



Александр ЯНЧУК

*Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси,
Минск, Республика Беларусь,
e-mail: sandro.janchuk@gmail.com*

УДК 339.13+339.5

<https://doi.org/10.29235/1818-9806-2025-11-69-83>

Возможности поставок агропродовольственной продукции в Сингапур

Представлены результаты исследования возможности поставок агропродовольственной продукции (в частности, молочной) на внутренний рынок Сингапура. Установлено, что сингапурская пищевая промышленность зависит от импорта продуктов питания, а так как доходы населения и туризм растут, это делает рынок страны привлекательным и конкурентным. В этой связи проанализированы возможные каналы сбыта импортного продовольствия, выявлены тенденции их развития. Рассмотрены как преимущества, так и риски поставок.

Особое внимание уделено анализу внешней торговли и импорта молока и молочной продукции в Сингапур. Кроме того, приведены правовые особенности поставок в страну пищевых продуктов.

Ключевые слова: сбыт агропродовольственной продукции, поставки молока и молочной продукции, рынок пищевых продуктов Сингапура, зарубежные каналы сбыта, внешняя торговля молочной продукцией, возможности экспорта молока.

Aliaksandr YANCHUK

*Institute of System Researches in the Agroindustrial Complex
of the National Academy of Sciences of Belarus,
Minsk, Republic of Belarus,
e-mail: sandro.janchuk@gmail.com*

Opportunities for supplying agri-food products to Singapore

The article presents the results of a study examining the potential for supplying agricultural and food products (particularly dairy) to Singapore's domestic market. It establishes that Singapore's food industry relies on food imports, and growing incomes and tourism make the country's market attractive and competitive. Potential distribution channels for imported food are analyzed, and development trends are identified. Both the advantages and risks of supply chains are considered.

© Янчук А., 2025

Particular attention is paid to the analysis of foreign trade and the import of milk and dairy products into Singapore. Furthermore, the article discusses the legal aspects of food supply to the country.

Keywords: marketing of agricultural products, milk and dairy product supplies, Singapore food market, overseas distribution channels, foreign trade in dairy products, milk export opportunities.

Введение

Республика Сингапур является одним из экономических и технологических лидеров в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Страна входит в Ассоциацию государств Юго-Восточной Азии, является членом Всемирной торговой организации. Республика известна также строгими правилами защиты прав интеллектуальной собственности. Сингапур поддерживает внешнеэкономические отношения с большим количеством партнеров, причем с некоторыми из них подписаны соглашения о свободной торговле. Государство относится к странам с высоким уровнем дохода, валовый внутренний продукт на душу населения составляет более 90 тыс. долл. США. Многие транснациональные компании, в том числе производители пищевой продукции, располагают свои региональные штаб-квартиры в Сингапуре. Все это делает страну хорошо развитым рынком сбыта сельскохозяйственной продукции и высококачественных продуктов питания.

Пищевая промышленность Сингапура существенно зависит от зарубежных поставок, так как возможности национального сельского хозяйства очень ограничены. Импорт продовольствия составляет более 90 % от предложения. Из-за высокого потребительского спроса, значительного располагаемого дохода домохозяйств и интенсивной урбанизации страна обладает хорошими перспективами развития рынка продовольствия. Внешнеторговая политика Сингапура направлена на обеспечение устойчивых поставок безопасной и высококачественной сельскохозяйственной продукции из-за рубежа.

Цели исследования – анализ рынка продуктов питания Сингапура и определение возможностей импортных поставок на него молока и молочной продукции.

На первом этапе была собрана и обработана информация о состоянии продовольственного рынка в Сингапуре, в результате чего был сделан вывод о целесообразности выхода на него для белорусских предприятий. На втором – проанализированы показатели внешней торговли молоком и молочной продукцией, особенно импорта, по товарным позициям Гармонизированной системы описания и кодирования товаров (в тексте статьи приводятся сокращенные наименования кодов для удобства чтения) за 2019–2023 гг. Показатели объемов внешней торговли взяты из данных TradeMap.org.

Несмотря на определенную специфику Сингапура в международных отношениях, современных публикаций по конкретным направлениям экономического развития страны, а тем более в агропродовольственном секторе, немного. В основном работы посвящены инновационной динамике общества.

Так, Ю. Н. Томашевская приводит подробную характеристику развития инновационной системы Сингапура, а также рассматривает положения ключевых нормативных стратегических документов последних десятилетий, в частности планов исследований, инноваций и предпринимательства (за 2010–2025 гг.) [1]. На основе материалов международных организаций и позиций в соответствующих рейтингах Ю. Н. Терентьевой и Н. А. Савиным установлена результативность инновационной политики согласно предложенным авторами критериям [2]. В. С. Егоров отмечает, что трансформация финансовых отношений в Сингапуре с начала независимости влияла на экономическое развитие страны, и показывает, как финансовая политика способствовала приходу мировых корпораций, созданию новых отраслей сингапурской промышленности (например, авиационной, сталелитейной) и внедрению инновационных подходов во всех сферах деятельности [3].

