

**DOI:10.26104/NNTIK.2022.71.90.026**

**Беков Т.Н.**

**ӨЛКӨНҮН АГРОБИЗНЕСИН ӨНҮКТҮРҮҮДӨГҮ  
ИНТЕРАКТИВДҮҮ КУРАЛДАР**

**Беков Т.Н.**

**ИНТЕРАКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В РАЗВИТИИ  
АГРОБИЗНЕСА СТРАНЫ**

**T. Bekov**

**INTERACTIVE TOOLS IN THE DEVELOPMENT  
OF AGRIBUSINESS OF THE COUNTRY**

УДК: 338.436.33-004/431

Макалa азык-түлүк коопсуздугун чечүүдө агроөнөр жай комплексинин субъекттеринин, тейлөө уюмдарынын жана чекене сатуучулардын ортосундагы интерактивдүү өз ара аракеттенүү маселелерин карайт. Ааламдашуу жана маалыматтык технологияларды өнүктүрүү дүйнөсүндө айыл чарба өндүрүшүнүн, кайра иштетүүнүн, тейлөөнүн, логистиканын, маркетингинин, азык-түлүк товарларынын дүң жана чекене соодасынын ар кандай маселелерин чечүүнүн эң натыйжалуу жана эффективдүү жолдору катары интерактивдүү каражаттар каралууда жана экономикалык түзүмдөрдүн ортосундагы түз жана кайтарма жооп байланышты максималдуу түрдө жеңилдетет. Азыркы учурдагы маалыматтык технологиялардын өнүгүүсү менен чарба жүргүзүүчү субъекттердин интерактивдүүлүгү иштөөнүн жаңы формасына ээ болууда, ал заманбап жогорку технологияларга негизделген жана реалдуу убакыт режиминде коммуникацияларды камсыз кылуучу ар түрдүү байланыштар жана мамилелер системалары. Кыргызстандын агроөнөр жай комплексинин дээрлик бардык субъекттеринде ишмердүүлүктүн интерактивдүү байланыштарынын кеңири таралган каражаты болуп дүйнөлүк тенденцияларга көз салууга, көптөгөн өнөктөштүк мамилелерди түзүүгө, продукцияны сатуунун келечектүү каналдарын табууга, төлөм транзакцияларын жүргүзүүгө, жергиликтүү жана тышкы рынокторду изилдөөгө социалдык тармактар жана мессенджерлер саналат.

**Негизги сөздөр:** интерактивдүүлүк, ааламдашуу, агроөнөр жай комплекси, азык-түлүк коопсуздугу, веб-ресурстар, социалдык тармактар, мессенджерлер.

В статье рассматриваются вопросы интерактивного взаимодействия субъектов агропромышленного комплекса, сервисных организаций и ретейлеров в решении продовольственной безопасности. В мире глобализации и развития информационных технологий, интерактивные инструменты рассматриваются как наиболее эффективные и оперативные пути решения различных вопросов обеспечения аграрного производства, переработки, сервисного обслуживания, логистики, маркетинга, оптовой и розничной торговли продуктов питания, и максимально облегчает прямую и обратную связь между хозяйствующими структурами. При современном развитии информационных технологий, интерактивность хозяйствующих субъектов приобретает новую форму функционирования, представляющую собой систему многообразных связей и отношений, основанных на современных высоких технологиях, и обеспечивающих коммуникации в режиме реального времени.

Наиболее распространенными средствами деловой интерактивной коммуникации практически у всех субъектов агропромышленного комплекса Кыргызстана являются социальные сети и мессенджеры, позволяющие следить за мировыми трендами, устанавливать многочисленные партнерские связи, находить перспективные каналы сбыта продукции, осуществлять платежные операции, изучать местный и зарубежный рынок.

**Ключевые слова:** интерактивность, глобализация, агропромышленный комплекс, продовольственная безопасность, веб-ресурсы, социальные сети, мессенджеры.

The article address the issues of interactive interaction of the agro-industrial complex entities, service organizations and retailers in solving food security. In the world of globalization and the development of information technologies, interactive tools are considered as the most effective and operational ways to solve various issues of ensuring agricultural production, processing, service, logistics, marketing, wholesale and retail trade of food, and maximally facilitates direct and backward communication between economic structures. With the modern development of information technology, the interactivity of business entities acquires a new form of functioning, which a system of diverse connections and relationships based on modern high technology, and providing communications in real time. The most common means of business interactive communication for almost all Kyrgyz agricultural entities are social networks and messengers, which allow them to follow global trends, establish numerous partnerships, find promising sales channels, conduct payment transactions, and study the local and foreign markets.

**Key words:** interactivity, globalization, agro-industrial complex, food security, web resources, social networks, messengers.

Решение проблемы по обеспечению продовольственной безопасности в условия мировых экономических интеграционных процессов во многом происходит при интерактивном взаимодействии хозяйствующих субъектов различных отраслей производства, сферы услуг, коммуникации, транспорта и других сфер, с вовлечением инновационных и наукоемких технологий.

