

РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

МКРТИЧЯН НАРИНА ГРИГОРЬЕВНА

**СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТОМ ТОВАРОВ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ
ЭФФЕКТИВНОСТИ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЭКСПОРТА
ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ РА)**

ДИССЕРТАЦИЯ

**на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 08.00.02 – Экономика и управление народным
хозяйством (по отраслям и сферам)**

**Научный руководитель:
доктор экономических наук, профессор
Суварян Арзик Михайлович**

ЕРЕВАН – 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТОМ ТОВАРОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ОСОБЕННОСТИ ЕГО РАЗВИТИЯ В РАЗВИТЫХ И РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ	
1.1. Сущность, экономическая роль и вопросы развития малого и среднего бизнеса в современном мире.....	8
1.2. Особенности формирования стратегии управления экспортом товаров малого и среднего бизнеса.....	13
1.3. Сравнительный анализ состояния малого и среднего бизнеса в развитых и развивающихся странах.....	23
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
2.1. Современное состояние и перспективы развития малого и среднего бизнеса в РА.....	33
2.2. Государственная политика развития малого и среднего бизнеса в РА.....	39
2.3. Экспортная деятельность малого и среднего бизнеса РА и вопросы его финансовой поддержки.....	46
ГЛАВА 3. ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТОМ ТОВАРОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РА	
3.1. Особенности развития экспорта продовольственной продукции, произведенной малым и средним бизнесом РА.....	60
3.2. Разработка концепции формирования посреднических экспортных организаций для повышения эффективности стратегии управления экспортом товаров малого и среднего бизнеса РА.....	75
3.3. Разработка методики оценки эффективности взаимодействия посреднических экспортных организаций с субъектами малого и среднего бизнеса РА.....	91
ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ.....	110
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	113
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	124
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	126
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....	128
ПРИЛОЖЕНИЕ 4.....	130

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В современном мире важной составляющей рыночной экономики является малый и средний бизнес (МСБ), объединяющий жизненные интересы основной массы населения, вовлеченной в повседневную трудовую деятельность. С развитием малого и среднего бизнеса создаются дополнительные рабочие места, оптимально используются местные сырьевые ресурсы, расширяется потребительский сектор, рынок насыщается товарами и услугами. Во многих странах мира малый и средний бизнес обеспечивает основную долю ВВП, доминируя как по количеству в общем числе предприятий, так и по объемам произведенного товара и оказываемых услуг.¹

Ввиду насыщенности внутреннего рынка, спрос на котором ограничен, а также постоянно возрастающего стремления производителей достичь максимальных объемов продаж, организация экспорта произведенной продукции становится ключевым фактором успеха в современном бизнесе.

Объемы продаж на внешнем рынке, однако, ввиду усиленной конкуренции, во многом зависят от уровня конкурентоспособности продукции, для чего необходимо качественное сырье и современное оборудование, приобретение которого требует существенных финансовых вложений. В мировой практике применяются эффективные методы финансирования, которые позволяют даже при недостатке финансовых средств приобрести необходимое в производственном процессе оборудование.

Отметим, что малый и средний бизнес часто, из-за присущих ему многочисленных проблем, не в силах самостоятельно экспортировать произведенную продукцию.

В мировой практике осуществляются различные способы экспорта, наиболее распространенными из которых являются прямой, когда производитель сам экспортирует произведенную продукцию, без вмешательства посредников, и косвенный, осуществляемый при помощи посредников. Практика взаимодействия субъектов МСБ с экспортными посредниками очень распространена в современном мире и широко применяется в различных странах.²

Участие малого и среднего бизнеса РА в экспорте страны не является значительным. Предприятия МСБ, особенно микро и малые, кроме нехватки финансовых ресурсов и соответствующей информации, испытывают затруднения также при осуществлении организационных процессов по экспорту.

¹ См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 5-8.

² См. Карагулян Е.А. «Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки», методическое пособие, г. Ханты-Мансийск, 2015 г., 40 с., стр. 21-23, официальный сайт Центра поддержки экспорта ЮГРЫ, www.export-ugra.ru, <http://www.export-ugra.ru/upload/iblock/854/85477affebe1d68b1ca501d5b0274464.pdf>

С целью стимулирования участия субъектов МСБ в экспортных операциях страны решением Правительства РА 15-ого декабря 2011 года была принята стратегия производственной политики, направленная на экспорт,³ а 23-его октября 2013 года было создано Агентство по страхованию экспорта,⁴ деятельность которого в основном направлена на минимизацию тех финансовых потерь экспортера, которые могут возникнуть в результате невыплаты покупателем суммы за приобретенный товар из-за коммерческих и политических рисков.⁵

Несмотря на важность и эффективность деятельности страхового агентства для сферы малого и среднего бизнеса РА, проблемы субъектов МСБ, связанные с производством соответствующей международным стандартам качества продукции и осуществлением функций складирования, упаковки, таможенного оформления, транспортировки и т.д. продолжают оставаться нерешенными. Кроме этого, участники внешнего рынка, взаимодействуя, постоянно требуют от партнеров усовершенствования товара, его качества, дизайна, а также осуществления периодических поставок продукции в стабильно больших объемах. Для устранения отмеченных проблем и активизации участия малого и среднего бизнеса в экспортных операциях страны, возникает необходимость в создании современных посреднических структур по экспорту.

В связи со всем вышеуказанным, в представляемой к рассмотрению диссертационной работе проанализированы процессы организации экспорта продовольственной продукции, произведенной субъектами МСБ РА, выявлены некоторые его недостатки и предложены способы их преодоления.

Таким образом, актуальность исследуемой темы обусловлена следующими факторами:

- возрастающей ролью малого и среднего бизнеса в современном мире;
- повышенным значением активного участия субъектов МСБ в экспортных операциях страны;
- необходимостью разработать гибкие механизмы, способствующие повышению эффективности стратегии управления экспортом товаров малого и среднего бизнеса.

Цели и задачи исследования. Основной целью диссертационной работы является нахождение научно-обоснованного подхода и разработка рекомендаций для повышения эффективности стратегии управления экспортом товаров микро, малых и средних предприятий

³ См. Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, www.arlis.am, <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docID=77002>

⁴ См. Հայաստանի արտահանման ապահովագրական գործակալության պաշտոնական կայքէջ, www.eia.am, <http://www.eia.am/about-us/about-company/general-information.html>

⁵ См. там же, <http://eia.am/product-description.html>

РА и активизации их участия во внешнеторговых операциях. Для достижения поставленной цели в диссертационной работе выдвинуты и решены следующие задачи:

- исследование сущности и экономической роли малого и среднего бизнеса в современном мире;
- рассмотрение особенностей формирования стратегии управления экспортом продукции предприятий малого и среднего бизнеса;
- анализ состояния малого и среднего бизнеса в развитых и развивающихся странах;
- оценка состояния сферы малого и среднего бизнеса РА с рассмотрением конкретных описывающих показателей;
- рассмотрение государственной политики развития малого и среднего бизнеса в РА;
- анализ стратегии экспортной деятельности малого и среднего бизнеса РА и вопросов его финансовой поддержки;
- рассмотрение особенностей развития экспорта продовольственной продукции, произведенной субъектами малого и среднего бизнеса РА;
- разработка концепции формирования посреднических экспортных структур, для повышения эффективности стратегии управления экспортом товаров малого и среднего бизнеса РА;
- разработка методики оценки эффективности предложенных в диссертационной работе механизмов новой стратегии выхода на внешний рынок для субъектов малого и среднего бизнеса РА.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования является малый и средний бизнес РА. Предметом исследования являются процессы формирования эффективной экспортной стратегии для малого и среднего бизнеса РА.

Теоретические, методологические и информационные основы исследования. Для решения поставленных задач теоретической и методологической основой исследования послужили классические и современные теоретические положения, модели и методы в области разработки экспортной стратегии, исследования отечественных и зарубежных авторов и институтов в области развития сферы МСБ, формирования стратегии управления экспортом товаров малого и среднего бизнеса, законы и правовые акты РА, среднесрочные и стратегические программы правительства РА. Информационной базой исследования послужили официальные данные национальной статистической службы РА, официальные результаты исследований Национального центра развития малого и среднего бизнеса РА, а также статистические базы государственных органов РА.

Для проведения исследования применялись методы анализа, синтеза, индукции и дедукции, сравнительный и статистический анализ и другие методы сбора и обработки информации.

Основные научные результаты и новизна исследования. На основе проведенного исследования были получены некоторые результаты, основные положения которых, отражающие научную новизну диссертации, являются следующие:

- разработана концепция стратегического управления экспортом товаров малого и среднего бизнеса на основе формирования посреднических экспортных организаций (государственные, коммерческие, а также ассоциации) и систем их взаимодействия с субъектами МСБ;
- разработана стратегическая карта посреднических экспортных организаций и, для осуществления их деятельности, предложена схема подготовки и развития профессиональных специалистов на основе государственно-частного сотрудничества;
- разработана методика оценки эффективности взаимодействия посреднических экспортных организаций с малым и средним бизнесом РА, и обосновано, что при осуществлении косвенного экспорта посредниками совокупные экспортные затраты меньше, чем при прямом экспорте субъектами МСБ.

Практическая значимость результатов исследования. Проведенные исследования, выявленные проблемы и предложенные решения в области развития малого и среднего бизнеса РА и повышения эффективности стратегии управления экспортом производимой им продовольственной продукции могут иметь прикладное значение и быть использованы в процессе осуществления и совершенствования политики РА в сфере малого и среднего бизнеса, при разработке среднесрочных и долгосрочных планов по оптимизации деятельности субъектов МСБ, их экспортной стратегии, а также во многих других правительственных программах, направленных на поддержку субъектов малого и среднего бизнеса РА и активизацию их участия в экспортных операциях страны.

Апробация и публикация научных исследований. Основные положения результатов исследования были обсуждены на VII и VIII Годичных научных конференциях Российско-Армянского университета (РАУ) в 2012 и 2013 годах, на Международной научно-практической конференции «Современные проблемы инновационной экономики в развивающихся странах» в 2013 году, на VI Международной научно-практической конференции «Экономика знаний: проблемы управления формированием и развитием» в 2014 году, а также на кафедре «Управления, бизнеса и туризма» Российско-Армянского университета. Результаты диссертационной работы опубликованы в девяти научных статьях.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертация состоит из введения, трёх глав, которые включают 9 параграфов, выводов и рекомендаций, списка использованной литературы и приложений. Работа изложена на 123 страницах (без приложений), содержит 17 рисунков и 22 таблицы.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТОМ ТОВАРОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ОСОБЕННОСТИ ЕГО РАЗВИТИЯ В РАЗВИТЫХ И РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ

1.1 Сущность, экономическая роль и вопросы развития малого и среднего бизнеса в современном мире

Малый и средний бизнес – это группа предприятий, для которых характерны особые способы ведения бизнеса, принципы внутрифирменного организационного построения, а также формирования отношений с внешней средой.⁶

Термин «малый бизнес» получил распространение в основном в англоязычных странах. В западноевропейских странах, а также в Японии, чаще употребляется термин «малые и средние предприятия», а в Индии и ряде азиатских стран – «производство малых размеров». Все эти термины, в сущности, имеют одинаковое значение, но в различных странах определяются по различным критериям.⁷

Теоретические разработки касательно малого и среднего бизнеса немногочисленны – в учебной и специальной литературе приводятся в основном схожие определения.

Большой экономический словарь под редакцией А.Н. Азрилияна дает следующее определение: «малый бизнес – это принятое обозначение совокупности мелких и частных предприятий, не входящих ни в одно монополистическое объединение и выполняющих подчиненную по отношению к монополиям роль в экономике».⁸

В настоящее время в некоторых развитых странах мира (США, Япония, Италия) сфера малого и среднего бизнеса является работодателем более 50% занятых, обеспечивая до 60% ВВП (см. раздел 1.3).

При эффективной государственной поддержке малый и средний бизнес приобретает важное социальное, экономическое и политическое значение:⁹

1. Социальное значение малого и среднего бизнеса обуславливается количеством предприятий и их наёмных работников, общая численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик любой страны с рыночной экономикой.

⁶ См. Игорь Краснов «Роль малых и средних предприятий в мировой экономике». – Международный журнал «Проблемы теории и практики управления», Официальное издание Международного научно-исследовательского института проблем управления, 1/2013, www.uptp.ru, стр. 38.

⁷ См «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության ոլորտը Հայաստանում 2007-2009 թթ.», Տեղեկագիր, ՓՄՁ ԶԱԿ 2010 թ., էջ 6, Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ, www.smednc.am, <http://www.smednc.am/files/pdfs/attachments/original/6e1d0a414.pdf>

⁸ См. Большой экономический словарь под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-ое изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики 2002. – 457 с.

⁹ См. «Сущность, роль и значение малого бизнеса», гуманитарно-правовой портал, www.psyera.ru, <http://psyera.ru/6579/sushchnost-rol-i-znachenie-malogo-biznesa>

Именно эта группа деятельного населения обслуживает основную массу потребителей, самостоятельно обеспечивая собственное благосостояние и достойный уровень жизни.

2. Существенная роль малого и среднего бизнеса в экономической жизни стран с рыночной системой хозяйствования определяется тем, что в этом секторе экономики действует подавляющее большинство предприятий, обеспечивая здоровую конкурентную борьбу, сосредоточена большая часть экономически активного населения и производится значительная доля ВВП.

3. Малые и средние предприниматели – основа сформировавшегося среднего класса, выражающего политические предпочтения значительной части населения. Они проявляют наибольшую активность, а иногда даже агрессивность, при возникновении угрозы их бизнесу, который часто является единственным средством к существованию и важнейшим способом самовыражения.

Таким образом, учитывая вышеизложенное, можем сделать вывод о важности малого и среднего бизнеса для развития рыночной экономики.

Уровень развития малого и среднего бизнеса в различных странах в основном характеризуется двумя показателями:

1. доля ВВП, которую обеспечивает сфера МСБ;
2. доля активного населения, занятая в сфере МСБ.

В условиях периодических изменений, происходящих в сегодняшнем мире, возможность эффективного функционирования малых и средних форм производства определяется рядом их преимуществ по сравнению с крупным:¹⁰

- Независимость действий. Часто бизнесмен, занятый в сфере малого бизнеса, сам себе хозяин;
- Возможность более гибких и оперативных решений. По сравнению с крупными корпорациями, в сфере МСБ упрощена структура принятия управленческих решений, что дает возможность быстро и гибко реагировать на изменения;
- По сравнению с крупными корпорациями, предприятия сферы МСБ несут относительно более низкие расходы на свое содержание и обслуживание (небольшие инвестиции в оборудование и сравнительно низкие управленческие расходы);
- Малый и средний бизнес предоставляет возможность совмещать несколько профессий;

¹⁰ См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 249-250.

- Преимущества при специфическом или персональном рынке. Более крупные конкуренты часто ограничены в своих действиях из-за процедур, разработанных государственными органами;

- Сохранение предпринимательского духа. По сравнению с крупными корпорациями в малых и средних фирмах, особенно в перспективных современных отраслях, больше проявляется инновационный предпринимательский дух.

Однако, наряду с преимуществами, субъектам малого и среднего бизнеса присущи также некоторые недостатки, важнейшим из которых является исключительно большая роль личных и профессиональных качеств предпринимателя, особенно на микро и малых предприятиях.

Отметим, что в современном мире развитие малого и среднего бизнеса происходит в основном в отраслях, не требующих существенных инвестиций (в торговле, в сельском хозяйстве и т.д.), что объясняется такими причинами, как непреодолимые для субъектов МСБ входные барьеры некоторых отраслей, а также проблемы конкурентоспособности малого и среднего бизнеса, среди которых следует особенно выделить недостаток финансовых средств, обусловленный сравнительно высокими ставками кредитования субъектов МСБ во многих странах мира.

Недостаток финансовых ресурсов часто является также причиной относительно короткого жизненного цикла многих субъектов МСБ. По данным ООН из вновь организуемых малых и средних предприятий через год их существования в ряду действующих остается примерно 50%, через 3 года – 7-8%, а через 5 лет – не более 3%. Вместе с тем, их общее количество, как правило, растет или остается неизменным, так как на месте ликвидированных предприятий постоянно формируются новые.¹¹

Отметим, что при стремлении экономики к оптимальному равновесию, ключевой задачей является увеличение числа малых предприятий до уровня выше критического. По заключению Всемирного банка превышение критического уровня наступает тогда, когда официально зарегистрированный малый бизнес обеспечивает приблизительно 40% официально зафиксированного ВВП. Это означает, что малый бизнес переходит в ранг государственной экономики, то есть предприниматели становятся гораздо сильнее политически и провести отчуждение принадлежащей им собственности уже достаточно сложно. Если же критический уровень не достигнут, то уязвимость бизнесменов удерживает их в рамках более низкого статуса. Следовательно, до тех пор, пока сфера малого бизнеса не преодолет отметку критического уровня, ей необходима защита прав собственности, хотя это и противоречит

¹¹ См. «Зарубежный опыт поддержки малого и среднего предпринимательства», глобальный информационно-аналитический центр, www.giac.ru, http://www.giac.ru/content/document_r_00AA3FD1-043D-4A9A-9661-1C72923482F7.html

одному из основополагающих принципов «правильной» экономической политики касательно того, что все предприятия должны находиться в равных условиях, как в плане регулирования, так и налогообложения. Однако, есть все основания считать, что регулирование и налогообложение все же должны носить дискриминационный характер по отношению к малому бизнесу и государство должно ликвидировать перекос, препятствующий его развитию. С этой точки зрения, наибольший вред наносит международный союз экономистов, который настаивает на подчинении всех предприятий одним и тем же правилам. И МВФ, и Всемирный банк поддерживают эту точку зрения, хотя, как показывает мировой опыт, малый бизнес успешно развивается в тех странах, где здравый смысл доминирует над традиционным экономическим мышлением.¹²

Научные разработки касательно роли малого и среднего бизнеса в экономике разделяются на: отрицающие важность малого и среднего бизнеса и признающие его роль, как средства обеспечения экономического развития.

Отметим, что не существует также и единого мнения о критериях классификации субъектов МСБ.

Выделяются 3 основных подхода:¹³

1. количественный;
2. качественный;
3. комбинированный.

При количественном подходе классификации МСБ, чаще всего используют такие легкодоступные для анализа критерии, как число занятых, объем продаж (оборот) и балансовая стоимость активов. Известны определения, основанные только на использовании одного из этих критериев (например, определение ЕС микро, малого, среднего и крупного предприятия начала 90-х гг.). Часто может быть использована также комбинация этих критериев. Основным недостатком количественного подхода является отсутствие какой бы то ни было теоретической базы, определяющей выбор того или иного показателя и границ его изменения.¹⁴

Качественный подход классификации предприятий характеризуется выделением основных качественных критериев. Возможно также дополнение качественного определения некоторыми количественными показателями. Этот подход опирается, в основном, на

¹² См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 219-220.

¹³ См. Мукосеев Д.В. «Экономическая сущность и критерии определения малого предпринимательства», 2012 г., №5 [Электронный ресурс] URL: // Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации», web.snauka.ru, <http://web.snauka.ru/issues/2012/05/11995>

¹⁴ См. там же.

субъективные суждения и опыт, а также делается акцент на отличия, присущие компаниям того или иного размера.¹⁵

Характерным примером комбинированного подхода является определение малой фирмы, предложенное в 1971 году в отчете Болтонского Комитета (Великобритания), явившимся, по сути, первым примером серьезного рассмотрения проблемы развития малого бизнеса. В докладе были приведены результаты сравнительного анализа развития малых фирм в разных странах. Пытаясь преодолеть недостатки количественного подхода, Болтонский Комитет предложил «экономическое» и «статистическое» определения малой фирмы.¹⁶

Согласно экономическому определению Болтонского Комитета к малым предлагалось относить фирмы, удовлетворяющие следующим трем условиям:¹⁷

- относительно небольшая доля рынка;
- управление фирмой осуществляется ее владельцем (или соучредителями) лично, а не посредством формализованной управленческой структуры;
- фирма является независимой в том смысле, что не представляет собой часть крупного предприятия.

Таблица 1.1

Статистическое определение малой фирмы Болтонского Комитета¹⁸

<i>Отрасль</i>	<i>Определение</i>
Промышленность	Число занятых не более 200
Строительство, шахты и добыча угля	Число занятых не более 25
Розничная торговля и услуги	Оборот не более 50 000 фт. ст.
Продажа двигателей, автомобилей	Оборот не более 100 000 фт. ст.
Оптовая торговля	Оборот не более 200 000 фт. ст.
Транспортные перевозки	В собственности фирмы не более 5 транспортных средств
Общественное питание/ресторанное дело	Все самостоятельные предприятия

Отметим, что Болтонское определение неоднократно критиковалось из-за противоречий между «экономическим» и «статистическим» определениями (согласно «экономическому» определению управление в малой фирме осуществляется без использования какой-либо

¹⁵ См. Мукосеев Д.В. «Экономическая сущность и критерии определения малого предпринимательства», 2012 г., №5 [Электронный ресурс] URL: // Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации», web.snauka.ru, <http://web.snauka.ru/issues/2012/05/11995>

¹⁶ См. там же.

¹⁷ См. Бейсембекова, С.Х., Боченина Л.Г. «Зарубежный опыт государственной финансовой поддержки малого предпринимательства», архив научных публикаций, www.rusnauka.com, http://www.rusnauka.com/20_PNR_2011/Economics/10_90649.doc.htm

¹⁸ См. «Статистическое определение малой фирмы по методологии Болтонского комитета», электронная библиотека, www.kommersant.org.ua, http://kommersant.org.ua/book_o001_page_29.html

формализованной управленческой структуры, а по «статистическому» определению малая фирма, например, в промышленности, может насчитывать до 200 занятых).¹⁹

Таким образом, учитывая точки зрения различных авторов, а также то обстоятельство, что критерии классификации предприятий по размерам в разных странах специфичны, мы придерживаемся следующей точки зрения: предприятие относится к сфере малого или среднего бизнеса, если удовлетворяет применяемым в конкретной стране критериям классификации субъектов МСБ.

1.2. Особенности формирования стратегии управления экспортом товаров малого и среднего бизнеса

Внешняя торговля на современном этапе – это наиболее интенсивно развивающаяся форма международных экономических отношений. Возрастающее значение внешнеторговых операций обусловлено, прежде всего, потребностью различных стран реализовать национальную продукцию на внешних рынках, необходимостью получения определенных товаров извне и, наконец, стремлением извлечь высокую прибыль за счет международного разделения труда. Современные внешнеторговые операции очень разнообразны, поэтому не представляется возможным предложить один критерий для их исчерпывающей классификации. Все они должны рассматриваться с нескольких точек зрения: по направлениям торговли, видам товаров и услуг, степени готовности товаров, применяемым методам и организационным формам торговли (см. рис. 1).²⁰

Приоритетным во внешней торговле, однако, следует считать ориентир на экспорт, который всегда был и остаётся ключевым вопросом национального развития. Увеличение объемов экспорта и укрепление экспортного потенциала страны является одним из важнейших направлений экономической политики на современном этапе. Экспорт, происходящий от латинского слова «exporto», означающее «вывозить», представляет собой совокупность множества коммерческих операций по продаже и вывозу за границу товаров для передачи их в собственность иностранному партнеру.²¹

¹⁹ См. «Статистическое определение малой фирмы по методологии Болтонского комитета», электронная библиотека, www.kommersant.org.ua, http://kommersant.org.ua/book_o001_page_29.html

²⁰ См. Маховикова Г.А., Павлова Е.Е. «Внешнеэкономическая деятельность». – М.: 2009, 320 с., стр. 10.

²¹ См. там же, стр. 13.



Рисунок 1. Классификация внешнеторговых операций²²

Отметим, что экспортная деятельность предприятия подвергается влиянию как стимулирующих, так и сдерживающих факторов внешней среды. В качестве стимулирующих факторов можно рассматривать благоприятную географическую расположенность страны, на территории которой функционирует осуществляющая экспорт организация, а также степень квалифицированности ее персонала, экономическую интеграцию, платежеспособность населения страны-импортера. К сдерживающим факторам можно отнести неточность информации, недостаток финансовых средств, отсутствие современной техники и технологий, налоговые и таможенные ограничения и т.д.

Рассмотрим основные, наиболее распространенные в современной практике виды экспорта (рис. 2).

²² См. Маховикова Г.А., Павлова Е.Е. «Внешнеэкономическая деятельность». – М.: 2009, 320 с., стр. 11.

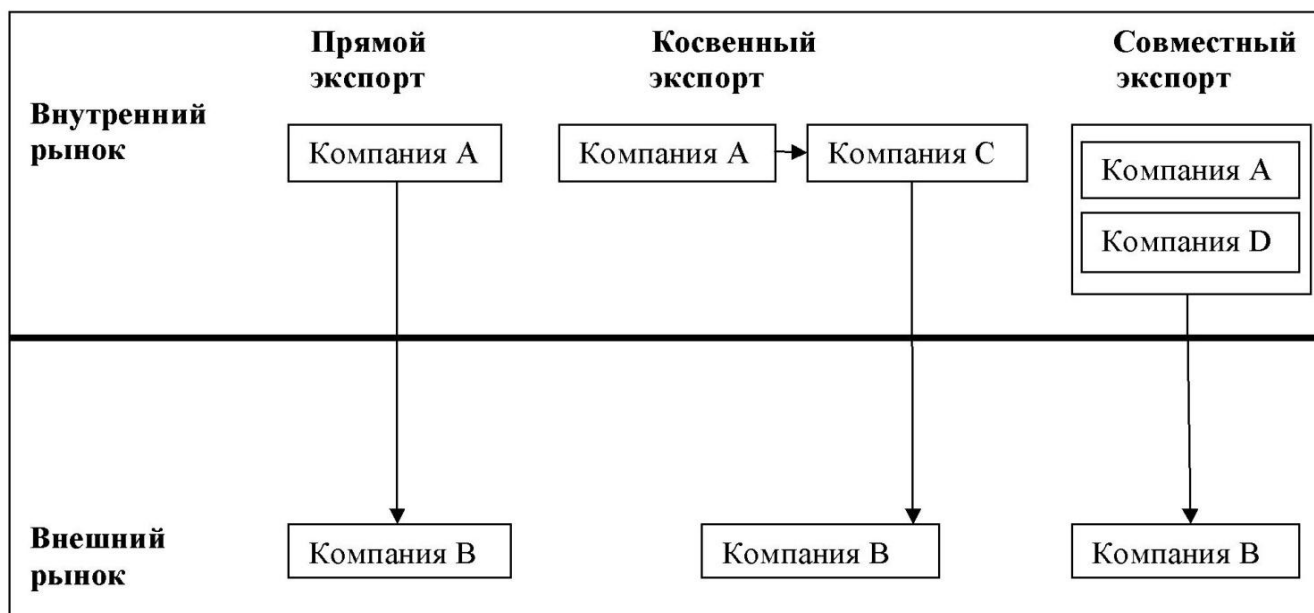


Рисунок 2. Виды экспорта²³

Компания, располагая необходимыми ресурсами, может осуществлять прямой (самостоятельный) экспорт, напрямую заключая международные контракты купли-продажи с зарубежными покупателями, для чего ей необходимо создать экспортный отдел и обеспечить его квалифицированным персоналом, который должен разбираться в международной торговле, исполнении таможенной документации, страховании, анализировать альтернативы международных транспортных операций, а также быть достаточно опытным в вопросах стратегического маркетингового планирования. Все это требует от компании существенных затрат и становится целесообразным лишь при осуществлении регулярного экспорта в больших объемах.²⁴

К основным преимуществам прямого экспорта относятся:²⁵

- избежание возможной недобросовестности или недостаточной компетентности посредников;
- постоянное присутствие компании-экспортера на зарубежном рынке, позволяющее учитывать и своевременно реагировать на происходящие изменения.

К основным недостаткам прямого экспорта можно отнести:²⁶

²³ См. Карагулян Е.А. «Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки», методическое пособие, г. Ханты-Мансийск, 2015 г., 40 с., стр. 21, официальный сайт Центра поддержки экспорта ЮГРЫ, www.export-ugra.ru, <http://www.export-ugra.ru/upload/iblock/854/85477affebe1d68b1ca501d5b0274464.pdf>

²⁴ См. Матвейчук Л.И. «Международный маркетинг», сайт цифровых учебно-методических материалов Центра Образования ВГУЭС, abc.vvsu.ru, http://abc.vvsu.ru/Books/Meshd_ma/page0006.asp#xex9

²⁵ См. Лисовский М.И. «Сравнительный анализ моделей выхода компаний на зарубежные рынки», архив научных публикаций, <http://www.rusnauka.com>, http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Economics/2_123319.doc.htm

²⁶ См. там же.

- значительное отвлечение кадровых и финансовых ресурсов на организацию самостоятельной экспортной деятельности;
- увеличение объема рутинной и ранее незнакомой работы;
- повышение издержек от экспорта, из-за недостатка квалификации в сфере международной торговли;
- принятие на себя рисков, порождаемых экономическими, политическими, правовыми и социальными изменениями, а также кросс-культурными различиями в традициях и обычаях ведения бизнеса в разных странах.

Анализируя мировой опыт, а также учитывая недостатки прямого экспорта, можно сделать вывод, что прямые экспортные операции осуществляют в основном крупные предприятия, обладающие необходимыми для выхода на внешний рынок ресурсами и знаниями.

Исходя из природы недостатков прямого экспорта, особенно значимых для малого и среднего бизнеса, можно сделать вывод о целесообразности использования такого метода реализации международных бизнес-операций, как косвенный экспорт. Посредники обладают необходимым опытом и знаниями, им хорошо знакомы обычаи местного рынка и его конкурентная среда. Они также могут предоставлять клиентам дополнительные услуги, которые повышают шансы товара быть проданным (организация послепродажного сервисного обслуживания, продажа сопутствующих товаров и т.д.). Отметим, что размеры, организационные структуры и наименования посредников косвенного экспорта могут быть весьма разнообразны. Среди них, судя по международному опыту, можно отметить, например, торговые дома, закупающие дома, брокеры, а также экспортно-импортные посреднические фирмы, имеющие товарно-рыночную специализацию.²⁷

К преимуществам косвенного экспорта относятся:²⁸

- моментальное получение выгоды для экспортера в силу использования опыта посредника и бизнес-контактов, которыми последний располагает на зарубежных рынках;
- освобождение экспортера от требующих дополнительных финансовых и кадровых ресурсов экспортных функций;
- обеспечение проникновения на рынки, недоступные для установления прямых контактов.

К недостаткам косвенного экспорта относятся:²⁹

²⁷ См. Lib.Sale, Маркетинг, реклама и торговля — Международный маркетинг, [www.lib.sale, http://lib.sale/mejdunarodnyiy-marketing-besplatno/eksport-29176.html](http://lib.sale/mejdunarodnyiy-marketing-besplatno/eksport-29176.html)

²⁸ См. Лисовский М.И. «Сравнительный анализ моделей выхода компаний на зарубежные рынки», архив научных публикаций, <http://www.rusnauka.com>, http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Economics/2_123319.doc.htm

- производитель-экспортер лишается непосредственных контактов с зарубежным рынком;
- посредник редко ограничивается взаимодействием с одним контрагентом, и это иногда может вызвать недостаточное внимание к работе с товаром экспортера, и, следовательно, сокращение объемов экспорта;
- посредник, как правило, пренебрегает сделками, которые требуют сложной и кропотливой работы, что мешает достижению потенциально возможной доли рынка.

Несмотря на перечисленные выше недостатки косвенного экспорта, последний часто является единственным возможным способом выхода на внешний рынок для субъектов малого и среднего бизнеса.

Другим способом выхода на внешний рынок является осуществление совместного (кооперативного) экспорта, который совмещает достоинства и уменьшает недостатки прямого и косвенного экспорта. Основной его характеристикой является более активное участие производителя-экспортера в международных сделках. Уместно отметить, что во многих странах предприятия сферы МСБ, с целью экономии на издержках по организации экспорта и объединения экспортного опыта, создают специальный экспортный консорциум, в рамках которого каждая компания сохраняет свою самостоятельность. Экспортные консорциумы являются временными союзами юридических и хозяйственно самостоятельных компаний, создаваемых для проведения эффективных экспортных операций. Состав консорциума определяется его основными задачами, а лидером становится тот участник, который имеет достаточный опыт и связи для организации экспортной деятельности. Как и в любом другом консорциуме, каждый его член несет солидарную ответственность по обязательствам других членов, связанных с исполнением соответствующих международных контрактов. Это означает, что претензии по поставкам, срокам и качеству экспортного товара могут быть предъявлены как лидеру, так и любому члену консорциума.³⁰

Каждый субъект малого и среднего бизнеса при выходе на внешний рынок должен учесть все альтернативы и выбрать наиболее рациональный способ с учетом поставленных целей.³¹

Отметим, что в настоящее время во многих странах мира наблюдается пассивное участие малого и среднего бизнеса в осуществлении экспортных операций. Это объясняется

²⁹ См. Лисовский М.И. «Сравнительный анализ моделей выхода компаний на зарубежные рынки», архив научных публикаций, <http://www.rusnauka.com>, http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Economics/2_123319.doc.htm

³⁰ См. Карагулян Е.А. «Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки», методическое пособие, г. Ханты-Мансийск, 2015 г., 40 с., стр. 23, официальный сайт Центра поддержки экспорта ЮГРЫ, www.export-ugra.ru, <http://www.export-ugra.ru/upload/iblock/854/85477affebe1d68b1ca501d5b0274464.pdf>

³¹ См. там же, стр. 25.

