

А. Т. ЗАТИКЯН

А. А. ДАНИЕЛЯН

Институт экономики им. М. Котаняна НАН РА, г. Ереван

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ АРМЕНИИ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 45(2), с. 113—117

Рассматриваются проблемы, с которыми малые и средние предприятия сталкиваются на внешнем рынке и которые существенно сказываются на масштабах и эффективности их деятельности в этом направлении.

Экономические связи малых и средних предприятий с зарубежными партнерами являются достаточно актуальным вопросом. Малый и средний бизнес ориентируется преимущественно на нужды своего региона, но все чаще предпринимаются попытки выхода на внешний рынок. Как следствие, возрастает актуальность выбора адекватных форм, методов и механизмов осуществления внешнеэкономической деятельности, а также создания соответствующей инфраструктуры.

Малое и среднее предпринимательство представляет слой мелких собственников, которые в значительной мере определяют социально-экономический облик страны, образуют самую разветвленную сеть предприятий, работающих в основном на массового потребителя товаров и услуг. Сочетание с небольшими размерами, технологической, производственной и управленческой гибкостью позволяет малым предприятиям чутко реагировать на меняющуюся конъюнктуру рынка.

По состоянию на 2013 год в Армении действует 73,9 тыс. малых и средних предприятий. Из общего числа зарегистрированных предприятий на долю малых и средних пришлось более 98 %. Налоги, пошлины и другие обязательные выплаты малых и средних предприятий составляет 234,877 млн драм. Доля населения республики, занятого в малых и средних предприятиях, составляет

42,9 %. Удельный вес малого предпринимательства в Армении в экспортной торговле составляет около 17,5 %. Удельный вес малого и среднего бизнеса в производстве ВВП составляет 43 % [1].

В РА развитие малого и среднего предпринимательства преследует цель смягчить социальную напряженность, частично решить проблему занятости созданием новых рабочих мест, развивать промышленное производство, основанное на использовании местных сырьевых ресурсов и на переработке сельскохозяйственного сырья, ремесленничество, сферу обслуживания, услуг и т. д. Для поддержания малого и среднего предпринимательства необходимо снизить налоговое бремя, создать свободные экономические зоны, а также снизить таможенные пошлины на ввоз новых технических средств, что позволит в условиях кризиса за небольшие средства модернизировать экономику страны.

Следует отметить, что в отличие от крупного предпринимательства, использующего преимущественно прямые капиталовложения с созданием представительств и филиалов за рубежом, малый бизнес успешно осваивает новые формы мировой торговли.

Привлечение предпринимательства к международному сотрудничеству имеет особое значение как с точки зрения использова-

ния выгод и преимуществ международного разделения труда, так и с точки зрения освоения современных методов работы на рынке, включения в международные инвестиционные процессы, а также внедрения в хозяйственный оборот последних достижений технического прогресса. Использование малым и средним бизнесом этих положительных тенденций тормозится наличием большого числа проблем в области нормативно-правовой базы, регулирующей хозяйственную деятельность малого и среднего предпринимательства, наличия административных барьеров, налогового бремени и т. д.

В современных условиях Армении приоритетной задачей является стимулирование экспорта, особенно учитывая узость внутреннего рынка. Далее надо учесть, что наш рынок мал не только в физическом, но и в финансовом смысле в силу низкой платежеспособности населения.

Объем внешнеторгового оборота в Армении в январе–декабре 2014 года составил около 5920,9 млн дол. – рост по сравнению с тем же периодом 2013 года составил 1 %. Объем экспорта за год возрос на 2,7 %, а объем импорта – на 0,4 %. Объем импорта, кстати, к концу года тоже стал снижаться ударными темпами, что и понятно при таком розничном торговом обороте [2, 8].

Малые и средние предприятия на внешнем рынке сталкиваются с трудностями, которые существенно сказываются на масштабах и эффективности их деятельности в этом направлении. Так, им весьма непросто адаптироваться к качественно новому уровню конкуренции, с которым приходится иметь дело на мировом рынке. Последний, как правило, предъявляет более высокие требования к продукции с точки зрения качества, дизайна, новизны изделия. Кроме того, успешной реализации товаров за рубежом часто препятствует то, что неправомерно бытует застарелое негативное отношение ко всему, как некачественному, непригодному к использованию. Там сложились устойчивые стереотипы по поводу перманентных недостатков в организации послепродажного обслуживания наших изделий, низкого уровня

их технической документации, несоответствия современным эстетическим нормам.

Следует отметить, что многие малые и средние предприятия еще не подготовлены к успешной деятельности на внешних рынках, не имеют необходимых навыков, плохо разбираются в конъюнктуре мировых рынков и не знакомы с комплексом организационных и правовых вопросов, связанных с продвижением и реализацией товара за рубежом. Их поставки за рубеж носят эпизодический характер и основываются нередко на инициативе руководителей или отдельных работников малых и средних предприятий. Помимо этого, выход на зарубежные рынки сбыта требует крупных первичных инвестиций, обеспечение которых является большой проблемой для большинства малых и средних предприятий.

Необходимо определить для нашей страны круг отраслей и производств, перспективных с точки зрения экспорта, и выделить отрасли, экспортный потенциал которых должен быть использован в первую очередь.

В Армении предпочтение должно быть отдано отраслям с преобладанием продукции с высокой долей добавленной стоимости и низкими транспортными расходами. Наиболее перспективными можно считать электронику и область информационных технологий. Далее перспективы имеют также электроника и инструментальное производство (учитывая наличие соответствующих кадров и традиций).

Анализ структуры экспорта за 2013 г. свидетельствует о снижении в нем недргоценных металлов и изготовленных из них изделий (20,9 %). Потенциал этой отрасли можно считать исчерпанным, поскольку она работает в основном на привозном сырье (причем уже сейчас испытывает нехватку в нем) и почти не влияет на улучшение платежного баланса, поскольку рост экспорта может быть достигнут лишь за счет роста импорта. В структуре экспорта выделяется также минерально-сырьевая продукция (27,6 %), а также производство готовой продукции (20,9 %), драгоценные и полудрагоценные камни, драгоценные металлы и изделия

из них (12,7 %) [3, 125]. Эта отрасль имеет значительные неиспользованные резервы, связанные с комплексным извлечением из медных и молибденовых руд всех полезных компонентов, а также попутных компонентов, расчетная цена которых в десятки раз превосходит цены основных компонентов. Для решения данной проблемы требуются инвестиции в строительство металлургических заводов, способных извлекать из руд все имеющиеся в концентратах компоненты, а также очищать их до уровня мировых стандартов. Указанная продукция (при условии внедрения технологий, учитывающих фактор экологической безопасности) значительно повысит экспортный потенциал отрасли. Таким образом, в перспективе на первый план выходят следующие основные задачи:

- последовательное создание условий для наращивания экспорта готовой, прежде всего наукоемкой продукции и услуг;
- максимально возможная мобилизация ресурсов минерально-сырьевого экспорта как важного источника валютных поступлений.

Необходимо разработать экономические механизмы для поддержания экспортно-ориентированных предприятий внутри страны и на внешних рынках, а также в вопросе содействия процессом консолидации и укрепления предпринимательских структур, занимающихся внешнеторговым бизнесом. В частности, целесообразно создать специальную внешнеторговую организацию, которая сможет обеспечить централизованный экспорт по всей номенклатуре продукции, что особенно важно для мелких и средних предприятий.

Таким образом, основная проблема состоит в возможном росте экспорта местной продукции и услуг, что зависит от обеспечения их конкурентоспособности на мировом рынке. Основные трудности, с которыми столкнется страна, следующие:

- товары местного производства могут оказаться неконкурентоспособными по цене из-за их высокой себестоимости за счет дороговизны энергии, больших

транспортных затрат, высоких процентов за кредит;

- изменения в сертификации продукции и технологических процессов, необходимость приведения их в соответствии с международными нормами, что является достаточно дорогостоящей процедурой, – это означает, что многие малые и средние предприятия не смогут собственными силами справиться с этой задачей;
- неразвитость финансовых институтов (рынка ценных бумаг, инвестиционных, страховых, пенсионных фондов) и наличие значительного количества убыточных предприятий при слабом применении процедуры банкротства вызывает рост взаимных неплатежей, ослабление финансовой системы и снижение эффективности национальной экономики в целом, затрудняет ее переориентацию на внедрение новых технологий;
- высокая ставка налога на добавленную стоимость обуславливает повышенные цены на местные товары, снижая их конкурентоспособность (известно, что дешевизна американских товаров отчасти объясняется необложением этим видом налога);
- проводимая в странах-членах ВТО политика таможенного протекционизма для защиты внутренних рынков может явиться дополнительным препятствием для экспорта наших товаров в указанные страны.

Анализ структуры армянского экспорта показал, что производство экспортной продукции осуществляется преимущественно на крупных предприятиях, в вывозе основных экспортных товаров доля самостоятельных участников малого бизнеса незначительна, по остальным группам армянского товарного экспорта участие малых предприятий более вероятно. Именно в этой группе рынка действуют развивающиеся малые предприятия. Участие в экспортных операциях выводит эту группу малого бизнеса на качественно другой уровень деятельности, создает условия для укрепления финансовой устойчиво-

сти, обеспечивает их дальнейшее развитие и совершенствование. Однако примеры такого рода развития малого бизнеса в нашей стране пока еще единичны.

Итак, хотя и нет возможности определить участие малого и среднего бизнеса во внешнеторговых операциях, представляется, что по своему объему оно довольно заметно. Их вклад еще более весом, если принять во внимание участие малых предприятий в других сферах деятельности, связанных с внешнеэкономическим комплексом Армении, прежде всего в инновационной сфере, туризме и других.

В последние годы высокими темпами набирает силу интернет-торговля, представляющая собой заключение договоров с использованием компьютерных средств, а также телекоммуникаций любых сделок на поставку товаров (услуг), включая дистрибьюторские соглашения, а также коммерческое представительство и агентские соглашения, предоставление консультативных услуг, куплю-продажу лицензий, инвестирование и финансирование, банковские услуги, страхование и др.

Для малого бизнеса эта форма торговли может стать особенно приемлемой в силу существенного сокращения расходов на проведение торговых операций, а также смягчения проблем регионов и предприятий, находящихся в невыгодном географическом положении. Прямые контрактные отношения участников рынка будут способствовать значительному росту количества участников, а малые и средние фирмы смогут успешно конкурировать на международных рынках в

связи с улучшением информированности о возможностях выхода на рынок в том, что касается цен, качества товаров и услуг, условий их поставки.

Таким образом, в республике остро стоит проблема повышения роли малого и среднего предпринимательства вообще и во внешнеэкономических связях в частности. После присоединения Армении к Евразийскому экономическому союзу был заключен ряд договоров, в результате чего произошли изменения в налоговом и таможенном законодательствах страны и начал действовать Таможенный кодекс ЕАЭС.

Внесены изменения в таможенные процедуры при ввозе и вывозе товаров, определении таможенной стоимости товаров, начислении таможенных пошлин и т. д.

В качестве одной из важных проблем, вставших перед ИТ-сферой Армении после ее вступления в ЕАЭС, возможную утечку ИТ-кадров из Армении в страны союза.



Литература

1. SMEs in Figures [Electronic resource] // Small And Medium Entrepreneurship Development National Center. – Access mode: http://www.smednc.am/hy/smes_in_figure.html
2. Джулакян Анаит. Покупать некому или не на что? [Электронный ресурс] / Анаит Джулакян // Деловой экспресс. Экономическая газета Армении. – 2015. – № 03 (1094). – 30 января. – Режим доступа: http://www.express.am/article/03_1094/view/pokupat-nekomu-ili-ne-na-chto.html
3. Социально-экономическое положение Республики Армения в январе–декабре 2013 г.: Информационно-аналитический ежемесячный доклад (на арм. яз.). – Ереван: Нац. статистическая служба РА, 2014.

В аспекте выхода на внешний рынок малого бизнеса Республики Армения представлен анализ форм торговли, структуры экспорта, соответствующих организационных проблем. Многие малые и средние предприятия еще не подготовлены к успешной деятельности на внешних рынках, не имеют необходимых навыков, плохо разбираются в конъюнктуре мировых рынков и не знакомы с комплексом организационных и правовых вопросов, связанных с продвижением и реализацией товара за рубежом.

В аспекті виходу на зовнішній ринок малого бізнесу Республіки Вірменія подано аналіз форм торгівлі, структури експорту, відповідних організаційних проблем. Багато малих та середніх підприємств ще не підготовлені до успішної діяльності на зовнішніх ринках, не мають необхідних навичок, слабо розбираються в кон'юктурі світових ринків і не знайомі з

комплексом організаційних і правових питань, пов'язаних з просуванням і реалізацією товару за кордоном.

The article discusses the issues that small and medium-sized enterprises (SME) face in foreign markets: difficulties that negatively affect efficiency of their performance and economies of scale. Analysing the structure of export and trade forms, author make the conclusion, that many SMEs are not ready to compete effectively in foreign markets, lack required skills and capabilities, and knowledge on foreign market insights and various organizational and legal issues associated with the promotion and sales of goods in foreign markets.

Надійшла 23 березня 2015 р.