

период рост этого показателя составил 29,4 % и достиг в 2018 г. 65,2 ц/га.

В связи с изменением в последние годы климатических условий и перемещением зон возделывания сельскохозяйственных культур на север в Республике Беларусь появляются новые возможности для получения высоких урожаев кукурузы, а также для эффективного развития отечественного семеноводства. Все это будет способствовать сокращению зависимости страны от импорта и полного самообеспечения зерном кукурузы.

ЛИТЕРАТУРА

1. FAOSTAT online database [Electronic resource] / Food and Agriculture Organization of the United Nations. – 2020. – Режим доступа: <http://www.fao.org/faosta>. – Дата доступа: 16.03.2020.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь. Статистический сборник / редкол.: И. В. Медведова [и др.]. – Минск: Нац. стат. ком. РБ, 2019. – 212 с.

УДК 331.52:316.422(438)

УСЛОВИЯ ДЛЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

К. Хробочинска

Варминско-Мазурский университет
Польша, г. Ольштын, ул. Очаповского 4; e-mail:
katarzyna.chrobocinska@uwm.edu.pl

Ключевые слова: инновации, детерминанты инноваций, малые предприятия, эффективность.

Аннотация. *Инновации являются уникальным инструментом для предпринимательства, их можно рассматривать как критический и нематериальный ресурс для достижения долгосрочного конкурентного преимущества. Целью исследования являлось выявление наиболее важных факторов, влияющих на инновационную деятельность предприятий. Объектом исследования были малые предприятия, работающие в пищевой промышленности. Исследование проводилось методом диагностического обследования. Мнения респондентов подтверждают, что на инновационную деятельность оказывали влияние недостаточные или отсутствующие финансовые ресурсы. Чаще всего инициатором инновационной деятельности был владелец предприятия. Инновационный процесс в основном стимулировался ожиданиями заказчиков и доступностью новых технологий на рынке, а также действиями конкурентов.*

CONDITIONS FOR INNOVATIVE ACTIVITY OF SMALL ENTERPRISES

K. Chrobocinska

El «University of Warmia and Mazury in Olsztyn»
Poland, Olsztyn 10-718, ul. Oczapowskiego 4; e-mail:
katarzyna.chrobocinska@uwm.edu.pl

Key words: innovation, detrimnants of innovation, sources of innovation.

Summary. Innovation is a unique tool for entrepreneurship, it can be treated as a critical and intangible resource to achieve a long-term competitive advantage. The aim of the study was to identify the most important factors affecting the innovation activity of enterprises. The research frame consisted of small enterprises operating in the food industry. The diagnostic survey method has been used. The respondents opinions indicate that the creation of the competitiveness of enterprises may be based on innovative activity, however, this process may affect small and medium enterprises to a lesser extent mainly due to the insufficient financial resources or lack of them. The owner of the enterprise was the most common initiator of innovative activity. The innovation process was stimulated mainly by: customer expectations and the availability of new technologies on the market, as well as competition.

(Поступила в редакцию 01.06.2020 г.)

Введение. Инновации являются важной составляющей функционирования всей национальной экономики. В условиях глобализации внедрение инноваций хозяйствующим субъектом является фундаментальным вызовом XXI в. [3]. Поэтому инновации являются уникальным инструментом предпринимательства, к ним можно относиться как к важнейшим и нематериальным ресурсам, позволяющим достичь долгосрочного конкурентного преимущества. Готовность компании инициировать инновационную деятельность определяется состоянием окружающей среды и благоприятным инновационным климатом в самой компании. Этот климат является следствием действия многих факторов, в т. ч. существующей культуры организации, склонности к изменениям, особенностей человеческого капитала, собственной научно-исследовательской деятельности организации и прикладных ИКТ [5].

Целью исследования являлось выявление наиболее важных факторов, влияющих на инновационную деятельность предприятий.

Материалы и методика исследований. Приведенные выше соображения были вдохновлены исследованиями, направленными на выявление наиболее важных факторов, влияющих на инновационную деятельность предприятий. В 2018 г. было проведено исследование по определению условий инновационности предприятий, действующих на территории Варминско-Мазурского воеводства. В работе использовался метод диагностического обследования. Инструментом исследования

являлась специально разработанная для проведения опроса анкета, содержащая вопросы об инновационной деятельности субъекта и ее условиях. Подбор выборки был обдуманым, вопросник был адресован экспертам, обладающим знаниями и опытом в этой области. Объектом исследования были подразделения, которые, согласно «Руководству Осло», вели активную инновационную деятельность, т. е. сюда были включены предприятия, декларировавшие, что они внедрили новинки в отношении продукта (товара или услуги) процесса, маркетинга или организации в течение последних 3 лет [4]. Таким образом, 100 субъектов, отвечающих этим условиям, были квалифицированы для обследованного населения, в то время как полный исходный материал был получен от 58 субъектов, действующих в Варминско-Мазурском воеводстве. Обследованное население состояло из небольших предприятий пищевой промышленности. Большинство опрошенных предприятий (65 %) работали в основном на местном рынке.

