

УДК 330.4(65.053)

## АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ДОШКИ ОГолошень В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Овчарек В. Є., Шлегель О. О.

Київський національний університет технологій і дизайну

*У статті обґрунтовано роль дошок оголошень в електронній комерції, також проведений аналіз дослідження асортиментної і товарної політики на прикладі сайту RIO.UA та його конкурентів за ABC-аналізом.*

**Ключові слова:** асортиментна політика, електронна дошка оголошень, електронна комерція

Мережа Інтернет є однією з найбільш важливих сучасних міжнародних телекомунікаційних інфраструктур, вплив якої на всі сфери сучасного бізнесу є очевидним.

Розвиток мережі користувачів електронних інформаційних технологій призводить до стрімкого розвитку електронної комерції [2]. У літературних джерелах найбільш розповсюдженим є визначення сутності поняття «електронна комерція» (від англ. e-commerce) – оптова, роздрібна торгівля, що характеризується замовленням, покупкою, продажем товарів з використанням інформаційних систем і мереж, дослідженню сутності і проблем якої присвячено праці наступних авторів: А. Денисова, І. Балабанова, В. Скиби, А. Кантаровіча.

Вибір асортименту є однією з основних задач, від вирішення якої залежить успіх електронного бізнесу. Більшість товарів, що користуються великим попитом у покупців мережі Інтернет, вже представлені у багатьох Інтернет-магазинах, конкурувати з якими видається досить складною справою [4].

### **Постановка завдання**

Метою статті є дослідження аналізу асортименту послуг сайту RIO.UA, а також розробка рекомендацій щодо вдосконалення асортиментної політики.

### **Об'єкт та методи дослідження**

Об'єктом дослідження є процес управління асортиментом послуг на прикладі сайту RIO.UA. Це підприємство має сформований перелік послуг, які вона пропонує своїм клієнтам. До основних методів аналізу, що використовуються в роботі є ABC-аналіз.

**Результати дослідження та їх обговорення**

Найбільш популярною моделлю продажів на ринку України як і раніше залишається Інтернет-магазини та дошки оголошень [3]. Дошка оголошень (ДО) – це сайт, де кожен охочий може вивісити своє оголошення, а всі відвідувачі сайту – прочитати його [1].

Користувачі ДО найчастіше цікавляться одягом, взуттям, дитячими товарами, побутовою технікою та електронікою. Значне число запитів стосується назв конкретних Інтернет-магазинів Розетка, Алло, Мобілак, Фокстрот. На другому місці за популярністю - запити з пошуку оголошень. Переважне їх число спрямоване на пошук ресурсів оголошень у конкретному місті. Локалізація інтересів охоплює всю Україну. Значне число запитів пов'язано з бажанням безкоштовно розмістити оголошення на сайті Slando, Torg, Ria, Rio.

На сайті безкоштовних оголошень Rio продається і купується все, чим дозволяє торгувати дозволяє законодавство, а саме нерухомість, дитячі товари, електроніка, жіночий та чоловічий одяг, аксесуари, товари для ремонту. Крім того, на Rio можна знайти роботу або завести нові знайомства. В інтернет-проекті RIO є товари різної цінової політики від «народних» до брендovих, при цьому вони будуть коштувати удвічі дешевше, ніж у торгових центрах, та звичайних магазинах.

Сукупність усіх асортиментних груп товарів дошки оголошень кожного дня змінюється. Дані сайту Rio на 01.12.2013 року за кількістю активних оголошень становить 544 575 шт. [5]. Аналогічний показник сайту Slando становить 5 739 769 шт. [6], портал Avito - налічує 17 152 842 оголошень [7].

Для просування своїх оголошень та збільшення кількості продажів сайт пропонує користувачам скористатися додатковими платними послугами (табл. 1).

Таблиця 1

**Вартість послуг, пропонованих дошками оголошень**

| Назва послуги         | Назва ДО   |        |                   |                  |
|-----------------------|------------|--------|-------------------|------------------|
|                       | Slando     | RIA    | Torg              | Rio              |
| Підняти вгору         | 8 грн      | 24 грн | 8 грн             | 8 грн            |
| Виділити в списку     | 4 грн      | 8 грн  | 8 грн             | 4 грн            |
| Застосувати «Преміум» | 40-190 грн | –      | 30 грн            | 30 грн           |
| Послуга «Турбо»       | –          | –      | 50 грн<br>100 грн | 40 грн<br>80 грн |
| Помітка терміново     | 6 грн      | 8 грн  | 6 грн             | 6 грн            |
| Магазини              | –          | +      | +                 | -                |

1. «Підняття вгору» – це дає можливість підняти дане оголошення вгору списку при здійсненні пошуку.

2. «Виділення в списку» – виділення оголошення іншим кольором фону ( в 3-4 рази більше переглядів).

3. «Преміум» – розміщення оголошення в блоці преміум для максимальної ефективності.

4. Помітка «Терміново» – помічає оголошення, як «термінове» до того часу, доки Ви не продасте свій товар.

5. «Турбо» продаж – всі вище перелічені пункти знаходяться в цьому блоці.

