

## **ДИАГНОСТИКА РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**В.В. ЛЕБЕДЕВА**

**НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – Т.В. БУХОВЕЦ, КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ**

В работе произведена оценка регионального развития малого и среднего предпринимательства и выявлены проблемы и перспективы развития предпринимательства в регионах Республики Беларусь

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство (МСП), субъекты инфраструктуры поддержки МСП, центр поддержки предпринимательства, инкубатор малого предпринимательства

Предпринимательство играет важную роль в социально-экономическом развитии страны, способствуя формированию конкурентной среды, росту производства потребительских товаров, расширению сферы услуг, созданию новых рабочих мест и в целом повышению уровня жизни. Малые и средние предприятия способны в больших масштабах обеспечивать работой незанятые трудовые ресурсы. Важность малых предприятий еще и в том, что, ведя ожесточенную конкурентную борьбу за выживание, они вынуждены постоянно развиваться и адаптироваться к текущим условиям рынка, ведь чтобы существовать, надо получать средства к существованию, а значит, быть лучше других, чтобы прибыль доставалась именно им.

Развитие малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь характеризуется неравномерностью распределения по регионам, а именно достаточно высокой степенью концентрации в столице и крупных городах. За пределами столицы и областных центров развитие малого и среднего бизнеса характеризуется относительной равномерностью и значительным отставанием от городов-лидеров. Основная причина такого положения дел заключается в том, что преимущественно в столице и крупных городах сосредоточены субъекты инфраструктуры поддержки МСП и наблюдается более высокий уровень доходов и более высокий покупательский спрос.

Формирование динамично развивающегося, конкурентоспособного сектора МСП, обеспечивающего эффективную занятость и рост доходов населения, невозможно без понимания особенностей развития МСП в каждой области, специфических черт и проблем, присущим отдельным регионам.

Проведенный сравнительный анализ развития МСП в областях Республики Беларусь показал, что лидером со значительным отрывом стала Минская область, аутсайдерами стали Гродненская и Витебская области. Многомерный сравнительный анализ позволил выделить шесть групп районов Минской области по уровню развитию МСП, сравнить ситуацию в области в 2010 г. и 2016 г. Лидирующую позицию занял Минский район. Крупский и Любанский районы замыкают рейтинги, в 2016 г. к ним присоединился г. Жодино.

Перспективы развития малого и среднего бизнеса во многом зависят от благосклонности государства. Большинство проблем и проявлений рыночной неэффективности вполне устранимы при условии активной поддержки, включающей инфраструктурную, финансовую, информационную, имущественную поддержку со стороны государства. Конструктивное сотрудничество и поддержание тесных связей МСП и государства необходимы для достижения всех потенциальных возможностей развития сферы предпринимательства в Республике Беларусь.

### **Литература**

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь. Статистический сборник / Национальный статистический комитет. – Мн.: Национальный статистический комитет, 2017. – 197 с.
2. Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17.10.2018 г. № 743 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 20.10.2018, № 5/45706.

## **МАРКЕТИНГ В ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**А.В. ЛОБАЧ**

**НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – К.В. ЯКУШЕНКО, КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ**

Сегодня процесс глобализации затронул все сферы человеческой жизни, включая маркетинг. Актуальность данной работы заключается в том, что для успешной работы компании необходимо учитывать множество факторов, в том числе: политические, экономические, социально-демографические, психологические и технологические и другие. В статье рассматриваются основные факторы, способствовавшие распространению и усилению интеграционных процессов в мировой экономике, специфика маркетинга в условиях глобализации.

Ключевые слова: маркетинг, глобализация, внешнеэкономическая деятельность