

М.В. Дубініна

д.е.н., професор

Ю.Ю. Чебан

к.е.н., доцент

Т.О. Мороз

к.е.н., доцент

Миколаївський національний аграрний університет

Т.Ю. Сластіон

головний бухгалтер

ТОВ «Золотий колос» Вітовського району Миколаївської області

ПЕРСПЕКТИВНІСТЬ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Закордонний досвід свідчить про високий попит на ринку мобільних додатків, оскільки 48% користувачів починають пошук необхідної інформації з мобільного пристрою. Доступ до потрібної інформації в будь-якій точці світу докорінно впливає на швидкість прийняття рішення. За даними Google Ukraine, майже 40% трафіку в нашій країні сьогодні надходить з мобільних пристроїв.

Аграрний бізнес містить високі ризики, більшість робіт сезонні, тому швидке реагування на виклики — необхідна умова для підвищення врожайності. Аналіз даних опитування проведеного в США констатує – приблизно кожен четвертий фермер користується однією або декількома мобільними додатками. Згідно опитування, що проводилось в 2018 році, 63% фермерів Франції вважають за необхідне мати швидкісний Інтернет на полі або в робочих приміщеннях і сільськогосподарській техніці [1].

З року в рік все більшої популярності набуває завантаження визначених мобільних програм українськими агровиробниками. Доступними для скачування в Play Market є :

1. «Агробаза» – популярний додаток для фермерів і агрономів (50000-100000 завантажень) [2]. Містить базу даних шкідників, хвороб, комах і бур'янів (запропонована найбільш проста ідентифікація); каталог зареєстрованих пестицидів в країні.

2. «AgroUA» – мобільна платформа для всіх учасників аграрного ринку України: сільгоспвиробників, виробників товарів і послуг, постачальників, дилерів, агентів, некомерційних організацій, що обслуговують компанії [3].

3. Soft.Farm Eye - Агроном – мобільний додаток дозволяє створити планові польові роботи і відслідковувати фактичне їх виконання на планшеті [4]. Керівник має можливість спостерігати за виконанням робіт зі свого робочого місця в режимі on-line і приймати обґрунтовані управлінські рішення.

4. GPS Вимірювання площі полів – додаток для вимірювання площі, відстані і периметра поля використовуючи GPS або ручний режим [5].

5. iCropTrak – мобільне програмне забезпечення для iPad, що реалізує відразу масив функцій навіть без підключення до Інтернету [6]. Дає можливість використовувати і синхронізувати інформацію GPS-пристроїв, координувати роботи з оприскування, складати розклад працівників,

До професійних програм прогнозування врожайності сільськогосподарських культур та оцінки прибутковості підприємства в цілому, розрахунку норм внесення добрив також доцільно віднести:

1. Щоденник Агронома – проста і зручна програма для ведення електронної книги історії полів сівозмін.
2. Агро-Калькулятор – найпопулярніший калькулятор серед фермерів, агрономів, підрядників, завдяки простоті використання і швидкої точності відповідей.
3. Optimizer 2.0. – додаток від Advanced Ag Solutions для прогнозування врожайності кукурудзи на платформах iOS та Android. Функціонал забезпечує надходження агроному щоденні смс-повідомлення і збір даних в особистому кабінеті користувача на сайті.
4. Precision Planting – програмне забезпечення для роботи з платформою iOS компанії YieldCheck з метою оцінки прибутковості врожаю кукурудзи на основі введених даних про господарство, стан культури і поле.
5. Farm Manager – мобільний додаток для платформи iOS, який забезпечує запис інформації про стан культур, худоби та сільськогосподарської техніки, надає одночасний доступ до всіх даних відразу.
6. Nutrient Removal – додаток для роботи з платформою iOS і Android компанії The Mosaic Co з метою оцінки потенціалу врожайності. Головною перевагою програми є врахування не лише особливостей культури, але й даних про регіон вирощування.
7. Corn Planning Calculator – додаток-калькулятор для пристроїв на платформі iOS, який дозволяє обчислити оптимальну відстань між посадженими культурами безпосередньо в момент їх висіву. Враховуються дані про бажану врожайність, вартість культури, кількість насіння і розраховує відстань в дюймах або сантиметрах..
8. CLAAS Tractor Interactive Guide – додаток для сільськогосподарської техніки, що враховує особливості віртуальної реальності та пояснює різні функції кабіни, візуалізацію елементів управління тракторів CLAAS із смартфона та планшета.

