

Беларуси оценивается более чем в 1,5 млрд дол. США, в том числе по складским услугам — более 1,1 млрд дол. США. Однако на данном этапе существует ряд проблем, решению которых необходимо уделить особое внимание:

- несовершенство нормативно-правовой базы;
- снижение товарооборота;
- отсутствие качественной системы информирования;
- недостаточный объем инвестиций.

В данный момент находится в разработке проект по возрождению Великого Шелкового пути совместно с Российской Федерацией, Казахстаном и Китаем, в связи с чем в перспективе главный распределительный центр может сместиться на Польшу и Беларусь. Новый Великий Шелковый путь станет крупнейшим современным экономическим и торговым коридором с объемом производства более 20 трлн дол. США и охватом 65 стран. Для Беларуси это обеспечит стимулирование развития транспорта, транзитных возможностей, торговли, промышленности, технологий.

На основе данного анализа можно отметить, что Беларусь обладает хорошими возможностями для дальнейшего развития в сфере логистических услуг. При этом следует обращать внимание не только на совершенствование внутренних систем, но и на состояние и тенденции внешнего рынка.

Литература

1. The World Bank Group [Electronic resource] // Logistics Performance Index. — Mode of access: <http://lpi.worldbank.org/>. — Date of access: 03.04.2016.

2. Ассоциация международных экспедиторов и логистики [Электронный ресурс] // Центр повышения квалификации руководящих работников и специалистов «БАМЭ — Экспедитор». — Режим доступа: <http://www.baif.by/novosti/v-belarusi-deistvuyut-34-logisticheskikh-tsentra/>. — Дата доступа: 04.04.2016.

Т.В. Зайцева
БГУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г.А. Бондаренко

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА МОРОЖЕНОГО

Определяя тенденции развития мирового рынка мороженого, прежде всего стоит отметить его ежегодный рост: рынок впервые достиг 50 млрд дол. в 2014 г., превысив 48 млрд дол. в 2013 г. и 46 млрд дол. в 2011 г. В каждой стране темпы роста рынка определяются в пи-

дивидуальном порядке исходя из экономического развития, а также тенденций, преобладающих в обществе.

Лидирующую позицию по потреблению мороженого в мире из года в год занимают американцы с годовым потреблением около 20 л мороженого на человека в год. Этот показатель у стран Европы значительно ниже, однако он отличается стабильным ростом [1]. При этом тот же показатель в Беларуси остается достаточно низким — 3 л на человека в год (см. рисунок).



Культура потребления мороженого в Республике Беларусь сильно отличается от европейской: в Европе к мороженому относятся как к продукту в числе домашних покупок, что называется *take home*, также много мороженого потребляется в кафе, барах. В то время как в Беларуси только около 3 % мороженого продается в кафе, все остальное — это импульсный спрос [2].

Рынок мороженого в каждой стране отличен, имеет свою специфику. Рассматривая рынок Латвии, отмечается, что рынок мороженого всецело принадлежит компаниям *Food Union, AS Rīgas piena kombināts*, производящим мороженое под маркой *Ekseleņce*, которая, по оценочным данным, занимает 42 % рынка. В Российской Федерации ситуация совершенно другая, характеризуется большим количеством игроков на рынке. По данным Союза мороженщиков России, мороженое в России делают более 300 предприятий (хладокомбинаты, заводы молочной промышленности, независимые коммерческие фирмы) [3]. Что касается стран Европейского союза, то здесь лидирующую позицию занимает компания *Unilever*, с долей рынка 35 % в Польше, около 30 % во Франции.

Говоря о мировых тенденциях, следует отметить рост популярности тренда на здоровое питание и на производство *bio*-продуктов. Однако производство *bio*-продуктов — это процесс трудо- и затрато-

емкий, что создает ограничения при получении сертификата на производство.

Изучая рецептуру белорусского мороженого, можно прийти к выводу, что по качеству используемого сырья и материалов белорусское мороженое несколько не уступает зарубежным аналогам. Основными его компонентами являются молоко коровье, молоко цельное ступенное с сахаром, молоко сухое, сыворотка молочная, масло из коровьего молока, сахар-песок, ароматизатор пищевой, ванилин, вода питьевая. Также добавляется пищевая добавка Кремодан, состоящая из растительных камеделей — полисахаридов растительного происхождения. В составе европейского мороженого можно отметить такие добавки, как Е410 (получаемая из бобов рожкового дерева), Е412 (камедь гуара), а также Е471 (сходна по своим свойствам с Кремоданом).

Качество белорусской продукции в целом не уступает зарубежным аналогам, и при желании руководства расширить рынки сбыта в ближайшем будущем продукция белорусского производства сможет всецело заявить о себе на европейском рынке.

Литература

1. The Baltic course [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.baltic-course.com/rus/drugie_otrasli/?doc=76516. — Дата доступа: 15.02.2016.
2. Особенности потребления мороженого в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.b-info.by/news/882/index1.html>. — Дата доступа: 15.02.2016.
3. Обзор Российского рынка мороженого [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sanna-group.ru/uslugi/analitika/rynok-morozhenogo/>. — Дата доступа: 15.02.2016.

А.В. Захторенко
В.В. Ревагина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.В. Верниковская

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНОВЫМИ РИСКАМИ В ПРОЦЕССЕ ЗАКУПКИ

Мировые цены на сырьевые товары характеризуются цикличностью и волатильностью, что создает значительные ценовые риски для производителей и потребителей. В данной статье приводится классификация методов управления ценовыми рисками, описывается применение форвардных и фьючерсных контрактов для их хеджирования.

Существует ряд методов управления ценовыми рисками. Рассмотрим некоторые из них.