

Аналіз пошукових Інтернет-запитів з моніторингу сільськогосподарських машин та обладнання

У статті наведено аналіз пошукових запитів споживачів у пошукових системах у 2016 році в контексті вітчизняної сільськогосподарської техніки та обладнання. Аналіз показав, що попит на машини для рослинництва значно перевищує попит на техніку для тваринництва. В ґрунтообробній техніці найбільш популярними знаряддями є культиватори, плуги та борони. Кількість запитів щодо сівалок в середньому дорівнює кількості запитів стосовно кожного з популярних ґрунтообробних знарядь; розкидачі добрив мало цікавлять вітчизняних аграріїв. У галузі тваринництва найбільш популярним запитом є напувалка.

Ключові слова: пошуковий запит, трактори, ґрунтообробна техніка, рослинництво, тваринництво, машинобудівні заводи.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій принцип Парето трактують так: 80% успіху виробничої кампанії залежить від стратегії маркетингу – змісту та способу надання потенційним покупцям інформації про товар або послуги, і лише 20% - від самого виробництва. Стрімкий розвиток інформаційних технологій за останні роки надає широкі можливості для окремих осіб вільно передавати і приймати інформацію, а також відкриває миттєвий доступ як до освоєних знань, так і до будь-якої інформації про плани отримання знань і характеризується як інформаційна ера.

Ідея інформаційної ери пов'язана з концепцією цифрового століття або цифрової революції і включає наслідки промислової революції: переходу від традиційної промисловості через індустріалізацію до економіки, яка заснована на маніпуляції інформацією [1]. Широкі можливості майже миттєво і відносно недорого розповсюджувати інформацію по усьому світу надає Інтернет. Завдяки Інтернету стали можливі фантастичні за швидкістю втілення різноманітні бізнес-проекти: від ігор та он-лайн сервісів до продажу продукції навіть виготовленої за startup проектами.

Яскравими прикладами «миттєвої» реакції мільйонів інтернет-користувачів на своєчасні проекти (стартапи) можна назвати:

- розважальна індустрія:

- Angry Birds – понад 10 мільйонів завантажень менш ніж за 3 дні після найбільш вдалого релізу та більше ніж 3 мільярди завантажень з моменту випуску у 2009 році [2];

- Rocketop Go – за перший місяць після першого релізу гру завантажили лише з офіційного магазину більш 100 мільйонів раз, щоденний прибуток авторів – понад 10 млн. доларів [3];

- Slither – за 3 місяці її скачали більш ніж 68 мільйонів раз, прибуток – порядку 100 тис. доларів за добу [4];

- онлайн сервіси:

- UBER – найдорожчий стартап у світі. Згідно з останніми даними, зараз компанія оцінюється у \$62,5 млрд. та присутня у десятках держав і сотнях місць [5];

- BlaBlaCar – за час існування на території Європи, Росії та України об'єднала більше 30 млн. користувачів, дозволила водіям зекономити більш 275 млн. євро, понад 700 тис. тону викиду CO₂;

- високотехнологічна продукція:

- XIAOMI - китайський виробник гаджетів встановив рекордно низькі ціни на свої пристрої не на шкоду якості, лише у 2013 році компанія продала 18,7 млн одних тільки смартфонів. Обсяг залучених Xiaomi інвестицій становить \$507 млн. Оціночна вартість компанії \$10 млрд [6].

За цих обставин виникає питання: «чи шукають вітчизняні споживачі сільськогосподарську техніку через Інтернет і чи можливо вітчизняну сільськогосподарську техніку просувати на ринку з використанням Інтернету?»

Основна частина. Найпоширеніші пошукові системи дають можливість не лише робити пошуки з потужними налаштуваннями, але й мають сервіси для аналізу пошукового інтересу користувачів до конкретних тематик та підбору ключових слів для розкручування сайтів. Такі сервіси дають можливість оцінити, наприклад, скільки запитів у певній пошуковій системі було за певною тематикою в певний період та в певних регіонах.

Аналіз пошукових запитів у тематиці «трактор» за даними сервісу Яндекс – такий. Вордстат дав 395000 пошукових запитів в Україні за 2016 рік, а розподіл за марками тракторів наведено на рис. 1. З цього видно, що найбільшим попитом у населення України користуються трактори марок МТЗ та ЮМЗ, тобто з потужністю до 100 к.с., що дає вітчизняним машинобудівним заводам орієнтир на виробництво переважно сільськогосподарських машин саме для агрегативання з цими тракторами.

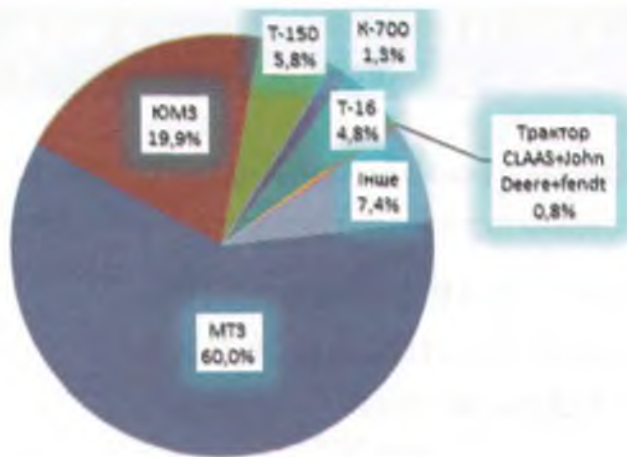


Рис. 1 – Розподіл пошукових запитів за напрямком «трактори» в Україні у 2016 році