Внешнеторговый оборот Сингапура за отдельные периоды 2000–2022 гг. с установлением основных стран-партнеров исследован У. И. Наровым [4]. Приведены показатели движения прямых иностранных инвестиций, направления инновационного развития, а также обращено внимание на существующие в стране внутренние и внешние проблемы. Показатели ввоза и вывоза прямых иностранных инвестиций за 2009–2019 гг., в том числе их распределение по мировым регионам, подробно проанализированы Л. А. Сеферяном [5].

Некоторые исследователи изучали возможные направления развития сельского хозяйства в Сингапуре [6], а также проблемы страны в производстве продуктов питания, стратегические документы сингапурского правительства по развитию агропродовольственной промышленности, опыт внедрения новых агротехнологий и открытия стартапов в пищевой индустрии [7].

Таким образом, аналитический обзор публикаций показал, что отсутствуют современные глубокие исследования рынка агропродовольственной продукции Сингапура, особенно молока и молочной продукции, для белорусских экспортеров, что подтверждает актуальность, научную новизну и практическую значимость работы.

Основная часть

Для реализации направлений агропродовольственной политики в Сингапуре действуют различные организации. Фонд трансформации агропродовольственного кластера Сингапура решает стратегические задачи обеспечения продовольственной безопасности, разработки новых сельскохозяйственных технологий и поддержки данного сектора [8].

Сингапурское продовольственное агентство (СПА) создано в апреле 2019 г. Оно является структурным подразделением Министерства окружающей среды и водных ресурсов [9]. Организация отвечает за разработку и исполнение нормативных актов, связанных с оборотом продуктов питания, курирует вопросы

качества пищевой продукции и продовольственной безопасности в стране. СПА имеет тесные контакты с представителями пищепрома для диверсификации источников импорта. Производители получают актуальную информацию, а торговые миссии организуются с целью поиска новых поставщиков продовольствия. Такая активность привела к тому, что в Сингапуре представлены продукты питания из различных стран и регионов.

Как отмечалось, возможности сингапурской пищевой промышленности относительно невелики. Большая часть сырья для нее импортируется. Основными перспективными товарными группами в пищевой промышленности для Сингапура являются молочные продукты, растительные масла, переработанные овощи, орехи, говядина и свинина.

Каналы сбыта

Сектор розничной торговли продуктами питания в Сингапуре является одним из самых развитых и конкурентных в Юго-Восточной Азии. Общий объем продаж в 2023 г. составил более 11 млрд долл. США и по прогнозам будет увеличиваться [10]. Основная доля рынка приходится на следующие три компании: NTUC FairPrice Cooperative, Dairy Farm International Holdings и сеть супермаркетов Sheng Siong.

В Сингапур продовольствие обычно завозится местными импортерами или дистрибьюторами, которые затем поставляют его розничным продавцам. Для снижения затрат крупный ритейл может закупать товары напрямую у производителей. У большинства подобных компаний имеются собственные складские помещения для хранения и переупаковки товаров. Распределением по продуктовым рынкам, лоткам и небольшим магазинам у дома обычно занимаются оптовые посредники. Возможности проникновения на внутренний рынок для иностранных продуктов с помощью таких альтернативных каналов очень ограничены.

Готовые к употреблению продукты питания в Сингапуре реализуются преимущественно через супер-, гипермаркеты, а также ведущие сети магазинов формата «шаговой доступности» – 7-Eleven и Cheers, которые принадлежат NTUC FairPrice Cooperative и Dairy Farm Group соответственно.

Следует отметить, что страна обладает высокоразвитым и конкурентоспособным сектором гостеприимства. В 2023 г. Сингапур посетили 13,6 млн человек, причем их совокупные расходы составили 20,5 млрд долл. США. Проведение крупных мероприятий, эксклюзивных концертов стимулирует развитие въездного туризма, а также увеличение внутреннего спроса. По прогнозам, рост емкости туристической индустрии должен продолжаться.

Исследование Euromonitor показало, что в период пандемии и в условиях инфляционного давления сингапурские потребители стали отдавать предпочтение современным супер- и гипермаркетам, поскольку такие торговые

точки предлагали дешевые продукты, производимые под собственными торговыми марками или благодаря тесному сотрудничеству с поставщиками. По данным Euromonitor, по состоянию на 2022 г. 94 % населения пользовались интернетом, в том числе 42 % покупали и продавали товары и услуги. При этом 59 % предприятий размещали и получали заказы онлайн, а реализация продуктов питания в электронной коммерции с 2017 по 2022 г. выросла почти на 30 % [8].

Основными покупателями агропродукции являются предприятия по производству продуктов питания и напитков, кормов для домашних и сельскохозяйственных животных, а также текстильная и кожевенная промышленность. Несмотря на большое количество торговых партнеров, поставки продовольствия в Сингапур могут сталкиваться с ограничениями со стороны стран-экспортеров. Например, в 2022 г. Малайзия запретила вывоз мяса курицы из-за проблем на внутреннем рынке. Кроме того, плохая погода в этой стране повлияла на урожайность овощей, что, в свою очередь, привело к резкому росту цен на продукты питания в Сингапуре [8].

