

Н.В. Костенко

*канд. экон. наук, доц. каф. управления, экономики и финансов
Брестского государственного технического университета*

e-mail: nvkdie@gmail.com

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ЭКСПОРТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА РЫНКЕ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Рассмотрены позиции молочной продукции Республики Беларусь и Брестской области на мировом рынке. Проведен анализ динамики производства и экспорта молочной продукции на основе данных ИТС TradeMap, рассчитан индекс выявленных сравнительных преимуществ. Проанализированы базы данных Global Trade Alert, посвященные мировому рынку молочной продукции. Определена география экспорта белорусской молочной продукции. Выявлены основные инструменты протекционизма стран на рынке молочной продукции. Предложены мероприятия, направленные на проведение мониторинга барьеров и мер либерализации, а также на определение новых географических ниш с целью диверсификации экспорта молочной продукции на основе изучения тарифных профилей стран.

Введение

Рынок молочной продукции Беларуси является экспортоориентированным, поскольку производство опережает внутренние потребности. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь проводит активную работу по поддержке и развитию отрасли, продвижению брендов молочной продукции на мировые рынки. Национальная программа поддержки и развития экспорта на 2016–2020 гг. в качестве приоритета ставит задачу диверсификации торгово-экономических связей с разными странами и регионами при сохранении и усилении позиций на традиционных товарных рынках [1]. Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 гг. также предусматривает мероприятия по модернизации предприятий аграрного бизнеса, на что нацелена подпрограмма 3 «Развитие животноводства, переработки и реализации продукции животноводства» [2].

В рамках реализации данной программы предприятия молочной отрасли проводят модернизацию действующих площадей и строительство новых современных комплексов, призванных обеспечить производство продукции высокого качества, отвечающей требованиям мирового рынка. С целью продвижения продукции на мировые рынки создается соответствующая инфраструктура, способная обеспечить хранение, транспортировку и реализацию продукции в разных географических направлениях.

Ученые и практики уделяют большое внимание ведущей отрасли Беларуси, изучению количественных показателей мер тарифного и нетарифного регулирования. Однако во многих исследованиях не отражена информационная составляющая мировых баз данных и отчетов международных организаций, которые помогут практикам провести кабинетные маркетинговые исследования мировых товарных рынков.

Целью статьи является определение возможностей и ограничений диверсификации экспорта белорусской молочной продукции. Задачи исследования предполагают:

- 1) определение конкурентных преимуществ белорусской молочной продукции на мировом рынке;
- 2) анализ потенциала производства и экспорта молочной продукции Беларуси;
- 3) анализ географической структуры экспорта молочной продукции;
- 4) выявление торговых барьеров и мер либерализации на рынке молочной продукции по странам;
- 5) описание условий тарифной защиты в ряде стран «дальней дуги».

Позиции Республики Беларусь на мировом рынке молочной продукции

По состоянию на 01.01.2018 переработка молока в Беларуси сконцентрирована на 41 предприятии отрасли. В 2017 г. при среднедушевом потреблении этого продукта в 251 кг национальная молочная отрасль предложила его втрое больше – 771 кг на человека. По итогам 2017 г. наша страна произвела 1,5 % мирового объема молока. Однако в международной торговле молоком Беларусь входит в число лидеров мирового рынка по натуральным и стоимостным показателям. Молочный экспорт в 2017 г. принес Беларуси \$2,15 млрд прибыли, что на 18 % выше этого показателя за 2016 г. [3].

Динамика развития молочной отрасли отражена в подразделе подпрограммы 3 «Развитие животноводства, переработки и реализации продукции животноводства». Согласно программе к 2020 г. валовый объем производства молока должен достичь 9,2 млн т. Объем перерабатываемого молока должен вырасти на 31 % и составить 8 740 тыс. т. Объем производства сыров планируется увеличить на 30 %, животного масла – на 32 %, сухого молока – на 56 %, цельномолочной продукции – на 39 %. На развитие программы в 2016–2020 гг. планируется потратить 20 956,3 млрд руб., в том числе 18 593,2 млрд руб. кредитных ресурсов, 282,8 млрд руб. средств республиканского бюджета, 2 080,3 млрд руб. из средств местных бюджетов [4, с. 1].

