

УДК 004.738.5:339

АНАЛІЗ АКТУАЛЬНОСТІ РОЗРОБКИ ПЛАТФОРМИ З ПРОДАЖУ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ З ТОЧКИ ЗОРУ КОРИСТУВАЧА

Россохач К.О.

Науковий керівник – асист. каф. системотехніки Пономарьова С.В.
Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. СТ
м. Харків, Україна

тел.: +38(097) 776-78-06, email: katernya.rossokhach@nure.ua

The development of e-commerce in the field of cosmetics has been very active in recent years. According to research, the demand for cosmetics on the Internet is growing every year. However, this process may not be entirely comfortable for users, which makes the issue of developing a convenient online store selling cosmetics relevant.

В останні роки індустрія електронної комерції переживає безпрецедентне зростання, і ця тенденція продовжуватиметься, оскільки все більше споживачів звертаються до платформ електронної комерції для задоволення своїх потреб.

Однією зі сфер електронної комерції, яка зазнала значного зростання, є продаж косметичних засобів онлайн. Це зумовлено кількома факторами, зокрема зростаючою популярністю онлайн-покупок і збільшенням попиту на косметичну продукцію. Крім того, електронна комерція дозволяє споживачам швидко та зручно знайти потрібний товар, порівняти ціни та характеристики, зробити покупку за кілька кліків і здійснити оплату онлайн. Також важливим фактором є зручність доставки товару до дому або до відділення поштової служби, що дозволяє значно зекономити час і зусилля споживачів.

Однак зі зростанням конкуренції в індустрії електронної комерції для компаній стає все більш важливо зосередитися на перспективі користувача, щоб випередити конкурентів. Це особливо актуально для косметичної галузі, де споживачі шукають зручний, приємний та персоналізований досвід покупок. Найбільш важливим чинником, що зумовлює актуальність розробки електронної комерції з продажу косметики, є персоналізований досвід користувача. Споживачі хочуть відчувати, що їх потреби та бажання враховуються в процесі покупок.

З точки зору користувача, платформи електронної комерції для косметики повинні бути розроблені таким чином, щоб задовольняти потреби споживача. Це включає в себе широкий асортимент товарів, конкурентоспроможні ціни, а також зручний і безпроблемний процес купівлі. Одним із способів досягти цього є використання алгоритмів, які рекомендують споживачам товари на основі їхніх попередніх покупок або історії переглядів.

Ці алгоритми можуть бути використані для надання персоналізованих рекомендацій споживачам на основі їхніх індивідуальних уподобань та історії покупок. Аналізуючи дані про попередні покупки, алгоритм може визначити продукти, які, найімовірніше, зацікавлять споживача, і запропонувати їх як рекомендації. Це може бути особливо ефективним у косметичній галузі, де споживачі шукають продукти, які відповідають їхнім специфічним потребам, наприклад, типу шкіри або кольору волосся.

Ще один спосіб, як платформи електронної комерції можуть покращити користувацький досвід, це надання детальної інформації про товар та відгуки клієнтів. Споживачі все більше покладаються на відгуки та рейтинги при прийнятті рішень про покупку, а платформи електронної комерції, які надають детальну інформацію про товари та відгуки клієнтів, мають більше шансів завоювати довіру споживачів.

Крім того, платформи електронної комерції можуть також пропонувати споживачам різноманітні варіанти оплати та доставки. Наприклад, пропонуючи безкоштовну доставку для замовлень на певну суму або надаючи різні варіанти оплати, можна зробити процес купівлі більш зручним і приємним для споживачів.

Загалом, актуальність розвитку електронної комерції для продажу косметики з точки зору користувача важко переоцінити. Використовуючи алгоритми для рекомендації товарів, надаючи детальну інформацію про продукцію та відгуки клієнтів, а також пропонуючи різноманітні варіанти оплати та доставки, платформи електронної комерції можуть створити зручний, приємний та персоналізований досвід покупок. На висококонкурентному ринку це має важливе значення для залучення та утримання клієнтів і збільшення продажів. Тому розробка платформи з продажу косметики є досить доцільною бо дозволить споживачам з легкістю знайти та придбати потрібні їм косметичні продукти, не виходячи з дому. Однак, важливо мати на увазі, що розробка та підтримка такої платформи вимагає певних зусиль і інвестицій. Крім того, конкуренція в цій галузі є досить високою, тому варто ретельно продумати стратегію маркетингу та просування продуктів на ринку.

Список використаних джерел:

1. Як відкрити інтернет магазин косметики та парфумерії? URL: <https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/yak-vidkriti-internet-magazin-kosmetiki-ta-parfumerii> (дата звернення: 12.04.2023).

2. Вербівська Л. В. Стратегічний розвиток електронного бізнесу в системі національної економіки України: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: ЗВО «МНТУ ім. ак. Юрія Бугая», 2021. – 320 с.

3. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с.