Можно выделить следующие тенденции развития каналов сбыта [10]:

изменение поведения потребителей после пандемии Covid-19, в том числе образа жизни и модели совершения покупок. Например, готовность платить больше за высококачественные и эксклюзивные продукты, поэтому значительный спрос на них сохраняется;

преобладание заботы о здоровье. Потребители в Сингапуре предпочитают продукты без консервантов, с пониженным содержанием сахара, соли и (или) жира. Все больше внимания уделяется показателям пищевой ценности;

продолжающийся рост электронной коммерции. Интернет-магазины (например, Lazada-Redmart) проводят рекламные кампании по привлечению покупателей, включая вручение подарков при покупке, скидки на наборы, специальные предложения. К другим факторам можно отнести удобство, разнообразие, наличие на складе, гибкость в предоставлении дополнительных товаров для покупки перед доставкой. Электронная коммерция и трансляция онлайн с использованием социальных сетей (Facebook, Instagram и TikTok) являются новыми концепциями, которые становятся все более популярными в Сингапуре;

реализация правительством Сингапура Плана «30 к 30». К 2030 г. местные производители должны удовлетворять 30 % потребностей страны в продовольствии. Ведущие ритейлеры активно освещают эту инициативу в своих маркетинговых коммуникациях;

снижение лояльности к брендам. В условиях роста цен на продовольствие все больше потребителей готовы пробовать новые продукты, искать варианты с лучшим соотношением цены и качества. Частные или собственные торговые марки розничных продавцов набирают популярность, поскольку цены на них ниже, чем у общенациональных брендов;

умеренное развитие магазинов формата «шаговой доступности», поскольку их режим работы дает потребителям возможность приобретать продукты и готовую еду в любое время суток.

Выделим основные преимущества поставок агропродовольственной продукции в Сингапур:

сильная зависимость от импорта для обеспечения всех национальных потребностей в продуктах питания;

наличие существенной доли населения с высоким располагаемым доходом, а также большого количества туристов, что стимулирует спрос на премиальные продукты;

предпочтение высококачественным, полезным и натуральным продуктам (хотя рынок является нишевым). Молодое поколение, обладающее большей покупательной способностью, чаще приобретает импортное мясо, отборные фрукты, спиртные напитки и пиво, а также премиальный корм для домашних животных;

значительное сообщество постоянных жителей-экспатриантов – фактор усиления влияния разнообразных тенденций и привычек в питании, а также распространения ресторанов и сетей фастфуда.

Однако существуют и некоторые риски:

очень высокие расходы на аренду и эксплуатацию недвижимости усложняют непосредственное присутствие иностранных поставщиков в стране, в том числе их маркетинговую и рекламную деятельность;

конкуренция на сингапурском рынке интенсивна, многие компании вкладывают значительные средства в продвижение продукции и расширение своих долей на рынке;

цены на импортную продукцию могут оказаться в результате выше, чем у региональных поставщиков;

конечные потребители не осведомлены об особенностях приготовления и использования иностранных продуктов питания;

неспособность поставщиков удовлетворять запросы импортеров, розничных торговцев и конечных покупателей Сингапура, в частности соответствовать требованиям к меньшему размеру упаковки, снижению цен под влиянием уровня рыночного спроса, оказания маркетинговой поддержки.

Внешняя торговля

Стоимостные объемы экспорта и импорта молочной продукции за 2019–2023 гг. представлены на рис. 1.

Экспорт молокопродуктов увеличился с 213 млн долл. США в 2019 г. до 222,2 млн долл. США в 2023 г. (на 4,3 %). Пиковое значение было в 2022 г. – 292,7 млн долл. США. В следующем году снижение составило почти 25 % по сравнению с предыдущим.

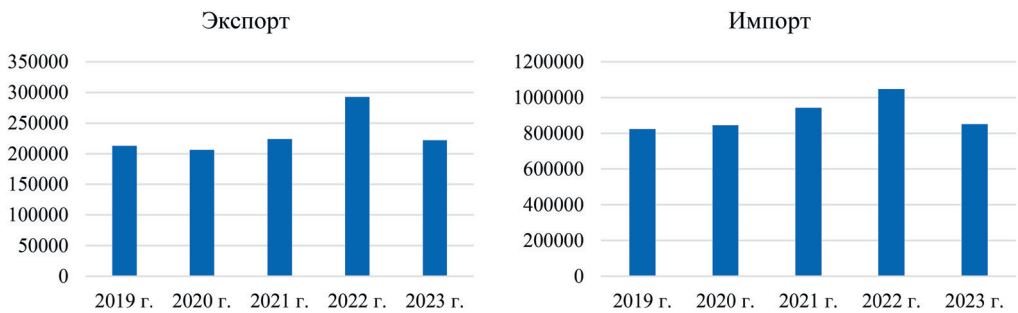


Рис. 1. Внешняя торговля молочной продукцией Сингапура, 2019–2023 гг., тыс. долл. США (выполнен по данным TradeMap.org)

Импорт вырос с 824,2 до 851,7 млн долл. США (на 3,3 %). Максимум был зафиксирован в 2022 г. (1047,9 млн долл. США), после чего стоимость ввоза снизилась более чем на 25 %.

