

**Abstract.** Innovative activity of Belarusian pharmaceutical firms is analyzed using indicators of innovative development. Conditions are defined, which are necessary for creation of new products and technologies; a network model of the innovative process of new pharmaceutical products promotion is suggested.

**Keywords:** knowledge intensive products; indicators of innovative development; innovative activity.

UDC 661.12 (476)

---

*Статья поступила  
в редакцию 03.02. 2016 г.*

**О. Ю. ОСТАЛЬЦЕВА**

---

## **ИННОВАЦИИ В СТРУКТУРЕ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ**

---

В статье обобщены теоретические положения трансформации категории «инновация» в условиях развития рыночных отношений, отражена взаимосвязь понятий «продуктовые инновации», «специализированные продукты», «функциональные продукты». Проанализированы тенденции развития зарубежного рынка инновационных пищевых продуктов. Определены критерии, позволяющие отнести пищевой продукт к группе инновационных продуктов питания.

**Ключевые слова:** продовольственный рынок; продуктовые инновации; специализированные продукты; функциональные продукты.

УДК 338.439.5:001.895 (475)

---

Развитие продовольственного рынка является одной из основных стратегических задач для экономики государства. В первую очередь это связано с изменениями конъюнктуры мирового рынка продовольствия, вопросами продовольственной безопасности отдельных регионов, экономическими, политическими и экологическими факторами. При этом устойчивый экономический рост региональных, национальных и мировых рынков находится в прямой зависимости от интенсивности развития экономических, технических и инновационных составляющих всех сфер жизнедеятельности социума.

Для продовольственного рынка Республики Беларусь характерен высокий уровень развития агропромышленного комплекса в целом, значительный потенциал продуктовых подкомплексов, позволяющий обеспечивать внутренние потребности в продовольствии и реализовывать продукцию на внешнем рынке. Следует отметить, что на динамику развития белорусского рынка продовольствия сегодня оказывает влияние ряд факторов: поступательное развитие Евразийского экономического союза и переход к Единому экономическому пространству; функционирование участников Евразийского экономического союза (Российская Федерация, Республика Армения, Кыргызская Республика, Республика Казахстан) в рамках ВТО; перспектива вступления Респуб-

---

*Ольга Юрьевна ОСТАЛЬЦЕВА (olga.ostaltseva@yandex.by), аспирантка кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).*

ки Беларусь в ВТО; изменения потребностей населения в продуктах питания как в рамках Евразийского экономического союза, так и в мировом сообществе в целом.

В этой связи в условиях сложившейся экономической ситуации одной из ключевых задач белорусского государства является поиск оптимальных путей развития продовольственного рынка, что находит отражение в стратегиях и программах развития Республики Беларусь на ближайшую перспективу. Так, в 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. В свою очередь в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года отмечена необходимость развития национальной системы стимулирования экспорта [1, 218]. В том же ключе разрабатывается проект Программы развития экспорта Республики Беларусь на ближайшую (до 2020 г.) и долгосрочную (до 2030 г.) перспективу. Основной задачей данной программы является реконфигурация национальной системы государственной поддержки и развития экспорта, сохранение и поиск ниш на традиционных и перспективных рынках [1, 219].

Развитие и формирование белорусского рынка продовольствия в ближайшее время будет базироваться на совокупности элементов, в основе которых лежат ресурсный потенциал агропромышленного комплекса, экспортная направленность рынка и инновационная составляющая товара.

Признавая важность результатов теоретико-методологических исследований категории «инновация», следует отметить необходимость изучения и анализа специфики данной категории в пищевой промышленности, категории «инновационный пищевой продукт» как основного элемента развития экспортной направленности рынка пищевых продуктов, что актуализирует тему исследования и позволяет сформулировать научную гипотезу. Мы полагаем, что инновационные пищевые продукты выступают в качестве нового или усовершенствованного товара (услуги), нуждающегося в особом подходе в аспекте технологии, маркетинга, организации и управления, и являются элементом перспективного развития экспортного потенциала продовольственного рынка республики, требующего перехода от традиционных способов производства к модернизации и реализации инновационных стратегий.

Жесткая конкуренция среди производителей и изменения в предпочтениях потребителей стимулируют высокий темп инновационного развития мирового рынка продовольствия. Это требует от отечественных производителей переориентации производства с концепции традиционных пищевых продуктов к концепции продуктов «нового поколения», т. е., к массовому производству инновационных пищевых продуктов как основе устойчивого развития рынка продовольствия в Республике Беларусь.

Стремительное развитие и применение инноваций, инновационных технологий и новшеств в различных сферах деятельности позволяет констатировать, что сегодня они представляют собой инструмент конкуренции, который приводит к снижению себестоимости за счет оптимизации технологических и управленческих процессов, как следствие — к росту прибыли и рентабельности, а также способствует формированию новых потребностей и открытию новых рынков. Практическое применение инноваций в процессе общественно-го развития привело к многообразию подходов в толковании дефиниции «ин-

новация» и наличию большого числа классификационных признаков данной категории.

Согласно официальному международному документу «Руководство Осло», принятому Организацией экономического сотрудничества и развития, «инновация» определяется как «введение в употребление какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях» [2, 31].

Термин «инновация» как новую экономическую категорию ввел в научный оборот австрийский (позже американский) ученый Й. Шумпетер. В своей работе «Теория экономического развития» он впервые рассмотрел вопросы новых комбинаций в развитии и дал полное описание инновационного процесса. По мнению Й. Шумпетера, инновации представляют собой «новые комбинации» во всех сферах деятельности человека, приводящие к изменениям в развитии экономических систем [3]. К основным видам инноваций автор относит производство новых благ; применение новых способов производства и коммерческое использование существующих благ; освоение новых рынков сбыта; освоение новых источников сырья и изменение отраслевой структуры. Он доказал, что двигателем экономического развития являются инновации на основе применения принципиально новых видов оборудования, способов производства и форм обмена. При этом роль инноваций выражается в форме радикальных перемен, фундаментально реструктурирующих отрасли и рынки [3]. Анализ теории экономического развития Й. Шумпетера позволяет сделать вывод, что инновации — это фактор качественного экономического развития, способствующий получению максимальной прибыли за счет повышения уровня производительности труда, поставки на рынок новых товаров, производимых с наименьшими издержками.

Изучение данной проблемы позволяет объединить подходы к пониманию термина «инновация» в зависимости от объекта и предмета исследования в четыре группы: инновации как процесс (Б. Твисс, А. Койре, И. П. Пинингс, В. Л. Макаров и др.); инновации как система (Н. И. Лапин, Й. Шумпетер); инновации как изменение (Ф. Валента, Ю. В. Яковец и др.); инновации как результат (А. Левинсон, С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвич).

Ниже представлены подходы к определению термина «инновация», используемые в законодательстве стран — участниц Евразийского экономического союза.

#### **Варианты определения понятия «инновация» в нормативных правовых актах стран — участниц ЕАЭС**

<i>Название нормативного правового акта</i>	<i>Определение термина</i>
Закон Республики Беларусь «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности»	Инновация — введенные в гражданский оборот или используемые для собственных нужд нововведения или усовершенствованная продукция, новая или усовершенствованная технология, новая услуга, новое организационно-техническое решение производственного, коммерческого или иного характера
Проект Федерального закона «Об инновационной деятельности и инновационной политике в Российской Федерации»	Инновация — конечный результат творческого труда, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, либо нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в экономическом обороте

<i>Название нормативного правового акта</i>	<i>Определение термина</i>
Закон Республики Казахстан «Об инновационной деятельности»	Инновация — результат инновационной деятельности, получившей реализацию в виде новой или усовершенствованной продукции (работы, услуги), нового или усовершенствованного технологического процесса, а также организационно-технические, финансово-экономические и другие решения в различных сферах общественных отношений, оказывающих прогрессивное влияние на различные области производства и сферы управления обществом
Закон Кыргызской Республики «Об инновационной деятельности»	Инновация (новация) — конечный результат инновационной деятельности в виде нового или недостающего на рынке товара (услуги) или товара (услуги) с улучшенным качеством
Закон Республики Армения «О государственном содействии инновационной деятельности»	Инновация — применяемый в экономическом обороте конечный результат, нашедший реализацию в виде нового или усовершенствованного технологического процесса, новой или усовершенствованной продукции или услуги

*Примечание:* наша разработка на основе [4–8].

