультет інформаційних технологій і комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Україна,*

***Черначук Наталія Володимирівна**, студентка групи ІПІ-15б, факультет інформаційних технологій і комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Україна.*

***Olena Kovalenko**, Ph.D., assistant professor of Department software Vinnitsia National Technical University of Ukraine, ok@edu.vntu.ua*

***Diana Dmitriyenko**, student group IPI-15b, Faculty of Information Technology and Computer Engineering, Vinnytsia National Technical University of Ukraine,*

***Lilija Sagaydak**, student groups IPI-15b, Faculty of Information Technology and Computer Engineering, Vinnytsia National Technical University of Ukraine,*

***Natalia Chernachuk**, student group IPI-15b, Faculty of Information Technology and Computer Engineering, Vinnytsia National Technical University, Ukraine.*