

**D. Parachnevich**

**Д.В. Парахневич**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель Е.В. Молчанова*

## **BESONDERHEITEN DER EXPORTPOLITIK IN DER REPUBLIK BELARUS. ANALYSE DES EXPORTS VON MILCHPRODUKTEN**

### **Особенности экспортной политики в Республике Беларусь. Анализ экспорта молочной продукции**

Der Export ist eine der wichtigsten Entwicklungsprioritäten der belarussischen Wirtschaft. Im Laufe der Jahre der wirtschaftlichen Entwicklung in Belarus wurde das staatliche System der Exportförderung und -unterstützung weitgehend vervollständigt.

Ziel dieser Arbeit ist es, den Stand des Außenhandels in der Republik Belarus zu analysieren, die Besonderheiten der Exportpolitik und den Export von Milchprodukten zu untersuchen.

In erster Linie wurde der aktuelle Stand des Außenhandels betrachtet. Belarus ist derzeit ein exportorientiertes Land mit einer gut entwickelten Industrie und Landwirtschaft, wobei 65 % der Produktion exportiert werden.

Die wichtigsten Exportpositionen sind Produkte der Petrochemie, des Maschinenbaus, der Metallurgie, der Holzverarbeitung, der Leichtindustrie, Milch- und Fleischprodukte, Möbel, Glas, Glasfaser, Zement. Im Jahre 2021 wurden belarussische Produkte auf die Märkte von 174 Ländern exportiert. Der wichtigste Handelspartner von Belarus ist Russland. Die Europäische Union ist der zweitgrößte Handelspartner, mit dem ein Fünftel des Außenhandelsumsatzes erzielt wird. Die Präsenz der belarussischen Hersteller auf den Märkten Asiens, Afrikas, Amerikas und Ozeaniens nimmt allmählich zu.

Die Hauptbesonderheit der Republik Belarus ist die Umsetzung einer multisektoralen Außenwirtschaftspolitik, die Aufrechterhaltung von Außenhandelskontakten mit den meisten ausländischen Ländern und die aktive Teilnahme an internationalen Integrationsprozessen. Die wichtigsten Entwicklungen, die einen maßgeblichen Einfluss auf die Bedingungen der Exporttätigkeit ausüben, sind grundlegende Veränderungen im Außenhandel, die mit der Teilnahme von Belarus an der Eurasischen Wirtschaftsunion, der Bildung des gemeinsamen Wirtschaftsraums und dem bevorstehenden Beitritt zur Welthandelsorganisation verbunden sind.

Was Milchprodukte betrifft, so hat Belarus im Jahr 2021 Milchprodukte in 55 Länder der Welt geliefert. Das größte Exportprodukt ist Käse. An zweiter und dritter Stelle stehen Butter und Vollmilchprodukte, gefolgt von Magermilchpulver, Vollmilchpulver und anderen Milchprodukten. Im Jahr 2021 weitete Belarus den Export von Milchprodukten aus. Die neu erschlossenen Märkte wurden Kuwait (Magermilchpulver), Sambia (Magermilch-

und Vollmilchpulver) und Antigua (Käse). Auf Russland, Kasachstan und China entfielen die meisten Lieferungen von Molkereiprodukten.

Nach Angaben der Europäischen Kommission ist Belarus nach wie vor der führende Exporteur von Milchprodukten und belegt beim Export von Butter und Molkenpulver den dritten Platz, beim Export von Käse den vierten Platz und beim Export von Magermilchpulver den fünften Platz.

Bis 2025 wird die Wachstumsrate der Produktion von Milch und Milchprodukten von 124,4 % bis 2019 prognostiziert.

Also verfolgt die Republik Belarus eine multisektorale Außenwirtschaftspolitik und unterhält Handelsbeziehungen zu mehr als 200 Ländern weltweit. Exporte sind eine der Prioritäten für die Entwicklung der belarussischen Wirtschaft. Mehr als 60 % der Produktion werden auf ausländischen Märkten abgesetzt, was für Länder mit einem hohen Entwicklungsgrad und einer offenen Wirtschaft typisch ist. Dadurch hat Belarus in den letzten Jahren den Status eines der führenden Lebensmittelexporteure erlangt. Was den Export von Milchprodukten betrifft, so ist Belarus heute einer der Marktführer auf diesem Markt und der Hauptlieferant von Milchprodukten nach Russland. Dank der erfolgreichen Exporte und der geplanten Steigerung der Produktion von Milch und Milchprodukten wird das Land in der Lage sein, die Ernährungssicherheit weiter zu erhalten und die Exporte zu steigern.

**V. Petrovskaya, A. Charot**

**О.С. Петровская, А.М. Чарот**

ГрГУ им. Янки Купалы (Гродно)

*Научный руководитель Е.Н. Бедретдинова*

## **DUFTMARKETING: DIE PERSPEKTIVEN DER ENTWICKLUNG IN DER REPUBLIK BELARUS**

### **Аромамаркетинг: перспективы развития в Республике Беларусь**

Das sensorische Marketing ist eines der modernen Arten des Marketings, dessen Hauptziel in der Einwirkung auf die emotionale Verfassung und auf die Gefühle der Kunden liegt, um auf diese Weise den Vertrieb zu vergrößern und positive Assoziationen mit der Marke der Ware zu formulieren.

Das Ziel der Erforschung ist die Klärung den theoretischen Gründen der Instrumente vom Duftmarketing und die Untersuchung des Niveaus der Entwicklung von effektiven Arten des Marketings in Belarus, die Feststellung der Perspektiven der Entwicklung.