На мировом рынке товарной продукции позиции отрасли определяются исходя из конкурентных преимуществ. Анализируя индекс выявленных сравнительных преимуществ молочной продукции Республики Беларусь на мировом рынке, следует отметить достаточно высокие показатели индекса RCA, что свидетельствует об экспансионистском потенциале молочной продукции Республики Беларусь (таблица 1).

Таблица 1. – Индекс RCA по молочной продукции Республики Беларусь (2013–2016 гг.)

Товарная позиция	Год			
	2013	2014	2015	2016
Сыр и творог	10,195	12,197	12,102	13,059
Молоко и сливки, концентрированные	17,349	12,948	13,960	14,650
Масло	21,877	20,771	20,735	23,841
Молоко и сливки, неконцентрированные	12,486	13,904	12,952	12,276
Масло сливочное, молоко и сливки, йогурт, кефир	10,410	12,176	11,276	11,217

Примечание – составлено автором по данным TradeMap.

Исходя из рассчитанных нами показателей, отраженных в таблице 1, следует отметить, что выросли показатели по товарным группам «молоко и сливки неконцентрированные», «масло сливочное, йогурты, кефир», но особенно значимо выросли позиции товарной группы «сыр и творог» – с 10,2 до 13,1.

Благодаря государственной поддержке молочная отрасль показывает положительную динамику развития. В результате существенного объема дотаций сельскому хозяйству Беларусь обладает наиболее качественной сырьевой базой по сравнению с другими странами СНГ, что обеспечивает хорошую конкурентную позицию белорусских молочных продуктов на рынках России и Украины. Цены на сырое молоко регулируются правительством Беларуси: отдельные цены устанавливаются для каждого сорта молока. Обычно решения принимаются правительством 2 раза в год (весной и осенью).

Крупнейшими молочными заводами в Республике Беларусь являются: ОАО «Савушкин продукт» (Брест); ОАО «Бабушкина крынка» ТМ «Бабушкина крынка» (Могилев); ОАО «ГМЗ № 1» ТМ «Молочная страна», ТМ «Минская марка», ТМ «Славянские традиции» (Минск); ОАО «Беллакт» ТМ «Беллакт» (Волковыск); ОАО «Милковита» ТМ «Моя славита» (Гомель); ОАО «Молочный мир» ТМ «Молочный мир» (Гродно);

ОАО «Березовский сыродельный комбинат» ТМ «Березка» (Береза); ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» ТМ «Complimilk» (Слуцк); СООО «Данон Пружаны» (Пружаны) и СООО «Данон Шклов» (Шклов) ТМ «Простоквашино» [5, с. 2].

Самый значимый сектор в молочной промышленности Республики Беларусь – это производство цельномолочной продукции. Производство и экспорт молочной продукции Республики Беларусь отражены на рисунке 1.

