

**Цель работы.** Исследовать причины, затрудняющие продвижение продукции ОАО «Брестский мясокомбинат» на внешние рынки, разработать возможные варианты решения и просчитать экономический эффект.

**Объект исследования.** ОАО «Брестский мясокомбинат».

**Предмет исследования.** Маркетинговые технологии, используемые для продвижения продукции.

**Использованные методики.** Маркетинговые технологии: Brand Health Tracking, потребительская воронка бренда, карта силы бренда.

**Научная новизна.** На основании анализа причин, влияющих на снижение узнаваемости бренда, и причин, по которым предприятие ОАО «Брестский мясокомбинат» экспортирует в Китай лишь небольшое количество продукции, было предложено сделать упор на рекламную кампанию предприятия и оборудовать отдельное помещение для цеха по разделке говядины. Выполнены расчеты экономической эффективности, основываясь на затратах после внедрения данных мероприятий.

**Полученные результаты и выводы.** Расчет предложенных вариантов для продвижения продукции на 2019 год, а именно увеличение рекламной активности, выставочная деятельность и оборудование отдельного помещения под разделку говядины, показал, что данные мероприятия экономически обоснованы и могут быть проведены.

Качественная рекламная кампания поможет увеличить и удерживать узнаваемость бренда среди других конкурентов по сравнению с предыдущими годами и больше выделить мясокомбинат на рынке. Выставочная деятельность, как правило, позволяет привлечь новых контрагентов, подписать с ними контракт и начать плодотворное сотрудничество, что является для предприятия одной из главных задач. Оборудование отдельного цеха под разделку говядины поможет пройти предприятию сертификацию AQSISQ, полноценно работать и заниматься экспортом продукции на Восток.

**Практическое применение полученных результатов.** Разработанные мероприятия могут быть применены в работе предприятия ОАО «Брестский мясокомбинат» в части продвижения продукции в 2019-2025 годах на рынках Республики Беларусь и КНР.

## **РЕФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И КИТАЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

*ХУАН ЦЗЭ (МАГИСТРАНТ)*

**Проблематика.** Актуальность исследования обусловлена тем, что в условиях реформирования национальной экономики большое значение приобретают задачи поддержки и развития предприятий, причём особую актуальность имеют вопросы теории и практики организации структур более высокого порядка, способствующих устойчивому экономическому росту.

**Целью** исследования является разработка теоретических, методологических и практических инструментов повышения эффективности реформирования государственных предприятий в Республике Беларусь и Китае.

**Объектом исследования** является государственная политика в Республике Беларусь и Китае по реформированию государственных предприятий.

**Использованные методики.** Метод изолированного влияния факторов. Факторный анализ. Динамика показателей.

**Результат работы.** Научная новизна результатов исследования выражается в том, что впервые с теоретических позиций рассмотрен механизм реформирования государственных предприятий в рыночные структурные формирования.

1. Определено, что положительными сторонами реформирования госсектора в Китае являются:

– проведение реформ без всяких шоков, скоропалительной приватизации, с сохранением властной вертикали и контроля государства над базовыми отраслями экономики и над финансовой системой страны;

– продуктивное использование таких факторов, как территория, население и внутренний рынок, которые являются для Китая важным ориентиром для стратегии национального развития;

– правительство Китая старается по возможности подходить к проведению реформ комплексно, совмещая интересы экономической эффективности производства с социальными интересами.

2. Сделан вывод, что изучение истории китайских реформ может дать Республике Беларусь важные уроки.

**Практическая значимость исследования** заключается в том, что использование его результатов позволит обеспечить решение важных задач эффективного реформирования государственных предприятий в Республике Беларусь и Китае.

## **ГРАВИТАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ТОВАРНЫХ ПОТОКОВ В РАМКАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОЕКТА «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»**

*М. В. ХУДИНСКАЯ (МАГИСТРАНТ)*

**Проблематика.** Необходимость анализа, направленного на поиск наиболее рациональных подходов международной торговли в условиях удаленности торговых партнеров.

**Цель работы.** Данная работа направлена на выявление наиболее выгодных схем торговых потоков между странами, находящимися на линии Шелкового пути.

**Объект исследования.** Страны-участницы экономического проекта «Один пояс – один путь».

**Использованные методики.** Расчет произведен на основе гравитационных моделей торговли.

**Научная новизна.** С помощью расчетов, произведенных на основании данных об экономических размерах стран и их удаленности, выявлены механизмы и ограничения международной торговли, факторы, которые влияют на объемы и маршрутизацию (выбор конкретных схем доставки) торговых потоков.

**Полученные результаты и выводы.** Согласно полученным результатам, экономический проект «Один пояс – один путь» является одним из важнейших задач для Беларуси, на пути к реализации возможностей транзитного потенциала республики, а также получения возможности для наращивания экспорта