

АГРАРНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

УПРАВЛЕНИЕ РЫНКОМ ИНФОРМАЦИИ СЕЛЬХОЗТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Ю. Н. Тетерин, к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент» НГИЭИ

Аннотация. Рассмотрена структура рынка информации сельхозтоваропроизводителя. Определена роль производителя сельскохозяйственной продукции на рынке информации как потребителя информации и информационных технологий. Приведены методы и порядок управления рынком информации со стороны сельхозтоваропроизводителя с целью эффективного получения им необходимой информации.

Ключевые слова: сельхозтоваропроизводитель, управление рынком, информация, информационные технологии, структура рынка информации, эффективность информационной услуги

Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008–2012 годы предусматривает:

- формирование государственных информационных ресурсов в сфере сельского хозяйства и обеспечения доступа к ним органов государственной власти, органов местного самоуправления, а также хозяйствующих субъектов агропромышленного комплекса и населения;
- обеспечение предоставления государственных услуг по информационному обеспечению сельскохозяйственных товаропроизводителей всех форм собственности на основе развития информационно-телекоммуникационной системы агропромышленного комплекса России, автоматизированной информационной системы Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, системы информации о рынках сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия и системы дистанционного мониторинга земель сельскохозяйственного назначения с учетом перехода на отечественное оборудование дистан-

ционного зондирования земли в рамках системы информационного обеспечения.

В современной глобальной экономике значение информации, информационных технологий трудно переоценить. В рыночной экономике, характеризующейся огромным количеством информации, необходимой для принятия решений, информационные технологии являются мощным инструментом, позволяющим в кратчайшие сроки получить ту или иную информацию. В сельском хозяйстве, характеризующемся удалённостью субъектов бизнеса как друг от друга, так и от крупных промышленных центров, внедрение информационных технологий в практику работы производителей сельскохозяйственной продукции повышает эффективность управления сельскохозяйственным производством. Использование информационных технологий необходимо также при организации управления агропромышленным комплексом региона. Разработку различных учетных форм для накопления информации, отражающей все стороны деятельности сельскохозяйственной организации, удобно производить с использованием информационных технологий. Использование компьютера, другой современной техники многократно повышает производительность управленческого труда. Большое значение при этом имеет правильный подбор программного обеспечения. Рынок программного обеспечения в настоящее время сформировался. На нем имеется огромное количество разнообразных программ. Каждая из них имеет свои плюсы и минусы. Выбор той или иной программы зависит от многих факторов: потребностей предприятия, организации в анализе и обработке информации; вида информации, которую необходимо получить и переработать; имеющейся в хозяйстве информационной техники; уровня обучения персонала методам сбора информации и приемам работы с той или иной программой; стоимости приобретаемой программы. Большую роль играет применение информационных технологий в практике работы муниципальных управлений сельского хозяйства. Они, как правило, вынуждены работать с большими потоками информации, поступающей от сельхозтоваропроизводителей, вышестоящих и других организаций. Эта информация идет в виде распоряжений, рекомендаций, планов, справочных материалов. Огромное значение имеет внедрение информационных технологий в практику работы региональных органов управления сельским хозяйством. На этом уровне объем информации огромен и разнообразен. От качественной организации и работы информационных систем управления сельскохозяйственным производством на всех уровнях, в конечном счете, зависит эффективность управления сельскохозяйственным предприятием. От своевременности

и необходимого объема информации, получаемой сельхозтоваропроизводителем от различных уровней управления, во многом зависит эффективная работа всей системы управления сельским хозяйством, так как в рыночных условиях хозяйствования условия внешней среды предприятия очень быстро меняются. Для того чтобы эффективно управлять в условиях постоянно меняющейся внешней среды, предприятию необходимо своевременно адаптироваться к изменяющимся условиям. Это предполагает быстрое и качественное получение сельхозтоваропроизводителем информации, ее анализ, разработку или корректировку текущих и стратегических планов, подготовку и принятие управленческих решений.

В нынешней исторической фазе развития цивилизации главными продуктами производства должны стать информация и знания. В этой фазе возрастающие потребности людей в информационных услугах будут обеспечиваться за счёт организации доступа к мировым информационным ресурсам и более информационного взаимодействия людей, возрастания объёма и доли инфокоммуникационных продуктов в мировом производстве [1]. Проблеме внедрения информационных технологий в практику работы сельхозтоваропроизводителей посвящены работы И. А. Семаевой [3], Евстропова [4]. И. А. Семаева предлагает проект создания некоммерческого информационного портала, который может использоваться как предприятиями, объединениями, так и отдельными подсобными хозяйствами и физическими лицами. А. С. Евстропов доказывает возможность и эффективность внедрения информационных технологий для решения комплекса задач цифрового картографирования сельскохозяйственных угодий, задач по учету и анализу производственно-хозяйственной деятельности предприятий АПК, комплекса задач по животноводству и кормопроизводству, включающих расчет численности годового поголовья скота, потребности в отдельных видах кормов, составления рационов кормления животных под заданную продуктивность для экономически сильных хозяйств, где соблюдается технология производства, имеется система оперативного производственного учета.

Внедрение информационных технологий, в частности Интернета, необходимо и возможно для сельскохозяйственных предприятий любой формы собственности, находящихся на любой стадии жизненного цикла. Для этого необходимы определенные шаги, как со стороны предприятия, так и со стороны государства. И, прежде всего, нужно определить, что же действительно необходимо потребителям, какая информация и какие информационные технологии можно задействовать.

С 1 ноября 2010 года на сайте agroinfo.mcsx.ru можно зарегистрироваться как пользователь «Мобильного информера». «Мобильный информер» – это информационный сервис Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, который позволяет получать информацию о ценах на сельскохозяйственные товары в России на мобильный телефон. Через «мобильный информер» можно получать цены на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие, цены на материально-технические ресурсы, используемые в сельском хозяйстве, а также дополнительные виды информации (новости в сфере АПК, курсы валют, погоду в регионах).

В Нижегородской области «специалистам полей (Гагинский район) предстоит пройти курсы обучения на компьютерах, где в электронном виде будут представлены карты – схемы всех полей сельхозпредприятия. Агрономы хозяйств с одобрением отнеслись к такому известию. По их мнению, давно пора переходить от карандашей, линеек и амбарных книг к компьютерным технологиям. Ведь это очень удобно: на экране можно увидеть не только всякое поле и любой его участок, но и характеристику, точные границы, полный анализ почвы, содержание в ней нужных веществ и потребность в конкретных химических и удобрениях» [2]. После овладения приемами работы на компьютере можно осваивать и интернет-технологии.

В Нижегородской области работают более 25 провайдеров интернет-услуг, из которых выделяются 4 наиболее крупных провайдера («ВолгаТелеком» – 278,7 тыс. абонентов, «Эр-Телеком» – 4,3 тыс. абонентов, «Агентство деловой связи» – 7 тыс. абонентов, «Комстар-регионы» – 4,8 тыс. абонентов).

Провайдеры активно инвестируют в свои сети, увеличивая пропускную способность и охват территорий. Развивается беспроводной широкополосный доступ в Интернет по технологиям Wi-Fi и Wi-Max.

Более 220 тыс. домохозяйств города Нижнего Новгорода подключены к сети Интернет, используя широкополосный канал передачи данных.

Организованы 569 пунктов коллективного доступа к сети Интернет (ПКД) в почтовых отделениях.

В Нижнем Новгороде на рынке услуг широкополосного доступа доля Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» составляет 67 %, вторым по величине является «Агентство деловой связи» – примерно 10 %.

Кроме того на рынке областного центра присутствует ряд небольших операторов, но их доля на данный момент не превышает 23 %.

Однако до сих пор рынок предоставления доступа к сети Интернет имеет проблему неразвитости конкуренции предоставления услуги в отдаленных районах области с низкой плотностью населения и как следствие неразвитой телекоммуникационной инфраструктурой, поскольку только ОАО «ВолгаТелеком» имеет собственную региональную сеть передачи данных, которая на данный момент уже не удовлетворяет потребности населения.

Кроме того все операторы мобильной и спутниковой связи предоставляют услуги доступа в сеть Интернет, что повышает конкуренцию на рынке доступа к сети Интернет на всей территории Нижегородской области.