множеством проблем, которые препятствуют субъектам МСБ при развитии своего экспортного потенциала, каковыми в основном являются:

- низкая конкурентоспособность продукции МСБ на внешнем рынке;
- неэффективный маркетинг продукции МСБ;
- недостаток информации о потребностях внешнего рынка;
- нехватка финансовых средств для организации экспорта;
- низкий уровень образованности предпринимателей сферы МСБ;
- усложненный процесс организации экспорта;
- незначительные для внешнего рынка объемы производства;
- отсутствие возможности осуществлять периодические поставки.

Для активизации предприятий малого и среднего бизнеса в экспортных операциях, необходимо предпринять ряд стимулирующих мер по различным направлениям (см. рис. 3).

Стимулированию участия малого и среднего бизнеса в экспортных операциях поспособствовало бы также создание соответствующих механизмов, таких, как, например, объединение ресурсов малых и средних предприятий с целью увеличения их экономической мощи и, соответственно, повышения вероятности выхода на внешний рынок. Необходимо создать специализированные посреднические экспортные структуры в различных отраслях экономики для сотрудничества с субъектами малого и среднего бизнеса и организации их выхода со своей продукцией на международный рынок, что подробнее рассмотрено в третьей главе работы на примере РА.

Отметим, что в мировой практике широко применяются специальные меры для развития экспортного производства и расширения экспорта. Их основными элементами являются: льготное финансирование экспортеров, предоставление субсидий, экспортное кредитование, применение налоговых и таможенных льгот к экспортоориентированным предприятиям, страхование экспорта, предоставление государственных гарантий на экспортные кредиты (если в конкретный промежуток времени средств в государственном бюджете недостаточно, а привлечь внешнее финансирование невозможно) и т.д. Все из перечисленных выше мер стимулирования экспорта в той или иной степени используются различными странами. Каждое государство, в зависимости от конкурентоспособности предприятия и возможностей государственного бюджета, а также от товарной структуры экспорта и его географического распределения, из общего набора стимулирующих экспорт мер выбирает и применяет наиболее подходящие, которые при меньших затратах способны обеспечить наибольший практический результат. С целью стимулирования экспорта применяется также государственная политика ориентации на экспорт перспективных отраслей, обладающих большим потенциалом развития.

Однако, такая политика может навредить внутреннему потребителю (например, когда экспорт продукции осуществляется раньше, чем его реализация на внутреннем рынке), а также содержит в себе высокую степень риска, так как эффективность в этом случае напрямую зависит от того, насколько правильно определена отрасль.³²



Рисунок 3. Меры, стимулирующие участие субъектов МСБ в экспортных операциях³³

Стимулирующие экспортную деятельность меры имеют особую важность для предприятий сферы МСБ, которые часто, в силу структурной слабости и финансовой несостоятельности, не способны самостоятельно выйти на международный рынок.

Для осуществления эффективной экспортной деятельности, кроме политики ее стимулирования, необходима также разработка оптимальной экспортной стратегии, так как

³² См. Криковцева Н.А., Король Л.А. «Стимулирование экспорта продукции», архив научных публикаций, www.rusnauka.com, http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/63517.doc.htm

³³ Схема разработана автором.

работа на международном рынке характеризуется большим по сравнению с внутренним рынком уровнем риска из-за различий в культурных, экономических, политических, правовых условиях, более высоким уровнем конкуренции и требований к качеству товара, упаковке, маркировке, а также более высоким уровнем затрат, связанных с международными маркетинговыми исследованиями и реализацией продукции.³⁴

Стратегия экспорта – это ориентация производства на удовлетворение потребностей иностранных потребителей. Она направлена на расширение экспортной деятельности предприятия и предполагает разработку и реализацию таких мер, которые могли бы обеспечить целесообразность развития этой деятельности и, снижая до минимума возможные риски, увеличить выгоды. При выборе стратегии экспорта фирма учитывает свой экспортный потенциал, выбирает рынки, определяет стратегические цели экспорта. Стратегия управления экспортом определяет принцип осуществления экспортных операций с учетом действующего в конкретной стране законодательства. Выбор неверной стратегии или осуществление неэффективного управления разработанной стратегией чревато финансовыми потерями и может нанести серьезный ущерб компании.³⁵

Разработка экспортной стратегии позволяет:³⁶

1. Определить отношение компании к экспорту;
2. Оценить потенциал товара на международном рынке;
3. Более эффективно управлять процессами в сфере экспорта, предвидеть изменения, сосредоточиться на поставленных целях и поэтапно контролировать достигнутые результаты;
4. Ознакомить с намерениями компании в сфере экспорта всех заинтересованных лиц – собственников, инвесторов, покупателей, широкую общественность, сотрудников, вовлеченных в экспортную деятельность;
5. Определить необходимые для экспорта материальные, трудовые, финансовые и временные ресурсы.

В мировой практике применяются следующие варианты экспортных стратегий.³⁷

³⁴ См. Карагулян Е.А. «Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки», методическое пособие, г. Ханты-Мансийск, 2015 г., 40 с., стр. 4, официальный сайт Центра поддержки экспорта ЮГРБ, www.export-ugra.ru, <http://www.export-ugra.ru/upload/iblock/854/85477affebe1d68b1ca501d5b0274464.pdf>

³⁵ См. Большая энциклопедия нефти и газа, www.ngpedia.ru, <http://www.ngpedia.ru/id485431p1.html>

³⁶ См. Карагулян Е.А. «Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки», методическое пособие, г. Ханты-Мансийск, 2015 г., 40 с., стр. 26-27, официальный сайт Центра поддержки экспорта ЮГРБ, www.export-ugra.ru, <http://www.export-ugra.ru/upload/iblock/854/85477affebe1d68b1ca501d5b0274464.pdf>

³⁷ См. Мазурик В.В. «Основные этапы разработки и реализации экспортной стратегии предприятия», стр. 152-153, научная электронная библиотека «КиберЛенинка», www.cyberleninka.ru, <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-etapy-razrabotki-i-realizatsii-eksportnoy-strategii-predpriyatiya>

Инновационная стратегия – представляет собой вариант выхода на уже знакомый рынок с новым товаром. Известность торговой марки на рынке позволяет более успешно предлагать новый товар потребителям, знакомым с другими промышленными изделиями производителя. Данный пример наиболее характерен для западноевропейского рынка электротехнического оборудования, где важное значение имеет имя и опыт поставщика, а также качество продукции.

Стратегия диверсификации при экспорте – заключается во включении в производственную программу предприятия изделий, не связанных с основной профильной группой изготавливаемых товаров.

Стратегия интернационализации – освоение зарубежных рынков не только посредством экспорта продукции, но и за счет создания производственных мощностей за границей, что позволяет, в частности, уменьшать транспортную составляющую в стоимости продукции при дальнейшем ее сбыте на данном рынке.

Стратегия сегментации – основывается на выборе сегмента рынка, характеризующегося наличием скрытых возможностей для максимального насыщения продукцией, производимой предприятием.

Стратегия кооперации – представляет собой тесное сотрудничество с иностранными партнерами путем создания совместных предприятий и общей торговой марки, что позволяет использовать преимущества, связанные со знанием иностранным партнером особенностей рынка и возможностью использования производственных площадей и трудовых ресурсов партнера.

Следует отметить, что разработку стратегии экспорта для субъектов малого и среднего бизнеса необходимо осуществлять с учетом их экспортного потенциала (способности производить и поставлять на внешний рынок конкурентоспособную продукцию в необходимых объемах).³⁸

Очень важное значение имеет экономическое обоснование принимаемых решений по управлению внешнеэкономической деятельностью (ВЭД) предприятий, которое осуществляется путем расчета различных показателей экономической эффективности. Всю систему показателей экономической эффективности ВЭД можно разделить на две группы:³⁹

1. Показатели эффекта, определяемые как абсолютные величины, выражающиеся в соответствующих денежных единицах в виде разницы между результатами и затратами;

³⁸ См. Карагулян Е.А. «Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки», методическое пособие, г. Ханты-Мансийск, 2015 г., 40 с., стр. 6-7, официальный сайт Центра поддержки экспорта ЮГРБ www.export-ugra.ru, <http://www.export-ugra.ru/upload/iblock/854/85477affebed68b1ca501d5b0274464.pdf>

³⁹ См. Непомнящий Е.Г. «Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности», изд-во ТИУиЭ, 2007. – 176 с., административно-управленческий портал, www.aup.ru, http://www.aup.ru/books/m227/4_3.htm

2. Показатели эффективности, отражающие результат от каждой единицы затрат.

Для принятия решения по экспорту продукции, показатель эффективности экспорта $\mathcal{E}_{\text{эк}}$ сравнивается с показателем эффективности производства и реализации продукции на внутреннем рынке $\mathcal{E}_{\text{вн}}$. Экспорт продукции является эффективным, если $\mathcal{E}_{\text{эк}} > \mathcal{E}_{\text{вн}}$.⁴⁰

В экономической литературе и хозяйственной практике используются два основных вида показателей эффективности экспорта товаров:⁴¹

1. Показатель абсолютной эффективности, выявляющий чистый доход от экспорта;
2. Показатель валютной эффективности экспорта, который строится на основе сопоставления величин внутренней стоимости и валютной выручки экспортируемых товаров.

Показатель валютной эффективности экспорта обладает рядом недостатков (например, не даёт возможности сопоставлять уровни эффективности экспорта товаров на различных рынках, так как цены товаров в иностранной валюте и конкретные условия их реализации на разных рынках могут не совпадать), которые не позволяют предприятию пользоваться лишь им при принятии решения относительно целесообразности экспорта того или иного товара.⁴²

Показатель абсолютной эффективности лишен недостатков показателя валютной эффективности и может быть использован при формировании экспортной стратегии предприятия.⁴³

Обобщая отметим, что экспортная стратегия, а также процесс ее разработки и реализации, во многом зависят от целей экспортоориентированного предприятия, его финансовых возможностей, экспортного потенциала, а также особенностей конкретной экспортной операции. Так как неэффективная экспортная стратегия может привести к существенным материальным потерям, которые особенно ощутимы для субъектов малого и среднего бизнеса, процесс ее грамотной разработки и эффективной реализации принимает особую важность при выходе на внешний рынок.

⁴⁰ См. Непомнящий Е.Г. «Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности», изд-во ТИУиЭ, 2007. – 176 с., административно-управленческий портал, www.aup.ru, http://www.aup.ru/books/m227/4_3.htm

⁴¹ См. Курилов М.С. «Подходы к определению эффективности экспортной деятельности предприятия», официальный сайт Южного университета (ИУБиП), www.iubip.ru, www.iubip.ru/branch/donetsk/sotrud/eim_nauka/Kurikov%20M.S.%20Podhodi.rtf

⁴² См. там же.

⁴³ См. там же.

1.3. Сравнительный анализ состояния малого и среднего бизнеса в развитых и развивающихся странах

Во многих развитых странах мира малый и средний бизнес представлен совокупностью многочисленных предприятий, которые обеспечивают прирост новых рабочих мест, способствуя сокращению безработицы. Анализируя темпы развития малого и среднего бизнеса и экономики в целом в таких странах, как США, Япония, Китай, становится очевидна прямая взаимосвязь. Некоторым развивающимся странам (Тайвань, Индонезия) также удалось совершить большой экономический рывок именно за счет развития малого и среднего бизнеса. Отметим, однако, что малый и средний бизнес обычно развивается поэтапно, а состояние этого сектора значительно различается не только по странам, но и по регионам. Например, в Италии большое количество малых предприятий сосредоточено на севере, а довольно малое – на консервативном юге. Стандартное объяснение ситуации – исторические различия в способах и объемах накопленного в обществе капитала.⁴⁴

Рассмотрим критерии отнесения предприятий к субъектам малого и среднего бизнеса, с 01.01.2005 г. применяемые в странах Евросоюза.

Таблица 1.2

Критерии классификации субъектов МСБ, применяемые в странах Евросоюза⁴⁵

Субъекты МСБ	Количество работников (человек)	Годовой оборот (млн евро)	Балансовая стоимость активов (млн евро)
Средние	<250	<=50	<=43
Малые	<50	<=10	<=10
Микро	<10	<=2	<=2

Необходимо отметить, что малый и средний бизнес считается основой европейской экономики и отличается способностью быстро адаптироваться к внешним изменениям, превращаясь в источник инновационного роста. По состоянию на 01.01.2015 г. в 28 странах ЕС было зарегистрировано порядка 21,6 млн субъектов МСБ, 33% из которых осуществляли экспортные операции (наибольшую долю в экспорте заняли технологии, оборудование и промышленное производство). Экспорт осуществлялся как в другие страны ЕС, так и за его пределы. Наибольшую экспортную активность демонстрируют средние европейские компании.

⁴⁴ См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 218.

⁴⁵ См. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության պետական աջակցության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի նախագիծ, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության պաշտոնական կայքէջ, www.gov.am, <http://www.gov.am/files/meetings/2009/4362.pdf>

За 2014 год малый и средний бизнес в странах ЕС обеспечил 58% валовой добавленной стоимости. Примечательно, что за последние несколько лет количество субъектов МСБ в странах ЕС почти не изменилось, а создаваемая ими добавленная стоимость растет умеренными темпами. Общая численность занятых в сфере европейского малого и среднего бизнеса составляла 89,6 млн человек (67% занятого населения). За последние 5 лет европейским малым и средним бизнесом было обеспечено 85% вновь созданных рабочих мест в ЕС.⁴⁶

Большинство развитых стран мира поощряют малое и среднее предпринимательство, используя лучший опыт и успешные модели бизнеса. В отличие от развитых стран, в постсоветском пространстве частный сектор как бы состоялся, а инфраструктура деятельности отсталая, в следствие чего возникает ряд проблем и трудностей. Для наглядного представления, рассмотрим состояние сферы малого и среднего бизнеса в ряде развитых и развивающихся стран.

Ввиду очевидной ограниченности объема исследуемой темы, проанализируем состояние сферы МСБ только по некоторым развитым странам, а именно США, Италии и Японии, которые, на наш взгляд, представляют наибольший интерес с точки зрения практики развития малого и среднего бизнеса.

В США предприятие относится к сфере МСБ, если количество работников не превышает 500 человек. При этом все малые предприятия подразделяются на фирмы с количеством работников до 20 человек, от 20-100 человек и от 100-499 человек, а также на фирмы, в которых работают наемные работники, и те, владельцы которых обходятся без привлечения наемного персонала.⁴⁷

США – страна не только гигантских корпораций, но также малых и средних предприятий. Общее количество субъектов МСБ в США по состоянию на 01.01.2015 г. составляло порядка 5,6 млн, которые обеспечили около 50% валовой добавленной стоимости. На долю малого и среднего бизнеса США в 2014 году пришлось 43% от общего объема экспорта. В сфере МСБ США трудится более 50% наемных работников частного сектора.⁴⁸

Примерно одна из каждых трех американских семей вовлечена в малый бизнес, который развит во многих сферах экономики США: в торговле, в консалтинге, в финансовом секторе, в производственной сфере, в сферах инноваций и социальных услуг. В стране ежегодно регистрируются около 600 тысяч малых предприятий и ликвидируются около 500 тысяч. Владельцы малых предприятий очень гибко реагируют на динамику спроса. Поняв, что в

⁴⁶ См. «Развитие малого и среднего предпринимательства. Зарубежный опыт», 2015 год, 23 с., стр. 4-7, МСП Банк, www.mspbank.ru, <https://www.mspbank.ru/userfiles/2015EU.pdf>

⁴⁷ См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 228.

⁴⁸ См. «Развитие малого и среднего предпринимательства. Зарубежный опыт», 23 с., стр. 8, МСП Банк, www.mspbank.ru, <https://www.mspbank.ru/userfiles/2015EU.pdf>

другой сфере или на другом месте их дела пойдут лучше, они сворачивают свой старый бизнес и открывают новый, не теряя энтузиазма и считая конец старого бизнеса началом нового.⁴⁹

Все большее развитие в США получает семейный и надомный бизнес, который является разновидностью малого бизнеса и насчитывает порядка 200 различных видов деятельности. Сюда входит традиционный надомный бизнес, бытовое обслуживание, различные виды ремесел, образовательные и деловые услуги. Научно-технологический прогресс существенно раздвинул рамки возможностей организации работы на дому. Главное направление развития надомного бизнеса сегодня задают персональные компьютеры, используя которые, дома могут трудиться научные работники, инженеры, конструкторы, дизайнеры, бухгалтеры, финансисты. Законодательство о малом и среднем предпринимательстве США регулирует общие вопросы их деятельности, независимо от организационно-правовой формы.⁵⁰

Государственные программы финансирования и кредитования частного бизнеса, охватывающие все предпринимательские структуры, независимо от их размеров, начали разрабатываться в США в начале 30-х годов прошлого века. В 1942 году принимается закон о малом бизнесе. В то же время начала действовать и такая государственная структура, как бюро по малому бизнесу при министерстве торговли, предоставлявшее техническое и управленческое содействие малым предприятиям. Принципы поддержки МСБ в США сформировались в середине 50-х годов прошлого столетия с момента создания Администрации по делам малого бизнеса (АМБ), защищающей интересы МСБ на правительственном уровне и имеющей представительства во всех крупных городах страны, для распространения политики на все штаты, а не только на основные экономические центры США. Государственная стратегия развития МСБ определяется «Законом о малом бизнесе», согласно которому экономика страны, основанная на частном предпринимательстве и свободной конкуренции, не может развиваться без сферы МСБ, нуждающейся в постоянной поддержке со стороны государства. Эту поддержку обеспечивает АМБ по следующим направлениям: доступ к финансовым ресурсам, размещение государственного заказа, оказание финансовой, а также консультационной, технической и организационной помощи предприятиям МСБ. При этом, помощь, которую оказывает государство малому и среднему бизнесу, весьма многообразна: от проведения технологической модернизации производства, содействия при осуществлении НИОКР, до защиты интересов МСБ на всех уровнях власти. К настоящему времени АМБ является одной из наиболее крупных правительственных организаций в мире, специализирующихся в поддержке малого и среднего бизнеса: она имеет более 100 представительств во всех регионах страны с общим штатом свыше четырех тысяч сотрудников. Государственная поддержка МСБ

⁴⁹ См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.:КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 228-229.

⁵⁰ См. там же, стр. 8-9.

осуществляется не только непосредственно структурными подразделениями АМБ или уполномоченными компаниями, а также партнёрскими организациями, консультационными пунктами, бизнес-центрами и т.д. Региональные представительства АМБ тесно взаимодействуют с Центрами развития предпринимательства (ЦРП), основными задачами которых являются обучение представителей сферы малого и среднего бизнеса навыкам предпринимательства и ведения бизнеса, поиск источников финансирования и предоставление консультаций по расширению действующего бизнеса. Помимо АМБ в США разработано немало разнообразных программ, направленных на развитие различных сегментов МСБ. Особое место занимает программа финансового содействия малому и среднему бизнесу США в случае таких чрезвычайных обстоятельств, как стихийные бедствия, социальные беспорядки и террористические акты, а также специальная правительственная программа поддержки малого и среднего бизнеса, принадлежащего национальным меньшинствам.⁵¹ Исходя из количества субъектов МСБ в США и их роли в экономике страны, можно сделать вывод, что принимаемые государством меры являются эффективными.

В Италии активное развитие МСБ началось с 50-х годов 20-ого века, в связи с вступлением в ЕС, в целях дальнейшего экономического развития и обеспечения высокой конкурентоспособности национальной продукции на мировом рынке. Одна из особенностей Италии – доминирующее положение в экономической структуре малых и средних предприятий. По данным Национального института статистики Италии (ISTAT), на территории страны действует более 3,8 млн предприятий малого и среднего бизнеса, обеспечивающих около 80% занятости населения и треть объема национального производства. Показатели, описывающие сферу малого и среднего бизнеса в Италии являются самыми высокими среди стран Европы.⁵²

Согласно традиционным представлениям, мелкие предприятия заполняют те ниши рынка, которые, по определенным причинам, оставляют незанятыми крупные фирмы, либо обслуживают интересы крупных компаний. Промышленные округа в Италии существенно изменили ситуацию: ресурсы мелких производственных фирм соединяются, что позволяет малым предприятиям играть самостоятельную роль в экономике страны и выходить на внешний рынок. В результате, 60 промышленных регионов производят экспортные товары и услуги в общей сложности на 70 млрд долларов. Это почти четвертая часть всего итальянского экспорта. А по некоторым группам товаров, например, ювелирным изделиям, этот показатель достигает 70%. Есть среди мелких и средних предприятий Италии и настоящие ударники труда. В списке самых удачливых лидируют фирмы, товарооборот которых за год достигает

⁵¹ См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 230-232.

⁵² См. «Особенности малого и среднего бизнеса Италии, возможности и стратегии выхода на новые рынки», архив научных публикаций, www.rusnauka.com, http://www.rusnauka.com/20_TSN_2016/Economics/2_213996.doc.htm

нескольких десятков миллионов долларов. В этот список входят не только торговые компании, но и фирмы, выпускающие промышленную продукцию.⁵³

Развитию МСБ в Италии способствует мощное правовое обеспечение, основанное на более чем 30 основополагающих законах. Важную роль в поддержке мелкого и среднего бизнеса играет торгово-промышленная палата Милана, созданная в 1786 году. Сегодня она объединяет около 350 тысяч фирм и опирается в своей деятельности на восемь специализированных подразделений. В Италии также действует Миланская экспозиция – самая крупная в мире выставка-ярмарка продукции малого бизнеса, главной целью которой является создание постоянного канала обмена опытом итальянских и иностранных предпринимателей. Проект «ремесленник на выставке» одобрен европейским союзом.⁵⁴

К малому бизнесу в Японии относят предприятия с числом работающих не более 300 человек в добывающей и обрабатывающей промышленности, а также в строительстве, не более 100 человек – в оптовой торговле, не более 50 человек – в розничной торговле и индустрии услуг. При определении принадлежности предприятия к сфере МСБ учитывается также величина капитала данного предприятия, который не должен превышать 100 млн иен. Таким образом, в сферу малого и среднего бизнеса попадает существенное количество (около 6,5 млн) японских предприятий – от надомных хозяйств семейного типа, до оснащенных современной техникой фирм, составляя 99% от общего числа предприятий. На них занято порядка 54 млн человек, т.е. 80% всей рабочей силы Японии. Их доля в ВВП – около 55%, в экспорте – 15%.⁵⁵ Японский малый бизнес в основном сосредоточен в розничной торговле, общественном питании, сфере услуг, строительстве и машиностроении. Во многих сферах малый и средний бизнес сосуществует с крупным. Например, строительством массового жилья занимается малый и средний бизнес, а строительством дорог, заводов, многоэтажных и офисных зданий и торговых комплексов – крупный. В транспортной сфере картина та же: есть малые и средние предприятия, занимающиеся перевозками, и крупные таксомоторные парки, автобусные корпорации. То есть крупный бизнес предоставляет работу малому. Престижной работой считается труд в крупных компаниях, но число рабочих мест в таких корпорациях ограничено. Что касается престижа работы в малом и среднем бизнесе, то тут наиболее привлекательным для японцев является ресторанный бизнес, который передается целыми семейными династиями из поколения в поколение. Есть также традиционные промыслы, к примеру, изготовление тканей для кимоно.⁵⁶

⁵³ См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 227.

⁵⁴ См. там же, стр. 227-228.

⁵⁵ См. «Малый бизнес Японии в сравнении с малым бизнесом США и РФ», мир знаний, www.mirznanii.com, <http://mirznanii.com/a/157304/malyy-biznes-yaponii-v-sravnenii-s-malym-biznesom-ssha-i-rf>

⁵⁶ См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 237.

Японские власти относятся к малому и среднему бизнесу покровительственно и заботятся о периодическом обновлении предпринимательского сектора, облегчая создание нового бизнеса и не допуская разорений действующего. В 2003 году в Японии был принят закон, по которому можно открывать малое предприятие без начального капитала – только с одной йеной. Отметим, что более тридцати тысяч предприятий уже создано таким путем. В 2000 году был принят закон, максимально упрощающий процедуру банкротства малых предприятий.⁵⁷

Программы льготного кредитования малого и среднего бизнеса осуществляют крупные частные банки Японии. Ими разрабатывается система беззалогового кредита, а также осуществляется кредитование на сравнительно короткие сроки под залог оборудования. С целью облегчения механизма финансовой поддержки субъектов МСБ, правительством Японии была создана Корпорация страхования МСБ и ассоциации по гарантированию кредитов. Правительство Японии выделяет субсидии, займы и оказывает помощь в получении кредитов принимающим активное участие в развитии наукоемкой и высокотехнологичной промышленности субъектам МСБ.⁵⁸ Но, несмотря на применяемые меры льготного финансирования, владельцы японских малых предприятий, в силу национального менталитета, предпочитают в основном финансирование при помощи друзей, родственников, знакомых, клиентов, поставщиков и т.д.⁵⁹

Таким образом, простое сравнение состояния сферы малого и среднего бизнеса в развитых странах с анализом ситуации в РА (см. гл. 2) показывает, что нам необходимо осуществить ряд преобразований для достижения эффективного функционирования крупных, средних и малых предприятий в экономике страны.

Среди развивающихся стран, естественно, с точки зрения анализа сферы малого и среднего бизнеса, наибольший интерес представляет Армения (рассмотрено в главе 2). Однако, для сравнения целесообразно рассмотреть состояние МСБ в странах региона и в РФ, являющейся основным торговым партнером РА.

До 2008 г. малый бизнес в Российской Федерации рассматривался как единый сектор, состоящий из малых рыночных структур. С принятием Федерального закона РФ от 24.07.2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», малый бизнес был дифференцирован на микро, малые и средние предприятия и получил название – МСП. В Федеральном законе были установлены новые критерии выделения субъектов малого и среднего предпринимательства. С января 2008 г. критериями отнесения предприятий к

⁵⁷ См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 238-239.

⁵⁸ См. Финк Т.А. «Малый и средний бизнес: зарубежный опыт развития» // Молодой ученый - 2012 - №4. - стр. 177-181, научный журнал «Молодой ученый», [www.moluch.ru](http://moluch.ru), <http://moluch.ru/archive/39/4640/>

⁵⁹ См. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с., стр. 239.

соответствующей категории являются средняя численность работников, независимо от вида деятельности, и предельные значения выручки от реализации товаров (услуг).⁶⁰

Таблица 1.3

Критерии классификации субъектов МСБ, применяемые в РФ⁶¹

Критерий	Средние предприятия	Малые предприятия	Микропредприятия
Средняя численность работников	От 101 до 250 человек включительно	До 100 человек включительно	До 15 человек включительно
Предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг)	1000 млн руб	400 млн руб	60 млн руб

Деятельность малого и среднего бизнеса РФ регулируется соответствующими законодательными актами, которые, однако, в настоящее время не обеспечивают его эффективного развития (очевидно при сравнении состояния малого и среднего бизнеса в РФ и в других развитых странах мира). Мероприятия по государственной поддержке субъектов МСБ реализуются в соответствии с Федеральным законом РФ «О развитии малого и среднего предпринимательства». Государственные программы финансовой поддержки малого и среднего бизнеса базируются на предоставлении субъектам РФ субсидий из федерального бюджета на реализацию региональных программ развития МСБ на конкурсной основе. Постановлением № 178 Правительства РФ от 27 февраля 2009 года определены правила и порядок предоставления субсидий.⁶²

Несмотря на экономическую мощь, в РФ все еще существуют огромные нереализованные возможности для развития малого и среднего бизнеса, которому присущи материальные, технологические и финансовые проблемы, в следствии чего наблюдается незначительная доля МСБ в ВВП и экспорте страны, а также сравнительно малое количество занятых в данной сфере (на тысячу граждан РФ в среднем приходится около 10 субъектов МСБ, тогда как в развитых

⁶⁰ См. Ерохина Е.В. «Малый бизнес: правила игры, зарубежный опыт и российские реалии», стр. 6-10, 2016 г., International Journal of Innovative Technologies in Economy, ISSN 2412-8368, [www.ijite.org](http://ijite.org), <http://ijite.org/archive/70.pdf>

⁶¹ См. там же.

⁶² См. Пензина Н.В. «Современное состояние малого и среднего бизнеса в России», IV Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум», 15 февраля – 31 марта 2012 г., Международная ассоциация ученых, преподавателей и специалистов (Российская Академия Естественных наук), www.rae.ru, <https://www.rae.ru/forum2012/295/2312>

европейских странах – не менее 35, а доля малого и среднего бизнеса в ВВП РФ составляет порядка 10%).⁶³

Для стимулирования развития малого и среднего бизнеса в РФ, необходимо предпринять серьезные шаги, каковыми являются: уменьшить налоговую нагрузку субъектов МСБ, осуществить широкое применение лизинга и франчайзинга для вновь создаваемых предприятий, улучшить инфраструктуру бизнеса. Отметим, что все перечисленные меры для развития и расширения сектора МСБ необходимо предпринять не только в РФ, но и практически во всех странах постсоветского пространства, с целью разрешения аналогичных проблем.

Перейдем к рассмотрению состояния малого и среднего бизнеса в странах региона – в Грузии и Азербайджане.

В азербайджанской практике существование малого предпринимательства было разрешено еще в советский период, в 1988 году. Тогда к числу малых относили государственные предприятия, на которых средняя численность ежегодно занятых не превышала 100 человек. В соответствии с более поздними нормативными актами к числу малых в Азербайджане стали относиться предприятия с численностью ежегодно занятых, не превышающей: в промышленности – 200, в науке и научном обслуживании – 100, в других отраслях производственной сферы – 50, в отраслях непромышленной сферы – 25, в розничной торговле – 15 человек. Наряду с этим учитывался и объем хозяйственного оборота. Принцип отнесения предприятия к малому по численности работников с несколькими дополнениями сохранился в азербайджанском законодательстве и в последующие годы.⁶⁴

Инфраструктура малого и среднего бизнеса в Азербайджане включает лизинговые фирмы и компании, технопарки, бизнес-инкубаторы, производственно-технологические и учебные центры, страховые компании, кредитные и другие организации, оказывающие различные формы поддержки субъектам МСБ. Количество субъектов МСБ в стране, однако, невелико – около 14 тысяч, основная часть которых сосредоточена в розничной торговле. В этой сфере пока слабо развиваются важные со стратегической точки зрения предприятия. Доля малого и среднего бизнеса в ВВП Азербайджана составляет порядка 5%.⁶⁵

⁶³ См. Дадаханова Р.Р. «Современное состояние малого предпринимательства в России», Экономика и управление // Молодой ученый. — 2013. — №5, научный журнал «Молодой ученый», [www.moluch.ru, http://moluch.ru/archive/52/6993/](http://moluch.ru/archive/52/6993/)

⁶⁴ См. «Правовые основы малого предпринимательства в Азербайджане», по материалам «Центра регионального развития в Азербайджане» внешнеэкономическая деятельность, www.vneshmarket.ru, http://www.vneshmarket.ru/content/document_r_297410CB-0691-420F-ABE2-FA833D6198F6.html

⁶⁵ См. Джабиев Р.М. «Малый бизнес и его роль в экономике Азербайджана», Институт экономики Национальной Академии Наук Азербайджана, Бизнес конспект (собрание образовательных материалов по экономическим и юридическим наукам), www.konspekt.biz, <http://www.konspekt.biz/index.php?text=3855>

До 2008 года процесс регистрации нового предприятия в Азербайджане был чрезвычайно бюрократизирован. Чтобы получить элементарные справки, разрешения и лицензии уходило месяцы. К примеру, на регистрацию юридического лица фирма тратила более 50 дней. С 1 января 2008 года был внедрен принцип «одного окна» (единный орган регистрации бизнеса), после чего регистрация бизнеса проводится в налоговых органах и длится 3-4 дня.⁶⁶

В Грузии до 2006 года субъекты МСБ классифицировались согласно закону «О поддержке малых и средних предприятий», по которому малыми предприятиями считались все организационно-правовые формы с числом занятых не более 20 человек и годовым оборотом до 0,5 млн лари, а средними – с числом занятых не более 100 человек и годовым оборотом до 1,5 млн лари. При этом, предприятие не считалось малым или средним, если больше 25% его уставного капитала принадлежал одному лицу. В 2010 году в налоговое законодательство были введены изменения, в результате чего появился новый термин – микропредприятие.⁶⁷

В Грузии, как и во многих других странах постсоветского пространства, уровень развития малого и среднего бизнеса относительно низок. Несмотря на то, что 96% зарегистрированных в стране предприятий – малые и средние, только 13% из них являются действующими. Необходимо отметить, что невелика доля субъектов МСБ в ВВП страны (6%), а также остра проблема их участия во внешней торговле.⁶⁸

Таким образом, учитывая возрастающую роль малого и среднего бизнеса, для его эффективной поддержки и развития, следует, изучая опыт развитых стран, осуществить соответствующие преобразования:

- обеспечить для предприятий малого и среднего бизнеса эффективную законодательную базу, соответственно национальным особенностям, менталитету и создавшейся в стране экономической ситуации;
- создать механизмы периодического осуществления льготного финансирования, страхования и налогового субсидирования малого и среднего бизнеса подобно многим развитым странам мира;
- создать условия для обеспечения необходимой гибкости предприятий МСБ (облегченный процесс регистрации и ликвидации бизнеса) в связи с высокой степенью изменчивости современной внешней среды;

⁶⁶ См. Джабиев Р.М. «Малый бизнес и его роль в экономике Азербайджана», Институт экономики Национальной Академии Наук Азербайджана, Бизнес конспект (собрание образовательных материалов по экономическим и юридическим наукам) www.konspekt.biz, <http://www.konspekt.biz/index.php?text=3855>

⁶⁷ См. Беридзе Д.Г. «Перспективы развития малого бизнеса в Грузии», научная статья, с. 187-190, стр. 188, [file:///C:/Users/Aspire/Downloads/Znpchdtu_2012_32\(2\)_42.pdf](file:///C:/Users/Aspire/Downloads/Znpchdtu_2012_32(2)_42.pdf)

⁶⁸ См. Business Грузия, www.bizzzone.info, <http://bizzzone.info/articles/1403051316.php>

- в результате развития информационных технологий, стимулировать и расширить возможности осуществления бизнеса на дому;

- организовывать периодические ярмарки и выставки для продукции малого и среднего бизнеса, обеспечивая максимально активное участие субъектов МСБ как внутри страны, так и за ее пределами;

- создать механизмы объединения ресурсов малых и средних предприятий, позволяющие последним самостоятельно выходить на внешний рынок.

