

Chartis (<http://www.chartis-research.com>) та інші. Так, у 2015 - 2016 роках компанії опублікувала результати досліджень ринку ІТ платформ для бізнес-аналізу та аналітики (BI&Analytics Platforms) [1], для поглибленої аналітики (Advanced Analytics Platforms) [2], а також для інтегрованих GRC технологій корпоративного управління, ризик-менеджменту, управління відповідністю [3].

Відмінність платформ поглибленої аналітики полягає в тому, що в них використовуються більш витончені кількісні методи аналізу даних, які дозволяють отримувати результати, недоступні традиційним технологіям бізнес-аналізу та аналітики. Останні більше орієнтовані на генерацію звітності та візуалізацію трендів.

Аналіз показує, що за сумою зайнятих місць на ринках BI&Analytics Platforms and Advanced Analytics Platforms лідирують компанії SAS, SAP, Alterux. Компанії SAS і SAP також займали високі позиції в Магічному квадранті для GRC технологій. На нашу думку, ІТ рішення цих компаній можна в першу чергу розглядати для використання в системах управління економічною безпекою.

#### Література:

1. Parenteau J. et al. Magic Quadrant for Business Intelligence and Analytics Platforms [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gartner.com/doc/reprints?id=1-2XY9ZR&ct=160204&st=sb>.

2. Kart L. et al. Magic Quadrant for Advanced Analytics Platforms [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gartner.com/doc/reprints?id=1-2YE1LW&ct=160210&st=sb>.

3. Wheeler J. A. Hype Cycle for Governance, Risk and Compliance Technologies [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gartner.com/doc/3091517/hype-cycle-governance-risk-compliance>.

УДК 334.72:004.734.5:316.77(477)

**В.С. Чирва**

**Н.К. Максишко, д.е.н., професор**

**Д.В. Очеретін, к.е.н., доцент**

*Запорізький національний університет.*

### **МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВЗАЄМОДІЇ КЛІЄНТІВ ТА БІЗНЕСУ**

**V.S. Chyrva,**

**N.K. Maxishko, Dr., Prof**

**D.V. Ocheretin, Ph.D., Assoc. Prof.**

### **MOBILE APPLICATIONS AS A TOOL OF INTERACTION BETWEEN CUSTOMERS AND BUSINESS**

Ринок мобільних технологій в останні роки активно розвивається та є одним з перспективних напрямів розвитку економіки країни. Саме мобільні технології у поєднанні з бездротовими мережами можуть мати значний

потенціал розширення часу, місця та ефективності роботи бізнесу. Мобільні технології відкривають нові можливості для ведення бізнесу, пропонуючи більш широкий доступ до суспільної інформації і основних послуг. За інформацією TNS Infratest [1], в Україні спостерігається тенденція, коли споживач отримує інформацію про товари онлайн, але купівлю реалізує офлайн. За 2012-2016 рр. частка споживачів, що здійснювали покупки без використання Інтернету, зменшилася з 53,6 до 42,2 відсотків [2]. Протилежна ситуація відбувається з тими споживачами, які надають перевагу пошуку товарів та послуг в Інтернет, а потім здійснюють купівлю товару в магазині (38,7% – у 2012 р., 47,9% – у 2016 р.). Також зросла і кількість споживачів які шукають інформацію і здійснюють купівлю товарів в Інтернет (7,7% – у 2012р., 9,9% – у 2016р.).

У даній роботі представлено результати аналізу роботи мобільного додатку "Colovas" [3]. Цей програмний продукт призначено для здійснення взаємодії офлайн-магазинів з клієнтами, для пошуку товарів, торгових точок і послуг в Запорізькій області. Інтерфейс мобільного додатку представлено на рис. 1.

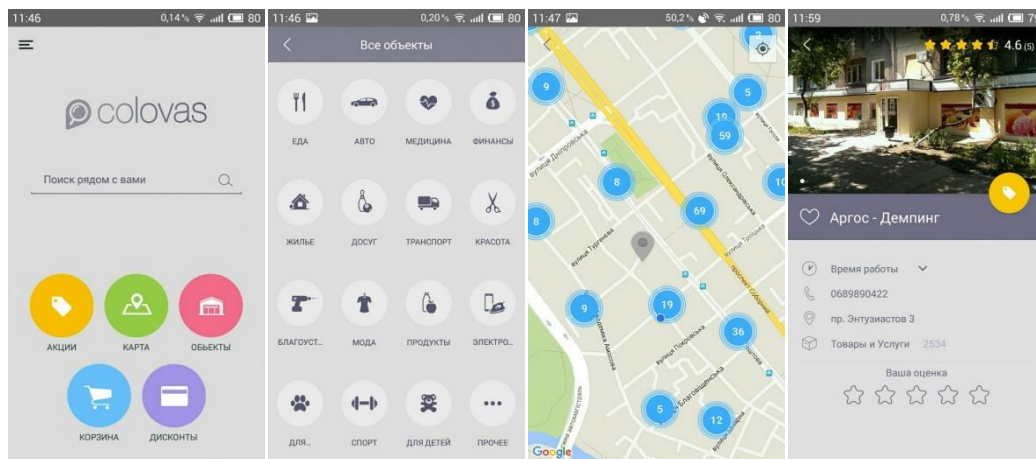


Рис. 1. Зовнішній вигляд мобільного додатку "Colovas"

Використання мобільного додатку надає такі можливості споживачам (клієнтам): швидкий пошук товарів, послуг, магазинів, акційних пропозицій; зручний доступ до системи дисконтів; можливість користування навігаційними інструментами, прокладати оптимальні маршрути руху, виходячи із запланованих покупок; можливість переглядати/додавати оцінку конкретного закладу; можливість дистанційно ознайомитися з усією інформацією про магазин (час роботи, розташування, фото, контактні дані).

Перевагами використання мобільного додатку "Colovas" для підприємців (бізнесу) є можливість віддалено здійснювати продаж своїх товарів, відправляючи замовлені товари клієнтам через партнерські служби доставки; отримувати відгуки про свої торгові точки і відповідати на них; підключати клієнтів до універсальної дисконтної системи. При цьому торгові точки, які

представлені у мобільному додатку, надають детальну інформацію про товар або послугу (ціна, опис, фото та інше), публікують оголошення про акції та спеціальні пропозиції.

Використання мобільного додатку "Colovas" надає можливість підприємцям вести офлайн-бізнес, але із застосуванням мережі Інтернет, в тому числі здійснювати ефективні маркетингові дослідження, автоматизувати процеси купівлі-продажу та інформування клієнтів, проводити аналіз ринку, підвищувати ефективність взаємодії покупця і продавця.

Для оцінки ефективності роботи мобільного додатку використана нечітка модель.

#### Література:

1. TNS Infratest [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tns-infratest.com>
2. US Online Retail Forecast, 2011 To 2016. eCommerce Tops \$200 Billion In 2011 / Forrester Research [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.forrester.com/report/US+Online+Retail+Forecast+2012+To+2016/-/E-RES60672>
3. Colovas. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://colovas.com>