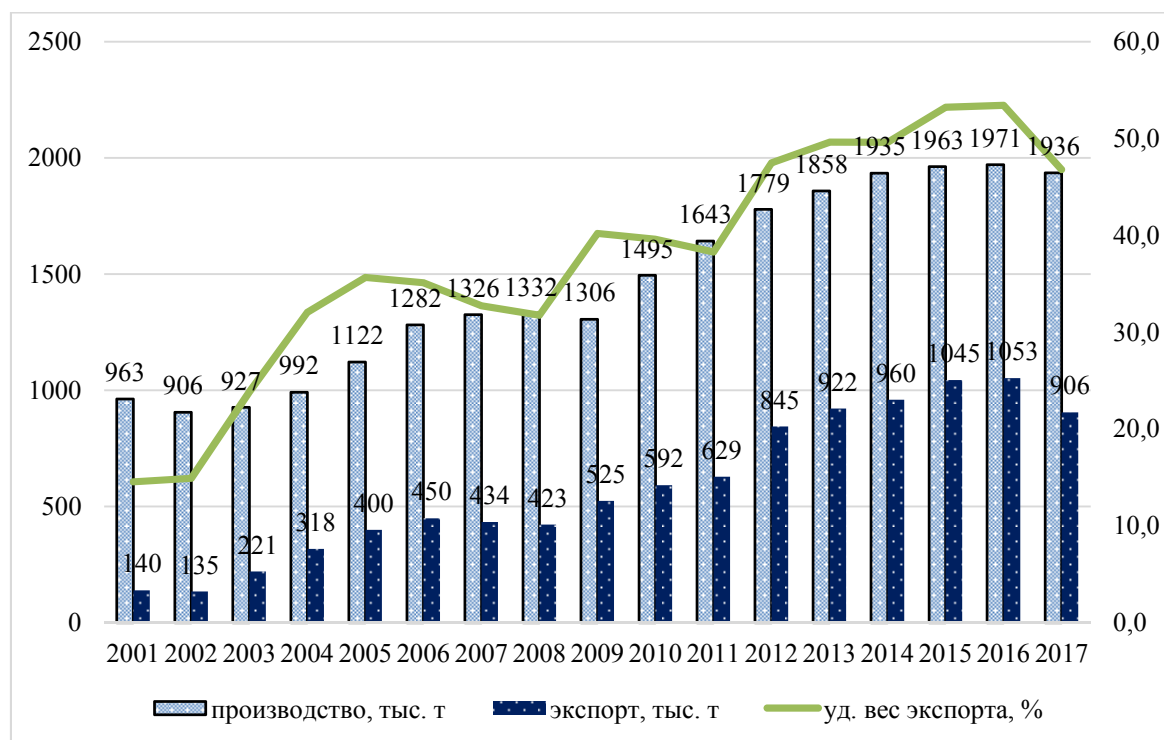


Рисунок 1. – Производство и экспорт молочной продукции Беларуси в 2001–2017 гг., тыс. т

Примечание – составлено автором на основе [6; 17].

Из данных на рисунке 1 следует, что объемы производства молочной продукции постоянно растут. При этом производство молочной продукции в Республике Беларусь за период 2001–2017 гг. увеличилось более чем в два раза.

Беларусь входит в число основных экспортеров молочной продукции в мире. 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 сухому обезжиренному молоку – также пятую позицию (3,2 %), а по сухому цельному молоку – шестую (1,2 %). Стабильным ростом объема в структуре глобальной торговли отмечен экспорт масла – 7,6 % от общемирового объема экспорта масла (Беларусь занимает четвертую позицию, уступая 0,2 % США) [5, с. 4].

Характеризуя географическую структуру экспорта молочной продукции Беларуси, следует отметить высокий удельный вес Российской Федерации (таблица 2). Необходимо подчеркнуть, что географическая моноструктура экспорта, в которой преобладает Россия, а основные партнеры – страны СНГ, не стимулирует развитие отрасли, ориентированную на определенные запросы.

Таблица 2. – Географическая структура экспорта молочной продукции Беларуси

Страна	Год					2016 к 2012 г., %	Доля в экспорте, %	
	2012	2013	2014	2015	2016		2016 г.	2012 г.
Все страны	1 894 261	2 343 208	2 366 542	1 784 595	1 859 123			
Россия	1 738 059	2 186 420	2 259 215	1 725 374	1 792 101	103,11	96,39	91,75
Казахстан	78 603	72 065	68 888	40 138	37 475	47,68	2,02	4,15
Украина	26 593	41 373	13 907	3 462	13 232	49,76	0,71	1,40
Азербайджан	6 718	8 203	7 989	5 643	4 435	66,02	0,24	0,35
Туркменистан	2 183	2 593	3 532	2 770	2 299	105,31	0,12	0,12
Молдова	4 914	5 450	3 337	2 082	2 114	43,02	0,11	0,26
Грузия	793	1 397	1 072	1 265	2 111	266,20	0,11	0,04
Китай	1 943	2 866	1 580	330	1 023	52,65	0,06	0,10
Узбекистан	775	130	0	566	906	116,90	0,05	0,04
Армения	1 497	1 902	334	645	906	60,52	0,05	0,08
Филиппины	407	66	0	513	689	169,29	0,04	0,02
Другие страны	31 776	20 743	6 688	1 807	1 832	5,77	0,10	1,68

Примечание – составлено автором на основе данных TradeMap.

Рассмотрим позиции предприятий Брестской области на рынке молочной продукции. В Брестской области функционируют 10 молочных заводов. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2016 г. в области было произведено более 28 % от общего объема производства цельномолочной продукции в Беларуси [6]. В последние годы и региональные молочные заводы начали инвестировать в повышение качества производства, упаковки, логистики, технологии хранения, что позволяет прогнозировать увеличение объемов производства молочных продуктов.

