

зультатов конкурсов, мониторинга цен, выявления нарушений и т.д. Кроме того, необходимо создать и действенную инфраструктуру по совершению сделок и заключению контрактов в электронной форме. Это приведет к созданию единого информационного пространства по государственным закупкам; не только внутри страны, но и в международном масштабе. Для этого государство должно позаботиться о создании необходимой правовой базы, не противоречащей зарубежной практике.

*А.А. Праневич, канд. экон. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

## **МАЛОЕ, СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И СТАРЫЕ ПРОБЛЕМЫ**

Малое и среднее предпринимательство признано важной частью мировой экономики и ее хозяйственной структуры, повышающей гибкость, адаптивность, укрепляющей стабильность за счет создания новых рабочих мест. Современный малый бизнес выступает своего рода антиподом ориентации на стандартизированное крупномасштабное производство, которое безусловно сыграло свою роль в 50—70-х гг. XX в., создав в развитых государствах основу их благосостояния.

Решающую роль в переоценке малого предпринимательства сыграли сдвиги в социально-экономической структуре развитых стран, смена хозяйственной ориентации в потребительских настроениях, мотивация труда. Начал формироваться дифференцированный «точечный» спрос. Индивидуализация потребления изменила принципы сервисного обслуживания, обусловила появление гибких небольших подразделений, способных быстро откликаться на запросы потребителей. Таким образом, сформировались новые потребности. Характерен термин, связанный со штучным производством «массовая индивидуализация», т.е. комбинация высокого технического уровня и маркетинга, учитывающего (и опережающего) спрос небольших групп населения.

Частичная модернизация, позволившая встроить малые предприятия в мировые хозяйственные структуры, а главное, в быстро меняющийся потребительский спрос, породила новый принцип производства и продаж, названный кастомизацией. Его смысл — ориентация производителя на всемерное удовлетворение покупательских запросов. Малые хозяйственные формы становятся если не вполне равноправными, то признаваемыми полезными партнерами в связке «крупное-мелкое». Не остались в стороне от этого процесса и предприятия Республики Беларусь. В целом по стране обеспечивается рост реализации продукции отечественного производства субъектам малого предпринимательства. За 11 месяцев 2009 г. оптовыми организациями республики заключено с предпринимателями более 14 тыс. договоров, что больше на 15,4 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Малый бизнес при освоении зарубежных рынков может действовать двояко — либо самостоятельно прочерчивать собственную траекторию хозяйственных отношений с зарубежной клиентурой, либо выступать во взаимодействии с крупным бизнесом, используя его платформу и позиции на этих рынках. При этом явными преимуществами малого бизнеса выступают: узкоспециализированность и маневренность предприятий; готовность удовлетворять требованиям отдельных ниш; способность быстро изменять свою специализацию; высокая эластичность в отношении меняющейся конъюнктуры; возможности быстро реагировать на спрос и перестраивать в соответствии с ним всю хозяйственную структуру. По прежнему слабым местом малых предприятий остается получение заемных средств, так как на практике признание важной роли этого типа предпринимательства в становлении здоровой экономики не всегда сопровождается активной поддержкой со стороны местных банков.

Кризисные проявления в национальной экономике показали, что возможности малого бизнеса используются не в полном объеме. Так, удельный вес экспортных операций малого бизнеса в объеме экспорта товаров по республике в целом по итогам 2008 г. составил 7,9 %, в импортных поставках доля малых предприятий — 24 % от общереспубликанского импорта. Достижение в национальной экономике «критической массы» малого, среднего предпринимательства может стать одним из факторов самоподдерживающегося роста. Такое направление чрезвычайно важно для экономики Республики Беларусь.

*Н.А. Подобед, ассистент  
БГЭУ (Минск)*

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРИДОРОЖНОГО СЕРВИСА КАК СИСТЕМЫ**

Концептуальные основы формирования и развития придорожного сервиса как системы по своей сути являются системой взглядов на развитие объектов придорожного сервиса путем оптимизации набора придорожных услуг, совершенствования управления объектами и рационализации размещения. Концептуальные основы развития придорожного сервиса состоят из следующих основных блоков.

Комбинированный подход к формированию придорожного сервиса. Это процесс создания и размещения объектов придорожного сервиса с определенными параметрами и набором услуг в зависимости от ряда факторов, а также создания рациональной территориально-организационной структуры, которая позволяет наиболее качественно принимать управленческие решения, влиять на поведение всей системы в целом и повышать качество выходного продукта. Чем большее количество факторов будет учтено в ходе анализа, тем точнее будет рекоменда-