

## **6. ПЕРСПЕКТИВИ МОДЕРНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

### **РОБОТА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ З ПРОДАЖУ АВТО ЗАПЧАСТИН В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

*Бредіхін В.М., канд. техн. наук, доцент  
Пархоменко Д.С., здобувач вищої освіти*

*Харківський національний університет міського господарства  
імені О.М. Бекетова*

За прогнозами компанії Frost & Sullivan, виторг від онлайн-торгівлі запчастинами в 2021 році зросте на 14% [1].

Уповільнення продажів нових автомобілів, старіння автопарку та загальне збільшення частки електронної комерції створюють ще більші можливості для цього сегменту автомобільного бізнесу. Додатковому зростанню обороту онлайн-майданчиків сприяють продаж супутніх товарів, наприклад: автомобільна електроніка: відеореєстратори, аудіо- і відеоапаратура, паркувальні системи, GPS-навігатори; пристрої для чищення: пилососи та пароочисники; пневмо- і гідрокомпресори; аксесуари для тюнінгу; автохімія та автокосметика; дитячі автокрісла; колісні диски та покриття.

Ці фактори роблять інтернет-магазин із продажу автозапчастин привабливим бізнесом із високою прибутковістю.

За даними інформаційно-аналітичної групи AUTO-Consulting, автопарк України на початок 2022 року становив 10,5 мл легкових та комерційних автомобілів. Їхні власники – покупці запчастин. Яку точку продажу вони виберуть залежить виключно від сервісу та конкурентних цін.

Інтернет-магазини забезпечують якісний сервіс, але на цьому переваги онлайн-магазину не закінчуються (рис. 1.).

Швидкість запуску
Охоплення цільової аудиторії
Великий асортимент товарів
Економія на оренді приміщень та облаштуванні робочих площ
Економія на зарплатах персоналу
Ефективність рекламних заходів
Автоматизація процесів
Великі можливості аналітики

Рис. 1. Переваги Інтернет-магазину продажу автозапчастин [2]

Запустити онлайн-магазин можна за 2-3 тижні. На пошук відповідного приміщення, ремонт, оснащення, підбір та підготовку персоналу йде набагато більше часу.

У звичайний магазин запчастин приїжджають купити запчастини переважно мешканці прилеглих районів, тоді як територія охоплення інтернет-магазину необмежена. При цьому сайт допомагає знаходити цільових клієнтів, які найбільше зацікавлені у купівлі відповідних запчастин, не витрачаючи бюджет на нерелевантних користувачів.

У фізичних магазинах представлено обмежену номенклатуру товарів. Крім того, не завжди є можливість продавати об'ємні комплектуючі. У той же час, онлайн-продавець може розширити асортимент та продавати товари як наявні, так і на замовлення.

Вартість оренди у місцях із високим потоком покупців становить десятки, а іноді й сотні тисяч гривень. Хостинг інтернет-магазину не перевищує \$100 на місяць плюс витрати на створення та обслуговування сайту, а склад запчастин можна тримати на місці з мінімальними витратами на оренду.

У магазині потрібно створити належні умови: зробити ремонт та закупити торгове обладнання. До місць продажу брендової продукції виробники висувають особливі вимоги, тоді як для складу з інтернет-магазином потрібні лише технологічні стелажі та освітлювальні прилади.

Для роботи в магазині потрібен підготовлений високооплачуваний персонал, а продаж залежить від професійних та особистих якостей консультантів. Автоматизований процес замовлення та оплати на сайті зменшує залежність від кваліфікації обслуговуючого персоналу, а склад можна розмістити на території з мінімальним рівнем оплати праці.

Одна й та сума, витрачена на контекстну рекламу, дає набагато більший ефект проти зовнішньої рекламою та інші видами традиційних рекламоносіїв.

Практично весь процес онлайн-продажу автозапчастин – вибір, замовлення, підтвердження та оплата – відбувається в автоматичному режимі. Автоматичні фільтри товарів полегшують та прискорюють дії покупців та знижують ймовірність помилки.

Веб-аналітика дозволяє відстежувати дії відвідувачів на сайті, аналізувати ефективність витрат на онлайн-рекламу, оптимізувати сайт, рекламні заходи та бюджет.

Бізнес – це постійний рух уперед, де переможцями стають новатори. Купують у тих, хто пропонує широкий вибір товарів за доступною ціною, гарне обслуговування, швидку доставку та гарантії якості.

Один із важливих етапів створення сайту онлайн-магазину запчастин – розробка структури. Основне завдання – забезпечити простий та швидкий пошук потрібної запчастини.

Крім головної сторінки, структура сайту повинна включати каталог товарів, фільтри, пошук за VIN-кодом, переглянуті товари, відгуки, інформаційні та службові сторінки.

Головна сторінка забезпечує переходи до потрібних розділів. Каталог товарів ділиться на категорії за призначенням: деталі кузова, ходова частина, трансмісія, двигун, оптика та інші. Фільтри помітно полегшують пошук потрібних товарів, а VIN-код прискорює пошук запасної частини автомобіля.

Важливими є інформаційні та службові сторінки: «Про нас», «Історія компанії», «Доставка та оплата», «Повернення та обмін», «Статті та огляди» «Гід (допомога у виборі)», «Клієнтська підтримка» «FAQ», «Контакти», «Бренди», чат або кнопка «Допомога спеціаліста». Обов'язкові елементи кожної сторінки – контакти та кнопки виклику [3].

У брендингу автомобілів та запчастин багато спільного. Ці галузі прагнуть візуальних ефектів, які підкреслюють однаковий набір ідеалів: швидкість, прогрес, потужність та орієнтація на передові технології. Їх поєднує мінімалістичний дизайн. Лаконічності дизайну інтернет-магазину можна досягти, обмеживши кількість використуваних кольорів, шрифтів та елементів, які відволікають від вибору товарів та здійснення цільової дії.

Less is more – у дизайні сайтів електронної комерції менше означає краще. Проста форма пошуку та мінімум інформації підвищують ймовірність того, що відвідувач почне процес покупки, знайде потрібну деталь та сплатить її.

*Перелік посилань:*

1. Що чекає інтернет торгівлю в цьому році? URL: <https://gemix.ua/12-idei-dlia-internet-mahazynu> (дата звернення 05.05.2023р)
2. Переваги Інтернет-магазину продажу автозапчастин URL: <https://vikna.if.ua/cikavo/91806/viewmahazynu> (дата звернення 05.05.2023р)
3. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навч.-метод. посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.