

УДК 006+338.436.33

ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ СЛУЖБА – ПРОВОДНИК ИННОВАЦИЙ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК

Т.А. Максимова
Пензенская ГСХА
Penza State Agricultural Academy

A big flow of information on different field of knowledges is formed today. The problem of obtaining of necessary information by goods producers of agricultural production is actual. Offices of information and consulting are getting this linking chain.

В результате реформ осуществляется переход от административно-командного метода управления сельским хозяйством, когда государственные должностные лица решают, какие изменения нужны для отрасли, к методу непосредственного участия, при котором сельскохозяйственные товаропроизводители сами решают, какая им нужна поддержка от правительства. В таких условиях сельскохозяйственный товаропроизводитель испытывает необходимость в доступной информации.

В настоящее время формируется огромный поток информации по различным областям знаний. Сельскохозяйственные товаропроизводители оказываются зачастую в стороне от информационного потока и об инновациях в АПК. В связи с этим остро встает проблема доведения необходимой информации до товаропроизводителей сельскохозяйственной продукции. Этим связующим звеном стали информационно-консультационные службы.

Существовавшая до начала 90-х годов система научно-технической информации, которая обеспечивала сельскохозяйственных товаропроизводителей новой информацией по самым разным направлениям, практически разрушена. Центры и бюро НТИ, имевшиеся в каждом регионе, занимавшиеся анализом всей информации, имевшейся в печати, готовившие информационные бюллетени, тематические подборки по узким вопросам и направлениям развития сельского хозяйства, сегодня закрыты. Количество наименований издаваемых специальных центральных и региональных сельскохозяйственных журналов сократилось в два раза, а их тираж уменьшился в 3–5 раз, а из-за высокой стоимости тематических журналов сельскохозяйственные организации не имеют возможности их выписывать.

Из-за ограниченности средств перестали издаваться практические рекомендации по технологии и организации производства, по всем основным подотраслям и актуальным вопросам деятельности сельскохозяйственных организаций. Налицо отсутствие механизма формирования и распространения данных об инновациях. Каждый потенциальный потребитель инноваций должен затратить немало средств и времени для поиска и получения нужной информации. Большинство же сельскохозяйственных товаропроизводителей, не имея ни времени, ни необходимых средств, ведут свое хозяйство старыми испытанными методами. А от этого теряет не только сам производитель, но и в целом госу-

дарство, вкладывая неизмеримо большие средства в закупку продовольствия за рубежом.

Создалась ситуация, когда производство, нуждаясь в актуальной информации, которая могла бы повысить эффективность работы, как сельскохозяйственных организаций, так и отрасли в целом, не имеет возможности получить ее. Чаще всего сельскохозяйственные организации работают сами по себе, а научно-исследовательские учреждения – сами по себе.

Одно из основных направлений информационно-консультационной деятельности является содействие производству в освоении научно-технических достижений. ИКЦ являются посредниками между создателями новых знаний, инноваций, инновационных проектов и товаропроизводителями.

Под инновацией понимается законченный результат творческого труда, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, технологического процесса, базирующейся на новых знаниях, открытиях или изобретениях.

Инновационные проекты разрабатываются научно-исследовательскими и проектно-технологическими институтами, центрами, лабораториями на основе бюджетного финансирования или на хоздоговорной основе. В зависимости от этого меняются формы и условия доведения инноваций до потребителей.

Инновационные проекты, разработанные на бюджетные средства должны передаваться сельскохозяйственным товаропроизводителям через консультационную службу или органы управления АПК. Те же проекты, которые выполнены на хоздоговорной основе, передаются непосредственно заказчику и являются его собственностью. Использование их для третьих организаций должно (может) быть оговорено при заключении договора с учетом интересов разработчиков (авторов) и заказчиков.

Основные формы доведения инноваций до сельскохозяйственных товаропроизводителей следующие:

- тиражирование рекомендаций по применению новых технологий, проспектов, наставлений и др.;
- демонстрационная деятельность, проведение полевых дней, семинаров;
- консультирование;
- обучение сельскохозяйственных товаропроизводителей на курсах повышения квалификации.

Наиболее простая и доступная форма распространения инноваций для сельскохозяйственных товаропроизводителей – подготовка и размножение информационной продукции.

Печатная продукция передается при прямых контрактах с клиентами либо пересылается по почте.

Целью демонстрационной деятельности информационно-консультационной службы является показ новых прогрессивных технологий в растениеводстве, животноводстве, систем механизации, проводимых в лучших хозяйствах региона, апробация новых сортов и др.

