

Самойлик Ю.В.

*доцент кафедри економіки підприємства, к.е.н., доцент
Полтавська державна аграрна академія*

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ У М'ЯСНІЙ ГАЛУЗІ

Важливим напрямком стратегії управління сучасним підприємством є удосконалення збутової діяльності, при цьому невід'ємним кроком є використання новітніх технологій для просування продукції на ринок. Адже розвиток сучасного науково-технічного прогресу, у тому числі в маркетинговій сфері, вимагає впровадження нетрадиційних методів, оскільки традиційні комунікації не дають достатнього ефекту та не забезпечують маркетингової конкурентоспроможності підприємства. Деякі сучасні маркетингові комунікаційні технології активно впроваджуються у підприємствах, що дотримуються агресивної стратегії лідерства, але в сучасному маркетинговому середовищі постійно виникають інноваційні підходи, які нині знаходяться на стадії тестування. До таких технологій належить цифровий маркетинг.

Цифровий маркетинг – сучасний, ефективний інструмент просування торгової марки з допомогою мережі Інтернет. Цифрові канали забезпечують швидке поширення новин та інформації, стають основним засобом реклами та взаємодії з клієнтом. Формування стратегії просування компанії та товару з допомогою цифрових каналів – основне завдання цифрового маркетингу, який передбачає активну присутність компанії в соціальних мережах, медіапланування, використання вірусного відео для залучення уваги мільйонів людей. Переваги цифрового маркетингу: інтерактивність – активне залучення споживача у взаємодію з брендом; відсутність територіальних обмежень при реалізації маркетингових ідей; легкість доступу до ресурсу (web-і war-ресурси); значне поширення Інтернету і мобільного зв'язку забезпечує активне залучення цільової аудиторії; можливість оперативної оцінки заходів кампанії та управління подіями в режимі реального часу [1].

Карпіщенко О.О., Логінова Ю.Е. зазначають, що цифровий маркетинг (digital marketing) – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування фірми та її товару. Телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа – усе це інструменти цифрового маркетингу. Цифровий маркетинг тісно переплітається з Інтернет маркетингом, але в ньому вже розроблені ряд технік, що дозволяють досягати цільову аудиторію навіть в офлайн середовищі. Цифровий маркетинг допомагає досягати максимального комерційного результату оптимальним способом, тобто дозволяє економити гроші, уникати зайвих неефективних витрат. Сьогодні цифровий маркетинг починає широко

використовувати і традиційні види реклами, з метою “захопити” увагу аудиторії і “перетягнути” її до віртуального світу. Цифровий маркетинг вирішує наступні завдання: 1) підтримка іміджу бренда; 2) підтримка виведення нового бренда або продукту на ринок; 3) підвищення впізнаваності; 4) стимулювання продажів [2].

Особливості застосування маркетингових стратегій та зокрема цифрових технологій насамперед пов’язані з галуззю функціонування підприємства. Одні галузі можна вважати динамічними, що сприяє швидкості впровадження сучасних новинок в організації виробничо-комерційного процесу, а інші галузі більше зорієнтовані на виробництво, і з огляду на особливості продукції не впроваджують прогресивних технологій збуту із застосуванням цифрового маркетингу. Актуальним дане питання є для підприємств харчової промисловості і зокрема м’ясної галузі.

В Україні Інтернет-технології у м’ясній галузі ще не набули широкого розповсюдження. Лише окремі суб’єкти використовують у своїй маркетинговій діяльності можливості глобальної мережі. У харчовій галузі лише поодинокі підприємства частково використовують можливості Інтернету. Переважно їх діяльність у даному напрямі полягає у створенні web-сайту. Проте його оновлення відбувається досить рідко. Інтернет-технології у сегменті питних вод доцільно використовувати не лише у процесі формування іміджу підприємства для розповсюдження інформації через web-сайт. Ефективними також є Інтернет-продажі (насамперед оформлення договорів на оптові поставки продукції).

Одним із засобів використання технологій цифрового маркетингу є електронна комерція. Internet-магазин є однією з найпоширеніших комерційних моделей електронної торгівлі. Доцільним є створення Інтернет-магазину для м’ясопереробного підприємства. Основною цільовою аудиторією при цьому будуть гуртові покупці, насамперед супермаркети та інші магазини, а також торгові посередники. Створення Інтернет-магазину дозволить більш точно формувати виробничу програму залежно від замовлень, а також сприятиме скороченню логістичних витрат на укладання договорів та налагодження партнерських зв’язків (табл. 1).

Використання Інтернет-технологій у підприємствах м’ясної галузі сприятиме залученню нових споживачів, партнерів по бізнесу, формуванню іміджу підприємства, а отже, зумовить підвищення ефективності збутової діяльності підприємства, зниження витрат підприємства, а отже і підвищення його прибутковості.

Таблиця 1

Прогнозована економічна ефективність функціонування Інтернет-магазину у м'ясопереробному підприємстві

Показники	Прогноз показника
Витрати на створення Інтернет-магазину – всього, тис. грн:	37,4
у тому числі відкриття банківських рахунків	0,5
розробка та впровадження маркетингової програми реалізації і підтримки web -сервера	8,1
послуги web -дизайну	7,4
заробітна плата програміста, Інтернет-продавця	15,4
укладання договорів	1,2
абонентська плата за користування Інтернет	1,3
інші витрати	3,5
Очікувана відвідуваність web-сторінок, осіб на день	54
Ефективність залучення відвідувачів сервера (відношення між кількістю відвідувачів, що перейшли до активних дій щодо придбання товарів, і кількістю поодиноких відвідувачів сервера), %	25
Відсоток повторних активних відвідувань, %	70
Очікуваний приріст товарообігу, %	8,0
Економічний ефект, тис. грн	1761,2

Література:

1. *Цифровий маркетинг / Список послуг BASIC GROUP. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://basicgroup.ua/services_digital_marketing.*
2. *Карпіщенко О.О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій / О.О. Карпіщенко, Ю.Е. Логінова // Електронний архів Сумського державного університету – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua>.*