

**АЛГОРИТМ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КОМЕРЦІЙНИХ МОБІЛЬНИХ
ДОДАТКІВ**

**АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ МОБИЛЬНЫХ
ПРИЛОЖЕНИЙ**

**ALGORITHM FOR THE DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF
COMMERCIAL MOBILE APPLICATIONS**

Науковий керівник – професор кафедри підприємництва і торгівлі, доктор економічних наук

Бавико О.Є., Бавыко А.Е., Bavyko O.Ye.

Студент – Колодін Є.В., Колодин Е.В., Kolodin Ye.V.

Анотація. У дослідженні визначено характеристики і тенденції розвитку електронної комерції в Україні, а також розроблено алгоритм створення та реалізації комерційних мобільних додатків. Встановлено, що ринок електронної комерції в Україні зростає на 46-48% щорічно. У структурі електронних покупців постійно збільшується частка користувачів смартфонів, що обумовлює високий комерційний потенціал мобільних додатків.

Аннотация. В исследовании определены характеристики и тенденции развития электронной коммерции в Украине, а также разработан алгоритм создания и реализации коммерческих мобильных приложений. Установлено, что рынок электронной коммерции в Украине растет на 46-48% ежегодно. В структуре электронных покупателей постоянно увеличивается доля пользователей смартфонов, что обуславливает высокий коммерческий потенциал мобильных приложений.

Abstract. The study identified the content characteristics and trends of e-commerce development in Ukraine, and developed an algorithm for the creation and implementation of commercial mobile applications. It is established that the e-commerce market in Ukraine is growing

by 46-48% annually. The structure of electronic buyers is constantly increasing the share of smartphone users, which determines the high commercial potential of mobile applications.

Підприємницька діяльність складає основу сталого розвитку соціально-економічної підсистеми суспільства. Стимулювання розвитку підприємництва та забезпечення умов для його економічної ефективності входять до переліку основних завдань регуляторної політики держави [1–5].

Використання сучасних інструментів і форм комерційної діяльності, які відповідають специфіці мережевої економіки є інваріантною основою успішного підприємництва.

Мета представленого дослідження полягає у визначенні основних змістових характеристик і тенденцій розвитку електронної комерції в Україні, а також у формуванні й апробації алгоритму створення та реалізації комерційних мобільних додатків.

У процесі вирішення завдань дослідження використовувались наступні методи: структурно-функціонального аналізу – у процесі визначення основних змістових ознак мережевої економіки; економіко-статистичний – для опрацювання статистичної інформації в ході визначення тенденцій розвитку електронної комерції та обсягів цільової групи потенційних користувачів мобільного додатку; економіко-математичний – для визначення основних фінансово-інвестиційних показників проекту; логіко-структурний – для розробки алгоритму розробки та реалізації комерційного мобільного додатку.

У процесі визначення змісту поняття, динаміки та механізмів розвитку електронної комерції було проаналізовано інформацію Державної служби статистики України [6], а також дослідження українських науковців: Бавико О.Є. [7], Гліненко К.Г., Дайновського Ю.А. [8], Маловичко С.В. [9], Чайковської В.П. [10] та інших.

На основі узагальнення досліджень сучасних науковців було сформоване наступне авторське визначення електронної комерції: взаємодія суб'єктів економічних відносин з

приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку).

За результатами аналізу динаміки ринку електронної комерції в Україні було визначено наступні тренди:

- ринок електронної комерції у Україні має сталу тенденцію до збільшення обсягів продажів (46-48% середньорічного зростання);
- найбільші частки у продажах належать наступним товарним групам: одяг та взуття; товари щоденного вжитку, техніка та електроніка;
- найбільші гравці ринку відмічають збільшення обсягів продажів продуктів харчування;
- найбільшими гравцями ринку електронної комерції є великі мережеві гравці: Rozetka, Foxtrot, Eldorado, Comfy, Citrus;
- у структурі електронних покупців постійно зростає частка користувачів смартфонів.

На основі аналізу практики розробки та реалізації мобільних додатків було сформовано відповідний алгоритм, який дозволяє систематизувати діяльність та зробити її більш ефективною.

Перший етап – формування ключової ідеї, що є основою проекту. Формування ідеї відбувається на основі досконалого володіння інформацією про визначені сфери соціальної активності (ігри, новини, товари, мода, продукти харчування і т.д.).

Другий етап – визначення наявності та розмірів цільової аудиторії. З метою встановлення потенційної підприємницької ефективності необхідно визначити кількість потенційних покупців мобільного додатку. Для цього використовуються сучасні статистичні інструменти наприклад, Ads Google, що генерує кількісні показники щодо запитів за різними

ключовими словами. Ефективним є також використання можливостей соціальних мереж для організації опитувань користувачів щодо їх зацікавленості у пропонованому продукті.

Третій етап – формування команди.

Четвертий етап – визначення основних функцій та споживчих характеристик мобільного додатку, його програмної конфігурації, а також елементів, що забезпечать дохід.

П'ятий етап – формування плану маркетингу, фінансового та інвестиційного плану.

Шостий етап – пошук інвесторів, розробка та запуск мобільного додатку.

Практична значущість дослідження полягає у тому, що його результати у частині визначених тенденцій розвитку електронної комерції в Україні можуть бути використані для прогнозування та планування підприємницької діяльності, а розроблений алгоритм для безпосередньої організації розробки комерційних додатків.

Список літератури

1. Бавико О. Є. Необхідність державного регулювання підприємництва та механізми його здійснення / О. Є. Бавико // Ефективна економіка. – 2017. – № 10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
2. Бавико О. Є. Структурно-функціональна модель правового регулювання підприємницької діяльності в Україні / О. Є. Бавико // Вісник ДонНУЕТ «Економічні науки». – 2017. – № 67. – С. 5–13.
3. Бавико О. Є. Система державного регулювання розвитку бізнесу / О. Є. Бавико // Бізнес-Навігатор. – 2017. – № 43. – С. 61–65.
4. Бавико О. Є. Тенденції розвитку внутрішнього ринку макаронних виробів в Україні / О. Є. Бавико // Торгівля і ринок України. – 2018. – № 1(43). – С. 43-50.
5. Бавико О. Є. Експертиза товарів як складовий елемент митного супроводу зовнішньоекономічних операцій: завдання та алгоритм здійснення / О. Є. Бавико // Вісник ДонНУЕТ. – 2018. – № 1 (68). – С. 5-13.

6. Україна у цифрах 2017 рік. – К.: Державна служба статистики України, 2018. – 334 с.

7. Бавико О. Є. Синхронізація розвитку ринку інформаційно-комунікаційних технологій в Україні з глобальними трендами / О. Є. Бавико // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2018. – № 1. – С. 272–283.

8. Гліненко К. Г. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України / К. Г. Гліненко, Ю. А. Дайновський // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2018. – № 1. – С. 83–102.

9. Маловичко С. В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України / С. В. Маловичко // Проблеми економіки. – 2015. – № 2. – С. 71–77.

1. Чайковська В. П. Електронна комерція в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку / В. П. Чайковська // Інтелект ХХІ. – 2016. – № 3. – С. 38–48.