Обобщая, отметим, что при сравнении опыта развития сферы малого и среднего бизнеса и описывающих ее состояние цифровых показателей различных стран, важно учитывать действующие в конкретной стране экономические механизмы.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. Современное состояние и перспективы развития малого и среднего бизнеса в РА

После провозглашения независимости РА, произошли изменения в экономике страны. Сегодняшняя экономика имеет рыночную направленность, открыта для торговли и капитала и основана на услугах, легкой промышленности, металлургии, строительстве, а также на сельском хозяйстве. Становление и развитие малого и среднего бизнеса сыграло значительную роль в экономике независимой Армении, так как в развивающихся странах, где рыночные реформы находятся на разных ступенях реализации, МСБ приобретает особые функции в создании здоровой конкуренции, сокращении безработицы и мобилизации природных ресурсов.⁶⁹

Отметим, однако, что после многолетних реформ, в сфере малого и среднего бизнеса РА все еще существует огромное множество нерешенных проблем: неэффективная система поддержки субъектов МСБ, отсутствие четких механизмов финансирования предприятий данной сферы, несовершенная законодательная база и система налогообложения, а также слабая развитость МСБ во многих регионах РА. Одной из основных проблем является пассивное участие малого и среднего бизнеса в экспортных операциях страны, что отрицательно влияет на экономику, оставляя неиспользованным значительный потенциал.

С целью улучшения экономической ситуации РА, необходимо предпринимать меры для стимулирования развития малого и среднего бизнеса, изучая опыт стран, некогда переживавших экономический спад и достигших успеха за счет осуществления эффективной политики именно в сфере МСБ. Экономический рост, высокая инвестиционная активность и уровень занятости населения во многом определяются уровнем развития малого и среднего бизнеса.

Субъекты МСБ в Армении до октября 2010 года классифицировались согласно Закону РА «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства» от 05.12.2000 г. В основе классификации ставились данные о сфере деятельности предприятия, а также численности его работников. Однако, такие критерии классификации не соответствовали Европейским, вследствие чего периодически возникали проблемы при оказании международного содействия субъектам МСБ РА. Именно по этой причине в октябре 2010 года правительством был разработан и в дальнейшем утвержден новый проект (изменение в законе

⁶⁹ См. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության ոլորտը Հայաստանում 2007-2009 թթ.», տեղեկագիր, ՓՄՁ ԶԱԿ 2010 թ., էջ 4, Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ, www.smednc.am, <http://www.smednc.am/files/pdfs/attachments/original/6e1d0a414.pdf>

вошло в силу с 01.01.2011 г.), согласно которому классификация МСБ была приведена в соответствие с европейскими стандартами. основополагающая цель изменения – избежание проблем, возникающих при оказании европейской финансовой и технической помощи субъектам МСБ РА.⁷⁰

Таблица 2.1

Критерии классификации субъектов МСБ, применяемые в РА после изменений закона в 2010 году⁷¹

Субъекты МСБ	Количество работников	Прибыль за предыдущий год (млн драм)	или	Балансовая стоимость активов на конец предыдущего года (млн драм)
Средние	<250	<=1500	или	<=1000
Малые	<50	<=500	или	<=500
Микропредприятия	<10	<=100	или	<=100

Согласно Закону РА «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства» субъектами МСБ не являются кредитные организации, страховые и инвестиционные компании, ломбарды, профессиональные участники рынка ценных бумаг, казино и субъекты, которые осуществляют деятельность по организации игр с выигрышами, а также дочерние и зависимые экономические организации.⁷²

При оценке уровня социально-экономического благосостояния государства, важно учитывать индекс развития МСБ, являющийся обобщенным показателем, который отражает всю долю малого и среднего бизнеса в национальной экономике и основывается на:⁷³

1. удельный вес частного сектора в экономике страны;
2. удельный вес МСБ в ВВП;
3. удельный вес занятых в сфере МСБ от общего числа занятых.

⁷⁰ См. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության պետական աջակցության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի նախագիծ, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության պաշտոնական կայքէջ, www.gov.am, <http://www.gov.am/files/meetings/2009/4362.pdf>

⁷¹ См. ՀՀ օրենքը փոքր և միջին ձեռնարկատիրության պետական աջակցության մասին, 5 դեկտեմբերի 2000թ., Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, www.arlis.am, <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=64617>

⁷² См. там же.

⁷³ См. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության ոլորտը Հայաստանում 2007-2009 թթ.», տեղեկագիր, ՓՄՁ ԶԱԿ 2010 թ., էջ 43, Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ, www.smednc.am, <http://www.smednc.am/files/pdfs/attachments/original/6e1d0a414.pdf>

Рассмотрим статистические данные, описывающие состояние сферы малого и среднего бизнеса РА.

По состоянию на 01.01.2016 г. в РА действовало 75,773 зарегистрированных субъектов малого и среднего бизнеса (см. табл. 2.2), что составляло около 98% всех предприятий РА.⁷⁴

Таблица 2.2

Количество субъектов МСБ, являющихся активными налогоплательщиками по состоянию на 01.01.2016 г. (по различным отраслям)⁷⁵

	Микропредприятия	Малые	Средние	Всего
Сельское хозяйство	386	76	35	497
Промышленность	6176	701	188	7065
Строительство	829	476	115	1420
Оптовая и розничная торговля	43712	1128	164	45004
Перевозки и складское хозяйство	1005	250	48	1303
Общественное питание	2480	395	79	2954
Коммуникация и связь	1235	247	60	1556
Образование	353	158	60	571
Здравоохранение и соцобслуживание	769	209	135	1113
Культура, развлечение и отдых	449	60	22	531
Другие	12362	1191	206	13759
ВСЕГО	69770	4891	1112	75773

В общем количестве субъектов МСБ доминировали микропредприятия – 92%, а доля малых и средних предприятий составляла соответственно 6,5% и 1,5% (см. рис. 4).⁷⁶

Из приведенной выше таблицы 2.2 очевидно, что существенная часть микро, малых и средних предприятий РА по состоянию на 01.01.2016 г. осуществляла деятельность в сферах промышленности, оптовой и розничной торговли и оказания различных услуг.⁷⁷

⁷⁴ Информация предоставлена отделом малого и среднего бизнеса Министерства экономического развития и инвестиций РА.

⁷⁵ См. Հայաստանի Հանրապետության Տնտեսական Զարգացման և Ներդրումների նախարարության պաշտոնական կայքէջ, www.mineconomy.am, <http://www.mineconomy.am/uploads/axyusak1.pdf>

⁷⁶ Рассчитано автором на основе данных, представленных в таблице 2.2.

⁷⁷ Примечание: в таблице 2.2 количество зарегистрированных микропредприятий по отраслям по состоянию на 01.01.2016 г. меньше общего количества зарегистрированных микропредприятий, согласно итоговой строке таблицы. Отметим, что источником данной информации является официальный сайт Министерства экономического развития и инвестиций РА, где существующее несоответствие нам обосновали тем, что некоторые субъекты МСБ, зарегистрированные в налоговых органах как одно предприятие, иногда осуществляют деятельность одновременно в различных отраслях (например, производство и торговля). В итоговой строке таблицы 2.2 отображено фактическое суммарное количество микропредприятий РА.

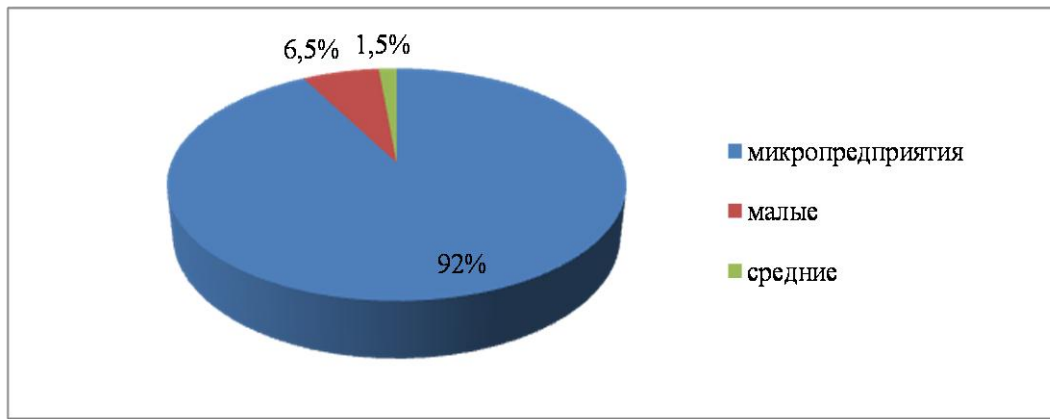


Рисунок 4. Доля микро, малых и средних предприятий в общем количестве субъектов МСБ по состоянию на 01.01.2016 г.

Таблица 2.3

Оборот субъектов МСБ РА по отраслям за 2015 год (млн драм)⁷⁸

	Микропред- приятия	Малые	Средние	Всего
Сельское хозяйство	938	4,878	15,739	21,555
Промышленность	46,156	72,984	98,469	217,609
Строительство	11,395	53,846	74,615	139,856
Оптовая и розничная торговля	296,934	242,617	247,273	786,824
Перевозки и складское хозяйство	4,441	21,948	23,164	49,553
Общественное питание	7,648	17,379	19,286	44,313
Коммуникация и связь	10,040	19,573	23,623	53,236
Образование	629	2,847	7,170	10,646
Здравоохранение и соцобслуживание	1,758	7,617	29,598	38,973
Культура, развлечение и отдых	1,405	1,475	2,435	5,315
Другие	57,821	90,270	94,447	242,538
ВСЕГО	439,165	535,434	635,819	1,610,418

Уместно отметить, что в налоговое законодательство РА в 2008 году были внесены некоторые изменения, в связи с чем субъекты малого и среднего бизнеса, осуществляющие торговую деятельность на ярмарках и рынках, прошли государственную регистрацию, которая привела к уменьшению теневого сектора, существенно увеличивая объем взимаемых в

⁷⁸ См. Հայաստանի Հանրապետության Տնտեսական Զարգացման և Ներդրումների նախարարության պաշտոնական կայքէջ, www.mineconomy.am, <http://www.mineconomy.am/uploads/axyusak3.pdf>

государственный бюджет налогов (за 2015 год субъектами МСБ РА были выплачены налоги на общую сумму 275,407 млн драм).⁷⁹

Аналогично многим странам мира, в РА размеры сектора малого и среднего бизнеса различаются не только по сферам деятельности, но и по регионам. Согласно исследованиям Национального центра развития малого и среднего бизнеса РА, подобная ситуация сложилась и в нашей стране (более 50% зарегистрированных субъектов МСБ сконцентрированы в городе Ереван). Это отрицательное явление, негативно влияющее на равномерное экономическое развитие государства.

Отметим, что развитие малого и среднего бизнеса решает проблему занятости, что, в свою очередь, повышает благосостояние населения и приводит к экономическому развитию в целом.

Таблица 2.4

Численность работников на предприятиях сферы МСБ РА по состоянию на 01.01.2016 г. (по отраслям)⁸⁰

	Микропред- приятия	Малые	Средние	Всего
Сельское хозяйство	989	1,782	4,334	7,105
Промышленность	16,579	16,188	19,837	52,604
Строительство	3,337	10,421	11,850	25,608
Оптовая и розничная торговля	68,913	24,977	17,319	111,209
Перевозки и складское хозяйство	2,836	5,827	4,228	12,891
Общественное питание	7,311	9,355	7,211	23,877
Коммуникация и связь	3,614	5,427	6,190	15,231
Образование	1,101	3,840	6,143	11,084
Здравоохранение и соцобслуживание	2,792	4,582	17,315	24,689
Культура, развлечение и отдых	1,080	1,480	2,192	4,752
Другие	28,449	25,481	21,714	75,644
ВСЕГО	137,001	109,360	118,333	364,694

То есть на предприятиях сферы МСБ РА по состоянию на 01.01.2016 г. было занято 364,694 человек, что составляло порядка 25% всего трудоспособного населения РА.⁸¹

⁷⁹ См. Հայաստանի Հանրապետության Տնտեսական Զարգացման և Ներդրումների նախարարության պաշտոնական կայքէջ, www.mineconomy.am, <http://www.mineconomy.am/uploads/axyusak4.pdf>

⁸⁰ См. там же, <http://www.mineconomy.am/uploads/axyusak2.pdf>

⁸¹ См. countrymeters, www.countrymeters.info, <http://countrymeters.info/ru/Armenia>

По данным таблицы 2.4 основная доля занятых сферы МСБ РА (37,6%) приходилась на микропредприятия.

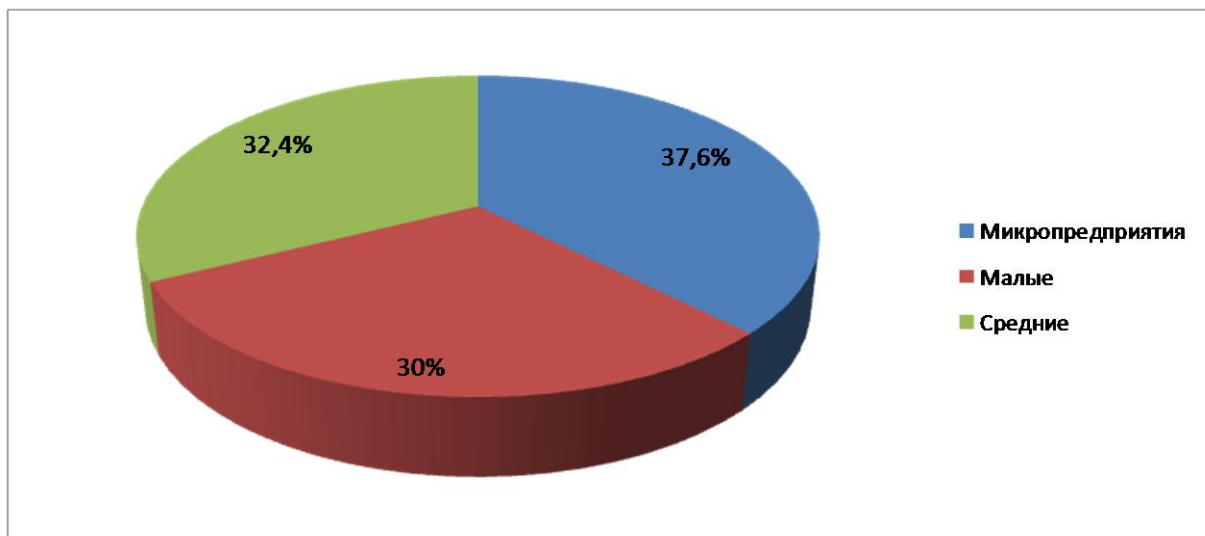


Рисунок 5. Доля занятых по размерам предприятий сферы МСБ РА по состоянию на 01.01.2016 г.⁸²

Несмотря на существенное количество действующих в РА субъектов малого и среднего бизнеса (см. табл. 2.2), их доля в ВВП составляет около 27% (согласно последним исследованиям НЦР МСБ РА), что свидетельствует о нерешенности многочисленных проблем сферы МСБ. С другой стороны причиной может служить еще и то обстоятельство, что основная доля субъектов МСБ РА микропредприятия (92%), не обладающие тем потенциалом для развития, который есть у малых, средних и особенно крупных фирм.

Таким образом, основываясь на проделанный касательно состояния сферы МСБ РА анализ, можно сделать следующие выводы:

1. Доминирующая доля субъектов МСБ сконцентрирована в городе Ереван, что отрицательно влияет на экономическое развитие страны. Для активизации малого и среднего бизнеса в марзах необходимо применять поощрительные меры (временное освобождение от налогов, с условием применения льготной ставки налогообложения спустя определенное количество лет, льготное кредитование и т.д.) по отношению к тем субъектам, которые намереваются осуществить свою деятельность в отдаленных от столицы местностях.

2. Несмотря на тот факт, что субъекты МСБ составляют порядка 98% общего числа всех предприятий РА, однако на них занято всего порядка 25% трудоспособного населения страны. Это означает, что данная сфера не доминирует как работодатель и не привлекательна для населения. Именно поэтому, на наш взгляд, эффективно было бы разработать и применять

⁸² Рассчитано автором на основе данных таблицы 2.4.

пакет социальных льгот для занятых в сфере малого и среднего бизнеса, а также поощрять предпринимательство, что, в свою очередь, приведет к увеличению как количества субъектов МСБ, так и рабочих мест.

3. Субъекты МСБ РА также сталкиваются с рядом таких проблем, как: отсутствие четких механизмов финансирования, сложности при выходе на внешний рынок, устаревшие законодательные акты и т.д., для преодоления которых необходимо осуществить соответствующие преобразования (см. раздел 1.3).

Развитие малого и среднего бизнеса должно стать одним из преоритетных направлений, способных обеспечить стране экономический рост в будущем.

2.2. Государственная политика развития малого и среднего бизнеса в РА

Правительство РА, аналогично многим странам мира, осуществляет последовательные шаги для формирования соответствующих систем государственной поддержки субъектов МСБ, деятельность которых регулируется следующими законами и законодательными актами:⁸³

1. Закон РА «О государственном содействии малому и среднему предпринимательству» от 05.12.2000 г.

2. Закон РА «Об индивидуальном предпринимателе», 03.04.2001 г.

3. Закон РА «Об обществах с ограниченной ответственностью», 24.10.2001 г.

4. Закон РА «Об акционерных обществах», 25.09.2001 г.

5. Закон РА «О государственной регистрации прав на имущество», 14.04.1999 г.

6. Закон РА «О лицензировании», 30.05.2001 г.

7. Закон РА «О налогах», 14.04.1997 г.

8. Закон РА «О реорганизации и прекращении деятельности предприятия», 14.03.1992 г.

9. Конституция РА, 05.07.1995 г.

10. Гражданский кодекс РА, 28.07.1998 г.

1-ого января 2013 года вошел в силу также закон РА «Об налоге с оборота» для малых и средних предприятий с годовым оборотом до 58,35 млн драм, которые ранее выплачивали налог на прибыль или подоходный налог. Согласно новому закону, налог с оборота взимается ежегодно в размере 3,5% от годового дохода для сферы торговли, 20% – для нотариальной деятельности, 10% – по линии аренды, отчуждения имущества и активов, 5% – для остальных

⁸³ См. Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի պաշտոնական կայքէջ, www.parliament.am

видов деятельности.⁸⁴

Одним из основных базовых документов о государственной политике развития малого и среднего бизнеса в РА является «Концепция политики и стратегии развития МСБ в РА», принятая Правительством в августе 2000 года и включающая экономические, социальные и политические цели, а именно:⁸⁵

Экономические цели:

- повышение конкуренции;
- улучшение качества отечественной продукции;
- сокращение объемов импорта, рост объемов экспорта;
- максимальное использование внутренних материально-технических ресурсов;
- экономическое развитие регионов;
- задействование и реконструкция промышленных мощностей;
- приток финансовых средств в производственную сферу.

Социальные цели:

- создание новых рабочих мест;
- рост доходов и повышение платежеспособности населения;
- регулирование миграционных процессов в стране.

Политические цели:

- формирование и укрепление среднего класса в обществе;
- повышение международного имиджа государства.

Правительство РА, начиная с 2001 года, разрабатывает годовые программы государственной поддержки МСБ, финансируемые отдельной строкой государственного бюджета. Ответственность за реализацию этих программ лежит на созданном Постановлением N282 Правительства РА от 19.03.2002 г. Национальном центре развития малого и среднего бизнеса (НЦР МСБ). Государственным органом управления НЦР МСБ является Министерство экономического развития и инвестиций РА. Деятельность центра осуществляется по всей территории РА, посредством широкой сети филиалов.⁸⁶

⁸⁴ См. ՀՀ օրենքը շրջանառության հարկի մասին, ընդունված 19.12.2012 թ., Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, www.arlis.am, <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=80449>

⁸⁵ См. «Հայաստանում փոքր եվ միջին ձեռնարկատիրության զարգացման քաղաքականության և ռազմավարության հիմնադրույթներ», ՀՀ Կառավարության նիստի արձանագրությունից քաղվածք, 03.08.2000թ., N 32, «Իրտեկ» իրավական տեղեկատվական կենտրոն, www.irtek.am, <http://www.irtek.am/views/act.aspx?aid=11207>

⁸⁶ См. Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ, www.smednc.am, http://www.smednc.am/am/content/sme_state_support/

Основными целями НЦР МСБ являются:⁸⁷

- содействие при создании новых субъектов МСБ;
- поддержка начинающих и действующих субъектов МСБ;
- повышение конкурентоспособности субъектов МСБ;
- обеспечение доступности бизнес-сервиса для субъектов МСБ;
- содействие внедрению новых технологий на предприятиях МСБ;
- поощрение внешней и внутренней экономической деятельности субъектов МСБ.

НЦР МСБ осуществляет свою деятельность посредством организаций, предоставляющих специальные деловые услуги. Сотрудничество центра с подобными организациями осуществляется на конкурсной основе. Предоставляемые услуги финансируются НЦР МСБ, который привлекает также средства международных и иностранных организаций и оказывает содействие субъектам МСБ (в финансовом, информационном, консультационном, обучающем и других направлениях) с помощью следующих программ:⁸⁸

- предоставление кредитных гарантий;
- частичное субсидирование кредитных процентов;
- предоставление информации и консультаций;
- содействие продвижению производимой субъектами МСБ продукции на внешний рынок;
- содействие обучению;
- содействие начинающим предпринимателям.

Для осуществления программы НЦР МСБ «содействие субъектам МСБ» в 2014 году из государственного бюджета РА было выделено 151,983,700 драмов. Содействие получили порядка 6200 начинающих и действующих субъектов МСБ, из которых 5,3% осуществляли деятельность в городе Ереван, а 94,7% – в марзах РА. Общее количество оказанной поддержки – 14688.⁸⁹

В 2015 году для осуществления содействия субъектам МСБ из государственного бюджета РА было выделено 152,300,000 драмов. Содействие получили порядка 6000 субъектов РА, из

⁸⁷ См. Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ, www.smednc.am, http://www.smednc.am/am/content/general_information/

⁸⁸ См. там же.

⁸⁹ См. «Հայաստանի փոքր եվ միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոն» հիմնադրամի կողմից 2014 թվականի ընթացքում կատարված աշխատանքների վերաբերյալ հաշվետվություն, ՀՀ ՓՄՁ ԶԱԿ, էջ 2, Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ, www.smednc.am, <http://www.smednc.am/files/pdfs/attachments/original/09e8202265.pdf>

которых 5,1% действуют в городе Ереван, а 94,9% в марзах РА. Общее количество оказанной поддержки – 13194.⁹⁰

Таблица 2.5

**Количество оказанной НЦР МСБ поддержки субъектам малого и среднего бизнеса
РА за 2014-2015 гг. (по различным направлениям)⁹¹**

Направления поддержки	Количество оказанной поддержки	
	2014 г.	2015 г.
Информационная и консультационная поддержка	13064	11857
Обучение предпринимателей	500	407
Поддержка начинающих предпринимателей	536	403
Предоставление кредитных гарантий начинающим и действующим субъектам МСБ	235	176
Содействие в рамках деятельности центра «Европейская сеть предприятий»	154	259
Содействие по сферам	181	67
Предоставление грантов в рамках программы содействия по сферам	18	25
ВСЕГО	14688	13194

Отметим, что анализируя деятельность НЦР МСБ, общая результативность для сферы малого и среднего бизнеса РА очевидна. Однако, поддержку малого и среднего бизнеса необходимо осуществлять активнее по всем направлениям, а не ограничиваться только предоставляемой в настоящее время помощью, которую можно сосчитать в десятках, тогда как по приведенным выше данным (см. табл. 2.2) в РА действует более семи десятков тысяч субъектов МСБ, большинство из которых нуждается в поддержке для развития и расширения своей деятельности.

Указом Президента РА от 31.12.2000 г., с целью содействия предпринимательству, стимулирования инвестиций и устранения административных препятствий, был создан Совет

⁹⁰ См. «Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոն» հիմնադրամի կողմից 2015 թվականի ընթացքում կատարված աշխատանքների վերաբերյալ հաշվետվություն, էջ 2, Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ, www.smednc.am, <http://www.smednc.am/files/pdfs/attachments/original/edbd9d08b.pdf>

⁹¹ См. «Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոն» հիմնադրամի կողմից 2014 թվականի ընթացքում կատարված աշխատանքների վերաբերյալ հաշվետվություն, էջ 2, Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ, www.smednc.am, <http://www.smednc.am/files/pdfs/attachments/original/09e8202265.pdf>

«Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոն» հիմնադրամի կողմից 2015 թվականի ընթացքում կատարված աշխատանքների վերաբերյալ հաշվետվություն, էջ 2, Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ, www.smednc.am, <http://www.smednc.am/files/pdfs/attachments/original/edbd9d08b.pdf>

по содействию предпринимательству (ССП). Председательствует в Совете Премьер-министр РА. В состав Совета входят: Главный советник Президента РА по экономическим вопросам (он же является заместителем Председателя Совета), Министр экономического развития и инвестиций РА, Мэр города Ереван, исполнительный директор ЗАО «Армянское агентство развития» и представители деловых кругов, персональный состав которых формируется на ротационной основе (50 предпринимателей). Ротация производится один раз в год, решением Премьер-министра РА.⁹²

Правительство РА 26.06.2008 г. приняло решение N775-Н «Об одобрении программы мероприятий по улучшению бизнес-среды Армении». В нем были представлены предложения по реформам, необходимые мероприятия, их цели и ответственные органы. В результате была проведена реформа судебной системы РА, осуществлены некоторые изменения в процессуальном кодексе, а также сократились затраты, связанные с получением разрешительной документации на строительство в городе Ереван.⁹³

С 2011 года в РА функционирует центр регистрации предприятий по принципу «одного окна». Внедрена система электронной регистрации (www.e-register.am), применение которой значительно упростило процесс регистрации, а также сократилось время процедуры до 10–20 минут.⁹⁴

Реформы последних лет привели к существенному улучшению бизнес среды в Армении, что наглядно видно по результатам исследования «Doing business 2015» (см. табл. 2.6).

Отметим, что в рейтинг «Doing business 2015» было включено 189 стран, а в исследованиях при оценке бизнес среды учитывались следующие факторы:⁹⁵

- основание бизнеса;
- получение разрешения на стройку;
- регистрация собственности;
- получение кредита;

⁹² См. Գործարարության աջակցման խորհուրդ ստեղծելու մասին ՀՀ նախագահի 2000 թվականի դեկտեմբերի 31 – ի թիվ ՆՀ – 768 հրամանագիր, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության պաշտոնական կայքէջ, www.gov.am, <http://www.gov.am/ru/councils/>

⁹³ См. «Գործարարությամբ զբաղվելը Հայաստանում» բարեփոխումների հուշագրի հիման վրա կազմված Հայաստանի գործարար միջավայրի բարելավման միջոցառումների ծրագիր, ՀՀ կառավարության 2008 թվականի հունիսի 26-ի N775-Ն որոշման հավելված, Հայաստանի Հանրապետության Ֆինանսների նախարարության պաշտոնական կայքէջ, www.mfa.am, http://www.mfa.am/u_files/file/businessarm/68_am.pdf

⁹⁴ См. Информационно-аналитический обзор «О состоянии малого и среднего предпринимательства в государствах - участниках СНГ», Москва, 2015 г., 170 с., стр. 10, Федеральный портал малого и среднего предпринимательства, Министерство экономического развития Российской Федерации, www.smb.gov.ru, <http://smb.gov.ru/statistics/navy/analitic/16043.html>

⁹⁵ См. Distance to Frontier and Ease of Doing Business Ranking, www.russian.doingbusiness.org, http://russian.doingbusiness.org/~/_/media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB17-Chapters/DB17-DTF-and-DBRankings.pdf

- подключение электричества;
- защищенность инвесторов;
- выплата налогов;
- внешняя торговля;
- применение договоров;
- процесс банкротства.

Таблица 2.6

Сравнительный анализ позиций РА за 2014-2015 гг. по результатам исследования «Doing Business» (по направлениям деятельности)⁹⁶

	Налоги	Внешняя торговля	Основание бизнеса	Получение кредита	Ликвидация бизнеса	Защищенность инвесторов
2014	73	124	5	30	67	25
2015	41	110	4	36	69	22
Изменения	+32	+14	+1	-6	-2	+3

Анализируя представленные выше данные (табл. 2.6), отметим, что усложненный процесс получения кредитов и ликвидации бизнеса часто лишает предприятия сферы МСБ свойственной им гибкости.

По приказу N638-Н премьер-министра РА, 7 июля 2011 года был создан совет по развитию МСБ, которым руководит премьер-министр РА. Основная цель создания совета – повышение эффективности государственной поддержки МСБ РА. В состав совета включены: министр экономики РА, его первый заместитель, руководитель ереванского офиса Европейского банка реконструкции и развития, а также представители бизнес-среды. Совет осуществляет свою деятельность квартальными совещаниями, на которые приглашаются представители государственных органов.⁹⁷

Министерством экономического развития и инвестиций РА также разработана стратегия развития малого и среднего бизнеса на 2016-2018 гг. Главная цель данной стратегии – повышение конкурентоспособности малого и среднего бизнеса как на внешнем, так и на внутреннем рынках. Для первых трех лет основными задачами стратегии развития МСБ должны стать: создание конкурентоспособной бизнес-среды, повышение качества

⁹⁶ См. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման 2016-2018 թվականների ռազմավարություն», Հայաստանի Հանրապետության Տնտեսական Զարգացման և Ներդրումների նախարարության պաշտոնական կայքէջ, www.mineconomy.am, <http://www.mineconomy.am/arm/38/gortsaryut.pastatuxt.html> file:///C:/Users/Aspire/Downloads/SME_razmavarutyun-251%20(14).pdf

⁹⁷ См. Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, www.arlis.am, <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=69564>

предпринимательских знаний, доступность финансовых средств, упрощение налоговой системы, а также применение нововведений. Разработка стратегии развития малого и среднего бизнеса полностью возложена на Министерство экономического развития и инвестиций РА. Основными целями стратегии являются:⁹⁸

- улучшение институциональной и законодательной среды для субъектов МСБ;
- обеспечение доступности финансирования субъектов МСБ;
- стимулирование и развитие предпринимательской культуры;
- повышение внутренней и внешней конкурентоспособности МСБ;
- улучшение диалога «государство-частный сектор»;
- усиление структур, содействующих субъектам МСБ;
- предоставление поддержки начинающим предпринимателям;
- стимулирование активного участия женщин в бизнесе.

