

2. *Наумович, О. А.* Смена технологических укладов как социально-экономический феномен / О.А. Наумович // Экономическая наука сегодня. — Минск : БНТУ, 2016. — Вып. 4. — С. 34–38.
3. *Карпенко, И. В.* Научная и инновационная деятельность как основа подготовки современного специалиста / И. В. Карпенко // Новости науки и технологий. — 2017. — № 4 (43). — С. 21–25.
4. *Салми, Дж.* Сценарии устойчивого финансирования высшего образования [Электронный ресурс] / Дж. Салми // Вестн. междунар. организаций. — Режим доступа: https://iorj.hse.ru/data/2011/01/18/1208078983/Financial_Stability.pdf. — Дата доступа: 01.03.2018.

О. Ю. Остальцева, аспирант
БГЭУ (Минск)

ПОНЯТИЕ «ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ ПИТАНИЯ» В РЫНОЧНОЙ СРЕДЕ

Вопросы здорового и сбалансированного питания, качества и разнообразия продовольственных товаров чрезвычайно актуальны для Республики Беларусь, поскольку проблема питания в своей основе является социально-экономической и определяется потребностью человека в приемлемых для здоровья продуктах, которые обеспечат поддержание состояния полноценного физического, душевного и социального благополучия. В данном контексте основу процесса обновления ассортимента, качественных и количественных характеристик выпускаемых и реализуемых продуктов питания должно составлять комплексное внедрение инновационных разработок и принципов производства, способствующих выпуску продукта здорового питания (инновационного продукта), ценность которого определяется как соотношение стоимости и полезности. При этом полезный эффект продукта питания рассматривается потребителем как наличие дополнительных функциональных характеристик в виде лечебно-профилактических свойств, изменения пищевой ценности и органолептических показателей.

Инновационный продукт питания с точки зрения маркетинговой и технологической составляющей является специфическим товаром и представляет собой новый или усовершенствованный продукт питания, являющийся результатом прикладных исследований и экспериментальных работ, основным целевым назначением продукта является повышение качества питания и улучшение здоровья человека, для которого характерно относительное преимущество — степень превосходства инновационного продукта по сравнению с существующими альтернативами; сложность — насколько инновация (новшество) совпадает с существующей практикой потенциальных потребителей. Таким образом, в результате выполненных исследований нами предложен системный подход к рассмотрению категории «инновационный продукт питания», которая включает в себя понятия «новый продукт питания», «улучшенный продукт питания», «модифицированный продукт питания». Исходя из этого, видится целесообразным определять инновационный продукт питания как новый и/или значительно улучшенный продукт питания, для которого характерно наличие дополнительной потребительской ценности, полученной в результате инновационного преобразования, оказывающей положительное влияние на полноценную жизнедеятельность организма и рост продолжительности жизни.

Новый продукт питания — продукт питания, для которого характерна новая, ранее не свойственная потребительская ценность, выраженная в энергетической, биологической пользе продукта питания.

Улучшенный продукт питания — пищевой продукт со значительными элементами новизны, выраженными в функциональных свойствах продукта (оздоровительный, лечебно-профилактический эффект), в изменении пищевой ценности и органолептических показателей, значительно отличающихся по своим свойствам и назначению от пищевых продуктов, производимых предприятием ранее.

Модифицированный продукт питания — пищевой продукт, в котором степень новизны обеспечена за счет изменения технологии производства, рецептурного состава, использования нового, ранее не свойственного для данного продукта сырья и/или изменения процентного содержания компонентов (белка, жира, углеводов, витаминов, макро- и микроэлементов, микроорганизмов), приводящих к возникновению в пищевом продукте новых потребительских свойств и характеристик.

Практическая значимость предложенных определений состоит в возможности их применения субъектами хозяйствования при обосновании отнесения произведенного продукта питания к группе инновационных, а также аргументированному разъяснению субъектам рынка (дистрибуция, оптовая и розничная торговля, общественное питание, конечный потребитель) отличительных свойств и пользы инновационных продуктов питания.

**О. Ю. Остальцева, аспирант
БГЭУ (Минск)**

ПРИНЦИПЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ

Конъюнктурные колебания и социальные преобразования, происходящие в современных условиях, предполагают объективную потребность применения новых подходов и инструментов к стимулированию экономического роста предприятий агропромышленного комплекса республики. Приоритетность инновационного развития предприятий молочной отрасли обусловлена рядом особенностей последних: во-первых, отрасль производит социально значимую продукцию, формирующую здоровье нации; во-вторых, уровень развития предприятий молочного комплекса республики позволяет как обеспечить стабильность внутреннего продовольственного рынка, так и экспортировать значительную часть молочных продуктов питания на внешние рынки. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь число инновационно-активных предприятий молочной отрасли в 2016 г. составило 10 единиц, объем отгруженной молочной инновационной продукции в стоимостном выражении составил 280 139 тыс. р., или 5 % общего объема отгруженной молочной продукции предприятиями отрасли. Основными рынками сбыта инновационной молочной продукции в 2016 г. стали внутренний рынок республики (удельный вес отгруженной инновационной — 44,6 %); внешний рынок: Российская Федерация — 54,2 % произведенной инновационной молочной продукции, рынки стран СНГ — 55,3 %, рынки, не входящие в СНГ — 0,1 %. Проведенные исследования подтверждают амбивалентность в развитии инновационного потенциала предприятий отрасли, что позволяет определить ряд проблемных аспектов, к основным из них относятся: отсутствие законодательного и правового механизма регулирования инновационного развития пищевой отрасли; либерализация рыночной торговли сельскохозяйственной продукцией; отсутствие развитой инновационной инфраструктуры предприятий пищевой отрасли.

В этой связи нами предпринята попытка сформулировать основные принципы реализации инновационной деятельности предприятиями отрасли: