

Исследованы особенности экономического и социального развития африканских стран с позиций возможности организации маркетинговой деятельности. Показано, что развитие местного предпринимательства и формирование национального частного сектора экономики носит сложный и противоречивый характер. Обоснована большая социально-значимая роль малого бизнеса в развитии экономики африканских стран.