Форма ведения демонстрационной деятельности – проведение, так называемых, полевых дней. Им предшествует большая подготовительная работа. Как правило, для ведения опытно-демонстрационной деятельности в регионе выбираются лучшие хозяйства (как коллективные, так и фермерские), приме-

няющие прогрессивные технологии, имеющие высокие производственные показатели в отдельных отраслях и в целом по хозяйству. Это могут быть учебно-опытные, учебно-производственные хозяйства, являющиеся базой внедрения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

К участию в демонстрационных днях приглашаются те руководители и специалисты, фермеры, для которых тематика демонстрации представляет интерес. При планировании тематики демонстрационных дней учитывается мнение сельскохозяйственных товаропроизводителей, руководителей органов управления АПК. Последние могут выступать как заказчики проведения демонстрационных дней.

Эффективным методом доведения инноваций до сельскохозяйственных товаропроизводителей служит прямое консультирование непосредственно в хозяйстве. Консультант на месте анализирует ситуацию и при необходимости консультирует по новым технологиям, системам машин и др. При этом сельскохозяйственному производителю передается пакет необходимых для освоения документов: инновационный проект с инструкциями, постановлениями и т. д. Под наблюдением и руководством консультанта ведется освоение инноваций, если это предусмотрено договором.

Каждый из методов доведения информации об инновациях через информационно-консультационную службу имеет свои как положительные, так и отрицательные черты. Однако следует отметить, что недостатки одного метода могут перекрываться преимуществами другого, но для этого необходимо разработать систему комплексного использования методов доведения информации об инновациях до потребителя.

Одним из вариантов такой системы может быть информационный пакет. Информационный пакет – это массив информации по внедрению и реализации инноваций, в том числе и базы данных, сформированный различными методами (рисунок).

Индивидуальные, групповые и массовые методы работы ИКС, а также запросы товаропроизводителей о внедрении или реализации инновационных проектов образуют информационный массив, необходимый для товаропроизводителя-клиента.

К индивидуальным методам относятся: посещение хозяйств консультантом, посещение ИКС товаропроизводителем, письмо, беседа по телефону.

Групповые методы работы с товаропроизводителями включают лекции, дискуссии, полевые дни, семинары, выставки и т. д.

Массовые методы деятельности ИКС представляют собой различные виды информирования товаропроизводителей с помощью средств массовой информации (СМИ), являющихся одним из важнейших инструментов в деятельности информационно-консультационной службы (публикации в прессе; сообщения, интервью, реклама и др. по радио и телевидению; информирование через Интернет; международные, федеральные и региональные выставки и т. п.) Данные методы передачи информации потребителю включают в себя передачу информации с помощью радио, телевидения, аудио- и видеотехники, электронных средств, печатных изданий (специализированные журналы, газеты, брошюры, плакаты, буклеты, официальные сообщения), средств наглядной агитации.

С помощью индивидуальных, групповых и массовых методов товаропроизводителю клиенту предоставляется вся информация об инновациях, кото-

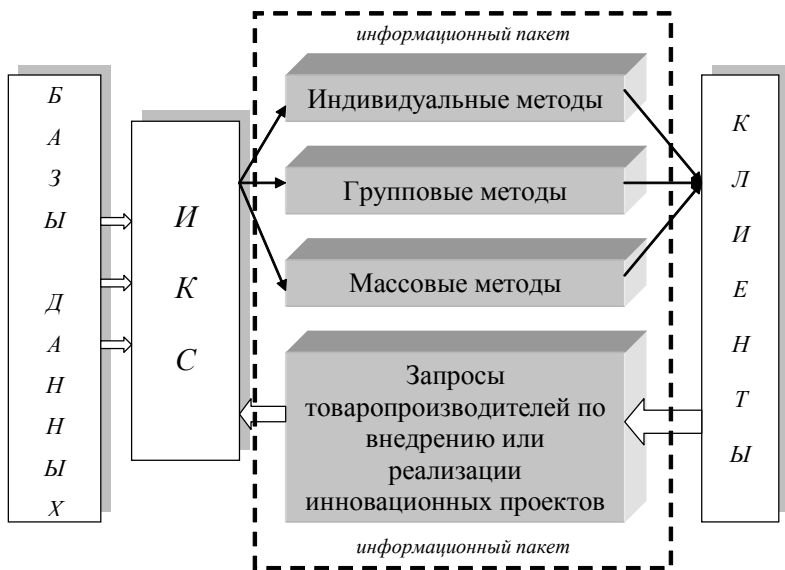


Рис. 1. Информационный пакет в деятельности ИКС

рую он изучает, анализирует и конкретизирует необходимую, или требующую детализации, с помощью запроса. А выполнение запроса товаропроизводителя-клиента сотрудниками информационно-консультационной службы будет свидетельствовать о внедрении или реализации инноваций.

Внедрение инноваций в сельскохозяйственное производство позволит совершенствовать систему ведения хозяйства, применять современные прогрессивные технологии, «идти в ногу» с научно-техническим прогрессом, повышать уровень доходности капиталовложений.