В целом рынок предоставления доступа к сети Интернет за исключением отдельных районов Нижегородской области характеризуется достаточно развитой конкуренцией.

Однако число сельских жителей, пользующихся Интернетом, не превышает 20 % от общей численности сельского населения. Не везде имеются точки подключения, чтобы использовать высокоскоростной Интернет. Цена услуг интернет-доступа ещё достаточно высока для сельского жителя. Развитие рынка услуг доступа к сети Интернет определяют несколько факторов:

- 1) уровень доходов населения;
- 2) уровень развития интернет-инфраструктуры;
- 3) уровень развития инновационного потенциала территории;
- 4) уровень инвестиционного потенциала территории.

Все виды интернет-услуг могут быть разделены на две группы: услуги, востребованные всеми группами потребителей, и специфические услуги, свойственные для некоторых групп пользователей. Посредством исследования устанавливается ассортимент востребованных услуг. Для некоторых групп пользователей предлагается свой специфический набор услуг. Для каждого сегмента разрабатывается свой комплекс услуг. Для контроля и корректировки содержания и качества предлагаемых услуг необходимо осуществлять постоянный мониторинг с целью выявления мнений интернет-пользователей относительно получаемой информации.

Производителей сельскохозяйственной продукции можно знакомить с передовыми технологиями производства, переработки, хранения и сбыта продукции. Интернет-технологии можно использо-

вать для общения пользователей, удалённых друг от друга. Производители сельхозпродукции с помощью Интернета могут получать оперативную информацию о конъюнктуре рынка сельскохозяйственной продукции, о состоянии цен.

В связи с наличием различных продавцов и покупателей информации, представляющей интерес для сельхозтоваропроизводителя, можно говорить о рынке информации. Рынок информации сельхозтоваропроизводителя имеет следующую структуру (рис. 1).

1).

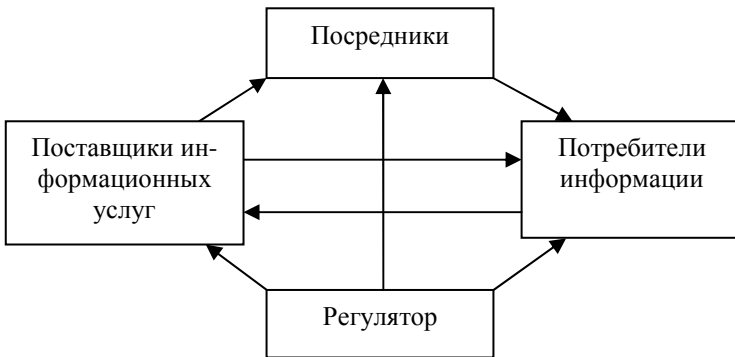


Рис. 1. Структура рынка информации сельхозтоваропроизводителя

Поставщиками информационных услуг на рынке информации сельхозтоваропроизводителя являются: государство и его структуры; муниципальные органы власти; коммерческие информационные компании; научные и образовательные учреждения; различные некоммерческие организации; сельскохозяйственные организации и физические лица.

Посредниками могут быть: различные государственные и коммерческие организации, оказывающие консультационные услуги; интернет-провайдеры; компании, оказывающие услуги сотовой и других видов связи; телевидение; радио; различные печатные средства массовой информации.

Потребителями информационных услуг являются сельскохозяйственные предприятия различных форм собственности, находящиеся в различных стадиях жизненного цикла.

Регулятором рынка является государство и его структуры. Товаром на рынке информации сельхозтоваропроизводителя является информация и информационные технологии.

Сельхозтоваропроизводитель, исходя, прежде всего, из своих интересов, должен управлять рынком информации, представляющей для него определенный инструмент для решения тех или иных проблем функционирования и развития сельскохозяйственного производства. Для этого необходим анализ конъюнктуры данного рынка, определение цели получения информации, организация получения информации, мотивация сельхозтоваропроизводителя решением насущных задач посредством быстрого получения достоверной и качественной информации, контроль эффективности применения полученной информации (рис.2).

Критерием полезности информационной услуги является ее необходимость для решения практической задачи. Практические задачи, возникающие при управлении сельскохозяйственным производством на уровне предприятия, муниципального района и региона, различны по своему содержанию.

