

туалетное, духи, туалетные воды, декоративная косметика и другие товары. На 2018 г. Министерством антимонопольного регулирования и торговли сформирован перечень потребительских товаров, предлагаемых для освоения их производства, выпуска импортозамещающей продукции и развития ассортимента с учетом конъюнктуры рынка. Предложено 355 товарных позиций: 29 позиций продовольственных и 326 — непродовольственных товаров. Таким образом, для эффективного применения инструментов и механизмов импортозамещения особенно важно правильно выстроить приоритеты и понять, в каких отраслях промышленности в первую очередь необходимо импортозамещение, а также какие подходы применить для достижения желаемого.

<http://edoc.bseu.by>

**Т.В. Фомина**

*БГЭУ (Минск)*

**Научный руководитель А.И. Ярцев**

*(канд. экон. наук, доцент)*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ВЫВОДА СУХОГО МОЛОКА НА РЫНОК ОАЭ**

Беларусь имеет высокоразвитую молочную промышленность. На внутреннем рынке Беларуси реализуется более 32 % отечественных молокопродуктов [1]. Несмотря на то что вклад Беларуси в объем мировой экономики невелик (0,1 %), республика продолжает оставаться признанным лидером во внешней торговле молочными продуктами. На Беларусь приходится 1,4 % мирового производства молока, а ее доля в глобальной торговле молокопродуктами остается стабильной — 4–5 %. Наиболее существенную роль в международной торговле играют такие виды молочных продуктов, как сухое молоко, животное масло и сыры. Согласно отчетам IDF (Международная молочная Федерация) в списке ведущих мировых экспортеров молокопродуктов (без учета торговли между странами ЕС) в сегменте твердых сыров Беларусь занимает пятую позицию в мире (5,5 % мирового экспорта), по маслу — третью позицию, по сухому обезжиренному молоку — пятую позицию (3,2 %), а по сухому цельному молоку — шестую (1,2 %). Удельный вес экспорта молочных продуктов по отношению к общему объему производства молока в 2015 г. по предварительным оценкам составил 72 %, при этом в 2000 г. он составлял всего лишь 15 %, в 2005 г. — 40 %, в 2010 г. — 57 % [1].

В настоящее время Беларусь поставляет молочную продукцию в 50 стран мира. Основным импортером является РФ (96 % всей экспортируемой молочной продукции в стоимостном выражении). На 2-м месте с большим отрывом находится второй партнер Беларуси по Таможенному союзу — Казахстан, с долей 2,3 %. Доли Азербайджана и Украины в 2015 г. сложились на уровне 0,3 и 0,2 % соответственно [1].

ОАЭ являются одним из самых оживленных торговых центров в мире, благодаря своей экономике, ориентированной на мировой рынок, и высокому уровню доходов населения. В ОАЭ объем потребления молочных продуктов, благодаря изменениям в образе жизни и предпочтениях продуктов питания, значительно увеличился. Данный факт подтверждается увеличением объемов продаж молочной продукции за период 2007–2012 гг. на 50 % [2]. В ОАЭ присутствует ряд местных производителей молочной продукции. Крупнейшие из них работают на рынке в течение последних 25 лет и имеют собственные фермы и производственные мощности. Местные производители сталкиваются на рынке с жесткой конкуренцией со стороны зарубежных молочных компаний, у которых более низкая себестоимость производства и лучшие климатические условия. Цены на коровье молоко в ОАЭ регулируются, что ограничивает возможности производителей для повышения рентабельности.

На потребительском рынке сухого молока ОАЭ представлены следующие основные торговые марки: Nestle, Rainbow, Al Mudhish, Anchor, Anlene, Bebekid, Ensure, Gold Farm, Harrogate, Klim, Lulu, Nido, Oldenburger, Regilait, Safa. Таможенная пошлина ОАЭ в адвалорном эквиваленте для стран, к которым применяется режим наибольшего благоприятствования: около 256 стран мира, включая Республику Беларусь, — составляет 5 %. Таким образом, мы видим перспективы вывоза белорусского сухого молока на рынок ОАЭ, однако стоит учитывать серьезную конкуренцию на рынке не только с местными производителями, но и с крупными зарубежными торговыми марками.

#### **Список использованных источников**

1. ЗАО «Инвестиционная компания «ЮНИТЕР» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://uniter.by/>. — Дата доступа: 21.02.2018.
2. Данные Международного торгового центра ЮНКТАД/ВТО.

**В.С. Хмаренков**  
*БГЭУ (Минск)*

**Научный руководитель Н.Е. Свирейко**  
*(канд. экон. наук, доцент)*

### **АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА УП «СВЕТОПРИБОР» ОО «БЕЛТИЗ» И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

Главными задачами успешного функционирования предприятий в условиях рыночной экономики являются безубыточность хозяйственной деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. Для достижения этих задач предприятие должно стимулировать спрос и обеспечивать конкурентоспособность своих товаров и услуг.