

Литература

1. Корпоративные информационные системы: учеб. пособие/ Л. К. Голенда, Г. Н. Говядинова, А. М. Седун [и др.]; под общ. ред. Л. К. Голенда, Г. Н. Говядинова. — Минск : БГЭУ, 2011. — 291 с.

Специализированные пищевые продукты как новый вид товара

*Остальцева О. Ю., студ. III к. БГЭУ,
науч. рук. Микулович Л. С., канд. с.-х. наук, доц.*

Изменения характера питания, вызванные особенностями современного образа жизни и труда, становятся причиной все более широкого распространения хронических неинфекционных заболеваний у различных возрастных групп населения Республики Беларусь. Рацион современного человека характеризуется избыточной калорийностью, недостаточностью потребления пищевых веществ, в первую очередь витаминов, макро- и микроэлементов, полноценных белков. Актуальной проблемой является нерациональное питание, вследствие которого ухудшается здоровье населения.

Одной из действенных и эффективных мер коррекции рациона и профилактики ряда заболеваний является применение специализированных продуктов питания, в частности, для массового потребления с измененным составом, но традиционным вкусом, приносящих дополнительную пользу здоровью благодаря их сбалансированному обогащенному составу, с учетом рекомендуемых норм суточного потребления нутриентов для различных возрастных групп населения.

Производство специализированных пищевых продуктов освоили многие белорусские предприятия. Однако выпускается такая продукция ограниченным ассортиментом и небольшими объемами, а потребительский спрос на нее достаточно низок. В настоящее время данные продукты относятся к товарам пассивного спроса, о целенаправленной покупке которых потребитель пока не задумывается. Последнее объясняется недостаточной информативностью населения о свойствах и способах употребления специализированных пищевых продуктов, отсутствием должной рекламы [1, с. 86]. С другой стороны, процесс планирования, разработки и производства продуктов специального назначения — это сложный комплекс технологических, гигиенических, организационных задач, характеризующийся серьезными вмешательствами в традиционную пищевую технологию, что предполагает использование научно обоснованного подхода с учетом как товароведных, так и маркетинговых аспектов.

Для предприятий пищевой отрасли производство продуктов нового поколения — инновационный путь развития, который является основополагающим фактором конкурентной борьбы за потребителя и рынок. Однако успех возможен лишь при условии того, что введение новшеств будет носить характер стратегически ориентированных мероприятий [1, с. 95].

Специализированные пищевые продукты как новый вид товаров характеризуются рядом потребительских свойств, отличных от традиционных продуктов питания. Однако следует отметить, что данные продукты не подразумевают какую-либо «новую» концепцию питания, а используются для улучшения функционирования систем организма. Поэтому продукты нового поколения должны интегрировать в традиционный рацион, определяя изменения в стереотипах питания у потребителя. Для того чтобы специализированные пищевые продукты органично вошли в состав традиционного питания населения Республики Беларусь, необходимо создать единый системный подход, позволяющий определить и обосновать наиболее важные аспекты нерационального питания, учесть влияние внешних и внутренних факторов, разработать модель коррекции рациона с применением продуктов специального назначения. Для достижения данной цели необходимо изучить особенности питания и здоровья отдельных групп населения, причины разбалансированности питания, глубину дефицита микронутриентов, определить возможные пути решения данной задачи. При этом современный принцип «новых продуктов» заключается в своевременном определении нужд потребителя, для последующей разработки продуктов, которые успешно эти нужды удовлетворят. Продвижение на рынок группы специализированных продуктов принципиально отличается от продвижения традиционных продуктов питания. Важным является не захват рынка или побуждение большинства людей покупать товар, а забота о сохранении здоровья каждого гражданина независимо от пола, возраста, социального положения [1, с. 95]. Для развития производства специализированных пищевых продуктов в нашей стране необходима координация данной деятельности в рамках государственных программ, а также создание Ассоциации разработчиков и производителей специализированных пищевых продуктов. При этом данная схема даст возможность осуществлять строгий контроль всех этапов производства от заготовки качественного сырья до выпуска готового продукта с заданными потребительскими свойствами. Для повышения результативности работы с населением должны быть разработаны долгосрочные программы рекламирования здорового питания как части здорового образа жизни путем интеграции специализированных пищевых продуктов в традиционный рацион. Реклама продуктов нового поколения должна включать в себя как социальную, так и коммерческую информацию, преследуя две цели: дать максимум информации о пользе продукта, найти потенциального покупателя и

заинтересовать его в покупке. Таким образом, данное направление развития в пищевой отрасли предполагает сочетания системности, инновационности при создании специализированных пищевых продуктов.

Литература

1. Маюрникова, Л. А. Экспертиза специализированных пищевых продуктов. Качество и безопасность / Л. А. Маюрникова, В. М. Позняковский, Б. П. Суханов; под ред. В. М. Позняковского. – СПб. : ГИОРД, 2012. — 424 с.

Привлечение иностранных инвестиций в Беларусь посредством слияний и поглощений

*Пашкевич Е. В., студ. III к. БГУ,
науч. рук. Гаврилко Г. Н., канд. эк. наук, доц.*

На современном этапе развития экономики центр международного производства, а в последнее время и международного потребления перемещается в развивающиеся страны и страны с переходной экономикой, поэтому ТНК все активнее инвестируют свои средства в проекты, направленные на повышение эффективности и на освоение рынков сбыта в этих странах. Республика Беларусь — страна с переходной экономикой, поэтому возможность привлечения так необходимых иностранных инвестиций в экономику со стороны иностранных ТНК существует.

Министерство финансов Беларуси опубликовало список самых прибыльных и убыточных предприятий страны. Самым прибыльным предприятием по итогам I квартала 2011 г. был признан производитель минеральных удобрений ОАО «Беларуськалий» с 1,3 трлн бел. руб., затем ОАО «Беларусбанк» — 114 млрд руб. прибыли. В пятерку также вошли «Гомельтранснефть Дружба» (около 106 млрд руб.), «БелАЗ» (96 млрд руб.) и «Белагропромбанк» (более 80 млрд руб.).

На основе прибыльности предприятий можно сделать вывод и об отраслях, которые могут быть привлекательны для зарубежных инвесторов, например, банковская сфера, металлургия и машиностроение, химическая промышленность, строительство, телекоммуникация. Кроме того, можно выделить фармацевтику и мобильную связь, и хотя компании из этих отраслей не входят в ряд самых прибыльных, они всегда очень востребованы, а следовательно, интересны для инвесторов.

Несмотря на то, что процесс М & А активизировался, транснациональные корпорации не стремятся к активному «освоению» белорусского рынка. Новых инвесторов на рынке не появляется. В основном крупнейшие сделки