

*Н. Ю. Лукьянова*

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Представлены результаты анализа информационных потребностей, информационной инфраструктуры агропромышленного комплекса Калининградской области, а также концепция информационного обеспечения сельскохозяйственных товаропроизводителей региона в сети Интернет.*

*This article presents the results of analysis of information needs and information infrastructure of the Kaliningrad region's agricultural sector and offers a concept of information support to the regional agricultural producers on the Internet.*

**Ключевые слова:** агропромышленный комплекс, информационное обеспечение, Интернет.

**Key words:** agricultural sector, information support, the Internet.

Сельскохозяйственные товаропроизводители Калининградской области – представители малого и среднего бизнеса – зачастую испытывают затруднения в получении необходимой им информации. (Обобщенная отраслевая структура системы информационного обеспечения агропромышленного комплекса (АПК) представлена на рис.) В Калининградской области не получили должного развития информационно-консультационная деятельность в сфере АПК и система информации о рынке, функционирующей в России с конца 90-х гг. интернет-ресурс «Информационная сеть сельхозпредприятий стран Балтийского моря» (домен [www.agro39.ru](http://www.agro39.ru), зарегистрирован в середине 2008 г.), позиционирующий себя как «первый официальный агропортал Калининградской области» (до настоящего времени по ряду объективных причин не востребован у потенциальных пользователей).

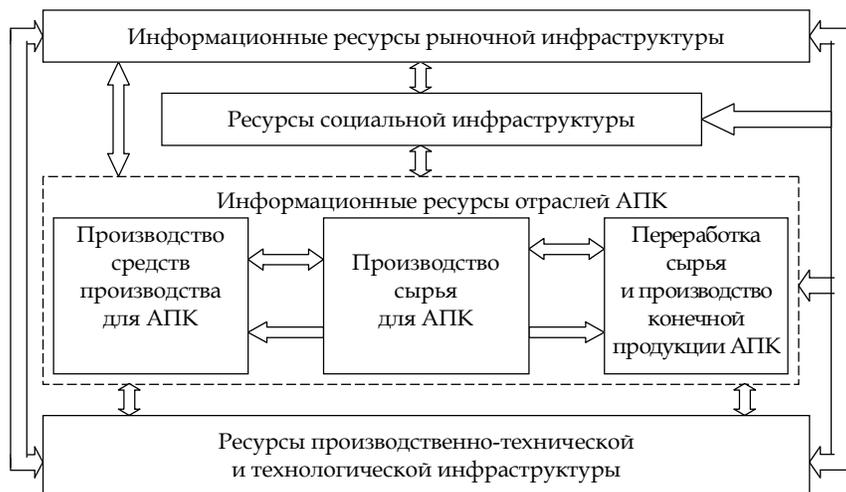


Рис. Система информационных ресурсов и информационных потоков в отраслевой структуре АПК

На федеральном уровне осознается острота данной проблемы. Так, в ведомственной целевой программе «Создание Единой системы информационного обеспечения агропромышленного комплекса (АПК) РФ (на 2008–2010 годы)» констатируется, что современное состояние системы информационного обеспечения субъектов рыночной деятельности в аграрном секторе экономики является узким местом и сдерживает его развитие.

Наиболее простым и экономически выгодным решением проблемы неразвитости информационной инфраструктуры АПК области, по нашему мнению, может быть использование возможностей глобальной сети Интернет. В условиях дефицита финансовых средств и географической удаленности субъектов хозяйствования агропромышленного рынка средства Интернет позволяют свести к минимуму затраты на обмен и распространение информации. Нами

разработана Концепция специализированного интернет-ресурса аграрной направленности для создаваемого в регионе некоммерческого партнерства «Агросоюз Калининградской области», который планирует объединить отраслевые общественные организации, представителей малого и среднего бизнеса, сельскохозяйственных производителей региона. Такой интернет-портал может стать инструментом эффективного и полноценного бизнес-взаимодействия сельскохозяйственных товаропроизводителей, позволит получать квалифицированную помощь в подготовке решений, вести полноценную рыночную деятельность, способствуя повышению конкурентоспособности региональных сельхозтоваропроизводителей малого и среднего бизнеса, фермеров, личных подсобных хозяйств (сельских подворий) не только на региональном, но и на межрегиональном уровне.

Миссия портала сформулирована следующим образом: «стать тесным связующим звеном субъектов хозяйствования агропромышленного сектора экономики Калининградской области». Основная цель — создание эффективного инструмента информационного дистанционного взаимодействия субъектов хозяйствования агропромышленного сектора экономики Калининградской области для повышения их конкурентоспособности, включает следующие подцели.

