

Список литературы:

- 1.Акмаева Р.И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент. М.: Финансы и статистика, 2006. - 200 с.
- 2.Лабиринты стратегии. 8К / Александр Паньков, Дмитрий Хохлов. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 144 с.
3. Томпсон-мл.А.А., Стрикленд III А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. М.: Вильямс, 2006.
4. Якушева В. В. Разработка стратегии развития организации // Молодой ученый. — 2017. — №51. — 201-204 с.

ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ ГЕРМАНИИDOI: [10.31618/ESU.2413-9335.2020.4.70.549](https://doi.org/10.31618/ESU.2413-9335.2020.4.70.549)

Научный руководитель:

к.э.н., доцент кафедры Мировой экономики

Дипломатической академии МИД России

Батова Анна-Елена Вячеславовна

магистрант 1 курса факультета Мировой экономики

Дипломатической академии МИД России

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена оценке значения малого и среднего бизнеса в экономике Германии. Несмотря на устоявшееся мнение о том, что ключевыми драйверами развития немецкой экономики являются машиностроение, химическая и metallургическая промышленность, ее фундаментом и опорой служат предприятия малого и среднего бизнеса. Используя аналитические материалы, статистические данные и публикации в электронных источниках, автор рассматривает актуальные вызовы, стоящие перед средним классом, который считается важным элементом успеха немецкой экономики, поскольку в нем объединяются малые и средние предприятия, которые в большинстве своем сочетают высокую инновационность с перспективой форсирования позиций на международном рынке и большой социальной ответственностью.

ABSTRACT

The article is devoted to the analysis of the importance of small and medium-sized enterprises in economy of Germany. Despite the well-established opinion that the key drivers in the development of the German economy are mechanical engineering, chemical and metallurgical industries, in fact, the foundation and core are small and medium-sized businesses. Using analytical materials, statistical data and publications in electronic sources the author examines the current challenges facing the "Middle class" (or "Mittelstand"), which is considered to be an important element of the success of the German economy and amalgamate small and medium-sized enterprises which mostly combine high innovation with the prospect of strengthen of the position in the international market and great social responsibility.

Ключевые слова: экономика, Германия, малый и средний бизнес, средний класс, МСП, Индустрия 4.0, НИОКР, инновация, цифровизация.

Keywords: economy, Germany, small and medium-sized business, Middle class, SMEs, Industry 4.0, R&D, innovation, digitalization.

Как правило, малый и средний бизнес в Германии принято объединять в одно понятие и называть «средним сословием» или «средним классом» (от нем. Mittelstand). К среднему классу в Германии относятся не только МСП, но и крупные

по количеству сотрудников и обороту компаний, если они находятся в частном владении и управляются собственниками или представляют собой семейный бизнес (Таблица 1).

Таблица 1

Структурные данные среднего класса Германии, в %

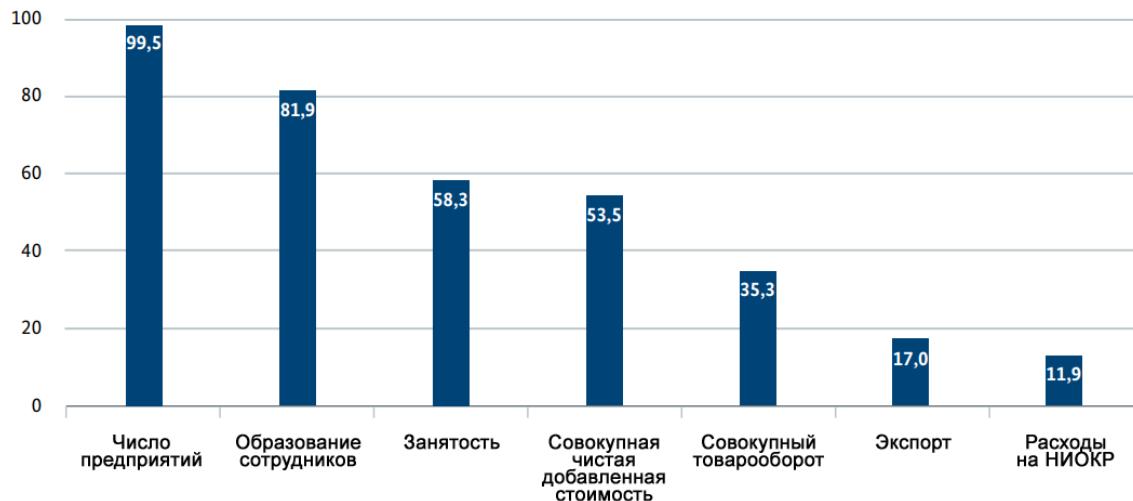
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Число рабочих мест в эквиваленте полной занятости							
менее 5	83	82	82	82	81	81	81
от 5 до 9	9	9	9	9	9	9	9
от 10 до 49	7	7	7	7	7	8	7
50 и более	2	2	2	2	2	2	2
Отрасли							
НИОКР-активная обрабатывающая промышленность	1	2	2	2	1	1	1
остальная обрабатывающая промышленность	6	6	5	5	6	5	5
строительство	9	10	10	10	10	10	10
наукоемкие услуги	34	36	36	38	38	38	40

