

4. Васяйчева, В. А. Методологические подходы и инструментарий развития процесса управления инновационной деятельности промышленных предприятий : автореф. дис. ... канд. экон. наук / В. А. Васяйчева / Самар. нац. исслед. ун-т им. акад. С. П. Королева. – Самара, 2021. – 44 с.
5. Калко, А. А. Перспективы развития рынка приборов учета / А. А. Калко // Коммунал. комплекс России. – 2009. – № 6. – С. 50–53.

СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Э. В. Бондаренко

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель И. П. Хомин

Выявлены главные задачи и стратегии развития рыбной отрасли, представлены результаты по рыбохозяйственной деятельности и ее производственной базе за последние пять лет и рассмотрены перспективы рыбохозяйственной деятельности в Республике Беларусь.

Ключевые слова: рыболовство, рыболовные угодья, объемы производства, рыбохозяйственная деятельность и вылов.

Рыбное хозяйство Республики Беларусь представлено двумя основными направлениями: аквакультура (выращивание рыбы в искусственных условиях) и ведение рыболовного хозяйства (получение товарной продукции за счет вылова из естественных рыболовных угодий).

В Республике Беларусь рыбохозяйственной деятельностью занимается более 800 юридических и физических лиц. Рыбоводством занимаются специализированные рыболовные организации, находящиеся в республиканской собственности, организации, находящиеся в коммунальной собственности, у которых рыболовство не является основным видом деятельности, а также фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели и физические лица [1].

В Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021–2025 гг. рыбохозяйственная деятельность традиционно выделена в отдельную подпрограмму, где определены следующие цели и задачи (подпрограмма 5 «Развитие рыбохозяйственной деятельности»):

– увеличение объемов производства прудовой, озерно-речной рыбы и ценных видов рыб;

– повышение естественной продуктивности рыболовных угодий;

– восстановление биологического разнообразия рыбных ресурсов;

– применение экономически обоснованных инновационных технологий для разведения редких и ценных видов рыб, повышение эффективности рыбохозяйственной деятельности;

– зарыбление рыболовных угодий редкими ценными видами рыб;

– восстановление естественных и создание искусственных нерестилищ;

– воспроизводство и реинтродукция редких и ценных видов рыб в целях получения рыбопосадочного материала редких и ценных видов рыб [2].

В связи с постоянным ростом цен на комбикормовое сырье и дефицитом белкового сырья внимание ученых привлекают нетрадиционные корма как источник энергии, питательных веществ и биологически активных веществ. Много гранулирован-

ных кормов производится в ЗАО «Белорусская национальная биотехнологическая корпорация» (БНБК). Для ценных видов корма выпускает БНБК, «Жабинковский комбикормовый завод».

Одной из главных задач развития рыбной отрасли является наращивание объемов производства ценных видов рыб. На это выделяются средства республиканского бюджета. Облисполкомами вводятся неиспользуемые ранее водные объекты, прудовые мощности, мощности производственные. Водные объекты сдаются в аренду вместе с земельным участком по результатам конкурса на основании решений облисполкомов.

С 29 июля 2022 г. в Республике Беларусь обновился перечень рыболовных угодий, пригодных для ведения рыболовного хозяйства. Всего в перечень рыболовных угодий вошло около 650 водоемов, расположенных в каждом из регионов республики, которые могут использоваться для промыслового рыболовства и организации платной любительской рыбалки (рис. 1).