Если провести сравнительный анализ Концепции политики и стратегии развития МСБ в Армении, которая была принята Правительством РА в августе 2000 года и Стратегии развития малого и среднего бизнеса на 2016-2018 гг., как двух документов о государственной политике развития малого и среднего бизнеса в Армении, то становится очевидно, что Стратегия развития малого и среднего бизнеса на 2016-2018 гг. рассматривает более широкий аспект важнейших вопросов, обуславливающих развитие сектора МСБ в РА, а именно: вопросы изменения законодательной базы, доступности финансовых средств, усиления государственно-частного сотрудничества, повышения эффективности работы структур, оказывающих содействие малому и среднему бизнесу.⁹⁹ Это означает, что Стратегия развития малого и среднего бизнеса на 2016-2018 гг. акцентирует большее внимание на повышении эффективности инфраструктуры развития МСБ РА, которой, как было отмечено выше, присуще множество проблем. Создание эффективной инфраструктуры для бизнеса способствует улучшению состояния сферы МСБ РА.

Наряду со всем вышеперечисленным, важное значение для развития субъектов МСБ РА имеет также система налогообложения. Эффективно было бы связать налоговое законодательство со стимулирующими развитие малого и среднего бизнеса программами и установить гибкие льготные ставки, особенно для экспортоориентированных субъектов МСБ.

⁹⁸ См. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման 2016-2018 թվականների ռազմավարություն», Հայաստանի Հանրապետության Տնտեսական Զարգացման և Ներդրումների նախարարության պաշտոնական կայքէջ, www.mineconomy.am, <http://www.mineconomy.am/arm/38/gortsaryt.pastatuxt.html>, [file:///C:/Users/Aspire/Downloads/SME_razmavarutyun-251%20\(15\).pdf](file:///C:/Users/Aspire/Downloads/SME_razmavarutyun-251%20(15).pdf)

⁹⁹ См. там же.

Важной особенностью развития малого и среднего бизнеса в РА является зависимость данного сектора от внешних капиталовложений, что особенно актуально в современных условиях нехватки финансовых средств. Основная часть иностранных инвестиций направляется в сферу крупного предпринимательства, исходя из чего, необходимо упростить доступ к финансовым ресурсам на внутреннем рынке, а именно: снизить ставки кредитования для субъектов МСБ и освободить их от обязательного наличия залогового имущества, продлить сроки кредитования и т.д.

Отметим, что регулирующей деятельность малого и среднего бизнеса РА законодательной базе также присущи некоторые недостатки. Например, закон РА «О реорганизации и прекращении деятельности предприятия», от 14.03.1992 г. предусматривает довольно усложненный процесс ликвидации предприятия в РА, вследствие чего множество субъектов малого и среднего бизнеса после практического приостановления своей деятельности, документально продолжают оставаться зарегистрированными, порождая ряд проблем, таких, как, например, искаженные показатели, описывающие сферу МСБ РА. Подобно процессу регистрации предприятий, процесс ликвидации также необходимо упростить и осуществлять по принципу «одного окна». Это, в первую очередь, даст возможность субъектам МСБ быстро ориентироваться и, при изменении экономической ситуации, с легкостью сменить сферу деятельности (подобно, например, субъектам МСБ США).

Таким образом, в настоящее время в РА, в силу слабых возможностей малых и средних предприятий, эффективна была бы всемерная государственная поддержка для становления и усиления этого важного сектора экономики, занимающего во многих зарубежных странах доминирующее положение и являющегося основой обеспечения социально-экономического благосостояния государства.

2.3. Экспортная деятельность малого и среднего бизнеса РА и вопросы его финансовой поддержки

Объем внешней торговли РА за 2015 год по текущим ценам составил 4724570.6 тысяч долларов. При этом, импорт составил 3239238.7 тысяч долларов, а экспорт – 1485331.9 тысяч долларов, значительно уступая объемам импорта и образуя дефицит торгового баланса.¹⁰⁰

¹⁰⁰ См. «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրն ըստ ապրանքային խմբերի 2012-2015 թթ.», Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_7.pdf

Внешняя торговля РА за 2012-2015 гг. (тысяч долларов)¹⁰¹

	2012	2013	2014	2015
Экспорт	1380199.2	1478748.6	1547286.8	1485331.9
Импорт	4261232.7	4385865.9	4424424.5	3239238.7

При осуществлении экспортно-импортных операций, Армения взаимодействует со многими странами мира. Основными партнерами по экспорту являются: РФ, Грузия, Страны ЕС, Канада, США (см. рис. 6).

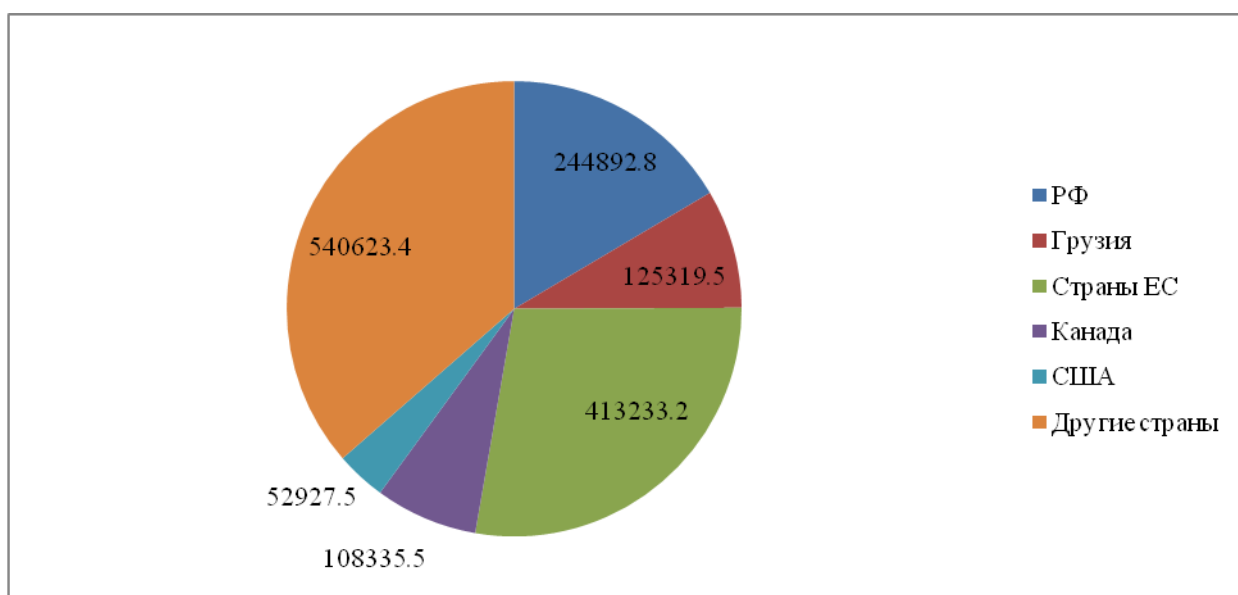


Рисунок 6. Экспорт РА по странам за 2015 год (тысяч долларов)¹⁰²

Участие субъектов малого и среднего бизнеса РА в экспорте страны не является значительным (около 20% от общего объема экспорта, согласно исследованиям НИЦР МСБ РА, и этот показатель существенно не изменяется на протяжении нескольких лет). Субъекты МСБ ориентируются в основном на внутренний рынок, не в состоянии удовлетворить требования внешнего рынка и в процессе организации экспорта сталкиваются с многочисленными препятствиями как внутри страны, так и в процессе представления своей продукции за границей.

Необходимо отметить, что, согласно результатам анализа официальных статистических данных, в структуре экспорта различаются группы товаров (например, металлы, алкогольные

¹⁰¹ См. «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրն ըստ պարանթային խմբերի 2012-2015 թթ.», Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_7.pdf

¹⁰² Составлено автором на основе данных таблицы 2.7, а также «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրը 2012-2015 թվականներին», Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_3.pdf

напитки, бриллианты), которые составляют основную его долю и производятся в основном крупными предприятиями.¹⁰³ Это одна из важнейших причин пассивного участия малого и среднего бизнеса в экспортных операциях страны.

15 декабря 2011 года Правительством РА была принята стратегия производственной политики, направленной на экспорт, главная цель которой – диверсификация за счет повышения экспортного потенциала различных отраслей для снижения уровня концентрации экспорта на нескольких товарных группах.¹⁰⁴

Таблица 2.8

Экспорт РА по товарным группам за 2014-2015 гг. (тысяч долларов)¹⁰⁵

	Экспорт	
	2014	2015
Живые животные и продукты животного происхождения	50455.6	46415.8
Продукты растительного происхождения	37783.4	37832.8
Жиры и масла животного и растительного происхождения	108.8	55.9
Готовые продукты питания	338117.8	325290.8
Минеральные продукты	385728.0	476937.0
Продукты химических и связанных с ней отраслей промышленности	14128.2	14994.5
Пластмасса, каучук, резина и изделия из них	11207.8	9425.4
Кожа, меха и изделия из них	3726.1	5097.7
Древесина и изделия из нее	787.7	1284.3
Бумага и изделия из нее	1917.6	1453.5
Текстиль и изделия из него	50337.9	68372.6
Обувь, головные уборы, обработанные перья и изделия из них	1587.4	1546.6
Изделия из камня и цемента	21169.8	12003.6
Драгоценные и полудрагоценные камни, металлы и изделия из них	230321.3	193970.9
Недрагоценные металлы и изделия из них	302537.9	227832.4
Машины и оборудование	23804.0	15510.2
Транспортные средства	39929.0	10735.8

¹⁰³ См. «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրն ըստ ապրանքային խմբերի 2012-2015 թթ.», Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_7.pdf

¹⁰⁴ См. Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, www.arlis.am, <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docID=77002>

¹⁰⁵ Таблица составлена автором на основе данных «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրն ըստ ապրանքային խմբերի 2012-2015 թթ.», Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_7.pdf

Приборы и аппараты	24677.7	26018.5
Разные промышленные товары	7346.5	9893.4
Произведения искусства, старинные вещи	1614.4	660.3
ВСЕГО	1547286.8	1485331.9

Рассмотрев общий перечень экспортируемой из РА продукции за 2014-2015 гг., осуществлен анализ экспорта продовольственной продукции по отдельным товарным группам.

Таблица 2.9

Экспорт продовольственной продукции по товарным группам по странам СНГ и другим странам за 2014-2015 гг. (тысяч долларов)¹⁰⁶

	Год	
	2014	2015
Мясо и мясная продукция	1.859.3	30.628.3
Страны СНГ	1.6	1.3
Другие страны	1.857.7	3.062.7
Рыба и другие морепродукты	30.478.0	14.741.7
Страны СНГ	29.083.9	13.528.7
Другие страны	1.394.1	1.213.0
Молоко и молочные продукты	8.514.5	24.015.4
Страны СНГ	8.439.4	23.489.8
Другие страны	75.0	525.6
Овощи	10.041.8	13.344.0
Страны СНГ	5.905.2	12.003.4
Другие страны	4.136.7	1.340.6
Съедобные плоды и орехи	18.510.0	14.616.1
Страны СНГ	16.968.3	12.417.2
Другие страны	1.541.8	2.198.9
Чай, кофе и другие пряности	5.197.7	46906
Страны СНГ	2.890.0	3.321.7
Другие страны	2.307.7	1.368.9
Хлебные злаки	133.7	1587
Страны СНГ	-	-
Другие страны	133.7	158.7

¹⁰⁶ Таблица составлена автором на основе данных «Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք 2015», էջ 442-468, Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, <http://www.armstat.am/file/doc/99493858.pdf>; «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրը ոչ ԱՊՀ երկրների հետ ըստ ապրանքային խմբերի 2015 թվականին», Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_11.pdf; «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրը ԱՊՀ երկրների հետ ըստ ապրանքային խմբերի 2015 թվականին», Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_10.pdf

Жиры и масла животного и растительного происхождения	108.8	559
Страны СНГ	75.4	-
Другие страны	33.4	55.9
Изделия из мяса и рыбы	3.711.5	29844
Страны СНГ	1.750.8	1.414.7
Другие страны	1.960.7	1.569.7
Сахар и кондитерские изделия из него	937.4	12612
Страны СНГ	65.7	65.0
Другие страны	871.7	1.196.2
Какао и продукты из него	1.987.9	19000
Страны СНГ	186.8	396.5
Другие страны	1.801.2	1.503.5
Мучные кондитерские изделия	1.454.2	12651
Страны СНГ	64.6	68.9
Другие страны	1.389.6	1.196.2
Продукты, переработанные из овощей, орехов и растений	21.788.4	202294
Страны СНГ	18.356.5	15.319.9
Другие страны	3.431.9	4.909.5
Прочие разные пищевые продукты	2.372.1	16303
Страны СНГ	1.475.4	1.057.2
Другие страны	896.7	573.1
Алкогольные и безалкогольные напитки, уксус	189.235.9	1251806
Страны СНГ	165.952.1	101.845.0
Другие страны	23.283.8	23.335.6

Нормативно-правовую базу в области внешнеторговой политики Армении составляют:¹⁰⁷

1. Конституция РА, 05.07.1995 г.
2. Гражданский кодекс РА, 28.07.1998 г.
3. Таможенный кодекс РА, 06.07.2000 г.
4. Закон РА «О налоге на добавленную стоимость», 14.05.1997 г.
5. Закон РА «О налоге на прибыль», 30.09.1997 г.
6. Закон РА «Об акцизном налоге», 07.07.2000 г.
7. Закон РА «О защите экономической конкуренции», 06.11.2000 г.
8. Закон РА «О защите внутреннего рынка», 18.04.2001 г.
9. Закон РА «О защите прав потребителей», 26.06.2001 г.
10. Закон РА «О безопасности пищевых продуктов», 21.06.2014 г.
11. Закон РА «О подтверждении соответствия продукции и услуг нормативным требованиям», 09.11.1999 г.
12. Постановления Правительства РА и другие нормативные акты

¹⁰⁷ См. Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի պաշտոնական կայքէջ, www.parliament.am

13. Международные договоры, заключенные Арменией на двухсторонних и многосторонних основах.

Республика Армения установила открытый торговый режим со странами СНГ, являясь стороной соглашения о создании зоны свободной торговли от 18 октября 2011 года, которым предусматривается взаимное неприменение таможенных пошлин и налогов.¹⁰⁸

С целью обеспечения свободы движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, 29 мая 2014 года в городе Астана был подписан договор о Евразийском экономическом союзе, который вступил в силу 1 января 2015 года. Сторонами указанного договора являются Республика Беларусь, Республика Казахстан, Российская Федерация. Присоединиться к Евразийскому экономическому союзу выразила желание и Республика Армения, в связи с чем в г. Минске 10 октября 2014 года был подписан соответствующий договор. Позже, 12 августа 2015 года, к Евразийскому экономическому союзу официально присоединилась также Республика Киргизия.¹⁰⁹

Присоединение к Евразийскому экономическому союзу создало возможность увеличить торгово-экономический оборот и доход от проведения торговых операций за счет изменения таможенных пошлин.

В связи с геополитическим положением РА и отсутствием общей границы со странами-членами ЕАЭС, при организации экспорта возрастают транспортные затраты, что влияет на себестоимость экспортируемой продукции, делая ее неконкурентоспособной с ценовой точки зрения. Несмотря на тот факт, что в будущем предполагается разрешить транспортные проблемы путем строительства автомобильной дороги Север-ЮГ и железной дороги Иран-Армения, которая проложит наиболее короткий сухопутный маршрут к портам Персидского залива, на данный момент процесс осуществления экспорта с точки зрения организации транспортировки товара не облегчился, особенно для субъектов малого и среднего бизнеса. Следовательно, вопрос создания посреднических организаций по экспорту остается актуальным и важным для развития малого и среднего бизнеса РА в сегодняшних экономических условиях. Механизмы создания и деятельности, а также эффективность подобных структур по осуществлению экспорта подробно рассмотрены ниже, в третьей главе диссертационной работы.

¹⁰⁸ См. «Договор о зоне свободной торговли» (Подписан в г. Санкт-Петербурге 18.10.2011 г.), Официальный сайт компании «Консультант Плюс», www.consultant.ru, http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121497/d37f465c686d1669b81affe4d09049edd6e6e401/

¹⁰⁹ См. «Договор о Евразийском экономическом союзе» (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 08.05.2015), Официальный сайт компании «Консультант Плюс», www.consultant.ru, http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/

В ходе осуществления исследования было выявлено, что в РА существует объемная статистическая база, описывающая структуру экспорта по отраслям экономики, видам продукции, странам экспорта. Однако, информация о участии малого и среднего бизнеса в экспорте страны довольно ограничена.

Данные, касательно сферы малого и среднего бизнеса, периодически публикуются Министерством экономического развития и инвестиций, а также Национальной статистической службой РА. Однако наиболее комплексное исследование роли малого и среднего бизнеса по различным направлениям осуществляет Национальный центр развития малого и среднего бизнеса РА, публикуя годовые результаты (последние официальные данные, описывающие состояние сферы малого и среднего бизнеса РА, были опубликованы НЦР МСБ за 2012 год).¹¹⁰

Исходя из статистических данных официальных источников, доступных нам, проанализируем роль малого и среднего бизнеса РА в экспорте.

Если рассматривать количество субъектов малого и среднего бизнеса по различным отраслям и экспорт РА по товарным группам за 2015 год (см. табл. 2.2 и 2.8), то можно сделать следующий вывод: те отрасли, в которых количественно доминируют субъекты МСБ, например, оптовая и розничная торговля, либо не экспортируемы, либо в общем объеме экспорта имеют незначительный удельный вес, и наоборот, в тех отраслях, продукция которых доминирует в экспорте страны, например, производство минеральных продуктов, субъекты МСБ занимают незначительную долю.

Нет также и официальных данных касательно доли малого и среднего бизнеса РА в экспорте сельскохозяйственной продукции. Однако, если учитывать, что экспорт сельскохозяйственной продукции состоит преимущественно из перечня товаров (фрукты, овощи и животные), которые в основном производятся мелкими фермерами в деревнях, то можно предположить, что доля крупного бизнеса в производстве вышеуказанной продукции невелика. С другой стороны, учитывая тот немаловажный факт, что мелкие фермеры часто самостоятельно не в состоянии выйти на внешний рынок, и крупный бизнес, выступая перекупщиком на внутреннем рынке, осуществляет экспорт, то можно предположить, что доля МСБ в экспорте сельскохозяйственной продукции все же невелика.

В экономике РА существуют отрасли, не требующие капитальных финансовых вложений и трудовых ресурсов. Таковыми являются, например: производство сушеной продукции, бумажных, текстильных и деревянных изделий и т.д. В этих отраслях существенная доля

¹¹⁰ См. Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ, www.smednc.am, http://www.smednc.am/am/content/smes_in_figure/

производства принадлежит малому и среднему бизнесу, однако, удельный вес данной продукции незначителен в общем объеме экспорта (см. табл. 2.8).

Пассивное участие малого и среднего бизнеса РА в экспортных операциях является также следствием существующих в сфере МСБ многочисленных проблем: технологических, информационных, кадровых, финансовых и т.д., во многом сдерживающих ее развитие. Ввиду финансовой несостоятельности, многим субъектам МСБ не удается импортировать необходимые ресурсы и технологии, а также осуществлять экспорт готовой продукции, а рассчитывать только на внутренний рынок при производстве товаров достаточно рискованно, из-за ограниченного спроса.

Другой немаловажной причиной пассивного участия субъектов МСБ в экспорте страны является неразвитость посреднических организаций по экспорту.

Отметим также, что в стране относительно низок уровень деловой образованности бизнесменов, особенно владельцев микро и малых предприятий (они должны знать «правила игры» на мировом рынке, владеть соответствующей информацией касательно его требований и традиций).

Однако, из всего множества проблем, присущих сфере МСБ РА, одной из наиболее острейших и трудноразрешимых является нехватка финансовых ресурсов.

Несмотря на тот факт, что по определению субъекты МСБ характеризуются относительно низкой потребностью в деньгах, финансирование данного сектора является первостепенной задачей, исходя из чего Законом «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства» закреплено положение, согласно которому Правительством РА ежегодно выделяются средства из государственного бюджета на реализацию годовых программ государственной поддержки субъектов МСБ.¹¹¹

В целях содействия развитию МСБ и реализации программ прямого кредитования и финансирования, решением Правительства РА в 2009 году была создана универсальная кредитная организация ЗАО «Инвестиции МСБ» с уставным капиталом в размере 7,5 млрд драмов. Организация предоставляет субъектам МСБ РА мелкие и средние кредиты суммой до

¹¹¹ См. «О состоянии малого и среднего предпринимательства в государствах-участниках СНГ», информационно-аналитический обзор, подготовленный в соответствии с решением, принятым на 13-м заседании Консультативного совета по поддержке и развитию малого предпринимательства в государствах-участниках СНГ, 7 октября 2011 года, 135 с., стр. 4, ВКП, всеобщая конфедерация профсоюзов, www.vkp.ru, www.vkp.ru/upload/global/130621_small_business.doc

50 млн драмов и крупные – более 50 млн драмов для пополнения оборотных средств сроком до 3 лет и на капитальные вложения – до 5 лет с годовой кредитной ставкой от 10 до 18%.¹¹²

В мировой практике применяется ряд механизмов, таких, как различные программы льготного кредитования, лизинг, франчайзинг, которые стимулируют участие малого и среднего бизнеса в экспортно-импортных операциях.

Малый и средний бизнес ощущает недостаток средств в основном на этапе своего формирования. С одной стороны общеизвестно, что финансово-кредитные организации не склонны вкладывать средства в формирующееся предприятие, поскольку риски невозврата чрезвычайно высоки. С другой – процентные ставки и сроки также не всегда устраивают малый бизнес (средняя процентная ставка по драмовым кредитам составляет 18-19%, по долларovým – 14-15%), исходя из чего в общем объеме банковского кредитования в РА доля субъектов МСБ составляет порядка 10%.¹¹³ Отметим, что кроме высоких процентных ставок, для клиентов существенны также суммы, взимаемые банками за предоставление и текущее обслуживание кредита. Финансовые проблемы субъектов МСБ обусловлены также тем, что последние, как правило, не обладают достаточным для кредитования залого-гарантийным обеспечением. Коммерческие банки, даже в экономически развитых странах, предпочитают более выгодные и менее рискованные операции. Поэтому, во многих странах функционируют специализированные фонды, за счет чего диверсифицируются возможные риски.

В целях преодоления проблем кредитования субъектов МСБ и обеспечения доступности для них финансовых ресурсов с 2003 года Национальным центром развития МСБ РА реализуется программа предоставления кредитных гарантий. В частности, в рамках этой программы предоставляется возможность получения кредитов для тех кредитоспособных субъектов МСБ, которые не имеют достаточного ликвидного залога. Кредитные гарантии предоставляются посредством коммерческих банков, являющихся партнерами Национального центра развития МСБ РА, сроком до 5 лет, при этом их сумма в рамках программы не может превышать 15 млн драмов или 70% общей суммы кредитного обязательства.¹¹⁴

Учитывая высокие для малого и среднего бизнеса процентные ставки по кредитам, Национальным центром развития МСБ РА реализуется также программа частичного

¹¹² См. Информационно-аналитический обзор «О состоянии малого и среднего предпринимательства в государствах - участниках СНГ», Москва, 2015 г., 170 с., стр. 13, Федеральный портал малого и среднего предпринимательства, Министерство экономического развития Российской Федерации, www.smb.gov.ru, <http://smb.gov.ru/statistics/navy/analitic/16043.html>

¹¹³ См. там же, стр. 15.

¹¹⁴ См. «О состоянии малого и среднего предпринимательства в государствах-участниках СНГ», информационно-аналитический обзор, подготовленный в соответствии с решением, принятым на 13-м заседании Консультативного совета по поддержке и развитию малого предпринимательства в государствах-участниках СНГ, 7 октября 2011 года, 135 с., стр. 7, ВКП, всеобщая конфедерация профсоюзов, www.vkp.ru, www.vkp.ru/upload/global/130621_small_business.doc

субсидирования процентной ставки (до 6%) по предоставляемым кредитам, как для установленных Правительством РА приграничных и отдаленных районов, так и в рамках Программы предоставления кредитных гарантий для субъектов МСБ, представивших проекты с высоким уровнем риска.¹¹⁵

С 2006 года в целях расширения возможностей кредитования и совершенствования его условий, в Программу введен также компонент предоставления финансовой поддержки начинающим предпринимателям, представившим наиболее реалистичные бизнес-планы, в виде кредита со 100% гарантией НЦР МСБ РА посредством банков-партнеров. Кредит в размере до 3 млн драмов предоставляется сроком до 3 лет и с 12% ставкой. Кроме того, с 2012 года начинающим предпринимательскую деятельность субъектам МСБ предоставляется также льготный период возврата суммы кредита до 6 месяцев, в зависимости от вида деятельности.¹¹⁶

В целях совершенствования Программы с 2012 года действует новый упрощенный механизм, дающий возможность вдвое сократить время предоставления поддержки, что делает Программу более эффективной и конкурентоспособной.¹¹⁷

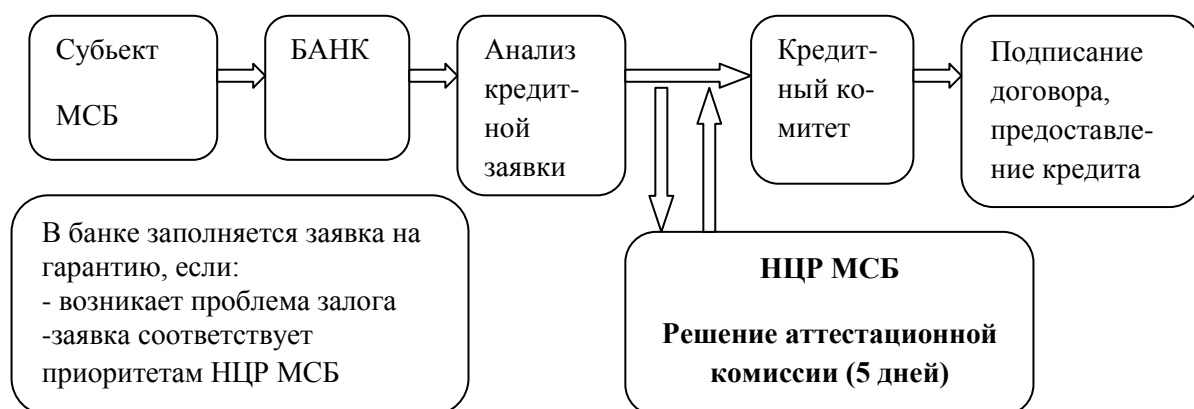


Рисунок 7. Механизм предоставления кредитных гарантий НЦР МСБ РА субъектам малого и среднего бизнеса¹¹⁸

Отметим, однако, что согласно нашим наблюдениям, собственники многих микро и малых предприятий, особенно в марзах страны, не владеют достаточной информацией касательно существующих программ поддержки и развития МСБ, а также предусмотренных соответствующих льгот.

¹¹⁵ См. «О состоянии малого и среднего предпринимательства в государствах-участниках СНГ», информационно-аналитический обзор, подготовленный в соответствии с решением, принятым на 13-м заседании Консультативного совета по поддержке и развитию малого предпринимательства в государствах-участниках СНГ, 7 октября 2011 года, 135 с., стр. 8, ВКП, всеобщая конфедерация профсоюзов, www.vkp.ru, www.vkp.ru/upload/global/130621_small_business.doc

¹¹⁶ См. там же.

¹¹⁷ См. там же, стр. 7.

¹¹⁸ См. там же, стр. 8.

Одним из эффективных инструментов поддержки субъектов МСБ в современном мире является лизинг. Приобретение оборудования на условиях лизинга позволяет субъектам МСБ экономить финансовые средства, оплачивая при покупке оборудования только часть стоимости, а оставшуюся сумму внося в виде лизинговых платежей за счет доходов, полученных при его эксплуатации. В результате разрешается проблема технологического оснащения предприятия и повышается конкурентоспособность производимой им продукции.

Лизинговые операции с субъектами МСБ, однако, предполагают большую степень риска и не распространены в РА, хотя некоторые коммерческие банки уже специализированы на предоставлении подобных услуг (АКБА банк, Америа банк).

Отметим, что универсальная кредитная организация ЗАО «Инвестиции МСБ» также предоставляет лизинг юридическим лицам - резидентам Республики Армения, индивидуальным предпринимателям, фермерским хозяйствам и физическим лицам, имеющим постоянный источник дохода. Лизинг предоставляется сроком на 6 лет с кредитной ставкой 9-12 % (включая расходы по страхованию имущества).¹¹⁹

Незначительная доля зарегистрированных субъектов МСБ РА (около 5%) пользуется услугами страховых компаний. В категорию страхующихся входит в основном средний бизнес, между тем, как в Армении, из общего количества субъектов МСБ более 90% составляют микропредприятия (см. рис. 4), владельцы которых часто не осознают, что один маленький магазин может в миг оставить без ничего (например, в случае пожара). Страхование приобретает наибольшую важность для бизнес субъектов, особенно малых и средних, в случаях, когда последние осуществляют выход со своей продукцией на внешний рынок.

В современной практике международной торговли многие покупатели внешнего рынка соглашаются сотрудничать при условии, что экспортер (продавец товара) предоставит им возможность постоплаты за приобретаемый товар. Такая деятельность экспортера с одной стороны способствует увеличению объемов продаж за счет привлечения новых партнеров и сотрудничества с ними, с другой – содержит в себе риск возникновения финансовых потерь в случае невыплаты покупателем в срок суммы за приобретенный товар. Риск потерь финансовых ресурсов особенно ощутим для субъектов малого и среднего бизнеса.

Для создания возможности экспортерам защитить свои денежные средства от вероятных рисков при экспорте продукции по решению правительства РА 23 октября 2013 года было создано «Агентство по страхованию экспорта» страховое закрытое акционерное общество,

¹¹⁹ См. Информационно-аналитический обзор «О состоянии малого и среднего предпринимательства в государствах-участниках СНГ», Москва, 2015 г., 170 с., стр. 14, Федеральный портал малого и среднего предпринимательства, Министерство экономического развития Российской Федерации, [www.smb.gov.ru](http://smb.gov.ru), <http://smb.gov.ru/statistics/navy/analitic/16043.html>

единственным акционером которого является Республика Армения, так как частные страховые компании, из-за высокой степени риска, не оказывают подобных услуг.¹²⁰

Главной функцией агентства является страхование возможных финансовых потерь экспортоориентированных бизнес субъектов РА, особенно малых и средних, от тех случаев, если покупатель внешнего рынка не выплачивает за приобретенный им товар в установленные договором сроки, в виду возникновения:¹²¹

а) коммерческих рисков – покупатель обанкротился или без правовых основ отказывается платить за товар;

б) политических рисков – ограничения на осуществление банковских переводов, валютные ограничения, стихийные бедствия, войны и другие политические события.

Основные условия страхования:¹²²

1. Срок страховки – 1-6 месяцев;

2. Стоимость страховки – 0,3-1,1% стоимости экспортного договора, в зависимости от страны, куда экспортируется продукция и от сроков страховки;

3. Страховое покрытие – 85-90% стоимости экспортного договора.

В сфере финансирования международной торговли применяются также банковские гарантии и международный факторинг, требующие обязательного вовлечения покупателя, что создает дополнительные трудности. Субъекты малого и среднего бизнеса часто не имеют широких возможностей ведения переговоров с партнерами внешнего рынка, в результате чего вынуждены либо отказаться от экспорта, либо возложить все риски на себя. Страхование экспорта, осуществляемое в настоящее время в РА, не требует участия покупателя, что дает возможность сдерживать риск финансовых потерь экспортера сравнительно более простым и доступным способом.¹²³

Отметим, однако, что в отличии, например, от банковских гарантий, которые безусловно возмещают обязательства, при страховании экспорта возмещение осуществляется только при обязательном выполнении некоторых условий, главными из которых является добросовестная деятельность экспортера. Иными словами, страховка входит в силу только в случае, если экспортер выполнил все предусмотренные экспортным договором условия. Для обеспечения наиболее эффективной деятельности экспортера, агентство возлагает на него часть ответственности (10-20% риска возможных потерь). Необходимым условием страхования экспорта является положительная репутация покупателя. Страховка может быть не

¹²⁰ См. Հայաստանի արտախախնական ապահովագրական գործակալություն պաշտոնական կայքէջ, www.eia.am, <http://www.eia.am/about-us/about-company/general-information.html>

¹²¹ См. там же, <http://eia.am/product-description.html>

¹²² См. там же, <http://eia.am/general-insurance-conditions.html>

¹²³ Информация предоставлена Агентством по страхованию экспорта РА

предоставлена, если покупатель является новой компанией или имеет отрицательную историю выплат по обязательствам и плохие финансовые показатели.¹²⁴

В настоящее время агентство предоставляет также страховку периодического экспорта и предэкспортного финансирования, работая над установлением сотрудничества с банками и кредитными организациями для того, чтобы создать возможности льготного кредитования тем субъектам, которые пользуются страховкой.¹²⁵

Для оказания содействия экспортерам на официальном сайте агентства опубликовались данные о более чем 1000 импортерах Российского и Европейского рынка, что создает новые возможности сотрудничества.¹²⁶

Отметим, что страхование экспорта сдерживает возможные финансовые потери экспортеров, предоставляя последним уверенность и защищенность на внешнем рынке, а также позволяя смелее сотрудничать с партнерами и, соответственно, увеличивать объем продаж. С другой стороны, основным условием выплаты страховки является добросовестное выполнение экспортером всех условий договора. Субъекты малого и среднего бизнеса часто сталкиваются с проблемами в процессе транспортировки груза, в результате чего экспортируемая продукция может быть доставлена покупателю с опозданием, либо поврежденной, нарушая условия договора. Поэтому, на наш взгляд, эффективно было бы создать посреднические экспортные звенья (подробно см. раздел 3.2), организовать их сотрудничество с субъектами МСБ РА, а страховку экспорта осуществлять для экспортного посредника, таким образом сразу разрешая несколько важных проблем. У посредника будет больше шансов добросовестно выполнить все условия экспортного договора, а у субъектов МСБ – осуществить выход на внешний рынок при взаимодействии с экспортным посредником.