1. Создание информационной среды для подготовки и реализации программ и проектов в области АПК Калининградского региона (федерального, окружного, межрегионального и регионального значения).

2. Повышение конкурентоспособности АПК региона в межрегиональной конкуренции.

3. Повышение роли органов государственного управления АПК, некоммерческого партнерства «Агросоюз» в информационном воздействии на процесс формирования регионального аграрного рынка, повышении конкурентоспособности АПК Калининградской области.

4. Информационное обеспечение органов государственного управления АПК, некоммерческого партнерства «Агросоюз» (оперативная обратная связь) для формирования и реализации аграрной политики, в том числе выработки мер государственной поддержки социально-экономического развития села.

5. Обеспечение всех субъектов аграрного рынка Калининградской области объективной, оперативной и качественной информацией для подготовки принятия рациональных управленческих решений при производстве и реализации агропромышленной продукции (услуг) и некоторые другие.

Результаты оценки уровня развития существующей интернет-среды для отечественных сельхозтоваропроизводителей в регионах свидетельствуют о положительном опыте работы агропромышленных интернет-ресурсов [2, с. 6–9]. Успешно функционируя более 10 лет, они неизменно следуют своей концепции, увеличивая капитализацию. В то же время часть интернет-ресурсов остановилась в своем развитии, хотя и продолжает функционировать на тех сервисах, которые не требуют информационной поддержки. Многие интернет-ресурсы претерпели значительные изменения (от идеологии до принципов информационной поддержки и структуры информационного наполнения), в том числе и главный агропромышленный портал Министерства сельского хозяйства РФ. В регионах, как правило, полноценно функционирует один интернет-ресурс, поддерживаемый региональными властями или общественными организациями.

В ходе исследования было выделено три основных группы наиболее типичных отраслевых интернет-ресурсов регионального уровня. Во-первых, это интернет-ресурсы общественных организаций — союзов сельскохозяйственных товаропроизводителей национального и регионального значения. Эти ресурсы по сути являются визитными карточками общественных организаций с минимальными затратами на информационную поддержку, техническое сопровождение, с минимальными интерактивными возможностями. Частичная окупаемость таких ресурсов осуществляется за счет членских взносов и интернет-рекламы. Во-вторых, это интернет-ресурсы организаций, предоставляющих информационно-консультационные услуги для сельхозтоваропроизводителей в регионах. Финансируемые из бюджетов разных уровней, за счет интернет-рекламы, сайты являются инструментами отраслевого информирования и консультирования. В-третьих, это интернет-ресурсы представляющие региональные агропромышленные комплексы. Финансируемые из региональных бюджетов, за счет оказания платных услуг, интернет-рекламы сайты представляют собой инструменты отраслевого информирования и дистанционного взаимодействия.

Отдельно отметим группу узкоспециализированных интернет-ресурсов, позиционирующих себя как порталы. Это, как правило, независимые проекты — площадки информационного взаимодействия сельхозтоваропроизводителей, функционирующие на принципе самоку-

паемости за счет предоставляемых платных услуг, в том числе интернет-рекламы. Как показали результаты опроса сельхозтоваропроизводителей Калининградской области, сегодня в регионе существует острая потребность именно в таком типе интернет-ресурса.

Уровень развития информационной инфраструктуры АПК в области, в том числе степени проникновения Интернета, характеризуют следующие результаты социологических исследований. На сегодняшний день:

- 29 % селян РФ являются пользователями Интернета, как правило, это жители Северо-Западного федерального округа [3];

- в интегральном рейтинге информационного развития субъектов РФ Калининградская область занимает 11 место после Москвы, С.-Петербурга, Томской обл., Чувашской Республики, Тюменской области, Республики Карелия, Хакасия, Мурманской, Челябинской и Ярославской обл. [4];

- по доступности и уровню проникновения домашнего Интернета Калининградская область находится в числе ведущих регионов РФ (после Москвы и С.-Петербурга, Камчатского и Приморского краев, Сахалинской, Ленинградской, Мурманской, Магаданской и Челябинской обл.): так, доля пользующихся домашним Интернетом в регионе составляет 33 % от общей численности жителей региона, а доля семейного бюджета, отводимая на среднемесячные затраты на Интернет, составляет 3 % [5].

