

Література

1. Дослідження інтернет-аудиторії України Української асоціації Інтернет-реклами – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.inau.org.ua/analytics_vuq.phtml.

2. Интернет-маркетинг как эффективный инструмент для увеличения продаж. URL: <http://www.aweb.com.ua>.

3. Окландер М. А., Литовченко І. Л., Ботушан М. І. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки: монографія. – К. : Знання, 2011. – С. 236.

4. Ляшенко Г.П., Моткалюк Р.В. Інтернет-маркетинг та його інструменти. Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). 2013. Вип. 3(62). С. 59-65.

5. Колотова Н. Б. Нові інструменти маркетингу відносин інноваційних проектів машинобудівних підприємств: краудсорсинг і краудфандінг. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. – №3. – URL : <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>.

6. Eric Von Hippel. Democratizing Innovation. URL : <http://web.mit.edu/evhippel/www/democ1.htm>

7. Полторак К. А. Маркетингова комунікаційна діяльність виробників планшетних комп'ютерів у мережі Інтернет: дис. ... канд. ек. наук: 08.00.04. Київ, 2016. 265 с.

УДК 330.63

Мельник А.О., д.е.н., доцент
Новіков Д.В.
Київський національний університет
технологій та дизайну

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ BIG DATA У СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО

Діловий світ сьогодення – безкінечний потік інформаційних даних, які

потребують систематизації та впорядкування відповідно з існуючими вимогами та запитам з боку зацікавлених осіб. Завдяки розвитку Інтернету речей та хмарним технологіям зростає роль роботизованої техніки та машин зі штучним інтелектом у кожній сфері підприємницької діяльності. Актуально та важливо розглянути це питання у галузі сільського господарства, яке в майбутньому трансформується в «Smart Farming» [3]. Дана тема є досить новою і тому огляд літератури представлено максимально можливо з існуючих джерел. Осередком пошуку потрібної інформації стали наукові статті та публікації зі сфери розумного сільського господарства. Головні питання, які досліджено попередниками є:

- розкриття важливості та значення розумних великих даних для сільського господарства;
- хто є головними учасниками даного процесу;
- очікування та прогнози подальшого розвитку та застосування великих даних у сільському господарстві;
- які проблеми будуть виникати з впровадженням великих даних [6].

У даній роботі детальніше розглянемо загрози, що матимуть місце в процесі застосування великих даних, а також можливості, які отримають стейкхолдери, використовуючи сучасні ІТ у процесі ведення сільського господарства.

Історія використання терміну «великі дані» є відносно молодого і перебуває на етапі стрімкого розвитку. Уперше зустрічаємо термін у 2008 році у науковій статті Кліффорда Лінча [4, с. 28]. Згідно з Forrester Великі дані – технологія у сфері апаратного та програмного забезпечення, яка об'єднує, організовує, управляє та аналізує дані, що характеризуються чотирма V [5] (рис. 1).

Тенденція, що прослідковується у сфері сільського господарства передбачає використання значної кількості індикаторів та пристроїв для збору інформації в реальному часі [3]. Формується ланцюг пристроїв, які створюють мережу даних – неструктурований або ж малоструктурований потік інформації,

який трансформується у необхідну форму, що допомагає суб'єктам господарювання та особам, що приймають рішення розробити оптимальний план дій за даних умов місця та часу.

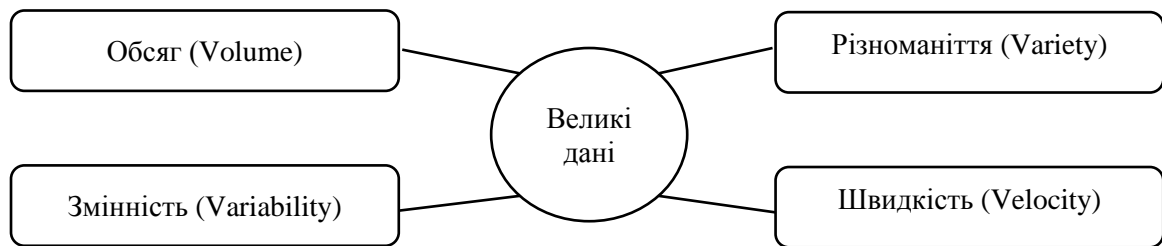


Рис. 1. Параметри, що визначають Великі дані

Перед учасниками галузі сільського господарства виникає низка проблем з використання великих даних [1]:

- відсутня законодавча платформа для забезпечення безпеки та конфіденційності даних – потрібно знайти компроміс для уникнення виникнення стагнації у розвитку даного питання;

- підготовка кваліфікованих фахівців для отримання якісної інформації з мережі даних. Потрібно формувати кластери аграрного сектору, де заклади освіти разом з державними інституціями та представниками підприємницького сектору будуть спільно розробляти програми та проекти з адаптації технологій та додатків для стейкхолдерів;

- відкритість та доступність даних для кожного учасника відповідного бізнес-процесу. У разі необхідності створити систему на зразок роялті.

На противагу цьому кожен, хто залучений в сільське господарство отримує можливість знайти оптимальні рішення та побудувати ефективну модель господарювання, де бізнес-процеси упорядковані та систематизовані завдяки залученню великих даних. Використання великих даних дозволить:

- оптимально розподілити витрати ресурсів;
- удосконалити якість виробленої продукції (зворотній зв'язок з клієнтом, споживачем)
- сприяти раціональному прийняттю рішень.

Дана інновація допоможе створити конкурентне середовище, в якому перевагу втрачає той, хто не використовує надану можливість застосування

великих даних у господарюванні.

Література

1. Lesser A. Big Dara and Big Agriculture Research [Електронний ресурс] / Lesser. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://gigaom.com/report/big-data-and-big-agriculture/>.
2. Forrester Research to acquire Giga Information Group for 0.74 times revenue [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.networkworld.com/article/2339384/forrester-research-to-acquire-giga-information-group.html>.
3. Sundmaeker H. Internet of Food and Farm 2020 / H. Sundmaeker, C. N. Verdouw, F. Perez // Digitising the Industry / H. Sundmaeker, C. N. Verdouw, F. Perez., 2016. – С. 129-150.
4. Lynch C. How do your data grow? / C. Lynch // Nature. – 2008. – V. 455. №7209.– P. 28-29.
5. Найдич А. «Интернет вещей» — реальность или перспектива? [Електронний ресурс] / А. Найдич. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://compress.ru/article.aspx?id=24290>.
6. Большие данные. Революция, которая изменит то, как мы живем, работаем и мыслим / В. М. Шенбергер, К. Кукьер; пер. с англ. Инны Гайдюк. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.

УДК 33.338.1

Фокіна-Мезенцева К.В., к.е.н., доцент
Єлісєєва А.В.
Київський національний університет
технологій та дизайну

МОНІТОРИНГ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Удосконалення діяльності підприємства неможливо без розробки системи моніторингу ефективності підприємницької діяльності, в іншому випадку є