

ративной составляющей, которая создает нарядный вид не только внутри помещения, но и снаружи здания.

Защита от солнца при помощи стеклопакетов с витражами весьма эффективна, а оригинальный внешний вид, будут постоянно давать помнить о себе. [4]. Витражные стекла схожи с окрашенными стеклами, поэтому преимущества с ними аналогичны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Информационная статья «Низкоэмиссионное стекло» компании «Окна-Питер». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.okna-piter.ru/articles/nizkoemissionnoe.Html> – Дата доступа: 30.04.2021.

2. Обзорная статья «Энергосберегающие, низкоэмиссионные стекла». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.otkremont.ru/okna/2okna3.html> – Дата доступа: 30.04.2021.

3. Рубрика электронного строительного справочника «Novosibdom.ru» на тему «Низкоэмиссионные энергосберегающие стёкла». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://build.novosibdom.ru/node/110> – Дата доступа: 30.04.2021.

4. Обзорная статья «Солнцезащитные стеклопакеты. Виды и область применения», режим доступа: <https://oknoudoma.ru/solntsezashhitnye-steklopakety-vidy-i-oblast-primeneniya/> – Дата доступа: 30.04.2021.

УДК 339.5.053

Студ. И.А. Богданович

Науч. рук. ст. преп. Д.А. Жук

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СУБЪЕКТОВ РЫНКА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сегодня рынок керамической плитки в Республике Беларусь имеет собственную конъюнктуру и принципы развития. Значительная доля потребления на внутреннем рынке приходится на импорт, что говорит о том, что отечественные производители не в силах удовлетворить объем спроса в полной мере.

Такое положение вещей объясняется значительным превышением спроса над предложением, а также большой долей экспортируемой продукции с целью привлечения иностранной валюты. Доля экспорта

составляет порядка 70 % от всего объема изготовленной продукции. В основном экспорт направляется в страны СНГ и Прибалтику.

Границы рынка керамической плитки определены позицией из товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (сокращенно ТН ВЭД) следующего наименования: 6907 – Плитка керамическая. До 2016 года, отдельным пунктом во внешней торговле являлась плитка керамическая глазурованная, которая после перешла из пункта 6908 в субпозицию 6907.

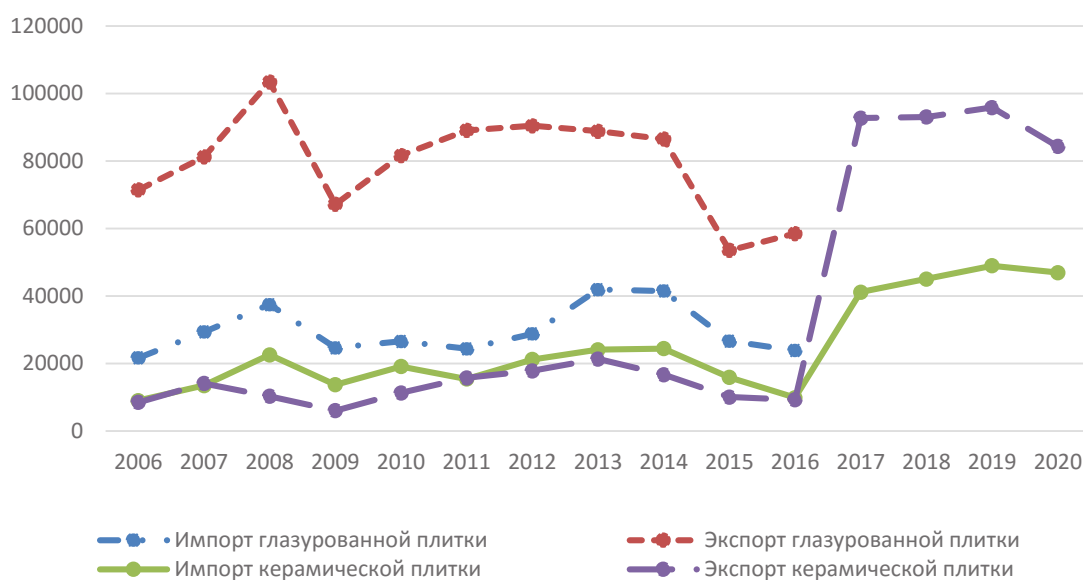


Рисунок 1 – Динамика внешней торговли товарных групп 1 и 2

На рисунке 1 представлена динамика экспорта и импорта керамической и керамической глазурованной (до 2016 года) плитки за период 2006 – 2020 гг.

Можно сделать вывод о том, что в 2020 году уменьшилось количество экспортируемой керамической плитки.

Такое явление можно объяснить понижением спроса за рубежом по причине глобального кризиса, связанного с пандемией Covid-19. Импорт, в свою очередь, понизился незначительно.

Если рассматривать динамику экспорта глазурованной плитки, то можно отметить его падение на 20 % в период с 2006 по 2015 год, после чего позиция керамической глазурованной плитки была классифицирована иным образом.

Импорт глазурованной плитки также потерпел спад за последние 2 года существования позиции.

Основными тенденциями на рынке керамической плитки на сегодняшний день являются: конкуренция за внутренний рынок с зару-

бежными производителями, нацеленность на экспорт с целью привлечения иностранной валюты в национальную экономику.

Однако у таких тенденций есть основной барьер – это высокий уровень конкуренции на внешнем рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рогуленко, Т.М. Аудит внешнеэкономической деятельности: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. М. Рогуленко; под общей редакцией Т. М. Рогуленко, С. В. Пономаревой, А. В. Бодяко. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 117 с.

2. Яковленко С.В. Аудит, учет и анализ деятельности предприятий / С.В. Яковлено. Учебное пособие. М: Дана, 2018. – 727с.

3. Внешняя торговля Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный Белорусский статистический комитет. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/AggregatedDb> – Дата доступа: 12.04.2021.

4. Штефан, М.А. Основы аудита. Самоучитель / Л.Г. Макарова, М.А. Штефан, А.К. Ковина. – М.: ИД ГУ ВШЭ, 2013. – 406 с.

5. Ввозные таможенные пошлины Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Европейская экономическая комиссия. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/AggregatedDb> – Дата доступа: 09.04.2021.

УДК 339.5.053

Студ. Н.В. Герасимов

Науч. рук. ст.преп. Д.А. Жук

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ХАРАКТЕРИСТИКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЫНКА ХОЗЯЙСТВЕННО-БЫТОВЫХ ТОВАРОВ ИЗ СТЕКЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На сегодняшний день в Республике Беларусь рынок хозяйственно-бытовых товаров из стекла не определен с точки зрения исследований в области внешнеэкономической деятельности, а значит, перспективы развития данного рынка достаточно размыты. Цель исследования заключается в определении перспектив развития рынка хозяйственно-бытовых товаров из стекла в рамках внешней торговли.

Для описания границ рынка хозяйственно-бытовых товаров из стекла были взяты позиции из товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (сокращенно ТН ВЭД) следующего наименования: 7010 (далее, группа 1) –