Национальная политика в области информатизации предусматривает значительное увеличение пользователей Интернетом через 5 лет. Из генеральной совокупности потенциальных пользователей портала, основную часть которых предположительно будут составлять члены некоммерческого партнерства «Агросоюз», сельскохозяйственные товаропроизводители всех форм собственности, включая личные хозяйства населения, в соответствии со стратегией к 2015 г. около 68 тыс. планируется подключить к сети Интернет. Состав потенциальных пользователей портала значительно шире, включает также следующие целевые группы: органы управления АПК Калининградской области, перерабатывающие предприятия пищевкусовой промышленности и других отраслей, поставщики ресурсов для АПК, организации технологической инфраструктуры АПК (обеспечивающие хранение, заготовительные организации, агрохимическая, мелиоративная, ветеринарная, племенная службы, служба защиты растений) и др.

Маркетинговое исследование целевой аудитории базовой версии интернет-портала некоммерческого партнерства «Агросоюз» проводилось нами посредством анкетирования репрезентативной группы сельскохозяйственных товаропроизводителей Калининградской области (крестьянские фермерские и личные подсобные хозяйства (КФХ, ЛПХ), хозяйства населения, индивидуальные предприниматели (ИП), кооперативы, предприятия среднего бизнеса (ЗАО, ООО, ОАО) всех муниципальных образований области). В результате было выделено четыре группы потенциальных пользователей портала.

1. Потенциальные пользователи (заинтересованные в информационном ресурсе, пользующиеся (38,8 % опрошенных), собирающиеся пользоваться (10,2 %) и готовые, но не имеющие возможности пользоваться Интернетом (30,6 %)).

2. Потенциальные активные пользователи (30,6 % опрошенных, для которых предпочтительным способом получения информации является специализированный сайт в Интернете).

3. Потенциальные участники (61,2 % опрошенных, готовые зарегистрироваться и предоставить информацию о своем бизнесе на портале на бесплатной основе. Подавляющее большинство готовы при этом стать участниками форума и торговой системы).

4. Потенциальные участники – пользователи платных услуг (41,8 % опрошенных готовы получать информацию через портал на платной основе).

Прогнозируемый портрет пользователя портала, занимающегося сельскохозяйственным производством (растениеводством и животноводством – около 90 %), переработкой (пищевкусовое производство около – 8 %) и реализацией (торговля агропромышленной продукцией – около 2 %), можно охарактеризовать следующими структурными показателями:

1. Информационные потребности потенциальных пользователей портала: реализация продукции (30,6 % опрошенных), поставщики (16,3 %), право (14,3 %), общая информация для фермеров (14,3 %), ценовая информация (12,2 %), новые технологии (12,2 %), организация (развитие) бизнеса (12,2 %), новости АПК, форум, рыночные исследования, обучение, ветеринария (по 4 %).

2. Потенциальные активные пользователи информационных ресурсов портала: 33,3 % – КФХ, 26,7 % – кооперативы, 20,0 % – ЛПХ, 13,3 % – ЗАО, ООО, ОАО, 6,7 % – ИП.

3. Потенциальные участники портала: 33,33 % – КФХ, 30,0 % – ЛПХ, 20,0 % – кооперативы, 13,34 % – ЗАО, ООО, ОАО, 3,33 % – ИП.

4. Структура информационных потребностей потенциальных участников – пользователей платных услуг портала: реализация продукции (18,4 % опрошенных), новые технологии, право, общая информация для фермеров, ценовая финансовая информация (по 6,1 %), поставщики, обучение, новости АПК (по 4,1 %), рыночные исследования, ветеринария (по 2 %).

К исследованию были привлечены пять экспертов в области информационного обеспечения, организации и управления АПК.

Базируясь на результатах оценки информационных потребностей, сформированного портрета пользователя портала, а также на результатах экспертных оценок была разработана структура базовой версии портала, а также сформулировано стратегическое направление его развития.

Разработку базовой версии портала предлагается вести в соответствии с теорией стратегического менеджмента в рамках стратегии дифференциации «узкая специализация портала» (частичный охват целевых групп пользователей, узкий спектр информационных услуг, региональный уровень, самокупаемость). Базовая версия может быть сориентирована на основные информационные потребности членов «Агросоюза» и сельхозтоваропроизводителей региона, а также платежеспособных потенциальных участников портала – пользователей платных услуг при минимальных затратах на техническое сопровождение и информационную поддержку портала. Узкую специализацию базовой версии портала предлагается усилить акцентированием информационных разделов именно на региональной составляющей. Это будет способствовать продвижению портала на национальном уровне.

