

ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича

***Анотація.** В статті зазначено необхідність створення та використання різноманітних мобільних додатків для покращення умов реалізації харчової продукції власного виробництва малими приватними підприємствами та приватними фермерами. Охарактеризовано додаток «Продукти», як один із варіантів безпосередньої співпраці між товаровиробниками та споживачами товарів харчової промисловості.*

Ключові слова: мобільний додаток; веб-сайт; супермаркет; продукція харчової промисловості.

The use of mobile applications in the sale of food products

***Abstract.** The article notes the need to create and use a variety of mobile applications to improve the conditions for the sale of food products of their own production by small private enterprises and private farmers. The application "Products" is described as one of the options for direct cooperation between producers and consumers of food industry products.*

Keywords: mobile application; website; supermarket; food industry products.

Реалії сьогодення створили умови для виходу на новий рівень для всіх галузей: освіти, медицини, підприємництва, торгівлі, виробництва. Людство постало перед неочікуваним викликом пандемії та опинилося в ситуації, коли необхідно було перебудувати усі сталі процеси комунікації за лічені дні, тижні, можливо місяці. Цей неочікуваний виклик продемонстрував неготовність, а місцями і неможливість здійснення купівлі та замовлення через мережу Інтернет. Особливо це стосується електронної торгівлі в сфері підприємств харчової промисловості.

Українські вчені у своїх працях висвітлювали та характеризували інструменти просування харчової продукції із застосуванням різноманітних веб-сайтів або електронних платформ: О.М. Юдін, М.В. Макарова та Л.В. Капінус [1]. Однак питання вибору оптимального Інтернет-ресурсу, який задовольнить приватних виробників харчової продукції та фермерів, у яких виникає потреба своєчасного продажу товарів, що підлягають швидкій реалізації, та споживачів, які зацікавлені у якісній, відносно не дорогій та свіжій продукції, залишається актуальним.

Під час запровадження тотальних локдаунів по всій території України та затвердження територіальних «червоних» зон, магазини, супермаркети, у яких у відсотковому співвідношенні продукти харчування та товари першої необхідності становили 60% від загального асортименту, свою діяльність продовжували із дотриманням карантинних обмежень [2]. Проте малі приватні підприємства, фермерства, фізичні особи, які продавали свій товар лише через посередників, не маючи власної клієнтської бази та торгової точки, опинилися перед складним вибором: закриття виробництва, або ж вимушений простій, або ж швидке налагодження співпраці із великими підприємствами, але вже на їх не завжди вигідних умовах. А особливо це питання гостро постало перед виробниками харчової продукції. Адже великі супермаркети та продовольчі магазини ще задовго до цих подій налагодили умови співпраці із конкретними постачальниками харчової продукції, заповнюючи прилавки різноманітним асортиментом товарів за вигідною для них ціною. Також викликом став ще той факт, що ресторани, кафе та піцерії, які були основними замовниками продукції фермерів, закривалися на періоди локдаунів, зменшилася кількість потенційних відвідувачів, а, як наслідок, і необхідна кількість продуктів харчування, які використовувалися для приготування ресторанного меню, купівельна спроможність покупців впала за рахунок втрати робочих місць.

За соціальних та економічних умов, які являють собою реалії сьогодення, досить розповсюдженим став процес створення так званої Viber – спільноти («Овочевий базар – Чернівці», «Свіжі овочі, фрукти - Миколаїв», «Овочево-фруктовий базар - Запоріжжя» тощо), які пропонували споживачам продаж та доставку овочів та фруктів додому. Також набуло актуальності створення та ведення власного блогу або ж веб-сайту за допомогою програми Wordpress [3]. Ще одним із варіантів забезпечення кращого зв'язку між кінцевим споживачем та виробником харчової продукції є мобільні додатки для Android, iOS, Windows. Згідно із соціальними дослідженнями 52% веб-пошуку

здійснюється на мобільних телефонах [4], що відбувається за рахунок швидкого доступу до мобільного Інтернету та можливості проводити будь-які дії незалежно від місця перебування. Отримані дані вказують на необхідність застосування мобільних додатків, які забезпечать вигідні пропозиції для виробників та покупців, які зможуть в будь-якій для них зручній ситуації:

- обрати відповідну локацію;
- зробити замовлення;
- передивитися відповідні відгуки клієнтів;
- ознайомитися із рейтингом виробників та постачальників;
- дізнатися про наявність продукції або ж можливість доставки з інших країн

(регіонів, областей тощо).

На цифровому просторі вже існує певна кількість додатків, які пропонують купівлю харчової продукції через Інтернет, наприклад такі як: «АТБ-маркет», «Silpo», «Metro.ua», «Ашан» тощо. Проте, через ці додатки можливо здійснити замовлення-купівлю лише тієї продукції, яка представлена асортиментом супермаркету. Тобто в даному випадку представлені інтереси лише конкретних фірм-виробників або посередників, з якими підписані угоди про співпрацю і супермаркет проводить свою власну цінову політику із застосуванням відповідних націнок. Поряд із цим великі підприємства-виробники харчової продукції створюють власні сайти для можливості здійснення замовлення без посередників:

Національного рівня:

1. Кондитерська фірма «Roshen» - www.roshenstores.com;
2. Кондитерська фірма «АВК» - www.avk.ua;
3. Агроіндустріальний холдинг МХП – www.mhp.com.ua;
4. ТОВ Молочна компанія «Галичина» - www.galychyna.com.ua тощо.

