ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННО-СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЭКСКЛАВНОГО РЕГИОНА РОССИИ

Калининград
2004

КАЛИНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

БАЛТИЙСКИЙ ЦЕНТР СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
И ИННОВАЦИЙ (БАЛЦЕС)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННО-СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЭКСКЛАВНОГО РЕГИОНА РОССИИ

Материалы к годовому научному семинару
преподавателей, аспирантов и студентов
кафедры экономики народного хозяйства КГУ

Под редакцией д-ра экон. наук, профессора В.В. Ивченко

Калининград
Издательство Калининградского государственного университета
2004

Экономические проблемы инновационно-стратегического развития эксклавного региона России / Под ред. В.В. Ивченко. – Калининград: Изд-во КГУ, 2004. – 40 с.

Рассмотрен комплекс научно-методических и практических вопросов совершенствования инновационной и стратегической деятельности на малых и средних предприятиях Калининградской области. Очерчен круг проблем, связанных с диссертационными исследованиями, затрагивающими задачи экономической интеграции России и ЕС, рассмотрены вопросы информационных технологий как элемент стратегического развития малых инновационных предприятий, особенности развития экономики сборочных предприятий, принципы стратегического планирования малых предприятий и др.

Сборник рассчитан на широкий круг читателей: работников органов власти, научных работников, преподавателей, аспирантов, студентов.

© Коллектив авторов, 2004
© Издательство КГУ, 2004

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие 4

Ивченко В.В. Диссертационные исследования как фактор обеспечения разработки задач экономической интеграции России в Европейский союз (на примере эксклавного региона России) 5

Цыплаков М.Н. Информационные технологии как элемент стратегического развития малых инновационных предприятий 7

Фимушкин Д.А. Инновационные аспекты малого бизнеса 12

Фролов И.В. Экономические проблемы развития сборочных инновационных предпринимательских структур в эксклавном регионе 20

Хасанов А.Г. Проблемы развития стратегического планирования на малых предприятиях Калининградской области 25

Фимушкин Д.А. Основные направления программы поддержки малого бизнеса и предпринимательства на муниципальном уровне 30

Гурова Д.С. Сравнительный анализ организационно правовых форм малых и средних предприятий в Российской Федерации и в Федеративной Республике Германии 35

ПРЕДИСЛОВИЕ

Характерной чертой современного этапа экономики России является углубление рыночных отношений, что проявляется прежде всего в усилении межрегиональной конкуренции.

Для Калининградской области развитие конкурентных отношений усиливается, кроме того, и в связи с экономическим влиянием приграничных государств. Область не имеет крупных запасов природных (кроме поваренной соли) ресурсов, на основе которых можно было бы строить долгосрочную стратегию своего экономического развития по примеру Тюмени или Кузбасса. В то же время она располагает достаточными трудовыми ресурсами, высоким образовательным уровнем населения, развитыми разносторонними связями с ближайшими государствами – Польшей, Литвой, Швецией и другими. При этом в области сохранился опыт использования наукоемких технологий в электронике, информационных системах, судостроении и транспортном машиностроении и ряде других достаточно сложных производственных технологий.

Анализ показывает, что для Калининградской области как эксклавного региона страны главной стратегией долгосрочного развития на обозримую перспективу до 2020 – 2025 годов является развитие инновационной экономики. Это сложная и многогранная проблема, требующая прежде всего научно-практической проработки многих задач.

В Калининградском госуниверситете в рамках научного направления «Экономические проблемы стратегии устойчивого развития эксклавного региона России» (науч. рук. проф. В.В. Ивченко) и темы НИР по заказу Министерства науки и образования РФ «Разработка теоретико-методологических аспектов формирования инновационной экономики окраинного приморского региона России» кафедрой экономики народного хозяйства и Балтийским центром стратегических исследований и инноваций КГУ проводятся научные исследования по данной проблематике, результаты которых регулярно заслушиваются на годовых научных семинарах.

В настоящем сборнике представлены доклады аспирантов и соискателей, представленные ими на научном семинаре 21 октября 2004 года.

В.В. Ивченко,
доктор экономических
наук, профессор

ДИССЕРТАЦИОННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗРАБОТКИ ЗАДАЧ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ В ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ
(на примере эксклавного региона России)

Современный мир и прежде всего мировая экономика стремительно меняются. Проявляются новые глобальные тенденции, затрагивающие судьбы целых стран и народов. Одной из них выступает международная интеграция в экономике.

Россия объективно оценивает это явление и прилагает огромные усилия, чтобы найти свое место в международной экономической интеграции, прежде всего с ЕС. На этом фоне эксклавное положение Калининградской области, оказавшейся в центре ЕС, привлекает внимание политиков различного ранга, которые рассматривают ее как некую экспериментальную площадку страны для осуществления различных интеграционных мероприятий. При этом мыслится, что данный опыт в дальнейшем может применятся в других российских регионах. Безусловно, в этом имеется здравый смысл, хотя и требующий глубокого осмысливания допустимых границ таких интеграционных опытов.

И тут возникают вопросы: как эффективно использовать потенциал Калининградской области в осуществлении этой интеграции и в то же время не дать ей «выпасть» из единого экономического пространства России. Действительно, интеграционные процессы имеют положительные и отрицательные стороны, которые необходимо учитывать при выборе стратегии развития региона.

За последние годы в средствах массовой информации, среди политиков, ученых и административных работников ведется дискуссия по этой проблеме. Не углубляясь в ее содержание, назовем два направления, вокруг которых она разворачивается:

1) регион можно рассматривать как область активного сотрудничества России и ЕС с учетом особенностей эксклавного положения и режима ОЭЗ;

2) как некий «пилотный» проект с весьма расплывчатым содержанием, в целом ориентированный на индивидуальную (отдельно от России) интеграцию области в ЕС.

Анализ показывает, что самостоятельная интеграция Калининградской области в ЕС – это опасный миф, ничего не имеющий общего с реальной действительностью и несущий в себе потенциал потери в будущем юрисдикции России над этой территорией со всеми негативными последствиями для хозяйства и населения области.

Фактически все сводится к тому, что Калининград надо рассматривать **только как область активного сотрудничества** России и ЕС и местом решения **отдельных** международных интеграционных задач, которые можно переносить на другие регионы страны.

Данные задачи во многом не традиционны и требуют серьезной предварительной научно-практической проработки. В их решении важное место может и должно занять экономическое научное сообщество вузов Калининградской области.

Одной из организационных форм таких исследований являются диссертационные экономические исследования. Их сильные стороны – объективность, независимость, методическая проработанность изучаемых вопросов.

В Балтийском центре стратегических исследований и инноваций (БАЛЦЕС) КГУ под руководством автора данной статьи был проведен анализ экономических исследований (в том числе диссертационных) на перспективу (6 – 8 лет), связанных с решением международных интеграционных задач на примере Калининградской области. Их можно сгруппировать по пяти направлениям.

1. Проблемы формирования инновационной экономики и сборочных производств.

2. Проблемы развития приграничной экономики и торговли.

3. Проблемы организации морехозяйственного комплекса и транспорта.

4. Проблемы организации создания локальных СЭЗ и совершенствования режима ОЭЗ.

5. Проблемы международной кооперации в пищевых отраслях и сельском хозяйстве региона.

Эти направления в полной мере отвечают задачам долгосрочного социально-экономического развития области и в то же время актуальны для многих регионов России. Назовем их.

Первое направление:

- формирование условий создания инновационной восприимчивости предприятий региона;
- создание регионального российско-иностранного инновационного центра;
- организация и экономика развития малых инновационных предприятий;
- условия и экономика формирования импортозамещающих и экспортных сборочных производств;
- оценка конкурентоспособности региона среди регионов Европы и России.

Второе направление:

- условия и экономика создания международных зон приграничной торговли;

- условия и экономика создания международных локальных экономических приграничных зон производственного характера;
- организация и управление пограничными переходами с комплексной инфраструктурой.

Третье направление:

- организация и внедрение европейских технологий обслуживания и обработки судов в морских портах;
- условия и организация создания с учетом европейского опыта морского транспортного пароходства;
- оценка эффективных путей развития транспортного комплекса региона (с учетом эксклавности и международных условий).

Четвертое направление:

- обоснование дифференциации льгот ОЭЗ как фактор стимулирования экспортного и импортозамещающего производств;
- особенности формирования локальных международных СЭЗ;
- пути совершенствования системы управления ОЭЗ.

Пятое направление:

- условия формирования вертикально-интегрированных сельхозкооперативов (с учетом европейского опыта);
- оценка эффективности международной кооперации предприятий пищевой промышленности региона (по сырью, полуфабрикатам и таре).

Это, безусловно, не исчерпывающий перечень тем диссертационных исследований. Но он позволяет достаточно четко очертить круг задач интеграционного характера, которые вузы области при поддержке региональных и федеральных властей могут осуществлять в интересах подготовки экономической интеграции России в ЕС.

М.Н. Цыплаков,
аспирант КГУ

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В условиях глобализации экономических процессов и динамичного развития мирового рынка любая коммерческая организация, ориентированная на достижение главной цели своей деятельности – получение прибыли и увеличение собственной стоимости, должна уделять пристальное внимание развитию внешней среды и вовлекать в свою деятельность новые технологии, способные помочь в решении задачи достижения конкурентных преимуществ.

Для инновационных предприятий это условие является особенно важным, так как использование новейших научных достижений и технологий – основополагающие факторы эффективной деятельности.

Самая влиятельная информационная технология последних лет – это всемирная информационная сеть Интернет. Как социальное явление Интернет – глобальное средство коммуникаций, обеспечивающее обмен текстовой, графической, аудио- и видеоинформацией и доступ к онлайновым службам без территориальных и национальных границ. Как элемент глобальной экономики – это эффективный инструмент исследования рынков, потребителей и конкурентов, информационное пространство, сочетающее в себе значительное количество электронных рынков различных видов продукции и услуг.

Современные инновационные малые и средние предприятия (как зарубежные, так и отечественные) по достоинству оценили возможности и перспективы открывающиеся при использовании Интернета в бизнесе. И если начало процесса освоения Интернета и его применения в деловой активности можно охарактеризовать интуитивным подходом, то с развитием этого процесса все острее вставал вопрос о планомерном управлении обозначенной деятельностью как с точки зрения общего менеджмента предприятия, так и с точки зрения его инновационной составляющей.

Деятельность компании на электронных рынках подразумевает использование глобальных информационных сетей (и технологий, предоставляемых этими сетями) для:

- получения прибыли;
- получения и предоставления необходимой информации (конкуренты, состояние рынка, партнеры, собственная продукция и т. д.);
- совершенствования организационной структуры и системы управления организацией.

Развитие информационных сетей предоставило предприятиям такие новые возможности, как: быстрый и малозатратный выход на новые рынки, новые методы продвижения своих продуктов и услуг, высокоэффективное воздействие на целевого потребителя, возможность создания высокотехнологичных предприятий глобального масштаба с минимальными затратами и т. д.

Развитие Интернета происходит гораздо быстрее, чем всех других информационных технологий. Так, аудитория в 100 млн пользователей Интернета достигнута за пять лет, в то время как телевидению для этого понадобилось 18 лет, персональным компьютерам – 20 лет, радио – более 40 лет. В 1999 году пользователями Интернета были уже более 200 млн человек, а по прогнозам, в 2005 году их количество может превысить 1 млрд человек. По численности аудитории Интернет уже сейчас сравним со многими традиционными СМИ.

Принимая решение о начале деятельности в области электронной коммерции, организации в подавляющем большинстве случаев уже работают в определенной сфере. То есть следует четко понимать, что в большинстве случаев Интернет является новым рынком, новым способом продвижения, который можно эффективно использовать для традиционной деятельности предприятия. Разумеется, существуют и виды коммерческой деятельности, характерные только для Интернета (например, торговля трафиком или продажа контекстной рекламы).

Однако отсутствие опыта и квалифицированных кадров в этой сфере неизбежно приводят к проблеме выбора оптимальной стратегии деятельности. Нередки случаи, когда предприятия либо переоценивают необходимость своего присутствия в Интернете и тратят слишком много времени и денег на реализацию технологий, которые впоследствии оказываются неэффективными, либо предпочитают ограничиться знакомыми приемами ведения бизнеса, и те уникальные возможности, которые могла бы иметь организация, остаются нереализованными. Чтобы избежать этого, необходимо с самого начала деятельности в Интернете четко определить, какой объем работы будет наиболее оптимальным, использование каких возможностей действительно может принести прибыль, оптимизировать бизнес-процессы на предприятии и т. д. К использованию чужого опыта следует относиться осторожно, так как деятельность в сфере электронной коммерции главным образом зависит от специфики бизнеса. В общих чертах можно выделить следующие уровни присутствия организации в Интернете:

- демонстрация товаров и услуг;
- работа с заказами и запросами;
- обработка электронных платежей;
- доставка товаров и услуг через Интернет.

Наличие сайта является основным условием для деятельности в Интернете. С точки зрения управления предприятием сайт можно сравнить с непрерывно действующей витриной и/или рекламным стендом компании. На нем можно разместить прайс-листы или каталоги компании и оперативно вносить в них изменения, предлагая разные условия различным покупателям. Службы маркетинга могут оперативно получить сведения о том, какая информация чаще всего привлекает внимание посетителей сервера, быстро узнать ответную реакцию потребителей, предложить какие-либо новые рекламные материалы. Наконец, имеется возможность организовать на сайте полный комплекс продаж (электронный магазин), включая оплату с помощью кредитных карточек. Важным достоинством сайта является его интерактивность – потенциальные клиенты/партнеры сами приходят (или случайно попадают) на сервер.

Обеспечив свое присутствие в Интернете, организация прежде всего выбирает услуги, которые связаны с наименьшим риском, дают макси-

мальный эффект и наименее дороги. Прежде всего это использование электронной почты как средство бизнес-коммуникаций. Можно выделить несколько моментов, подчеркивающих важность электронной почты для работы организации:

- увеличение числа прямых контактов с контрагентами;
- возможность передачи единообразной информации значительной группе адресатов;
- легкость переадресовки сообщений и простота распространения информации;
- мультиформатность сообщений (возможность передачи изображений, видео– и аудиоинформации).

Помимо организации канала продаж, Интернет предоставляет отличные возможности для изучения рынка. Изучение потребителей, конкурентов, потенциальных клиентов, получение информации об объеме, целевых сегментах, доле рынка – все эти задачи должны стать текущими элементами деятельности маркетингового сектора интернет-технологического отдела компании.

Рассмотрев возможности, предоставляемые использованием информационных сетей в деятельности малой организации, необходимо уделить внимание вопросу интеграции этой деятельности в организационную структуру компании и в систему управления. В больших организациях все кажется очевидным: в структуре компании выделяется интернет-технологический отдел с прямым подчинением либо генеральному руководству, либо соответствующему функциональному (например, заместитель директора по развитию). Соответственно интернет-технологический отдел в своем составе имеет необходимые службы для обеспечения деятельности и реализации поставленных задач (техническая служба, служба поддержки веб-сайта компании, маркетинговый отдел, отдел продаж и т. д.). Деятельность этих подразделений будет иметь тесные горизонтальные связи с аналогичными подразделениями организации.

В компаниях малого размера подобная интеграция маловероятна прежде всего ввиду отсутствия четкой структурированности и своей высокой стоимости. Оптимальное решение было подсказано практикой функционирования малых инновационных компаний. Как правило, в штате организации выделятся интернет-технологический менеджер. Его функциональные обязанности включают в себя как технические, так и функциональные аспекты организации присутствия и деятельности компании в Интернете. Интернет-технологический менеджер работает в тесном контакте со службами/лицами, ответственными за маркетинг, продажи, взаимоотношения с партнерами, планирование и разработки продукции. Часть задач по обеспечению присутствия компании в Интернете переносится на них. Обычно

это наименее специфичные задачи, например подготовка описаний продукции для публикации на веб-сайте компании.

Разумеется, важным моментом является учет присутствия организации в Интернете при разработке стратегии организации и последующем планировании деятельности. Однако этот момент не несет в себе каких-либо принципиальных сложностей или новшеств. Основная идея – это правильное понимание того, что может принести компании ее присутствие в Интернете, и умение интерпретировать эти данные в терминах бизнес-плана, являющегося практическим выражением разработанной стратегии.

Отечественная практика использования Интернета в деятельности предприятий малого и среднего бизнеса дает следующую картину. Несмотря на очевидное удобство практического использования Интернета в соответствующих сферах деятельности организации, расширение его применения в России все еще сдерживается рядом технических, организационных, юридических и экономических проблем. На первом плане стоит малое число и ограниченность контингента пользователей Интернета. Об этом свидетельствуют оценки РОЦИТ (Региональный общественный центр интернет-технологий) и других организаций, проводящих опросы населения. Так, в России на начало 2003 года на работе или дома Интернетом пользовались около 5,5 млн человек. Наиболее активны в его использовании жители Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Екатеринбурга и некоторых других крупных городов. Во-вторых, до сих пор не решена проблема низкой пропускной способности каналов связи. Для раскрытия на мониторе клиента всего лишь одного полноэкранного изображения (средний объем 150 Кбайт) требуется свыше двух минут. Существующие массовые коммуникационные каналы имеют недостаточную пропускную способность, поскольку до сих пор их роль в основном выполняют аналоговые телефонные линии. Для перехода пользователей сети к инфраструктурам с большей пропускной способностью требуется существенное снижение платы за пользование скоростными каналами связи. В-третьих, в России отсутствует развитая система электронных платежей (кредитных карт, смарт-карт или e-cash, электронных денег), поэтому процесс оплаты является серьезной проблемой. Наконец, немаловажными факторами, тормозящими развитие электронной коммерции в России, являются также: безопасность и защита индивидуальных данных, отсутствие единых стандартов, согласование налогообложения различных стран и защита интеллектуальной собственности.

Тем не менее можно с уверенностью констатировать, что развитие в этой области происходит достаточно динамично, возникающие проблемы находят свои решения, существующие методы и подходы в стратегическом и инновационном управлении позволяют интегрировать интернет-активность в деятельность малых предприятий. Последние в большинстве слу-

чаев прекрасно осознают важность такой деятельности и ее перспективность. По сведениям автора (полученным из его практической деятельности), только в Калининградской области функционирует свыше 10 малых предприятий, использующих инновационные технологии (в частности, Интернет) в своей деятельности.

Список литературы

1. *Ивченко В.В.* Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. – Калининград: Изд-во КГУ, 2004.
2. *Медынский В.Г.* Инновационный менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2002.
3. *Мониторинг* российского Интернета: исследования группы Monitoring.ru. Адрес ресурса: http://www.monitoring.ru/online/
4. *Семь* нот менеджмента. – М.: ЗАО «Журнал Эксперт», 1998.
5. *Соколова А.Н., Геращенко Н.И.* Электронная коммерция: мировой и российский опыт. – М.: Открытые системы, 2000.
6. *Шеховцева Л.С.* Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. Калининград: Изд-во КГУ, 2001.

Д.А. Фимушкин,
соискатель КГУ

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ МАЛОГО БИЗНЕСА

Переход России к рыночным отношениям стал мощным побудительным мотивом развития в стране малого предпринимательства. Его формирование совпало с глубоким экономическим кризисом, что повлияло на темпы его развития. К началу 2004 г. в стране насчитывалось около 900 тыс. малых предприятий. Несмотря на довольно длительный срок их становления, масштабы малого предпринимательства относительно невелики: они производят около12 % ВНП, в них работает 11 % от общей численности занятых в стране.

Необходимо отметить высокую способность малых предприятий к осуществлению инновационной деятельности, что содействует созданию в регионах и муниципальных образованиях высококонкурентных инновационных экономик. При этом предприятия малого бизнеса крайне уязвимы в условиях рыночной среды, и, в первую очередь, на этапе своего становления. Поэтому в развитых странах государство и предпринимательское сообщество оказывают всемерную поддержку развитию малых, и прежде всего инновационных предприятий.

В связи с этим будет актуальным рассмотреть основные проблемы инновационных предприятий малого бизнеса и возможные направления их разрешения (рис.).

Рис. Анализ основных проблем, сдерживающих развитие инновационного предпринимательства

Для устранения или снижения воздействия этих проблем необходимы скоординированные действия власти на всех уровнях по оказанию поддержки инновационному предпринимательству. В числе ключевых направлений поддержки следующие:

– организация или укрепление уже действующей сети консультационных центров для оказания специализированных услуг субъектам малого предпринимательства (правовая поддержка, консалтинг, экспертиза);

– создание сети информационных центров;

– предоставление субъектам малого предпринимательства преимущественного права выкупа арендуемого ими муниципального недвижимого имущества с учетом вложенных в него средств;

– расширение инфраструктуры поддержки инновационного предпринимательства (бизнес-центры, технопарки, инновационные центры);

– предоставление субъектам малого предпринимательства льгот по арендной плате за муниципальное недвижимое имущество и землю при реализации ими инвестиционных проектов;

– активная пропаганда успеха: необходимы поддержка и «раскрутка» тех малых инновационных предприятий, которым удалось выйти на рынки с конкурентоспособной продукцией;

– побудить отечественный крупный финансовый капитал вкладывать не только в газ, нефть в России и в недвижимость за рубежом, но и в венчурную инфраструктуру;

– содействие формированию слоя российских инвесторов, способных помочь начинающим инноваторам пройти этап опытного производства.

Конечно, российский малый бизнес не в состоянии, особенно сегодня, вести, а тем более финансировать полномасштабные научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, но мировой опыт свидетельствует, что именно в этом секторе экономики чаще всего рождаются новые идеи и проекты, отсюда исходят импульсы развития технического прогресса. Важно отметить, что в ходе структурной перестройки народного хозяйства в малый бизнес перешла значительная часть научно-технических и инженерных кадров – со своими идеями, разработками и опытом. Поэтому, если одной из приоритетных целей государственной политики является поддержка и развитие инновационного потенциала, это не может не отражаться на условиях функционирования малого бизнеса в виде предоставления льгот по инвестициям, вкладываемым в НИОКР, создания инфраструктуры и механизмов, облегчающих внедрение разработок, приоритетной поддержки инновационного малого бизнеса.

Благоприятные условия и новые возможности для информационно-технологического обмена, международной кооперации, развития маркетинга и менеджмента создаются Интернетом. Это способствует быстрому внедрению прогрессивных преобразований в малый и средний бизнес, повышению качества и производительности труда, созданию принципиально новых продуктов. Все большее развитие получит инновационное предпринимательство, кооперирующееся с крупным производством.

В этой связи в России должны создаваться национальная, региональные, а также в рамках муниципальных образований информационно-коммерческие сети и центры, банки информации, в которых будут концентрироваться сведения о структуре государственных и региональных заказов, реквизитах предприятий и организаций, о динамике цен, мировых банковских ставках, страховых тарифов, выставок, ярмарок и аукционов. Такая актуальная информация создаст для предпринимателей дополнительные возможности выхода на мировые рынки, а главное, будет способствовать динамическому развитию внутреннего рынка.

Заслуживает внимания идея электронной коммерции как эффективного инструмента развития рыночных отношений в России. В техническом отношении электронная биржа – это централизованная компьютерная система, в которой производится двусторонние котировки контрактов на поставку основных видов продукции, а в результате формируются беспосреднические, объективно складывающиеся цены и сбалансированные товарные и материально-финансовые потоки. Это принесет выгоду потребителям в результате снижения цен и производителям – за счет увеличения объема продаж и получения прибыли. В масштабах страны это может дать экономию в миллиарды долларов и способствовать внедрению принципиально новых технологий предпринимательской деятельности. Актуальным в этой связи является предложение президента Торгово-промышленной палаты Российской Федерации о создании при Правительстве Российской Федерации единого координирующего и методического органа – Центра электронной коммерции. Подобные центры существуют в ряде развитых стран. В США, например, развитие электронной коммерции находится под личным контролем президента, который определил задачи для федеральных ведомств, подчеркнув при этом необходимость участия государства в становлении электронной коммерции и осознания всем обществом ее уникальных возможностей в деловом обороте.

В системе мер государственной поддержки малого предпринимательства необходимо добиться наиболее эффективного сотрудничества государственных и негосударственных структур поддержки.

Повышение эффективности деятельности инфраструктуры поддержки малого предпринимательства требует наличие ряда внешних условий: стабильность условий деятельности субъектов малого предпринимательства и инфраструктуры поддержки, достаточное государственное финансирование инфраструктуры, льготное налогообложение субъектов государственной инфраструктуры поддержки предпринимательства.

В соответствии с «Концепцией государственной политики поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации», одобренной Государственным советом в декабре 2001 года, первоочередными направлениями развития государственной инфраструктуры являются:

– кооптация субъектов государственной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в создаваемую систему финансово-кредитного обеспечения на основе различных механизмов, в том числе таких, как: лизинг, государственные гарантии кредитования, компенсация процентной ставки коммерческим банкам;

– участие системы государственной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в совершенствовании нормативно-правовой базы в сфере малого предпринимательства и его инфраструктуры;

– создание единого информационного пространства в сфере малого предпринимательства;

– развитие деятельности информационно-маркетинговых служб и развитие выставочно-ярмарочной деятельности структур поддержки малого предпринимательства по оказанию помощи в продвижении товаров малых предприятий на внутренние и внешние рынки;

– осуществление мер по поддержке инновационного бизнеса;

– развитие международного сотрудничества с зарубежными институтами поддержки малого предпринимательства (обмен опытом, содействие продвижению товаров малых предприятий на внешние рынки).

К 2005 году должно быть практически завершено создание целостной системы государственной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства на всех уровнях с переносом центра тяжести на муниципальный уровень. Регионы должны иметь обязательный набор объектов инфраструктуры, в состав которых входят бизнес-инкубаторы, фонды поддержки малого предпринимательства, лизинговые компании, технопарки, учебно-деловые центры, центры реабилитации и адаптации военнослужащих, уволенных в запас, создаваемых на приоритетной основе федерального, регионального и муниципального бюджетов.

Совершенствование деятельности государственной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства должно сопровождаться усилением взаимодействия с муниципальными структурами поддержки малого предпринимательства (фондами, бизнес-центрами или филиальными отделениями региональных фондов), повышения за счет этого качества и расширения ассортимента, оказываемых предпринимателями услуг.

В настоящее время в рамках разработки Стратегии развития муниципального образования «Калининград» на период до 2010 г. разрабатывается Программа поддержки предпринимательства на муниципальном уровне. Особое внимание в ней уделено поддержке инновационного предпринимательства. Концептуально обозначено, что структурная политика муниципального образования должна быть переориентирована с оказания поддержки неэффективным предприятиям на развитие инфраструктуры, обеспечение мобильности рабочей силы, поддержку *«новых»* секторов (прежде всего инновационных и информационных), стимулирование реструктуризации и реформирования предприятий. В Программе предусмотрены следующие приоритетные направления:

- разработка инновационных, ресурсосберегающих, экологически чистых технологий;
- производство импортозамещающих и экспортно-ориентированных товаров;
- производство и переработка сельскохозяйственной и рыбной продукции;

- инфраструктурная деятельность по поддержке МП (создание маркетинговых, консалтинговых, информационных центров, бизнес инкубаторов и инновационно-технологического центра – технопарка).

Одним из препятствий в оказании поддержки развитию малого предпринимательства является отсутствие или недостаток эффективной инфраструктуры, обеспечивающей деятельность малых предприятий. Крупные предприятия сами создают себе инфраструктуру. Но правила на рынке для всех одинаковы. Следовательно, чтобы конкурировать и не попасть в неприятную ситуацию, руководитель малого предприятия должен иметь возможность проконсультироваться у юриста, провести маркетинговые исследования, иметь доступ к информационным ресурсам и т. п. Предоставить такую возможность, причем на доступных условиях, призвана инфраструктура муниципальной поддержки. Но без заинтересованного и скоординированного участия государства, региональных и местных органов власти данная инфраструктура возникнуть и существовать не сможет. Причем, с учетом реальных нужд малого бизнеса, важно внятно определить четкие цели развития инфраструктуры поддержки:

- сформировать поддержку производственного инновационного бизнеса;
- обеспечить производственно-техническую поддержку;
- обеспечить кредитно-финансовую поддержку;
- создать информационное обеспечение;
- обеспечить подготовку кадров;
- обеспечить правовую поддержку.

Инновационное предпринимательство, особенно в области высоких технологий, в значительной мере определяет тип и уровень развития территориальной экономики. Чем больше удельный вес инновационного предпринимательства в региональной (городской) структуре малого бизнеса, тем сильнее проявляются постиндустриальные тенденции в экономике, тем лучше здесь инновационный климат.

Центральной задачей коммерциализации научных результатов является развитие на территории муниципального образования комплексной системы поддержки инновационной деятельности в научно-технической сфере.

Реализация настоящей Программы основана на развитии уже существующих и апробированных организационных форм поддержки инновационной деятельности, создания новых элементов инфраструктуры и интеграции их в единую скоординированную систему поддержки инновационной деятельности в городе.

В рамках развития инфраструктуры поддержки развития предпринимательства на муниципальном уровне в Калининграде представляется реальным развитие городского бизнес-центра и создание инновационного технопарка.

Калининградский городской бизнес-центр

Цели создания Калининградского городского бизнес-центра:

– формирование благоприятных условий для ускоренного развития предприятий, являющихся субъектами малого предпринимательства;

– оказание содействия субъектам малого предпринимательства в определении и формировании приоритетных направлений деятельности в реализации их проектов и программ, направленных на освоение: новых знаний и технологий в различных областях науки и техники, в решении социально-экономических проблем Калининграда путем создания и развития наукоемких высокотехнологичных производств.

Основные направления деятельности Калининградского городского бизнес-центра:

- обеспечение маркетинговой поддержки;
- оказание юридических, бухгалтерских, консалтинговых, информационных и других услуг;
- предоставление помощи в продвижении на рынок товаров и услуг;
- предоставление помощи в налаживании кооперации и интеграции малого и крупного бизнеса;
- предоставление офисных и производственных помещений в аренду, их обслуживание;
- предоставление лизинговых услуг;
- участие в капитале создаваемых субъектов малого предпринимательства;
- содействие кооперированию средств субъектов малого предпринимательства;
- предоставление помощи в кооперации и интеграции малого и крупного бизнеса.

Инновационный центр технопарк

Целью создания Городского технологического парка является поддержка и содействие развитию прикладных научно-исследовательских разработок, созданию базовых технологий и образцов современного оборудования для внедрения их в промышленное производство, сферу предпринимательства и как результат – развитие экономики города, сохранение интеллектуального потенциала, решение проблем занятости.

Задачи в рамках деятельности технопарка:

- Создание и ведение городского реестра научно-исследовательских разработок и научно-технической продукции.
- Формирование единого банка данных научно-технических достижений и маркетинга.

- Формирование и реализация совместно с разработчиками и заинтересованными организациями научно-технических программ, анализ и подготовка представления документации при выделении кредитных ресурсов на разработку научно-технической продукции и ее реализации в производстве.
- Выработка предложений для включения в городской заказ поставок новых видов оборудования и технологий, определение ответственных пользователей научно-технической продукции, ответственных за реализацию разработок и, следовательно, обеспечение возвратности бюджетных и иных средств фонда содействия развитию предпринимательства, направляемых на вышеназванные цели.

Концепция государственной политики поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации определяет основные принципы, приоритеты, критерии и методы формирования и реализации системы мер государственной политики, обеспечивающих благоприятные условия для создания и развития субъектов малого предпринимательства. Ее реализация потребует пересмотра ключевых государственных ориентиров, изменение менталитета в отношении малого предпринимательства руководителей всех рангов в российском обществе в целом.

Только в этом случае возможно обеспечение устойчивости развития малого предпринимательства, с учетом его инновационной составляющей, его эффективное взаимодействие с крупным и средним производством, формирование среднего класса – основного гаранта социальной и политической стабильности общества, что в совокупности обеспечивает динамичное развитие российской экономики.

Список литературы

1. Би*знес-инкубаторы* в системе поддержки малого бизнеса: российский и зарубежный опыт. – М.: ОСТ-Евро, 2001.

2. *Ивченко В.В.* Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. – Калининград: Изд-во КГУ, 2004.

3. *Малое* предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2003.

4. *Медынский В.Г.* Инновационный менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2002. 296.

5. *Содействие* развитию инновационных МСП в Балтийском регионе Российской Федерации. СПб.: РИКОН, 2004.

И.В. Фролов,
аспирант КГУ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СБОРОЧНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В ЭКСКЛАВНОМ РЕГИОНЕ

Промышленные компании автомобильной отрасли выпускают автомобили различных типов. Производители бытовой техники – стиральные машины, холодильники, телевизоры, пылесосы и т. п. Производители других отраслей – самолеты, станки, мебель.

Каждый из этих товаров имеет одну специфическую характеристику, объединяющую его с другими товарами из этого перечня, а именно: товар состоит из частей, которые необходимо собрать, чтобы получилось готовое изделие. Это справедливо для всех перечисленных товаров независимо от огромной разницы в их стоимости, сложности, ежегодного объема выпуска, назначения или любого другого параметра.

Сборка товара – это функция, она не является самостоятельной отраслью, хотя иногда ее так называют. Сборку можно определить как действие по соединению двух частей друг с другом. Оно может осуществляться с использованием различных механических, химических и термических методов. Все эти разнообразные методы соединения комплектующих в готовое изделие, рассматриваемые как группа, образуют функцию, которую мы называем сборка.

Сборочные предприятия создаются в основном в отраслях, выпускающих продукцию массового производства, главным образом в автомобильной промышленности, производстве сельскохозяйственной техники, электробытовых приборов, компьютерной техники.

Большое влияние на расширение практики создания сборочных предприятий оказывает соответствующая правительственная политика стран-импортеров. Иногда импорт отдельных товаров в собранном виде вообще запрещается или бывает весьма затруднен. В некоторых странах при создании сборочных предприятий предоставляются различные льготы (например, в Бельгии, Канаде, а также во многих развивающихся странах) [2]. Государства, вставшие на путь самостоятельного экономического развития, будучи ограничены в финансовых и других ресурсах, могут начать развитие отечественной экономики со строительства сборочных предприятий за счет внешних источников финансирования. Многие из таких предприятий частично или полностью принадлежат иностранному капиталу. Для привлечения необходимых капиталов развивающиеся страны вводят ряд льгот для фирм, строящих машиностроительные предприятия, в частности отменяют полностью или частично таможенные пошлины и налоги на ввоз оборудования и материалов для таких предприятий; ограничивают

импорт готовой продукции, аналогичной той, которую будут выпускать создаваемые предприятия; предоставляют иностранным фирмам права полного или частичного перевода прибылей, получаемых на сборочных предприятиях; устанавливают налоговые льготы на определенный начальный период действия предприятия.

Сборочные предпринимательские структуры функционируют в разных странах и во многих регионах. Есть они и в Калининградской области. Пожалуй, самым крупным из подобных предприятий является ЗАО «Автотор» – динамично развивающееся автосборочное производство. На мощностях завода собирают автомобили BMW, KIA и General Motors. Итоги его работы за первый квартал 2004 г. характеризуются следующими данными. В январе-марте 2004 г. с конвейера ЗАО «Автотор» в Калининграде сошло 2697 автомобилей, что на 70 % больше, чем за соответствующий период предыдущего года (1560 автомобилей). При этом по «KIA» объемы производства автомобилей в первом квартале удвоились (в 2003 г. – 1236 автомобилей, в 2004 г. – 2442).

«Телебалт» – это еще один современный сборочный завод, оснащенный самым современным оборудованием и использующий передовую технологию сборки телевизоров. Все это позволяет «Телебалту» выпускать по 16 – 18 моделей телевизоров каждой марки с диагональю от 37 до 86 см [4]. Модели отличаются дизайном корпусов, их цветом, схемотехникой. Завод выпускает телевизоры в основном с плоским экраном и суперплоским. И если на плоские экраны перешли практически все телевизионные заводы, то суперплоские первым в России освоил «Телебалт». На сегодняшний день мощности завода позволяют собирать до 80 тыс. телевизоров в месяц при односменном режиме работы. Кроме производства телевизоров на ООО «Телебалт» налажен выпуск и других товаров народного потребления: пылесосов и часов, которые собираются из комплектующих, поставляемых странами юго-восточной Азии.

Еще одно предприятие в Калининградской области – «ТехПромИнвест» занимается выпуском бытовых холодильников. Построенное с долевым участием АО «Снайге», оно не является чисто «отверточным» производством, так как включает в себя весь цикл изготовления холодильников. Здесь установлено современное технологическое оборудование, позволяющее выпускать аппараты класса «А»: шесть моделей, пользующиеся спросом не только в России, но и в 35 странах мира. Инвестиции в предприятие составили свыше 15 млн долларов. Проектной производительности завод достигнет уже в 2004 году. При этом планируется, что объем реализации за год составит свыше 40 млн долларов. Готовая продукция будет продаваться в материковой России и странах ближнего зарубежья.

Есть в Калининградской области и небольшие сборочные предприятия. Производственные площади одного из них находятся на территории склад-

ских помещений ОАО «Система», они взяты в аренду на 2 года. В организацию производства калининградскими предпринимателями инвестировано 350 тыс. долларов США. С конвейеров предприятия выпускаются мотороллеры, мотоциклы, квадроциклы. Основным партнером ООО «Балтмоторс Групп» является крупнейшая в Китае корпорация по производству мотоциклов «Чин Чи», выпускающая до 2 млн единиц мототехники в год. Комплектующие для сборки машин поставляются китайской стороной. Обучение персонала, контроль за сборкой ведут китайские специалисты. Модельный ряд выпускаемой техники создан по лицензиям японских компаний Suzuki, Yamaha, Honda. До конца 2004 года планируется собрать около 10 тыс. единиц мототехники. Максимальная мощность сборочной линии – 20 тыс. единиц техники в год. Розничная цена выпускаемых моделей – от 500 до 2500 долларов США.

Для создания и развития сборочных предприятий в Калининградской области имеются неплохие условия. Во-первых, это самая западная территория Российской Федерации. Кроме того, регион со всех сторон окружают страны ЕС. Подобное уникальное геополитическое положение Калининградской области создает возможность превратить ее в регион активного сотрудничества России с западными странами.

Во-вторых, наличие развитого транспортного комплекса, в состав которого входят морской, речной, железнодорожный, автомобильный и воздушный транспорт. Говоря про морской транспорт, следует особо отметить тот факт, что порты Калининградской области незамерзающие, т.е. они способны обрабатывать проходящий через них грузопоток круглый год. Основу железнодорожного транспорта региона составляют 55 станций [1]. Общая протяженность железных дорог равна 756 км. По степени насыщенности железнодорожной сетью регион занимает седьмое место в России. Надежное сообщение Калининградской области с соседними странами, а также с основной территорией России обеспечивается наличием двух типов железнодорожной колеи – узкой для связи с Западной Европой и широкой для сообщения со странами СНГ и Финляндией. Следует отметить, что Калининградская область располагает одной из наиболее развитых в России сетью автомобильных дорог, протяженность которых составляет 4,6 тыс. километров. Кроме того, плотность автодорог равна 303 километров на 1 тысячу квадратных километров территории области, что значительно выше, чем в среднем по России. И наконец, Калининградская область располагает аэропортом с внутренним и международным терминалами. Все вышеназванные условия создают хорошую основу для развития международной кооперации и последующего экспорта продукции, снижения затрат на перемещение комплектующих и готовой продукции.

Однако, пожалуй, самое значительное влияние на развитие сборочных предприятий в Калининградской области оказывает режим Особой эконо-

мической зоны. В частности, предусмотрен особый таможенный режим: товары, ввозимые на территорию ОЭЗ, и товары, произведенные в ОЭЗ и вывозимые за ее пределы, освобождаются от таможенных платежей (кроме таможенных сборов). Это позволяет беспошлинно ввозить импортное сырье и комплектующие, необходимые для сборочных предприятий, а также вывозить готовую продукцию на российский и международный рынок не платя при этом таможенные платежи при экспорте.

Однако функционирование сборочных предприятий в Калининградском регионе связано с определенными проблемами. Как отметил начальник главного управления экономического развития и торговли администрации области В.П. Жданов: «В экономике России растет конкуренция регионов. Если раньше каждая область имела более четко очерченную специализацию, то теперь в регионах есть собственное производство, которое заинтересовано в сбыте продукции на всей территории страны. И наши калининградские товары зачастую мешают...» [3].

В настоящее время существует проект нового федерального закона об Особой экономической зоне в Калининградской области. Кратко характеризуя этот проект, можно сказать, что вместо таможенных преференций предусматривается льготный налоговый режим. Так, в течение первых шести лет участники ОЭЗ (т.е. юридические лица, специально создаваемые для целей реализации инвестиционного проекта и отвечающие требованиям предлагаемого законопроекта) освобождены от уплаты налога на прибыль. С седьмого по двенадцатый год включительно ставка налога на прибыль составляет для этих организаций 12 %.

Новый проект закона также предусматривает некоторые таможенные льготы, но в значительно меньшей степени. Так, таможенный режим свободной таможенной зоны действует в отношении иностранных товаров, ввозимых на территорию Калининградской области. Но при вывозе продуктов переработки на внешний рынок, российский или иностранный, таможенные платежи уплачиваются в полном объеме. Однако, если комплектующие ввезены из разных стран и если произошло изменение классификационного кода товаров по ТНВЭД на уровне любого из первых четырех знаков, к таким товарам применяются ставки таможенных пошлин как к товарам, ввозимым из стран, которым Российская Федерация предоставляет в торгово-политических отношениях режим наиболее благоприятствуемой нации.

Для уже действующих предприятий проект закона об Особой экономической зоне в Калининградской области предусматривает переходный период сроком в 10 лет. На протяжении этого времени для них сохраняются прежние льготы. Однако по истечении десяти лет им придется перейти на новый режим хозяйствования.

На первый взгляд предлагаемый законопроект не так уж и плох для сборочных предприятий области, несмотря на отмену значительной части таких важных для них стимулов, как таможенные преференции. Однако, чтобы пользоваться всеми льготами нового законопроекта, предприятию, осуществляющему инвестиционный проект в ОЭЗ, необходимо соответствовать определенным условиям. Объем капитальных вложений по представленному инвестиционному проекту не должен быть менее 300 млн рублей на момент подачи инвестиционной декларации. И капитальные вложения в указанной сумме должны быть произведены в срок, не превышающий трех лет с даты присвоения статуса участника.

Эти условия значительно ограничивают круг предприятий, для которых функционирование ОЭЗ по новым правилам будет выгодно. И если крупные сборочные структуры будут чувствовать себя относительно удобно с принятием законопроекта, то что делать небольшим фирмам? Ведь в Калининградской области действует много сборочных предприятий в сфере мебельного производства и просто малых предприятий, вывозящих свою продукцию на внешний рынок. Создавать новые небольшие сборочные проекты станет невыгодно в предлагаемых условиях.

Кроме того, в проекте федерального закона об Особой экономической зоне в Калининградской области, содержится еще одна скрытая опасность. Она связана с нестабильностью законодательной базы. Сам факт изменения хозяйствующего режима в области способен отпугнуть многих потенциальных инвесторов. Они не один раз подумают, прежде чем вкладывать свой капитал в регион с таким нестабильным законодательным климатом, несмотря на все благоприятные предпосылки.

Итак, Калининградская область обладает хорошими возможностями для международной кооперации в сфере создания сборочных предпринимательских структур. Однако для развития региона необходимо грамотно использовать эти возможности. Существующая политическая позиция федеральной власти относительно такого уникального региона, как Калининградская область, значительно затрудняет процесс интеграции региона в европейскую экономику через создание международных сборочных предпринимательских структур.

Данная статья затрагивает лишь небольшую часть проблем сборочных предприятий – взаимоотношение бизнеса и власти. Следует отметить недостаточную проработанность вопроса экономики организаций сборочного типа в отечественной литературе. Эта тема еще ждет своих исследователей.

Список литературы

1. *Бильчак В.С.* Приграничная экономика. – Калининград: Изд-во КГУ, 2001.
2. *Гольдштейн Г.Я.* Основы менеджмента. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1997.

3. *Иванкова Е.* Какой режим сегодня в зоне (особой экономической)? // Каскад. – 2004. 28 янв.
4. *Степанов А.* Нам и «Philips» по плечу // Бизнес-Балтика. – 2002. – №11.

А.Г. Хасанов,
аспирант КГУ

ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Малое предпринимательство – необходимый элемент рыночной экономики, позволяющий решать важные социально-экономические задачи. Необходимость развития малого предпринимательства в нашей стране диктуется не только спецификой стоящих перед российским обществом задач системного реформирования, но и общемировыми экономическими тенденциями, четко обозначившимися в последней четверти XX столетия. Одной из них является растущая роль «малой экономики» в общем механизме социально-экономического воспроизводства. Начиная с 80-х годов в развитых странах наблюдается значительный рост предприятий малого бизнеса, в котором в настоящее время занято до 50 % активного населения, обеспечивающего 50 – 60 % всего валового продукта этих стран. Следует заметить, что для западной экономической науки 60-х годов была характерна недооценка роли малого бизнеса как существенного фактора развития рыночной экономики. В то время предполагалось, что мелкие предприятия представляют собой не что иное, как пережиток предшествующих ступеней экономического развития, а потому они должны быть либо вообще устранены, либо реорганизованы в более крупные образования. Однако предпринимательский бум, развернувшийся на Западе в 70-е и 80-е годы, заставил западных исследователей отказаться от прежних представлений относительно малого бизнеса. Малые предприятия стали играть лидирующую роль в таких прогрессивных отраслях экономики, как электроника, биотехнология, информационные услуги и т. п. Это означало, что малое предпринимательство приобрело качественно новую роль, став одной из важнейших форм реализации современного этапа научно-технической революции, что делало игнорирование малого бизнеса лишенным каких-либо оснований.

Из анализа современной экономической литературы становится ясно, что без малого бизнеса рыночная экономика не может ни эффективно функционировать, ни развиваться. При этом существует явная взаимосвязь эффективности экономики, уровня общественного благосостояния и уровня развития малого бизнеса. Должна лишь соблюдаться известная сбалансированность между малым и крупным капиталом.

В современной литературе можно выделить ряд общих причин интенсивного формирования и развития малого бизнеса:

– Крупные организационно-технологические изменения, в силу которых меняется соотношение между выгодностью крупномасштабного и мелкого производства. Диверсификация и модернизация крупного частного производства, процессы конверсии и разгосударствления, изменения в отраслевой структуре и структуре занятости населения создают предпосылки для роста малого бизнеса на длительную перспективу.

– Развитие транснациональных рынков, коммуникационных и транспортных систем, которое приводит к усилению конкуренции, изменениям международной схемы разделения труда. Эти обстоятельства приводят к усложнению местных рынков; заставляют предпринимателей искать, разрабатывать и использовать новые ресурсы, открывать и занимать дополнительные рыночные ниши.

В этой ситуации малые предприятия, тесно «привязанные» к региональным и местным рынкам, благодаря гибкости малых организационных форм быстро занимают свободные ниши на рынке и добиваются успеха там, где неэффективны крупные предприятия и корпорации.

– Усиление конкуренции между предприятиями, что проявляет в полную силу достоинства малого бизнеса, и в первую очередь способность приспосабливаться к специфической клиентуре и сложившимся стандартам качества. Предпринимательская активность позволяет малым предприятиям быстро и эффективно удовлетворять специализированный спрос, который сегодня все чаще определяется не только качеством и ценой, но и новизной, современным дизайном изделия или «удобством» услуги.

Воздействие этих факторов создает предпосылки для дальнейшего развития малого предпринимательства в России как на общегосударственном, так и региональном уровнях. Калининградская область в силу специфики своего геополитического положения, с одной стороны, испытывает негативное влияние внешних факторов на экономику региона, а с другой – получает дополнительные возможности для развития малого предпринимательства в области.

В период с начала 90-х годов и до настоящего момента малый бизнес на территории региона развивался неравномерно как по территориальному, так и по отраслевому признакам. Число малых предприятий увеличилось в 2003 году в сравнении с 2002 г. на 12 % и составило 599,21 предприятий на 100 тыс. жителей, что меньше аналогичного показателя по России на 2,36 %, по Северо-Западному федеральному округу на 38,47 % (в то время как в 2000 г. число зарегистрированных малых предприятий на 100 тыс. жителей в Калининградской области превышало общий показатель по России на 24,58 %); доля предприятий, занятых в промышленности, составила около 19 % (в среднем по России этот показатель не превышает 14 %). Ус-

тойчивое увеличение числа малых предприятий отмечается в строительстве и на транспорте, т.е. в отраслях, развивающихся в регионе наиболее динамично. Вместе с тем заметно снизилось количество предприятий в торговле и общественном питании. Удельный вес продукции и услуг, произведенных малыми предприятиями, составил в 2003 году 28 % от общерегионального. Объем произведенных малыми предприятиями продукции и услуг в 2003 году в действующих ценах составил, по расчетам, более 150 % к уровню 2002 года (предыдущий аналогичный показатель – около 143 %) и составил на душу населения 22620 рублей, что выше аналогичного показателя по России на 48,76 %, по Северо-Западному федеральному округу – на 18,85 %. Объем инвестиций в основной капитал малых предприятий в 2003 году более чем в 6 раз превысил уровень 2002 года и составил 771,4 рублей на душу населения, что выше общероссийского показателя на 42,15 %, показателя по Северо-Западному федеральному округу – на 35 %. Общее число занятых в малом бизнесе, по расчетам, не менее 150 тыс. человек, что составляет более 35 % от числа трудозанятого населения области.

В современных условиях малое предпринимательство на территории Калининградской области сталкивается с такими препятствиями, как растущая конкуренция, угрожающий характер внешних изменений, динамизм и нестабильность внешней среды. Все это является предпосылкой для внедрения на малых предприятиях системы стратегического планирования и управления, которая успешно применяется крупными предприятиями (в том числе и российскими) для решения аналогичных задач.

Планирование относится к числу наиболее интенсивно исследуемых проблемных областей в теории экономики предприятия. Оно занимает важнейшее место и в практической деятельности предприятия. На сегодняшний день важность и необходимость осуществления стратегического планирования в условиях современной нестабильной внешней среды, повышения конкуренции и угрожающего характера внешних изменений отмечается большинством авторов, специализирующихся на вопросах управления организацией.

В современной литературе вопросы стратегического планирования на малых предприятиях освещены слабо. Изначально теория и практика стратегического менеджмента была связана с решением задач развития крупных предприятий и корпораций, так как первоначально потребность в создании проработанной системы планирования и управления, направленной на достижение результатов в долгосрочной перспективе, а также возможности ее внедрения появились у крупных организаций. Поэтому многие методы и модели, разработанные в рамках теории стратегического менеджмента, становятся неприемлемыми или малоэффективными для ма-

лых предприятий вследствие ряда ресурсных ограничений, характерных для большинства субъектов малого предпринимательства.

Обобщая выводы исследователей по вопросу об особенностях стратегического планирования на малых предприятиях, можно выделить следующие отличительные черты этого процесса:

– на малых предприятиях в основном отсутствует специализированное подразделение, функционально связанное с планированием, исследованием рынка и т. д.;

– в большинстве случаев интересы собственника и интересы управления объединены в лице руководителя предприятия, который лично принимает решения долгосрочного стратегического характера;

– временные рамки процесса планирования ограничены краткосрочным или среднесрочным периодом;

– малое предприятие, как правило, осуществляет свою деятельность в одной отрасли, и основной стратегией дальнейшего развития является стратегия фокусирования на конкретной зоне хозяйствования;

– в процессе планирования отсутствует разделение на стратегическое и оперативное планирование; при принятии управленческих решений преобладают решения оперативного характера;

– необходимость разработки стратегического плана, системы его реализации и корректировки зачастую ставится руководством предприятия под сомнение, поэтому имеющие стратегически важное значение решения принимаются путем использования неформальных приемов, на основе интуиции и личного опыта руководителя (собственника);

– стратегическое планирование на малом предприятии находится в тесной увязке с инновационной деятельностью предприятия;

– ограниченные инвестиционные, финансовые, кадровые, информационные ресурсы малого предприятия сокращают число возможных стратегических альтернатив.

Необходимо отметить, что структура процесса стратегического планирования для малых предприятий сходна со схемой стратегического планирования на крупных корпорациях. Однако при осуществлении этапов формулировки и анализа стратегических альтернатив, выработки стратегии и системы ее реализации возникают трудности, связанные с отсутствием проработанного инструментария принятия стратегических решений в этой области. На сегодняшний день это во многом является причиной того, что руководители (собственники) малых предприятий при создании стратегического плана полагаются в первую очередь на собственный опыт и интуицию, что не позволяет разработать последовательную систему развития предприятия.

На сегодняшний день стратегическое планирование не востребовано малыми предприятиями нашего региона, что связано с целым рядом при-

чин. Можно выделить ряд основных проблем, с которыми сталкивается методология стратегического планирования при применении на малых предприятиях Калининградской области:

– теоретическая база стратегического планирования на малых предприятиях является не до конца проработанной;

– отсутствуют квалифицированные специалисты в области стратегического менеджмента;

– в организационной структуре предприятий нет функциональных подразделений, ответственных за планирование на предприятии;

– эффективность того или иного стратегически важного решения зачастую оценивается в основном только при сравнении набора финансовых показателей с аналогичными за прошедший период;

– отсутствует необходимая связь между стратегическим и оперативным планированием. Одна из главных причин этого состоит в недостаточной коммуникации стратегических целей в направлении оперативной сферы деятельности. В результате эти цели оказываются не охвачены оперативным планированием, что затрудняет их реализацию в дальнейшем;

– задачи по определению стратегических альтернатив на предприятии не ставятся, а стратегия является просто долгосрочным планом фирмы;

– прорабатываемые альтернативы обычно не выходят за рамки сложившейся конфигурации бизнеса, рассматривая лишь рост по тем или иным параметрам (например, расширение номенклатурного ряда).

На сегодняшний день вопросы дальнейшего развития, стоящие перед малыми предприятиями Калининградской области, требуют проработки теоретической базы, а также практического применения методов и моделей в области стратегического планирования. Особое внимание стоит уделить сочетанию стратегического планирования и инновационной политики малого предприятия, так как малый бизнес по своей сути является инновационным, и именно инновации позволяют малому бизнесу получать конкурентные преимущества в борьбе с более крупными субъектами рынка. Представляет интерес использование программно-целевого метода как инструментария для разработки планов стратегического развития предприятия, позволяющих органично сочетать стратегическое и оперативное планирование на предприятии.

Список литературы

1. *Савтюгин А.Н.* Стратегическое планирование для малого и среднего бизнеса – упрощенный подход к трудоемкой работе // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 1.

2. *Малое* предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее/ Под ред. Б.Г. Ясина, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буева. — М.: Фонд «Либеральная миссия», 2003.

3. *Полищук Р.М.* Малое предпринимательство как объект стратегического планирования в регионе // Программно-стратегические аспекты развития эксклавного региона России: Сб. статей / Калинингр. ун-т. – Калининград, 1999.

4. *Калининградская* область 2004: Краткий стат. сб. – Калининград: Облстатуправление, 2004.

Д.А. Фимушкин,
соискатель КГУ

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ

В общей концепции реформирования российской экономики малый бизнес, предпринимательство должны становиться основной базой формирования региональной структуры местного хозяйства и его финансирования. Поэтому поддержка этого сектора экономики должна осуществляться на федеральном, региональном и муниципальном уровнях власти и управления. Состояние и развитие малого предпринимательства в последние годы стало рассматриваться как показатель качественных изменений в структуре экономики страны. Оно в значительной мере определяет формирование конкурентной среды, насыщение рынка товарами и услугами, укрепление налоговой базы бюджета, занятость населения, увеличение производимой продукции в валовом внутреннем продукте государства.

В стране сформирована система государственной поддержки малого предпринимательства на федеральном, региональном и муниципальном уровнях власти. Более чем в 74 субъектах Российской Федерации действуют структуры в составе органов исполнительной власти, осуществляющие поддержку малого предпринимательства.

Однако реальная государственная поддержка малого предпринимательства самими предпринимателями оценивается как «слабая и непоследовательная». Отсутствует стабильность финансирования как федеральных, так и региональных программ поддержки предпринимательства.

В связи с этим представляется достаточно интересным рассмотреть направления основных усилий муниципалитета г. Калининграда в области поддержки и развития предпринимательства. В рамках деятельности муниципального образования (МО) «Калининград» разрабатывается стратегия его развития на период до 2010 года, призванная разрешить основные проблемы, стоящие перед городом. Здесь конечной целью местной экономической политики служит рост качества жизни населения путем создания надежной налоговой базы для муниципального бюджета, позволяющей реализовывать необходимые социальные программы и обеспечивать эффективную занятость.

Муниципальная социально-экономическая политика реализуется в настоящее время через «локальные политики», в частности через поддержку эффективного предпринимательства и формирование органами местного самоуправления партнерских отношений с бизнесом.

«Стратегия социально-экономического развития Калининграда на долго– и среднесрочную перспективы предусматривает прежде всего: реформирование системы местного управления; повышение эффективности использования внутренних ресурсов, активов города; создание «правил» (правовых норм) деятельности хозяйствующих субъектов различных форм собственности; совершенствование градостроительного регулирования; создание благоприятного хозяйственного климата в городе»[1].

«Основной формой протекционизма со стороны мэрии должна стать ликвидация препятствий для предпринимательской деятельности всех отраслей и инвесторов. Одним из препятствий может стать необоснованное завышение тарифов естественными монополистами, что лишает конкурентных преимуществ все отрасли экономики Калининграда. Поэтому формирование эффективной конкурентной среды в городе предполагает в качестве одного из важных условий создание системы постоянного контроля и выработки предложений по регулированию естественных монополий. Как приоритетная задача необходимо обеспечение равнодоступности услуг естественных монополий и исключение ущемления интересов потребителей их продукции и услуг» [1].

Принцип равнодоступности должен быть применен и при распределении городских заказов и осуществлении закупок из бюджета. Для этого необходимо продолжить работу по созданию соответствующих нормативных документов и системы информирования о распределяемых и предоставляемых городом заказах и ресурсах и о порядке участия в конкурсных процедурах для их получения. Требуют отладки и методы взаимодействия хозяйствующих субъектов с регулирующими и контролирующими службами и органами мэрии.

Именно сценарий модернизации, заложенный в Стратегию развития города, позволит достичь цели радикального повышения уровня жизни населения на основе самореализации каждого гражданина, снижения социального неравенства, сохранения независимых и культурных ценностей. В обществе должно возобладать оптимистическое мировосприятие, должно восстановиться практически полностью утраченное доверие между гражданами и властью, между гражданами и бизнесом, между бизнесом и властью.

Для широкомасштабной модернизации экономики муниципального образования предусмотрено создание условий благоприятного инвестиционного и предпринимательского климата, который позволит проводить предсказуемую и стимулирующую рост макроэкономическую политику, продолжить осуществление структурной перестройки экономики.

В этом контексте особенно актуальной становится роль предпринимательской деятельности и необходимость создания условий ее развития в системе местного самоуправления.

«Основой развития современной рыночной экономики, а следовательно, территориального развития является предпринимательская деятельность хозяйствующих субъектов, определяемых как категория физических и юридических лиц, ведущих хозяйственную деятельность» [2].

В условиях сдержанных темпов проведения реформ в России (слабого развития вторичного фондового рынка, недостаточно привлекательной налоговой, инвестиционной политики) развитие предпринимательства должно быть одной из основных, если не самой главной, забот органов местного самоуправления.

«Поддержка предпринимательства является в первую очередь задачей регионов и муниципалитетов. Получив большую самостоятельность, регионы вышли из под опеки центральных органов, а местное самоуправление вовсе выделено в самостоятельный институт публичной власти, не находящейся в подчинении государственной. Поэтому задача экономического и социального развития территории в условиях формирующегося рынка полностью легла на субъекты Федерации и муниципальные образования» [2].

При формировании Программы поддержки предпринимательства была учтена успешная практика предпринимательской деятельности представителей калининградского бизнес-сообщества, объединившихся в Балтийский деловой клуб. Это позволило очертить ряд задач в проекте «Программы поддержки предпринимательства в МО «Калининград»:

1. Обеспечение благоприятного предпринимательского климата, снятие нормативно-правовых, административных и организационных барьеров, препятствующих эффективному развитию и функционированию малого предпринимательства.

2. Облегчение доступа субъектов малого предпринимательства к финансовым ресурсам, в том числе через привлечение внебюджетных средств, развития лизинга оборудования и технологий» [3].

С учетом этих предложений, в Программе должно быть предусмотрено изменение муниципальной политики образования.

Программа поддержки предпринимательства в МО «Калининград» включает следующие разделы:

1. Анализ ситуации.
2. Цель, задачи и принципы формирования Программы.
3. Основные разделы мероприятий Программы.
4. Механизм реализации Программы.
5. Ресурсное обеспечение Программы.

6. Оценка эффективности реализации Программы.

7. Основные мероприятия по реализации Программы.

По результатам анализа деятельности малого бизнеса и предпринимательства осуществляющего свою деятельность на территории МО «Калининград», были выявлены основные проблемы, сдерживающие его развитие.

На региональном уровне:

- административно-бюрократические препятствия;
- недостаток инвестиционных ресурсов;
- трудности с источниками финансирования малого бизнеса;
- отсутствие четких целей и стратегии в отношении развитии малого бизнеса в городе;
- устаревшее оборудование;
- высокие транспортные расходы при перевозках в и из России вследствие необходимости транзита через два государства;
- качество продуктов не соответствует требованиям ЕС;
- отсутствие опыта работы в секторе услуг и недостаток знаний о потребностях потребителей;
- недостаточно благоприятный для местных производителей порядок происхождения товаров;
- усложненные таможенные процедур.

На городском уровне:

- недостаточная или низкокачественная инфраструктура;
- недостаточное институциональное развитие;
- административные барьеры;
- недостаточные конкурентные стимулы для инвесторов;
- несовершенная нормативно-правовая база;
- недостаточная информационная поддержка;
- экономическая политика;
- банковская и финансовая система;
- недостаточность поддерживающих услуг для предпринимательства.

Хорошо известно, что инновационное предпринимательство, особенно в области высоких технологий, в значительной мере определяет тип и уровень развития территориальной экономики. Чем больше удельный вес инновационного предпринимательства в региональной (городской) структуре малого бизнеса, тем сильнее проявляются постиндустриальные тенденции в экономике, тем лучше здесь инновационный климат.

Центральной задачей коммерциализации научных результатов является развитие на территории муниципального образования комплексной системы поддержки инновационной деятельности в научно-технической сфере.

Реализация такой программы основана на развитии уже существующих и апробированных организационных форм поддержки инновационной деятельности, создания новых элементов инфраструктуры и интеграции их в единую скоординированную систему поддержки инновационной деятельности в городе.

В рамках развития инфраструктуры поддержки развития предпринимательства на муниципальном уровне в Калининграде, представляется реальным создание Городского бизнес-центра и Инновационного технопарка.

Рассматривая возможные результаты реализации Стратегии развития МО, Программы поддержки малого бизнеса и предпринимательства в Калининграде, необходимо предусмотреть мероприятия по мониторингу и контролю, позволяющие своевременно вносить, при необходимости, коррективы в эти документы для оптимизации результатов. В частности, представляется логичным предусмотреть ряд критериев по оценке эффективности реализации Программы:

– изменение удельного веса малых предприятий;

– изменение доли налоговых поступлений в городской бюджет от субъектов малого предпринимательства;

– изменение показателей, характеризующих занятость населения;

– увеличение числа объектов городской инфраструктуры, направленных на создание благоприятной среды обитания горожан.

В заключение отмечу, что у города уже имеется опыт реализации «Стратегии социально-экономического развития Калининграда в 2000 – 2002 гг.» и в новой Стратегии необходимо будет с его учетом обеспечить преемственность выбранных ранее ориентиров и направлений развития МО, и в частности:

– усиление роли муниципалитета по целенаправленной поддержке вновь образованных фирм;

– формирование доброжелательного отношения к предпринимателям на территории муниципалитета, что способствует улучшению инвестиционного климата и привлечению капиталов;

– вовлечение в хозяйственный оборот неиспользуемых производственных площадей;

– создание условий для легализации «теневого» бизнеса;

– обеспечение структурных сдвигов в индустриальном секторе, направленных на рост занятости на высокооплачиваемых, высококвалифицированных рабочих местах, рост объемов конкурентоспособной продукции промышленности, освоение новых технологий (девиз «от отверточных к стопроцентно отечественным технологиям»).

Список литературы

1. Стратегия социально-экономического развития Калининграда в 2000 – 2002 гг. – Калининград: БИЭФ, 2000.

2. *Развитие* предпринимательства в системе самоуправления. – М.: Муниципальная власть, 2000.

3. *Комплексная* Программа развития и поддержки предпринимательства в городе Калининграде на 1999 – 2002 г. – Калининград: Балтийский деловой клуб, 1999.

4. *Бизнес*-инкубаторы в системе поддержки малого бизнеса: российский и зарубежный опыт. – М.: ОСТ-Евро, 2001.

5. *Ивченко В.В.* Программно-стратегическое развитие приморского региона России (теория, методология, практика). – Калининград: Изд-во КГУ, 2003.

6. *Комплексная* Программа развития и поддержки предпринимательства в городе Калининграде на 1999 – 2002 г. – Калининград: Балтийский деловой клуб, 1999.

7. *Стратегия* социально-экономического развития Калининградской области на период 2003 – 2010 гг. / Администрация Калининградской области. – Калининград, 2002.

8. *Стратегия* социально-экономического развития Калининграда в 2000 – 2002 гг. – Калининград: БИЭФ, 2000.

9. *Развитие* предпринимательства в системе самоуправления. – М.: Муниципальная власть, 2000.

10. *Экономическая* политика государства в начале XXI века и проблемы развития предпринимательства. – СПб.: СЗАГС, 2002.

Д.С. Гурова,
аспирантка

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫХ ФОРМ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И В ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКЕ ГЕРМАНИИ

Мировая историческая практика развития рыночной экономики показывает, что данный процесс наряду с другими факторами в значительной степени характеризуется необходимостью постоянного балансирования между интересами основных действующих субъектов – государства и предпринимателей. Основополагающим инструментом достижения данного баланса являются правовые нормы, которые, как писал еще И. Кант, являются условиями, создающими возможность объединения произвольных интересов различных субъектов согласно единому Закону свободы. Именно от их грамотной и продуманной разработки, учитывающей реалии социально-экономической жизни, от их практической реализации, санкционированной разумными механизмами, зависит возможность установления и сохранения данного баланса между участниками рыночных отношений.

Опыт многих стран по формированию правовых основ рыночной экономики свидетельствует о том, что процесс этот весьма сложен, требует

учета и соблюдения значительного количества различных факторов, критериев, тенденций и условий. Здесь представляется целесообразным обратиться к примеру государств, в которых в процессе многолетнего развития рыночных отношений были выработаны определенные механизмы и правила, направленные на достижение данного баланса. В этом смысле значительный интерес представляет опыт Федеративной Республики Германии, становление экономики которой, особенно в послевоенный период, было также непростым.

Основополагающие условия функционирования субъектов предпринимательской деятельности устанавливаются правовыми нормами, регламентирующими организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности.

Подлинной основой жизни стран с развитой рыночной системой хозяйствования является малое и среднее предпринимательство. Значение малого и среднего бизнеса в рыночной экономике подтверждается тем фактом, что в промышленно развитых странах малому и среднему предпринимательству по ряду показателей принадлежит заметное, а зачастую и ведущее место: на него приходится до 80 – 95 % количества всех предприятий и до 65 – 70 % валового национального продукта. В Российской Федерации в 2001 году доля малого бизнеса во внутреннем валовом продукте составила лишь около 10 % [1].

Понятие «малое и среднее предпринимательство» связано прежде всего с критериями величины хозяйствующего субъекта. Согласно принятой 6-го мая 2003 г. Рекомендации Комиссии Европейского союза (ЕС) 2003/361/EG, к средним предприятиям относятся хозяйствующие субъекты, характеризующиеся следующими показателями:

– количество занятых работников до 250 человек;

– годовой оборот менее 50 млн евро;

– сумма баланса менее 43 млн евро.

К малым предприятиям в ЕС относятся предприятия, не превышающие следующих показателей:

– количество занятых работников до 50 человек;

– годовой оборот менее 10 млн евро;

– сумма баланса менее 10 млн евро.

Дополнительно введено понятие «микропредприятия», к которым отнесены предприятия со следующими характеристиками:

– количество занятых работников до 10 человек;

– годовой оборот менее 2 млн евро;

– сумма баланса менее 2 млн евро.

Данная Рекомендация 2003/361/EG подлежит применению в странах-членах ЕС с 1 января 2005 года.

В соответствии с Законом РФ от 14 июня 1995 года № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%; доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25%, и в которых при этом средняя численность работников за отчетный период не более: в промышленности – 100 человек, в строительстве – 100 человек, на транспорте – 100 человек, в сельском хозяйстве – 60 человек, в научно-технической сфере – 60 человек, в оптовой торговле – 50 человек, в розничной торговле и бытовом обслуживании – 30 человек, в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек.

Наиболее распространенными организационно-правовыми формами малых и средних предприятий в РФ наряду с индивидуальными предпринимателями являются хозяйственные товарищества и общества с ограниченной ответственностью. Правовое положение хозяйственных товариществ закреплено в ст. 67 – 86 Гражданского кодекса (ГК) РФ. В соответствии с российским законодательством хозяйственные товарищества могут создаваться в форме как полных, так и товариществ на вере (коммандитных). К преимуществам полного товарищества можно отнести в первую очередь возможность аккумулирования значительных средств в относительно короткие сроки, право каждого члена заниматься предпринимательской деятельностью от имени товарищества наравне с другими, достаточно высокая степень доверия у кредиторов и хозяйственных партнеров. Наиболее распространенными участниками имущественных отношений в рыночной экономике являются хозяйственные общества. Правовой статус хозяйственных обществ регламентирован в статьях 87 – 106 ГК РФ. Число участников ООО не должно превышать предела, установленного Законом РФ от 8 февраля 1998 года № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (50 участников). Преимуществами ООО является прежде всего возможность быстрого аккумулирования средств, возможность создания общества одним лицом, ограниченная ответственность участников общества по обязательствам общества (что в то же время делает ООО менее привлекательным для кредиторов).

Наиболее распространенными организационно–правовыми формами осуществления предпринимательской деятельности в сфере малого и среднего бизнеса в ФРГ являются: открытое торговое общество (OHG), правовое положение которого регламентируется ст. 105 Торгового уложения Германии (HGB) [2], и общество с ограниченной ответственностью

(GmbH), правовой статус которого закреплен в ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [3].

Открытое торговое общество является одной из организационно-правовых форм, основанных на объединении лиц с целью осуществления предпринимательской деятельности. Согласно ст. 128 Торгового уложения участники открытого торгового общества несут неограниченную солидарную ответственность по обязательствам общества личным имуществом. Требования кредиторов могут быть предъявлены как к обществу, так и к его участникам в отдельности, поэтому использование формы открытого торгового общества предполагает наличие взаимного доверия между участниками. В связи с этим такая форма организации, как правило, пользуется доверием деловых партнеров и кредитных организаций. Простая организационная структура Открытого торгового общества снижает до минимума управленческие расходы и обеспечивает высокую степень подвижности в деловом обороте. Данные положительные черты присущи и соответствующей организационно-правовой форме в российском законодательстве – полному товариществу.

Широкое распространение и популярность в Германии имеет такая организационно-правовая форма ведения предпринимательской деятельности на основе объединения капиталов, как общество с ограниченной ответственностью (GmbH). Размер уставного капитала подлежит закреплению в учредительном договоре и должен составлять не менее 25 тыс. евро. Организационная форма ООО (GmbH) удобна для малых и средних предприятий с ограниченным числом участников, так как не предписывается создание наблюдательного совета и контроль более узок. Поскольку общество с ограниченной ответственностью, являясь объединением капиталов, обладает собственной правоспособностью, между личным имуществом участников и имуществом самого общества существует правовое деление. В ст.13, абзац 2 ФЗ «Об обществе с ограниченной ответственностью» содержится идентичное ст. 87 ГК РФ положение о том, что участники общества не отвечают своим личным имуществом по обязательствам общества. В отличие от открытого торгового общества, которое является объединением лиц, для общества с ограниченной ответственностью, которое является объединением капиталов, немецкое законодательство предусматривает обязательное ежегодное опубликование отчетов о результатах ведения дел для всеобщего сведения.

Таким образом, как в РФ, так и в ФРГ наиболее распространенными организационно-правовыми формами осуществления малого и среднего бизнеса являются полное товарищество и ООО. Акционерные же общества как форма ведения малого и среднего бизнеса в обеих странах не получили широкого распространения. Одним из негативных последствий данной

объективной тенденции стала недоступность рынка собственного капитала для малых и средних предприятий, что в свою очередь привело к нехватке собственных средств [4]. В целях изменения данной ситуации в ФРГ в августе 1994 года был принят ФЗ «О малых акционерных обществах и о либерализации права акционерных обществ». Согласно данному закону для малых или так называемых закрытых АО был введен целый ряд упрощений и льгот при создании и функционировании, с тем, чтобы сократить расходы на создание юридического лица и на обеспечение отчетности. С введением данного ФЗ правовая форма АО стала во многом более привлекательной для малого и среднего предпринимательства. Представляется целесообразным введение и в российском законодательстве правовых норм, способствующих распространению организационно-правовых форм АО и ЗАО среди малых и средних предприятий.

Представленный краткий сравнительный анализ позволяет сделать вывод о том, что правовые нормы корпоративного законодательства обеих государств содержат как способствующие развитию малого и среднего предпринимательства, так и усложняющие его осуществление предписания. Стремление же германского законодателя к совершенствованию правовых условий для предпринимательской деятельности является более ярко выраженным и последовательным. В целях достижения устойчивого баланса между интересами государства и бизнеса усиление подобной тенденции представляется целесообразным и в условиях нашего государства.

Список литературы

1. *Сидоров Р.Ф.* Правовое регулирование малого бизнеса / Современный гуманитарный университет. – М., 2003.

2. *Handelsgesetzbuch* vom 10. Mai 1897 (RGBl. S. 219), zuletzt geändert durch Gesetzes vom 24.08.2002. *Торговое Уложение* Германии от 10 мая 1897, последние изменения внесены ФЗ от 24 августа 2002 // Собрание немецкого законодательства. – Мюнхен, 2003. – № 50.

3. *GmbH-Gesetz* vom 01.01.1892 in der Fassung vom 13.05.1981 (BGBl. I S. 840). *ФЗ* «Об обществах с ограниченной ответственностью» в ред. ФЗ от 13.05.1981 г. //Собрание Федерального законодательства. Т. 1.

4. *Ebke W. F.* Going international von kleinen und mittleren Unternehmen // Recht der Internationalen Wirtschaft, Heft 4/2004. – S. 247.

Научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННО-СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЭКСКЛАВНОГО РЕГИОНА РОССИИ

Материалы к годовому научному семинару
преподавателей, аспирантов и студентов кафедры
экономики народного хозяйства КГУ

Редактор Н.Н. Мартынюк. Корректор Н.Н. Генина.
Оригинал-макет подготовлен Т.А. Гайдюковой

Подписано в печать 22.11.2001 г. Бумага для множительных аппаратов.
Ризограф. Формат 60×90 $^{1}/_{16}$. Гарнитура «Таймс».
Усл. печ. л. 2,5. Уч.-изд. л. 2,2. Тираж 150 экз. Заказ .

Издательство Калининградского государственного университета,
236041, г. Калининград, ул. А. Невского, 14