Перед сельхозтоваропроизводителем постоянно встают задачи по рациональному приобретению различных ресурсов для организации производства. Поэтому ему необходима обновляемая информация о конъюнктуре различных рынков ресурсов. Эта информация может быть получена из различных источников. Информация может носить общий или конкретный характер, содержать описание и анализ различных характеристик продукции ресурсных рынков (цена, качественные характеристики, условия доставки, условия оплаты, особенности данной продукции, ее применение другими сельхозтоваропроизводителями).

Постоянный интерес для производителя сельскохозяйственной продукции представляет информация о рынках сбыта продукции, которую он производит, так как от эффективной реализации продукции зависит прибыль предприятия.

Не менее полезна информация о действиях конкурентов, так как она позволяет скорректировать планы и делать это эффективно, если есть необходимость принять контрмеры в отношении конкурентов. Полезна также информация о покупателях сельскохозяйственной продукции, структуре их потребностей, модели поведения на рынке.



Рис. 2. Управление рынком информации сельхозтоваропроизводителя

На муниципальном уровне управления полезна и необходима оперативная информация о работе сельскохозяйственных организаций района по различным направлениям производства. Необходимо знать о текущих и стратегических планах сельскохозяйственных и других организаций, входящих в агропромышленный комплекс района.

Это позволяет спланировать работу по регулированию сельскохозяйственного производства и созданию условий для его эффективного функционирования и развития. В настоящее время производитель может получить финансовую поддержку от органов управления регионального и федерального уровней, а также районного. При этом он, как правило, должен участвовать в различных программах развития сельского хозяйства. Чтобы рекомендовать сельскохозяйственному предприятию ту или иную программу, необходимо знать планы его развития и интересы в той или иной области сельского хозяйства. На муниципальный уровень управления сельским хозяйством поступает большое количество информации экономического, социального и правового характера от вышестоящих и других организаций. Эта информация полезна для организации планирования работы и реализации планов управления сельского хозяйства муниципального района. На региональном уровне управления сельским хозяйством полезность информации определяется, прежде всего, созданием благоприятных возможностей для оказания государственных услуг сельхозтоваропроизводителям и другим организациям, связанным с сельским хозяйством и решением проблем продовольственной безопасности и устойчивого развития сельских территорий.

Исследование поставщиков информационных услуг может быть проведено методом опроса клиентов, ранее использовавших данный источник информации. Поставщики информационных услуг обладают различными условиями доступа к информации, могут предоставлять информацию в различных видах, их услуги обладают различной ценовой характеристикой. При исследовании поставщиков информации целесообразно обратиться к услугам экспертов, так как деятельность поставщиков услуг специфична и для ее правильного определения необходимы специальные знания.

Доступность услуги характеризуется удобством ее получения для пользователя. Роль посредников в получении информационной услуги имеет большое значение, когда необходимая информация незнакома получателю или он не может применить ее на практике. В данном случае консультирование дает хороший эффект, так как общение со специалистом в той или иной сфере деятельности помогает экономить время на анализ ситуации и принятие решений. Существует большое разнообразие консультантов. Они могут работать от имени государства или в частном порядке. В сельском хозяйстве имеются государственные организации и коммерческие организации или отдельные физические лица, оказывающие консультационные услуги. Необходимость в оказании консультационных услуг будет возрастать

по мере увеличения конкуренции в сельском хозяйстве и усложнением связей между субъектами рынка, а также при инновационном развитии сельскохозяйственного производства.

Критериями качества информационной услуги являются ее достоверность и надежность. Качество информации можно определить как совокупность свойств, обуславливающих возможность ее использования для удовлетворения определенных в соответствии с ее назначением потребностей. Рекомендуется выделять следующие основные виды показателей качества информации:

