

Ульяна Недзельська
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти ОПП «Менеджмент»
ХУУП імені Леоніда Юзькова, Україна
nedzelskaulyana@ukr.net

Андрій Корюгін
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій,
ХУУП імені Леоніда Юзькова, Україна
Andrei_Korugin@ukr.net

СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОБІЛЬНОЇ КОМЕРЦІЇ

THE ESSENCE AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF MOBILE COMMERCE

Анотація. Розкрито сутність мобільної комерції та її роль у здійсненні споживачами покупок. Проаналізовано частку ринку мобільної комерції у Центральній та Східній Європі, а також прогноз розвитку у світі на наступні роки. Виокремлено фактори впливу на її зростання, надано рекомендації для залучення клієнтів, наголошено на тенденції щорічного зростання та значних перспективах мобільної комерції у подальшому розвитку.

Ключові слова: мобільна комерція, електронна комерція, мобільні пристрої, перспективи.

Abstract. The essence of mobile commerce and its role in making purchases by consumers is revealed. The market share of mobile commerce in Central and Eastern Europe was analyzed, as well as the forecast of development in the world for the coming years. Factors affecting its growth are singled out, recommendations for customer attraction are provided, annual growth trends and significant prospects of mobile commerce in the future are emphasized.

Key words: mobile commerce, e-commerce, mobile devices, prospects.

Сучасний світ характеризується дедалі більшим розвитком технологій. Смартфони стали невід’ємною частиною життя багатьох людей. Використання мобільних пристроїв відбувається й у сфері бізнесу, де вони є інструментом поширення інформації про свою продукцію/послуги через створення застосунків, мобільних версій сайту, а також залучення більшої кількості покупців. Бізнес повинен реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, щоб продовжувати задовольняти потреби споживачів, створювати конкурентну продукцію, надавати якісні послуги та ін. Останні роки набули значної популярності покупки через мережу «Інтернет». Використання для цієї мети саме мобільних пристроїв значно спрощує процес покупки. Ідея купити щось за допомогою телефону в зручний час та в будь-якому місці з доступом до інтернету – вигідний варіант для споживачів. Саме тому відсоток мобільної комерції щороку зростає, а дослідження її сутності та перспектив залишається актуальним.

Мобільна комерція, також відома як м-комерція, – це перегляд, купівля та продаж продуктів і послуг за допомогою бездротових технологій на мобільних пристроях, таких як смартфон, розумний годинник, планшет. Сьогодні мобільна комерція полегшила клієнтам доступ до онлайн-товарів і послуг, а також забезпечила цілодобовий доступ до інформації про продукт. Простими словами, м-комерція діє як роздрібний магазин у кишені клієнтів [3, с. 41]. Як і все у цьому світі, мобільна комерція не ідеальна, тож має як переваги використання, так і недоліки (табл. 1).

Таблиця 1. Переваги та недоліки мобільної комерції

Переваги	Недоліки
– доступність для користувачів (доступ до покупок в будь-який час та в будь-якому місці з доступом до інтернету);	– недоступність на десктопах та ноутбуках;
– швидкість здійснення покупок;	– стомлююча навігація на маленькому екрані;
– персоналізація як інструмент заохочення та залучення покупців;	– необхідність вибирати між Android, IOS або кросплатформною;

– зручність (користувачам не потрібно шукати сайт в інтернеті та відкривати в браузері; не всі інтернет-магазини добре адаптовані під мобільні пристрої, що може зробити покупки незручними).	– проблеми з інтернетом можуть зіпсувати покупки.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------

Примітка. Побудовано авторкою за даними [4].

Як видно з табл. 1, основними перевагами мобільної комерції для споживачів є доступність, зручність та швидкість. Чим комфортніше їм переглядати асортимент та здійснювати покупки, тим більше ймовірність, що вони знову повертатимуться. Авжеж, ускладнити процес покупки може погана якість інтернету, складна навігація та втома від маленького екрану за умови тривалого шопінгу.

Попри певні недоліки мобільна комерція досить стрімко розвивається. За даними Statista, Україна та Чехія є лідерами за часткою ринку мобільної комерції у Центральній та Східній Європі (ЦСЕ) станом на 2022 рік (рис. 1).

