

$$A_{oRe=0,25} = \frac{1}{1,56} Ц = 0,64 Ц; A_{oRe=0,30} = \frac{1}{1,70} Ц = 0,59 Ц. \quad (4)$$

Из полученных соотношений (4) следует, что зная прогноз цены на зерновые культуры, можно формировать структуру удельных переменных затрат. Это позволяет определять прогнозные тенденции изменения технологических сдвигов, связанных с инвестиционным процессом. Экономическое содержание показателя ресурсоемкости отражает удельные затраты ресурсов, которые определяют структуру ресурсного потенциала. А доля затрат ресурсов в стоимости единицы производимой продукции показывает ее ресурсоемкость.

Таким образом, предлагаемые зависимости позволяют выбирать необходимые ресурсы, способствующие развитию адаптивных процессов для реализации ресурсосберегающих агротехнологий возделывания зерновых культур в Сибири.

#### Список использованной литературы:

1. Алтухов А.И., Милащенко Н.З., Завалин А.А., Трушкин С.В. Интенсификация зональных технологий – стратегия научно – технологического развития производства высококачественной пшеницы в стране // Экономика сельского хозяйства России. – 2017. – № 5. – С. 36 – 46.
2. Утенков Г.Л., Рапопорт Э.О. Экономико – математическая модель оценки эффективности зернового производства/Трансформация экономики: анализ проблем и поиск путей решения: Материалы Всероссийской (с международ. участием) научно – практической конференции, посвященной 60-летию БТИ АлтГТУ (23 – 25 мая 2019 г.)/ Под ред. к.э.н. Н.В. Волковой; Алт. гос. техн. ун-т.-Бийск: Изд-во АлтГТУ, 2019.-Том 1.- С.188 - 191.
3. Стадник А.Т., Кабаков В.М., Кабакова О.Г. Техническая оснащенность сельскохозяйственного производства региона и пути ее совершенствования // Вестник НГАУ. – 2018. – №1 (46). – С.166 – 173.
4. Липкович, Э.И. Человеческий фактор в землепользовании // АПК: Экономика, управление. – 2017. – №3. – С.36 – 43,
5. Утенков Г.Л., Рапопорт Э.О. Метод оценки параметров машинных технологий возделывания зерновых культур // Вестник РАСХН. – 2017. – №6. – С.22 – 27.
6. Водяников В.Т. Научно – технический прогресс и проблемы экономической оценки технических средств производства // Экономика сельского хозяйства России. – 2019. – №3. – С.30 – 35.
7. Утенков Г.Л. Улучшение материального положения сельского населения Сибири путем совершенствования затратного механизма зернового производства/Сельские территории в пространственном развитии страны: Потенциал, проблемы, перспективы: Материалы XXIV международной научно – практической конференции 21 – 22 октября 2019 г. М. – 2019. – С.78 - 81.

© Г.Л. Утенков, 2020

УДК 664.8.037.59

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

*М.А. Челомбитько*

*Белорусский государственный аграрный технический университет, г. Минск, Республика Беларусь*

Замораживание - это метод сохранения продуктов питания, который использовался людьми в течение тысяч лет. В то время как технология и методы менялись с годами, основная идея остается прежней - снизить температуру пищи до подходящего уровня, когда микробы и бактерии не могут размножаться, поэтому увеличивается срок хранения продуктов питания. Кроме того, по сравнению со свежими продуктами, замороженные продукты содержат максимальное количество витаминов и минералов, так как замораживание сохраняет продукты в течение длительного времени без применения каких-либо консервантов и технологических приемов, направленных против любого роста микроорганизмов и приводящих к ухудшению качества продуктов питания.

Факторы, которые движут рынком замороженных продуктов питания по всему миру, - это увеличение располагаемого дохода в сочетании с изменением стиля жизни и питания, растущее число работающих женщин, рост онлайн-покупок основных продуктов питания в развитых странах, доступность холодильного оборудования для коммерческого и промышленного использования; быстрый рост крупных розничных сетей, таких как гипермаркеты и супермаркеты [1].

Мировой рынок замороженных продуктов в 2018 году оценивался в 260,8 млрд долларов США и, как ожидается, достигнет 366,3 млрд долларов США к 2026 году при CAGR (Compound Annual Growth Rate/Совокупный среднегодовой темп роста) 3,2% [2].

*Сегментация замороженных продуктов питания проходит по следующим признакам: 1. тип продукта, 2. пользователь, 3. география, 4. ключевые игроки*

**Тип продукта.** 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.

*Готовые блюда* стали основным видом замороженной пищевой продукции, потребляемой во всем мире, и к 2020 году достигнут самой высокой стоимости продаж в размере 112,7 млрд. долл. США. Ожидается также, что в течение 2015-2020 годов в этом сегменте CAGR будет на уровне 3,8 %.

В сегменте, который, как ожидается, продемонстрирует заметное увеличение доли рынка, - это замороженные *овощи и фрукты*. Основным преимуществом замораживания фруктов является: 1. расширенное использование замороженных фруктов в межсезонье; 2. замороженные фрукты можно транспортировать на удаленные рынки, к которым нельзя получить доступ со свежими фруктами; 3. замораживание делает возможным круглогодичную переработку 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.