- репрезентативность – правильность, качественная адекватность отражения заданных свойств объекта;
- содержательность информации – это ее удельная семантическая емкость, равная отношению количества семантической информации в сообщении к объему данных, его отображающих;
- достаточность означает, что информация содержит минимальный, но достаточный для принятия правильного управленческого решения набор экономических показателей;
- доступность информации для восприятия при принятии управленческих решений обеспечивается выполнением соответствующих процедур ее получения и преобразования;
- актуальность информации – это свойство информации сохранять свою полезность для управления во времени;
- своевременность – это свойство информации, обеспечивающее возможность ее использования в заданный момент времени;
- точность информации – это степень близости отображаемого информацией значения и истинного значения данного параметра;
- достоверность информации – свойство информации отражать реально существующие объекты с необходимой точностью, то есть вероятностью того, что отображаемое информацией значение параметра отличается от истинного значения этого параметра в пределах необходимой точности;
- устойчивость информации – свойство результатной информации реагировать на изменение исходных данных, сохраняя необходимую точность;
- ценность экономической информации – комплексный показатель ее качества, ее мера на прагматическом уровне.

Оценка информационной услуги заключается в сравнении того, что хотелось бы получить с тем, что получено.

Этап внедрения состоит в использовании информации при решении практической задачи. Здесь необходимо обратить особое внимание на формулировку содержания и цели задачи. Правильная

постановка задачи, ее формализация позволят определить набор той информации, которой недостает для ее решения. Для внедрения информационных технологий в практику работы сельскохозяйственных предприятий необходимо наличие следующих условий: наличие эффективной системы управления предприятием, адаптированной к требованиям производства, конъюнктуре сельскохозяйственного рынка и состоянию экономических процессов как внутри предприятия, так и за его пределами; исполнительская дисциплина, соответствующая требованиям эффективной организации производства, сбыта и управления. Эффективность внедрения информационной услуги определяется как отношение эффекта от ее внедрения к затратам на ее получение и внедрение. Если полученная и внедренная информация недостаточна для решения практической задачи, то следует сформулировать проблему и определить содержание недостающей информации. Информация может быть технической, экономической, социальной и других видов. Определенную роль в оказании сельхозтоваропроизводителю информационных услуг играют муниципальные и региональные органы управления сельскохозяйственным производством посредством консультирования и создания условий для внедрения информационных технологий в деятельность сельскохозяйственного предприятия. Например, посредством разработки специальных программ частного-государственного партнерства можно уменьшить затраты предприятий на покупку оборудования и программ, государство может так же взять на себя часть затрат на их обслуживание. Хороший эффект дало бы распространение информационных сетей до сельхозтоваропроизводителя.

Предложенная модель управления рынком информации сельхозтоваропроизводителя повысит эффективность поиска информации, ее внедрения в производство и решения проблем управления агропромышленным комплексом региона с применением информационных технологий, а также работу сельхозтоваропроизводителя по поиску необходимой ему для решения практических задач информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Разров, Э. Инфокоммуникационный бизнес: управление, технологии, маркетинг, – СПб, Изд-во «Профессия», 2003. – 352 с.
2. Крылов, А. От амбарных книг – к компьютерам // Земля нижегородская. – 2010 г. – № 18, с.3.
3. Семаева, И.А. Информационные технологии в кластерах АПК // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, 2009 – №1, с. 21–24.

4. Евстропов, А.С. Управление предприятием АПК на основе информационно-инновационных технологий // АПК: экономика, управление, 2010. – №5, с. 41–45.

MANAGEMENT OF THE MARKET OF INFORMATION OF THE AGRICULTURAL

Y. N. Teterin, the candidate of economic sciences of the chair «The organization and management», the NGIEI

Annotation. The structure of the market of the information of producers of agricultural goods is considered. The role of the manufacturer of agricultural production in the market of the information as consumer of the information and information technologies is certain. Methods and the order of management by the market of the information from producers of agricultural goods with objective of effective reception by it of the necessary information are resulted.

The keywords: producers of agricultural goods, management of the market, the information, information technologies, structure of the market of the information, efficiency of information service.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

О. А. Фролова, к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» НГИЭИ

Аннотация. В статье рассмотрено состояние производства сельскохозяйственной продукции в разных формах хозяйствования Нижегородской области. Определены основные проблемы, тормозящие дальнейшее развитие, и основополагающие условия устойчивого развития сельскохозяйственных организаций и малых форм хозяйствования.

Ключевые слова: хозяйства населения, крестьянско-фермерские хозяйства, сельскохозяйственные организации, формы хозяйствования.