остальные услуги	41	39	39	37	38	37	36
прочие отрасли	5	5	6	6	6	6	6
нет данных	3	2	2	3	2	3	3
Организационно-правовая форма							
ИП	53	51	48	50	48	50	47
товарищество	6	6	7	7	7	7	7
общества ограниченной ответственности и коммандитные товарищества	7	7	6	6	6	6	6
акционерное общество	31	32	35	35	36	35	37
прочие	1	1	1	1	1	1	2
нет данных	1	2	2	1	1	1	1

Источник: составлено и переведено автором по данным KfW-Mittelstandspanel, 2019.

В последнем 2017 финансовом году 99,5 % предприятий в Германии были представлены микро-, малыми и средними предприятиями. Это в общей сложности около 3,6 миллионов компаний в Германии (Рисунок 1).

Доля МСП в Германии (Данные в процентах)



Источник: IfM Bonn, данные за 2016 - 2017 гг.

Рисунок 1. Показатели доли МСП Германии 2016-2017 гг., в %.
Источник: IfM Bonn.

- Доля в числе предприятий: В 2017 году среди МСП насчитывалось около 3,47 млн предприятий, что составляло 99,5 % всех предприятий с оборотом от поставок и услуг и/или с официально трудоустроеными в Германии [1];

- Доля в образовании сотрудников: В 2017 году компании с численностью персонала менее 500 человек предоставили из общего числа (1,52 млн) около 1,25 млн мест (81,9 %), не требующих специальной подготовки и осваиваемых в ходе производственного обучения [1];

- Доля занятых: В 2017 году в немецких МСП было около 17,49 млн официально трудоустроенных работников, что составляло 57,9 % всех официально занятых в Германии [1];

- Доля в совокупной чистой добавленной стоимости: в 2017 году МСП внесли около 57,8 % общей чистой добавленной стоимости всех предприятий [1];

- Доля в совокупном товарообороте: В 2017 году МСП заработали около 2,33 трлн евро – 35,0 % от совокупного объема продаж в Германии [1];

- Доля в совокупном экспорте страны: экспортный оборот МСП в Германии в 2017 году составил около 213,9 млрд евро, что составило 16,4 % от экспортного оборота всех предприятий [1];

- Доля в расходах на НИОКР: расходы компаний с менее чем 500 сотрудниками в 2017 году составили 10,2 млрд. евро или 11,6 % от общих расходов на НИОКР в экономическом секторе [1].

В 2018 году сектор МСП может похвастаться в целом успешными финансовыми результатами. Как показывает индекс деловой активности конъюнктуры малых и средних предприятий KfW-Ifo (Рисунок 2, левая часть), ситуация вокруг малых и средних предприятий в 2018 году характеризовалась взлетами и падениями. После тенденции к снижению в первой половине 2018 года деловой климат малых и средних предприятий

восстановился в третьем квартале. Однако с октября 2018 года климат снова ухудшился, и в декабре 2018 года он упал на 3,4 процентных пункта до годового минимума – но все еще оставался на высоком уровне – 11,3 пункта сальдо.

Решающим для развития в 2018 году стал колеблющийся между 2,1 и 8,9 процентными пунктами деловой прогноз (Рисунок 2, правая часть) на следующие 6 месяцев, а в декабре 2018

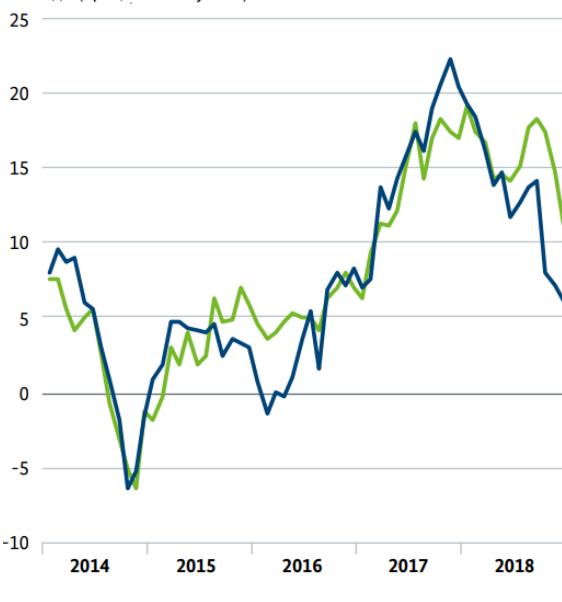
года прогноз снизился на 4,4 пункта с 3,0 до -1,4 пункта. Неопределенность, связанная с событиями в США и Китае, а также с Brexit, сыграла здесь свою роль в прогнозе первой половины 2019 года.

В течение года МСП были удовлетворены деловой ситуацией. В конце года индикатор позиции продолжал указывать на высокие значения, которые выросли полтора года назад (25,1 процентных пункта) [2].

Индекс деловой активности МСП 12/2018

Индекс деловой активности KfW-ifo

Сальдо (процентные пункты)



Источник: KfW, ifo

Составляющие индекса KfW-ifo

Сальдо (процентные пункты)

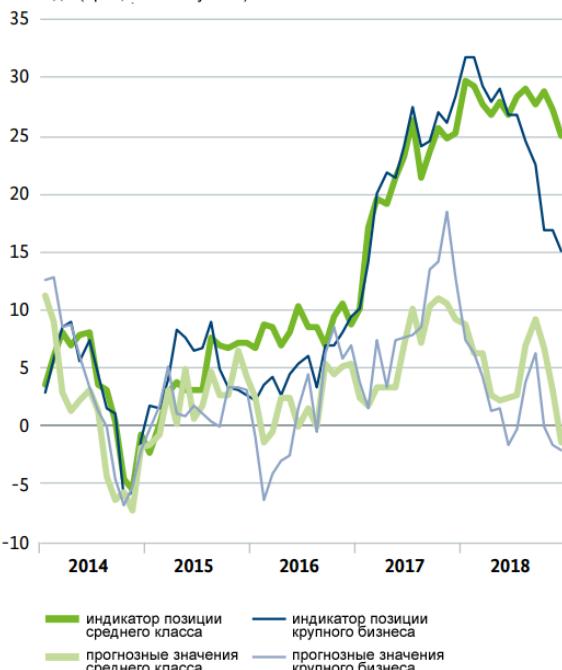


Рисунок 2. Индекс деловой активности МСП Германии и его компоненты на декабрь 2018 г.

Источник: KfW-ifo.

Сила экономической модели Германии основана на разнообразии малых, средних и крупных компаний. МСП рассредоточены в различных областях, часто тесно взаимосвязанных и локализованных по всей стране, являются сильным партнером для крупных компаний на всей цепочке создания стоимости и являются движущей силой инноваций и технологий [3].

1. Автор также хотел бы отметить, что Германия видит основу своего экономического успеха в сильных компаниях, инновационных и уникальных решениях ученых и исследователей, т.е. в развитии и поддержке МСП делают упор на

инновационные технологии.

Доля МСП в Германии, которые внедрили инновации в продукцию или в процесс производства (так называемая доля новаторов), снижалась в промежутке с 1999 по 2014 гг. (Рисунок 3). В 1999 году 56 % малых и средних предприятий (с числом сотрудников от 5 до 499) были среди новаторов. С этого пика их доля упала до 37 % в 2014 году. Лишь в отдельные годы в течение этого периода (в 2006, 2008, 2010 гг.) можно было наблюдать незначительное повышение доли новаторов.

