

иностранных государств на основе специального соглашения, исходя из принципа взаимности.

Предоставление льгот в области таможенного оформления зависит от целей перемещения товаров и транспортных средств, а также от характера и свойств перемещаемого товара.

Льготы, связанные с уплатой таможенных платежей, заключаются в возврате ранее уплаченного таможенного платежа, освобождении от уплаты таможенного платежа либо снижении ставки таможенного платежа. Особенностью льготирования взимания таможенной пошлины является то, что льгота может проявляться в установлении тарифных квот на преференциальный ввоз (вывоз) товаров. В зависимости от того, в отношении какого таможенного платежа предоставляется льгота, среди третьей группы льгот следует выделить тарифные льготы и иные налоговые льготы. К первым относятся льготы, предоставляемые исключительно в связи с уплатой таможенной пошлины, а ко вторым - льготы по налогу на добавленную стоимость и акцизам. К иным налоговым льготам с некоторой долей условности можно отнести льготы по уплате таможенного сбора за таможенное оформление.

*Черненко О.Г., БГЭУ (Минск)*

## **АНАЛИЗ РЫНКА ПРОДУКЦИИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Легкая промышленность Беларуси занимает одно из ведущих мест в экономике страны и объединяет значительное число текстильных, швейных, трикотажных, кожевенных и обувных предприятий, она обладает мощным потенциалом для развития собственного производства. Для этого предприятия отрасли стремятся модернизировать производство, внедряют передовые технологии, используют новые рынки сбыта и виды сырья.

В республике создан Белорусский государственный концерн по производству и реализации товаров легкой промышленности - «Беллепром», который является ассоциацией текстильных, швейных, трикотажных, кожевенных и обувных предприятий Республики Беларусь.

Концерн «Беллепром» представляет интересы предприятий и организаций легкой промышленности всех форм собственности.

Высокий уровень качества и дизайнерского оформления, соответствие требованиям мировой моды позволяют белорусским товарам быть конкурентоспособными как на рынке Республики Беларусь, так и на рынках СНГ и других стран.

Предприятия концерна выполняют заказы иностранных фирм более чем из 40 стран мира. На экспорт поставляется около половины всей изготавливаемой продукции.

В целях развития легкой промышленности концерн финансирует и координирует научные, технологические, экономические и маркетинговые исследования. Успешно развивается сотрудничество с Международным союзом дизайнеров и ведущими европейскими дизайнерскими компаниями.

В целях дальнейшего развития предприятий легкой промышленности, более полного удовлетворения нужд и потребностей в изготавливаемых ими товарах необходимы:

- реализация важнейших отраслевых программ и проектов;
- повышение конкурентоспособности продукции отрасли за счет обновления

ассортимента, внедрения прогрессивных технологий и повышения технического уровня производства, сокращения затрат на производство;

- более широкое использование маркетинга;
- совершенствование структуры промышленных предприятий отрасли.

*Комарица Т.Н. Черненко О.Г., БГЭУ (Минск)*

## **АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКИРОВКИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ПРОИЗВОДЯЩИМИ КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ**

Маркировка - текст, условные обозначения или информационные знаки, рисунок, нанесенные на упаковку и (или) товар, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств, доведения до потребителя информации об изготовителях (исполнителях), количественных и качественных характеристиках товара. Различаются производственная и торговая маркировки.

Существует обязательная маркировка, без которой невозможна реализация товара, его транспортировка, расфасовка. А также есть дополнительная маркировка. Ее нанесение определяет сам производитель, предприятие-расфасовщик, иногда реализатор. Такая информация в регламентирующих документах указывается как рекомендуемая.

Кондитерские предприятия Республики Беларусь не применяют какие-либо особенные и дополнительные средства маркировки. Специфичными являются лишь различные дизайнерские и красочные разработки товарного знака, а также при указании пищевых добавок помимо обозначения «идентичный натуральному», используется следующее: «Ингредиенты с кодом E одобрены Минздравом РБ как безопасные пищевые добавки». Часто ОАО «Коммунарка» представляет на рынок подарочные наборы, тогда вся маркировка, кроме товарного знака, выносится на листы-вкладыши, которые выставляются на прилавок.

Что касается конкурентов, то основная маркировка, соответствующая общим стандартам, у предприятий-конкурентов практически ничем не отличается. Однако особенности дополнительной маркировки имеются.

Фабрика «Спартак», помимо оригинальности товарного знака и основной маркировки, наносит на упаковку информацию о победах на конкурсах, различные значки качества. Очень часто СП ОАО «Спартак» выносит свой адрес, написанный на разных языках, в места, наиболее доступные для потребителя. Традиционным стало, выносить на дно коробки в прямоугольник адрес, телефон бесплатной горячей линии.

Анализируя маркировку товаров-аналогов западных стран, можно отметить, что, помимо вышеперечисленной маркировки, особую значимость приобретает экологическая маркировка: наличие знака «зеленая точка», изображение человечка, выбрасывающего мусор, национальные экоснаки. Большое внимание уделяется также составу: кроме стандартной информации, часто можно встретить входящие в состав ингредиенты, которые являются новыми и полезными для здоровья.