Результати ABC-аналізу по кількості проплачених послуг сайтів Rio, Slando та Avito (Torg) по всім категоріям представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

#### Частки платних послуг сайтів за ABC-аналізом (%)

| Назва послуги | Назва ДО |    |    |        |    |    |       |    |    |
|---------------|----------|----|----|--------|----|----|-------|----|----|
|               | RIO      |    |    | Slando |    |    | Avito |    |    |
|               | A        | B  | C  | A      | B  | C  | A     | B  | C  |
| Терміново     | 17       |    |    | 29     |    |    | 20    |    |    |
| Турбо         | 29       |    |    | 35     |    |    | 20    |    |    |
| Виділити      |          |    | 14 |        | 19 |    | 25    |    |    |
| Преміум       |          | 16 |    |        |    |    |       | 19 |    |
| Підняти       | 23       |    |    |        |    | 17 |       |    | 16 |

Послуга «Виділити» в RIO складає 14%, знаходиться у групі C, а у конкурентів Slando і Avito ця послуга знаходиться у групі A і приносить 19%, 25% доходу, відповідно. Тому потрібно цю послугу розвивати і звертати найбільшу увагу на її просування.

У користувачів сайта RIO найбільшою популярністю користується послуга «Підняти», яка приносить 23% доходу. Порівняно з конкурентами ця послуга користується найбільшим попитом і знаходиться у групі A, а у Slando і Avito вона знаходиться у групі C і становить 17% та 16%, відповідно. Так як ця послуга є найбільш популярною, треба робити все можливе для посилення її позицій. Наприклад, пропонувати безкоштовно «підняти» оголошення на 1 день, щоб користувач сам побачив її ефективність та дієвість на практиці.

Послуги «Терміново», «Турбо» є основним джерелом прибутку у всіх 3-х гравців і знаходяться у групі А, тому подальша стратегія розвитку та розширення для цих послуг є однаковою.

Аналіз досліджень асортименту послуг показав, що для збільшення частки користувачів, які повторно зверталися б до послуг сайту RIO, розробити ряд механізмів щодо їх утримання, а саме:

- можливість безкоштовного «підняття» оголошень раз на тиждень;
- автоматична відправка листів, якщо користувач не відвідував ДО протягом 30 днів;
- тематичні розсилки з оголошеннями по розділах, за якими користувач раніше переглядав оголошення;
- повідомлення про те, що платна послуга закінчується;
- сповіщення з щотижневої статистики переглядів оголошень користувача з пропозицією проплатити послугу;
- відправка повідомлень, якщо користувач хотів оплатити послугу, але з якоїсь причини не зробив цього.

При дослідженні асортименту послуг було запропоновано внести зміни, а саме додати ще одну послугу «VIP» для підвищення дохідності підприємства. Вартість послуги становить 12 грн.

Розрахунки показали, що впровадження даної послуги є ефективним, період окупності становить 5 місяців, обсяг чистого доходу після періоду окупності дорівнює 14330 грн.

### ***Висновки***

Як і на будь-якій ДО користувач, розмістивши оголошення, бажає максимально швидко продати свій товар. Задовольняючи цю потребу клієнта, ми отримаємо лояльну аудиторію, яка буде повертатися на ДО у майбутньому. З цією метою розроблена автоматична система створення рекламних оголошень у пошукових системах, які будуть «приводити» цільову аудиторію на сайт Rio для ознайомлення з оголошеннями. У цьому випадку і покупець, і продавець будуть задоволені. Як результат користувачі будуть схильні запам'ятати ресурс і скористатися ним при необхідності у майбутньому.

Отже, з метою збільшення реалізації послуг ДО необхідно, насамперед, застосовувати комплекс заходів для зростання кількості відвідувачів та заохочення їх здійснювання акції купівлі – продажу за допомогою даного ресурсу. Перспективи

нарощування аудиторії сайту відкриваються за рахунок збільшення кількості Інтернет-користувачів (проникнення Інтернету становить на сьогодні близько 50 % серед дорослого населення (+15 років), в той час, як в країнах Заходу цей показник становить близько 80%), зростання ринку електронної комерції (позитивна динаміка зростання прогнозується до 2020 року), формування культури як здійснення покупок в мережі інтернет серед населення, так і здійснення продажів серед представників малого та середнього бізнесу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Заблодська І. В. Товарна політика підприємства: механізм формування: Монографія. / І. В.Заблодська – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2006. – 240 с.
2. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. / О. І. Шалева. - К. : Центр учбової л-ри, 2011. – 214 с.
3. Огляд ринку електронної комерції України за 2011 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pro-consulting.ua/>
4. Еймор Д. Електронний бізнес: навч. посіб. /Еволюція чи революція.: Пер. з англ. – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 752 с.
5. Сайт безкоштовних оголошень Rio.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rio.ua/>
6. Сайт безкоштовних оголошень Slando [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://slando.ua/>
7. Сайт безкоштовних оголошень Avito.ru [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.avito.ru/>

**Овчарек В. Є., Шлегель О. О.**

***Анализ ассортиментной политики досок объявлений в электронной коммерции***

*В статье обоснована роль досок объявлений в электронной коммерции, также проведен анализ исследования ассортиментной и товарной политики на примере сайта RIO.UA и его конкурентов по ABC-анализом.*

**Ключевые слова:** *ассортиментная политика, электронная доска объявлений, электронная коммерция*

**Ovcharek V. Y., Shlehel O. O.**

***Product's assortment policy analysis: bulletin boards in electronic e-commerce***

*In the article the role of boards in e-commerce, research and analysis assortment and product policies for example RIO.UA site and its competitors on ABC analysis.*

**Keywords:** *assortment policy, bulletin board, e-commerce*