Предложенная структура портала включает три основных части:

- блог министра сельского хозяйства Калининградской области;
- агросоюз (Об «Агросоюзе» Калининградской области: миссия, задачи, структура организации, месторасположение, контакты, дневник мероприятий и др. Блог руководства «Агросоюза». Корпоративный интернет-ресурс «Агросоюза»). Услуги: информация об услугах, предоставляемых «Агросоюзом» на коммерческой основе);

- новости (АПК Калининградской области. Статистика по АПК региона. Законодательство, Постановления Правительства области по региональному АПК, региональные программы развития и проекты по АПК. Цены на сельскохозяйственную продукцию, сельскохозяйственную технику, ГСМ, удобрения, молодняк, племенной скот, семена, услуги предприятий и служб специализированного обслуживания сельхозтоваропроизводителей и др.).

В раздел интерактивно-информационного взаимодействия предлагается включить следующие подразделы: торговая система (визитные карточки участников, торговая площадка); форум участников (по тематическим разделам); консультации (по тематическим разделам).

Сервисный раздел может включать следующие сервисы: административные сервисы (вход в систему, регистрация участников, ограничение доступа, сбор статистики посещений портала и др.); информационные сервисы (поиск по portalу, реклама эффективности портала, реклама услуг портала); обратная связь с администратором портала (о работе портала); карта портала; элементы «раскрутки» портала и некоторые др.

Прогноз эффективности базовой версии портала на предпроектной стадии был сделан путем оценки окупаемости затрат на предпроектные работы, проектирование, внедрение и эксплуатацию базовой версии в течение первого года за счет платных услуг, предоставляемых посредством портала (без привлечения дополнительных ресурсов), с учетом основных внешних и внутренних рисков недостижения порталом приемлемой капитализации. При оценке эффективности не учитывались затраты на продвижение и «раскрутку» портала. Было выявлено, что окупаемость затрат может быть достигнута за год в случае предоставления услуг портала 65 организациям. Минимальные затраты на годовое обслуживание портала (хостинг, техническое сопровождение, администрирование, информационную и юридическую поддержку) окупятся за год в случае предоставления услуг портала 22 организациям.

В стратегической перспективе к portalу может быть применена «стратегия диверсификации» (максимально возможный охват целевых групп пользователей, рациональный набор услуг, национальный и международный уровень, получение прибыли).

#### Список литературы

1. *Целевая* программа ведомства «Создание Единой системы информационного обеспечения агропромышленного комплекса России (2008–2010 годы)» [сайт МСХ РФ]. URL: [http://www.mcx.ru/index.html?he\\_id=1012&doc\\_id=20598](http://www.mcx.ru/index.html?he_id=1012&doc_id=20598).

2. *Отчет* о НИР «Исследование информационных систем в АПК региона» (№гос. регистрации 01.200.119163, инв. №0220.0501006-) / рук. Н.Ю. Лукьянова. Калининград, 2004.

3. *Зачем* россиянам Интернет? Пресс-выпуск ВЦИОМ №1317 от 17.09.2009. URL: <http://wciom.ru/novosti/press-vypuski/press-vypusk/single/12441.html>.

4. *Рейтинг* информационного развития субъектов Российской Федерации. Институт статистических исследований и экономики ВШЭ. Информационный бюллетень. Вып. 2 от 29.10.2008. URL: <http://issek.hse.ru/rating2>.

5. *Павел Лебедев*. Где в стране доступный домашний интернет? Пресс-релиз Мегаопроса «Георейтинг». 3–17 июня 2009 года. Фонда «Общественное Мнение» URL: [http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi\\_int/dostup\\_int09](http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_int/dostup_int09).

6. *Стратегии* развития информационного общества в РФ // Российская газета. 2008. 16 февр. С. 16.

7. *Живаев А.П.* Услуги информационно-консультационной службы и методы оценки эффективности ее функционирования // Аграрный вестник Урала. 2008. №8 (50). С. 28–31.

### **Об авторе**

Н. Ю. Лукьянова – канд. экон. наук, доц., РГУ им. И. Канта, [lnu\\_lnu@mail.ru](mailto:lnu_lnu@mail.ru).

### **Author**

Dr. N. Lukyanova, Associate Professor, Department of Marketing and Commerce, IKSUR, [lnu\\_lnu@mail.ru](mailto:lnu_lnu@mail.ru)