

- транспортные отделения занимаются доставкой продуктов питания;
- научно-исследовательские лаборатории обеспечивают производство новыми технологиями и проводят тестирование продукции на содержание химикатов;
- компьютерное отделение;
- отдел маркетинга занимается исследованиями и доведением продукции от производителя к потребителю;
- администрация занимается финансированием и контролем всей структуры.

Следует подчеркнуть, что в США маркетинг является той основой, на которой строится вся воспроизводительная система аграрного сектора. Не учитывая, как организуется экономика, она должна завладеть системой маркетинга, которая поможет производителю лучше понять вкус потребителя и решить основные вопросы: какие продукты производить, когда и в каком объеме, а потребителю предоставляет возможность найти необходимый продукт по минимальной цене.

УДК 001. 895

Дарья Ременчук
(Республика Беларусь)

Научный руководитель М.И. Латушко, к.в.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

ИННОВАЦИОННАЯ ВОСПРИИМЧИВОСТЬ КАК СПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ОСВАИВАТЬ И ПРИМЕНЯТЬ ИННОВАЦИИ

В современном мире инновационность приобретает значительную роль, как в развитии предприятия, так и на государственном уровне. В Республике Беларусь инновационная деятельность выбрана приоритетным направлением развития, что отражено в Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. Целью данной программы является обеспечение качественного роста и конкурентоспособности национальной экономики с концентрацией ресурсов на формировании ее высокотехнологичных секторов.

На сегодняшний день инновационность становится неотъемлемой частью современного предприятия. Нельзя говорить о возможности создания инноваций в стране, не обращая внимания на инновационную восприимчивость отечественных организаций.

В научной литературе отсутствует единство мнений относительно трактовки термина «инновационная восприимчивость» и «инновационный потенциал» организации. По мнению российского экономиста И. Бойко, инновационный потенциал представляет собой совокупность кадровых, материально-технических, информационных и финансовых ресурсов, обслуживаемых соответствующей инфраструктурой, предназначенной для реализации нововведений.

Инновационная восприимчивость – это составная часть инновационного потенциала, отражающая способность предприятия реализовать и применять нововведения. Таким образом, инновационную восприимчивость следует рассматривать как способность и готовность руководителей и персонала организаций создавать, осваивать и реализовывать инновации. Другими словами это способность организации включать в свою структуру и деятельность (т. е. воспринимать) изменения, вызванные инновационными процессами.

Анализ трактовок понятия «инновационная восприимчивость» в качестве объекта научного исследования позволяет выделить следующие характеристики:

- восприимчивость является комплексным показателем;
- восприимчивость как экономическая категория должна рассматриваться относительно конкретной сферы: в данном случае – относительно способности организации воспринимать новшества;
- восприимчивость характеризуется многонаправленностью, то есть способностью реализовать нововведения в различных секторах – промышленности, сфере услуг, науке и др.

К важным компонентам, которые определяют восприимчивость организации к новшествам можно отнести:

- психологические характеристики персонала;
- структурные характеристики организации;
- инновационный климат;
- цели организации;
- используемые технологии.

Организация является восприимчивой к инновациям, если имеет определенный инновационный потенциал, который ведет к росту инновационной активности предприятия.

Автором проведена оценка инновационного потенциала ОАО «Кобринская птицефабрика», которая является одним из старейших птицеводческих предприятий Республики Беларусь. Основным направлением деятельности предприятия является производство яиц куриных пищевых, производство сухих яичных продуктов (яичный порошок, желток, белок) и жидких замороженных продуктов переработки яиц (меланж, белок, желток). Наряду с этим предприятие занимается производством и реализацией мяса птицы, мяса цыплят-бройлеров, колбасных изделий, полуфабрикатов, выращиванием зерновых культур, озимого рапса, кукурузы на зерно, производством зерносмесей.

Среди всех критериев при выборе товара у сегодняшнего потребителя на первом месте стоит качество. Особенно актуально это для яйца и мяса птицы, т.к. по ценовому диапазону эта продукция доступна всем слоям населения. В свое время птицефабрика взяла высокую планку качества, и все эти годы сотрудники предприятия делают все от них зависящее, чтобы ожидания потребителя оправдались.

Модернизацией и техническим перевооружением производственных помещений предприятие поэтапно занимается, начиная с 2000 года. За это время произведена реконструкция 12 птицеводческих помещений, кормоцеха, частично заменено технологическое оборудование цеха инкубации, установлена технологическая линия по производству сухого яичного порошка, приобретено оборудование для сортировки яиц, в лизинг оформлено несколько единиц автомобилей и тракторов.

Предприятие обеспечивает качественной продукцией внутренний рынок страны. Среди давних и постоянных партнеров – организации торговли, здравоохранения, образования, воинские части, организации потребкооперации гг. Кобрина, Бреста, Жабинки, Каменца, Малориты, Минска. Также продукция экспортируется в Российскую Федерацию.

Основными конкурентами, производящими аналогичные по потребительским характеристикам товары, являются ОАО «Барановичская птицефабрика», ОАО «1-ая Минская птицефабрика», ОАО «Оранчицкая птицефабрика», ОАО «Солигорская птицефабрика».

Снижение затрат и улучшение качества производимой продукции остаются основными конкурентными преимуществами для ОАО «Кобринская птицефабрика». Это достигается благодаря достаточно эффективной инновационной деятельности предприятия и его инновационной восприимчивости.