Общим и главным признаком приведенных выше дефиниций инноваций является присущее всем им логическое проявление в виде нового или усовершенствованного продукта и (или) технологического процесса. Выявленные научные предпосылки позволяют отметить двойственность смысловой нагрузки категории инновации, в основе которой лежат два критерия — новое знание (новшество) и усовершенствование. Исходя из этого можно полагать, что инновацией является результат практической деятельности в виде нового знания или усовершенствование имеющегося продукта или процесса путем частичной замены традиционных компонентов или технологий на более прогрессивные.

Инновационное развитие продовольственного рынка выражаться через категорию «продуктовые инновации», результатом которых является инновационный пищевой продукт.

В теоретических работах, посвященных исследованию феномена продуктовых инноваций предприятий пищевой промышленности, можно выделить два подхода к рассмотрению данного вопроса.

Первый подход предполагает рассмотрение продуктовых инноваций как результата применения нового знания или модернизации (преобразования) ранее применяемых методов и подходов к разработке и производству пищевого продукта.

Сторонник данного подхода Д. М. Степаненко в монографии «Теоретико-методологические основы реализации государственной инновационной политики» определяет продуктовые инновации как введение в употребление (внедрение) товара или услуги, являющихся новыми или значительно улучшенными по части их свойств или способов использования [9].

Похожей трактовки придерживаются Л. Водачек и О. Водачкова, которые под «продуктовыми инновациями» понимают получение, внедрение и освоение принципиально новых продуктов, внедрение новых или усовершенствованных продуктов [9].

В приведенных определениях основополагающим авторы видят совершенствование технологического аспекта как результата инновационной деятельности, не учитывая при этом экономический, маркетинговый и организационный компонент.

Второй подход основывается на рассмотрении продуктовых инноваций как научного результата, полученного на основе сочетания совокупности технологических, маркетинговых, организационных и экономических инноваций.

В соответствии с диссертационным исследованием Е. В. Ивановой «Совершенствование инструментов прогнозирования продуктовых инноваций предприятий пищевой промышленности» продуктовые инновации включают создание и применение новых продуктов, материалов, полуфабрикатов или комплектующих изделий [10].

Другой точки зрения придерживается Е. В. Савватеев: продовольственные инновации — это разработка, промышленное внедрение и организация производства новых видов пищевой продукции с существенным расширением ассортимента, на основе выпуска продукции на новом, экологически чистом оборудовании с использованием современных технологий [11]. При этом автор отмечает, что продуктовые (продовольственные) инновации способствуют расширению ассортимента выпускаемой продукции, поиску новых видов сырья и созданию новых видов продуктов питания на их основе, обеспечивающих улучшение здоровья нации и увеличение национального валового продукта. Сообразно с этим второй подход представляет значительную ценность, поскольку отражает теоретическую и практическую значимость толкования понятия «продуктовые инновации» с учетом современных тенденций развития пищевой отрасли.

В странах Запада под категорией «инновационные пищевые продукты» понимается новый или усовершенствованный пищевой продукт, являющийся результатом прикладных исследований и экспериментальных работ, основное целевое назначение которого — повышение качества питания и улучшение здоровья человека. Значимость и перспективность данного сегмента продовольственного рынка для экономик стран Запада, а также востребованность со стороны потребителей подтверждается тем фактом, что в большинстве стран эта группа продуктов регламентируется отдельным нормативным правовым актом. Так, в США разработана и действует Национальная органическая программа, основной целью которой является разработка и внедрение национальных стандартов, регулирующих маркетинг инновационных пищевых продуктов. В настоящее время реализуется более 400 наименований органических пищевых продуктов в универсамсах США и около 3 000 наименований инновационных продуктов в специализированных магазинах Европы. Особенно интенсивно развиваются в этом направлении рынки Японии, Англии, Франции, Германии, Бельгии, Италии, Нидерландов и Швейцарии. Для этих стран характерно деление рынка инновационных пищевых продуктов на следующие сегменты:

сегмент биологически активных добавок к пище, включающий следующие подгруппы: пробиотики, пребиотики, нутрицевтики, парафармацевтики;

сегмент для питания отдельных групп населения: продукты для беременных и кормящих женщин; для детей в возрасте до 14 лет; продукты геродиетического и геропротективного питания; для спортсменов;

сегмент профилактического и лечебного питания: продукты с модифицированным белковым и аминокислотным составом; продукты с модифицированным жировым и углеводным компонентом; продукты с пониженным содержанием поваренной соли (сахара) / без соли (сахара); продукты, обогащенные пищевыми волокнами.

Следует отметить, что западная тенденция развития рынка инновационных пищевых продуктов берет свое начало с середины прошлого столетия и основывается на принципах концепции «позитивного питания». Этапы развития мирового рынка инновационной пищевой продукции приведены на рис. 1.

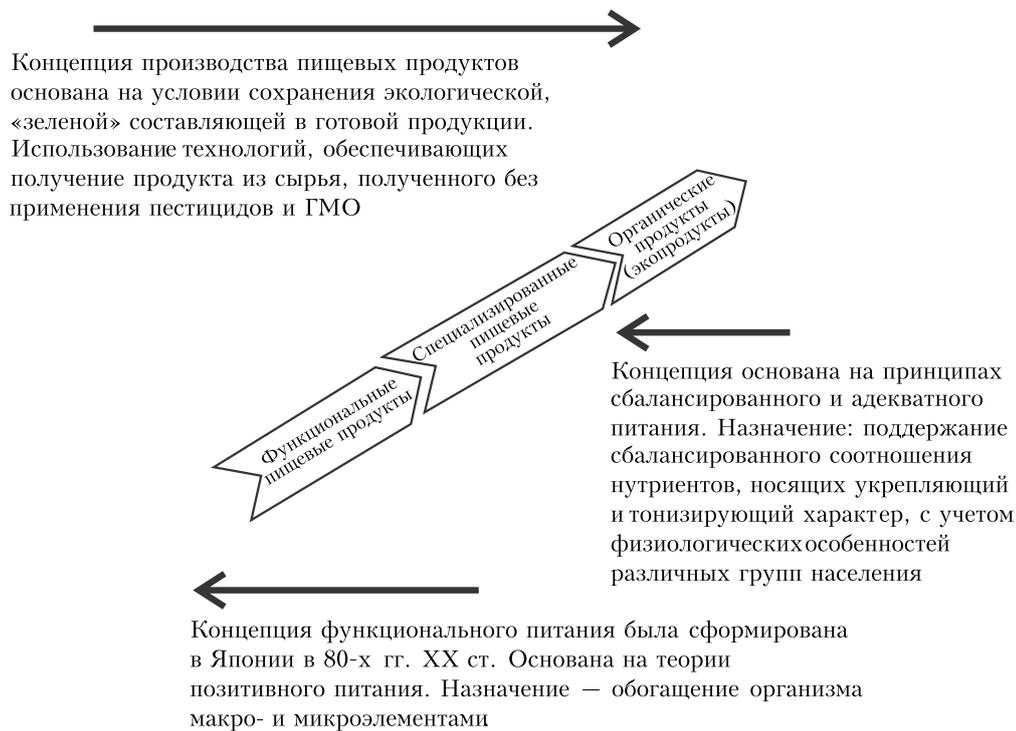


Рис. 1. Этапы развития сегмента инновационных пищевых продуктов

На рис. 2 отражен подход перспективного направления развития продовольственного рынка Республики Беларусь в условиях функционирования Евразийского экономического союза.

Однако для стран — участниц Евразийского экономического пространства, в том числе и для Республики Беларусь, в настоящее время характерно развитие лишь сегмента специализированных пищевых продуктов.

Согласно техническому регламенту Таможенного союза 027/2012 «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания», специализированная пищевая продукция — пищевая продукция, для которой установлены требования к содержанию и (или) соотношению отдельных веществ или всех веществ и компонентов и (или) изменено содержание и (или) соотношение отдельных веществ относительно их естественного содержания в такой пищевой продукции и (или) в состав включены не присутствующие изначально вещества или компоненты (кроме пищевых добавок и ароматизаторов) и (или) изготовитель заявляет об их лечебных и (или) профилактических свойствах, и которая предназначена для целей безопасного употребления этой пищевой продукции отдельными категориями людей [12].