Резюмируя рассмотрение вопросов финансовой поддержки малого и среднего бизнеса, отметим, что, несмотря на предпринимаемые меры и различные программы финансирования, многие субъекты МСБ РА ощущают недостаток денежных средств.

Для решения присущих сфере МСБ РА финансовых проблем и активизации роли малого и среднего бизнеса в экспортных операциях страны, а также повышения конкурентоспособности производимой им продукции на мировом рынке, необходимо:

¹²⁴ См. «Արտահանման հետ կապված կարճաժամկետ առևտրային վարկի ապահովագրության պայմաններ» էջ 7-12, Հայաստանի արտահանման ապահովագրական գործակալության պաշտոնական կայքէջ, www.eia.am, http://eia.am/images/EXI_General_insurance_conditions_-_14.09.16.pdf

¹²⁵ Информация предоставлена Агентством по страхованию экспорта РА

¹²⁶ См. Հայաստանի արտահանման ապահովագրական գործակալության պաշտոնական կայքէջ, www.eia.am, <http://www.eia.am/exporters/lists.html>

- разработать механизмы кредитования субъектов МСБ по льготным процентным ставкам с полной или частичной уступкой промежуточных выплат, взимаемых банками и кредитными организациями;
- развить систему осуществления лизинговых операций, как важнейший современный способ разрешения проблем технологической оснащенности субъектов малого и среднего бизнеса РА;
- разработать программу льготного взимание таможенных пошлин с сырья и материалов, которые ввозятся для производства товаров на экспорт;
- осуществлять льготное финансирование проектов, направленных на организацию экспорта продукции, произведенной малым и средним бизнесом;
- установить определенный годичный объем экспорта для субъектов МСБ (государственными органами, например, Министерством экономического развития и инвестиций РА), после осуществления которого уменьшатся размеры взимаемых таможенных пошлин.

ГЛАВА 3. ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТОМ ТОВАРОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РА

3.1. Особенности развития экспорта продовольственной продукции, произведенной малым и средним бизнесом РА

Разрешение присущих малому и среднему бизнесу РА проблем (см. глава 2), а также разработка эффективной стратегии экспорта производимой им продукции могли бы поспособствовать развитию многих отраслей, особенно тех, в которых количественно доминируют субъекты МСБ (например, производство продовольственной продукции).

Несмотря на многолетнюю историю, сфера производства сушеных фруктов и овощей в РА в настоящее время недостаточно развита - в стране действуют более 5500 производителей, большинство из которых (порядка 5400) являются представителями сферы малого и среднего бизнеса, с годовым объемом производства до одной тонны.¹²⁷

В настоящее время одной из важнейших проблем сферы производства сушеных фруктов и овощей в РА является ориентация производителей на внутренний рынок, тогда как на внешнем рынке также существуют большие возможности для реализации данной продукции за счет ее специфического аромата и вкуса, которые во многом обусловлены климатом РА.

Производство сушеных фруктов и овощей осуществляется по всей Армении. Ввиду наиболее благоприятных климатических условий, больше половины общего числа сушилок находятся в марзах Армавир и Арарат. Согласно данным, предоставленным ассоциацией сушеной продукции РА, в стране действуют порядка 260 сушилок, 23 из которых – искусственные. Самые мощные – 50 кг/ч, 40 кг/ч и 20 кг/ч находятся соответственно в городах Ехегнадзор, Масис и Абовян. Искусственные сушилки несравнимо эффективны, но, при их эксплуатации возникают дополнительные затраты на электроэнергию либо газ. Фрукты и овощи в РА поспевают в основном жарким летом, что дает возможность достаточно эффективно осуществлять их естественную сушку. Именно поэтому в РА в настоящее время очень распространены солнечные сушилки.¹²⁸

Разделяются следующие этапы процесса производства и реализации сушеных фруктов и овощей: сбор и транспортировка сырья, оптовое складирование, переработка посредством сушки, розничная или оптовая продажа и экспорт. На каждом из вышеперечисленных этапов формируется добавленная стоимость, что составляет стоимостную цепочку производственного

¹²⁷ Информация предоставлена Ассоциацией сушеной продукции РА.

¹²⁸ См. Ս. Արմավյան «Պտուղբանջարեղենի չորացման տեխնոլոգիական հրահանգներ», Երևան 2012, էջ 14-18.

процесса. В стоимостной цепочке существуют также косвенные участники, такие, как, например, государственные организации по поддержке бизнеса.¹²⁹

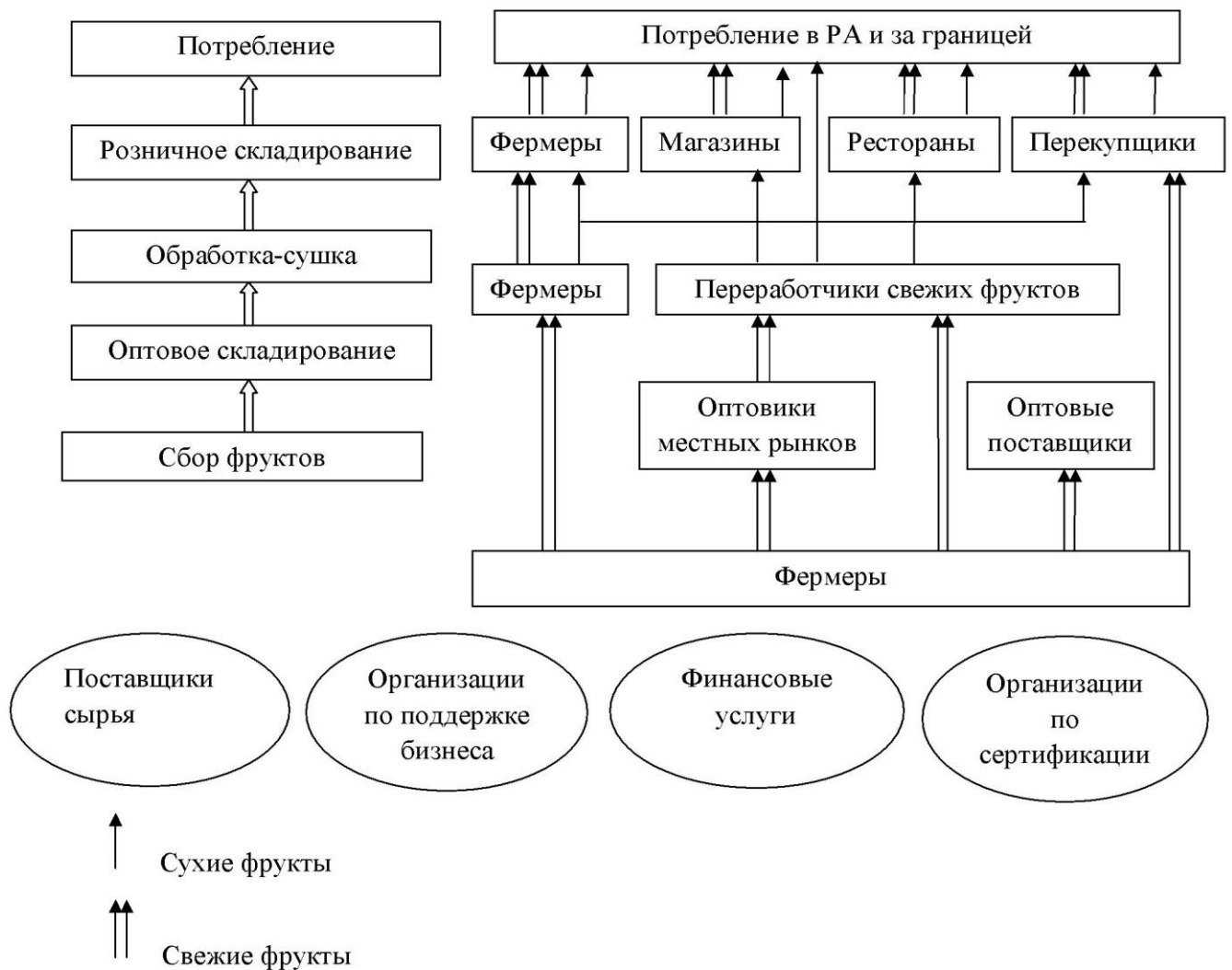


Рисунок 8. Карта стоимостной цепочки процесса производства сушеной продукции¹³⁰

В производстве сушеных фруктов и овощей ключевую роль играет своевременная поставка сырья, для покупки которого производители сотрудничают с поставщиками. Последние, в зависимости от климатических условий текущего года, могут обеспечить производителя необходимым объемом сырья или наоборот. Отметим, что в РА многие производители сушеной продукции владеют садами, самостоятельно выращивая необходимое сырье.¹³¹

Поставщиков свежих фруктов и овощей можно условно разделить на две группы.¹³²

¹²⁹ См. «Հայկական չորացված պտուղ-բանջարեղենի արժեզրթայի վերլուծություն», Բի-Էս-Սի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՄՊԸ, 2012, Business Support Center, www.bsc.am, էջ 11.

¹³⁰ См. там же, էջ 12.

¹³¹ См. там же, էջ 15.

¹³² См. там же, էջ 13-14.

Первая группа – оптовые поставщики, взаимодействующие с фермерами, оптом закупая у них свежие фрукты и овощи, для поставки производящей сушеную продукцию организации, превращаясь в своего рода посредника;

Вторая группа – перекупщики на рынках, как в городе Ереван, так и в марзах РА, которые закупают товар у фермеров, после чего осуществляют оптовую или розничную перепродажу.

Практически все производители заинтересованы в экспорте произведенной продукции, который позволяет обеспечить широкий спрос и стабильно большие объемы продаж. В то же время экспортируемая продукция должна соответствовать ряду критериев, таких как сертификация, ISO и т.д.¹³³ Однако, основная доля производителей сушеной продукции в РА, являясь представителями малого и среднего бизнеса, не в состоянии осуществить выход на внешний рынок. Наши наблюдения показали, что часто у субъектов МСБ в данной сфере нет даже достаточных средств (технических, финансовых и т.д.) на упаковку произведенной продукции, исходя из чего они больше нацелены на розничную продажу внутреннему потребителю.

На внутреннем рынке товар конечному потребителю доходит в основном по схеме «производитель-перекупщик-супермаркет-конечный потребитель». Основными участниками розничной торговли являются сельскохозяйственные рынки, где сушеные фрукты и овощи часто продаются без упаковки, а также магазины, супермаркеты (часто сами осуществляют упаковку), действующий в аэропорту «Звартноц» магазин «Дьюти Фри», где продается исключительно упакованная продукция, а также рестораны и различные производственные организации, которые используют сушеную продукцию в качестве сырья.¹³⁴

Отметим, однако, что в РА, несмотря на большие возможности с точки зрения наличия качественного сырья, импорт сушеной продукции преобладает над экспортом. Импорт осуществляется армянскими компаниями, являющимися розничными и оптовыми продавцами, и практически полностью направлен на розничное потребление. Некоторые компании (например, «Гранд Кенди») самостоятельно импортируют сушеную продукцию для того, чтоб использовать ее в своем производстве.¹³⁵

Кроме официального импорта сушеной продукции, также осуществляется и неофициальный (например, из Ирана, в основном шоферами-грузоперевозчиками), учитывать объемы которого практически невозможно.¹³⁶

¹³³ См. «Հայկական չորացված պտուղ-բանջարեղենի արժեզրթայի վերլուծություն», Բի-Էս-Սի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՄՊԸ, 2012, Business Support Center, www.bsc.am, էջ 16.

¹³⁴ См. там же.

¹³⁵ См. там же, էջ 19.

¹³⁶ См. там же.

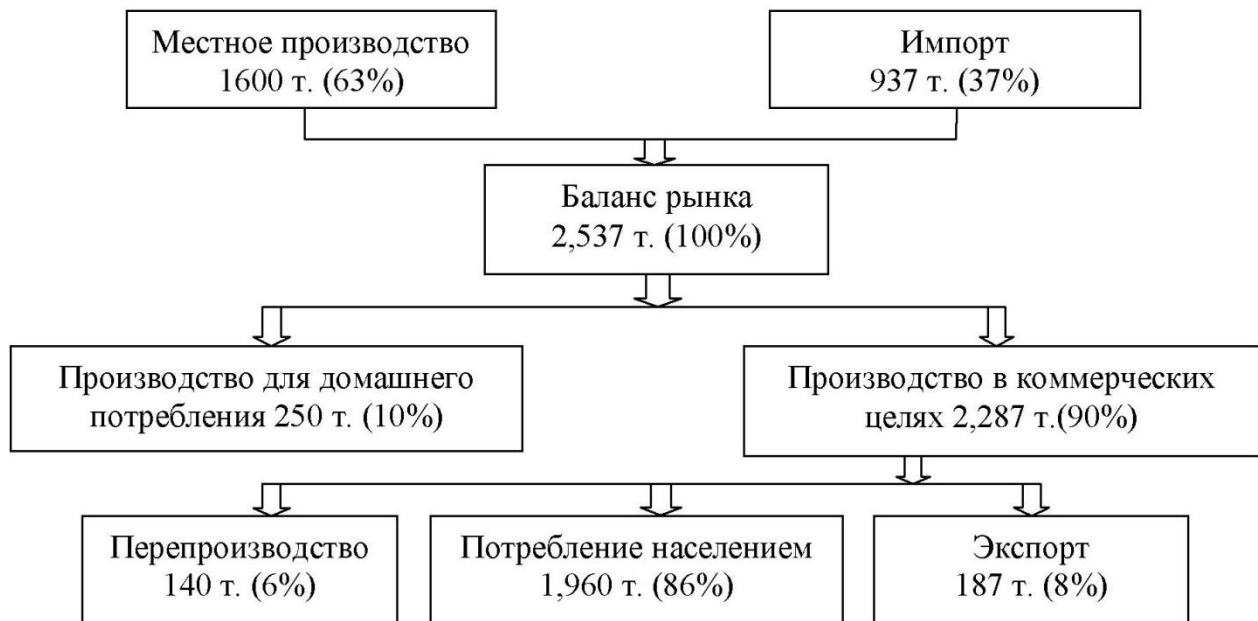


Рисунок 9. Структура рынка сушеной продукции РА за 2014 год¹³⁷

Отметим, что в 2015 году, за счет увеличения урожая абрикосов, объем местного производства составил 1650 тонн, а объем импорта уменьшился до порядка 860 тонн. Другие показатели, описывающие структуру рынка сушеной продукции РА (экспорт, перепроизводство и т.д.) существенно не изменились.¹³⁸

Что касается экспорта сушеной продукции, то этим занимаются лишь несколько организаций, каковыми являются, например, ЗАО «Чир», ориентированная в основном на Европейский рынок, ЧП «Армен Манукян» и ООО «Левон», работающие с российским рынком.¹³⁹

За 2015 год из РА было экспортировано 188 тонн сушеной продукции на сумму 255 тысяч долларов. По объемам экспорта 2015 год был рекордным за весь период независимости РА. Но необходимо отметить, что ценность экспортируемой сушеной продукции в 2015 году снизилась, что объясняется изменением структуры экспорта. В общем объеме экспортируемой сушеной продукции доминировали сушеные овощи, которые стоят дешевле, чем сушеные фрукты. Для сравнения отметим, что в 2014 году объем экспорта сушеных фруктов и овощей составил 187 тонн на сумму 789 тысяч долларов (см. табл. 3.1).

¹³⁷ Составлено автором на основе данных, предоставленных Ассоциацией производителей сушеной продукции РА.

¹³⁸ Информация предоставлена Ассоциацией производителей сушеной продукции РА.

¹³⁹ См. «Հայկական չորացված պտուղ-բանջարեղենի արժեզրթայի վերլուծություն», Բի-Էս-Սի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՄՊԸ, 2012, Business Support Center, www.bsc.am, էջ 19-20.

Объемы экспорта сушеной продукции из РА за 2014-2015 гг.¹⁴⁰

Сушеные фрукты	2014		2015	
	Тонна	Сумма \$	Тонна	Сумма \$
Абрикос	5.0	39.086	22.0	50.000
Слива	38.6	153.750	13.0	45.000
Яблоко	0.4	2.682	5.0	5.000
Персик	58.8	326.029	43.0	95.000
Груша	3.5	27.804		
Дикие плоды	49.5	136.087		
Инжир	1.3	10.664	-	-
Смешанные сушеные фрукты	2.0	12.161	1.0	3.000
ВСЕГО	159.1	708.263	84.0	198.000
Сушеные овощи	Тонна	Сумма \$	Тонна	Сумма \$
Грибы	8.7	12.699	96.0	36.000
Помидоры	2.4	16.377		
Другие	12.3	27.013		
ВСЕГО	23.4	56.089	96.0	36.000
Сушеные травы	Тонна	Сумма \$	Тонна	Сумма \$
Чабрец, мята	4.5	24.861	8.0	21.000
ВСЕГО	4.5	24.861	8.0	21.000

Производство сушеной продукции в РА, как было отмечено выше, осуществляется в основном мелкими производителями, а внешний рынок требует периодических поставок, при отсутствии которых предпочтение отдается другим поставщикам. Именно поэтому в этой сфере также эффективна была бы деятельность посреднических организаций по экспорту, которые закупали бы готовую продукцию у мелких производителей и осуществляли бы периодический экспорт крупными партиями. В случае такого взаимодействия производители могут сконцентрироваться только на процессе производства, стараясь получить максимальные объемы и лучшее качество производимой продукции, не переживая за рынки сбыта.

Отметим, что к процессу экспорта сушеных фруктов и овощей предъявляется ряд требований, как законодательного, так и незакондательного характера. В производстве данной продукции очень важна степень безопасности с точки зрения использования добавок и

¹⁴⁰ Данные предоставлены Ассоциацией производителей сушеной продукции РА.

химикатов. Внешний рынок, особенно европейский, очень осторожен и требователен по отношению к реализуемой на нем продукции. В случаях, когда в продукции содержатся не предусмотренные по установленным стандартам добавки, либо когда на упаковке продукции отсутствует надпись о ее составе, она не пригодна для продажи на европейском рынке.¹⁴¹

Сушеная продукция, содержащая 35-40% влажности, также пользуются большим спросом на внешнем рынке, так как обладает рядом преимуществ – выраженный фруктовый вкус, высокая пищевая ценность, приятный внешний вид. Однако, данная продукция имеет сравнительно короткие сроки хранения, и для ее экспорта необходима дополнительная обработка ионизирующими лучами. Согласно международным стандартам, продукция, подвергшаяся лучевой обработке, должна штамповаться знаками «Radure» либо «Treated with radiation».¹⁴²

Уместно считаем отметить, что для производства сушеной продукции в РА сырье практически не импортируется. Данная сфера находится в прямой зависимости от объемов урожая на территории страны. Следовательно, в зависимости от климатических условий текущего года, если объем урожая возрастает, то объем производства сушеной продукции также возрастает и наоборот.¹⁴³

Подобно объемам производства, цена сушеной продукции также находится в прямой зависимости от климатических условий. Неблагоприятная погода весной уменьшает объемы урожая и повышает цену. В следствии чего, сушеная продукция также дорожает, становясь неконкурентоспособной с ценовой точки зрения, как на внешнем рынке, так и на внутреннем.

Примечательно, что количество, производителей сушеной продукции также может из года в год изменяться, в зависимости от урожая фруктов и овощей в текущем году. Многие производители занимаются сушкой фруктов и овощей в домашних условиях, без специализированных сушилок, и при хорошем урожае вовлекаются в производство.

Отметим также, что некоторые производители сушеной продукции, особенно мелкие, работающие на дому, с целью избежания налоговых выплат и увеличения дохода, стремятся не регистрировать свой бизнес соответственно действующему в стране законодательству, формируя теневой сектор, для которого вести официальную статистику практически невозможно.

¹⁴¹ См. «Հայկական չորացված պտուղ-բանջարեղենի արժեզրթայի վերլուծություն», Բի-Էս-Սի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՄՊԸ, 2012, Business Support Center, www.bsc.am, էջ 21-22.

¹⁴² См. Ղազարյան Ա.Վ. «Չորացած մրգի և բանջարեղենի շուկայի զարգացման հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում», 2013թ., էջ 91.

¹⁴³ См. «Հայկական չորացված պտուղ-բանջարեղենի արժեզրթայի վերլուծություն», Բի-Էս-Սի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՄՊԸ, 2012, Business Support Center, www.bsc.am, էջ 23.

Кроме финансовых и технологических проблем, в сфере производства сушеной продукции наблюдается также недостаток информации и соответствующих знаний, что особо ощутимо на начальном этапе производственного процесса. Для производства конкурентоспособной сушеной продукции важно располагать высококачественным сырьем. А для этого необходимо, чтобы фермеры обладали передовыми знаниями обработки земли, которые можно приобрести при посещении тематических семинаров и консультаций.

Не хватает производителям сушеной продукции также и поддержки в организации маркетинговых программ для экспортируемой продукции.

Таким образом, анализируя производство сушеной продукции в РА, можно сделать следующий вывод: данная сфера имеет как сильные стороны (высокое качество сырья, экологически чистое производство, не требующее больших финансовых вложений, простота технологии сушки), порождающие очень много возможностей для дальнейшего развития, так и слабые стороны (высокая цена сырья, приводящая к неконкурентоспособности сушеной продукции на внешнем рынке, неэффективная маркетинговая политика, дефицит средств упаковки и т.д.), которые являются угрозой для нее и которые возможно преодолеть при соответствующей поддержке.

Правительство РА периодически предпринимает ряд шагов с целью стимулирования внешнеторговой деятельности, однако, в этой сфере все еще существуют неразрешенные проблемы.

Осуществлению активных экспортно-импортных операций препятствует также и сложная географическая расположенность Армении, что обуславливается, в первую очередь, отсутствием выхода к морю. С одной стороны граница с Азербайджаном, страна, с которой имеются противоречия с 1988 года, с другой стороны – Грузия, у которой плохие взаимоотношения с Россией в последние годы, с третьей стороны соседом является Иран, подчиняющийся международному торговому ограничению, а с четвертой – Турция, с которой у Армении также нет дипломатических взаимоотношений.

Рассмотрим основные пути экспорта товара из РА:¹⁴⁴

1. Грузовыми машинами через Баграташен в Грузию, а потом через Ларс в РФ и Украину. Это основной способ экспорта фруктов и овощей из РА.

2. Грузовыми машинами через Баграташен в Грузию, а потом из порта Батуми и Поти кораблем на внешний рынок через украинский порт Ильичевск, а также через Новороссийский

¹⁴⁴ См. «Հայաստանից գյուղատնտեսական արտահանման նյութա-տեխնիկական ապահովման շղթայի վերլուծություն, թարմ միրգ և բանջարի արտահանում», Բի-Էս-Սի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՍՊԸ, 2012, Business Support Center, www.bsc.am, էջ 10.

порт. Такой экспорт осуществляется двумя транспортными средствами и особенно эффективен, когда Ларс покрывается снегом.

3. Самолетом из аэропорта «Звартноц» в Москву и другие города. Так обычно экспортируются свежие фрукты и овощи без заморозки и другая скоропортящаяся продукция. Экспорт осуществляется в течении одного дня.

4. По железной дороге в Грузию, в порт Поти, а оттуда на кораблях в экспортируемые страны. Доставка груза занимает длительное время, поэтому этот способ не применяется для экспорта скоропортящейся продукции.

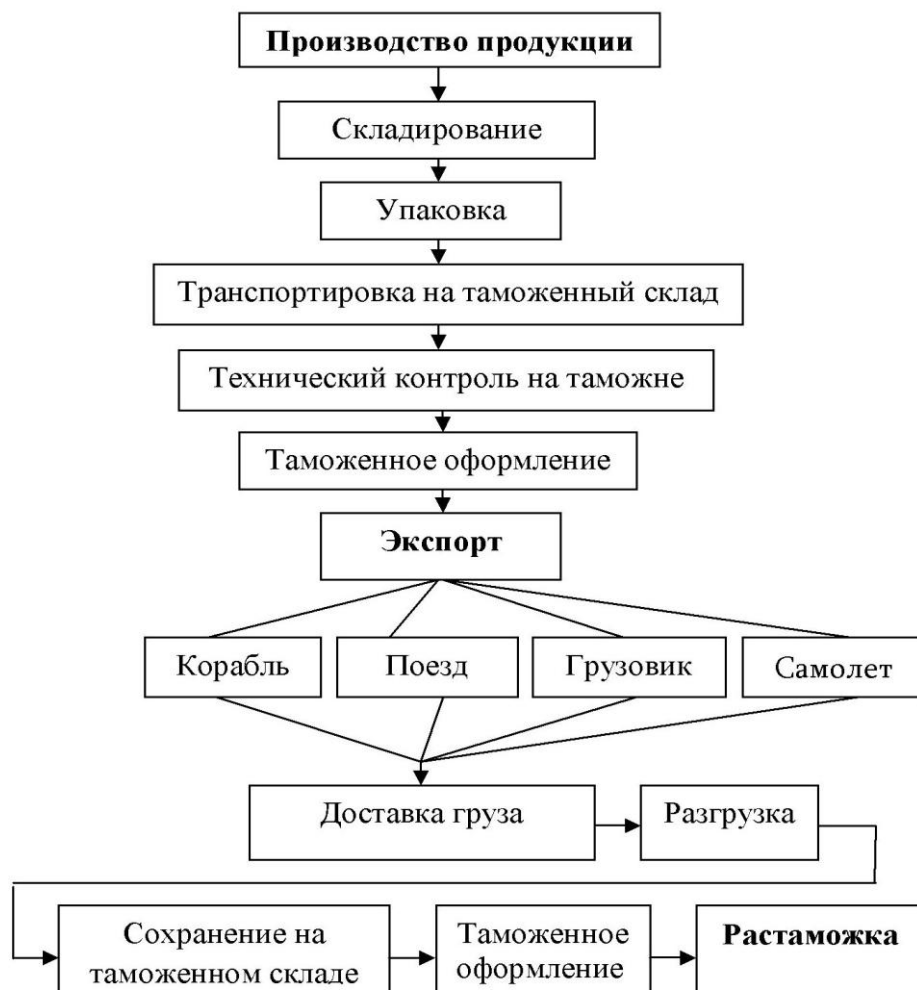


Рисунок 10. Процесс организации экспорта продукции¹⁴⁵

Чтобы перевезти 10 тонн свежих фруктов или овощей на грузовике из Еревана в Москву через Грузию, необходимо потратить порядка 1500 долларов США.¹⁴⁶

Перевозки самолетом осуществляются в основном пассажирским рейсом. Стоимость перевозки одной тонны груза на самолете составляет порядка 2000 долларов США.

¹⁴⁵ Схема разработана автором.

¹⁴⁶ Данные предоставлены отделом маркетинга компании «Спайка».

Существуют и другие расходы: например загрузка и разгрузка каждой тонны товара стоит порядка 100 долларов США.¹⁴⁷ Это означает, что для экспорта каждого килограмма продукции, например, на самолете, необходимо затратить 2 доллара за перевозку и по 0.1 доллару на погрузку и разгрузку товара. То есть, при транспортировке груза самолетом, чтобы хотя бы окупить расходы на перевозку, экспортер вынужден продавать товар на внешнем рынке по цене на 2.1 доллар выше закупочной, не говоря уже о ожидаемой им выручке. Таким образом, экспортируемая из РА продукция, если на внешнем рынке она не уникальна и ей есть альтернатива, становится неконкурентоспособной с ценовой точки зрения. Вывод: кроме того, что процесс организации экспорта усложнен, он еще и довольно дорогостоящий.

Отметим, что очень часто, из-за отсутствия профессиональных сушилок и другой необходимой техники, а также из-за длительной окупаемости вложений, многие фермеры предпочитают осуществлять продажу свежих фруктов и овощей в сезон.

Экспорт свежих фруктов и овощей из РА на протяжении многих лет осуществляет компания «Спайка» (под брендом «Арагат фрукт»), выполняющая функции экспортного посредника в данной сфере.

Бренд «Арагат фрукт» сформировался в результате развития компании «Спайка» с целью стимулирования сельского хозяйства, в частности садоводства, в Армении. Деятельность компании направлена на представление армянских свежих фруктов и овощей на международном рынке, для чего она осуществляет: предоплатное финансирование, консультации по обработке садов, организация сбора урожая, сортировка, упаковка, складирование, экспорт.¹⁴⁸

Для повышения качества продукции, компания «Спайка» периодически организует обучение садоводов, разъясняя последним современные принципы выбора сортов фруктовых деревьев, их обработки, использования удобрений и средств борьбы с вредителями, получения качественного урожая, его эффективного сбора и защиты от природных бедствий. Сады, сотрудничающих с компанией «Спайка» фермерских хозяйств, изучаются и оцениваются в соответствии с международными требованиями, после чего с фермерами заключаются долгосрочные договора с возможностью предоставления до 50%-ой предоплаты, для приобретения удобрений и химикатов ранней весной. При технической поддержке немецкой компании «Kurtz Group» основано также производство ящиков и паллет из полистирола, с применением высококачественного австрийского сырья. Упаковка фруктов в ящики и паллеты

¹⁴⁷ См. «Հայաստանից գյուղատնտեսական արտահանման նյութա-տեխնիկական ապահովման շղթայի վերլուծություն, թարմ միրգ և բանջարի արտահանում», Բի-Էս-Մի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՄՊԸ, 2012, Business Support Center, www.bsc.am, էջ 11.

¹⁴⁸ См. «Մպայկա» ՄՊԸ-ի պաշտոնական կայքէջ, www.spayka.am, <http://www.spayka.am/araratfruit/production-cycle.html>

из пластика вместо традиционной деревянной тары, позволяет значительно увеличить полезный вес предназначенного для экспорта продукта, улучшить условия температуры и влажности при перевозке. Компания также располагает необходимым для надежного и безопасного экспорта автопарком (более 200 машин) и имеет долгосрочный договор с болгарской компанией «Сомат», которая осуществляет паромные перевозки между черноморскими портами Бургас, Поти и Новороссийск.¹⁴⁹

«Арарат фуд» – сравнительно новый бренд, основанный в 2010 году и осуществляющий экспорт консервированной и маринованной продукции, а также компотов.¹⁵⁰

Экспорт товара требует налаженной и усовершенствованной системы перевозки груза, которая включает в себя различные звенья. На экспорт скоропортящейся продукции, в том числе сельскохозяйственной, влияет наличие холодильных камер и грузовых машин с холодильными камерами, а также их доступность, как с точки зрения цены, так и ограниченного количества. В РА существует примерно 300 грузовых машин с холодильными камерами объемом 83 кубических метров и вместительностью 20-21 тонна. Грузовые машины с холодильными камерами в основном имеют статус «TIR» («Международные дорожные перевозки»), который был принят Европейской Экономической Конвенцией ООН в 1975 году в Женеве. Конвенция «TIR» определяет международную систему перевозки товара наиболее легким способом, без длительного таможенного оформления и ужесточенного контроля, за сравнительно низкую стоимость, одновременно обеспечивая определенные гарантии и безопасность перевозки. В результате, грузовые машины, имеющие документы «TIR», проходят таможенные проверки облегченно и на 1-2 дня быстрее довозят товар, чем обычные грузовики.¹⁵¹

В сезон горячего сбора урожая, с середины мая до конца октября, когда наряду с экспортом различных видов продукции резко увеличивается экспорт фруктов и овощей, ощущается нехватка грузовых транспортировщиков, что искусственно повышает цену перевозки. Дефицит грузовых перевозчиков вызван также тем обстоятельством, что на обратном пути грузовики могут потратить длительное время (иногда до одного месяца) на поиск и погрузку товара. На портах Поти и Батуми также возникают проблемы, связанные в основном с ограниченным количеством грузовых кораблей, их нечастыми отправками и длительностью процессов загрузки и отгрузки товара. С портов Поти и Батуми грузовые перевозки осуществляют 6-7 украинских и российских кораблей, которые не имеют

¹⁴⁹ Информация предоставлена отделом маркетинга компании «Спайка».