Нами було проаналізовано лідери ринку ІТ-продукції для аграрних підприємств. Базовими факторами було визначено клас реалізації програмного забезпечення, переваги над іншими системами, цінова політика та простота інтерфейсу, а також наявні в них мобільні додатки.

Отже, узагальнивши результати дослідження можливо стверджувати, що мобільні додатки достатньо актуальні та активно використовуються аграріями, для виконання професійних завдань.

Перелік використаної літератури:

1. Кухаренко В.М. Теорія та практика змішаного навчання : монографія / В.М. Кухаренко, С.М. Березенська, К.Л. Бугайчук, Н.Ю. Олійник, Т.О. Олійник, О.В. Рибалко, Н.Г. Сиротенко, А.Л. Столяревська. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – 284 с.
2. Садова І. Смартфон Вам у поле. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agroportal.ua/ua/publishing/analitika/smartfon-vam-v-pole/>
3. Офіційний сайт Агробаза [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=lt.farmis.apps.farmiscatalog&hl=ru>
4. Офіційний сайт AgroUA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://app-agro.wixsite.com/agroua>

5. Офіційний сайт Soft.Farm Eye – Агроном [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=farm.soft&hl=uk>
6. Офіційний сайт GPS Вимірювання площі полів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=lt.noframe.fieldsareameasure&hl=ru>

Є.А. Єрьомкін

доцент

В.М. Цимбал

асистент

Донбаська державна машинобудівна академія

РОЗРОБКА БРЕНДА ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ

В освітніх установах неймінг, а тим більше брендинг поки ще не стали інструментами маркетингової політики по просуванню своєї організації і її продуктів на ринок. В умовах командно-адміністративної системи такої необхідності не було в чинність відсутності ринкових відносин, конкуренції й самостійності самих організацій [1].

На сьогоднішній день можна виявити наступні підходи до назви (торговельній марці) освітніх установ вищого рівня. Звичайно ця складна назва, що включає кілька варіантів неймінга: географічна частина; організаційно-правова форма установи; галузевий підхід; рівень закладу; тип освітньої установи [2];

Більш активне використання торговельної марки є розширення застосування відносин в освітній сфері, тому що оптимальною й ефективною організаційною ринковою структурою сьогодні є мережний бізнес, що дозволяє використовувати позитивний ефект проведення продуктів з обліком значних первісних витрат. Розкручена й шановна торговельна марка освітньої організації буде сприяти її поширенню в регіонах для студентів, викладачів та інш., що, в остаточному підсумку, допоможе створенню бренда ВНЗ [3,4].

Розробка торговельної марки (бренда) освітньої організації включає наступні етапи:

1. Розробка (уточнення) стратегії розвитку освітньої організації й плану маркетингу. На даному етапі вибирається стратегічна мета розвитку (з погляду маркетингового плану – стратегія розвитку продуктового й марочного портфелів, їх рівень і диференціація, цінність і ступінь новизни, на який цільову аудиторію, яку частку ринку послуг претендує організація та ін.).

2. Проведення аналізу конкурентного середовища, що дозволяє визначити сильні й слабкі сторони організації й можливі шляхи її розвитку. Це допоможе виявити ринкові тенденції й можливості для просування розроблювальної торговельної марки, її відбудування від імовірних конкурентів, визначити запити потенційної цільової аудиторії й підходи до розробки торговельної марки.

3. Визначення потенційної цільової аудиторії, для якої призначені освітні послуги, з обліком демографічних, соціальних, особистих і психологічних параметрів. Це допоможе