Интерактивное взаимодействие предприятий – это главным образом результат влияния информационных технологий на их хозяйственную деятельность.

Интерактивность – это способность оперативно реагирования на любые глобальные или локальные

изменения в реально существующей социально-экономической системе, основанной на многообразии интернет ресурсов и сервисов. Интерактивность максимально облегчает прямую и обратную связь хозяйствующих структур с потребителями продукции, поставщиками сырья, представителями различных сервисных услуг, торговыми сетями, рекламными компаниями и другими субъектами.

Безусловно, в условиях развития информационных технологий, интерактивность хозяйствующих субъектов приобретает новую форму функционирования, представляющую собой систему многообразных связей и отношений, основанных на современных высоких технологиях, и обеспечивающих коммуникации в режиме реального времени.

Интерактивность обеспечивает доступность для всех участников рынка к необходимой информации, возможность прямого контакта с потенциальными партнерами, многоканальность коммуникации, быстрый поиск необходимой информации, высокая скорость и оперативность связи [1].

Если в недалеком прошлом, условием для интерактивного взаимодействия было наличие персональных компьютеров с подключением кабельного или USB Интернет соединения, то сейчас для этого необходимо всего лишь наличие многофункционального девайса (планшет или смартфон), поддерживающего 4G Интернет-связь.

В Кыргызстане, по данным Нацстаткома, 99% взрослого населения охвачены мобильными сетями, из которых 70% имеют доступ к высокоскоростному Интернету [2]. Согласно материалам международной конференции «Цифровая трансформация в Центральной Азии», в Кыргызстане мобильным интернетом пользуются свыше 2,5 млн. человек, а активно в социальных сетях сидят порядка 2 млн. человек, при этом ежегодно идет рост пользователей интернета на 500 тыс. граждан [3].

Немаловажным фактором активного использования интернет ресурсов является то, что в Кыргызстане мобильный интернет является одним из самых дешевых в мире, не более 15 центов за 1 Гб. Для сравнения в соседнем Казахстане стоимость 1 Гб составляет 0,59 центов, в Узбекистане - 60 центов и в Таджикистане – 2,6 центов. А наличие в Кыргызстане различных телеком-компаний позволяют обеспечивать мобильной

связью всю страну. По данным Государственного агентства связи (ГАС), мобильные услуги в республике предоставляются 99.25% населения [4].

В данной статье мы рассмотрим интерактивные средства коммуникации, используемые субъектами АПК, их характеристики и особенности.

В Кыргызстане практически все производственные и перерабатывающие предприятия, сервисные организации, туристические и транспортные компании, поставщики оборудования и средств производства, сети оптовой и розничной торговли и другие коммерческие структуры активно вовлечены в интерактивное взаимодействие через различные интернет каналы и ресурсы. Заметно активизировалось использование интерактивных инструментов и в агропромышленном комплексе страны, являющегося главным звеном в деле обеспечения продовольственной безопасности. Предприятия по переработке сельскохозяйственной продукции, агрохолдинги, сельхоз кооперативы, торгово-логистические центры, поставщики средств производства, различные службы по оказанию сервисных услуг, да и сами фермеры стали активными участниками интенсивного обмена информацией. Если десять лет тому назад, агропромышленный сектор, в силу различных факторов, выступал в роли аутсайдеров в общей глобальной информационной сети, то в настоящее время аграрный сектор мало чем уступает другим отраслям экономики, хотя традиционными лидерами в этом направлении являются субъекты телекоммуникационных и высоких технологий, банковский сектор и туризм.

Субъектами агропромышленного сектора широко применяются интерактивные инструменты в установлении и поддержке деловых связей, организации внутренней коммуникации, анализе рынка оборудования и средств производства, исследовании рынка сырья и готовой продукции, сбыте продукции. Из-за отсутствия технических навыков, сектор АПК пока еще в меньшей степени вовлечен в платежные операции через интернет-банкинг, мобильный банкинг, электронные кошельки, мобильные кошельки сотовых компаний, различные интернет-платформы.

Интерактивные инструменты, которыми пользуются субъекты АПК при экономических взаимоотношениях показаны в нижеследующей таблице.

