

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СЕГМЕНТА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПРОДУКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Стремительное развитие и применение инновационных технологий и новшеств в различных сферах деятельности позволяет констатировать тот факт, что сегодня в рыночной экономике инновации представляют собой инструмент конкуренции, который приводят к снижению себестоимости за счет оптимизации технологических и управленческих процессов, и как следствие к росту прибыли и рентабельности, а также способствует созданию новых потребностей и открытию новых рынков. В уточненной Директиве Президента Республики Беларусь № 3 от 26.01.2016 г. «О приоритетных направлениях укрепления экономической безопасности государства» указывается на необходимость развития инновационного производства товаров народного потребления, как важнейшего условия обеспечения экономической безопасности и роста экономики республики, что отражает векторность развития продовольственного рынка республики на ближайшую перспективу.

В странах запада, под категорией «инновационные пищевые продукты», понимается: новый или усовершенствованный пищевой продукт, являющийся результатом прикладных исследований и экспериментальных работ, основным целевым назначением которого является повышения качества питания и улучшения здоровья человека [1]. Следует отметить, что тенденция развития рынка инновационных пищевых продуктов берет свое начало с середины прошлого века, и базируется на трех концепциях:

– концепция функционального питания была сформирована в Японии в 80-х годах прошлого столетия. Основано на теории позитивного питания. Назначение: обогащение организма макро- и микроэлементами;

– концепция специализированного питания основана на принципах сбалансированного и адекватного питания. Назначение: поддержание сбалансированного соотношения нутриентов, носящих укрепляющий и тонизирующий характер, с учетом физиологических особенностей различных групп населения;

– органические продукты питания – концепция производство пищевых продуктов основана на условии сохранения экологической, «зеленой» составляющей в готовой продукции. Использование технологий, обеспечивающих получение продукта из сырья, полученного без применения пестицидов и ГМО [2, с.85].

Таким образом, можно говорить о том, что продукты питания могут являться не только источником удовлетворения потребностей человека в пище, но и способствовать оздоровлению организма. Специализированные продукты питания, имеют ряд существенных преимуществ, в сравнении с традиционными продуктами питания: высокая пищевая ценность с минимальной калорийностью, выраженный физиологический эффект, высокая биологическая ценность за счет увеличения содержания нутриентов. Следует отметить, что производство и потребление специализированных продуктов питания стало одним из приоритетных направлений в области здорового питания в Республике Беларусь. Накоплен огромный опыт по разработке специализированных продуктов, запатентованы десятки способов производства отдельных видов. Однако сегодня наблюдается ситуация, когда, с одной стороны, есть потребитель значительное внимание своему здоровью и образу питания и нуждающийся в специализированных продуктах. С другой стороны, производитель, имеющий возможность выпуска таких продуктов, но внедрение их на белорусский рынок ограничено и составляет в среднем 10 %. В тоже время, в универсамах США, сегодня, реализуется более 400 наименований органических пищевых продуктов и около 3000 наименований инновационных продуктов в специализированных магазинах Европы [2]. Причиной такого парадоксального явления на белорусском рынке, на наш взгляд, являются, во-первых, отсутствие механизма продвижения специализированных пищевых продуктов на потребительский рынок. Во-вторых, низкий уровень информативности потребителя о роли в питании человека специализированных продуктов, их потребительских свойствах и преимуществах в сравнении с традиционными продуктами питания. В-третьих, научные разработки в этой области направлены, в основном, на разработку специализированного продукта, однако отсутствуют товароведно-технологические и маркетинговые подходы, требования к этапам жизненного цикла специализированных продуктов и разграничения видов деятельности специалистов, ответственных за развитие рынка инновационных продуктов питания в Республике Беларусь.

Все сказанное позволяет обосновать модель развития сегмента специализированной пищевой продукции в Республике Беларусь, которая на наш взгляд, должна представлять собой механизм, сочетающий совокупность методологических, организационных, материально-технических средств. Они позволят на основе предвидения уровня неблагоприятных факторов внешней среды, тенденций нарушения пищевого статуса в отдельных регионах республики разработать программу развития рынка инновационной пищевой продукции, обеспечивающую их производства и реализацию с наименьшими затратами. При этом значительная роль в данном механизме взаимодействий должна отводиться формированию асортиментной стратегии, в основе которой должен лежать принцип систематического изучения потребностей конечных потребителей, социокультурные особенности потребления товара, диверсификация в производстве продукции с учетом потребностей сегмент, стратегия дифференцированного маркетинга.

Литература:

1 Хасанова, С. А. Современные тенденции развития органического производства сельскохозяйственной продукции. Опыт Германии / С.А. Хасанова, М. Красорн // Научный журнал КубГАУ. – 2015. – №1. – С.1–17.

2 Гурбанов, М. А. Экономические проблемы рынка экологически чистых продуктов в Азербайджане / М. А. Гурбанов, А. А. Аббасова // Проблемы развития АПК региона. – 2013. – №1. – С. 84–86.

*М.А. Протасова*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»  
(Республика Беларусь, Минск)*

## **РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ**

В экономике, основанной на знаниях, главными продуктами производства становятся информация и знания. Инновации являются основной формой превращения знаний в благосостояние и представляют собой ключевую характеристику экономики, основанной на знаниях. Как показывают исследования экономистов, инновации сегодня – основной источник экономического роста и