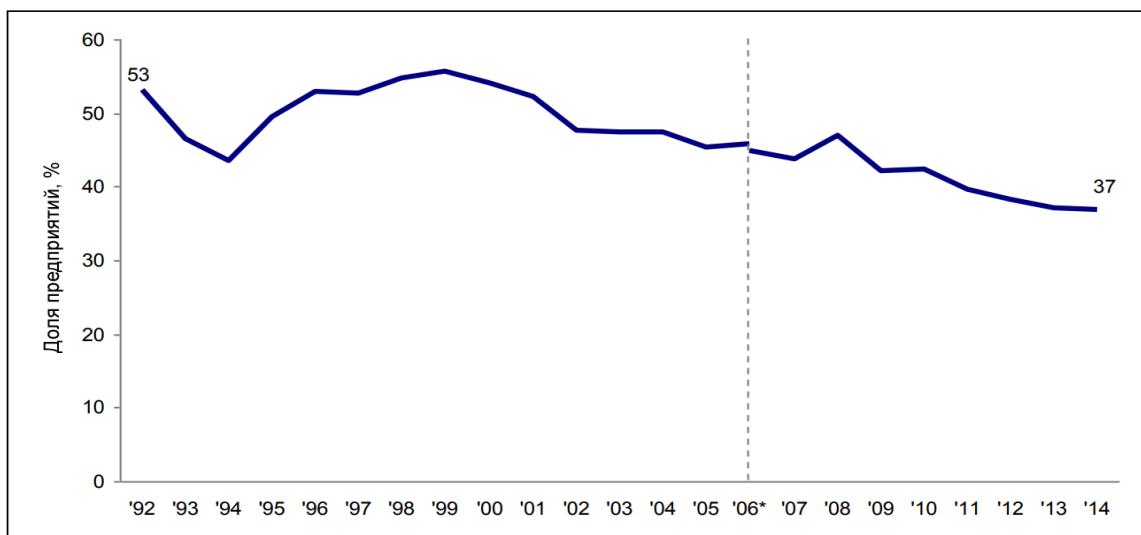


Рисунок 3. Уровень инноваций МСП в Германии 1992-2014 гг.

Источник: ZEW: *Mannheimer Innovationspanel*.

Расчеты Центра исследований экономики Европы.

Разрыв 2006 года во временных рядах связан с реорганизацией Системы

*Примечание. классификации отраслей экономики и ее преобразованием в Реестр предприятий Германии.

Доля новаторов важна в определении общего уровня инновационной составляющей в МСП. Для этого все МСП Германия разделяет на 7 условных групп [4]:

1. Высокотехнологичные стартапы, которые в большей или меньшей степени являются «потомками» исследовательских компаний. Они включают все МСП, которым менее 10 лет и интенсивность НИОКР которых составляет 10 % и более. В среднем в 2008-2014 годах они составляли лишь 4 % исследовательских МСП и менее 1 % всех МСП в Германии.

2. «Пожилые» МСП с постоянными расходами на НИОКР. Они представляют более половины всех исследовательских и более 10 % всех малых и средних предприятий в Германии.

3. «Пожилые» МСП с переменными расходами на НИОКР. Это около 9 % от всех МСП.

4. Компании с рыночными новинками (т.е. ноу-хай), которые не проводят собственных исследований. Они представляют почти 4 % всех МСП с тенденцией к снижению.

5. Компании, производящие инновационные продукты или использующие инновационные методы производства без самостоятельных исследований и производства рыночных новинок – т.е. инновационные МСП, которые в основном ориентированы на индивидуальный подход или перенимают инновационные идеи и технологические решения других. Это порядка 30 % всех МСП.

6. МСП, занятые в области «нетехнических» инноваций (в области организационных инноваций и маркетинга). Доля МСП, занимающихся инновациями только в этой области, составляет около 15 %.

7. Компании без инноваций и НИОКР. В среднем они составляют около 31 % всех малых и

средних предприятий в Германии. Их число значительно увеличилось, особенно в период с 2010 по 2012 год.

Причины снижения доли инноваций, внедряемых МСП, были достаточно обширны, но среди мер по улучшению ситуации нельзя не упомянуть проект «Индустратия 4.0».

Данное понятие подразумевает концепцию политического видения, используемую в основном в Германии, и базируется на концепции индустриализации.

Индустратия 4.0 представляет собой реализацию цифровизации и интеграции растущего числа процессов на горизонтальном и вертикальном уровнях с минимальным влиянием человека, начиная от разработки продуктов и закупок и заканчивая производством, логистикой и обслуживанием.

Иными словами, Индустратия 4.0 – это четвертая промышленная революция.

На этом фоне проблема для малых и средних предприятий Германии будет состоять в том, чтобы открыть себя для этой новой формы инновационной модели бизнеса в эпоху цифровых технологий.

Чтобы средние компании могли продолжать играть ключевую роль в немецкой экономической модели, Федеральное министерство экономики и энергетики Германии (BMWi) ставит их в центр своей экономической политики. Современная политика министерства в области МСП улучшает базовые условия для предпринимательства, способствует созданию благоприятного делового и предпринимательского климата и стимулирует долгосрочную успешную предпринимательскую деятельность. Эти меры и направления можно представить в виде 10 векторов политики [3]:

1. Содействие предпринимательству.