Одним из популярных замороженных продуктов является *мясо и птица*, поскольку они доступны в гигиенических упаковках, удобных для хранения. Кроме того, свежее мясо, купленное на рынке, нуждается в мгновенной очистке во избежание ухудшения вкуса или текстуры, тогда как замороженное мясо просто требует размораживания. Замороженное мясо также имеет более длительный срок хранения, чем свежее. 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. Морепродукты и рыба - легкие закуски, которые можно подавать на вечеринках. Также будет способствовать росту рынка увеличение современных каналов сбыта наряду с технологическими достижениями в области переработки, упаковки и хранения морепродуктов.

Основными видами продуктов *замороженного картофеля* являются картофель фри, хэш-коричневый, пюре, сладкий картофель дважды запеченный, фаршированный и другие. Они уже популярны в развитых странах Северной Америки и Европы и завоевывают репутацию в развивающихся странах Азиатско-Тихоокеанского региона и LAMEA. Предполагается, что производство и продажи замороженного картофеля к 2024 году продемонстрируют самый быстрый рост при возможном CAGR в 4,7%. Увеличение спроса в развивающихся странах на замороженный картофель и связанные с ним продовольственные товары предоставит многочисленные возможности для развития его рынка. Картофель имеет высокую питательную ценность и также является вкусным по своей природе. Кроме того, картофель в основном не содержит глютена и считается источником углеводов в сбалансированной диете. Замороженный картофель и замороженные овощи и фрукты вместе составляют около 14% от общего дохода на рынке замороженных продуктов. Увеличение продаж органического картофеля и закусок вызвало огромный спрос на органический и сладкий замороженный картофель на развитых рынках.

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.

**Пользователь.** Основываясь на типе пользователя, рынок сегментирован на пользователей розничной торговли и бизнес-клиентов. Розничными покупателями замороженных продуктов являются отдельные лица и домашние хозяйства, тогда как деловые клиенты включают в себя сети отелей, пункты быстрого питания, поставщиков общественного питания и других бизнес-покупателей. 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.

**География.** Рынок анализируется следующими ключевыми географическими регионами: Северная Америка, Европа, Азиатско-Тихоокеанский регион и LAMEA. Северная Америка и Европа - это крупные развитые рынки замороженных продуктов. С другой стороны, Азиатско-Тихоокеанский регион до 2020 года переживет самый высокий показатель CAGR. В связи со значительным ростом урбанизации рынок замороженных продуктов Азиатско-Тихоокеанского региона с большей вероятностью будет доминировать на мировом рынке в этот период и заменит Европу как крупнейший рынок замороженных продуктов питания. Однако предполагается, что культурные барьеры для приня-

тия замороженных продуктов в некоторых частях Азиатско-Тихоокеанского региона будут препятствовать росту рынка. Пожилые люди в Азиатско-Тихоокеанском регионе по-прежнему предпочитают свежие продукты по сравнению с замороженными продуктами питания, и проникновение на этот рынок, как ожидается, останется ключевой задачей для участников рынка. 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.

**Ключевые игроки рынка.** 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 является ведущим игроком 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 [3,4].

**Выводы.** 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.

#### Список использованной литературы

1. [Электронный ресурс] //FAO Agricultural Services Bulletin 158. – Режим доступа: <http://www.fao.org/3/y5979e/y5979e03.htm>. Дата доступа: 15.03.2020.
2. [Электронный ресурс] // GlobeNewswire.- Режим доступа: <https://www.globenewswire.com/news-release/2019/09/30/1922761/0/en/Frozen-Food-Market-To-Reach-USD-366-3-Billion-By-2026-Reports-And-Data.html>. Дата доступа: 15.03.2020.
3. [Электронный ресурс]//Grand View Research. – Режим доступа: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/frozen-food-market>. Дата доступа: 15.03.2020.
4. [Электронный ресурс] // Global Industry Guide. September , 2014. – Режим доступа: <https://www.marketline.com/wp-content/uploads/ML00016-315.pdf>. Дата доступа: 15.03.2020.

©М.А. Челомбитько, 2020 г.

УДК 631.16

## ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АПК: МЕХАНИЗМЫ РОСТА И ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

*А.Ж. Шайкенов, М.Т. Жоламанова (научный руководитель)*

*Евразийской национальной университет им Л.Н Гумилева, г. Нур-Султан, Республика Казахстан*

Республика Казахстан была и в настоящее время является страной с преобладанием аграрного сектора экономики. На долю АПК приходится наибольшее число занятого населения страны, чем в других отраслях экономики. На современном этапе Республика Казахстан вышла на тот уровень развития сельского хозяйства, когда в мировой экономике происходит замедление темпов развития экономик большинства стран ориентированных на экспорт сырья. Значение и роль АПК, как драйвера экономики имеет колоссальное значение и влияние для всех отраслей экономики РК. Около 30% производственно- хозяйственной деятельности в стране приходится на АПК. Из сельскохозяйственного сырья в конечном итоге производится примерно 70% всего набора производимых в стране предметов потребления [1].

За последние годы в Республике Казахстан наметилась тенденция в положительную сторону. Динамика развития этой отрасли, усиливается за счет роста внутреннего потребления, Агропромышленный комплекс Республики Казахстан не в состоянии удовлетворить растущую потребность населения в повседневных продукциях, не имея в виду даже рынки соседних государств. Учитывая тот факт, что Казахстан находится в сердце Евразийского континента и граничит с такими странами, как Китай, Россия и, находясь в непосредственной близости со странами персидского залива и тем самым совершенствуя дальнейшее развитие транспортно - логистической системы экспортировать