| Субъекты АПК                                   | Интерактивные инструменты (информационные сайты, электронная почта, социальные сети, мессенджеры)                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Крупные перерабатывающие предприятия           | Крупные предприятия как правило имеют информационные сайты компаний, электронные почты для официальной переписки, рекламные страницы в социальных сетях (преимущественно в Facebook и Instagram) и активно пользуются мессенджерами (в основном WhatsApp и Telegram).                        |
| Средние и мелкие перерабатывающие предприятия  | В большинстве случаев средние и мелкие компании своих информационных сайтов не имеют, для переписки используют личные электронные почты, рекламные страницы в социальных сетях (преимущественно в Facebook и Instagram) и активно пользуются мессенджерами (в основном WhatsApp и Telegram). |
| Поставщики оборудования и средств производства |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Сервисные компании                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

|                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Предоставители услуг по с/х технике, ветеринарии, обработке полей, агромагазины и т.д. | Основным инструментом внешней коммуникации у хозяйствующих субъектов этих категорий служат социальные сети и мессенджеры. Лишь некоторые кооперативы или фермерские объединения имеют собственный сайт, страницу в социальных сетях или электронную почту. |
| Сельхоз производители - кооперативы, фермеры, ассоциации                               |                                                                                                                                                                                                                                                            |

Как показано в таблице, наиболее распространенным средством деловой интерактивной коммуникации практически у всех субъектов агропромышленного комплекса Кыргызстана являются социальные сети и мессенджеры, в основном из-за их доступности и удобства в использовании. По утверждению Н.В. Апатовой [5], в настоящее время в мире из сетевых Интернет-ресурсов на первом месте по посещаемости находится поисковая система Google, на втором - YouTube, и на третьем - самая мощная социальная сеть Facebook. У нас в стране от Facebook практически не отстает и другая популярная сеть – Instagram. Социальные сети позволяют устанавливать многочисленные деловые связи, привлекать новых участников, и постоянно находиться в состоянии коммуникации с любыми другими участниками сети.

В современном деловом мире все большую актуальность в работе с клиентами и партнерами приобретает использование мессенджеров. Обращает на себя внимание то, что мессенджеры, как новое поколение сервисов мгновенных сообщений, ориентированные на мобильные устройства, позволяют обеспечивать глобальную коммуникацию независимости от времени и местонахождения субъекта. С помощью мессенджеров экономические субъекты могут создавать корпоративные группы, проводить онлайн беседы и встречи, строить и развивать отношения в оперативном интерактивном режиме. При этом интерактивность информационного обеспечения формируется в виде коротких и емких сообщений, рекламных роликов, иллюстраций, роликов с YouTube каналов и другой информации на смартфон или планшет.

Самым популярным мессенджером в Кыргызстане, также как во всем мире, является WhatsApp. По данным портала Asiatv.kg, его установили около 90% пользователей смартфонов. Вторым по популярности провайдером в стране является Telegram, более 20% пользователей, при этом в последнее время Telegram набирает все большую популярность, что обусловлено высокой скоростью и безопасностью, удобной поисковой системой, уникальным функционалом и возможностью делиться файлами разного типа и размера. Большинство пользователей в одинаковой степени

используют оба вышеуказанные мессенджеры.

Однако следует отметить, что пока еще немногие пользователи интернет ресурсов способны в полной степени оценить полный спектр функциональных свойств и сервисов социальных сетей и мессенджеров. Как показал анализ, пользователи в основном используют чаты, видео и аудио звонки, обменники файлов, что на данный момент являются достаточными для поддержания интерактивного взаимодействия. Однако субъектам АПК необходимо осваивать и применять и другие дополнительные услуги, такие как бот-сервисы, веб-сервисы, сервисы для аналитики и опросов, и другие функционалы, позволяющие существенно улучшить внешнюю деловую коммуникацию и маркетинговую деятельность.

Таким образом, современная экономическая деятельность хозяйствующих субъектов во многом опирается на современных тенденциях. Использование новых инструментов и стратегий способствует активности и экономической эффективности предприятия. Все большее число компаний используют интернет ресурсы в качестве основных способов интерактивной коммуникации, а также развития и продвижения имиджа предприятия, товаров и услуг. При этом наиболее широко дифференцируются инструменты коммуникации с использованием сервисов различных социальных сетей, веб-каналов, мессенджеров.

#### Литература:

1. Черевичко Т.В. Интерактивность предприятий сервиса как условие развития сервис-индустриальной экономики // Концепт. - 2014. - №08. - С. 1-6.
2. Электронный ресурс / Режим доступа: <http://www.stat.kg/ru/news/den-interneta-99-kyrgyzstancv-ohvacheny-mobilnymisetyami/>.
3. Электронный ресурс / Режим доступа: <https://kabar.kg/news/kolichestvo-internet-pol-zovatelei-kyrgyzstana-ezhogodno-rastet-dogoev/>.
4. Электронный ресурс / Режим доступа: [https://economist.kg/novosti/biznes/2021/07/01/\\_mobilnyj-internet-v-kyrgyzstane-odin-iz-samyh-deshevyh-v-mire-cnews-vyyasnil-prichiny/](https://economist.kg/novosti/biznes/2021/07/01/_mobilnyj-internet-v-kyrgyzstane-odin-iz-samyh-deshevyh-v-mire-cnews-vyyasnil-prichiny/).
5. Апатова Н.В. Социальные сети в цифровой экономике / Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского // Экономика и управление. - 2018. - Т.4 (70). - №4. - С.3-9.