Таким образом, Сингапур является чистым импортером молочной продукции.

Молоко и сливки

Общий импорт данной категории товаров увеличился за 2019–2023 гг. на 24 %, – со 124 до 153,5 млн долл. США (рис. 2).

Основными странами-поставщиками (рис. 3) являлись Таиланд (максимальное значение импорта было в 2021 г. – 57,9 млн долл. США, после чего стоимость ввоза снизилась) и Австралия (динамика аналогична тайской: максимум

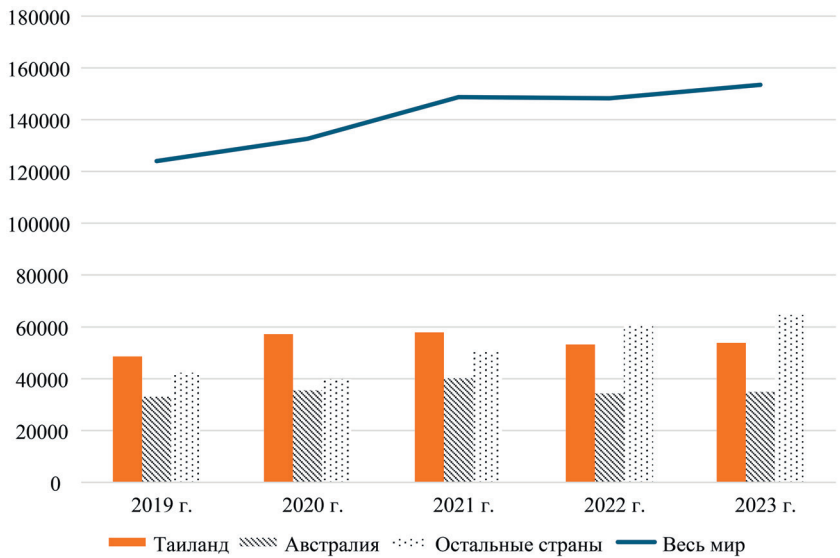


Рис. 2. Импорт молока и сливок в Сингапур, 2019–2023 гг., тыс. долл. США (выполнен по данным TradeMap.org)

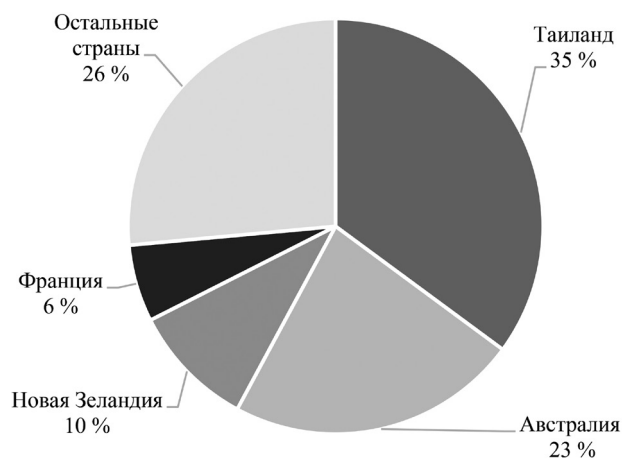


Рис. 3. Доли стран в импорте молока и сливок в Сингапур, 2023 г.
(выполнен по данным TradeMap.org)

в 2021 г. – 40,2 млн долл. США, а затем спад). Поставки из других стран почти постоянно увеличивались (за исключением 2020 г.). Среди них можно выделить Новую Зеландию и Францию.

Сгущенные молоко и сливки

Импорт сгущенных молока и сливок увеличивался до 2022 г. – с 352,1 до 466,2 млн долл. США. Однако в 2023 г. произошло резкое падение до 332,1 млн долл. США (почти на 30 %), что стало меньше уровня 2019 г. на 5 % (рис. 4).

Новая Зеландия являлась основным поставщиком в данной товарной группе с долей в импорте более 50 % (рис. 5).

Сухое молоко

Основной поставщик – Новая Зеландия.

По сухому обезжиренному молоку она более чем в 3 раза опережает ближайшего конкурента – США (причем тенденция роста достаточно стабильна), по сухому цельному – более чем в 10 раз (Германию, Данию, Нидерланды).

Пахта, йогурт, кефир

В 2019–2023 гг. в импорте данной продукции отмечался устойчивый рост – с 49,3 до 62,3 млн долл. США, т. е. на 26 % (рис. 6).

В данной товарной группе ведущим поставщиком была Австралия, хотя стабильного увеличения не наблюдалось. Тем не менее она занимает более 30 % в импорте (рис. 7).

