

ВИЗНАЧЕННЯ ПОЧАТКОВИХ ПАРАМЕТРІВ ДЛЯ АНАЛІЗУ І ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РІШЕНЬ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

В наш час електронний бізнес та електронна комерція стали одними з основних інструментів, що забезпечують функціонування малого та середнього бізнесу, роль якого в світовій економіці непинно зростає, та становить майже 90% від загальної кількості організацій у всьому світі. Успішність підприємства, його продуктивність та конкурентоспроможність корелюється з рівнем і глибиною інтеграції рішень електронної комерції в його бізнес процеси. На сьогодні існує тренд в розробці рішень електронної комерції, які дозволять повністю управляти бізнесом та координувати виробничі потужності. Реалізація правильних технологій та нових функцій може допомогти підготуватися до майбутнього, дати змогу уникнути зайвих витрати та покращити продуктивність і досвід співпраці бізнесу та його клієнтів.

Перед прийняттям рішення про інвестицію в побудову рішення електронної комерції, перед бізнесом постає питання оцінки його ефективності. Для отримання цієї оцінки потрібно обрати початкові параметри від яких залежить ефективність майбутнього рішення.

Згідно з дослідженнями проведеними для Sana Commerce 28% ІТ – лідерів мають E-commerce рішення, що потребують людського втручання для усунення проблем в їх функціонуванні. Також під час опитування близько 40% респондентів вказали на застарілий дизайн як основну причину відмови від використання веб-магазину [1].

Варто зазначити, що за теперішніх умов, покупці надають перевагу сервісам, що дають гнучкі для оплати, таким чином спостерігається різкий ріст кількості компаній в сегменті B2C, що пропонують платіжний механізм «купуй зараз, плати пізніше» (BNPL). Проте в сегменті B2B гнучкість платіжних можливостей не користується популярністю. Близько 77% B2b-порталів надають можливість оплачувати замовлення лише шляхом банківського переказу.

Безумовним трендом цього року є впровадження програм лояльності. Компанії з абсолютно різних галузей запроваджують програми винагород їх клієнтів за здійснені покупки, що, в свою чергу, покликано стимулювати витрати.

Згідно з досліджень, 76% споживачів вважають, що простота використання є найважливішою характеристикою веб-сайту. Ідея полягає в тому, щоб допомогти користувачу швидше отримати те що вони хочуть за допомогою легкого пошуку з підказками, логічної навігації та автоматичне заповнення полів для вводу даних.

Responsive design – адаптація веб-застосунку до мобільних пристроїв також являється одним з ключових факторів, що підвищують рівень продаж. Адаптувавши свій інтернет-магазин, мережа Walmart збільшила долю продажів здійснених з використанням мобільних пристроїв на 98%.

Search Engine Optimization (SEO) – ще один важливий елемент ефективної платформи для онлайн продажів та маркетингу. Сучасний інтернет-магазин повинен мати інструменти для управління контентом, вмістом заголовків, мета тегів, канонічних посилань, сегментацією та групування користувачів. Як показують дослідження [2] інтернет- маркетинг має досить високий вплив на рівень продажів.

Знижки та спеціальні пропозиції – також являються важливою складовою успішного бізнесу. Зазвичай вони використовуються в Email розсилці, соціальних медіа та інших формах маркетингу, що спонукає покупців, як правило, купувати додаткові товари для отримання більшої вигоди та проводити зайвий час на інтернет ресурсі.

За результатами попереднього аналізу, вважаємо за доцільне брати за початкові параметри для подальшого моделювання і оцінки ефективності рішення електронної комерції наявність наступних функціональних частин:

- Пошук з підказками, можливість здійснення швидких покупок
- Онлайн платежі та онлайн транзакції
- Актуальний дизайн
- Програми лояльності та стимуляції витрат
- Наявність версії для мобільних пристроїв
- SEO - елементи оптимізації контенту та функціональних частин для пошукових систем та таргетованої реклами.
- Знижки та спеціальні пропозиції

Список використаних джерел

1. How to Maintain a Thriving Business in a Financial Crisis: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.londondailynews/how-to-maintain-a-thriving-business-in-a-financial-crisis/>
2. Impact of Internet Advertisement and Its Features on E-Commerce Retail Sales: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.scirp.org/html/38974.html?pagespeed=noscript>