

УДК 330.47:658.8(476)

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА АПК

Рышкевич В.И., Суханова Е.А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь.

С развитием информационных технологий на рынке появилась объективная потребность в специалистах, владеющих теоретическими знаниями и практическими навыками продвижения товаров или услуг, поиска информации, клиентов и партнеров. Самостоятельным направлением в маркетинге становятся электронная коммерция, электронные средства продвижения (Интернет-реклама, Интернет-стимулирование и т.д.).

Одним из основных направлений использования информационных технологий в агропромышленном комплексе является поддержка маркетинговой деятельности.

Агромаркетинг отличается от промышленного, коммерческого, банковского и других видов маркетинга. Это определяется особенностями сельского хозяйства: зависимостью результатов от природных условий, ролью и значением товара, разнообразием форм собственности, несовпадением рабочего периода и периода производства, сезонностью производства и получения продуктов, многообразием организационных форм хозяйствования и их диалектикой, внешнеэкономическими связями, участием государственных органов в развитии АПК и его отраслей. Природные и экономические процессы в агробизнесной деятельности интегрируются и образуют особые условия для производства и организации маркетинга.

Для того чтобы успешно конкурировать на современном рынке, уже недостаточно ориентироваться на сегодняшние потребности покупателей. Необходимо знать, что они будут предпочитать завтра, т.е. фактически управлять информацией.

В настоящее время в АПК республики ведется большая работа по созданию баз данных и программных продуктов, предназначенных для

товаропроизводителей, органов управления, партнеров сельхозпредприятий по агробизнесу и других организаций

Эффективным способом организации работы информационной системы АПК, обеспечения её взаимодействия должен стать информационный портал. Создание информационного портала осуществляться с использованием опыта работы отечественных и зарубежных порталов агропромышленных рынков.

Информационный портал – это приложение, которое обеспечивает персонализированный и настраиваемый интерфейс, дающий возможность субъектам рынка использовать информацию в соответствии со своими интересами. На основе согласованных регламентов налажен обмен информацией с порталами, маркетинговых систем приграничных государств (Украины, России), центров мониторинга аграрных рынков дальнего зарубежья (например, продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН ФАО) и другими порталами.

Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси создал общий информационный ресурс "Информационный портал РЕФОР" www.refor.by.

Основными разделами сайта являются:

- Новости (новостная информация участников портала);
- Аналитика (аналитические обзоры в сфере АПК);
- Статистика (статистическая информация о сельскохозяйственном производстве);
- Законодательство (нормативно-правовые акты в сфере АПК);
- Информация МСХП РБ: Базы данных (структурированные системы в области научных разработок, консультационных служб, инновационных проектов, электронных выставок продуктов питания и оборудования для АПК, кадрового обеспечения сельского хозяйства).

Для информационного обеспечения торговли сельскохозяйственной продукцией и материально-техническими ресурсами в АПК с функционированием системы мониторинга аграрного рынка формируется раздел сайта "Торговая система" с различными подразделами.

Решению многих подобных задач поможет также новый белорусский портал – Общегосударственная автоматизированная информационная система (ОАИС), которая начала работать с января 2011 года.

Одним из основных свойств среды Интернета является его гипермедийная природа, что значительно повышает возможности маркетинга в усилении взаимосвязи предприятий и потребителей. Кроме того, сеть Интернет включает в себя также возможность заключения сделок, совершение покупок и проведение платежей, приобретая черты глобального электронного рынка.

Необходимо отметить, что реализация положений данной концепции позволит приблизить уровень информационного обеспечения субъектов АПК Республики Беларусь к существующему в настоящее время в развитых странах. Это будет способствовать выравниванию цен сельскохозяйственной продукции и продовольствия по регионам, стабилизации рынка, уменьшению локального монополизма и улучшению социальной обстановки.