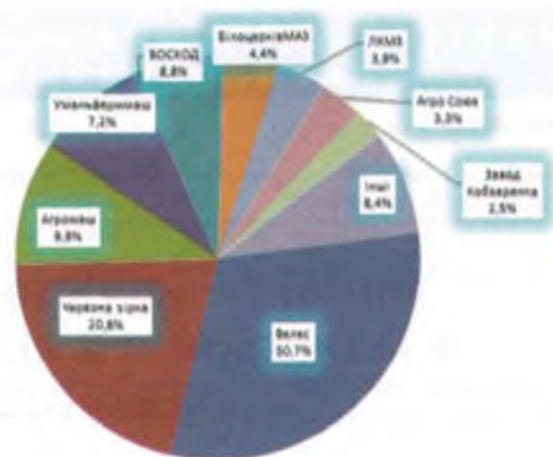


Рис. 3 – Розподіл пошукових запитів щодо вітчизняних машинобудівних підприємств у 2016 році



Рис. 2 – Кількість пошукових запитів сільськогосподарських машин та агрегатів за галузями рослинництва і тваринництва

Аналіз пошукових запитів найбільш поширених сільськогосподарських машин та агрегатів за галузями рослинництва та тваринництва наведено на рис. 2. З цього видно, що:

- попит на машини для рослинництва значно перевищує попит на машини для тваринництва;
- у ґрунтообробній техніці найбільш популярними знаряддями є культиватори, плуги та борони;
- кількість запитів щодо сівалок у середньому дорівнює кількості запитів стосовно кожного з найбільш популярних ґрунтообробних знарядь;
- кількість запитів щодо обприскувачів перевищує майже в два рази кількість запитів стосовно сівалок та ґрунтообробних знарядь;
- розкидачі добрив мало цікавлять вітчизняних аграріїв;
- серед обладнання для збирання врожаю більш популярними є запити «жатка» для комбайнів;
- у галузі тваринництва найбільш популярним запитом є «напувалка»;
- на обладнання для переробки та зберігання зерна спостерігаються практично однакові та незначні пошукові запити.

Серед майже 10000 пошукових запитів вітчизняних споживачів у 2016 році щодо вітчизняних машинобудівних підприємств (рис. 3) можна виділити три найбільш популярних заводи: «Велес» - 31% від усіх пошукових запитів; «Ельворті» («Червона зірка») - 21%, «Краснянське СП «Агрошарп» - 10%.

Висновки. Сьогодні, в період інформаційної ери, Інтернет є джерелом як розповсюдження інформації, так і засобом для визначення інтересів споживачів. Серед енергетичних засобів вітчизняних користувачів найбільше цікавлять трактори МТЗ та ЮМЗ. Попит на обладнання для рослинництва значно перевищує попит на обладнання для тваринництва. У галузі рослинництва найбільш та майже однаково популярними машинами, за даними пошукових запитів, є культиватори, плуги, борони, сівалки, а кількість пошукових запитів щодо обприскувачів майже в два рази більша. Серед вітчизняних машинобудівних підприємств найбільш «розкрученими» в Інтернеті є «Велес», «Ельворті» («Червона зірка»), «Краснянське СП «Агрошарп».

Література

1. https://ru.wikipedia.org/Информационная_эра
2. http://www.tasteofbusiness.com/uspeh_angry_birds.html
3. <https://se7en.ws/pokemon-go-skachali-bolee-100-millionov-raz/>
4. <https://tjournal.ru/30201-sozdatel-igri-slitherio-stal-zarabativat-na-nei-100-tisyach-dollarov-v-den>
5. <http://igate.com.ua/news/13413-istorii-uspeha-uber-samyj-dorogoj-startap-mira>
6. <http://www.vestifinance.ru/articles/40905>

Анотація. В статті приведено аналіз пошукових запитів користувачів в пошукових системах в 2016 році в контексті російської сільськогосподарської техніки та обладнання. Аналіз показав, що попит на машини для рослинництва значно перевищує попит на техніку для тваринництва. В ґрунтообробній техніці найбільш популярними знаряддями є культиватори, плуги та борони. Кількість запитів щодо сівалок у середньому дорівнює кількості запитів стосовно кожного з найбільш популярних ґрунтообробних знарядь. Кількість запитів щодо обприскувачів перевищує майже в два рази кількість запитів стосовно сівалок та ґрунтообробних знарядь. Розкидачі добрив мало цікавлять вітчизняних аграріїв. Серед обладнання для збирання врожаю більш популярними є запити «жатка» для комбайнів. У галузі тваринництва найбільш популярним запитом є «напувалка». На обладнання для переробки та зберігання зерна спостерігаються практично однакові та незначні пошукові запити.

Summary. The article presents an analysis of search

queries of consumers in search engines in 2016 in the context of domestic agricultural machinery and equipment. The analysis showed that the demand for machinery for plant growing significantly exceeds the demand for machinery for livestock. As for the soil cultivation machinery, the most popular tools are cultivators, plows and harrows. The number of requests of seeders is on average

equal to the number of requests for each of the popular tillage tools; spreaders of fertilizers are of little interest to domestic farmers. In the field of animal husbandry, the most popular request is a drinking bowl.

Стаття надійшла до редакції 17 липня 2017 р.