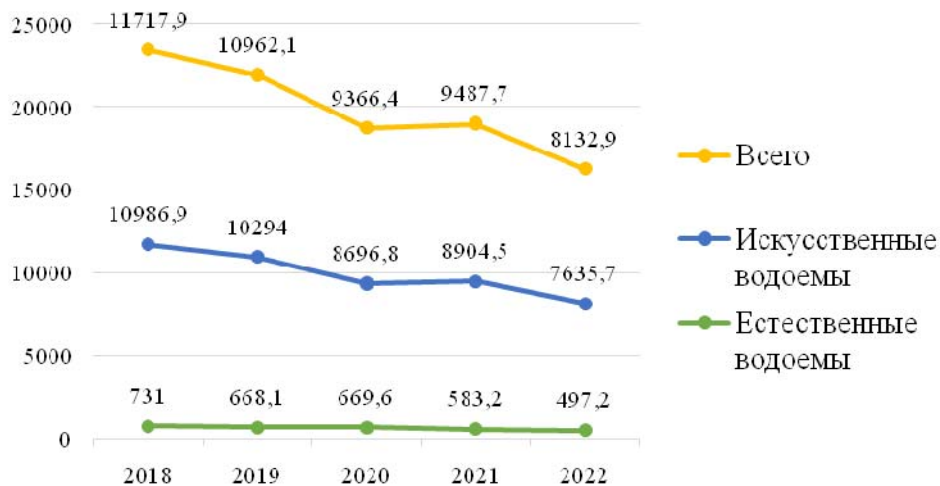


Рис. 1. Промысловый улов рыбы в Республике Беларусь, кг [3]

Развитие рыбоводства в 2021–2025 гг. предусматривается путем реализации следующих направлений:

- развитие индустриального рыбоводства;
- увеличение объемов производства ценных видов рыб;
- применение экономически обоснованных инновационных технологий для разведения редких и ценных видов рыб;
- максимальное использование производственных площадей рыбоводных организаций и ресурсного потенциала рыболовных угодий;
- обеспечение рыбоводных организаций комбикормами под полную потребность;
- восстановление биологического разнообразия рыбных ресурсов.

Увеличение производства рыбы к 2025 г. на 850 т по отношению к 2020 г. планируется за счет наращивания ценных видов рыбы. Ввод в хозяйственный оборот имеющихся мощностей индустриальных рыбоводных комплексов обеспечит в 2021–2023 гг. наращивание около 600 т рыбы. За счет нового строительства и ввода в эксплуатацию рыбоводных комплексов в 2024–2025 гг. предусмотрено ежегодное увеличение производства ценных видов рыбы в объеме 200 т.

Производство ценных видов рыб в Республике Беларусь осуществляется за счет 10 индустриальных рыбоводных комплексов, выпускающих 800 т товарной продукции в год. На долю производства ценных видов рыб (лососевые, осетровые, сомовые и другие) приходится около 5 % от общего объема производства рыбы в республике. Более половины получаемых промысловым уловом рыбных ресурсов составляют хозяйственно ценные виды рыб.

Ежегодно белорусы потребляют 150–180 тыс. т рыбы и рыбопродуктов, из них 15–17 тыс. т пресноводной, включая собственное производство.

Основные участники рынка: СП «Санта Бремор» ООО, ООО «Белвнешрыбторг», ООО «Виталюр», СП «Санта Импэкс Брест» ООО, ООО «Агро», ООО «Белое море», ООО «Аква-Фристайл», ЧПТУП «Иваси-Плюс», ООО «Баренцево», ОАО «Белрыба», СП «Леор Пластик» (в основном переработка рыбы), КТПУП «БЕЛРЫБА».

В рамках стратегии развития на ближайшую перспективу прорабатываются новые направления исследований и разработок, которые могут стать основными в соответствии с современными потребностями рыбной отрасли. Работы предполагается осуществлять в составе научно-технологических кластеров (центров), включая Институт рыбного хозяйства и его производственные участки, с учетом современных тенденций.

Выведение новых белорусских пород карпа, обладающих хорошим усвоением кормов, повышенной жизнестойкостью, устойчивостью к заболеваниям, высокой продуктивностью и улучшенными потребительскими свойствами.