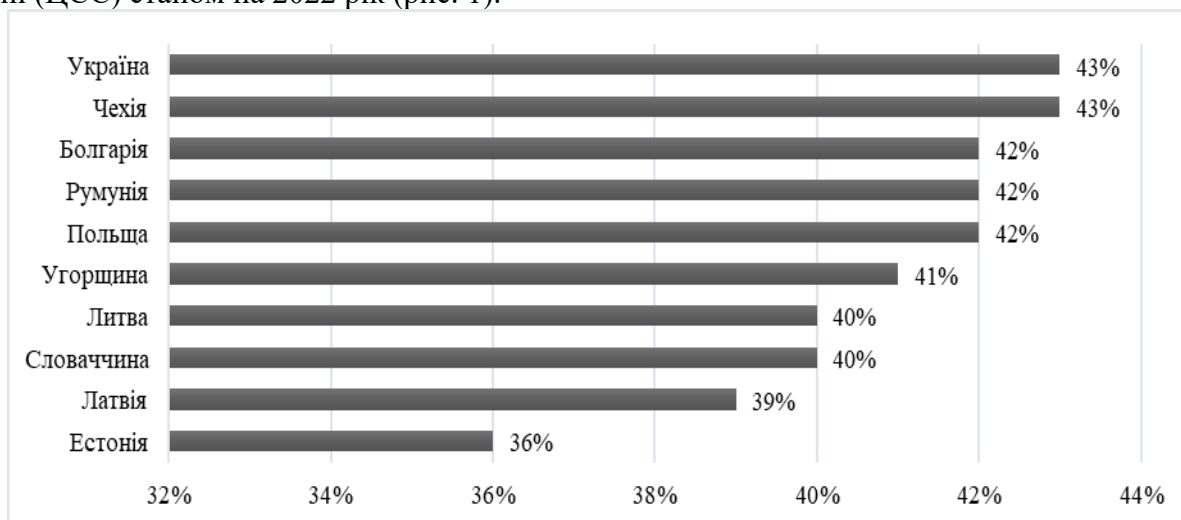


Рисунок 1. Частка ринку мобільної комерції у Центральній та Східній Європі станом на 2022 рік [2].

Рис. 1 показує, що Естонія з показником 36% посіла останнє місце у рейтингу за часткою ринку мобільної комерції в ЦСЕ. На другій сходинці знизу знаходиться Латвія з показником 39%. Лідерами є Україна та Чехія, у яких частка ринку мобільної комерції становить 43%.

На збільшення відсотку використання мобільної комерції останніми роками вплинула пандемія Covid-19, через яку чимало людей здійснювали покупки онлайн, зокрема за допомогою мобільних пристроїв. Уряди країн закликали громадян залишатися вдома, дотримуватися соціальної дистанції, носити засоби індивідуального захисту, не відвідувати людні місця, внаслідок чого попит на онлайн покупки різко зріс. Частина людей після того звикла до цього формату купівлі, тому і надалі продовжила користуватися ним.

За даними Statista, у 2023 році продажі мобільної комерції досягли 2,2 трильйона доларів і зараз становлять 60 відсотків усіх продажів електронної комерції в усьому світі (рис. 2).

На рис. 2 видно, що частка мобільної комерції в усій електронній комерції постійно зростає: з 56% у 2018 році до очікуваних 62% у 2027 році. Збільшення самих продажів мобільної комерції в цілому було ще стрімкішим. У 2027 році аналітики Statista очікують, що її продажі складуть 3,4 трильйона доларів, що різко контрастує з 982 млрд. дол., які були отримані в цьому сегменті ще в 2018 році.

До факторів, що спричиняють стрімке зростання мобільної комерції відносять [5, с. 52]:

- різке зростання користуванням мобільними телефонами по усіх групах країн;
- технологічні досягнення, що дали бездротовим кишеньковим пристроям розширені можливості і значну обчислювальну потужність;
- підвищення попиту на Інтернет-додатки;

- можливість створення індивідуального профілю для конкретного споживача з підвищеним рівнем безпеки або захисту інформації.

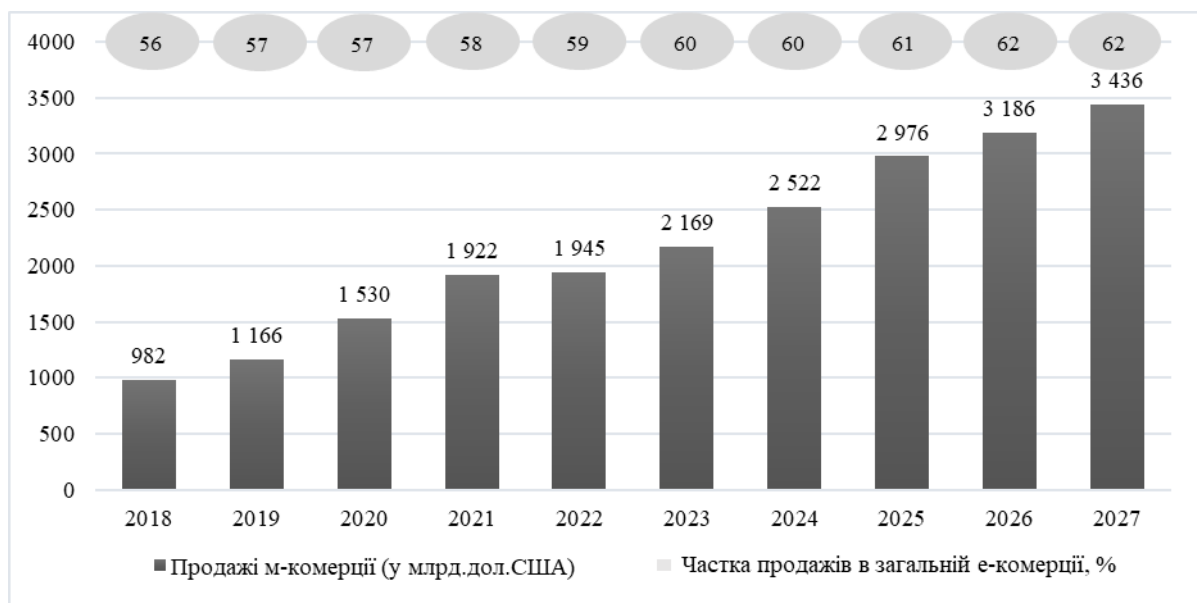


Рисунок 2. Глобальна мобільна комерція та її прогноз на наступні роки [1].

Показники розвитку мобільної комерції показують тенденцію до щорічного зростання. Глобальні виклики, до прикладу пандемія Covid-19, здійснюють вплив на рівень онлайн продажів і, як наслідок, використання мобільних пристроїв для покупок. Перспективність мобільної комерції пов'язана з її перевагами, а саме: швидкістю, зручністю, доступністю, економією часу. Люди дедалі більше використовують смартфони для різних потреб, зростає і їх час проведення за мобільними пристроями. Бізнес, насамперед, повинен оптимізувати свій інтернет-сайт або додаток, зробити приємний дизайн, гарантувати безпеку даних користувачів. Не остання роль відводиться маркетингу та стратегії залучення клієнтів. При цьому, користувачам не до вподоби нав'язлива реклама, велика кількість рекомендації тощо. Слід зосередитися на швидкості, зручності, безпечності та легкості. Це сприятиме залученню користувачів, їх перетворенню у постійних клієнтів, підвищенню продажів та позиції на ринку.

Мобільна комерція у перспективі буде лише набирати обертів, бізнес враховуватиме тенденції у цій сфері, аби задовольняти потреби споживачів. Споживачі, у свою чергу, вже формують запит на легкість у використанні, швидкість платежів та ін. Бізнес, який зрозумів переваги мобільної комерції, отримав можливість залучати нових клієнтів та посилювати присутність на ринку. Тож, можемо зробити висновок, що мобільна комерція має значні перспективи розвитку у світі, її частка у загальній електронній комерції буде зростати, бізнес приділятиме більшої уваги цій сфері, а споживачі продовжуватимуть здійснювати покупки, оплачувати послуги за допомогою мобільних пристроїв.

Література

1. Global Mobile E-Commerce Worth \$2.2 Trillion in 2023. Statista. 2023. URL: <https://www.statista.com/chart/13139/estimated-worldwide-mobile-e-commerce-sales/> (Дата звернення: 21.10.2023)
2. Market share of mobile e-commerce in Central and Eastern Europe (CEE) as of 2022, by country. Statista. 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1167217/share-of-mobile-e-commerce-in-cee-region/> (Дата звернення: 21.10.2023)
3. Smrithi Ashokan. Role of M-Commerce in Today's Scenario. International Journal of Science and Research. Volume 11 Issue 10, October 2022. С. 41-43.
4. Мобільна електронна комерція. Wezom. 2023. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/mobilnaya-ehlektronnaya-kommerciya> (Дата звернення: 21.10.2023)
5. Чирак І.М. Нова економіка: навч. посібник. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. 236 с.