

2. Фирсова Е.А., Фирсов С.С. Факторы создания и развития производства органической продукции в регионе // Инновации в АПК: проблемы и перспективы 2017. № 2 (14). С. 63-70.

3. Фирсова Е.А., Комелькова И.С., Фирсов С.С. Оценка производственного потенциала и определение факторов развития органического агропроизводства в Тверском регионе // Экономика и предпринимательство 2017. № 7. С. 386-399.

УДК 334.7

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КООПЕРАЦИИ В НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ

FEATURES OF COOPERATION DEVELOPMENT IN THE SCIENTIFIC RESEARCH SPHERE

Фирсова Е.А., д.э.н., профессор, проректор по научной работе, профессор кафедры ФГБОУ ВО Тверская ГСХА

Войлошникова Е.Г., к.э.н., зав. кафедрой ОУ ВО Тверской институт экологии и права

Фирсов С.С., к.с-х.н., доцент, ОУ ВО Тверской институт экологии и права

Исследование выполнено в рамках поддержанного РФФИ и Правительством Тверской области научного проекта № 17-12-69003.

Аннотация. В статье рассмотрено современное состояние и основные проблемы кооперации в научно-исследовательской сфере России, а также перспективы использования различных типов кооперации для развития нового перспективного направления агропромышленного комплекса России – органического агропроизводства.

Annotation. The article reviews the current situation and the main problems of cooperation in the scientific research sphere of Russia, as well as the prospects of using different types of cooperation for the development of a new perspective direction of the agro-industrial complex of Russia – organic agricultural production.

Ключевые слова: научно-исследовательская сфера, кооперация, развитие, органическое агропроизводство.

Keywords: scientific research sphere, cooperation, development, organic agricultural production.

Основные недостатки существующей модели современных научных исследований и разработок заключаются в наличии административных барьеров, которые сдерживают взаимопроникновение научных достижений, коммерциализацию и производственное освоение.

В сложившихся условиях особую актуальность приобретают вопросы кооперации в сфере научных исследований и разработок. Структура кооперационных связей и место России в рейтинге стран показывает среднее положение России в общем рейтинге стран и демонстрирует преимущественно внутреннюю кооперацию при низкой доле международного сотрудничества. Это показывает ориентацию российских организаций на внутренний рынок и неготовность российских предприятий к масштабным международным инновационным проектам [1,2].

Инновационная активность российских предприятий в значительной степени зависит от ряда факторов, среди которых можно, в первую очередь, выделить человеческие и финансовые ресурсы, а также взаимодействия организаций с источниками информации, знаний и технологий. В условиях нехватки материальных и трудовых ресурсов держаться на плаву организациям помогает кооперация при проведении исследований и разработок, которая становится одним из возможных средств позволяющим добиться результата в новых областях, а также на стыке областей знаний, которые наиболее востребованы на современном этапе развития общества.

Практика показывает, что отечественные предприятия в поисках инновационных идей замкнуты на собственный потенциал и опираются на свои внутренние источники в виде результатов деятельности научных, технологических, производственных и маркетинговых подразделений. Однако этот ресурс имеет серьезные ограничения, такие как: слабый уровень развития собственного сектора науки, отсутствие нужного количества успешных инноваторов [1,3].

В этих условиях у организаций появляется объективная необходимость в кооперации собственных усилий с другими участниками рынка, при этом особо

остро встает вопрос того, с какими именно партнерами можно создать надежные и взаимовыгодные кооперационные связи.

На практике наиболее активно в совместных исследовательских проектах предприятия взаимодействуют с поставщиками (оборудования, материалов, компонентов или программных средств), но такое партнерство носит в основном прикладной характер и не нацелено на создание новой продукции. В этом смысле гораздо больший интерес представляет коопeração с научными организациями.

Важными стратегическими партнерами инновационных предприятий являются научные организации, взаимодействие с которыми позволяет обеспечить более высокий уровень новизны инновационной продукции и технологий. В последние годы немногого увеличилось число организаций, участвующих в совместных проектах с научными организациями, что позволяет говорить о наличии положительной тенденции. При этом заметную роль, здесь играют альянсы с организациями, входящими в те же корпоративные объединения, что и сами технологические инноваторы и компании-потребители.

В отличие от зарубежных стран, в России большинство высших учебных заведений пока не обрели необходимой мощности в качестве базы для коммерциализации исследований и разработок. По оценкам экспертов, за последние несколько лет, лишь около 30% предприятий имели совместные проекты с университетами и иными высшими учебными заведениями. Однако, начиная с 2009 года, прослеживается медленная положительная тенденция увеличения уровня коопération с университетами и другими высшими учебными заведениями (1,4).

Подводя итог, можно сказать, что большинство предприятий в России не склонны к долгосрочным совместным научным проектам. Большинство организаций развивают кооперационные связи в рамках конкретных и разовых инновационных проектов, при этом уровень постоянной коопération значительно ниже разовой.

Сложившиеся условия кооперации в российской научно-исследовательской сфере значительно усложняют развитие новых направлений развития агропромышленного комплекса страны, одним из которых является органическое агропроизводство.

Производство органической сельскохозяйственной продукции зародилось в 20-х годах XX века в западной Европе и развивалось как нетрадиционное направление сельскохозяйственного производства. Однако в середине 90-х годов рынок органической продукции начал демонстрировать значительный рост в большинстве развитых стран, который продолжается до сих пор. При этом, большинство экспертов отмечает, что существенной причиной значительного роста рынка органической продукции в развитых странах стала развитая кооперация сельхозтоваропроизводителей и научно-исследовательского сообщества.

