

Поэтому достижение положительного влияния финансового сектора на реальную экономику должно предусматривать приоритетное направление финансовых потоков в развитие тех отраслей, которые, во-первых, обеспечивают экономический рост за счет преобладающего использования воспроизводимых ресурсов и наукоемких процессов, а во-вторых, способны реализовать совокупность присущих экономике Украины объективных конкурентных преимуществ.

УДК 339.1

**А. Гончар**

(Республика Беларусь)

Научные руководители: Челомбитько М.А., к.с.-х.н., доцент;

Киреенко Н.Н., к.э.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ**

Замороженными продуктами называются глубоко замороженные пищевые продукты, которые можно хранить и использовать в течение длительного периода. В 2014 году стоимость мирового рынка замороженных продуктов была оценена исследовательской компанией Persistence Market Research (PMR) на уровне 65,1 млрд. долл. США, и ожидается, что к 2020 году она достигнет 306 млрд. долл. США.

***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.

Нехватка времени для приготовления пищи среди потребителей в связи с увеличением участия в профессиональной жизни стимулирует спрос на замороженные готовые блюда. В настоящее время *готовые блюда* стали основным продуктом замороженной пищевой продукции, потребляемой во всем мире, и составляют самую

большую долю в общей рыночной стоимости продаж и их производство будет устойчиво расти к 2020 году, достигнув самой высокой стоимости продаж в размере 112,7 млрд. долл. США.

В сегменте, который, как ожидается, продемонстрирует заметное увеличение доли рынка, – это замороженные *овощи и фрукты*. Основными преимуществами замораживания фруктов являются: расширенное использование их в межсезонье; возможность транспортировать на удаленные рынки, к которым нельзя получить доступ со свежими фруктами; круглогодичная переработка фруктового сырья в такие продукты как джемы, соки и сиропы. Из-за напряженного образа жизни потребители в настоящее время хотят избавиться от концепции свежих овощей.

Популярными замороженными мясными продуктами питания являются замороженная говядина, и продукты из птицы – замороженные утка, индейка, курица, бекон и окорок.

Толчком к росту производства и продаж *замороженной рыбы и морепродуктов* является увеличение числа работающих женщин, изменения в структуре закупок потребителей, занятый образ жизни и доступность широкого ассортимента замороженных рыбных продуктов.

Основными видами продуктов *замороженного картофеля* являются картофель фри, хашбраун, пюре, сладкий картофель дважды запеченный, фаршированный и другие.

Рынок замороженных *хлебобулочных изделий и закусок* станет быстро развиваться в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Крупнейшим рынком замороженных хлебобулочных изделий и десертов является Европа, которая по-прежнему будет составлять наибольшую долю в общей стоимости продаж.

Основываясь на *типе пользователя*, рынок сегментирован на пользователей розничной торговли и бизнес-клиентов. Розничные клиенты в основном предпочитают готовые к употреблению продукты и полуфабрикаты. В то время как бизнес-клиенты в основном используют замороженное мясо, морские продукты, хлеб, замороженное тесто, картофель и овощи в качестве ключевых ингредиентов для приготовления пищи для конечных потребителей.

Рынок анализируется следующими ключевыми *географическими регионами*: Северная Америка, Европа, Азиатско-Тихоокеанский регион и LAMEA. Северная Америка и Европа - это крупные развитые рынки замороженных продуктов. На долю Се-

верной Америки и Европы приходится почти 72 % от общего объема рыночных доходов. К 2020 году Азиатско-Тихоокеанский регион и Европа, Ближний Восток и Африка (ЕМЕА) вместе взятые будут составлять около 35 % глобальных продаж замороженных продуктов. Розничный рынок в этих регионах будет расти из-за увеличения потребления готовой пищи и полуфабрикатов, хлебобулочных изделий и десертов.

*Ключевыми компаниями* на мировом рынке замороженных продуктов питания являются: Nestle, H.J. Heinz Company, ConAgra Foods Inc., Maple Leaf Foods Inc., General Mills, BRF SA (Бразилия), Tyson Foods Inc., Mother Dairy Fruit & Vegetable Pvt. Ltd. (Индия), Pinnacle Foods Inc., Ajinomoto Co. Inc., Kraft Foods Group Inc. и Unilever PLC и др. Для того, чтобы получить конкурентное преимущество перед другими игроками на рынке, крупные компании, приняли участие в приобретении и разработке новых продуктов в качестве своих ключевых бизнес-стратегий. Например, компания Auzta A.G. является одной из крупнейших поставщиков замороженной выпечки в Северной Америке и Европе, Nestle ведущий игрок в сегменте замороженной пиццы в Северной Америке и Европе.

Всемирная торговая организация (ВТО) помогает в создании возможностей для рынка путем снижения тарифных барьеров и поощрения мер по субсидированию экспорта для некоторых видов продуктов. Будущий рост производства замороженных продуктов будет в основном зависеть от экономических и технологических факторов. Рост населения, личные доходы, относительная стоимость других видов продуктов питания, изменения вкусов и предпочтений и технологические достижения в методах замораживания являются факторами, связанными с будущим технологии замораживания.

Растущий спрос среди клиентов на удобство, более быстрое приготовление пищи, предотвращение потребления вредных консервантов, высокий спрос со стороны развивающихся стран, увеличение использования холодильных систем для промышленного и коммерческого замораживания, а также наличие региональных и сезонных продуктов питания – это некоторые факторы, которые стимулируют рост глобального рынка замороженных продуктов.