

лемме между «вкусно и полезно», следовательно, о целенаправленной покупке потребитель пока не задумывается. Процесс выбора и покупки осуществляется не столько на осознании наличия и значимости для здоровья содержащегося функционального ингредиента, а в первую очередь с учетом потребительского фактора — узнаваемость.

Сообразно с изложенным выше на продовольственном рынке Республики Беларусь можно выделить ряд причин, «препятствующих» развитию сегмента специализированных пищевых продуктов:

- отсутствие механизма регулирования направлений товарной политики в данном сегменте рынка, включающего доведение специализированного продукта до потребителя, его информативность и элементы стимулирования сбыта;
- отсутствие методологических подходов к системному мониторингу состояния спроса и потребностей населения на данные продукты;
- отсутствие методологических подходов к формированию сбалансированного предложения специализированных продуктов, что влечет за собой очевидную узость ассортимента данной группы в розничной торговой сети, недостаточная информативность населения республики о данных продуктах питания, отсутствие должной рекламы и целенаправленной политики продвижения продукта со стороны как производителя, так и торговли.

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

## **РЫНОК ИННОВАЦИОННЫХ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

В соответствии с современными общемировыми тенденциями формирования продовольственного рынка все большую нишу в нем занимают инновационные пищевые продукты. Данный сегмент рынка динамично развивается во многих странах, динамика развития в первую очередь связана с расширением ассортимента реализуемых инновационных пищевых продуктов, что обусловлено возрастающим спросом со стороны потребителей. В настоящее время в мире активное развитие получили четыре группы инновационных пищевых продуктов — это безалкогольные напитки, продукты на зерновой, молочной и жировой основе. В качестве подсегментов группы инновационных пищевых продуктов на европейском рынке и рынке США выделены специализированные пищевые продукты, функциональные пищевые продукты, органические пищевые продукты, экопродукты, биопродукты, категория «зеленые продукты».

Следует отметить что западная тенденция развития рынка инновационных пищевых продуктов берет свое начало с середины прошло-

го столетия и основывается на принципах концепции «позитивного питания». Сегодня в странах Запада под категорией «инновационные пищевые продукты», понимается новый или усовершенствованный пищевой продукт, являющийся результатом прикладных исследований и экспериментальных работ, основным целевым назначением которого является повышение качества питания и улучшение здоровья человека.

Основным назначением названных выше подsegmentов рынка инновационных пищевых продуктов, выделенных в зарубежных странах, является обеспечение пользы здоровью человека, повышение сопротивляемости его организма заболеванием, способность улучшать многие физиологические процессы, что позволяет долгое время сохранять активный образ жизни.

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 универсамах США и около 3000 наименований инновационных продуктов в специализированных магазинах Европы. Особенно интенсивно развиваются в этом направлении рынки Японии, Англии, Франции, Германии, Бельгии, Италии, Нидерландов и Швейцарии.

Таким образом, можно предположить, что с учетом возрастающего спроса со стороны потребителей и стремительного развития технологий в ближайшее время сохранится положительная тенденция развития рынка инновационной пищевой продукции.

Однако следует отметить, что для нашей республики сегодня характерно развитие лишь сегмента специализированных пищевых продуктов. При этом одной из основных проблем данного сегмента в Республике Беларусь является достаточно узкий ассортиментный перечень, в частности производство специализированных пищевых продуктов из местного сырья, недостаточное развитие алгоритма прогнозирования развития рынка, оценки конкурентоспособности такой продукции как в рамках товарной группы, так и по функциональным свойствам с аналогичными изделиями других групп. С учетом мировых тенденций развития рынка для Республики Беларусь первоочередной задачей в плане импортозамещения пищевых продуктов является создание национального механизма функционирования и регулирования данного рынка в условиях ЕАЭС.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.