Органическое агропроизводство развивается, как правило, в малых формах хозяйствования, в силу того, что для крупных агропредприятий характерен индустриальный, конвейерный подход к производству сельхозпродукции, при этом приоритет отдается максимизации выхода производимой продукции на единицу затрат. Подобные результаты достигаются в основном за счет широкого использования минеральных удобрений, средств химизации и ГМО, в силу чего производство органической продукции по своему определению несовместимо с индустриальным подходом к сельскому хозяйству.

Россия сегодня с огромным трудом вступает на мировую арену органического агропроизводства, условия для которого в отечественных реалиях были и остаются крайне неблагоприятными. Советская коллективизация и гигантомания сменились катастрофой в сельскохозяйственной отрасли в начале 90-х, а затем спираль гигантомании получила новый виток в виде создания агрохолдингов и прочих крупных агропроизводственных структур, где сконцентрировалось более половины товарного сельхозпроизводства страны [2,5].

Лишь в середине 2000-х годов в России появилось первое производство органической продукции, сертифицированное по стандартам Евросоюза – «Горчичная поляна» А. Бродовского, после чего появились и другие хозяйства. Как правило, они реализуют товарную продукцию либо самостоятельно, либо через посредников. Но в первом случае нельзя рассчитывать на значительный оборот, а во втором маржа посредника порой составляет более 100%, в результате чего до потребителя товар доходит по значительно завышенной цене, но это никак не отражается на доходах самого сельхозтоваропроизводителя [2,6].

Ключевым элементом кооперации товаропроводящей инфраструктуры органического рынка, действующим как в интересах производителей, та и в интересах покупателей, могут стать потребительские сбытовые кооперативы. Данные кооперативы призваны выполнять следующие функции:

- мониторинг рынка сбыта органической сельскохозяйственной продукции и реклама продукции производимой кооперативом;
- поиск и информирование потенциальных покупателей;
- заключение контрактов на продажу продукции и согласование конечной цены на товары и услуги кооператива;
- хранение и транспортировка продукции;
- поиск оптимальных каналов сбыта и проведение взаиморасчётов за реализованную продукцию

Наличие подобного первичного сбытового звена является необходимым условием для того, чтобы производители могли освоить наиболее перспективные каналы сбыта, такие как крупные торговые сети и интернет-торговлю на собственной электронной площадке, а также участвовать в государственных тендерах на закупку сельхозпродукции. Данное звено будет ориентировано на кооперацию интересов производителей органической агропродовольственной продукции только в том случае, если оно будет создано с целью взаимовыгодного сотрудничества этих производителей [2,4]. Иные сбытовые организации будут либо заинтересованы действовать, прежде всего, в

своих коммерческих интересах, либо будут недостаточно мотивированы на результат, в случае если их доход не будет напрямую зависеть от успешности развития органического агропроизводства.

При этом формирование подобных сбытовых кооперативов может способствовать не только росту эффективности функционирования существующих мелких товарных хозяйств, но и переходу нетоварных личных подсобных хозяйств на товарную основу, что в условиях высокого уровня сельской безработицы может иметь положительный социальный эффект.

Кроме того, мировой опыт, показывает, что проблема масштабного распространения новшеств в агропромышленном производстве может также успешно решаться с помощью создания региональных служб сельскохозяйственного консультирования, действующих в тесной взаимосвязи с научными и обучающими организациями, опытными и передовыми хозяйствами. При этом речь идет не просто о доведении информации о научных достижениях и передовом производственном опыте в области органического агропроизводства до сельскохозяйственных товаропроизводителей, а о более активном их участии в освоении новшеств и инновационных проектов.

Для этого необходимо целенаправленное участие профессиональных консультантов по вопросам развития органического агропроизводства, с целью освоения данных новшеств и их дальнейшей адаптации к конкретным условиям деятельности хозяйств. Именно это обстоятельство является основной причиной необходимости создания на базе профильных высших учебных заведений центров сельскохозяйственного консультирования. Только при таких условиях кооперации сельхозтоваропроизводителей и научно-исследовательского сообщества возможно устойчивое, долгосрочное развитие нового перспективного направления агропромышленного комплекса России – органическое агропроизводство.

Список литературы:

1. Ижмулкина Е.А. Инструменты управления инновационной деятельностью сельского хозяйства региона (Текст): автореф. дис. на соиск.

учен. степ. канд. экон. наук (08.00.05) / Ижмуркина Екатерина Александровна. – Княгинино, 2013. – 26 с.

2. Егоров А. Ю. Потребительская кооперація как ключевой фактор развития инфраструктуры сбыта органической агропродовольственной продукции // Никоновские чтения. 2013. №18. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/> (дата обращения: 12.04.2017).

3. Фирсова Е.А., Фаринюк Ю.Т., Фирсов С.С. Организационно-экономические и нормативно-правовые проблемы развития рынка органической продукции в России // Экономика и предпринимательство. 2014. № 6 (47). С. 169-171.

4. Фирсова Е.А., Войлошникова Е.Г., Фирсов С.С. Создание сельскохозяйственного комплекса замкнутого типа с использованием инновационных и органических технологий // Состояние и перспективы развития научных исследований в социальной, экономической и правовой сфере - Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции (Электронный ресурс). 2015. С. 299-305.

5. Фаринюк Ю.Т., Фирсов С.С. Ситуация и прогнозы развития рынка органической продукции // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2014. № 2. С. 387-395.

6. Firsova E.A., Farinyuk Yu.T., Firsov S.S. Constraining reasons and factors for the development of the organic food market in Russia // Life Science Journal. 2014. T. 11. № 12s. C. 257-259.