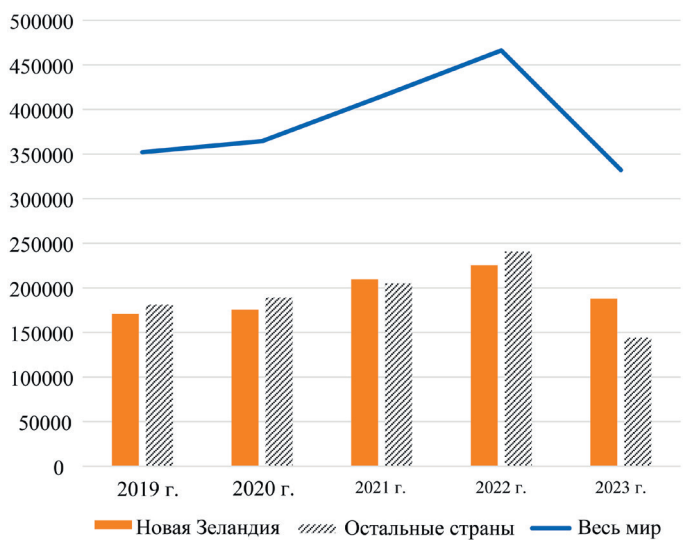


Рис. 4. Импорт сгущенных молока и сливок в Сингапур, 2019–2023 гг., тыс. долл. США (выполнен по данным TradeMap.org)

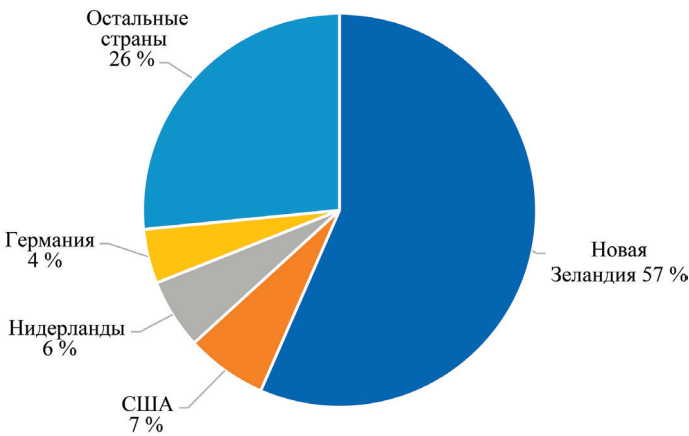


Рис. 5. Доли стран в импорте сгущенных молока и сливок в Сингапур, 2023 г. (выполнен по данным TradeMap.org)

Молочная сыворотка

Импорт Сингапура достиг в 2022 г. величины в 142,3 млн долл. США, однако в следующем году произошло снижение на 50 %, что в стоимостном выражении было почти на 25 % меньше, чем в 2019 г. (рис. 8).

Основным поставщиком оставалась Новая Зеландия, но в 2023 г. отгрузки существенно сократились. Тем не менее страна продолжала оставаться лидирующим импортером (рис. 9).

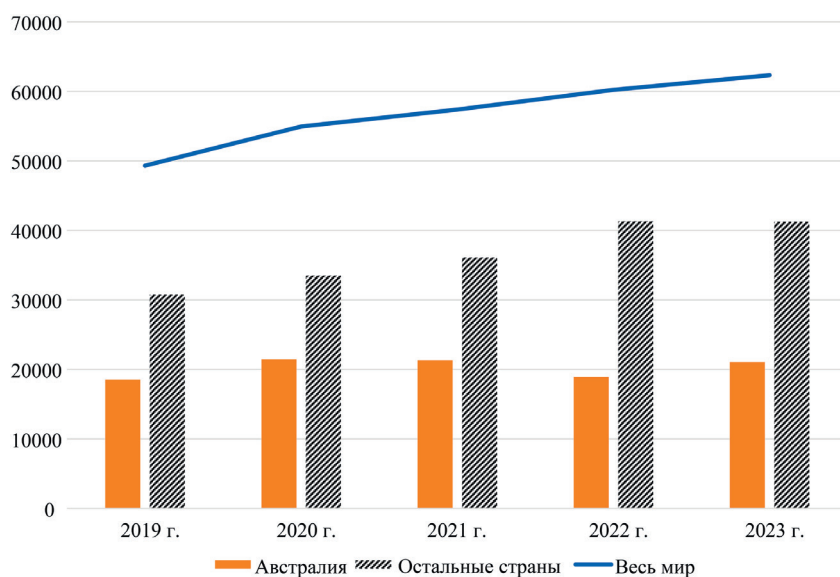


Рис. 6. Импорт пахты, йогурта, кефира в Сингапур, 2019–2023 гг., тыс. долл. США (выполнен по данным TradeMap.org)

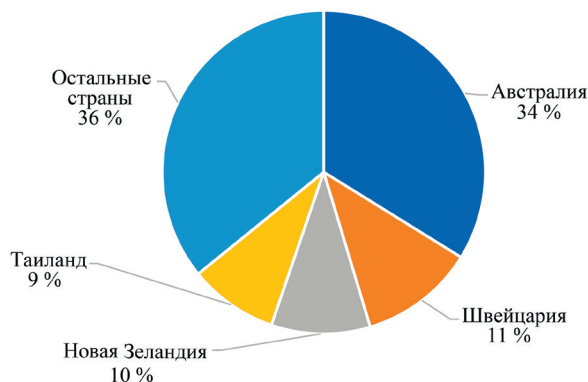


Рис. 7. Доли стран в импорте пахты, йогурта, кефира в Сингапур, 2023 г. (выполнен по данным TradeMap.org)

Сливочное масло и прочие молочные жиры

В импорте сливочного масла и прочих молочных жиров наблюдалась относительная устойчивость (рис. 10). Колебания поставок в разные годы были незначительными.

