

Консолідований інформаційний ресурс аналізу цін товарів

Ольга Аверкова¹, Юрій Серов²

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,
E-mail: averkova.olya@gmail.com¹, syerov@lidne.net²

Abstract – This paper describes the nature and recognition of price-aggregators. The method and the role of aggregators in the modern competitive firms is studied.

Ключові слова – прайс-агрегатор, прайс-лист, веб-сайт, Інтернет-магазин, інформаційний ресурс, консолідований ресурс.

I. Вступ

Ринок IT-технологій в Україні переживає стрімкий розвиток. То ж закономірно, що вітчизняні IT-компанії в умовах гострої конкуренції змушені шукати нові шляхи розвитку та конкурентні переваги, щоб мати можливість для подальшого розширення своєї діяльності.

Одним із сучасних методів конкуренції фірм є створення консолідованого інформаційного ресурсу, який дає змогу порівнювати ціни різних фірм, що мають власний веб-сайт, просто знаходячись на одній сторінці веб-сайту. Основна функція прайс-агрегаторів – це можливість швидкого порівняння цін на майбутню покупку покупця і вибору найбільш відповідного продавця.

Фірми-конкуренти такі спеціалізовані інформаційні ресурси використовують для підвищення своєї конкурентоспроможності та розширення потенційної аудиторії покупців.

II. Прайс-агрегатори – рентабельний спосіб збільшення кількості продажу товарів

На сьогодні найпопулярнішими каналами залучення відвідувачів на сайт є пошукове просування сайтів (SEO) і контекстна реклама. Але ці канали, як правило, приводять відвідувачів, які ще тільки цікавляться товарами, їх виробниками, порівнюють технічні характеристики, ціни тощо. Ймовірність покупки товару цими відвідувачами є невеликою, а платити за перехід на веб-сайт доводиться. Тому багато фірм, які мають власний веб-сайт використовують альтернативний варіант залучення відвідувачів – прайс-агрегатор [1].

Прайс-агрегатори – це веб-сайти, які збирають прайс-листи з веб-сайтів фірм, потім обробляють цю інформацію і надають користувачам у зручному вигляді [2]. По суті для користувача такий консолідований інформаційний ресурс аналізу цін товарів являє собою сервіс для вибору і порівняння товарів, а також цін на ці товари. Такі інформаційні

ресурси призначені для використання покупцями, які знаходяться на вирішальній стадії покупки товару. Визначившись з технічними характеристиками і моделлю, покупець заходить на веб-сайт прайс-агрегатора і знаходить продукцію за найбільш прийнятною ціною. Вибравши потрібну позицію, покупець буде перенаправлено на веб-сайт магазину, що продає обрану ним модель за вказаною в прайс-агрегаторі ціною [3]. Прайс-агрегатори не продають продукцію, вони продають трафік, і оплата за користування послугами таких ресурсів проводиться за перехід на веб-сайт магазину.

Найбільш популярні прайс-агрегатори в Україні: price.ua, hotline.ua, vcene.ua, ava.ua, nadavi.com.ua (pokupaj.com.ua, e-katalog.com.ua, m.ua), hotprice.ua, freemarket.kiev.ua, market.meta.ua і Яндекс.Маркет. Також існує безліч профільних і регіональних веб-ресурсів.

В Україні існує багато фірм, які займаються продажем комп'ютерної техніки. Вони заманюють клієнтів за допомогою різних маркетингових пропозицій та розміщення реклами в мережі Інтернет. Для багатьох з них стабільними постачальниками клієнтів можуть стати такі інформаційні системи, як прайс-агрегатори.

Цілком закономірно, що такі технології продажів в першу чергу будуть випробовуватись в ІТ-напрямку, оскільки вони мають широкий функціонал для просування фірми в мережі Інтернет.

Такий консолідований ресурс допоможе покупцям в певному регіоні зорієнтуватись з кількістю магазинів, де продається потрібний товар та вигідної цінової пропозиції, що в першу чергу позитивно впливатиме на розвиток фірми.

Висновок

Отже, консолідований інформаційний ресурс аналізу цін товарів – прайс-агрегатор – це інформаційна система з оптимізованою системою пошуку, порівняння і вибору товару. Він економить не тільки час покупця, дозволяючи за обраними параметрами відфільтрувати найвигіднішу пропозицію, але й активізує ринок в цілому, так як конкуренція стає прозорою не лише для покупців, але і для продавців.

Література

1. Прайс-агрегатори [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://novikov.com.ua/service/node/6420>.
2. Прайс-агрегатори як спосіб збільшення продажів малим бюджетом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cossa.ru/articles/155/35305/>.
3. Робота з прайс-агрегаторами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://soft.ua/articles/prays-agregatory>.