

3. Офіційний сайт. Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України. URL: <https://idss.org.ua/>

УДК 005.631.11 : 004

Ольшанська О.В., д.е.н., професор

Шацька З.Я., к.е.н., доцент

Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ SMART-ТЕХНОЛОГІЙ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Агропромисловий сектор є ключовою сферою економіки України, який щорічно створює найбільший внесок у ВВП країни і є четвертим за величиною виробником та експортером сільськогосподарської продукції у світі. Удосконалення технології організації сільськогосподарського виробництва в контексті аграрних перетворень в Україні сприяли формуванню підприємницьких структур у формі холдингів, які отримали назву агрохолдинги. За даними Онлайн рейтингу агрохолдингів України за 2021-22 роки за розміром земельного банку, складеного компанією «Agricultural Consulting» [1] до війни в Україні працювало 52 агрохолдинги.

Підвищенню ефективності діяльності підприємницьких структур агропромислового сектору сприяє впровадження smart-технологій, що використовуються в сільському господарстві. Smart-технології у сільському господарстві поділяються на три групи [2]:

1. Smart-технології для збору і аналізу інформації (GNSS, GIS, RS, Web, Big Data, Yield monitoring, Soil-test та інші.).

2. Smart-технології для управління і прийняття рішень (Crop-, Land-, Livestock-management).

3. Smart-технології для виконання прийнятих рішень (Variable Rate Technology).

До smart-технологій для збору і аналізу інформації в сільському господарстві відносяться:

– технологія дистанційного моніторингу стану посівних площ літаками-безпілотниками або квадрокоптерами. В Україні ця smart-технологія вже впроваджена агрохолдингом «Континентал Фармез Груп»;

– технологія моніторингу якості стану земель за smart-технологією «PreAgri» використовується вітчизняними агрохолдингами «ІМС», «HarvEast», «Епіцентр Агро»;

– технологія точного землеробства за smart-технологією «Trimble Ag», як підтримка всього циклу сільськогосподарського виробництва. Програмне забезпечення «Trimble Ag» заощаджує час, зменшує людські помилки і є єдиним повністю інтегрованим програмним рішенням для робочого столу, хмари та мобільного зв'язку на ринку сьогодні. Дана smart-технологія вже впроваджена агрохолдингом «Полетехніка».

До smart-технології для управління і прийняття рішень в сільському господарстві відносяться Комплексна експертно-аналітична smart-система управління агробізнесом «FieldBI» та smart-система «AgroTop», які дозволяють дистанційно управляти виробничими процесами в агробізнесі. Комплексне автоматизоване управління агробізнесом та аналіз виконання прийнятих рішень здійснюється з допомогою smart-системи управління агробізнесом «AutoBI». «AutoBI» – це онлайн-інструмент для ефективного управління парком техніки, обліку запчастин та агрегатів, моніторингу штрафів, страхових полісів тощо. В Україні ці smart-технологія вже впроваджена агрохолдингом «AGRICOM».

На сьогоднішній день впровадження smart-технологій в агропромисловий комплекс України відбувається поступово переважно потужними великими підприємствами і потребує вкладання значних обсягів фінансових інвестицій.

Література

1. Онлайн рейтинг агрохолдингів України за 2021-22 роки. *АгроКонсалтинг*. URL: farming.org.ua
2. Смарт-технології в агроменеджменті: веб-сайт. URL: <https://blog.agrokebety.com/smart-tehnologii-v-agro-menedgmente-u>

УДК 339.1

Зінорук Л.В., аспірантка

Київський національний університет технологій та дизайну

КОМУНІКАЦІЇ БРЕНДІВ У ПЕРІОД ВІЙНИ

Глобалізаційні процеси впливають як і на внутрішню так і на зовнішню політику компанії. Напружена політична ситуація в Україні, яка переросла у війну змусила радикально змінити комунікацію з клієнтами в критично короткі терміни. В період війни всі підприємства направлені на режим економії ресурсів як людських, так і фінансових.

Контент-стратегія брендів потребує повного перегляду своєї діяльності та пристосування під ситуацію. Безумовно майже всі послуги та покупка товарів здійснюється через Інтернет. Маркетологи та PR-менеджери мають стратегічне завдання адаптувати компанію до нових реалій, розібратися в основах брендингу, зрозуміти свою цільову аудиторію та як диференціюватися на ринку [1].