Регіонального рівня:

1. Кондитерський дім «Вацак» - www.vatsak.com.ua;
2. Кондитерська фірма «Терешкіно» - www.tereshkino.com.ua тощо.

Але, деякі позиції продукції товаровиробники не доставляють в роздрібних замовленнях, деякі взагалі можливо придбати лише в офіційних магазинах або магазинах партнерів, деякі здійснюються лише під замовлення і в конкретній кількості. Тобто, не всі кінцеві споживачі мають можливість контактувати безпосередньо з виробником харчової продукції.

Для економії часу споживачів при здійсненні вибору харчової продукції на просторах українських мобільних додатків також створюють програми, які самі знаходять потрібну товарну позицію за найнижчою ціною серед відомих українських великих супермаркетів. Наприклад, Zakaz.ua - уніфікований сервіс для доставки продуктів з найбільших супермаркетів України. Zakaz.ua працює в Києві, Дніпрі, Харкові, Львові, Одесі, Житомирі, Вінниці та Запоріжжі. Товари доставляють в усі райони в зазначених містах [5]. Також, додаток Costless, який знаходить всі наявні акції супермаркетів України на харчову продукцію.

Однак, всі вище зазначені додатки, сайти співпрацюють з великими товаровиробниками, які, як правило, забезпечують стандартні потреби споживачів, не враховуючи окремі конкретні побажання та встановлюють завищені ціни. Приватні ж фермерства не здатні конкурувати на такому рівні. На допомогу їм було створено мобільний додаток «Продукти» (розробник Hand Farming, версія для Android) [6]. Цей додаток дає змогу будь-якому фермеру або приватному підприємцю через здійснення відповідної реєстрації пропонувати та продавати товари власного виробництва із зазначенням відповідної ціни, дати виготовлення, фотоілюстрації продукції, місцезнаходження виробника та власне номеру телефону. За умови розвитку та постійного вдосконалення додатку «Продукти» можливо досягти:

- створення величезного каталогу малих приватних виробників харчової продукції та фермерів з усіх куточків України;
- створення клієнтської бази, яка буде представлена всіма регіонами України;
- безпосередньої співпраці між виробником та споживачем;
- за рахунок можливості залишати коментарі після здійснення та отримання замовлення, інші потенційні клієнти будуть мати змогу обрати найкращий для себе варіант серед запропонованих;
- здійснювати адекватний моніторинг замовлень харчової продукції відповідно до сезону, релігійних та державних свят;

- орієнтації виробників на потенційних клієнтів у відповідних регіонах країни тощо.

Також одним із важливих етапів розвитку цього додатку буде можливість здійснення адекватної логістики саме через потреби споживачів, які будуть надходити з конкретних регіонів України. Це забезпечить виробників адекватною інформаційною базою щодо транспортування та перевезення продукції у найвіддаленіші куточки країни.

Необхідність переходу на новий рівень співпраці між товаровиробниками харчової продукції та кінцевими споживачами стала актуальною та такою, що потребує негайних рішень та дій, саме за даних складних соціальних, економічних та політичних умов. Можливість використання мобільних додатків являє собою один із найшвидших варіантів вирішення ситуації із максимальним економічним ефектом, який задовольнить і виробника і кінцевого споживача продукції.

Список використаної літератури:

1. Капінус Л.В., Семененко К.Ю., Грищенко Т.І. Просування продукції підприємств харчової промисловості в онлайн-ритейлі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. №23 (Ч.1). С. 104-108.
2. Про встановлення карантину та запровадження обмежувальних протиепідемічних заходів з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2: Постанова Кабінету Міністрів України від 09.12.2020 р. № 1236. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vstanovlennya-karantynu-ta-zaprovadzhennya-obmezhuvalnih-protiepidemichnih-zahodiv-1236-091220> (дата звернення: 21.02.2021).
3. Зибарева О.В., Гайдукова О.О. Застосування WORDPRESS в процесі реалізації продуктів харчування. *Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку*: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 21-22 травн. 2020 р. Одеса: Одеський національний політехнічний університет, 2020. С. 103-105.
4. 23 Дивовижні Статистики в Інтернеті і соціальних медіа в 2021 році. URL: <https://uk.wizcase.com/blog/> (дата звернення 24.02.2021).
5. Заощаджуємо час. Найзручніші додатки для доставки їжі та продуктів з супермаркетів. URL: <https://nv.ua/ukr/techno/it-industry/ekonomim-vremya-samyu-udobnye-servisy-dlya-dostavki-edu-i-produktov-50011185.html> (дата звернення: 22.02.2021).
6. Додатки в Google Play «Продукти». URL: <https://play.google.com/store/search?> (дата звернення 24.02.2021).

Гайдукова Олександра Олегівна, аспірант, Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, Чернівці, e-mail: gaidukovaaleksa85@gmail.com

Haidukova Oleksandra O., postgraduate student, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, e-mail: gaidukovaaleksa85@gmail.com