¹⁵⁰ См. «Սպայկա» ՍՊԸ-ի պաշտոնական կայքէջ, www.spayka.am, <http://www.spayka.am/araratfood.html>

¹⁵¹ См. «Հայաստանից գյուղատնտեսական արտահանման նյութա-տեխնիկական ապահովման շղթայի վերլուծություն, թարմ միրգ և բանջարի արտահանում», Բի-Էս-Սի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՍՊԸ, 2012, Business Support Center, www.bsc.am, էջ 16.

стабильного графика отправки. Поэтому этот способ экспорта не является надежным и часто не позволяет вовремя осуществить доставку товара.¹⁵²

В организации экспорта важную роль играет процесс складирования. Для того, чтобы осуществить экспорт качественной продукции, особенно если последняя является скоропортящейся, нужно иметь склад, оснащенный современной техникой, которая позволит сохранить товар свежим длительное время.

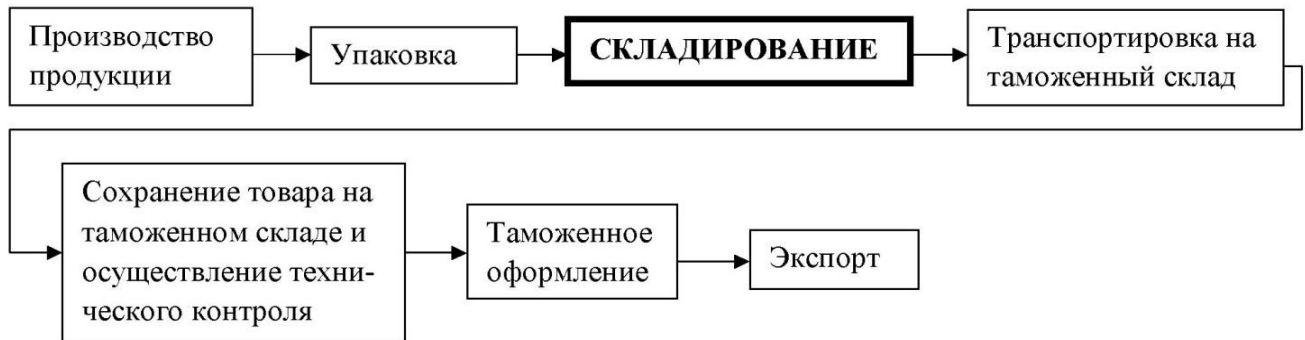


Рисунок 11. Складирование, как важнейшее звено в процессе организации экспорта¹⁵³

Особую важность в процессе экспорта представляет осуществление своевременного таможенного оформления. В последние годы правительство РА осуществляет ряд шагов с целью упрощения процесса таможенного оформления, но в этой сфере все еще существуют подлежащие решению важные проблемы.

Экспортируемая продукция подвергается техническому и санитарному контролю, что особенно важно, так как именно на этом этапе проверяется и подтверждается ее качество и безопасность. В условиях современного рынка система контроля должна работать эффективно, всесторонне и своевременно.

Другая важнейшая сфера, заслуживающая особого внимания и имеющая большой потенциал развития, является сфера производства сыра, которая, при эффективной поддержке, может создать большие возможности для роста и развития малого и среднего бизнеса РА.

В настоящее время в РА не действуют специализированные производящие сыр заводы, однако, согласно данным, предоставленным ассоциацией сыроделов РА, зарегистрировано около 70 производителей, среди которых количественно преобладают малые и средние предприятия. Значительная доля производителей работает на дому, без регистрации своей

¹⁵² См. «Հայաստանից գյուղատնտեսական արտահանման նյութա-տեխնիկական ապահովման շղթայի վերլուծություն, թարմ միրգ և բանջարի արտահանում», Բի-Էս-Սի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՍՊԸ, 2012, Business Support Center, www.bsc.am, էջ 17-18.

¹⁵³ Схема разработана автором.

деятельности, поэтому определить точное количество производителей не является возможным.¹⁵⁴

В среднем в год в РА производится 17 тысяч тонн сыра более 25 разновидностей, многие из которых исключительно армянские (Лори, Чанах).¹⁵⁵ Согласно данным, предоставленным ассоциацией сыроделов РА, более половины производимого сыра экспортируется, в основном в РФ, что во многом объясняется вступлением Армении в Таможенный союз. Средняя экспортная цена за килограмм сыра в 2014 году составляла 3,17 долларов, а в 2015 году снизилась до 2,59 долларов. Отметим, что сыр из РА экспортируется также в качестве сырья и используется в производстве плавленого сыра.¹⁵⁶

В сфере производства сыра в РА в настоящее время существуют некоторые проблемы, связанные как с осуществлением выхода на внешний рынок, так и с обеспечением высокого качества для армянского сыра, что можно объяснить с одной стороны нехваткой достаточных финансовых средств у производителей для закупки современной техники и технологий, с другой – отсутствием соответствующего спроса (производство высококачественного сыра обходится дорого, что, естественно, повышает цену реализации готовой продукции). То есть, производитель вынужден подстраивать цену, и, следовательно, качество производимого сыра финансовым возможностям покупателя, для избежания затруднений со сбытом готовой продукции на рынке.

Следующая проблема в сфере производства сыра – отсутствие какой-либо специализированной контролирующей структуры. В магазинах и на рынках контроль в определенной мере осуществляет санэпидстанция и организация по контролю качества, однако, не систематически, из-за чего при розничной продаже местному потребителю часто можно встретить сыр домашнего производства.

Еще одной немаловажной проблемой является неразвитость института фермера, препятствующая организации систематического производства сыра в больших объемах.

Учитывая тот факт, что основная доля производящих сыр предприятий в РА являются субъектами малого и среднего бизнеса, которым необходима поддержка при выходе на внешний рынок, следующая важнейшая проблема – отсутствие посреднических организаций по экспорту в данной сфере, из-за чего ежегодные объемы экспорта сыра из РА сравнительно маленькие, производитель в основном нацелен на внутренний рынок, а производственный потенциал использован не полностью.

¹⁵⁴ Информация предоставлена Ассоциацией сыроделов РА.

¹⁵⁵ См. Официальный сайт Союза промышленников и предпринимателей Армении, www.armenianeconomy.com, <http://armenianeconomy.com/hy/topic.php?id=83>

¹⁵⁶ Информация предоставлена Ассоциацией сыроделов РА.

Для стимулирования экспорта армянского сыра, в 2010 году была создана организация «Армянский сыр», главной целью которой было увеличить объемы производства сыра, осуществляя периодический экспорт той части продукции, которая не реализовалась на внутреннем рынке. Такой подход в деятельности экспортных организаций очень важен, так как не создает искусственного дефицита и роста цен продукции на внутреннем рынке. Другой важной целью создания организации «Армянский сыр» было представление произведенного различными организациями РА сыра на международном рынке под одним названием.¹⁵⁷

Отметим, что для организации «Армянский сыр» был создан логотип, бренд и сайт,¹⁵⁸ а также был осуществлен экспорт сыра несколькими партиями, однако в настоящее время ее деятельность приостановлена из-за недостатка финансовых средств и возникших вследствие этого различных проблем.¹⁵⁹

Так как на начальном этапе своей деятельности организации «Армянский сыр» необходимо было помочь сыроделам обеспечить высокое качество производимого в РА сыра, были приглашены иностранные специалисты, выявившие проблемы, исправить которые возможно было только серьезными финансовыми вложениями, в связи с чем НЦР МСБ РА предложил сыроделам дешевые кредиты. Выяснилось, что большинство сыроделов уже имели кредиты, а остальные не пожелали кредитоваться вообще. Существует также еще и проблема качественного молока: приобретая ведрами молоко у сельчан, высокое качество не обеспечить, а ферм в Армении мало. Сельчанам было предложено объединиться и создать кооперации для производства качественного молока, но безрезультатно.¹⁶⁰

Отметим, что в настоящее время в РА, в цепочке производитель-потребитель молока и молочной продукции существует ряд подлежащих решению проблем:

1. Не достаточно развитые договорные взаимоотношения между производителями и переработчиками молока.
2. Производители молока расположены далеко друг от друга, что, при осуществлении его сбора, создает определенные проблемы.
3. Процесс сбыта молока и молочной продукции требует формирование нормативного поля для внедрения международных критериев качества и открытия соответствующих лабораторий.

¹⁵⁷ См. Официальный сайт Союза промышленников и предпринимателей Армении, www.armenianeconomy.com, <http://armenianeconomy.com/hy/topic.php?id=83>

¹⁵⁸ Информация предоставлена Ассоциацией сыроделов РА.

¹⁵⁹ См. Официальный сайт Союза промышленников и предпринимателей Армении, www.armenianeconomy.com, <http://armenianeconomy.com/hy/topic.php?id=83>

¹⁶⁰ Информация предоставлена Ассоциацией сыроделов РА.

4. Так как преобладающая часть произведенного молока доходит до потребителя в переработанном виде, необходимо развивать технологии переработки. Для сохранения качества молока важна правильная транспортировка специализированными автоцистернами. До транспортировки, молоко необходимо охладить и сохранять при определенной температуре, иначе существенно снижаются его качественные свойства. С целью избежания возникновения микроорганизмов, кроме остужения используется также термообработка молока, без чего, даже при нулевой температуре, в молоке могут возникнуть бактерии. Подвергаясь термообработке, молоко может потерять свойственные ему некоторые витамины, однако это надежный способ для предотвращения ряда распространенных болезней.¹⁶¹

Отметить, что, для осуществления систематического экспорта продукции в сравнительно крупных объемах (как намеревалась действовать компания «Армянский сыр»), необходимо в первую очередь разрешить все внутренние проблемы, чтобы приобрести постоянных партнеров на внешнем рынке и, поставляя высококачественную продукцию, завоевать их доверие.

Таким образом, основываясь на проделанный анализ, обобщим присущие экспортируемой из РА продовольственной продукции проблемы, наиболее актуальные в настоящее время:

- неудовлетворительное состояние внешнего вида и упаковки экспортируемой продовольственной продукции армянского производства;
- недостаток информации о потребностях внешнего рынка;
- недостаток сбытовых систем и неэффективное использование существующих;
- недостаток информации о применяемых принимающими странами методах контроля;
- неконкурентоспособные цены армянской продукции на внешнем рынке, связанные с трудностями и дороговизной процесса организации грузоперевозок;
- проблемы, связанные с приведением в соответствие армянских стандартов контроля качества международным и обеспечением их применимости за границей.

Учитывая все перечисленные выше проблемы, рассмотрим их влияние на эффективность экспортных операций (табл. 3.2).

¹⁶¹ См. Հայաստանի Հանրապետության 2006 թվականի դեկտեմբերի 26-ի «Կաթին, կաթնամթերքին և դրանց արտադրությանը ներկայացվող պահանջների տեխնիկական կանոնակարգը հաստատելու մասին» N 1925-Ն որոշումը, Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, www.arlis.am, <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=31286>

Проблемы, влияющие на процесс организации экспорта продукции из РА¹⁶²

	Проблема	Влияние проблемы
1.	Множество документов, требуемых таможенными органами при экспорте продукции	Поздняя доставка и порча продукции либо ее товарного вида
2.	Проблема ограниченного количества предметов упаковки (ящиков, коробок и т.д.) для экспортируемой продукции	Усложняется процесс поддержания качества и товарного вида экспортируемой продукции, особенно скоропортящейся
3.	Нехватка грузовых машин для осуществления перевозок в сезон	Увеличиваются цены на перевозки и уменьшаются объемы экспорта
4.	Недостаток холодильных камер на складах	Порча продукции
5.	Задержки на пропускном пункте Ларс и на российской границе	Порча и потеря продукции из-за задержек на дороге
6.	Несоответствие качества экспортируемой продукции международным стандартам	Низкая безопасность и качество экспортируемой продукции, короткие сроки ее хранения, низкая конкурентоспособность
7.	Недостаток внимания к вопросам изучения внешнего рынка, его потребностей, а также к расширению сетей реализации и вхождения на новые рынки	Приводит к потере прибыли, которую можно было бы получить вхождением на новые рынки или на более объемные и прибыльные сегменты рынка
8.	Недостаток информации о стандартах технического контроля в различных странах	Уменьшает объемы экспорта
9.	Проблемы, связанные с неприменимостью действующих в РА стандартов контроля качества на внешнем рынке	Снижает конкурентоспособность продукции армянского производства на внешнем рынке
10.	Дороговизна процесса экспорта	Приводит к повышению цены продукции на внешнем рынке и снижению ее конкурентоспособности
11.	Отсутствие посреднических экспортных структур во многих отраслях	Пассивное участие малого и среднего бизнеса в экспорте страны

Кроме рассмотренных выше проблем, которые присущи предприятиям в различных отраслях экономики РА, на наш взгляд, наиболее важной является проблема выхода на внешний рынок, особенно осязаемая в сфере МСБ, для разрешения которой необходимо создать посреднические организации по экспорту в различных отраслях экономики РА, что подробно рассмотрено ниже.

¹⁶² Таблица составлена автором на основе результатов проделанного в диссертационной работе анализа.

3.2. Разработка концепции формирования посреднических экспортных организаций для повышения эффективности стратегии управления экспортом товаров малого и среднего бизнеса РА

В современном мире вопросы обеспечения активного участия малого и среднего бизнеса в экспорте страны приобретают особую важность, в связи с чем возникает необходимость разработать эффективную стратегию управления экспортом предприятий МСБ, с учетом уже сложившихся в стране механизмов государственного регулирования экспортных операций.

Таможенным кодексом РА регулируются следующие виды экспорта:¹⁶³

- экспорт для свободного обращения
- временный экспорт
- временный экспорт для переработки
- реэкспорт

При организации экспорта необходимо подготовить две группы документов: требуемые законодательством РА и требуемые законодательством той страны, куда осуществляется экспорт. Необходимо также представить в таможенный орган документ о грузоперевозке, в зависимости от используемого транспортного средства, а также перечень данных, отображающих все сведения о экспортируемом товаре – вес, объем, состав и тип упаковки (коробка, корзина, ящик, сумка и т.д.).¹⁶⁴

В соответствии с Таможенным кодексом РА все экспортируемые товары подлежат таможенному декларированию. Товары должны быть задекларированы в ближайшем к месту расположения экспортера офисе региональной таможни, за исключением товаров, экспортируемых самолетом из аэропорта «Звартноц», которые должны быть задекларированы в офисе таможни аэропорта. В РА функционируют пять региональных и четыре специализированных таможни, а также шесть таможенных постов.¹⁶⁵

Отметим, что экспортно-импортные операции в основном освобождены от каких-либо запретов или квот. Ограничения вводятся только в целях защиты окружающей среды, обеспечения здоровья и безопасности. Нет также и режима лицензирования экспорта, однако для некоторых продуктов экспортеры должны предварительно получить государственное разрешение на экспорт. Такими продуктами и товарами являются оружие, ядерные вещества,

¹⁶³ См. «ՀՀ մաքսային օրենսգիրք» 06.07.2000 թ., Գլուխ 4, Մաքսային ռեժիմներ, Հոդված 22., Հայաստանի Հանրապետության Մաքսային ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.customs.am, http://www.customs.am/Shared/Documents/CL/RA_Customs_Laws/or_2000_ho83.pdf

¹⁶⁴ См. Հայաստանի Հանրապետության Մաքսային ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.customs.am, <http://www.customs.am/Content.aspx?itn=csCIGoodsImportExportProcedures>

¹⁶⁵ См. там же, http://www.customs.am/csCS_StructuralUnits.aspx?itn=csACSCustoms

фармацевтические препараты, редкие животные и растения, редкие предметы или артефакты, считающиеся частью национального достояния.¹⁶⁶

Экспортируемая продукция подвергается экспертизе по заранее предъявленному заявлению. Этим в РА занимается ООО «Армэкспертиза», действующая при торгово-промышленной палате. Для осуществления экспорта продукции из РА, необходимо также получить код и сертификат. В прошлом для экспорта, например, 10 разновидностей варенья, экспортирующей организации предоставлялся один код, а в настоящее время для каждой разновидности одной продукции (например, для вишневого, абрикосового, персикового и др. варенья) необходимо получить отдельный код, в результате чего резко увеличилось количество кодов, а следовательно, и затраты. Эти изменения относятся ко всем видам экспортируемой из РА продукции.¹⁶⁷

Экспорт считается состоявшимся, если организация, получив соответствующее разрешение таможенных органов, вышла со своим товаром на внешний рынок.

Отметим, однако, что предприятия РА в настоящее время не активны в осуществлении экспортных операций. Объем экспорта сильно уступает объему импорта (см. табл. 2.7). Экспорт осуществляется в основном крупным и средним бизнесом, тогда как в стране доминирующая часть предприятий – микро и малые. Не меняется и структура экспорта, которая состоит из 20-25 наименований товаров, производимых преимущественно крупным бизнесом.¹⁶⁸ Микро и малые предприятия ориентируются в основном на внутренний рынок, так как не могут самостоятельно организовать экспорт своей продукции и не всегда позволяют себе импорт необходимого сырья и технологий, что во многом является причиной их структурной слабости и следствием ограниченных финансовых возможностей.

На современном этапе развития, в условиях относительно сложившейся конкурентной среды, для производителя особую важность приобретает эффективная стратегия экспорта произведенной продукции, которая дает возможность увеличить объем реализации, снижая издержки и повышая финансовые результаты. В связи с этим все больше и больше возрастает роль и значение посреднических фирм, которые способствуют развитию малого и среднего бизнеса, активизации субъектов МСБ в экспортных операциях и увеличению объемов экспорта в целом.

¹⁶⁶ См. Հայաստանի Հանրապետության Մարտային ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.customs.am, <http://www.customs.am/Content.aspx?itn=csCIGoodsImportExportProcedures>

¹⁶⁷ См. Торгово-промышленная палата Республики Армения, ООО «Армэкспертиза», www.expertiza.am, http://www.expertiza.am/index.php?lang=rus&level_id=2

¹⁶⁸ См. «Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք 2015», էջ 542, Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, <http://www.armstat.am/file/doc/99493858.pdf>

Многолетний опыт деятельности как крупных, так и средних и малых фирм за рубежом показал, что конечный эффект от сотрудничества с посредником, который обеспечивает связь производителя товаров с потребителем, значительно выше, чем создание собственной сбытовой сети. В последнем случае производителю, для покрытия издержек от реализации, приходится значительно повысить цену продаваемых товаров, что резко снижает их конкурентоспособность на мировом рынке. Кроме этого, предприятия, особенно малые и средние, часто самостоятельно не в состоянии вовремя обеспечить нужный потребителю товар, в необходимом количестве и в выбранном им месте. Сотрудничество с экспортными посредниками особенно важно для производителя, когда последний впервые выходит со своим товаром на внешний рынок. Успех в этих случаях напрямую зависит не только от конкурентоспособности самого товара, но и от квалифицированных действий посредников. По различным экспертным оценкам, более половины международной торговли осуществляется при непосредственном участии посреднических фирм, деятельность которых активно совершенствуется за счет внедрения новейших технологий. В настоящее время многие из них оснащены самыми современными средствами связи, такими, как автоматизированные системы оформления заказов, передовые операционные системы учета товаров, работающие в режиме реального времени и т.д.¹⁶⁹

Расходы по оплате услуг посредников оправдываются за счет:¹⁷⁰

1. сравнительно более оперативного сбыта товаров;
2. возможности экономии ресурсов за счет передачи ряда функций посреднику;
3. повышения конкурентоспособности товаров за счет сокращения сроков поставок, лучшего складирования и хранения, специальной маркировки и т.д.;
4. посредники, находясь в более тесном контакте с конечными потребителями товаров и услуг, являются важными постоянными источниками ценной информации, которая позволяет получать конкурентные преимущества, окупая затраты на оплату услуг посредников.

В РА слабая развитость, а во многих сферах практическое отсутствие подобных структур приводит к тому, что очень много отраслей экономики не развиваются полноценно. То есть существует большой риск, связанный с ограниченностью внутреннего рынка и отсутствием иных возможных каналов сбыта. Это, в свою очередь, порождает опасение того, что произведенная продукция может остаться нерезализованной. Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что создание посреднических структур по экспорту в различных отраслях экономики РА упростило бы выход субъектов малого и среднего бизнеса на внешний рынок, активизируя их участие в экспортных операциях страны, а

¹⁶⁹ См. 4P^{ru}, <http://www.4p.ru>, <http://www.4p.ru/main/theory/3112/>

¹⁷⁰ См. там же.

также привело бы к развитию различных производственных отраслей, особенно тех, в которых количественно доминируют предприятия МСБ.

Организация экспорта произведенной продукции, а также импорта необходимых ресурсов для малого и среднего бизнеса РА, наряду с финансовыми, технологическими и другими проблемами, в настоящее время представляет особую важность.

Анализ среды деятельности малого и среднего бизнеса РА позволил нам сделать следующий вывод: формирование посреднических структур, которые содействовали бы субъектам МСБ РА при организации экспортных операций, требует набора квалифицированного персонала и серьезных капитальных вложений, ввиду их многофункциональности и одновременного присутствия как на внешнем рынке, так и на внутреннем.

Для повышения эффективности экспортной стратегии субъектов МСБ РА и активизации их участия во внешнеторговых операциях страны, основываясь на проведенном исследовании, разработана концепция посреднических организаций по экспорту.¹⁷¹ В рамках разработанной концепции автором предложено три вида посреднических экспортных организаций и схем их взаимодействия с субъектами МСБ РА:

1. государственные посреднические организации по экспорту;
2. посреднические организации по экспорту, созданные в виде ассоциаций по конкретным отраслям;
3. посреднические организации по экспорту, являющиеся коммерческими организациями.

Структура первого вида посреднической организации, разработанная нами, предполагает, что фирма-экспортер будет создана государством (соответствующими ответственными органами государственной власти) для содействия малому и среднему бизнесу при выходе на внешний рынок. При этом, государство не только будет контролировать качество экспортируемой продукции, но и выполнять все функции по созданию посреднической организации и обеспечению ее функционирования (начиная от финансирования и до вывоза продукции за границу). Контроль за деятельностью подобных посреднических структур предположительно возложится на Министерство экономического развития и инвестиций РА.

¹⁷¹ Примечание: в данном разделе работы (раздел 3.2, стр. 75-91) используются некоторые результаты научной статьи автора Мкртчян Н.Г. «Концепция стратегического управления экспортом товаром малого и среднего бизнеса на основе формирования посреднических экспортных организаций и системы их взаимодействия с субъектами МСБ» // Сборник научных статей «Альтернатива», июль-сентябрь 2016, №3, 263 с., стр. 31-37.



Рисунок 12. Схема взаимодействия посреднических экспортных фирм с предприятиями (субъектами МСБ в частности) в случае, когда фирма-посредник создана государством

Так как объектом исследования в диссертационной работе является именно малый и средний бизнес, представители которого при выходе на внешний рынок часто не располагают необходимыми средствами для организации окончательной экспортной упаковки и не в состоянии оформить требуемый законодательством целостный пакет документов, предполагается, что экспортные посредники при необходимости возложат на себя также и

вышеуказанные функции, превращаясь тем самым в сложные многофункциональные структуры, осуществляющие деятельность как на внешнем рынке, так и на внутреннем. Следовательно, возникнет необходимость уделять повышенное внимание процессам управления, найму высококвалифицированных и компетентных специалистов, а также системам сбора, обработки и окончательного анализа целостного объема релевантной и постоянно изменяющейся информации.

Следующая разработанная нами структура посредничества предполагает создание экспортных организаций в форме ассоциаций в конкретных отраслях. Членами подобных ассоциаций станут сами производители, которые, объединившись, увеличат свои возможности выхода на международный рынок.

Участники внешнего рынка, взаимодействуя, постоянно требуют от партнеров усовершенствования товара, его качества, дизайна, упаковки, а также осуществления периодических поставок продукции в стабильно больших объемах. Именно поэтому в создании ассоциаций в первую очередь будет заинтересован малый и средний бизнес, который часто не располагает достаточными средствами для удовлетворения вышеперечисленных требований.

Ассоциация предполагает объединение возможностей нескольких субъектов малого и среднего бизнеса определенной отрасли, создание единого склада, а также сравнительно большие шансы наладить связи на внешнем рынке и диалог с государственными органами внутри страны. Создание подобных ассоциаций особенно эффективно, когда существует проблема увеличения объемов экспорта какой-либо конкретной разновидности продукции, посредством использования нереализованных возможностей соответствующей отрасли. Деятельность подобных ассоциаций предполагает косвенное вмешательство государства, заключающееся в контроле качества экспортируемой продукции и разработке соответствующего законодательства. Ассоциация, в свою очередь, превратится в экспортного посредника, который должен будет оформлять всю необходимую документацию, периодически исследовать внешний рынок и налаживать взаимосвязи с иностранными партнерами, а также, в случае необходимости, осуществлять маркетинговую кампанию.

Схема деятельности рассмотренной нами ассоциации, выполняющей функции экспортного посредника, представлена ниже (рис. 13).

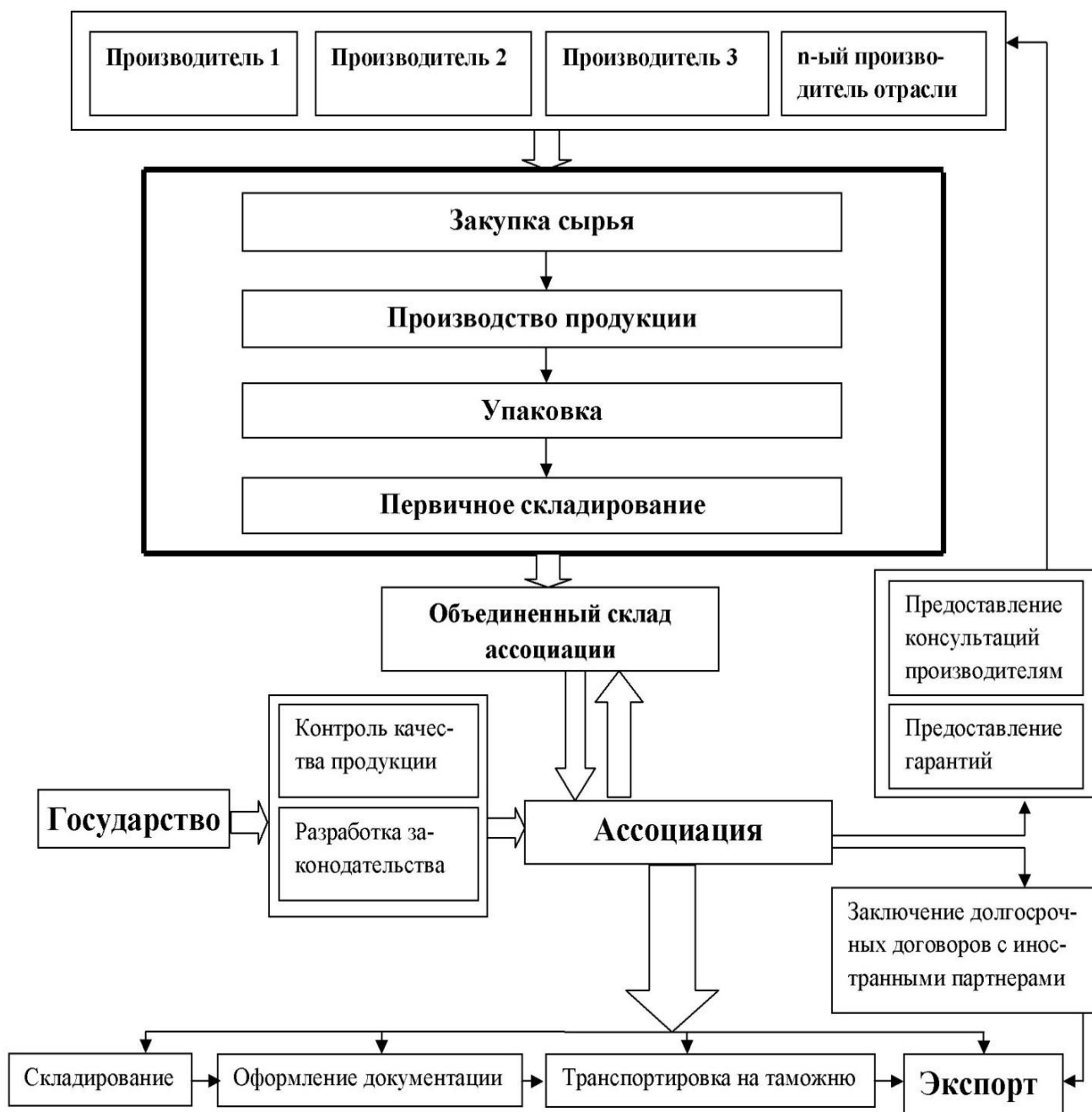


Рисунок 13. Схема взаимодействия посреднических экспортных фирм с предприятиями (субъектами МСБ в частности) в случае, когда фирма-посредник является ассоциацией

Третий вид посредничества, разработанный и предложенный нами (рис. 14), предполагает создание экспортной организации в виде коммерческой фирмы, с косвенным вмешательством государства (аналогично рассмотренной выше второй разновидности экспортной посреднической организации-ассоциации).

В зависимости от перечня оказываемых субъектам МСБ услуг, разработаны следующие разновидности третьего вида посреднической организации:

1. Исключительно функции экспорта, когда фирма-экспортер, превращаясь в своего рода фирму-грузоперевозчика, закупает готовую, упакованную продукцию у субъектов МСБ на внутреннем рынке, осуществляет функции налаживания взаимосвязей на внешнем рынке, оформляет таможенную документацию и экспортирует товар, что не совсем выгодно субъектам малого и среднего бизнеса, которые часто не располагают достаточными финансовыми, трудовыми и технологическими ресурсами для доведения товара до стадии полной готовности к экспорту, не в состоянии самостоятельно создать складское хозяйство и осуществить экспортную упаковку. Однако есть отрасли, в которых взаимодействие с подобными посредниками является эффективным, например, в сельском хозяйстве, при экспорте свежих фруктов и овощей, когда посредники оптом закупают товар у фермеров или у местных мелких оптовиков и осуществляют экспорт. В таких сферах производства (например, рассмотренное в разделе 3.1. производство сыра), где продукция требует специальных условий хранения, упаковки и обязательного прохождения тщательного контроля качества, и где количественно доминируют малые и средние производители, не располагающие необходимыми средствами, взаимодействие с посредниками, выполняющими исключительно функции экспорта, нецелесообразно и невыгодно для производителя. С другой стороны, подобные посреднические организации, ввиду ограниченности выполняемых функций, предполагают упрощенный процесс своего формирования и сравнительно низкие финансовые вложения.

Отметим, что действующие в настоящее время в РА компании-грузоперевозчики выполняют в основном функцию транспортировки. Многие из них даже не оформляют предусмотренную законодательством экспортную документацию, не возлагают на себя ответственность за реализацию экспортируемого товара на внешнем рынке и возможные потери в случае возникновения различных рисков.

2. Следующий способ взаимодействия производителей с экспортными посредниками предполагает, что последние будут закупать готовую продукцию, осуществлять ее складирование, упаковку, оформление, обеспечивать для этой продукции определенный дизайн, проходить процедуры контроля качества, собирать необходимый для организации экспорта пакет документов, после чего осуществлять экспорт готовой продукции, соответственно действующему в стране таможенному законодательству. Для субъектов малого и среднего бизнеса сотрудничество с подобными посредническими организациями было бы целесообразно, несмотря на тот факт, что, ввиду более усложненного процесса управления и прибавления дополнительных функциональных звеньев, возникает необходимость в сравнительно больших финансовых вложениях. Следовательно, такие посредники будут требовать за оказываемые ими услуги цену выше, чем компании-грузоперевозчики, осуществляющие исключительно

функцию транспортировки продукции. Однако, даже в этом случае, затраты производителей, особенно сферы малого и среднего бизнеса, будут оправданы тем, что последние получают возможность выхода на внешний рынок, освобождаясь при этом от выполнения многочисленных послепроизводственных функций и перекладывая всю ответственность за реализацию товара на внешнем рынке и возможное возникновение непредвиденных обстоятельств, а также вероятных финансовых потерь на посредника.

3. В мировой практике также наблюдается опыт создания таких посреднических организаций, которые взаимодействуют с производителями, и осуществляют не только ряд послепроизводственных функций и экспорт продукции, но также являются частью производственного процесса. На наш взгляд, создание подобных структур было бы актуальным и в РА, где, в особенности в сельских поселениях, из-за отсутствия стабильного источника заработка и дефицита официальных рабочих мест, население занимается различным ремеслом (в основном на дому), изготавливая армянские традиционные изделия из дерева, кожи, ниток, тканей, бус и т.д., которые могут служить комплектующими для крупного производства.