Результаты исследования и их обсуждение. В условиях рынка компании конкурируют друг с другом за клиентов, один из способов получить их или расширить свою группу – представить инновационное предложение. В исследуемой группе предприятий чаще всего внедрялись технологические новшества (35 %), за которыми следовали новшества в продукции (28 %). Меньший процент предприятий активно участвовал во внедрении маркетинговых (25 %) и организационных инноваций (12 % показаний).

Причина, которая может инициировать инновационную деятельность, может исходить как из среды человека, так и изнутри предприятия. К внутренним источникам, инициировавшим инновационный процесс, относятся, в частности, собственные научно-исследовательские центры, управленческий персонал, маркетинговые службы, отдел продаж, творческие работники или другие подразделения, сотрудничающие, например, в рамках кластеров или групп производителей. К внешним источникам инновационной деятельности относятся, например, рыночные источники (поставщики машин и технического оборудования, материалов, оборудования, программного обеспечения; клиенты; конкуренты; консалтинговые компании), институциональные источники (научные подразделения – Польская академия наук, научно-исследовательские институты, зарубежные научно-исследовательские институты, университеты), другие источники (конференции, ярмарки, выставки, научные журналы и публикации, научно-технические, специализированные и профессиональные общества и ассоциации). В 2010-2012 гг. на промышленных предприятиях наибольшее значение придавалось внутренним источникам инновационной деятельности

(43,1 %) и другим предприятиям, входящим в группу (8,6 %), затем оценивались внешние источники инноваций. Среди внешних источников наибольшее значение приобрели поставщики (22,2 %), конференции, выставки, ярмарки (14,8 %) и клиенты (9,8) [1]. Также среди опрошенного населения инновационная деятельность чаще всего иницируется благодаря креативности собственника/управления (88 %) и сотрудников (69 %). Это можно объяснить хорошим знанием происходящих процессов, опытом, а также ответственностью за развитие налаженной и осуществляемой хозяйственной деятельности, а также борьбой за значительное конкурентное положение. Анализируя внешние источники инновационных процессов, можно отметить, что почти каждый второй респондент признался в том, что копировал идеи конкурентов (48 %), а каждый пятый – в том, что начал сотрудничество с научно-исследовательскими подразделениями и потребителями (19 %) (таблица 1).

Таблица 1 – Источники вдохновения для инновационной деятельности

Описание	Тип источника	Частота ответов (%)
Внутренний	владелец / управление предприятием	96
	идеи других сотрудников	69
	сотрудничество с другими производителями / поставщиками	7
Внешний	копирование решений конкурентов	48
	сотрудничество с научно-исследовательскими учреждениями	19
	клиенты	19
	эксперты со всего мира	15
	национальные выставки и ярмарки	15
	зарубежные выставки и ярмарки	11
	отечественная профессиональная пресса	8
	зарубежная профессиональная пресса	5
	интернет	3

Примечание – Источник: собственная разработка автора

Важную информацию об инновациях предоставили также внешние эксперты, а также отечественные ярмарки и выставки (15 %) и зарубежные ярмарки и выставки (11 %). Гораздо реже в инновационном процессе использовалась профессиональная отечественная или зарубежная пресса, сотрудничество внутри группы производителей или поставщиков услуг и интернет (8-3 %) (таблица 1).

Важным вопросом в сфере инновационной деятельности предприятий была цель внедрения инноваций. Результаты исследования свидетельствуют о том, что введенные инновации в основном были направлены на обеспечение роста прибыли (98 % показаний), повыше-

ние конкурентоспособности и увеличение объемов производства / продаж (88-72 %). Другие мотивы осуществления инновационной деятельности, т. е. повышение качества и эффективности работы и снижение производственных затрат, или модернизация процессов, респонденты указывали несколько реже (65-42 %). Гораздо меньше респондентов занялись инновационной деятельностью, чтобы предложить более широкий спектр продуктов / услуг, завоевать новые рынки или соответствовать стандартам ЕС. Очевидно, что внедрение инноваций имеет смысл только тогда, когда оно приносит измеримую экономическую выгоду. Стоит отметить, что респонденты относительно часто указывали в качестве цели внедрения инноваций повышение качества работы, а это может свидетельствовать о функционировании прокативной политики в компании. Аналогичное распределение ответов было получено в исследовании 2009 г., представленном в Докладе об инновациях в польской экономике в 2009 г. [2].

В ходе дальнейшего исследования респонденты отметили, что наиболее важными факторами, имитирующими инновационную деятельность, являются ожидания клиентов, а также новые технологии и знания, доступные на рынке (96-92 % показаний). С другой стороны, почти все респонденты выразили мнение, что фактором, препятствующим инновационному процессу в их единице, является длительный период окупаемости инвестиций в инновации (96 % признаков). Инновационность респондентов стимулировалась также деятельностью конкурентов (85 %). В случае факторов, стимулирующих инновационность МСП в Варминско-Мазурском воеводстве, аналогичные результаты были получены уже в 2007 г. и 2009 г. [7]. При внедрении инновационных процессов респонденты выражали обеспокоенность по поводу эффективности инноваций (82 %) и отсутствия финансовых ресурсов на инновации (82-69 %). К факторам, ограничивающим инновационную деятельность, также относились низкий спрос на инновационную продукцию / услуги, изменения в законодательстве, недостаточная квалификация сотрудников и сопротивление инновациям со стороны сотрудников (40-8 %). Озабоченность может быть вызвана существующим риском непонимания намерений или неточности ожиданий клиентов, последствия которых могут быть дорогостоящими ошибками. Распределение ответов может объяснить привлечение внешних экспертов и обучение, необходимое для внесения любых изменений или модификаций в продукцию. Вместе с тем основными барьерами на пути внедрения инноваций являются недостаточные финансовые ресурсы и связанные с ними риски (таблица 2). Аналогичные барьеры при внедрении инноваций перечислены в исследовании Хондшинского [6].

Таблица 2 – Стимулирующие и ограничивающие факторы инновационной деятельности

Описание	Частота ответов (%)
Ожидания клиентов	96
Долгий срок окупаемости инноваций	96
Новые технологии и знания	92
Действия конкурентов	85
Неопределенность, связанная с эффективностью инноваций	82
Отсутствие финансирования инноваций	69
Низкий спрос на инновационные продукты / услуги	40
Изменения в правовых нормах	21
Недостаточная квалификация персонала	12
Сопrotивление сотрудников инновациям	8

Примечание – Источник: собственная разработка автора

Анализируя влияние инновационной деятельности, можно констатировать, что большинство респондентов отметили увеличение качества продукции / услуг, квалификации персонала, удовлетворенности работой, конкурентоспособности (98-92 %), а также снижение экологического вреда, увеличение ассортимента продукции / услуг и рентабельности (76-70 %), сокращение продолжительности процессов, повышение своевременности поставок и производственных мощностей, а также снижение удельных затрат на производство / услуги (64-46 %).

Следует добавить, что некоторые респонденты считают, что инновационная деятельность не повлияла на снижение удельных затрат на производство / услуги и увеличение производственных мощностей, а также на сокращение продолжительности процесса производства (20-12 %) (таблица 3).

Таблица 3 – Инновационная деятельность и другие направления на предприятии

Описание	Частота ответов (%)		
	влияние		
	отрицательное	нейтральное	положительное
1	2	3	4
Повышение качества продукции / услуг	0	2	98
Повышение квалификации персонала	0	2	94
Повышенная удовлетворенность работой	0	4	93
Повышенная конкурентоспособность	0	2	92
Сокращение экологического ущерба	0	14	76
Расширение ассортимента продукции / услуг	0	14	76
Повышение рентабельности	0	6	70
Сокращение продолжительности процессов (закупки, производство, услуги, распределение)	12	12	64
Увеличение своевременной поставки на рынок	0	12	58

Продолжение таблицы 3

1	2	3	4
Увеличение производственных мощностей	12	14	54
Снижение затрат на единицу продукции / услуги	20	12	46