2. Обеспечение корпоративного финансирования, укрепление стартапов и финансирование роста.
3. Обеспечение потребности в квалифицированном труде, интеграция беженцев в обучение и работу.
4. Оптимизация регулирования и снижение бюрократии.
5. Формирование и использование преимуществ цифровизации.
6. Усиление инноваций.
7. Использование возможностей глобализации.
8. Содействие в формировании европейской политики МСП.
9. Укрепление МСП в структурно слабых регионах.
10. Поддержка новых направлений бизнеса в контексте энергетического перехода.

Отдельно стоит выделить активное продвижение проекта «Индустря 4.0» и поддержку предприятий, присоединившихся к данной инициативе.

Инициатива «Цифровое МСП 4.0» поддерживает малые и средние предприятия по всем вопросам, связанным с оцифровкой, с помощью своих экспертных центров. Центры помогают компаниям оценить состояние их собственной оцифровки, работают с ними для разработки индивидуального проекта оцифровки и помогают им в выборе и реализации соответствующих мер. Даже когда речь идет о том, имеет ли какое-либо техническое решение экономический смысл и какие аспекты безопасности необходимо учитывать, центры помогают компаниям [5].

Федеральное министерство экономики и энергетики (BMWi) предоставляет бесплатно все предложения инициативы оцифровки среднего класса.

Индустря 4.0 требует нового взгляда на известные юридические проблемы [6], особенно с учетом того факта, что киберуязвимость на современном этапе наделена статусом одного из ключевых глобальных экономических рисков [8]. Вопросы защиты данных и прав на данные, использования производственных технологий, защиты ноу-хау, а также ответственности за качество выпускаемой продукции приобретают новый смысл из-за оцифровки. Стимул к скорейшим действиям велик, потому что неопределенность среди экономических субъектов в отношении юридической приемлемости и базовых условий новых технологий может оказать прямое негативное влияние на инновации.

Германия видит основу своего экономического успеха в сильных компаниях малого и среднего бизнеса, инновационных и уникальных решениях ученых и исследователей. Поэтому защита ноу-хау является существенным и неотъемлемым условием для каждого немецкого предприятия и задачей, в выполнение которой органы Федеральной службы защиты Конституции

Германии вносят ценный вклад. И это неудивительно – вредоносная утечка ноу-хау не только ставит под угрозу непосредственно экономический успех предприятий, но и косвенно – конкурентоспособность и стабильность государственной экономики. Здесь перед МСП встает вопрос экономической безопасности и защиты от промышленного шпионажа и конкурентной разведки.

В Германии отдельного закона, посвященного концепции экономической безопасности, не существует. Она реализуется преимущественно через законы, регламентирующие наиболее важные сферы рыночной деятельности и наделяющие государство существенными контрольными функциями.

Профилактика путем повышения осведомленности бизнеса является одной из важнейших мер по борьбе с промышленным шпионажем – она помогает обнаружить и предотвратить возможные шпионские действия заранее [7].

Что касается прогноза развития МСП Германии, то необходимо отметить следующее. Сложившаяся в начале века тенденция к снижению числа МСП в Германии (Рисунок 3) закончилась в конце 2014 года – этот тренд отражает индекс деловой активности МСП (Рисунок 2). На временном промежутке с 2015 до начала 2018 гг. наблюдалась уверенная положительная динамика, и ее снижение в 2018 году было обусловлено лишь неуверенностью предприятий и неопределенностью, связанной с Индустрис 4.0. К этому выводу можно прийти, сравнив прошлый цикл показателей МСП и нынешний – планомерному снижению числа МСП с 1999 по 2014 год предшествовал 7-летний рост; сейчас же рост длился чуть менее 3-х лет. Этого времени недостаточно для исчерпания потенциалов МСП, тем более на пороге 4-ой промышленной революции. Кроме того, положительная динамика роста позиции среднего класса, приведенная на Рисунке 2, показывает позитивные тенденции положения МСП в экономике Германии в целом. Таким образом, автор делает вывод, что в среднесрочной перспективе число МСП, как и прочие показатели будут расти, несмотря на наблюдавшееся в 2018 году снижение отдельных экономических маркеров.

Список литературы

1. Institut für Mittelstandsforschung Bonn – Mittelstand im Überblick – Volkswirtschaftliche Bedeutung der KMU [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ifm-bonn.org/statistiken/mittelstand-im-ueberblick/> (Дата обращения: 06.10.2019)
2. Wirtschaftsmotor Mittelstand – Zahlen und Fakten zu den deutschen KMU – Bundesministerium für Wirtschaft und Energie [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Mittelstand/wirtschaftsmotor-mittelstand-zahlen-und->

fakten-zu-den-deutschen-kmu.pdf (Дата обращения: 10.10.2019)

3. Erfolgsmodell Mittelstand – Fit für die Zukunft – Bundesministerium für Wirtschaft und Energie [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/politik-fuer-den-mittelstand.html> (Дата обращения: 02.11.2019)

4. Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH – Endbericht: Innovativer Mittelstand 2025 – Herausforderungen, Trends und Handlungsempfehlungen für Wirtschaft und Politik [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/studie-endbericht-innovativer-mittelstand-2025.pdf> (Дата обращения: 15.09.2019)

5. Förderschwerpunkt Mittelstand-Digital – Die Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren – Bundesministerium für Wirtschaft und Energie [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Mittelstand/faktenblatt-foerderschwerpunkt-mittelstand-digital.pdf> (Дата обращения: 02.11.2019)

6. Wolfgang Krüger – Digitalisierung und Industrie 4.0. Herausforderungen für den Mittelstand – Fachhochschule des Mittelstands [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.fh-mittelstand.de/fileadmin/pdf/Schriftenreihe/Heft_8.pdf (Дата обращения: 07.11.2019)

7. Батова А.-Е.В. Анализ зависимости экономической безопасности Германии от экономических факторов // Выпускная квалификационная работа. – 2019 г. Москва, Дипломатическая академия МИД России.

8. Мировая политика в фокусе современности: Монография / Отв. ред. М.А. Неймарк; Дипломатическая академия МИД России. – 2-е изд., перераб. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 512 с.

УДК 334.02

06.91 Экономика отдельных стран

06.52.13 Экономическое развитие. Экономический рост

МЕТОДЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СТРАНАХ МИРА

Гасанова Натаван Филман

Экономический Институт НАН Азербайджана

РЕЗЮМЕ

В статье исследуются технологии организации информационной систематизации и информационных ресурсов в информационном обеспечении. Факторы экономического роста стран мира ранжируются в форме достижений в области информационных технологий, связи и информатики.

В традиционной торговле срок окупаемости товаров составляет 2 недели, но для электронной торговли этот срок ограничен 1 разом. Тем не менее, компании электронной коммерции в АР не принимают условия переработки продукта и не принимают покупателей. стать конкурентом.

Одним из преимуществ покупки и продажи в Интернете является то, что вы можете позволить себе всего несколько щелчков мышью по любому товару без необходимости тратить энергию. можно снять шину. Хотя этот прогресс был достигнут в мире, он еще не достиг определенного места назначения в АР, но традиционно А цветы и кустарники помогают сэкономить для одиноких или фонографов. При этом объекты электронной коммерции в АР также доступны покупателям, если они предоставляют услуги домовладельцев. он гордо просыпается на поле.

Налоговая политика, применяемая к сектору электронного бизнеса, замедлила развитие сектора, не допуская его в банковском секторе. Кроме того, создайте систему для расчета вашего налогового вычета для вашего обычного обслуживания. Кроме того, государство может создавать стимулы и стимулы для развития отрасли.

Предоставлять информацию покупателям и продавцам электронной коммерции в мире закрыт и отремонтирован. Предполагается, что АР также должна официально объявить процесс покупки в АР.

Разработка частных банковских карт, которые можно использовать в электронной коммерции в банковской системе, - это только вопрос времени. Плохая производительность может быть полезна для здоровья отрасли. В то же время я хотел бы представить введение биткойна, отделения электронных денег в АР.

SUMMARY

The article explores the technology of organizing information systematization and information resources in information provision. The factors behind the economic growth of the world countries are ranked in the form of advances in information technology, communication and computer science.

In traditional trade, the repayment period of products is set for 2 weeks, but this period is limited to 1 time for e-commerce. However, e-commerce companies in the AR do not accept the terms of the product's recycling and do not accept the buyers. to become a competitor.

One of the benefits of buying and selling on the Internet is that you can only afford a few clicks of any product without having to spend energy. it is possible to remove the tire. Although this progress has been made in the world, it has not yet reached a specific destination in AR, but it has traditionally been And flowers and shrubbery