Среди поставщиков можно выделить Новую Зеландию и Францию. Импорт из остальных стран в основном сокращался. Исключение – Индия, которая стала наращивать свой экспорт масла, хотя пока еще в незначительных объемах по сравнению с лидерами, но довела свою долю до 9 % (рис. 11).

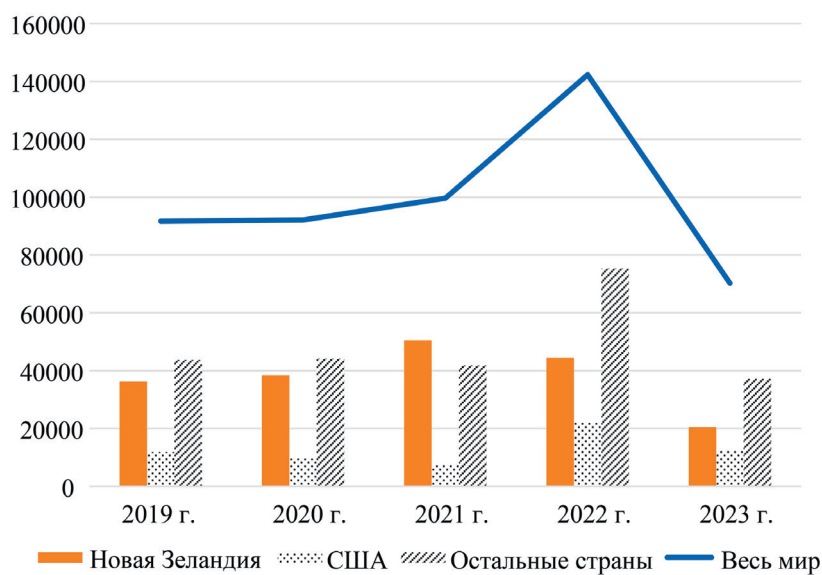


Рис. 8. Импорт молочной сыворотки в Сингапур, 2019–2023 гг., тыс. долл. США (выполнен по данным TradeMap.org)

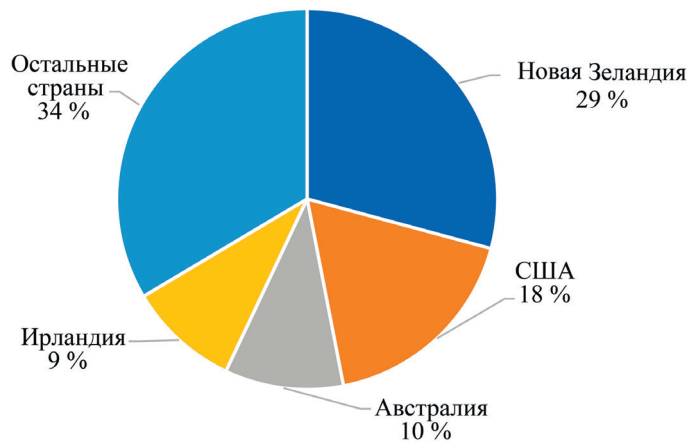


Рис. 9. Доли стран в импорте молочной сыворотки в Сингапур, 2023 г. (выполнен по данным TradeMap.org)

Сыры и творог

Можно отметить тенденцию увеличения импорта данной группы товаров в Сингапур – более чем на 25 % за 2019–2023 гг. (рис. 12).

Австралия и Новая Зеландия продолжали удерживать лидирующие позиции, однако темпы роста поставок из этих стран были ниже, чем из других, в которых произошло увеличение в среднем более чем на 35 % (рис. 13).



Рис. 10. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров в Сингапур, 2019–2023 гг., тыс. долл. США (выполнен по данным TradeMap.org)

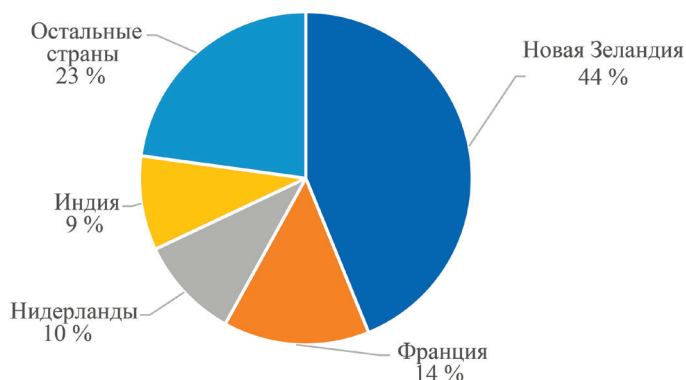


Рис. 11. Доли стран в импорте сливочного масла и прочих молочных жиров в Сингапур, 2023 г. (выполнен по данным TradeMap.org)

Законодательство о продуктах питания

Несмотря на относительную строгость санитарных и фитосанитарных требований, Сингапур в целом придерживается либеральной и открытой торговой политики. Правительством не установлены квоты и тарифы на импортируемые продукты питания и сельскохозяйственную продукцию (за исключением табака и алкогольных напитков).