Предполагается, что деятельность таких посреднических экспортных организаций будет осуществляться следующим образом: посредники, являясь коммерческими фирмами, взаимодействуют с производителями различных отраслей, закупая полуфабрикаты у последних и осуществляя конечное производство продукции, все послепроизводственные функции – упаковку, складирование, хранение, оформление требуемой таможенным законодательством документации, после чего осуществляют экспорт готовой продукции. В этом случае посреднические фирмы являются частью производственного процесса и превращаются в производственно-сбытовую организацию, а их деятельность становится наиболее рискованной и требует больших финансовых вложений. Поэтому подобные крупные торговые посредники должны располагать соответствующими ресурсами и, в виду своей многофункциональности, разрабатывать гибкие стратегии управления. Осуществление такой крупномасштабной деятельности при нынешних экономических возможностях РА, конечно же, представить сложно, однако, эффективность и результативность от возможного создания подобных посредников во многих производственных отраслях РА очевидна.

Все рассмотренные разновидности третьего вида экспортного посредничества представлены схематически ниже (рис. 14).

Отметим, что с октября 2015 года на рынке РА функционирует компания «Barev Honey», сотрудничающая с опытными пчеловодами Армении и Арцаха, закупая у последних мед с установлением определенных требований к качеству (пчелы не должны питаться сахаром, мед

не должен быть разбавленным). Компания осуществляет производство десертного меда, путем добавления различных ингредиентов, таких, как – мята, корица, имбирь, грецкий орех.¹⁷²



Рисунок 14. Схема взаимодействия посреднических фирм-экспортеров с предприятиями (субъектами МСБ в частности), в случае, когда посредник является коммерческой организацией¹⁷³

¹⁷² Информация предоставлена директором компании «Varev Honey».

¹⁷³ Схемы взаимодействия посреднических фирм-экспортеров с предприятиями (субъектами МСБ в частности), изображенные на рисунках 12,13,14 разработаны автором.

Новый десертный продукт упаковывается в маленькие баночки (разработана также подарочная упаковка) и реализуется как на внутреннем рынке, так и на внешнем. Отметим, что в настоящее время более половины произведенной продукции экспортируется в РФ и в страны ЕС. Однако, являясь малым предприятием, «Barev Honey» пока не располагает достаточными ресурсами для осуществления самостоятельного выхода на внешний рынок и при экспорте произведенной продукции пользуется услугами компаний-грузоперевозчиков.¹⁷⁴

Несмотря на то, что компания «Barev Honey» по некоторым выполняемым в настоящее время функциям соответствует предложенному выше виду экспортного посредничества (посредник становится участником производственного процесса), но не является таковой, в виду ограниченности располагаемых ресурсов.

В зависимости от того, в какой производственной сфере осуществляется взаимодействие посреднических структур с предпринимателями, каждая из предложенных выше схем может быть наиболее эффективной.

Для функционирования рассмотренных выше посреднических организаций по экспорту, необходимо осуществить финансовые вложения, размер которых, в зависимости от количества осуществляемых посредниками функций, будет различен.

Рассмотрим общий перечень мероприятий и расходов, которые необходимо осуществить для создания посреднической экспортной организации:

1. Формирование организации с соответствующим юридическим оформлением и всей необходимой документацией.

2. Наем персонала, профессионального в изучении внешнего рынка, его потребностей и тенденций изменений. Кроме этого, необходимы консультанты из различных отраслей, для повышения квалификации производителей в выпуске конкурентоспособной продукции, таможенные агенты, которые займутся вопросами оформления необходимой документации. В случае выполнения экспортными посредниками послепроизводственных функций, необходим набор соответствующих специалистов, а если посредники по экспорту участвуют в производственном процессе, возникает нужда в дополнительных финансовых вложениях для создания производственного отдела с соответствующими сотрудниками.

3. Наем шоферов для перевозки груза и рабочей силы для его погрузки и разгрузки.

4. Приобретение необходимой техники – холодильные камеры, современные транспортировочные средства, упаковочные и производственные станки, необходимое складскому хозяйству оборудование и т.д., для закупки, доработки, упаковки, хранения и транспортировки продукции.

¹⁷⁴ Информация предоставлена директором компании «Barev Honey».

5. Формирование системы налаживания связей с внешним рынком.

6. Заключение долгосрочных договоров сотрудничества с местными производителями.

7. Создание экспортными посредниками резервного фонда финансовых средств для оказания производителям, особенно субъектам МСБ, в случае необходимости, финансового содействия – как краткосрочного, так и долгосрочного. Существуют такие виды производства, для осуществления которых необходима дорогая техника, которую производитель самостоятельно не в состоянии приобрести. В этом случае эффективно было бы, если компания-экспортер сама закупит и предоставит производителю в пользование соответствующее оборудование, а последний, согласно условиям сотрудничества с экспортным посредником, будет ежемесячно или ежеквартально, в зависимости от сезонности или периодичности производства, выплачивать стоимость за его эксплуатацию, либо послужит гарантом при обращении производителя в банк с целью получения лизинга или кредита. Для осуществления подобного сотрудничества, экспортным посредникам необходима поддержка соответствующих государственных органов, но вовсе не подобно практике со структурой «Армянский сыр», когда, после краткосрочного государственного финансирования, организация вынуждена была приостановить свою деятельность из-за нехватки финансовых средств. Отметим, что подобные явления, во-первых, порождают несерьезное отношение партнеров внешнего рынка, во-вторых, производители внутреннего рынка теряют доверие и уверенность надежного сотрудничества, в результате чего главная цель деятельности посреднических организаций по экспорту – создать налаженную цепочку продаж, остается нереализованной.

Несмотря на то, что для экономики РА сейчас трудные времена, существует множество проблем, требующих неотложных решений и серьезных финансовых вложений, однако, мы считаем, что финансирование и реализация разработанной и предложенной выше концепции экспортного посредничества является вложением в будущее, способствуя развитию множества отраслей, расширению деятельности и возможностей малого и среднего бизнеса за счет активизации их участия в экспортных операциях, а также большим финансовым потокам в экономику РА в результате увеличения объемов экспортируемой продукции. Поэтому необходимо организовать набор квалифицированных в создании и работе посреднических организаций по экспорту специалистов, направить их знания и опыт на разработку соответствующей программы, тщательно проанализировав армянский рынок. Представить разработанную программу правительству, и, после получения соответствующей поддержки и одобрения, начать ее осуществление. Важно осознавать, что стимулирование экспорта и эффективная поддержка сферы МСБ могут стать опорной точкой развития экономики РА.

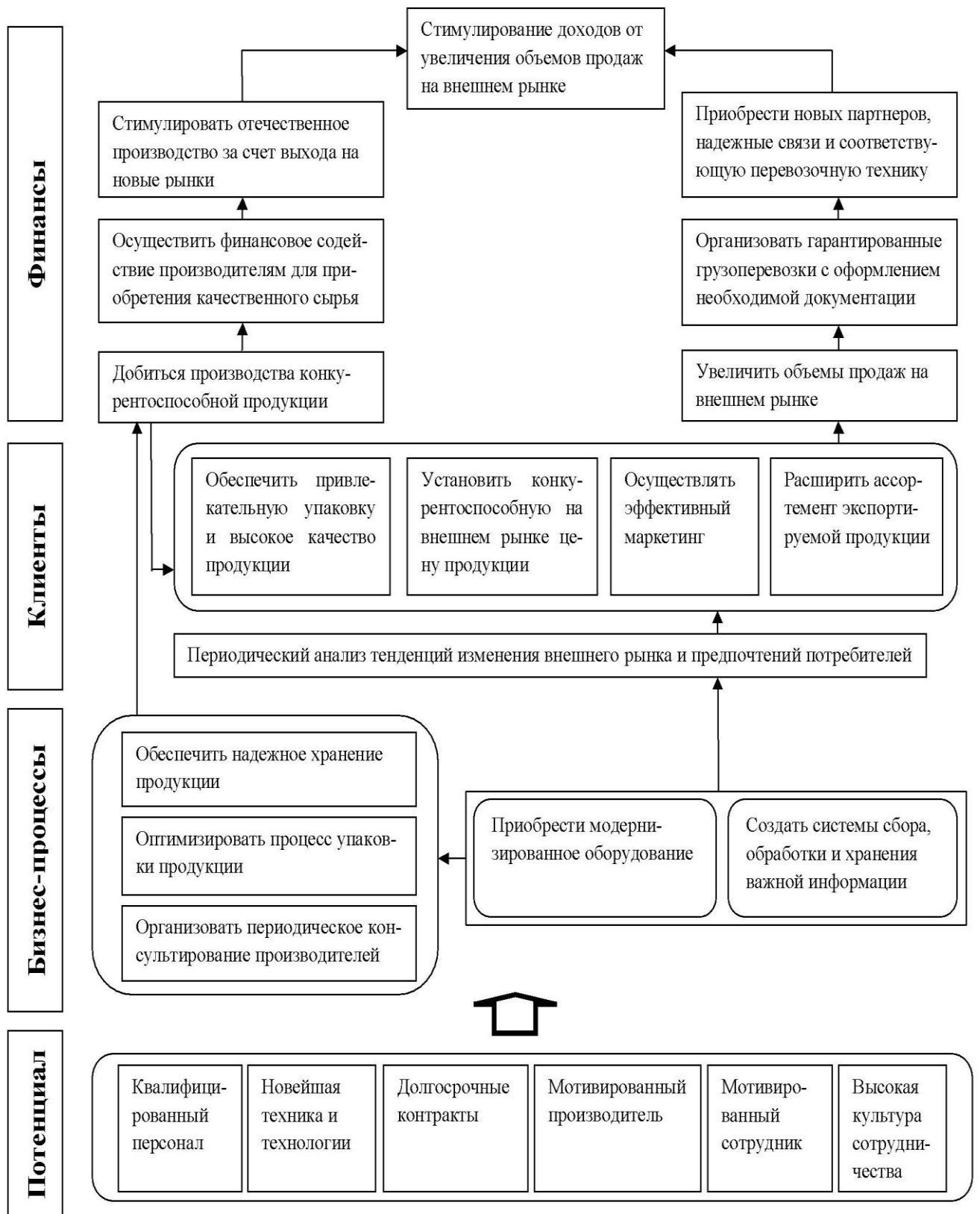


Рисунок 15. Стратегическая карта для посреднической компании-экспортера¹⁷⁵

¹⁷⁵ Стратегическая карта разработана автором.

Для наглядности, эффективность приведенных выше экспортных организаций рассмотрим при помощи стратегической карты (рис. 15), которая дает возможность последовательно проанализировать стратегические цели организации, распределив их по соответствующим перспективам.

Карта построена для посреднической организации, выполняющей, наряду с экспортом, также и ряд послепроизводственных функций, но не являющейся частью производственного процесса (аналогично можно рассмотреть и для других видов предложенных выше посреднических организаций по экспорту).

По разработанной и представленной выше стратегической карте очевидно, что главной целью экспортной организации является стимулирование денежных доходов от увеличения объемов продаж путем выхода на новые рынки, для достижения которой необходимо реализовать рассмотренные по всем перспективам стратегической карты цели. Так как разработанные нами структуры посреднических экспортных организаций предполагают многофункциональность, в виду одновременного присутствия как на внутреннем, так и на внешнем рынках, одним из ключевых факторов успеха, на наш взгляд, будет являться наличие высококвалифицированного персонала, для подготовки которого необходимо разработать соответствующие эффективные механизмы, изучая и применяя передовой опыт зарубежных стран.

С целью подготовки специалистов для работы в сфере экспортного посредничества в РА, эффективно было бы осуществлять государственно-частное партнерство (ГЧП) в сфере высшего образования.

Под государственно-частным партнерством понимается взаимодействие высших образовательных учреждений и бизнес структур, основанное на взаимной заинтересованности в достижении единой цели. Это своего рода альянс между частным сектором и государством, направленный на реализацию образовательных процессов и подготовку профессиональных кадров. Государственно-частное партнерство в сфере образования предполагает заключение долгосрочных контрактов, в рамках которых тот или иной государственный ВУЗ обязуется подготавливать необходимых бизнесу профессионалов, а бизнес, в свою очередь, периодически осуществлять предусмотренное контрактом финансирование образовательной системы.¹⁷⁶

Так как посредническая экспортная деятельность является сравнительно незнакомой для армянского рынка, при осуществлении профессиональной подготовки персонала может возникнуть необходимость в приглашении компетентных в данной области заграничных

¹⁷⁶ См. Михаил Мысин «Государственно-частное партнерство как основа инноваций в сфере образовательных услуг». – Международный журнал «Проблемы теории и практики управления», Официальное издание Международного научно-исследовательского института проблем управления, 2/2015, www.uptp.ru, стр. 65-72.

специалистов. В таком случае, эффективно было бы в рамках государственно-частного партнерства организовать курсы приглашенными специалистами в высших учебных заведениях РА. Отметим, что подобное вложение средств в подготовку кадров со временем даст свои плоды в развитии института экспортного посредничества, способствующего более активному вовлечению малого и среднего бизнеса в экспортные операции и увеличению объемов экспорта.

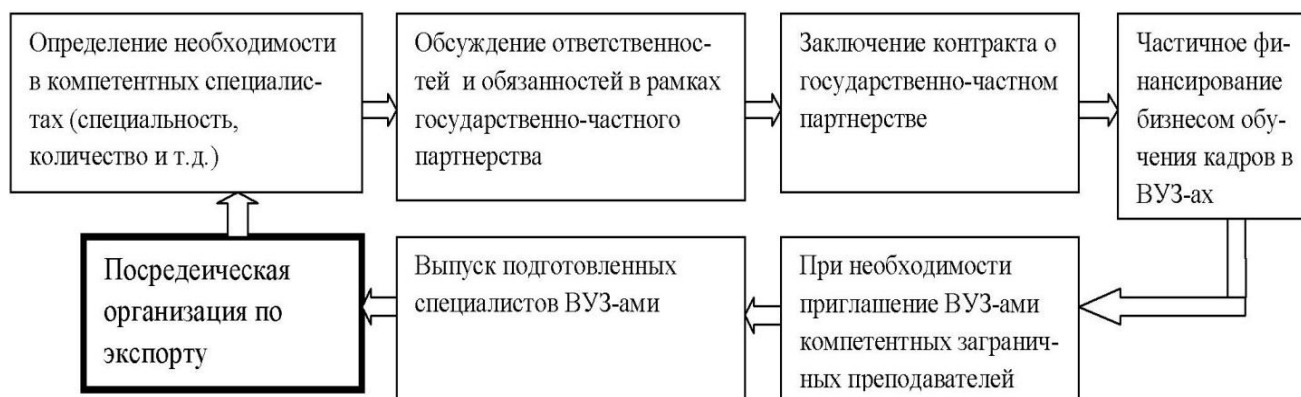


Рисунок 16. Схема государственно-частного партнерства в области подготовки специалистов для посреднических организаций по экспорту¹⁷⁷

Так как в данном исследовании речь идет о создании посреднических экспортных структур с целью увеличения объемов экспорта, можно предположить, что велика будет эффективность, если государство, хотя бы на начальном этапе функционирования экспортных посредников, в рамках государственно-частного партнерства, возложит на себя частичное финансирование процесса обучения и повышения квалификации специалистов.

Для организации эффективной деятельности института экспортного посредничества, в рамках государственно-частного партнерства в области подготовки профессиональных специалистов, целесообразно было бы применять такие современные, эффективные методы обучения, как тренинг, коучинг и т.д.

В зарубежной практике успешно применяется коучинг, главным преимуществом которого является построение учебного процесса с учетом личностных качеств специалиста, способствуя его саморазвитию. За счет осуществления коучинга создается возможность раскрыть реальный потенциал уже имеющихся на рынке специалистов, обучить их нестандартным методам принятия решения, расширяя кругозор, развивая чувство ответственности, способность по

¹⁷⁷ Схема разработана автором.

новому понимать и воспринимать бизнес-процесс и, формируя цели, нагляднее представлять пути их достижения, а также быстрее реагировать на проблемы и легче их разрешать.¹⁷⁸

Исходя из того обстоятельства, что институт экспортного посредничества довольно развит за границей (успешно функционирует во многих странах мира), но недостаточно знаком армянскому рынку, эффективно было бы в рамках государственно-частного партнерства пригласить иностранных опытных коучев для повышения квалификации специалистов армянского рынка (управленцев, маркетологов, логистов, финансистов и др.), направляя их мышление, навыки и знания на организацию эффективной деятельности разработанных и предложенных выше посреднических экспортных организаций.

С целью подготовки специалистов для работы в сфере экспортного посредничества, эффективно было бы также проводить тренинги, являющиеся современными, довольно распространенными в различных сферах методами обучения, которые предоставляют возможность получать соответствующие практические навыки и опыт в конкретной области. Для повышения результативности проводимых тренингов, необходимо, в рамках государственно-частного партнерства, пригласить зарубежных специалистов, как носителей иностранного опыта.

Коучинг и тренинги можно организовывать параллельно. В этом случае результативность возрастает за счет того, что специалисты получают возможность одновременно обучаться гибкому мышлению и практическим навыкам.

Отметим, что в рамках государственно-частного партнерства, согласно представленной выше схеме (рис. 16), ответственность за применение тренингов, коучинга и других подобных методов повышения квалификации специалистов будет возложена на вовлеченные в партнерство высшие учебные заведения.

На основе осуществленного исследования, можно сделать следующий вывод: несмотря на то, что в РА в настоящее время существуют несколько компаний-экспортеров, однако деятельность последних не является достаточно многофункциональной для достижения желаемых объемов экспорта. Как показывает анализ нынешнего состояния малого и среднего бизнеса РА, уровень его вовлеченности в экспортные операции страны и ежегодные объемы экспорта, действующие на армянском рынке посредники кардинально ситуацию в стране изменить не могут. Предложенные выше посреднические организации по экспорту должны создаваться в различных отраслях экономики РА. Необходимо основать сеть экспортных

¹⁷⁸ См. Милостивая Ю.С., Волик М.В. «Сущность коучинга, его основные принципы и отличия от других способов профессионального взаимодействия», Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, официальный сайт журнала научных публикаций «Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук» www.publikacia.net, http://publikacia.net/archive/uploads/pages/2015_10_5/09.pdf

посредников, которые сотрудничали бы со всеми предпринимателями, без исключений, если последние производят качественную и соответствующую международным стандартам продукцию. Важно понимать, что содействие какой-либо одной отрасли экономики не достаточно. Развивать и расширять нужно все отрасли параллельно, и только тогда возможно достичь экономического благосостояния населения, а также повысить конкурентоспособность малого и среднего бизнеса и национальной экономики в целом.

3.3. Разработка методики оценки эффективности взаимодействия посреднических экспортных организаций с субъектами малого и среднего бизнеса РА

Проанализируем эффективность представленной выше концепции экспортного посредничества с точки зрения результата от каждой единицы затрат, необходимых для экспорта продовольственной продукции, произведенной субъектами малого и среднего бизнеса.

Анализ, осуществленный ниже, построен на допущении, что, как при самостоятельном, так и при посредническом экспорте, экспортируется одинаковый объем продовольственной продукции.

$$(1) \mathbf{Eff_{ex}} = \frac{V_{ex}}{C_{pr} + E_{xp}}^{179}, \text{ где}$$

Eff_{ex} – эффективность экспорта продовольственной продукции, произведенной субъектами МСБ;

V_{ex} – объем экспортируемой продовольственной продукции, произведенной субъектами МСБ;

C_{pr} – производственная себестоимость экспортируемой продовольственной продукции, произведенной субъектами МСБ;

E_{xp} – совокупные затраты при экспорте продовольственной продукции, произведенной субъектами МСБ.

В виду усиленной конкуренции на современном внешнем рынке, для осуществления экспорта необходимо производить высококачественную и конкурентоспособную продукцию, соответствующую установленным стандартам, исходя из чего допускаем, что, не зависимо от способа экспорта (прямой либо косвенный), производственная себестоимость экспортируемой продовольственной продукции не изменяется. Учитывая вышеизложенное, рассмотрим и

¹⁷⁹ Формула разработана автором.

сравним эффективность экспортной деятельности в зависимости от изменения совокупных затрат при организации прямого и косвенного экспорта.

Основываясь на проделанном исследовании, предположим, что совокупные затраты при организации экспортной деятельности имеют следующую структуру:

$$(2) \text{ EXP} = \text{EXP}_{\text{ex}} + \text{EXP}_{\text{org}} + \text{EXP}_{\text{fin}} + \text{EXP}_{\text{func}} + \text{EXP}_{\text{struc}}$$

Рассмотрим каждую компоненту затрат при экспорте продовольственной продукции, как субъектами МСБ, так и ассоциацией, являющейся экспортным посредником.

EXP_{ex} – экспортные затраты, подлежащие осуществлению при организации экспортной деятельности.

Таблица 3.3

Компоненты экспортных затрат при осуществлении прямого экспорта субъектами МСБ и косвенного экспорта ассоциацией

	Складирование		Упаковка		Таможенные выплаты		Транспортировка	
	собственный склад	аренда склада	первичная упаковка	окончательная упаковка	выплаты за документацию (код, сертификат и т.д.)	установленные законом таможенные выплаты	собственный транспорт	аренда транспорта
Прямой экспорт (субъектами МСБ)	EXP_{smb1}		EXP_{smb2}		EXP_{smb3}		EXP_{smb4}	
Косвенный экспорт (ассоциацией)	$\text{EXP}_{\text{assoc1}}$		$\text{EXP}_{\text{assoc2}}$		$\text{EXP}_{\text{assoc3}}$		$\text{EXP}_{\text{assoc4}}$	

При экспорте продовольственной продукции, кроме ее высокого качества и соответствия требованиям внешнего рынка, необходимо осуществить также:

1. складирование продукции на оснащенном холодильными камерами и иной необходимой современной техникой складе, для избежания порчи;
2. эффективную и соответствующую действующим стандартам упаковку;

3. установленные таможенным законодательством выплаты;
4. надежную и своевременную транспортировку экспортируемой продукции.

Затраты на складирование. Предполагается, что экспортный посредник (в рассматриваемом примере – ассоциация) будет иметь единый склад, оснащенный современной, необходимой для обеспечения эффективного хранения экспортируемой продукции техникой, приобретенной как за счет вложений субъектов МСБ, так и иных источников финансирования (кредиты, лизинг и т.д.), а малый и средний бизнес будет осуществлять только первичное складирование экспортируемой продукции до ее транспортировки на единый склад. Отметим, что, с одной стороны, при больших масштабах деятельности, создание единого склада для ассоциации, объединяющей определенное количество субъектов МСБ с их материальными и технологическими возможностями, будет легче осуществить как с финансовой, так и с практической точки зрения, чем в случае, если каждый отдельный субъект будет создавать свое собственное складское хозяйство, тем более, что для эффективного экспорта продовольственной продукции складирование играет ключевую роль. С другой стороны, создание соответствующего современным стандартам склада для осуществления больших масштабов деятельности требует серьезных капитальных вложений.

Затраты на упаковку. При осуществлении экспорта ассоциацией предполагается, что упаковка, как первичная, так и окончательная, будет осуществляться субъектами МСБ. Однако ассоциация, являясь экспортером продукции, может выдвинуть определенные требования и разработать стандарты осуществления упаковки для экспортируемой продукции, в результате чего вероятно изменятся соответствующие затраты.

Таможенные выплаты. Размер таможенных выплат при самостоятельном и косвенном экспорте, осуществляемом ассоциацией, также предположительно будет различаться. Отметим, что даже если таможенные пошлины останутся одинаковыми в обоих случаях, то затраты на получение соответствующей документации (кода, сертификата и т.д.), а также на прохождение экспертизы предположительно изменятся, за счет укрупнения партий экспорта.

Затраты на транспортировку. Затраты на транспортировку одного килограмма продукции при самостоятельном экспорте и экспорте, осуществляемом ассоциацией, также будут различными. Отметим, что в отличие от субъектов МСБ, предполагается создание ассоциацией своего автопарка транспортировщиков. Даже если ассоциация, при осуществлении транспортировки товара, будет взаимодействовать со специализированными компаниями-перевозчиками, то, в виду более крупных по сравнению с отдельными субъектами МСБ объемов экспорта и его периодического осуществления, предположительно, получит дополнительные скидки.

Организационные затраты (EXP_{org}) при организации экспорта включают:

1. затраты на поиск и сбор необходимой экспортеру информации;
2. поиск партнеров и заключение договоров сотрудничества;
3. поиск теневого посредника и взаимодействие с ним;
4. осуществление маркетинговой кампании для экспортируемой продукции;
5. оформление документации;
6. оплата услуг брокера.

В результате проделанного анализа выяснилось, что, для реализации своей продукции, субъекты МСБ, в виду отсутствия возможности самостоятельного выхода на внешний рынок и недостаточной развитости института экспортного посредничества в РА, вынуждены взаимодействовать с теневыми посредниками, каковыми являются организации, создающиеся для осуществления экспорта определенной партии продукции в конкретный промежуток времени. Практика деятельности таких посредников показывает, что они обычно взаимодействуют с одним или несколькими производителями отрасли, осуществляют экспорт конкретного вида продукции одной или несколькими партиями, после чего либо ликвидируют свою деятельность, либо приостанавливают ее.

Таблица 3.4

Компоненты организационных затрат при осуществлении прямого экспорта субъектами МСБ и косвенного экспорта ассоциацией

	Сбор информации		Заключение договора		Теневой посредник		Маркетинг		Оформление документации		Услуги брокера	
	первичная	основная	едилично	периодически	едилично	периодически	самостоятельно	аутсорсинг	самостоятельно	брокер	определенные организационные функции	все организационные функции
Прямой экспорт (субъектами МСБ)	EXP_{smb5}		EXP_{smb6}		EXP_{smb7}		EXP_{smb8}		EXP_{smb9}		EXP_{smb10}	
Косвенный экспорт (ассоциацией)	EXP_{assoc5}		EXP_{assoc6}		EXP_{assoc7}		EXP_{assoc8}		EXP_{assoc9}		EXP_{assoc10}	

Затраты на сбор информации. Можно предположить, что сбор как первичной, так и основной информации о потребностях, состоянии и тенденциях развития внешнего рынка ассоциация осуществит легче, оперативнее и, возможно, с меньшими финансовыми затратами, чем отдельный субъект МСБ, за счет сравнительно больших масштабов деятельности, более широких возможностей и связей, а также постоянного присутствия на внешнем рынке.

Затраты на заключение договоров. Организация экспортной деятельности посредством создания ассоциаций предполагает сбор продукции, произведенной субъектами МСБ, входящими в ассоциацию, и осуществление ее экспорта. А это означает, что вместо экспорта множества мелких партий продукции каждым отдельным субъектом МСБ, ассоциация будет экспортировать сразу крупную партию, сокращая тем самым количество документов и соответствующие затраты.

Затраты на поиск теневого посредника и взаимодействие с ним. Если осуществлять экспорт ассоциацией, то последняя сама будет играть роль экспортного посредника для всех входящих в нее субъектов МСБ, а это, в свою очередь, означает, что малый и средний бизнес освобождается от необходимости поиска теневого посредника и взаимодействия с ним. Именно поэтому, в отличие от случая, когда субъекты МСБ осуществляют экспорт самостоятельного, при их объединении в ассоциацию можно предположить, что данная компонента организационных затрат будет нулевой либо приближенной к нулю.

Затраты на маркетинг. Отметим, что малый и средний бизнес, часто, в виду финансовой несостоятельности и отсутствия соответствующих профессиональных компетенций, самостоятельно не в состоянии осуществлять маркетинговые кампании. Если предположить, что при самостоятельном экспорте маркетинговая кампания для экспортируемой продукции не осуществляется (часто наблюдается на практике), тогда и соответствующие затраты также будут нулевыми, то есть $EXP_{smb8} = 0$. Однако, необходимо отметить, что в современном мире объем реализации той или иной продукции напрямую зависит от грамотного и эффективного маркетинга. Так как в нашем анализе рассматриваются и сравниваются затраты при самостоятельном экспорте и экспорте посредством ассоциаций для одинакового объема продукции, тогда рассмотрим два случая:

а) как при осуществлении самостоятельного экспорта субъектами МСБ, так и при экспорте путем их объединения в ассоциацию, маркетинг экспортируемой продукции не осуществляется. В данном случае можно предположить, что маркетинговые затраты будут нулевыми.

b) в случае, когда при осуществлении самостоятельной экспортной деятельности субъектами МСБ и путем их объединения в ассоциацию, экспорт сопровождается маркетинговой кампанией экспортируемой продукции. Тогда, при осуществлении экспорта продукции ассоциацией, маркетинговые расходы предположительно сократятся, во-первых, за счет объединения и укрупнения экспортируемых партий продукции (в результате, маркетинговая кампания будет осуществляться не для отдельных маленьких партий конкретного вида продукции различных производителей, а для одной крупной партии), во-вторых, маркетинговые затраты также могут быть оптимизированы за счет квалифицированности персонала ассоциации, налаженных внешних связей и т.д.

Затраты на оформление экспортной документации. Если экспорт осуществляется субъектами МСБ, необходимая экспортная документация может быть оформлена либо самостоятельно, либо путем взаимодействия с таможенным брокером, за услуги которого необходимо платить установленную законодательством сумму. В случае малых и мельчайших предприятий, если оформление документации осуществляется самостоятельно самим предпринимателем, соответствующие затраты предположительно будут нулевые, то есть $EXP_{smb9} = 0$. В случае, если экспортер является средним по размеру предприятием, вероятнее всего оформлением необходимой документации будет заниматься компетентный сотрудник и соответствующие затраты приблизительно приравняются его заработной плате. Если же субъекты МСБ пользуются услугами таможенных брокеров, ожидаются затраты в размере суммы (определяется законодательством), подлежащей к оплате за его услуги. Предполагается, что ассоциация, как экспортный посредник, будет осуществлять оформление необходимой документации самостоятельно (компетентным сотрудником), а также вновь возникнет возможность определенного сокращения затрат за счет укрупнения партий экспортируемой продукции и уменьшения тем самым количества подлежащей оформлению документации.

Затраты на услуги брокера. В отличие от большинства субъектов МСБ, которые, в виду структурной слабости вынуждены сотрудничать с таможенными брокерами, у ассоциации, являющейся экспортным посредником для субъектов МСБ, предположительно не возникнет нужды в услугах брокера, так как эти функции будут выполнять компетентные в данной сфере сотрудники.

Затраты на финансирование (EXP_{fin}) включают в себя затраты на страхование и обязательные выплаты за банковские услуги (кредиты, лизинговые договора, банковские гарантии и т.д.) в случае, если используются заемные финансовые средства.

**Затраты на финансирование при осуществлении прямого экспорта субъектами МСБ и
косвенного экспорта ассоциациями**

	Банковские услуги			Страховые услуги		
	кредит	лизинг	иные банковские ус- луги	полное страхование	частичное страхова- ние	отказ от страхования
Прямой экспорт (субъектами МСБ)	EXP_{smb11}			EXP_{smb12}		
Косвенный экспорт (ассоциацией)	EXP_{assoc11}			EXP_{assoc12}		

Отметим, что субъекты МСБ часто, в виду финансовой несостоятельности, вынужденно пользуются банковскими услугами, особенно кредитами. Однако, как было отмечено выше (см. гл. 2), из-за малых оборотов и отсутствия залогового имущества, кредиты субъектам МСБ предоставляются по сравнительно высоким процентным ставкам и на короткие сроки.

По нашим наблюдениям уровень использования страховых услуг субъектами МСБ РА также сравнительно низок.

Затраты на банковские услуги. В случае, когда субъекты МСБ, как при осуществлении экспорта самостоятельно, так и посредством ассоциации, в состав которой они входят, не нуждаются в заемных средствах и обходятся исключительно за счет собственных материальных ресурсов, затраты на финансирование в обоих случаях предположительно будут нулевые либо приближенные к нулю. Когда же речь идет о использовании заемных средств и заключении лизинговых договоров, то, при создании субъектами МСБ ассоциаций, расходы предположительно сократятся, так как банки вероятнее будут больше доверять ассоциациям и стремиться к взаимовыгодному долгосрочному сотрудничеству с ними, в виду больших по сравнению с отдельными субъектами МСБ масштабов деятельности. Следовательно, процесс заключения кредитных и лизинговых договоров для ассоциации также облегчится, а финансирование предположительно будет осуществляться по более низким процентным ставкам, чем для отдельного субъекта МСБ.

Затраты на страховые услуги. Большинство субъектов МСБ не осознают результативность и важность страховых услуг и не пользуются ими. Отметим, что в случае осуществления экспорта продовольственной продукции ассоциацией, предположительно укрупнятся партии экспортируемой продукции и осуществлять деятельность без страхования будет заключать в себе большие риски.

К **функциональным затратам (EXP_{func})** отнесем затраты на содержание персонала и налоговые выплаты, размеры которых находятся в прямой зависимости от масштабов деятельности организации (субъектов МСБ, либо ассоциации).

