

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международных экономических отношений

Аннотация дипломной работы

**Повышение эффективности внешнеторговой деятельности компаний
малого бизнеса в Республике Беларусь**

Протас Виктория Евгеньевна

Научный руководитель – старший преподаватель Е. А. Богатырева

Минск, 2023

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 74 с., 12 рис., 13 табл., 51 источник, 0 прил.

Ключевые слова: ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАЛЫЙ БИЗНЕС, МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ, ВНЕШНИЙ РЫНОК.

Объект исследования: внешнеторговая деятельность МСП.

Цель исследования: оценка и повышение эффективности внешнеторговой деятельности МСП.

Методы исследования: анализ научной литературы; анализ и сравнение внешнеторговой деятельности МСП в ЕС и Республике Беларусь; оценка эффективности деятельности малого бизнеса и синтез полученных данных.

Полученные результаты и их новизна: в работе определяли сущность и роль малого бизнеса; методику определения эффективности для дальнейшего анализа в практической главе; влияние на экономику и особенности развития малых и средних предприятий в ЕС и Беларуси.

В результате проведенных исследований и анализа были определены ключевые тренды развития деятельности МСП, в работе также представлены факторы, которые сдерживают рост МСП. Барьеры выявлены как на глобальном, так и на национальном уровне. В работе представлены факторы, которые могут способствовать качественному и количественному развитию МСП в Беларуси.

Область возможного практического применения: оценка проблематики развития компаний малого бизнеса в Беларуси и проведенный анализ рынка позволили грамотно разработать план выхода белорусского предприятия на зарубежные рынки (план развития представлен на примере ЧУП «Топинвест». Представленный план может быть использован в качестве стратегии развития.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

(подпись студента)

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 74 с., 12 мал., 13 табл., 51 крыніца, 0 прыкл.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, СТРАТЭГІЧНЫ АНАЛІЗ, АНАЛІЗ УНУТРАННЯГА АСЯРОДДЗЯ, АНАЛІЗ ЗНЕШНЯГА АСЯРОДДЗЯ, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГА ПАСЛУГ.

Аб'ект даследавання: знешнегандлёвая дзейнасць МСП.

Мэта даследавання: ацэнка і павышэнне эфектыўнасці знешнегандлёвай дзейнасці МСП.

Метады даследавання: аналіз навуковай літаратуры; аналіз і параўнанне знешнегандлёвай дзейнасці МСП ў ЕС і Рэспубліцы Беларусь; ацэнка эфектыўнасці дзейнасці малога бізнесу і сінтэз атрыманых дадзеных.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: у працы вызначалі сутнасць і ролю малога бізнесу; метадыка вызначэння эфектыўнасці для далейшага аналізу ў практычнай чале; уплыў на эканоміку і асаблівасці развіцця малых і сярэдніх прадпрыемстваў у ЕС і Беларусі.

У выніку праведзеных даследаванняў і аналізу былі вызначаны ключавыя трэнды развіцця дзейнасці МСП, у працы таксама прадстаўлены фактары, якія стрымліваюць рост МСП. Бар'еры выяўлены як на глабальным, так і на нацыянальным узроўні. У працы прадстаўлены фактары, якія могуць паспрыяць якаснаму і колькаснаму развіццю МСП у Беларусі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: ацэнка праблематыкі развіцця кампаній малога бізнесу ў Беларусі і праведзены аналіз рынку дазволілі пісьменна распрацаваць план выхаду беларускага прадпрыемства на замежныя рынкі (план развіцця прадстаўлены на прыкладзе ПУП «Тапінвест»). Прадстаўлены план можа быць выкарыстаны ў якасці стратэгіі развіцця.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

(подпіс студэнта)

ANNOTATION

Degree paper: 74 p., 12 ill., 13 tab., 51 sources, 0 app.

Key words: MARKETING STRATEGY, STRATEGIC ANALYSIS, INTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION, EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION, COMPLEX MARKETING SERVICES.

Object of research: foreign trade activities of SMEs.

Purpose of research: assessment and improvement of efficiency of foreign trade activities of SMEs.

Research methods: analysis of scientific literature; analysis and comparison of foreign trade activities of SMEs in the EU and the Republic of Belarus; evaluation of the effectiveness of small business and the synthesis of the data obtained.

Obtained results and their novelty: the research and analysis defined the essence and role of small business; the methodology for determining the effectiveness for further analysis in the practical chapter; the impact on the economy and features of the development of small and medium-sized enterprises in the EU and Belarus.

As a result of the research and analysis, key trends in the development of SME activity were identified, the paper also presents the factors that constrain the growth of SMEs. The barriers are identified both at the global and national levels. The paper presents the factors that can contribute to the qualitative and quantitative development of SMEs in Belarus.

Area of possible practical application: Assessment of the problems of small business companies in Belarus and the market analysis allowed us to competently develop a plan for the Belarusian-Russian enterprise to enter foreign markets (the development plan is presented on the example of PUE "Topinvest". The presented plan can be used as a development strategy.

The author of the work confirms that computational and analytical material presented in it correctly and objectively reproduces the picture of investigated process, and all the theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are given references to their authors.

(student signature)