В Брестской области ОАО «Савушкин продукт» является крупнейшим молокоперерабатывающим предприятием. В первой половине 2017 г. его доля в производстве цельномолочной продукции в регионе составила 68,9 %, в 2016 г. – 71,3 %. Карта экспортных поставок включает 28 стран [7]. С целью укрепления своего экспортного потенциала, расширения ассортимента выпускаемой продукции и увеличения объемов ее производства ОАО «Савушкин продукт» инициирует планомерное техническое перевооружение своего производства. Поиск новых решений при производстве и реализации молочных продуктов предполагает техническое переоснащение и технологическое обновление производства, внедрение принципиально новых технических средств, позволяющих без лишних затрат наладить производство. Предприятие имеет право поставки своей продукции в Европейский союз и с июля 2013 г. осуществляет регулярные поставки своей десертной и кисломолочной продукции на европейский рынок. Получить европейскую лицензию – дело трудоемкое и затратное. Много нюансов: и технических, и технологических. Реализовывать продукцию в странах ЕС: заградительные пошлины делают ее в два раза дороже. Поэтому право на поставку в ЕС открывает путь на рынок многих стран. Среди таких стран – Китай, куда продается сыворожка и ультрапастеризованное молоко, страны Африки [8]. Для увеличения объемов экспорта ОАО «Савушкин продукт» создает эффективную товаропроводящую сеть (ТПС) за рубежом. Наряду с собственными (прямыми) субъектами ТПС продукция реализуется через созданную дилерскую сеть в Российской Федерации, Молдове, Азербайджане, Армении [8].

С учетом того, что в Беларуси началась массовая паспортизация коров, ОАО «Савушкин продукт» также решил внедрить у себя проект, который предполагает создание биометрического паспорта, работающего по системе ГИС AITS. Она решает комплексные задачи в предупреждении и устранении ветеринарных проблем в режиме «от фермы до стола». Паспорт будет создаваться для каждого животного во время биркования,

также могут использоваться RFID-метки для пищевой продукции, позволяющие получить данные по 24 базовым событиям, включая место и дату рождения животного, его пол, породу или помесь и ряд других. Впоследствии электронная система будет также выводиться на упаковку от кефира, молока, йогурта и другой продукции. По ней специалисты Сельхознадзора смогут узнать об условиях выращивания, продвижения, утилизации, убоя и переработки скота. Эта мера может стать еще одним пунктом плана по борьбе с подделками продукции в стране.

В Беларуси более 160 предприятий уже работают в «АИТС-Прослеживаемости», практически ежедневно передавая туда все свои данные в электронном формате [9]. Соответствующую работу также проводят специалисты Минсельхозпрода Беларуси при поддержке Национальной академии наук. Она регулируется республиканским Законом № 287 от 15 июля 2015 г. «Об идентификации, регистрации, прослеживаемости сельскохозяйственных животных, идентификации и прослеживаемости продуктов животного происхождения» [10].

Практической ценностью проекта по внедрению RFID является идентификация молока, что позволит выполнять главную функцию – прослеживаемость всего процесса перемещения кодированной информации и привязку к конкретной партии молока, с формированием его электронного досье. Это вызвано ужесточением мер по регулированию мирового рынка молочной продукции, особенно со стороны развитых стран.

Страны Европейского союза проводят общую политику свободной торговли как члены Всемирной торговой организации (ВТО). Они обязаны применять установленные тарифы и не имеют права проводить различие между своими торговыми партнерами. Однако ЕС использует ряд инструментов для борьбы с дискриминационной торговой политикой:

1) меры надзора (обязательные разрешения на ввоз, выдаваемые национальными властями государств – членов Сообщества с целью осуществления контроля; эти меры обычно применяют по отношению к сельскохозяйственной, текстильной и металлургической продукции);

2) ограничение количества для ввоза некоторых товаров из определенных третьих стран с целью защиты европейских производителей от массового импорта по низким ценам (антидемпинговые меры);

3) предупредительные меры (временные ограничения в критических ситуациях на ввоз определенных товаров, способных нанести ущерб промышленности ЕС; данные меры должны соответствовать Соглашению ВТО о защитных мерах) [11, с. 64].

Анализ тарифных и нетарифных мер на рынке молочной продукции

При выходе на рынок определенной страны необходимо провести мониторинг тарифных и нетарифных мер с целью выявления барьеров входа. В мировой практике создана база данных Global Trade Alert (Угрозы мировой торговле) [12], которая содержит меры либерализации и протекционизма как в разрезе секторов и товарных позиций, так и по странам.

Топ-5 инструментов тарифной и нетарифной защиты на мировом рынке молочной продукции в 2009–2018 гг. отражены на рисунке 2.



Рисунок 2. – Защитные меры на мировом рынке молочной продукции в 2009–2018 гг., ед. [12]

Исходя из данных на рисунке 2, мы видим, что больше всего высоких тарифных барьеров действует в отношении сыра и творога, в производстве и экспорте которых специализируется Беларусь (за 10 лет 47 принятых мер).

В отношении каждой товарной позиции меры защиты носят различный характер. В отношении сыра и творога страны помимо тарифной защиты применяют сниженные ставки налогов для стимулирования экспорта. А экспорт сливок, йогуртов и кефиrow ограничивается странами путем субсидирования собственных производств. В производстве цельного молока используют государственные кредиты.

На основании данной базы нами проведена выборка защитных мер по молочной продукции, введенных в период с 2009 по 2018 г. по странам (таблица 3).

Таблица 3. – Меры защиты товарных рынков в разрезе товарных позиций

Страны	0401		0403		Страны	0406	
	Кол-во	%	Кол-во	%		Кол-во	%
Россия	30	6,2	24	4,8	Бразилия	13	3,7
Франция	18	3,7	15	3,2	США	13	3,7
Германия	18	3,7	19	3,8	Россия	12	3,4
Италия	16	3,3	15	3	Германия	11	3,1
Великобритания	15	3,1	17	3,4	Индия	10	2,8
Дания	14	2,9	15	3,2	Великобритания	10	2,8
Литва	14	2,9	15	3	Аргентина	9	2,6
Финляндия	14	2,9	15	3	Дания	9	2,6
Бельгия	14	2,9	15	3,2	Бельгия	9	2,6
Польша	14	2,9	16	3,2	Франция	9	2,6
Латвия	14	2,9	15	3	Нидерланды	9	2,6
Испания	13	2,7	15	3	Польша	9	2,6
Эстония	13	2,7	14	2,8	Румыния	8	2,3
Австрия	13	2,7	14	2,8	Италия	8	2,3
Венгрия	13	2,7	15	3	Чехия	8	2,3
Беларусь	5	1	7	1,4	Латвия	8	2,3
Всего стран, принявших защитные меры	61	–	54	–	Всего стран, принявших защитные меры	67	–

Примечание – составлено автором на основе выборки данных [12].

Анализ защитных мер показал, что наиболее распространенным инструментом является увеличение тарифной защиты, но наряду с тарифами применяется и тарифная квота. В рамках тарифной квоты (количественное ограничение) применяется нулевая ставка таможенной пошлины, сверх квоты применяется тарифная ставка, действующая согласно Таможенному тарифу страны. В Европейском союзе тарифная квота устанавливается относительно каждой страны отдельно. Например, для Украины, подписавшей с ЕС Соглашение об ассоциации, на молоко, сливки, сгущенное молоко, йогурт, кефир на 2018 г. установлена квота в размере 8,8 тыс. т [13]. На внутреннем рынке Беларуси в 2017 г. только ОАО «Савушкин продукт» продало 217 тыс. т цельномолочной продукции. Таким образом, одно предприятие может покрыть всю годовую квоту меньше, чем за месяц. Т.е. на рынке ЕС достаточно высокие барьеры в виде количественных ограничений, а сверх квоты таможенный тариф на молочную продукцию достигает 96 %. Такой высокий тариф делает белорусскую продукцию неконкурентоспособной.

Администрирование тарифных квот для экспорта в ЕС осуществляется через систему импортных лицензий (молоко, сливки, сгущенное молоко и йогурты; сухое молоко; сливочное масло) и по принципу «первый пришел – первый обслуживается» (переработанные молочные и переработанные масляные продукты). Информация о текущих остатках тарифных квот ЕС доступна на веб-сайте Европейской Комиссии «Tariff quota consultation» [13].

Европейский рынок интересен для Республики Беларусь вследствие географической близости и потенциально емкого спроса, однако Национальная стратегия поддержки развития экспорта на 2016–2020 гг. предполагает также выход на рынки стран «дальней дуги» – Азии и Океании, Африки и Ближнего Востока, Латинской Америки [14]. При выходе на новые рынки необходимо изучить конъюнктуру внешних рынков. По данным World Tariff Profiles можно определить уровень защиты товарного рынка и принять решение о дальнейшем, более глубоком изучении рынка. На основании данных

World Tariff Profiles [15] нами проведена выборка уровня таможенной защиты по ряду стран «дальней дуги» по молочной продукции (таблица 4).

