

МЕХАНИЗМ СОЗДАНИЯ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ФЕРМЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Брозгунова Надежда Петровна,
доцент кафедры математики, физики
и информационных технологий
ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ,
г. Мичуринск, РФ
nadyazhm@mail.ru

Хоцюн Альберт Грантович,
студент 2 курса
Инженерного института
ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ,
г. Мичуринск, РФ

Аннотация: Статья посвящена проблеме создания мобильных приложений для решения задач реализации аграрной продукции, произведенной в крестьянских (фермерских) хозяйствах.

Ключевые слова: приложение, мобильное приложение, аграрная продукция, реализация, фермерские хозяйства.

Проблема реализации фермерской продукции в настоящее время все еще является весьма актуальной. С одной стороны, фермеры не имеют полноценного доступа к определенным рынкам сбыта продукции, с другой – конечный потребитель не имеет возможность купить продукцию, произведенную в К(Ф)Х напрямую у фермера. Все это требует определенных разработок в решении данного вопроса, одним из вариантов может стать создание мобильных приложений по реализации продукции К(Ф)Х.

Действующим производителям нужно иметь понимание о том, как продать выращенный урожай, и немалую роль здесь играет маркетинг. Чтобы

успешно продавать продукцию, она должна быть качественной, эстетичной (не говоря уже о наличии необходимых документов). О проблеме потребительской привлекательности мы уже говорили – это одна из причин, почему российские овощи и фрукты продаются хуже. Кроме того, в условиях интернет-технологий не стоит забывать о том, что наличие качественного, информативного веб-сайта и / или мобильного приложения является залогом любого успешного бизнеса. Чтобы о вас узнали, как можно быстрее, займитесь активным продвижением в Сети – именно так поступают малые фермерские хозяйства для того, чтобы выйти напрямую на конечного потребителя. На сегодняшний день не сложно попасть «на полку» интернет-магазина фермерской продукции или в каталог сайтов-агрегаторов, объединяющих производителей и покупателей. Кроме того, не лишним будет ознакомиться с интернет-ресурсами, на которых публикуются государственные и коммерческие тендеры.

Когда фермер принял решение о необходимости создания интернет-магазина и / или мобильного приложения, ему нужно определиться, какой тип приложения выбрать. А разработчик приложения должен хорошо знать и понимать преимущества и недостатки всех способов его создания.

Всего существует три типа мобильных приложений: нативные, веб-приложения и гибридные решения.

Нативные приложения – это приложения, разработанные на “родном” для платформы языке (для Android – это Java, а iOS – objective-C). Они пишутся на языках программирования, утвержденных разработчиками программного обеспечения, под каждую конкретную платформу. Приложения загружаются через магазины приложений (App Store, Google Play и т. д.) и устанавливаются в ПО смартфона.

Особенности нативных приложений:

1. имеют доступ к аппаратной части устройств, то есть могут использовать такие функции смартфона, как камера, микрофон, геолокация, адресная и т. д.,

2. могут полностью или частично работать даже при отсутствии интернет-соединения,

3. всегда точно соответствуют всем возможностям конкретного устройства, оптимизированы под конкретные операционные системы.

Веб-приложения – это мобильная версия сайта, только с расширенным интерактивом. Такие приложения не требуют установки, а работают в браузере телефона. Поэтому их написание не привязано к конкретной платформе, а само приложение не может использовать функции смартфона.

Особенности веб-приложений:

1. одно приложение может работать на всех устройствах и платформах,

2. не могут использовать другие функции телефона, такие как камера или геолокация,

3. нельзя размещать в магазине приложений для конкретных устройств.

Гибридные мобильные приложения – это кроссплатформенные приложения, которые имеют возможность работать с ПО телефона. По сути, это сочетание некоторых функций нативного и веб-приложения. Качество и возможности гибридных приложений зависят от фреймворка, которым пользовался разработчик.

Особенности гибридных мобильных приложений:

1. загружаются из магазина приложений, при этом имеют возможность независимого обновления информации,

2. для работы требуют подключение к интернету, так как при отсутствии интернет-соединения веб-функции не работают,

3. позволяют компаниям сочетать преимущества родных (нативных) приложений с долговечностью или технологической актуальностью, обеспечиваемой последними веб-технологиями.

