

# МОБІЛЬНИЙ ДОДАТОК ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

**Фесенко Т. Г., д. т. н., доцент,  
Харківський національний аграрний університет  
імені В.В. Докучаєва  
[fesenkotatyana@gmail.com](mailto:fesenkotatyana@gmail.com)**

**Фесенко Г. Г., д. філос. н., доцент,  
Харківський національний університет міського  
господарства імені О. М. Бекетова  
[galyna.fesenko@kname.edu.ua](mailto:galyna.fesenko@kname.edu.ua)**

Сучасні стратегії сталого розвитку сільського господарства сфокусовані на комплексне вирішення проблем, як з точки зору досягнення стану продовольчої безпеки та покращення харчування, так і збереження родючості ґрунту і навколишнього середовища. Досягнення Цілей сталого розвитку 2016-2030 (Саміт ООН, 2015 [1]) вимагає реалізацію агроекологічних проєктів, що передбачають ощадливе та безпечне для людини і природи використання сільськогосподарських земель. Через це актуальності набувають вирішення питань щодо створення єдиної інформаційно-комунікаційної платформи для реалізації агроекологічних проєктів [2-3].

Маркетингові технології є невід'ємною складовою прогресу, впливають на зміни та формування нових трендів. Мобільні технології стали новим прогресивним рішенням для просування бізнес-ідей, а мобільні додатки – автономним та корисним маркетинговим інструментом [4]. Слід зазначити, що мобільний додаток є прямим каналом для взаємодії з клієнтом. Коли клієнт користується додатком, він залишає деякі данні про себе, надає відгуки та оцінки щодо продукції, якості отриманої послуги. Така інформація про клієнта

дозволить краще «розуміти свого клієнта», а також створити більш ефективну маркетингову стратегію.

Наразі в Україні з'явилися пілотні мобільні додатки, орієнтовані на кооперацію виробників для реалізації органічного землеробства, вирощування та реалізації органічної сільськогосподарської продукції і т.ін.

«OrganicHelper» – безкоштовний мобільний додаток для Android і IOS, розроблений спеціально для фермерів, агрономів, господарств, холдингів, які займаються органічним землеробством. Ця програма дозволяє отримувати прямий контакт з представниками компаній, які надають послуги з супроводу органічного землеробства, з виробниками добрив, препаратів і т.ін. Архітектура додатку містить:

- каталог органічних добрив, засобів захисту рослин та інших супутніх продуктів з наочним прикладом їх використання;
- он-лайн консультацію та допомогу від провідних фахівців з органічного землеробства;
- можливість розміщувати презентацію своєї компанії, продукції та послуг.

«AgroportEx.bio» – мобільний додаток для покупців органічної сільськогосподарської продукції з усього світу. Цей додаток забезпечує швидкі комунікації між органічними виробниками та покупцями на локальних та світових ринках. Нішовий маркетплейс для B2B ринку гарантує прямий доступ до перевірених операторів органічного ринку без посередників. Користування додатком передбачає виконання шість кроків:

- завантаження застосунку та реєстрація;
- пошук від виробників;
- розміщення власних запитів;
- збір усіх пропозицій та вибір кращих;
- прямі контакти з виробниками;
- створення бізнес-репутації.

Отже, у траєкторію розвитку аграрного органічного виробництва в Україні має бути вбудованою також і система цифрових технологій. Застосування мобільних додатків, орієнтованих на екологічні технології, надає агровиробникам можливість доступу та обміну інформацією в режимі реального часу, створювати нові варіанти кооперації, об'єднувати еколого-відповідальних виробників і споживачів сільськогосподарської продукції. Мобільні додатки (такі як «OrganicHelper» і «AgroportEx.bio») є дієвими і простими інструментами для вивчення та моніторингу актуальних потреб учасників органічного ринку, а також розробки сталих стратегій розвитку агровиробників органічної продукції.

### Література:

1. Цілі сталого розвитку. Україна. 2019. Моніторинговий звіт. (2020). 92 с.
2. Фесенко, Т. Г., Фесенко, Г. Г., Фесенко, Г. В. (2016) Концептуальна модель офісу управління проектами органічного виробництва. *Управління розвитком складних систем*, 27, 92–100.
3. Фесенко, Т. Г., Фесенко, Г. Г. (2016). Гендерні аспекти архітектури програми розвитку аграрного сектору економіки України. *Управління проектами: Стан та перспективи: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції*. Миколаїв, 152–154.
4. Arogundade, O., Abayomi-Alli, A., Adesemowo, K., Bamigbade, T., Odusami M., Olowe, V. (2020). Smart mobile application for intelligent market for marketing organic products. *Responsible design, implementation and use of information and communication technologies. I3E 2020. Lecture notes on computer science*, volume 12066. Springer, doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5\_23.