Таблица 4. – Уровень тарифной защиты в ряде стран «дальней дуги»

Страны	Простой средний тариф РНБ	Удельный вес 0-го тарифа, %	Максимальный тариф	Доля в импорте, %
Алжир	22,7	0	30	2,3
Ангола	9,1	0	20	0,8
Бахрейн	5,0	0	5	2,0
Бангладеш	23,5	0	25	0,6
Белиз	5,7	37,5	20	1,7
Босния и Герцеговина	16,2	0	44	0,8
Австралия	3,1	72,2	19	0,3
Ботсвана	7,8	23,8	21	0,7
Бруней-Даруссалам	0,0	100	0	1,1
Кабо Верде	8,0	0	20	5,1
Конго	16,6	0	35	1,0
Кот д'Ивуар	17	0	36	0,9
Страны Европейского союза	35,4	0	96	0,01
Япония	65,7	9,1	558	0,2
Иордания	8,2	57,1	30	1,7
Кувейт	5,0	0	5	1,9
Маврикий	0	100	0	2,5
Нигер	17	0	35	1,5
Оман	5	0	5	2,2
Самоа	4,8	27,8	8	2,8
Саудовская Аравия	5	0	5	1,2
Свазиленд	8,6	23,8	26	1,6
Йемен	6	0	10	2,8

Примечание – составлено автором на основе [15].

Мы видим, что самые высокие тарифы действуют в развитых странах ЕС и Японии. Есть смысл выходить на рынки стран, где доля импорта молока выше 1 %.

Требования к сертификации продукции в Европейском союзе

При возникновении на территории третьей страны проблемы, вполне вероятно, представляющей серьезную угрозу для здоровья людей или животных или для окружающей среды, Европейская комиссия может принять защитные меры, устанавливающие особые условия, или прекратить полностью или частично импорт продукции из третьей страны. Необходимо тщательно изучить:

1. Условия импорта безопасности продуктов питания.
2. Требования к импорту, новые правила по гигиене продуктов питания и официальному контролю за продуктами питания (Import Conditions. URL: https://ec.europa.eu/food/safety/international_affairs/trade_en).
3. Общее пищевое законодательство.
4. Документы Европейского ведомства по безопасности пищевых продуктов (EFSA).

При ввозе в ЕС определенной сельскохозяйственной продукции может потребоваться предъявление сертификата на импорт. Сертификаты на импорт служат различным целям: мониторинг торговых потоков, установление тарифных квот или обеспечение защитных мер. Чтобы получить сертификат, импортер должен обратиться в компе-

тентные органы государства – члена ЕС, куда будут ввозиться товары, и внести залоговый депозит (возвращается по предъявлении доказательства импорта).

Правила ЕС по маркировке продовольственных товаров гарантируют получение потребителем информации, необходимой, чтобы сделать осознанный выбор при покупке пищевых продуктов или напитков. Чтобы упростить процедуру выбора, на этикетке должна быть определенная информация, а именно:

- ✓ торговое название товара и точное количество (вес, объем);
- ✓ особые условия хранения или использования;
- ✓ название компании или предприятия, адрес производителя, упаковщика или импортера, основанных в ЕС;
- ✓ место происхождения в случаях, когда отсутствие такой информации может ввести покупателя в заблуждение;
- ✓ указание на наличие веществ, которые могут вызвать аллергические реакции или непереносимость;
- ✓ обозначение партии товара (с буквой «L» в начале).

Данная информация должна быть указана на бутылке или на этикетке на упаковке. Европейские заказчики могут также требовать от производителя наличие сертификата соответствия определенному международному стандарту безопасности пищевых продуктов (указывается в контракте): ISO 22000, FSSC 22000, BRC, IFS [16]. Эти сертификаты не являются обязательными для ввоза на территорию, однако они часто являются необходимым условием для реализации продукции в странах ЕС.

Заключение

Проведенный анализ продовольственного рынка стран показал следующее: где высокая доля импорта молока, там также высокий удельный вес импорта мясной продукции и круп.

При выходе на внешний рынок производителю следует учитывать, что в разных странах существуют традиции потребления коровьего, буйволиного (более вязкое молоко, не вызывающее аллергии), овечьего или козьего молока. В Республике Беларусь уже многие предприятия выпускают халяльную продукцию, что открывает им возможности выхода на рынки стран Ближнего Востока.

В результате проведенного исследования с целью диверсификации экспорта предлагаем ряд мероприятий:

- 1) проведение мониторинга товарных рынков стран на основе баз данных Global Trade Alert с целью выявления барьеров и либерализации мер торговли;
- 2) на основании данных ITC TradeMap анализ структуры экспорта и определение индексов выявленных конкурентных преимуществ на традиционных рынках с целью отслеживания динамики изменения позиций белорусской продукции;
- 3) изучение на основе данных World Tariff Profiles тарифных профилей стран с целью выявления перспективы выхода на новые рынки сбыта и анализа структуры импорта продукции;
- 4) изучение рекомендаций профильных международных организаций, например, IDF (Международной молочной федерации) для рынка молочной продукции для выявления потребностей стран и определения потенциального спроса на продукцию белорусских предприятий, соответствующих международным нормам и стандартам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Национальная программа поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/fileaff83a3fc04eb9c0.PDF>.

2. Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/filebf0c9b3a54ae1da9.PDF>.

3. В лабиринтах молочного экспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.product.by24.04.2018>. – Дата доступа: 20.06.2018.

4. Молочная отрасль. Июль, 2016. – Минск : Юнитер, 2016. – 3 с.

5. Молочная отрасль, 2015. – Минск : Юнитер. – 23 с.

6. Беларусь в цифрах, 2018 : стат. справ. / редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2018. – 71 с.

7. Официальный сайт ОАО «Савушкин продукт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.savushkin.by>.

8. Лойко, О. Это высший пилотаж у молочников. За счет чего «Савушкин продукт» уходит в отрыв [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/488268.html>. – Дата доступа: 20.06.2018.

9. Диверсификация... Не просто красивое слово [Электронный ресурс] // Продукт. BY № 2 (187) март-апрель 2018. – Режим доступа: <http://produkt.by/story/diversifikaciya-ne-prosto-krasivoe-slovo>.

10. Об идентификации, регистрации, прослеживаемости сельскохозяйственных животных (стад), идентификации и прослеживаемости продуктов животного происхождения [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 15 июля 2015 г., № 287-З. – Режим доступа: http://kodeksy-by.com/zakon_rb_ob_identifikatsii_registratsii_proslezhivaemosti_sel_skochozyajstvennyh_zhivotnyh.htm. – Дата доступа: 20.06.2018.

11. Условия экспорта в ЕС / Европейская комиссия. – Брюссель, 2013. – 241 с.

12. Global Trade Alert [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.globaltradealert.org/>. – Дата доступа: 20.06.2018.

13. COMMISSION IMPLEMENTING REGULATION (EU) 2015/2080 of 18 November 2015 amending Regulation (EC) No 2535/2001 as regards the management of import tariff quotas for dairy products originating in Ukraine and the removal of an import tariff quota for dairy products originating in Moldova // Official Journal of the European Union. L 302/77. – 19.11.2015.

14. Новая программа экспорта: «дальняя» дуга, диверсификация и 65 % [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sputnik.by/economy/20160803/1024612420.html>. – Дата доступа: 20.06.2018.

15. World Tariff Profiles, 2017. World Trade Organization. – Geneva, 2017. – 263 p.

16. Экспорт молока и молочных продуктов в ЕС: первые шаги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eu-ua.org/eksport-yes/moloka-ta-molochnoi-produktsii>.

17. ITC TradeMap [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trademap.org>.

Рукапісступіў у рэдакцыю 06.07.2018

Kostenko N.V. Diversification of Export of the Republic of Belarus in the Market of the Dairy Products

The article considers the positions of dairy products of the Republic of Belarus and the Brest region on the world market. The analysis of the dynamics of production and exports of dairy products based on the data of ITC TradeMap is carried out; the index of identified comparative advantages is calculated. The barriers in the global dairy market are analyzed on the basis of the Global Trade Alert database. The geographical structure of exports of dairy products is analyzed. The algorithm of entering the European market of dairy products is determined. The main instruments of protectionism by countries on the dairy market are revealed. The measures aimed at monitoring barriers and measures of liberalization are suggested. And also, activities aimed at identifying new geographical niches in order to diversify the export of dairy products. The measures for preventive study of tariff profiles of the countries are suggested.