

1	2	3	4	5	6
3 (2)	Швеция	97,453	7	5	5
30 (31)	Китай	74,796	47	34	28
38 (38)	Казахстан	65,504	35	39	40
40 (42)	Россия	65,207	24	43	51

С точки зрения обеспечения экономической безопасности, для Казахстана становится принципиально важным идти в ногу с развитыми странами и ускорить внедрение цифровых технологий. Этот эффект незначителен на горизонте реализации Программы, но в долгосрочной перспективе позволит существенно сократить разрыв в социально-экономическом развитии с топ-30 развитыми странами мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кульков В.М. Цифровая экономика: надежды и иллюзии // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУим. М.В. Ломоносова. 2017. № 5. С. 145–156.
2. Дунъян Чжан. Современное состояние цифровой экономики в Китае и перспективы сотрудничества между Китаем и Россией в области цифровой экономики // Власть. 2017. № 9. С. 37–43.
3. Future Readiness and Productivity relationship in the IDM World DigitalCompetitiveness Ranking. Switzerland. www.imd.org

УДК 658.81

В.С.Чекан, магистрант (БГТУ, г.Минск)

ПРОДВИЖЕНИЕ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Белорусский рынок молочной продукции постоянно растет, конкуренция на нем усиливается. Это обусловлено как постепенным ростом благосостояния большей части населения страны, так и постоянным наращиванием объемов производства. Поэтому перед белорусскими производителями молочной продукции встает актуальная задача создания эффективной маркетинговой стратегии, направленной на разработку и продвижение молочной продукции на рынок.

Молочка -один из главных экспортных товаров Беларуси и входят в десятку товаров, по которым Беларусь имеет достаточно высокую позицию в мировом производстве - 1,1%

Молочная продукция пользуется постоянным спросом у боль-

шей части населения нашей страны. Активными потребителями такой продукции являются дети и люди пожилого возраста. Молоко-это один из ценных пищевых продуктов, содержащий основные питательные вещества.

Для эффективного продвижения продукции можно предложить изменение упаковки; проведение промо-акций; дегустаций и снижение цены.

Использование вышеперечисленных предложений даст большую возможность покупателям узнать о продукции, повысить к ней интерес, выявить чувство предпочтения, а затем и чувство необходимости покупки и следовательно, обеспечить эффективность продвижения своей продукции на рынок. По мере роста доходов населения становятся все более популярными инновационные молочные продукты и продукты с коротким сроком хранения. Будущее предприятий молочной промышленности в регионах за разработкой и реализацией маркетинговых действий, направленных на создание и продвижение собственной продукции и бренда в рамках определенного региона.

УДК 331.52

А.М. Черная, доц., канд. экон. наук; Т.В. Лисицына, ст. преп.
(Восточноукраинский национальный университет
имени Владимира Даля, г. Северодонецк, Украина)

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В УКРАИНЕ И ПУТИ СНИЖЕНИЯ ЕЕ УРОВНЯ

Перемены, которые произошли за последнее время в экономике Украины, привели к существенным негативным изменениям на рынке труда, в частности, к значительному увеличению уровня безработицы населения. Актуальность исследования проблемы безработицы подтверждают многочисленные публикации ведущих зарубежных и отечественных экономистов. Однако ряд вопросов, связанных с безработицей, особенно в методологическом плане, остаются недостаточно исследованными.

Безработица – один из главных социальных рисков, которому подвержен человек в современном обществе. По данным доклада Международной организацией труда (МОТ) «Перспективы занятости и социальной защиты в мире: тенденции 2018», в прошлом году ожидалось снижение уровня глобальной безработицы – с 5,6 до 5,5%, а затем ее стабилизация в 2019 году. По прогнозам, число безработных в мире в 2018 году будет составлять 192,3 млн. человек, к которым в