Действующие правила Сингапура по обращению пищевых продуктов предписывают, чтобы все предварительно упакованные продукты питания и напитки были надлежащим образом маркированы. Необходимая информация пред-

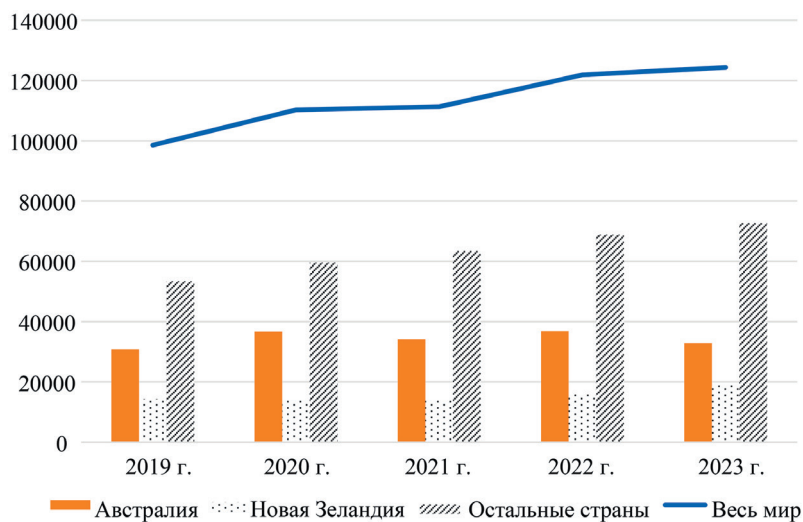


Рис. 12. Импорт сыров и творога в Сингапур, 2019–2023 гг., тыс. долл. США (выполнен по данным TradeMap.org)

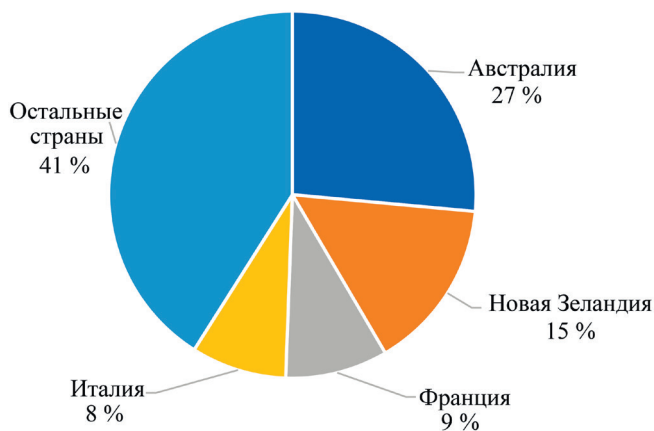


Рис. 13. Доли стран в импорте сыров и творога в Сингапур, 2023 г. (выполнен по данным TradeMap.org)

ставляется в том числе на английском языке. Для некоторых категорий товаров в прил. IV Закона о продаже продуктов питания содержатся стандарты и особые требования к маркировке. Так, для молока и молочной продукции действуют правила № 93–125 (кроме отмененного с октября 2022 г. правила № 108) [11].

Маркировка продуктов питания, к которым (или к их ингредиентам) может возникнуть гиперчувствительность, должна обязательно содержать указание об этом. К данной категории относятся, например, коровье, буйволиное или козье молоко, а также произведенная из них продукция.

Импортировать продукты питания в Сингапур могут только организации, имеющие лицензию или зарегистрированные в Сингапурском продовольственном агентстве.

Алгоритм импортных поставок продуктов питания, в том числе молока и молочной продукции, в Сингапур может быть следующим:

1. Подача заявки на получение лицензии трейдера или регистрации в СПА (осуществляется бесплатно для предприятий, импортирующих обработанные продукты питания). Время обработки заявки составляет один рабочий день.

2. Проверка продукции на соответствие законодательству о пищевых продуктах.

3. Соблюдение условий СПА для определенных категорий продовольствия (включая молочную).

4. Соблюдение требований СПА к правилам маркировки (особое внимание уделяется молоку и молочной продукции).

5. Подача заявки на получение разрешения на импорт до отгрузки продовольственных продуктов в Сингапур.

Заключение

Исследование дает основание сделать следующие выводы и рекомендации:

1. Несмотря на высокую конкуренцию, организация поставок на внутренний рынок Сингапура продуктов питания (в частности, молока и молочной продукции) имеет позитивные перспективы по следующим причинам: осуществляемые правительством поиск и поддержка новых партнеров, растущие доходы и спрос населения, активное развитие туризма, изменение привычек питания граждан (особенно молодежи) с увеличением интереса к европейскому рациону.

