

лее эффективного управления ресурсами является бизнес-модель *продукт как услуга* (предоставление продуктов в пользование в качестве альтернативы их покупки).

Таким образом, современная концепция циркулярной экономики является синтезом целого ряда научных подходов и направлений, включая лучшие идеи данных концепций, она способствует построению бизнес-моделей на основе подражания природным замкнутым циклам, которые позволяют снизить потребление природных ресурсов и повысить ресурсоэффективность производства.

Источник

1. Пахомова, Н.В. Переход к циркулярной экономике и замкнутым цепям поставок как фактор устойчивого развития / Н.В. Пахомова, К.К. Рихтер, М.А. Ветрова // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Экономика. — 2017. — № 5. — С. 244–268.

Ж.К. Тарасевич, ассистент
tshk@tut.by
БГЭУ (Минск)

РАЗВИТИЕ ЧАСТНОЙ ИНИЦИАТИВЫ В РЕГИОНАХ СТРАНЫ

Проводимые в настоящее время в стране экономические преобразования определяют применение кардинально новых методов и приемов управления экономикой, в том числе и при обосновании стратегических направлений социально-экономического развития регионов. Поэтому важным аспектом в деле регионального развития являются подготовка и реализация региональных программ (стратегий) развития с опорой на частный бизнес. Это не известные всем территориальные планы, как сумма планов организаций, расположенных в регионе, а комплекс целенаправленных мероприятий по взаимодействию и взаимодополнению органов власти и бизнеса. Эта цепочка добавленной стоимости, приносящая синергетический эффект в деле развития экономики.

Формула: «сильные регионы — сильный центр», на наш взгляд, должна стать определяющей. Особое место отводится вопросам частной инициативы, развитию предпринимательства, участию населения в формировании и реализации стратегий развития региона. И не случайно Правительство приняло Стратегию развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года; в международных проектах предусмотрены разработка планов развития МСП в регионах и имплементация их в общие планы развития и т.д.

Вместе с тем, как показывает многолетняя практика взаимодействия местных органов власти с экспертами, субъектами инфраструктуры поддержки МСП и бизнесом, существует ряд проблем, которые сегодня необходимо решать, прежде всего, на местах:

- ограниченное количество населения, способного к предпринимательству. Во-первых, лимит таких людей не безграничен и большинство из них уже вовлечено в предпринимательскую деятельность. Во-вторых, проверки, конфискации, неравные условия, борьба с посредничеством и прочие притеснения отбили желание рисковать и быть потенциально активным и предприимчивым. В-третьих, развитие «социального иждивенчества» у части населения. В-четвертых, миграция молодежи в крупные города, что не оставляет источников для новых идей;

- ограниченный доступ у населения районов (особенно сельских) к информационно-консультационным, образовательным и другим ресурсам наряду с хорошо работающей системой контроля и ответственности;

- отсутствие или малоэффективная деятельность субъектов инфраструктуры поддержки МСП (инкубаторы, центры поддержки предпринимательства, технопарки и т.п.).

Их работа в основном строится на энтузиазме собственников и коммерческом взаимодействии с клиентами, а не на эффективной системе господдержки, которую предстоит совершенствовать;

- дефицит на уровне региональных властей аналитических возможностей и опыта по нахождению «катализаторов» развития малого бизнеса (местных ресурсов, местных рынков сбыта, внедрения инноваций и пр.);

- просчеты в политике размещения производительных сил, согласно которой многие регионы превратились в сырьевые зоны, где ни отдельные субъекты МСП, ни даже районные власти зачастую не могут повлиять на ситуацию по поставке производимой продукции на предприятия перерабатывающей промышленности (молоко, мясо и другая сельскохозяйственная продукция), а это означает: нет ресурсов — нет бизнеса;

- проблема обеспечения добросовестной конкуренции, особенно в сфере торговли (МСП, торговые сети, «тюбетеечный» бизнес и т.д.), которая требует дополнительного исследования и выработки соответствующих мер как на местах, так и на государственном уровне;

- так называемая деловая интервенция крупного и среднего бизнеса в регионы зависит от наличия целостной системы объективных экономических, коммерческих, технологических условий, имеющегося потребительского рынка и рынка труда, инфраструктуры и производственного потенциала партнеров.

М.А. Челомбитько, канд. с.-х. наук, доцент
marinka9311@inbox.ru
БГАТУ (Минск)

В.М. Бадьина, канд. с.-х. наук, доцент
БГЭУ (Минск)

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Замороженная пицца является одним из крупнейших секторов пищевой промышленности, и ценность ее растет во всем мире. Замороженные продукты содержат максимальное количество витаминов и минералов, так как замораживание сохраняет продукты в течение длительного времени без применения каких-либо консервантов и технологических приемов, направленных против любого роста микроорганизмов, что приводит к порче продуктов питания.

Факторы, которые движут рынком замороженных продуктов питания по всему миру, — это увеличение располагаемого дохода в сочетании с изменением стиля жизни и питания, растущее число работающих женщин, рост онлайн-покупок основных продуктов питания в развитых странах, доступность холодильного оборудования для коммерческого и промышленного использования; быстрый рост крупных розничных сетей, таких как гипермаркеты и супермаркеты. Мировой рынок замороженных продуктов в 2018 г. оценивался в 260,8 млрд дол. США и, как ожидается, достигнет 366,3 млрд дол. США к 2026 г. при CAGR 3,2 %.

Сегментация замороженных продуктов питания проходит по следующим признакам: 1) тип продукта; 2) пользователь; 3) география; 4) ключевые игроки.

Категориальными *видами продукции* являются следующие: замороженная пицца, замороженные хлебобулочные и кондитерские изделия, замороженная рыба или морепродукты, замороженный картофель, замороженные овощи и фрукты, замороженное мясо и птица, замороженные супы, замороженные готовые к употреблению блюда.