

проблемами китайскому сельскому хозяйству. Ясно одно — все эти проблемы реальны и их необходимо будет решать.

*М.А. Шехова*

**Витебский филиал учреждения образования “Институт современных знаний”**

## **МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ**

Различия в уровне социально-экономического развития регионов обосновываются главным образом их конкурентоспособностью, т. е. возможностью и способностью к созданию региональных доходов (на основе собственных ресурсов) или привлечению капитала извне. В этом отношении каждый регион имеет определенные выгодные и невыгодные качества. Политика, проводимая отдельными регионами, должна быть направлена на нивелирование одних и усиление других. Конкурентоспособность регионов все чаще отмечается как ключевой показатель успеха или поражения региональной политики.

Города и регионы, выигрывая конкуренцию за капитал, вложенный в наиболее инновационные начинания, увеличивают свою хозяйственную динамику, воздействуя положительно на развитие национальной экономики. Однако конкуренцию в мировом масштабе могут выиграть только некоторые территориальные системы. Как правило, возрастает роль самых сильных звеньев пространственной системы — метрополий. И только некоторые крупные города и районы в состоянии конкурировать с ними.

В рамках одного и того же государства преимущество в конкурентной борьбе получают прежде всего столичные города. В первой половине 90-х гг. практически во всех европейских странах с переходной экономикой отмечается усиление социально-экономических различий между столичными городами, другими основными центрами с развитой отраслевой структурой экономики и остальными частями каждой из стран. В столичных городах безработица в целом ниже среднего национального уровня, а темпы приватизации государственных предприятий, создание новых фирм, уровень доходов на душу населения и объемы привлечения иностранных инвестиций значительно выше [1, с. 8].

Сегодня территория Беларуси характеризуется формированием, с одной стороны, высокоурбанизированных ареалов во главе с крупными и большими городами. На другом полюсе — обширные пространства сельской местности, где урбанизация представлена в основном широкой сетью небольших городов. О Беларуси можно сказать, что это страна небольших городов. В настоящее время из 212 небольших городских поселений 171 (или 81 %) составляют малые городские населенные места с численностью проживающих менее 20 тыс. чел. [2, с. 119].

Для малых городов республики характерен низкий уровень экономического и социального развития, в них мало мест приложения труда, не развита сфера общественного обслуживания и досуга, что снижает престижность и привлекательность проживания в них. На фоне происходящих в Беларуси социально-экономических преобразований проблемы малых городских поселений, накопившиеся годами, усугубляются деформациями последних лет. Они касаются всех аспектов городского развития: экономики, демографии, экологии, инфраструктуры, использования территорий и др. При этом многие из них имеют высокий потенциал для развития благодаря сохранившемуся историко-культурному наследию, удобству размещения, благоприятным климатическим и экологическим условиям.

Таким образом, большинство районов Республики Беларусь в настоящее время не имеют возможностей привлечения глобальных фирм. Поэтому их развитие возможно только при условии эффективного использования собственных ресурсов или эндогенных факторов: малых предпринимательских структур, основанных на местных ресурсах и традиционных промыслах; небольших предприятий по переработке сельскохозяйственного сырья; туристско-рекреационной деятельности; сферы услуг и др.

Как показал корреляционный анализ обобщенного индекса развития малого предпринимательства и ряда показателей социально-экономического развития районов и городов Витебской области за 1998 г. и 1990 г. (начало создания малых предприятий), малое предпринимательство в Беларуси развивается более активно в районах и городах, имеющих благополучную социальную обстановку: низкие коэффициенты смертности и уровень миграции, высокий розничный товарооборот, большой объем платных услуг на душу населения, достаточно высокую среднюю заработную плату рабочих и служащих. Промышленно развитые территории, имеющие высокий уровень образования населения, имеют, как правило, также более высокий уровень предпринимательской активности [3, с. 9].

Таким образом, для повышения конкурентоспособности регионов Республики Беларусь на современном этапе актуальна разработка и осуществление на региональном и локальном уровнях специальной программы развития малого предпринимательства, без которой само по себе оно не будет развиваться. Особенно это касается проблемных в отношении социально-экономического развития территорий, не имеющих крупных промышленных предприятий и достаточно высокого уровня образования населения.

#### Литература

1. *Фатеев В.С.* Вопросы совершенствования государственной региональной политики Беларуси (Доклад, подготовленный к междунар. науч. практ. конф. “Региональная экономическая политика”, 27—28 мая 1999 г., Гродно, Беларусь). Мн.: Право и экономика, 1999.

2. *Семенкевич Д.И., Клевко Э.Н.* Проблемы и перспективы развития малых городов Республики Беларусь // Белорус. экон. журн. 1999. № 2.

3. *Шехова М.А.* Малое предпринимательство в Республике Беларусь: Региональный аспект // Предпринимательство в Белоруссии. 2000. № 25.

*А.Н. Шилович*  
БГЭУ (Минск)

### **БРЭНДИНГ — ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ИЛИ ОБЪЕКТИВНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ**

Для ответа на поставленный вопрос предлагается рассмотреть процесс эволюции экономики с точки зрения развития производства и становления рынка в их тесной диалектической взаимосвязи и влиянии производителя и потребителя как основных субъектов экономических отношений на этот процесс.

Рассматривая взаимоотношения производителя и потребителя как ключевой аспект для классификации, в истории экономики можно четко выделить два основных периода — “рынок продавца” и “рынок покупателя”, где определяющим моментом является главенствующая роль одной из сторон.

Каждый из периодов делится на более мелкие этапы, которым присущи свои специфические отношения:

“натуральное хозяйство” — исторический этап, характеризующийся минимальным производством, которое обеспечивает лишь потребности “подворья” (производитель является же и потребителем всей произведенной продукции), в связи с чем потребитель как самостоятельный субъект отношений отсутствует;

“наивное производство” — следующий этап, характеризующийся совершенствованием производства, что приводит к появлению излишков продукции, которая предлагается к обмену. Здесь следует отметить, что обмен носит весьма хаотичный характер, рыночные отношения еще не сформированы, роль субъектов отношений не значительна;

“наивная торговля” — дальнейшее совершенствование производства определяет следующий этап развития — обмен, торговля, рынок становятся объективной и неизбежной необходимостью, поскольку произведенный хозяйствующим субъектом (“подворьем”) объем некоторой продукции не может быть полностью потреблен, в связи с чем субъект хозяйствования становится перед выбором — либо продукция будет потеряна, либо она будет реализована в обмен на иной продукт. Таким образом, совершенствование производства и активные действия производителей в направлении интенсификации обмена приводят к формированию и становлению рыночных отношений.

На этапе исторического развития производитель занимает доминирующее положение на рынке, он определяет, что будет произведено и представлено на рынок, а покупателю остается лишь выбрать из предложенного. Однако становление рынка, обусловленное развитием производства, повышает роль покупателя, что приводит к потере производителями своих позиций;

“общий рынок” — характеризуется специализацией производства и формированием рыночной инфраструктуры, поскольку общество приходит к осознанию эффективности обменных операций, а следовательно, и к необходимости развития производства в том направлении, в котором имеются преимущества — специализация. Отличительной особенностью данного периода является то, что ассортиментный ряд выпускаемых товаров недостаточно широк, следовательно, рыночная инфраструктура не требует широкого развития, места обмена являются универсальными;