2. Перспективными являются также поставки в различных нишах рынка по приемлемым ценам: специализированное питание, экологически чистые и здоровые продукты, полуфабрикаты и готовые изделия, а также снабжение ресторанов, кафе, сетей фастфуда.

3. Особое внимание следует уделить такому каналу сбыта, как электронная коммерция. Причем интернет-торговля актуальна в Сингапуре не только для конечных потребителей, но и для взаимодействия с корпоративными клиентами.

4. Планы правительства Сингапура по увеличению доли продуктов питания собственного производства и его инновационная ориентация предоставляют возможности по рассмотрению инициатив создания совместной переработки агропродовольственной продукции, коммерческого использования технологических решений и прав интеллектуальной собственности предприятиями молокоперерабатывающей отрасли.

5. Для минимизации рисков (особенно ценовых) поставок молочной продукции необходимо изучить возможности заключения соответствующих внешне-экономических соглашений, в том числе с помощью других стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

ПРИМЕЧАНИЕ

Исследование выполнено в рамках ГПНИ «Сельскохозяйственные технологии и продовольственная безопасность» (подпрограмма 9.7 «Экономика АПК» на 2021–2025 годы), НИР 7.6.3 «Разработка системы мер по реализации конкурентных преимуществ и резервов экспортного потенциала национального АПК, обеспечивающих переориентацию внешнеторговых потоков» (№ ГР 20240495).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Томашевская, Ю. Н. Анализ зарубежного опыта развития инновационных систем / Ю. Н. Томашевская // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2023. – № 2. – С. 43–53. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-zarubezhnogo-opyta-razvitiya-innovatsionnyh-sistem> (дата обращения: 19.09.2025).
2. Терентьева, Ю. П. Сравнительный анализ инновационной политики развитых стран различных регионов мира: Швейцария, Сингапур, Израиль / Ю. П. Терентьева, Н. А. Савин // Индустриальная экономика. – 2023. – № 6. – С. 66–72. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-innovatsionnoy-politiki-razvityh-stran-razlichnyh-regionov-mira-shveysariya-singapur-izrail> (дата обращения: 19.09.2025).
3. Егоров, В. С. Становление Сингапура как мирового финансового центра / В. С. Егоров // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В. Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2023. – № 3. – С. 29–34. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-singapura-kak-mirovogo-finansovogo-tsentra> (дата обращения: 19.09.2025).
4. Наров, У. И. Успехи внешнеэкономической политики Республики Сингапур / У. И. Наров // Экономика и социум. – 2024. – № 10-2. – С. 795–803. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uspehi-vneshneekonomicheskoy-politiki-respubliki-singapur> (дата обращения: 19.09.2025).
5. Сеферян, Л. А. Анализ роли стран Юго-Восточной Азии в мировой экономике (на примере Сингапура) / Л. А. Сеферян // А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). – 2023. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rol-i-stran-yugo-vostochnoy-azii-v-mirovoy-ekonomike-na-primere-singapura> (дата обращения: 19.09.2025).
6. Развитие сельского хозяйства Сингапура / Н. З. Сайфудинова, А. М. Мустакимов, А. И. Хамитов [и др.] // Московский экономический журнал. – 2021. – № 5. – С. 199–204. – URL: <https://doi.org/10.24412/2413-046X-2021-10317> (дата обращения: 19.09.2025).
7. Максимова, М. М. Инновации в агропромышленности Сингапура / М. М. Максимова, Е. А. Селеменова, Д. Д. Милек // International agricultural journal. – 2022. – № 3. – С. 1120–1137. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-agropromyshlennosti-singapura> (дата обращения: 19.09.2025).
8. Bachtell, Z. Opportunities for U.S. Agricultural Products in Singapore / Z. Bachtell, C. Cowart // USDA. – URL: <https://www.fas.usda.gov/sites/default/files/2023-07/Singapore-IATR-Final.pdf> (date of access: 19.09.2025).
9. [Sugita, I.] FAIRS Country Report Annual. Country: Singapore / [I. Sugita] // USDA. – URL: https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=FAIRS%20Country%20Report%20Annual_Singapore_Singapore_SN2024-0001.pdf (date of access: 19.09.2025).
10. [Kwek, A.] Retail Foods. Country: Singapore / [A. Kwek] // USDA. – URL: https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Retail%20Foods_Singapore_Singapore_SN2023-0004.pdf (date of access: 19.09.2025).
11. Sale of Food Act 1973 // Singapore Statutes Online. – URL: <https://sso.agc.gov.sg/Act/SFA1973> (date of access: 19.09.2025).

Поступила в редакцию 25.09.2025

Сведения об авторе

Янчук Александр Леонидович – ведущий научный сотрудник сектора внешнеэкономической деятельности, кандидат экономических наук, доцент

Information about the author

Yanchuk Aliaksandr Leanidavich – Leading Researcher of the Foreign Economic Activity Sector, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor