

УДК 339.138

Лебідь Марія Русланівна

студентка-магістр

Київського національного економічного університету

імені Вадима Гетьмана

ВИКОРИСТАННЯ ІD МОБІЛЬНИХ ПРИСТРОЇВ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Стаття присвячена дослідженню використання мобільних пристроїв серед бізнесу для покращення товарної політики підприємства. У статті проаналізовано стан розвитку технологій повсякденного вжитку та їх ролі у житті споживачів. Досліджено специфіку використання ID мобільних пристроїв для стеження за місцеперебуванням наявних та потенційних клієнтів. Визначено можливість використання даних щодо переміщення споживачів для оптимізації та покращення товарної політики підприємства

Ключові слова: товарна політика, інтернет речей, google services, рітейл, оптимізація викладки, гаджети, сучасні технології.

Постановка проблеми. У 2013 році кількість гаджетів, підключених до мережі стала більшою, ніж населення планети. У 2020 році, за прогнозами експертів, кількість ІТ-пристроїв перевищить 50 млрд – тобто буде у 6 разів більше, ніж населення Землі [1]. Ця статистика свідчить про те, що у кожної людини є, як мінімум один гаджет, що підключений до мережі. Для сучасного мешканця міста, із середнім рівнем заробітку, це телефон(смартфон), комп'ютер (ноутбук або стаціонарний комп'ютер) та, можливо, планшет або електронна книга (для себе/родини). Всі ці гаджети

підключені до мережі, що означає, що «хтось та десь» володіє всією інформацією, щодо, як мінімум, переміщення даних пристроїв.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Не зважаючи на те, що поняття «інтернет речей» з'явилося у 1999 р., його активне дослідження розпочалося лише з 2014 року. Дане питання досліджували Баранов О.А., Пилипчук В.Г., Мельниченко А.А., Ожеван М.А., Огірко І.В., Іванченко Ю.В., Наконечний А.Й. Слід зауважити, що у іноземній літературі дане питання досліджено більш якісно та детально. Дане питання досліджено лише на поверхневому рівні. Основним питанням досліджень є проблема правового регулювання щодо порушення права людини на конфіденційність.

Постановка завдання. Товарна політика на будь-якому підприємстві потребує циклічної оптимізації. Таким чином, метою статті є узагальнення знань щодо поняття «інтернет-речей» та визначення механізмів їх реалізації для покращення товарної політики підприємства

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі інформаційних технологій всі компоненти взаємодіють один з одним, слід зауважити, що концепція комунікації між пристроями передбачає виконання певних дій взагалі без втручання людини. Такій концепції була дана «Інтернет речей» (англ. Internet of Things) у 1999 р. Під терміном «рiч» у даному контексті розуміють фізичні пристрої, предмети, механізми, транспортні засоби (інша назва – «розумні» пристрої) або, навіть, будівлі, що оснащені апаратним та програмним забезпеченням, що уможлиблює обмін даними між цими пристроями та комп'ютерними системами. Тобто, прикладами таких об'єктів Інтернету речей можуть бути:

- побутові пристрої (кондиціонер, кавоварка, пральна машина будильник, холодильник);

- системи, що використовуються вдома (система «розумний дім», система садового поливу, система освітлення, охоронна система, разом із камерами спостереження);
- датчики та сенсори (сенсори, що реагують на тепло, освітлення, рух);
- телекомунікаційні пристрої (роутери або інші точки доступу Wi-Fi);
- елементи інфраструктури керування дорожнім рухом (світлофори) [1].

Перш за все, найбільш очевидним виглядає той факт, що будь-який телефон, у якому вставлена SIM-картка (не має значення, micro, nano) є «zareєстрованим у мережі». З цього твердження можна зробити цілком логічний висновок, що якщо телефон є ввімкненим, то він автоматично під'єднується та реєструється у мережі, що дає споживачеві змогу користуватися дзвінками, SMS, мобільними даними. Переміщаючись по місту, телефон споживача автоматично під'єднується до тієї мобільної вежі, яка є найближчою. Тобто, знаючи IMEI код телефону, можна дізнатися, де перебуває гаджет з точністю до 100-200 метрів. Саме такий метод, зазвичай, має застосовувати поліція для пошуку вкрадених телефонів. За неофіційною інформацією, дані, щодо переміщення телефону від вежі до вежі, зберігаються протягом трьох років. У даному випадку слід розглянути питання захисту особистих даних, а саме доступу до цього масиву даних третіх осіб з метою дослідження поведінки споживачів тощо. Тим не менш, дана проблема не є гострою, оскільки окрім номеру imei, додаткова інформація про власника телефону відсутня.

Розглядаючи другий варіант «відстежування» гаджетів, необхідно сказати, про мобільні дані. Тобто, коли гаджет є підключеним до інтернету шляхом мобільних даних (4,5g, 3g+, 2g в Україні) або ж через wi-fi мережі він відстежується. Безумовно, необхідна наявність на ньому google services, які, в 90% є вмонтованими (автоматично інстальованими) в смартфон та будь-які інші пристрої, такі як планшети та навігатори. Безумовно, існують інші сервіси, що відслідковують активність володарів гаджетів, але

найбільшу базу даних має саме Google. Межі використання цих даних є надзвичайно широкими. Починаючи із cookies, які використовуються для ремаркетингу, так і звичайні «підказки» від google maps, що запам'ятовують де знаходився користувач, як багато часу він провів у певній точці, коли він робив запит щодо цього закладу і пропонують завантажити фото, якщо такі були зроблені у даному місці. Таким чином, ця інформація буде корисною не лише для навігаторів(що допомагають створити найбільш оптимальні маршрути, та оптимізувати розподіл трафіку на дорогах), так і для власників закладів, таких як: магазини, бутіки, супермаркети – тобто будь-які об'єкти, що відвідуються споживачами, з метою отримати певні товари або послуги за гроші.

На мою думку, розглядаючи тему технологій та їх застосування у формуванні товарної політики підприємства найцікавішим та найперспективнішим буде використання інтернету речей (Internet of things). Інтернет речей – це сукупність усіх, речей, що є під'єднаними для мережі та допомагають, як і звичайним споживачам, так і компаніям. Я пропоную розглянути використання цієї «сукупності технологій» для оптимізації товарного асортименту у магазинах одягу.

Так само, як можна відслідковувати поведінку споживачів, а саме їх шлях переміщення по місту, можна досліджувати її й на більш локальному рівні, у магазині. Маючи інформацію, як переміщується клієнт, біля якої речі він знаходиться довше, скільки часу він витрачає на те, щоб прийняти рішення щодо купівлі цього товару підприємство може максимально вдосконалити свою роботу, що в свою чергу збільшує прибуток компанії.

По-перше, володіючи абсолютно новою інформацією про клієнта у підприємця буде змога розробити ретельно продуману систему лояльності, розробити унікальні пропозиції, що будуть максимально привабливими для кожного покупця. Дослідження пересування споживача по магазину

допоможе також покращити репутацію бренду, збільшити лояльність до нього.

По – друге, наявність інформації про те, які товари привертають більше уваги, а які є нецікавими для клієнта - допоможе власнику вдосконалити викладку товарів і зробити її наближеною до ідеалу. Тобто, володіючи інформацією пересування клієнта по магазину підприємець може зрозуміти, біля якої речі клієнт проводить більше часу, який товар він оминає через його непривабливість, який товар є менш помітним для споживача [3].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, слід зробити висновок, що споживач, маючи будь-який гаджет у сумці або кишені, допомагає вдосконалити товарну політику на підприємстві. Проаналізувавши весь наявний асортимент, врахувавши всі недоліки попередньої викладки товарів, підприємство має змогу зробити її привабливою для споживачів, які будуть купувати більше продукції. Так само, застосування технології «Інтернет речей» допомагає компанії вдосконалити систему збуту продавцям, тим самим збільшивши свій прибуток. Безумовно, питання конфіденційності залишається під великим знаком запитання, проте, кожен користувач добровільно дає згоду на обробку його даних, підтверджуючи це натисканням кнопки «погоджуюсь» під час першого запуску програми або ввімкненню телефону. Тобто, розглядаючи це питання з юридичної точки зору, порушення ЗУ Про захист персональних даних – відсутні [2]. Саме тому, розвиток ідей даної статті може стосуватися як економічного так і юридичного аспекту дослідження.

Література

1. Грайворонський М. В. Безпека пристроїв Інтернету речей [Електронний ресурс] / Грайворонський М. В. – 2017. – Режим доступу: <http://ipp.kpi.ua/wp-content/uploads/2017/11.pdf>

2. Gazeta.ua «Скільки гаджетів буде мати людина у 2020 році» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://gazeta.ua/articles/science/_skilki-gadzhativ-bude-mati-lyudina-u-2020-roci/801887
3. Закон України «Про захист персональних даних» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>
4. Top 5 Ways IoT Will Transform the Retail Industry [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://growthhackers.com/articles/top-5-ways-iot-will-transform-the-retail-industry>