Выбор типа мобильного приложения зависит от целей такой разработки. Компаниям, планирующим разработку приложения, также

необходимо учитывать время, бюджет и ресурсы для разработки и поддержки этого решения.

ТИП ПРИЛОЖЕНИЯ	ДОСТУП К ФУНКЦИОНАЛУ УСТРОЙСТВА	СКОРОСТЬ РАБОТЫ ПРИЛОЖЕНИЯ	СТОИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ	РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЧЕРЕЗ МАГАЗИН	ПРОЦЕСС ОДОБРЕНИЯ ПРИЛОЖЕНИЯ
НАТИВНОЕ	ПОЛНЫЙ	ВЫСОКАЯ	ВЫСОКАЯ	ДОСТУПНО	ОБЯЗАТЕЛЕН
ГИБРИДНОЕ	ЧАСТИЧНЫЙ	СРЕДНЯЯ Зависит от скорости интернета	ДОСТУПНАЯ	ДОСТУПНО	ОБЯЗАТЕЛЕН
ВЕБ	ОТСУТСТВУЕТ	СРЕДНЯЯ Зависит от скорости интернета	ДОСТУПНАЯ	НЕДОСТУПНО	ОТСУТСТВУЕТ

В таблице ниже приведены основные критерии для сравнения различных типов мобильных приложений.

Но, несмотря на всю эту многосложность, определиться с выбором технологии для разработки приложения очень просто.

Так, например, разработка нативных приложений имеет высокую стоимость и будет оправдана только в том случае, если вам нужно создать сложное, ресурсозатратное приложение, для которого важна высокая скорость обработки данных. Это могут быть игры, приложения с большим количеством анимации и массивных вычислений. Если же пользователю от вас не нужно ничего, кроме информации, которую он мог бы получить с телефона при наличии интернета, то имеет смысл сделать веб-приложение.

Таким образом, подводя итоги всему вышесказанному, можно смело утверждать, что для части потенциальных заказчиков – представителей малого и среднего бизнеса – использование сложных технологий для разработки нативных приложений более чем нецелесообразно из-за больших финансовых и временных затрат.

При этом важно понимать, что любой предприниматель заинтересован в эффективном маркетинговом инструменте, с помощью которого можно успешно решать такие важные задачи бизнеса, как привлечение новых клиентов и их удержание, внедрение различных программ лояльности.

В этом случае лучшим решением будет разработка гибридного мобильного приложения.

Преимущества гибридных приложений:

1. Гибридные приложения привлекательны для клиентов как в плане доступности цены, так и в плане высокой скорости его разработки.

2. При этом в гибридные приложения можно легко и оперативно вносить изменения, так как они имеют возможность независимого обновления, в то время как нативное приложение после каждого обновления надо повторно размещать в магазине приложений.

3. Неоспоримым преимуществом гибридных приложений является то, что такая разработка позволяет создавать приложение сразу под обе платформы: Android и iOS, то есть не требует отдельной разработки под каждую платформу.

4. Также гибридное приложение не занимает место в памяти телефона, так как оно хранится на серверах платформы.

Следует отметить, что качество и возможности гибридных приложений в первую очередь зависят от фреймворка, которым пользовался разработчик. Поэтому важно ответственно подойти к выбору платформы, на которой будет создаваться и конструироваться мобильное приложение.

Также надо помнить о важности детального изучения рыночной ниши, для которой разрабатывается приложение. Разработчик должен сам отлично разбираться в проблемах и потребностях пользователей приложения. Именно это позволит ему предлагать потенциальному заказчику решения конкретных задач при помощи мобильного приложения, а не просто факт создания приложения ради приложения. Ведь этот инструмент создается в первую очередь для клиентов, поэтому важно сделать его интересным и полезным для них.

Список использованных источников

1. Дейтел П., Дейтел Х., Дейтел Э., Моргано М. Android для программистов: создаем приложения. – СПб.: Питер, 2013. – 560 с.: ил

MECHANISM OF CREATING A MOBILE APPLICATION FOR THE IMPLEMENTATION OF FARM PRODUCTS

Brozgunova N.P.

university lecturer

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Khotsoian A.G.

Student

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Abstract: the Article is devoted to the problem of creating mobile applications for solving the problems of realization of agricultural products produced in peasant (farm) farms.

Keywords: application, mobile application, agricultural products, sales, farms.