В области производства кормов для рыб:

– разработка ресурсосберегающих технологий производства комбикормов для рыб путем моделирования и отработки технологического процесса производства комбикормов;

– использование в рецептуре нетрадиционного сырья. Поиск новых сортов белкового сырья в связи с дефицитом его в республике;

– поиск взаимозаменяемых ингредиентов для уменьшения доли импортного сырья и постепенного импортозамещения;

– разработка рецептуры и технологии производства минеральновитаминного премикса для карповых рыб с использованием современных биологически активных веществ;

– разработка и освоение технологии получения комбикорма, содержащего активную микробную культуру и ее метаболиты, для рыб семейства карповых (совместно с Институтом микробиологии НАН Беларуси).

В области технологий рыбоводства:

– разработка комплекса мер по обеспечению экологического равновесия водной среды в рыбоводных прудах, садках, установках замкнутого водоснабжения и естественных водоемах;

– разработка технологий повышения экономической эффективности в рыбоводстве;

– создание новых ресурсосберегающих технологий разведения и выращивания традиционных и перспективных видов рыб.

Таким образом, в сложившихся экономических условиях и при существующем состоянии производственных мощностей потенциальный объем устойчивого производства рыб и объектов рыболовства может существенно увеличиться в 2023 г. Рост объемов производства рыбной продукции будет осуществляться с помощью разработанной Министерством сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь

и выполненной Государственной программы «Аграрный бизнес» на 2021–2025 гг. («Развитие рыбохозяйственной деятельности») для более полного обеспечения населения Республики Беларусь рыбой и рыбопродуктами.

Литература

1. Рыбохозяйственная деятельность в Республике Беларусь за 2021 год : стат. бюл. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2022. – 20 с.
2. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021–2025 гг. – Режим доступа: <https://mshp.gov.by/documents/ab2025.pdf?ysclid=lg2o4ucgz6134617784>. – Дата доступа: 04.04.2023.
3. Промысловый улов рыбы : стат. данные / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2023/mart/73486/>. – Дата доступа: 03.04.2023.

РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Ю. Г. Купраш, В. Г. Седловская

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет», г. Минск*

Научный руководитель И. П. Хомин

Описаны принципы развития экологического маркетинга, его влияния на экономику стран и его актуальность. Рассмотрены также исторические аспекты развития концепции экологического маркетинга, и такое понятие, как LOHAS и его сегменты.

Ключевые слова: маркетинг, LOHAS, экологический маркетинг, производство.

В двадцать первом веке все большую популярность набирает такое направление, как экологический маркетинг. Чаще в нашей жизни становится популярным такие понятия, как эко-шопер, эко-стаканчики, эко-посуда и т. д. Приставка эко- стала трендом, для некоторых компаний – брендом.

Многие отрасли давно пытаются внедрить в свое производство все более экологичные продукты. В частности это бренды косметики (Lush Cosmetics, Sephora), мебельные (ИКЕА), некоторые интернет-магазины (Amazon), магазины техники (Apple), магазины одежды и обуви (ALDO).

Экологический маркетинг является неотъемлемой частью всей мировой политики, что обуславливает решение проблем, связанных с загрязнением атмосферы, природы и в целом окружающего ареала. Необходимо помнить, что обеспечение экологической безопасности выступает основным геополитическим фактором и движущей силой благосостояния общества, что неразрывно связано с сокращением продолжительности жизни человека, а также проблемами в сфере природы и экологии, возникающими в связи с международными военными действиями.

Экологический маркетинг актуален на сегодняшний день. Большой процент людей хочет помогать природе, а маркетологи этим случаем пользуются, создавая картинку «экологичных продуктов». Есть люди, которые считают заботу об экологии своим долгом. Исходя из этого, компании используют средства и методы для продвижения своей продукции, которые могут ориентировать данную целевую аудиторию на приобретения их бренда.

Некоторые компании направлены на приобретение большей прибыли, а не на меньшее использование ресурсов, чтобы их сберечь. Потребители, знающие прин-