

который из-за военного конфликта не сокращает, наоборот, активнее финансирует наукоемкие работы, чем привлекает кадры. Это поможет Беларуси успешнее справиться с санкциями, развить импортозамещающие производства и достичь высокого уровня качества товаров, в том числе наукоемких.

Литература

1. Макроэкономические исследования: ВВП Беларуси [Электронный ресурс] // Институт экономики и права Ивана Кушнера. – Режим доступа: <https://be5.biz/makroekonomika/gdp/by.html#main>. – Дата доступа: 11.11.2024.

2. Уровень расходов на НИОКР в странах мира [Электронный ресурс] // Гуманитарный портал. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/research-and-development-expenditure>. – Дата доступа: 12.11.2024.

3. World Intellectual Property Indicators 2023 [Электронный ресурс] // Официальный сайт ВОИС. – Режим доступа: <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4678>. – Дата доступа: 10.11.2024.

4. Статистика Национального центра интеллектуальной собственности Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Официальный сайт НЦИС. – Режим доступа: <https://ncip.by/izdaniya-i-publikatsii/godovoy-otchet/infografika/>. – Дата доступа: 15.11.2024.

Особенности развития ивент-маркетинга белорусских предприятий мясной промышленности

*Рахта А. А., магистрант I к. БрГТУ,
науч. рук. Зацетина Е. В., канд. эк. наук, доц.*

В условиях глобализации и растущей конкуренции на продовольственном рынке белорусские предприятия мясной промышленности сталкиваются с необходимостью поиска новых методов продвижения своей продукции. Одним из эффективных инструментов в этом направлении является ивент-маркетинг, который позволяет не только повысить узнаваемость бренда, но и установить эмоциональную связь с потребителями.

Ивент-маркетинг является сложной организацией мероприятий, нацеленных на продвижение бренда, продукта компании, товаров или услуги, используя яркие и эмоциональные события [1].

В отличие от традиционных методов маркетинга, ивент-маркетинг акцентирует внимание на взаимодействии с целевой аудиторией, что делает его особенно актуальным для мясной промышленности.

Белорусская мясная промышленность характеризуется высоким уровнем производства и разнообразием продукции. Существующая в стране сырьевая база позволяет производить более 1,3 млн тонн мяса и мясных продуктов в год. По последним статистическим данным, уровень самообеспеченности

мясом и мясными продуктами в республике составляет 133 %. Благодаря этому поддерживается оптимальный уровень продовольственной безопасности государства, созданы благоприятные условия для наращивания экспортного потенциала. Таким образом, у Беларуси достаточно ресурсов для обеспечения потребностей внутреннего рынка мясной продукции в широком ассортименте для удовлетворения спроса всех слоев населения [2].

Тем не менее предприятия сталкиваются с рядом проблем. Рыночные факторы, которые наиболее сильно влияют на отрасль в 2024 г., производители мясной продукции в ходе опроса, проведенного организаторами на VIII Международном форуме «Беларусь мясная», отметили:

- конкурентную среду (67 %);
- сырье (56 %);
- покупательскую способность (22 %);
- нехватку оборотных активов (22 %);
- дефицит кадров и логистику экспорта (по 11 %) [2].

Помимо перечисленных факторов, автор статьи также выделяет следующие проблемы:

- недостаточную узнаваемость брендов;
- сложности в установлении доверительных отношений с потребителями.

Эти факторы подчеркивают важность применения таких современных маркетинговых стратегий, как ивент-маркетинг.

К примеру, компания ОАО «Брестский мясокомбинат» несколько лет применяет необычную для потребителей программу лояльности в формате ивент-маркетинга, которая пользуется высоким спросом: перед каждым значимым праздником в социальной сети Instagram публикуется несколько вариантов открыток, выполненных в сдержанном фирменном стиле, с указанными поздравлениями и современным оформлением. Потребитель, предварительно заполняя анкету, может приобрести или отправить ее на указанный им адрес бесплатно. Данное мероприятие способствует повышению интереса к бренду и увеличивает лояльность потребителей.

Для повышения эффективности event-маркетинга в белорусской мясной промышленности необходимо рассмотреть следующие направления:

- использование онлайн-платформ для проведения виртуальных мероприятий значительно расширит аудиторию и снизит затраты;
- создание совместных мероприятий с другими производителями повысит интерес к продукции и укрепит позиции на рынке;
- проведение семинаров и тренингов для сотрудников предприятий по вопросам организации мероприятий увеличит общую эффективность event-маркетинга;
- регулярное проведение исследований потребительского мнения адаптирует мероприятия под запросы целевой аудитории.

Ивент-маркетинг имеет значительный потенциал для развития в белорусской мясной промышленности. Правильное применение данной стратегии будет способствовать повышению узнаваемости брендов, укреплению лояльности клиентов и увеличению объемов продаж.

Литература

1. Володина, М. Р. Event-маркетинг в сфере организации мероприятий / М. Р. Володина // Молодой ученый. – 2019. – № 5 (243). – С. 103–106.

2. Обзор рынка мясной продукции [Электронный ресурс.] – Режим доступа: <https://ibmedia.by/business/obzor-rynka-myasnoj-produktsii-belarusi/>. – Дата доступа: 14.10.2024.

3. Развитие продукта на основе анализа потребностей клиентов [Электронный ресурс] // Центр развития компетенций в маркетинге. – Режим доступа: <https://marketing.hse.ru/blog/razvitie-produkta-analiz-klientov/?ysclid=m2dnnvbr7g362331310>. – Дата доступа: 17.10.2024.

Республиканский бюджет как составляющее звено финансовой системы Республики Беларусь

*Салата А. А., студ. II к. БГУ,
науч. рук. Нестерова А. А., канд. эк. наук, доц.*

Республиканский бюджет – одна из главных составляющих централизованных финансов и всей финансовой системы Республики Беларусь. Он представляет собой структуру доходов и расходов государства и является его финансовым планом. Республиканский бюджет – ключевая часть консолидированного бюджета, дает возможность влиять на экономику, стимулировать развитие приоритетных секторов и обеспечивать социальную поддержку населения.

В Беларуси основная часть доходов республиканского бюджета формируется за счет налоговых доходов (в 2023 г. – 70,1 %), неналоговых доходов (в 2023 г. – 12,8 %) и безвозмездных поступлений (в 2023 г. – 16,3 %). В структуре налоговых доходов республиканского бюджета основное место занимают: налог на добавленную стоимость (в 2023 г. – 50,8 % от общего числа налоговых доходов), налоговые доходы от внешнеэкономической деятельности (в 2023 г. – 23,9 %), акцизы (в 2023 г. – 14,5 %), налоги на доходы и прибыль (в 2023 г. – 5,1 %). Большая часть неналоговых доходов формируется за счет доходов от использования имущества, находящегося в государственной собственности (в 2023 г. – 57,5 % от общего числа неналоговых доходов). Основная часть безвозмездных поступлений формируется за счет безвозмездных поступлений от иностранных государств (в 2023 г. – 69,6 % от общего числа безвозмездных поступлений) [1].