

СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Пищевая промышленность Республики Беларусь является стратегической отраслью экономики, обеспечивающей здоровье нации и продовольственную безопасность государства. Уровень удовлетворения потребностей населения в качественных и доступных продуктах питания является одной из важнейших характеристик уровня жизни [1]. Повышение качества, расширение ассортимента, удлинение сроков хранения, экологическая безопасность продуктов питания в значительной мере определяют здоровье нации, продолжительность жизни и активность населения. В рамках парадигмы устойчивого развития особенно актуальна задача повышения не только экономической и социологической, но и экологической эффективности пищевой промышленности. Решение этой задачи возможно только при резком повышении инновационной активности предприятий пищевой промышленности, обеспечивающей производство новых видов продукции, при освоении новых видов ее хранения, а также форм продвижения готовых продуктов до групп населения с разным уровнем доходов.

В настоящее время инновационная активность предприятий пищевой промышленности низкая [2].

Пищевая промышленность обладает рядом особенностей, которые оказывают существенное влияние на ее развитие. К ним относятся:

- высокие санитарно-гигиенические и экологические требования к содержанию продуктов питания и технологии их производства;
- ограниченный срок хранения и доставки ряда видов готовой продукции;
- постоянное повышение требований безопасности для здоровья потребителей, что ограничивает использование некоторых материалов;
- индивидуализация спроса на локальных рынках и у отдельных групп потребителей и др.

Специфика пищевой промышленности связана также с особенностями рынка продуктов питания. С одной стороны, спрос на продукцию является стабильным, что делает пищевую отрасль по всей цепочке создания стоимости привлекательной для инвестиций. В то же время на многие виды продуктов питания (деликатесы, экологически чистые продукты) он весьма тесно связан с уровнем плате-

жеспособности населения и существенно колеблется на локальных рынках. Спрос прямо связан с ментальностью населения разных регионов (привычка к потреблению разных сортов мясных продуктов, молока, хлеба и т. д.). Это требует постоянной работы по выбору ассортимента производимой продукции, способов ее расфасовки и доставки до потребителя.

Анализ направлений развития пищевой промышленности позволил сгруппировать инновации, которые необходимо реализовать для повышения конкурентоспособности отечественной пищевой промышленности [3].

Направления инновационного развития отечественной конкурентоспособной пищевой промышленности:

1. Продуктовые (ассортиментные) инновации:
 - разработка продуктов «здорового питания»;
 - производство полуфабрикатов и продуктов, требующих минимальной обработки;
 - разработка продукции для особых групп населения, детей, людей с инвалидностью.
2. Технологические инновации:
 - внедрение безотходных производств;
 - применение энергосберегающих и ресурсосберегающих технологий на всех этапах производства и хранения продукции;
 - увеличение сроков хранения продуктов с использованием упаковочных материалов, обладающих фунгицидными свойствами.
3. Маркетинговые инновации:
 - использование биоразлагаемой упаковки;
 - создание съедобных упаковок;
 - развитие современных технологий маркетинга, рекламы и продвижения товара.
4. Организационные инновации:
 - применение современных систем контроля качества и сертификации (например, получение звания «Поставщик императорского двора», ISO и др.);
 - создание механизма взаимодействия производителей и заинтересованных сторон при производстве и реализации продуктов питания;
 - активное развитие организаций малого бизнеса;
 - постоянное повышение инновационной активности персонала.

Таким образом, по продуктовым инновациям наиболее актуальным является расширение ассортимента, по технологическим – деятельность, направленная на экономию энергии и сырья, увеличение безопасного срока хранения и внедрение безотходного производства,

инновациям в сфере маркетинга – использование экологической упаковки и формирование узнаваемости товара и бренда.

Ряд проблем и множество факторов, препятствующих инновационному развитию пищевой промышленности, актуализирует задачу формирования в отрасли многоуровневого (государство, регион, отрасль, предприятие) организационно-экономического механизма управления инновациями, который должен стимулировать внутренние и внешние воздействия на субъекты инновационной деятельности.

На уровне государства необходима разработка Стратегии стимулирования инноваций в пищевой промышленности на долгосрочную перспективу с разбивкой по подотраслям. В документе должен отражаться прогноз инновационных потребностей каждой подотрасли, намечены проблемы и задачи, определены факторы, способствующие и препятствующие внедрению инноваций, и разработана адекватная система стимулирования инноваций.

Отраслевой уровень предусматривает разработку последовательности и взаимосвязи инноваций на разных стадиях производственного цикла в пищевой отрасли, интеграцию предприятий для создания и реализации инноваций, экономическую заинтересованность в реализации инноваций ее участников, экологические и социальные последствия инноваций.

При формировании механизма управления инновациями могут быть задействованы административные, экономические стимулы, обеспечивающие рациональное использование производительных сил региона, совершенствование хозяйственных связей между предприятиями региона и с организациями других территорий. Учитывая важное социальное значение пищевой промышленности, стимулирование инноваций для ее развития будет способствовать повышению уровня жизни и удовлетворенности населения.

Стимулирование инноваций на уровне предприятия включает создание необходимых условий для активизации инновационной деятельности сотрудников. Результатом стимулирования инноваций может быть рост рентабельности инновационной продукции за счет повышения ее потребительских свойств, снижение себестоимости в результате технологических инноваций.

С целью интеграции инноваций разного вида и ускорения их использования в организациях региона целесообразно создание центров, которые занимались бы проблемами взаимодействия научных, образовательных и производственных структур, оказывали консультационную и информационную поддержку инновационному бизнесу, участвовали в разработке методов стимулирования инновацион-

ной деятельности, осуществляли поиск источников финансирования инновационных проектов, а также контроль за расходованием привлеченных средств.

Список использованных источников

1. Национальная экономика Беларуси: учебник / В. Н. Шимов [и др.]; под ред. В. Н. Шимова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск, 2006.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2013. – Минск, 2013.
3. *Субоч, Ф. И.* Развитие предприятий пищевой промышленности в аспекте инновационной системы национальной продовольственной конкурентоспособности / Ф. И. Субоч // Пищевая промышленность: наука и технологии. – 2011. – № 2(12). – С. 78–84.

С. В. Сақун

(Беларусь, Бобруйск)

ВНЕДРЕНИЕ В ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ ОБОРОТ МЕСТНЫХ ВИДОВ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ – ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Проблемы энергосбережения, эффективного и рационального использования энергетических ресурсов и сырьевых источников особенно актуальны для нашей страны, не обладающей достаточным ресурсным потенциалом. Без их решения нельзя достичь максимально возможного удовлетворения жизненно важных потребностей общества.

Отечественная наука постоянно исследует пути энергетической независимости, роста эффективности производства, преобразования и использования энергии, а также надежности энергоснабжения. Вместе с тем из-за отсутствия целостной системы экономии материальных ресурсов снижаются конкурентоспособность экономики, эффективность использования всех видов топлива, энергии, сырья, материалов и оборудования. Высока и материалоемкость отечественной продукции. Недостаточно полно используются вторичные ресурсы и отходы производства. Экономное расходование топлива, электроэнергии, природного газа и других ресурсов пока не стало нормой жизни для каждой белорусской семьи, для каждого человека. Энергоемкость внутреннего продукта в стране в полтора-два раза выше, чем в развитых государствах с исходными климатическими условиями и структурой экономики. В стране на тысячу долларов валового внутреннего продукта тратится 460 кг нефти, в то время как в развитых странах Северной Европы (Норвегии, Швеции, Финляндии) – 160 кг, Южной (Франции, Испании, Италии) – 80