Примечание – Источник: собственная разработка автора

Заключение. У обследованного населения инновационная деятельность оказала положительное влияние на создание рыночных позиций малых предприятий. Чаще всего инициатором инновационной деятельности был владелец предприятия, вероятно, в связи с тем, что осуществляемая деятельность являлась основным источником дохода его семьи. Мотивированный и предприимчивый владелец предприятия заметил роль и важность удовлетворения ожиданий клиента в инновационном процессе, в этом процессе он использовал доступные новые технологии. Осуществляемая инновационная деятельность может быть охарактеризована как имитационная, это означает, что инициатор инновационной деятельности более или менее сознательно использовал сравнительный анализ, создавая вышеуказанные имитационные решения. В рассмотренной группе значимыми барьерами инновационной деятельности оказались длительный период окупаемости затрат на инновации, риск, связанный с эффективностью инноваций, и недостаток финансовых ресурсов. Решительность и целеустремленность руководителей подтвердили их убежденность в том, что только развитие собственного бизнеса обеспечит им конкурентные преимущества в отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дзялалюся инновационная предприятия в 2013-2015 годах / Л. Дзида [и др.] US w Щецине, Информационно-статистические исследования, Варшава, 2016. – С. 107-108.
2. Мартин, М. Направления и приоритеты развития малых и средних инновационных компаний в Польше / М. Мартин / w.: Бачко Т. (прим. ред.) // Отчет об инновационности польской экономики в 2009 году. ПАН, Варшава, 2010.
3. Познаньска, К. 2002. Конкурентоспособность и инновационность польских предприятий. Экономическая академия имени Жешыгы Наукове во Вроцлаве, 951, С. 207-224.
4. Руководство Осло. Руководство по сбору и интерпретации данных о технологических инновациях, 3-е издание, ОЭСР / Евростат, Париж, 2005 год.
5. Стабрила А., Малкус Т. (ред.) 2012 г. Стратегия развития организации. Mofles pl, издательская серия, Энциклопедия управления, Краков, стр.5, 10-11.
6. Хондшиньский, М. 2012. Инновации предприятий пищевой промышленности в Польше: попытка экономической оценки. Экономические проблемы услуг № 91, стр.91-104.
7. Хробоцинская, К. Конкурентоспособность сектора МСП в Вармии и Мазурах / К. Хробоцинская, М. Юхневич / Издательский дом Фонд поддержки предпринимательства в Вармии и Мазурах. – Ольштын, 2010. – С. 37-38, 92, 110.

УДК 338.556

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК С ПРОБЛЕМАМИ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

К. В. Черненко

Полтавская государственная аграрная академия
г. Полтава, Украина (Украина, 36003, г. Полтава, ул. Сковороды 1/3, e-mail: kseniya.chernenk@pdaa.edu.ua)

***Ключевые слова:** транзакции, транзакционные издержки, экономика, трансформация экономики.*

***Аннотация.** Экономические преобразования в агропродовольственной сфере Украины, проведенные с целью повышения эффективности функционирования данного сектора, не повлекли ожидаемых результатов. Большинство проблем функционирования хозяйственного механизма определены такими явлениями, как несоответствие экономических интересов у партнеров, неэквивалентный обмен продуктами и услугами, разночтения прав и обязанностей и др. Данные несоответствия вызывают трудности, с которыми сталкиваются организации агропродовольственной сферы при реализации продукции, пользовании производственными услугами, во взаимоотношениях с органами управления и государственной власти. Именно эти проблемы и противоречия ведут к возникновению и росту транзакционных издержек. По существующим оценкам транзакционный сектор занимает значительное (около 30 %) место в национальной экономике, заставляет экономистов заниматься разработкой методов и путей снижения транзакционных издержек.*

RELATIONSHIP OF TRANSACTION COSTS WITH PROBLEMS OF ECONOMIC TRANSFORMATION

K. V. Chernenko

Poltava State Agrarian Academy
Poltava, Ukraine (Ukraine, 36003, Poltava, 1/3 Skovorody St., e-mail: kseniya.chernenk@pdaa.edu.ua)

***Key words:** transactions, transaction costs, economy, transformation of the economy.*

***Summary.** Economic transformations in the economy of the agri-food sector of Ukraine, carried out with the aim of increasing the efficiency of this sector, did not bring about the expected results. Most of the problems of the functioning of the economic mechanism are identified by such phenomena as the discrepancy between the economic interests of partners, the nonequivalent exchange of products and services, different interpretations of rights and responsibilities, etc. These discrepancies cause difficulties encountered by organizations of the agri-food sector in the sale of products, the use of production services, in relations with governing bodies and state authorities. It is these problems and contradictions that lead to the emergence and*