Характеризуя состояние развития белорусского рынка инновационной пищевой продукции, можно констатировать следующее: на сегодняшний день на рынке представлены только два сегмента: функциональные продукты и специализированные продукты. При этом следует отметить, что в отличие от западной практики развития рынка данные сегменты в республике не имеют столь широкого видового разнообразия. Сегмент функциональных продуктов представлен лишь двумя подвидами: обогащенные и витаминизированные продукты. Сегмент специализированных продуктов включает в себя продукты детского питания, продукты для беременных и кормящих женщин, продукты для лиц, страдающих сахарным диабетом. К основным группами, в рамках

которых разрабатываются инновационные пищевые продукты, относятся молоко и кисломолочные продукты, хлеб и хлебобулочные изделия, напитки. При этом очевидный потенциал есть в группе мясных товаров, зерномучных, кондитерских и плодоовощных, в среднем доля инновационных продуктов на белорусском рынке не превышает 10 %.

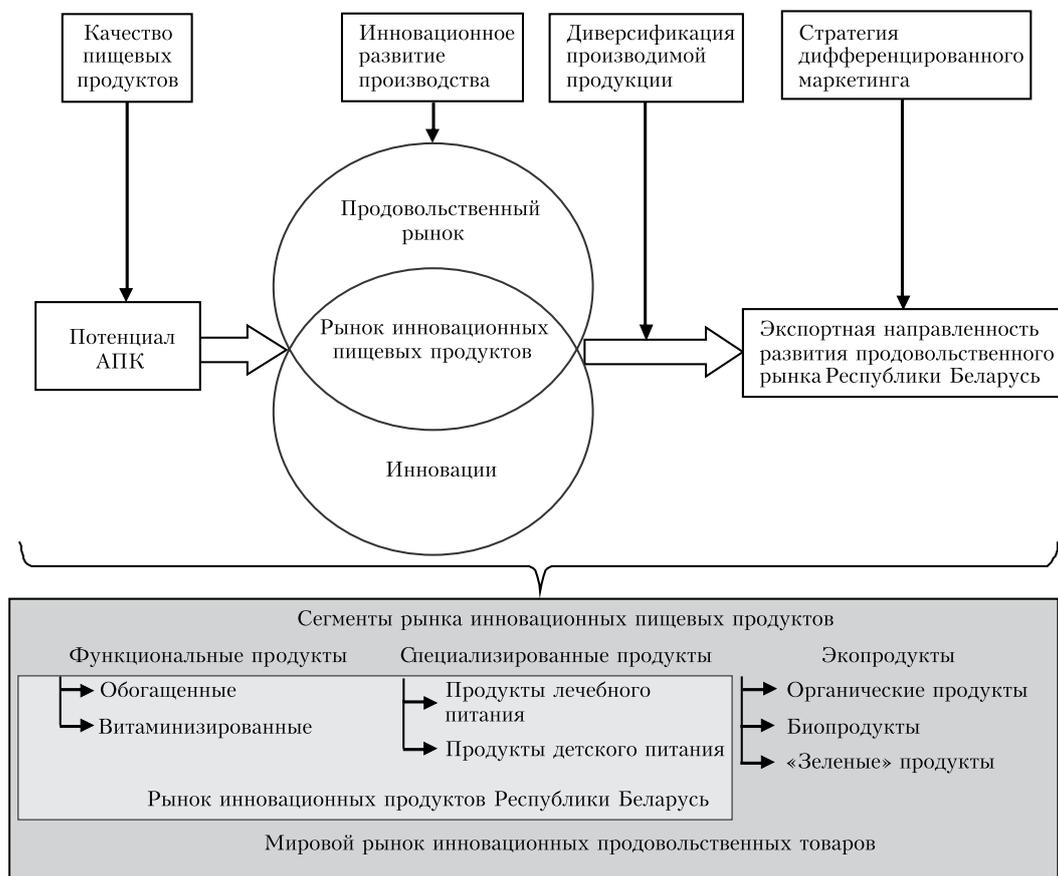


Рис. 2. Развитие продовольственного рынка Республики Беларусь в условиях функционирования ЕАЭС

Основными организациями, разрабатывающими белорусские инновационные пищевые продукты, являются подразделения Академии наук Беларуси: институт мясо-молочной промышленности, научно-практический центр национальной академии наук Беларуси по продовольствию, учебно-научно-производственное республиканское унитарное предприятие «Унитехпром БГУ».

Ученые из стран Европейского союза определяют специализированные пищевые продукты как полезные для здоровья человека и обладающие дополнительными по сравнению с обычными продуктами свойствами, такие продукты могут быть как цельными, так и обогащенными, при регулярном употреблении в пищу в виде части рациона они могут благоприятно влиять на здоровье. Особенности продукта раскрываются через его функциональные свойства, к которым относят высокие органолептические показатели специализированного пищевого продукта; содержание ингредиентов, определяющих профилактические, диетические и другие эффекты; оптимально подобранное сочетание компонентов рецептуры, обеспечивающее усвояемость продукта; конкурентоспособность нового продукта на продовольственном рынке.

Таким образом, специализированные продукты — это новый или усовершенствованный продукт, являющийся результатом прикладных и экспериментальных исследований, разрабатываемых для здоровых людей, имеющих определенные особенности физиологических потребностей, связанные с функциональным состоянием организма или образом жизни, что отражает взаимосвязь с категорией «инновационные пищевые продукты» в области наличия свойства нового знания или усовершенствованного продукта.

Исходя из этого можно выделить основные критерии, позволяющие отнести специализированные продукты к группе инновационных продуктов питания:

область применения — здоровое питание;

основное назначение — предотвращение развития алиментарных заболеваний;

основная функция — поддержание оптимального соотношения макро- и микронутриентов в организме человека, носящих укрепляющий, тонизирующий характер;

в основе создания лежит механизм модификации традиционных продуктов, обеспечивающий повышение и (или) понижение содержания в них полезных ингредиентов до уровня, соотносимого с физиологическими нормами их потребления.

Проведенные исследования позволяют сделать следующие выводы:

– продовольственный рынок относится к главным системообразующим элементам рыночной экономики, положительная динамика развития которого напрямую связана с инновационным развитием предприятий отрасли, их организационно-экономических механизмов в виде создания кластеров и новых видов продукции, а также диверсификации производства, способствующей повышению конкурентоспособности и устойчивости предприятия;

– продуктовые инновации предприятий пищевой промышленности являются способом качественного и количественного изменения результатов деятельности предприятия в виде максимизации получаемой прибыли, оптимизации управленческих и производственных процессов, выпуска конкурентоспособного товара (услуги), соответствующего потребностям конечных потребителей, на основе сочетания экономических, маркетинговых и технологических инноваций;

– развитие сегмента специализированной пищевой продукции в Республике Беларусь как одного из направлений развития рынка инновационной продукции должно основываться на сочетании совокупности 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 производство и реализацию с наименьшими затратами. При этом значительная роль должна отводиться формированию ассортиментной стратегии, в основе которой лежат принцип систематического изучения потребностей конечных потребителей, социокультурные особенности потребления товара, диверсификация в производстве продукции с учетом потребностей сегмента, стратегия дифференцированного маркетинга.

### **Литература и электронные публикации в Интернете**

1. *Короленок, Г. А.* Продвижение белорусских товаров на рынки Евразийского экономического союза / Г. А. Короленок // Экономический рост Республики Беларусь:

глобализация, инновационность, устойчивость : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 мая 2016 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г. А. Короленок [и др.]. — Минск, 2016. — С. 218–220.

*Korolenok, G. A.* Prodvizhenie belorusskikh tovarov na ryinki Evraziyskogo ekonomicheskogo soyuza [Promotion of Belarusian goods to the markets of the Eurasian economic Union] / G. A. Korolenok // Ekonomicheskiy rost Respubliki Belarus: globalizatsiya, innovatsionnost, ustoychivost : materialyi Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Minsk, 19–20 maya 2016 g. / Belarus. gos. ekon. un-t ; redkol.: G. A. Korolenok [i dr.]. — Minsk, 2016. — P. 218–220.

2. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям / ОЭСР, Статистическое бюро Европейских сообществ. — М., 2010. — С. 31.

3. *Шумпетер, Й.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер. — М. : Эксмо, 2007. — 864 с.

*Shumpeter, Y.* Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya [The theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy] / Y. Shumpeter. — М. : Eksmo, 2007. — 864 p.

4. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 июля 2012 г., № 425-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2012. — № 7. — 1/1977.

5. Об инновационной деятельности и инновационной политике в Российской Федерации [Электронный ресурс] : проект Закона // Официальный Интернет-портал правовой информации Российской Федерации. — Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/>. — Дата доступа: 11.05.2016.

6. Об инновационной деятельности [Электронный ресурс] : Закон Кыргыз. Респ., 26 нояб. 1999 г., № 128 // Нормативные правовые акты Кыргызской Республики / Ведомости Жогорку Кенеша Кыргызской Респ. — Бишкек, 2000.

7. Об инновационной деятельности : Закон Респ. Казахстан от 3 июля 2002 г. № 333-2. — Астана : Казахстан. правда, 2002. — 146 с.

8. О государственном содействии инновационной деятельности [Электронный ресурс] : Закон Респ. Армения, 14 июня 2006 г., № ЗР-63 // Нормативные правовые акты Респ. Армения / Ведомости Армении. — Ереван, 2006.

9. *Степаненко, Д. М.* Теоретико-методологические основы реализации государственной инновационной политики / Д. М. Степаненко. — Смоленск : Универсум, 2010. — 312 с.

*Stepanenko, D. M.* Teoretiko-metodologicheskie osnovyi realizatsii gosudarstvennoy innovatsionnoy politiki [Theoretical-methodological bases of realization of state innovation policy] / D. M. Stepanenko. — Smolensk : Universum, 2010. — 312 p.

10. *Иванова, Е. В.* Совершенствование инструментов прогнозирования продуктовых инноваций предприятий пищевой промышленности : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Е. В. Иванова ; Краснояр. гос. аграр. ун-т. — Красноярск, 2005. — 30 с.

*Ivanova, E. V.* Sovershenstvovanie instrumentov prognozirovaniya produktovyih innovatsiy predpriyatiy pischevoy promyishlennosti [The Development of tools to predict product innovations of the food industry] : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.05 / E. V. Ivanova ; Krasnoyar. gos. agrar. un-t. — Krasnoyarsk, 2005. — 30 p.

11. *Савватеев, Е. В.* Научно-методологические направления экономического развития производства инновационных продуктов питания (на примере Белгородского облпотребсоюза) : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Е. В. Савватеев ; Моск. гос. ун-т технологий и упр. — М., 2005. — 51 с.

*Savvateev, E. V.* Nauchno-metodologicheskie napravleniya ekonomicheskogo razvitiya proizvodstva innovatsionnyih produktov pitaniya (na primere Belgorodskogo oblptrebsoyuza) [Scientific-methodological directions of economic development of production of innovative food products (by example of Belgorod regional consumer Union)] : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.05 / E. V. Savvateev ; Mosk. gos. un-t tehnologii i upr. — М., 2005. — 51 p.

12. О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания: ТР ТС 027 / 2012: введ. 15.06.2012. — Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2013. — 20 с.

---

---

**OLGA OSTALTSEVA**

---

***INNOVATIONS IN FOOD PRODUCT STRUCTURE***

---

**Author affiliation.** *Olga OSTALTSEVA* (olga.ostaltseva@yandex.by), *Belarusian State Economic University (Minsk, Belarus)*.

**Abstract.** The article summarizes theoretical provisions concerning the transformation of the category “innovation” under conditions of developing market relations; the interrelation of the notions “product innovation”, “specialized products”, “functional products” is examined. The trends in the development of the foreign innovative food product market are analyzed. The criteria allowing to refer a food product to the group of innovative food products are indentified.

**Keywords:** food market; product innovations; specialized products; functional products.

UDC 338.439.5:001.895 (475)

---

---

*Статья поступила  
в редакцию 26.07. 2016 г.*

**ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР БГЭУ  
представляет**

**Шимова, О. С.**

**Экономика природопользования** : практикум / О. С. Шимова. — Минск : БГЭУ, 2016. — 209 с.

В соответствии с учебной программой курса «Экономика природопользования» в практикуме приведены материалы, в том числе статистические и информационные, для подготовки к семинарским занятиям, проведения деловых игр и выполнения практических заданий, необходимых для закрепления студентами теоретических знаний экономики природопользования и приобретения практического опыта в освоении методик и определении основных показателей эколого-экономического развития.

Для студентов, аспирантов и преподавателей высших учебных заведений экономического профиля.