Таблица 3.6

Функциональные затраты при осуществлении прямого экспорта субъектами МСБ и косвенного экспорта ассоциациями¹⁸⁰

	Затраты на содержание персонала		Налоговые выплаты	
	заработная плата	премии	прямые налоги	косвенные налоги
Прямой экспорт (субъектами МСБ)	EXP_{smb13}		EXP_{smb14}	
Косвенный экспорт (ассоциацией)	$EXP_{assoc13}$		$EXP_{assoc14}$	

Затраты на содержание персонала. Отметим, что в результате объединения субъектов МСБ возникает ассоциация, имеющая сложную организационную структуру, исходя из необходимости работать одновременно на внешнем и внутреннем рынках. Для достижения успеха в своей деятельности ассоциации необходим высококвалифицированный персонал, а достойный и качественный труд требует соответствующей оплаты. Поэтому можно предположить, что затраты на содержание персонала ассоциации и отдельного субъекта МСБ также будут различаться.

Налоговые выплаты. Объем выплачиваемых налогов во многом зависит от масштабов деятельности организации. Так как объединением субъектов МСБ в ассоциацию, масштабы

¹⁸⁰ Таблицы 3.3, 3.4, 3.5, 3.6 составлены автором.

деятельности последней увеличатся, предположительно объем налоговых выплат ассоциации также изменится по сравнению с каждым отдельным субъектом МСБ.

Исходя из того, что ассоциация, как посредник, будет представлять собой многофункциональную организацию, работающую как на внешнем, так и на внутреннем рынке и имеющую более сложную по сравнению с предприятием малого и среднего бизнеса структуру, как отдельную категорию затрат, изменение которых может повлиять на эффективность экспортной деятельности, выделим **затраты на функционирование структуры организации** (EXP_{struc}) и соответственно обозначим их для малого и среднего бизнеса EXP_{smb15} , а для ассоциации – $EXP_{assoc15}$.

Для наглядности, структуру совокупных затрат при осуществлении экспортной деятельности представим следующим образом:

$$\begin{array}{l}
 \left. \begin{array}{l}
 EXP(экспортные \text{ затраты}) = EXP_{ex} = \left\{ \begin{array}{l} \text{складирование} \\ \text{упаковка} \\ \text{таможенные выплаты} \\ \text{транспортные расходы} \end{array} \right. \\
 + \\
 EXP(\text{организационные затраты}) = EXP_{org} = \left\{ \begin{array}{l} \text{сбор информации} \\ \text{заключение договоров} \\ \text{теневого посредник} \\ \text{маркетинг} \\ \text{оформление документации} \\ \text{услуги брокера} \end{array} \right. \\
 + \\
 EXP(\text{финансовые затраты}) = EXP_{fin} = \left\{ \begin{array}{l} \text{банковские услуги} \\ \text{страхование} \end{array} \right. \\
 + \\
 EXP(\text{функциональные затраты}) = EXP_{func} = \left\{ \begin{array}{l} \text{налоги} \\ \text{содержание персонала} \end{array} \right. \\
 + \\
 EXP(\text{затраты на функционирование структуры организации}) = EXP_{struc}
 \end{array} \right\} EXP =
 \end{array}$$

Таким образом, совокупные затраты при самостоятельном осуществлении экспортной деятельности субъектами МСБ равны:

$$(3) \quad EXP_{smb} = \sum_{i=1}^{15} EXP_{smbi}$$

А при организации экспорта ассоциацией:

$$(4) \text{EXP}_{\text{assoc}} = \sum_{i=1}^{15} \text{EXP}_{\text{assoc}i}$$

Для того, чтоб нагляднее представить, как влияет на эффективность экспорта изменение совокупных затрат при самостоятельном экспорте и экспорте, осуществляемом ассоциацией, проведем сравнительный анализ представленных выше затрат (табл. 3.7), с предварительным рассмотрением источников их формирования (рис. 17).



Рисунок 17. Затраты при организации экспортной деятельности¹⁸¹

Таблица 3.7

Расчет влияния каждого компонента совокупных затрат при организации экспортной деятельности на уровень эффективности экспорта¹⁸²

Затраты	Алгоритм расчета
Затраты на складирование	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex1}} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXP}_{\text{assoc1}}} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXP}_{\text{smb1}}}$
Затраты на упаковку	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex2}} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXP}_{\text{assoc2}}} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXP}_{\text{smb2}}}$
Таможенные выплаты	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex3}} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXP}_{\text{assoc3}}} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXP}_{\text{smb3}}}$

¹⁸¹ Схема разработана автором.

¹⁸² Таблица составлена автором.

Затраты на транспортировку	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}4} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}4} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}4}$
Затраты на сбор информации	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}5} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}5} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}5}$
Затраты на заключение договоров	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}6} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}6} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}6}$
Затраты на поиск теневого посредника и взаимодействие с ним	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}7} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}7} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}7}$
Затраты на маркетинг	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}8} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}8} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}8}$
Затраты на оформление экспортной документации	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}9} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}9} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}9}$
Затраты на услуги брокера	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}10} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}10} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}10}$
Затраты на банковские услуги	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}11} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}11} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}11}$
Затраты на страховые услуги	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}12} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}12} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}12}$
Затраты на содержание персонала	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}13} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}13} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}13}$
Налоговые выплаты	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}14} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}14} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}14}$
Затраты на функционирование структуры организации	$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}15} = \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPassoc}15} - \frac{\text{Vex}}{\text{Cpr} + \text{EXPsmb}15}$
Всего	
$\Delta \text{Eff}_{\text{ex}} = \Delta \text{Eff}_{\text{ex}1} + \Delta \text{Eff}_{\text{ex}2} + \Delta \text{Eff}_{\text{ex}3} + \Delta \text{Eff}_{\text{ex}4} + \Delta \text{Eff}_{\text{ex}5} + \dots + \Delta \text{Eff}_{\text{ex}15}$	

Таким образом, $\Delta \text{Eff}_{\text{ex}}$ показывает изменение эффективности экспорта товара от изменения каждого компонента совокупных затрат.

$$(5) \quad \Delta \text{Eff}_{\text{ex}} = \sum_{i=1}^{15} \Delta \text{Eff}_{\text{ex}i}$$

В результате расчетов, представленных выше, при значении $\Delta \text{Eff}_{\text{ex}} > 0$, организация экспорта ассоциацией будет эффективнее с точки зрения результата от каждой единицы затрат, чем самостоятельный экспорт субъектами МСБ.

Аналогично, по рассмотренному выше методу, можно рассчитать эффективность осуществления экспортной деятельности при взаимодействии субъектов малого и среднего бизнеса с государственными и коммерческими посредническими организациями по экспорту, структура которых представлена выше (раздел 3.2).

Как было отмечено, рынок экспортного посредничества в РА в настоящее время практически не развит. Его основными участниками являются компании, осуществляющие грузоперевозки. На армянском рынке экспортного посредничества действует компания «Спайка», взаимодействующая с фермерами РА и экспортирующая свежие фрукты и овощи (под брендом «Арагат фрукт»), охватывая порядка 70% рынка.¹⁸³ Согласно нашим наблюдениям, остальные 30% экспорта свежих фруктов и овощей осуществляют сами фермеры, которые, для транспортировки товара на внешний рынок, обычно взаимодействуют с различными действующими в РА грузоперевозочными компаниями.

Возможное повышение эффективности за счет вероятного сокращения затрат на экспорт для производителей (субъектов МСБ в частности) при создании посреднических экспортных организаций и взаимодействии с ними рассмотрим на примере компании «Спайка» и практики сотрудничества последней с фермерами РА.

При содействии отдела маркетинга компании «Спайка» проведен анализ и определены совокупные затраты при прямом и косвенном экспорте свежих фруктов, с допущением, что производственные затраты (затраты фермера на выращивание фрукта), не зависимо от способа экспорта, не изменяются, так как покупатели внешнего рынка одинаково требовательны к качеству продукции. Отметим, что представленный ниже анализ построен на усредненных величинах затрат по различным компонентам, учитывая их изменчивость в зависимости от разновидности экспортируемой продукции (абрикосы, персики, черешня и т.д.).

Таблица 3.8

Затраты на экспорт свежих фруктов для фермера и компании «Спайка» (др/кг)¹⁸⁴

Затрат	Фермер	«Спайка»
Затраты на транспортировку	58	65
Затраты на складирование	10	10
Затраты на упаковку	50	30
Таможенные выплаты	7	7
Затраты на заключение договора	22-50	0-5
Затраты на поиск теневого посредника и взаимодействие с ним	30	14

Согласно нашим наблюдениям, на армянском рынке грузоперевозок функционируют организации, которые осуществляют грузоперевозки дешевле (на порядка 10%), чем компания

¹⁸³ Информация предоставлена отделом маркетинга компании «Спайка».

¹⁸⁴ Расчеты осуществлены совместно с отделом маркетинга компании «Спайка».

«Спайка». Таковыми являются, в основном, организации, предоставляющие только услуги по грузоперевозкам, не возлагающие на себя ответственность за возникновение возможных рисков и взимающие дополнительные суммы за простои машин на внешнем рынке (подробнее рассмотрено ниже).

Экспорт свежих фруктов осуществляется обычно моментально, после сбора урожая, часто непосредственно с садовых участков. В этом случае не возникает необходимости в осуществлении складирования, и соответствующие затраты как для фермера, так и для посредника нулевые. При краткосрочном хранении фруктов, складирование как фермером, так и посредником осуществляется в соответствующих погребах, в которых обеспечивается необходимый уровень влажности и подходящая температура. В этом случае затраты на складирование для фермера и посредника будут одинаковы (основной затратой является электричество, стоимость которого как для фермера, так и для посредника одна и та же). В нашем анализе складские затраты в размере 10др/кг рассчитаны для краткосрочного складирования. Не рассматриваются затраты на долгосрочное складирование, потому что свежие фрукты – это скоропортящаяся продукция, требующая особых условий хранения и наличия соответствующего современным стандартам технологически оснащенного склада, создание которого, исходя из масштабов деятельности и ресурсных возможностей посредника, предположительно будет для последнего легче осуществимо, чем для малых экспортеров.

Компании «Спайка» удастся сократить затраты на упаковку за счет самостоятельного производства упаковочных средств, налаженности соответствующих процессов и сравнительно крупных масштабов деятельности.

Что касается таможенных затрат, то в рассматриваемом нами примере, при транспортировке свежих фруктов, их величина зависит от объема экспорта. Поэтому, осуществляя прямой и косвенный экспорт одинакового объема конкретного вида фрукта, таможенные затраты не изменяются, чего нельзя однозначно утверждать о экспорте других видов товаров (например, варенья), когда посредник-экспортер получает возможность оптимизировать затраты на оформление экспортной документации за счет осуществления их соответствующей группировки по разновидностям.

Затраты на заключение договоров изменчивы, в зависимости от партнера, с которым взаимодействует экспортер. По результатам наших наблюдений, для компании «Спайка» эти затраты колеблются в интервале 0-5др/кг, а для фермера в интервале 22-50др/кг. Отметим, что существенная разница затрат на заключение договоров при прямом и косвенном экспорте объясняется налаженностью связей посредника, его узнаваемостью, а также доверием и авторитетом, приобретенным на внешнем рынке за счет масштабов деятельности. Отметим

также, что покупатели внешнего рынка при сотрудничестве с поставщиками могут потребовать внесение гарантийной суммы на свой расчетный счет для того, чтобы застраховать себя и компенсировать возможные финансовые убытки за счет этой суммы в случае, если поставщик нарушит условия договора. Величина гарантийной суммы фиксируется в договоре и зависит от стоимости экспортируемой партии товара, а также оценки покупателем своих возможных потерь. Не имеющие соответствующих финансовых возможностей мелкие экспортеры чаще всего сталкиваются с подобной проблемой при выходе на внешний рынок, в виду сравнительно небольших объемов экспорта, непостоянного присутствия на внешнем рынке и недостаточного доверия к ним со стороны иностранных партнеров.

Перейдем к рассмотрению других затрат на экспорт .

Затраты на сбор информации. Экспортные посредники затрачивают средства на создание базы данных в основном на начальном этапе своей деятельности, в дальнейшем просто самостоятельно осуществляя ее периодическое обновление на основе собственного опыта. Стоимость одноразового доступа к информационной базе составляет около 50.000 драм, без какой-либо гарантии, что все данные в базе достоверные (базы часто содержат устаревшую информацию, поэтому с ней необходимо дополнительно работать).¹⁸⁵ Отметим, что, мелкие экспортеры вынуждены периодически приобретать доступ к подобной базе, в виду ее частого обновления.

Затраты на поиск посредника и взаимодействие с ним. Согласно проведенному совместно с компанией «Спайка» анализу, для последней затраты на взаимодействие с теневыми посредниками варьируется в интервале 0-14 др/кг. Это означает, что компания либо заключает договор с покупателем внешнего рынка без посредников, напрямую (тогда соответствующие затраты равны 0 драм), либо выплачивает определенное финансовое вознаграждение посредникам, которые содействуют ей в нахождении покупателей на внешнем рынке и установлении взаимодействия с ними (размер вознаграждения посреднику зависит от рынка и покупателя). Для компании «Спайка» подобными посредниками являются ее сотрудники, которые проживают в различных странах и получают заработную плату за выполняемые функции. При осуществлении экспорта субъектами МСБ и фермерами самостоятельно, услуги посредника в налаживании взаимосвязей с покупателями внешнего рынка оказывают специализированные в данной сфере лица, работающие в основном неформально за определенное вознаграждение, усредненный размер которого для экспортера составляет до порядка 30др/кг. Однако сумма, взимаемая теневым посредником, может достигать до 20% стоимости всей экспортируемой партии товара (расчеты осуществлены

¹⁸⁵ Информация предоставлена отделом маркетинга компании «Спайка».

совместного с отделом маркетинга компании «Спайка»), что зависит, во многом, от того, с каким именно покупателем посредник помог заключить контракт. В результате мелкий экспортер, с целью компенсации вышеперечисленных затрат и получения прибыли, вынужден поднять цену экспортируемой продукции на внешнем рынке, снижая тем самым ее конкурентоспособность и шансы быть реализованной.

Затраты на оформление документации. В посреднических экспортных организациях оформлением документации занимается ответственный сотрудник, который получает ежемесячную заработную плату. Мелкие экспортеры часто не в состоянии самостоятельно оформить необходимую экспортную документацию и вынужденно пользуются услугами брокера, выплачивая ему установленную законодательством и оговоренную в соответствующем договоре сумму.

Затраты на маркетинг. Посредническая организация осуществляет активный маркетинг и затрачивает на него средства в основном на начальном этапе своей деятельности. По истечению некоторого времени посредника на внешнем рынке узнают, ему доверяют и с ним хотят сотрудничать, чего нельзя сказать о мелких экспортерах. Имидж, созданный посредником, превращается в лучшую рекламу для него.

По остальным видам затрат, рассмотренным выше в таблице 3.7 (затраты на банковские и страховые услуги, налоговые выплаты, затраты на содержание персонала и функционирование структуры организации) компания «Спайка» информацию не предоставила, аргументируя, что такого рода данные не подлежат огласке, так как являются коммерческой тайной.

Для сравнения минимально возможных совокупных затрат при прямом и косвенном экспорте, составлены и решены оптимизационные задачи со следующей целевой функцией:

$$F = \sum_{i=1}^3 \sum_{j=1}^3 C_{ij} X_{ij} \rightarrow \min, \text{ где}$$

C_{ij} ($i=1,2,3$; $j=1,2,3$) – затраты на экспорт одного килограмма продукции от i -ого экспортера армянского рынка j -ому покупателю внешнего рынка.

X_{ij} ($i=1,2,3$; $j=1,2,3$) – объем продукции, поставляемый от i -ого экспортера армянского рынка j -ому покупателю внешнего рынка.

Допустим, экспорт из РА осуществляется тремя экспортерами (A_1, A_2, A_3), которые заключили соответствующие договора поставки продукции с тремя покупателями (B_1, B_2, B_3) внешнего рынка. Покупатели (B_1, B_2, B_3) расположены на одном географическом рынке, неподалеку друг от друга (например, в соседних городах одной страны), и им необходима продукция в объемах 25.000 килограмм, 16.000 килограмм и 19.000 килограмм соответственно.

Автором рассматриваются два случая:

1. экспортеры (A_1, A_2, A_3) являются субъектами МСБ;

2. экспортеры (А1, А2, А3) являются экспортными посредниками.

При решении рассматриваемых задач применяются показатели условных затрат на килограмм экспортируемой продукции при прямом и косвенном экспорте, которые приведены в таблицах 3.9 и 3.10 (определение показателей осуществлялось с учетом усредненных данных, представленных в таблице 3.8, которые были получены в результате осуществленных совместно с компанией «Спайка» расчетов).

Таблица 3.9

Затраты каждого экспортера (субъекта МБС) на доставку одного килограмма товара каждому покупателю внешнего рынка (драм)

Экспортеры-субъекты МСБ	Покупатели внешнего рынка		
	В1	В2	В3
А1	28	34	33
А2	30	32	31
А3	29	35	30

Таблица 3.10

Затраты каждого экспортного посредника на доставку одного килограмма товара каждому покупателю внешнего рынка (драм)

Экспортеры-посреднические организации	Покупатели внешнего рынка		
	В1	В2	В3
А1	18	22	19
А2	19	21	20
А3	17	23	22

В качестве дополнительного условия рассматриваемых задач предположим, что каждый экспортер осуществляет экспорт продукции одним транспортировщиком, максимальная вместительность которого 20.000 килограмм.

В результате решения вышерассмотренных задач с соответствующими ограничениями, с применением программного пакета Microsoft Excel, было выявлено, что при косвенном экспорте совокупные экспортные затраты меньше, чем при прямом (см. приложения 3 и 4).

Если даже предположить, что затраты мелких экспортеров, как при прямом, так и при косвенном экспорте равны (маловероятно, так как посредники имеют возможность сократить расходы за счет увеличения масштабов деятельности, налаженной сети, своего опыта и связей), эффективность косвенного экспорта для последних обеспечивается возможностью избежать множество рисков, которые могут возникнуть при выходе на внешний рынок и привести к большим финансовым потерям. По результатам соответствующих расчетов, осуществленных компанией «Спайка», выявлено, что для полной компенсации вероятных потерь от возможных

рисков, компании достаточно осуществить 10% надбавку в цене реализации. При самостоятельном экспорте мелкими экспортерами вероятность риска высока настолько, что компенсация требует надбавки в цене до порядка 50%, снижая конкурентоспособность продукции на внешнем рынке. Это означает, что вероятные финансовые потери от возможного возникновения рисков при прямом экспорте около пяти раз больше, чем при косвенном. Рассмотрим подробнее те возможные риски, с которыми наиболее часто сталкивается экспортер при выходе на внешний рынок.

1. На внешнем рынке высока степень риска взаимодействия с недобросовестными покупателями. Поэтому каждый потенциальный партнер внешнего рынка должен быть проверен до начала сотрудничества с ним. В виду ограниченности информации, а также недостатка опыта и связей, мелким экспортерам часто не удается навести достоверные справки о покупателе на внешнем рынке, который может осуществлять одномоментную деятельность на временно арендованных складах с фальшивым названием и документацией. При доставке груза такие партнеры часто не покупают товар у продавца, а воруют его под каким-либо предлогом (например, обещают выплатить стоимость товара в течении нескольких часов, выгружают фуру на определенном складе, а потом исчезают, перевозя груз в неизвестном направлении и уничтожая всю контактную информацию). Потерей экспортера является не только стоимость партии товара, но и экспортные затраты, осуществленные им в процессе доставки товара до лже-покупателя. С подобной ситуацией сталкиваются многие мелкие неопытные экспортеры, а посредники, за счет своих связей, богатой информационной базы и опыта, имеют возможность максимально снизить вероятность данного риска.

2. Риск связанный с применением штрафов. Штрафы и их размеры оговариваются в заключенных с покупателями внешнего рынка договорах. Они могут назначаться и взиматься за доставку, например, поврежденной продукции либо за нарушение заранее оговоренных сроков доставки. Потери экспортера в данных случаях составляют 10-100% стоимости товара. Потери достигают 100% в том случае, если партнер на внешнем рынке, из-за нарушения условий договора, отказывается покупать доставленный товар, который портится в результате того, что экспортеру не удается вовремя найти альтернативных способов его реализовать. Посреднические экспортные организации также не застрахованы от подобных рисков, но способны минимизировать вероятные финансовые потери за счет того, что заранее заключают альтернативные договора с иными покупателями внешнего рынка, либо, в случае повреждения товара при транспортировке, продают его перерабатывающим организациям по сравнительно низкой цене.

3. Риск, связанный с невозможностью быстрой отгрузки экспортированного товара и долгим простоем груженной фуры на внешнем рынке. Компании-грузоперевозчики взимают с экспортера фиксированную сумму, порядка 100-200 долларов за каждый день простоя (в зависимости от ценовой политики компании-грузоперевозчика, за счет чего указанная в таблице 3.8 цена транспортировки – 58др/кг возрастает). Это происходит потому, что мелкий экспортер часто перевозит товар на внешний рынок и на месте начинает поиски покупателя, что может получиться у него моментально, а может длиться несколько дней и привести к дополнительным финансовым затратам. Экспортный посредник страхует себя от подобных потерь, во-первых, осуществляя экспорт собственным транспортом, во-вторых, заранее заключая договора с покупателями внешнего рынка, а также с теми клиентами, груз которых будут перевозить транспортировщики на обратном пути.

Отметим, что из-за неполноценной информации о величине всех рассмотренных затрат, результаты анализа не применились в разработанной выше методике подсчета эффективности прямого и косвенного экспорта (табл. 3.7). Осуществление подобных расчетов и получение достоверных результатов станет возможно только при полном доступе к необходимой информации, внедрении методики учета, а также разработке и применении эффективных программ сбора и обработки соответствующих данных и наличии полноценной и комплексной статистической базы. Однако, проделанный анализ показал, что практически по всем тем компонентам совокупных затрат на экспорт, величина которых нам известна, наблюдается оптимизация при осуществлении косвенного экспорта.

Результаты деятельности компании «Спайка», как наиболее успешного участника рынка посредничества РА, показывают, что осуществление косвенного экспорта выгодно и эффективно не только для мелких экспортеров (субъектов МСБ и фермеров), но и для самого посредника, который, за счет возможности сократить свои затраты и минимизировать риски там, где этого не в состоянии сделать мелкий экспортер самостоятельно, а также за счет определенных льгот, предоставляемых соответствующими государственными органами, получает возможность работать с прибылью, которая колеблется в интервале 25-35%, в зависимости от разновидности экспортируемой продукции, даже с учетом тех затрат, информацию о которых компания нам не предоставила.¹⁸⁶

Деятельность посреднических экспортных организаций очень важна для развития той сферы, с производителями которой посредники работают. Например, компания «Спайка» взаимодействует с фермерами, стимулируя развитие сельского хозяйства и смягчая возможные риски в данной отрасли. Очень часто, при возникновении излишка сельскохозяйственной

¹⁸⁶ Информация предоставлена отделом маркетинга компании «Спайка».

продукции в стране, компания, по заранее приобретенной договоренности с соответствующими ответственными государственными органами (Министерство экономического развития и инвестиций, Министерство сельского хозяйства), за низкую оплату фермера и практически бесприбыльно для себя, осуществляет экспорт. Подобные мероприятия направлены на избежание возможного дефицита продукции в будущем (например, в следующем году), который может возникнуть из-за отказа фермеров выращивать то, что не удалось реализовать в прошлом.

Субъекты малого и среднего бизнеса, часто, ввиду структурной слабости, не в состоянии самостоятельно осуществить выход на внешний рынок. Именно поэтому, даже если предположить, что, косвенный экспорт, осуществляемый посредником, может в какой-нибудь отрасли стать более затратным для малого и среднего бизнеса, чем прямой, осуществляемый субъектами МСБ самостоятельно (что практически невероятно, как показал осуществленный выше анализ совокупных затрат на экспорт и возможных рисков внешнего рынка), посредник предоставит субъектам МСБ возможность существенно увеличить объемы продаж и прибыль, за счет выхода на внешний рынок с минимальными рисками.

Резюмируя проделанный выше анализ, отметим, что пассивное участие субъектов МСБ РА в экспортных операциях страны, наряду с другими присущими сфере малого и среднего бизнеса проблемами, во многом объясняется отсутствием возможности выхода на внешний рынок. Создание посреднических организаций по экспорту в различных производственных отраслях РА поспособствует увеличению объемов производства и активизации малого и среднего бизнеса в экспортных операциях страны.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Осуществленный в диссертационной работе анализ позволяет сделать следующие выводы и рекомендации, направленные на повышение эффективности стратегии управления экспортом продовольственных товаров, произведенных субъектами МСБ РА:

1. Результаты основных показателей внешнеэкономической деятельности РА свидетельствуют о том, что в общем объеме экспорта товаров доля малого и среднего бизнеса незначительна, несмотря на количественное преобладание субъектов МСБ.

2. Рассмотрение принятой решением Правительством РА в декабре 2011 года стратегии производственной политики, направленной на экспорт, а также анализ деятельности Агентства по страхованию экспорта, которое было сформировано в октябре 2013 года, как эффективный инструмент, стимулирующий экспортные операции предприятий РА, в особенности, малых и средних, позволяют выяснить, что ряд важных проблем, препятствующих в настоящее время деятельности субъектов малого и среднего бизнеса в РА при выходе на внешний рынок, остаются неразрешенными.

3. Осуществленный анализ позволяет утверждать, что, пассивное участие малых и средних предприятий в экспортных операциях страны обусловлено, в основном, их неспособностью осуществлять самостоятельный выход на внешний рынок и отсутствием посреднических экспортных звеньев.

4. В результате проведенного исследования разработана концепция стратегического управления экспортом товаров малого и среднего бизнеса на основе формирования посреднических экспортных организаций. Предложено три варианта создания посреднических экспортных организаций в РА:

а) Посреднические экспортные организации, созданные и управляемые непосредственно государством (соответствующими государственными органами).

б) Коммерческие посреднические организации по экспорту. В зависимости от перечня предоставляемых экспортными посредниками услуг, предложено три разновидности коммерческих экспортных посредников: осуществляющие исключительно функции транспортировки; наряду с транспортировкой, осуществляющие также ряд послепроизводственных функций, таких, как упаковка, складирование и т.д.; экспортные посредники, закупающие полуфабрикаты, дорабатывающие их, осуществляя все послепроизводственные функции и экспорт.

в) Создание посреднической экспортной организации путем объединения субъектов малого и среднего бизнеса определенной отрасли в ассоциацию. В данном случае аналогично

коммерческой посреднической экспортной организации, предполагается косвенное вмешательство государства.

5. Исходя из особенностей и выполняемых функций каждого предложенного вида посреднической экспортной организации, разработаны схемы их взаимодействия с субъектами малого и среднего бизнеса РА.

6. Учитывая специфику схем взаимодействия посреднических экспортных организаций с субъектами МСБ и необходимое последнее содействие при выходе на внешний рынок, разработан спектр услуг, которые предположительно посредники будут предоставлять.

7. С учетом функций, которые будут выполнять экспортные посредники, разработан общий перечень мероприятий и расходов, которые необходимо осуществить для их создания в РА.

8. Результаты предложенной концепции стратегического управления экспортом товаров МСБ отображены в разработанной стратегической карте, где последовательно проанализированы стратегические цели экспортного посредника, распределенные по соответствующим перспективам, из которых становится очевидным, что главной целью посреднической экспортной организации является стимулирование денежных доходов от увеличения объемов продаж путем выхода на новые рынки.

9. Исходя из того обстоятельства, что сфера экспортного посредничества не достаточно развита в РА, а также основываясь на убеждении о том, что для осуществления эффективной деятельности крайне важен высокий профессионализм сотрудников, разработана схема подготовки квалифицированных специалистов для работы в посреднических экспортных организациях, основанная на государственно-частном сотрудничестве, в рамках которого предложен механизм осуществления переподготовки уже существующих специалистов армянского рынка труда, с применением коучинга и различных специальных тренингов с участием иностранных специалистов.

10. Применяя сравнительный анализ затрат при прямом и косвенном экспорте, разработана методика оценки эффективности взаимодействия посреднических экспортных организаций с малым и средним бизнесом в РА. Изменение эффективности экспорта ставится в зависимость от изменения затрат на экспорт. Выделены различные компоненты совокупных затрат на экспорт, проведен анализ их возможных изменений и выявлено то значение суммарного показателя изменений затрат, при котором косвенный экспорт будет более эффективен. Также составлены и решены оптимизационные задачи с применением показателей условных затрат на килограмм экспортируемой продукции при прямом и косвенном экспорте, в

результате решения которых выявлено, что при косвенном экспорте совокупные экспортные затраты меньше, чем при прямом.

11. В результате проделанного при поддержке действующего на армянском рынке экспортного посредника свежих фруктов и овощей компании «Спайка» анализа выявлено, что взаимодействие посреднических экспортных организаций с мелкими производителями не только открывает для последних новые возможности выхода на внешний рынок, существенно сокращая расходы на экспорт, но и предоставляет возможность избежать множества рисков, которые могут возникнуть при осуществлении экспортной деятельности.

12. В ходе осуществления диссертационного исследования было выявлено, что, несмотря на важность сферы малого и среднего бизнеса для развития экономики, в настоящее время отсутствуют официальные статистические данные, позволяющие полноценно оценить состояние этой сферы, а также долю субъектов МСБ в экспортных операциях страны. Для разрешения этой проблемы необходимо разработать и внедрить новые методики сбора и учета комплексных статистических данных касательно сферы МСБ РА и создать соответствующую периодически обновляемую базу.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Законодательные и нормативные акты

1. ՀՀ օրենքը փոքր և միջին ձեռնարկատիրության պետական աջակցության մասին, 5 դեկտեմբերի 2000 թ.
2. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության պետական աջակցության մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ կատարելու մասին» ՀՀ օրենքի նախագիծ, ՀՀ կառավարության պաշտոնական կայքէջ, www.gov.am, <http://www.gov.am/files/meetings/2009/4362.pdf>
3. ՀՀ նախագահի 2000 թվականի դեկտեմբերի 31 – ի թիվ ՆՀ – 768 հրամանագիր գործարարության աջակցման խորհուրդ ստեղծելու մասին
4. ՀՀ կառավարության 2002 թվականի մարտի 19 – ի թիվ 282 որոշում Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոն հիմնադրամ ստեղծելու մասին
5. ՀՀ վարչապետի 07.07.2011թ. N638-Ն որոշում փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման խորհուրդ ստեղծելու, դրա կազմն ու աշխատակարգը հաստատելու մասին
6. ՀՀ փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման 2016-2018 թվականների ռազմավարություն
7. «Հայաստանում փոքր եվ միջին ձեռնարկատիրության զարգացման քաղաքականության և ռազմավարության հիմնադրույթներ», ՀՀ կառավարության նիստի արձանագրությունից քաղվածք, 03.08.2000թ., N 32
8. «Գործարարությամբ զբաղվելը Հայաստանում» բարեփոխումների հուշագրի հիման վրա կազմված Հայաստանի գործարար միջավայրի բարելավման միջոցառումների ծրագիր, ՀՀ կառավարության 2008 թվականի հունիսի 26-ի N775-Ն որոշման հավելված
9. ՀՀ կառավարության 2011 թվականի դեկտեմբերի 15-ի «Հայաստանի Հանրապետության արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական քաղաքականության ռազմավարությանը հավանություն տալու մասին» N49 որոշում
10. «ՀՀ փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացմամբ գյուղատնտեսության ներուժի զարգացման հայեցակարգ»: Հավանության է արժանացել ՀՀ կառավարության կողմից 2006 թվականի ապրիլի 6-ին, (արձանագրություն N13) 20 էջ

11. ՀՀ կառավարության 2006 թվականի դեկտեմբերի 21-ի «Կարծին, կաթնամթերքին և դրանց արտադրությանը ներկայացվող պահանջների տեխնիկական կանոնակարգը հաստատելու մասին» N1925 – Ն որոշում

12. ՀՀ մաքսային օրենսգիրք 06.07.2000 թ., Գլուխ 4, Մաքսային ռեժիմներ, Հոդված 22

13. ՀՀ օրենքը շրջանառության հարկի մասին, ընդունված 19.12.2012 թ.

14. Конституция РА, 05.07.1995 г.

15. Гражданский кодекс РА, 28.07.1998 г.

16. Закон РА «О налогах», 14.04.1997 г.

17. Закон РА «О защите внутреннего рынка», 18.04.2001 г.

18. Закон РА «О защите прав потребителей», 26.06.2001 г.

19. Закон РА «О безопасности пищевых продуктов», 21.06.2014 г.

20. Закон РА «О подтверждении соответствия продукции и услуг нормативным требованиям», 09.11.1999 г.

21. Закон РА «О государственной регистрации прав на имущество», 14.04.1999 г.

22. Закон РА «О реорганизации и прекращении деятельности предприятия», 14.03.1992 г.

23. «Договор о зоне свободной торговли» (Подписан в г. Санкт-Петербурге 18.10.2011 г.)

24. «Договор о Евразийском экономическом союзе» (Подписан в г. Астане 29.05.2014 г.)

Книги и учебные пособия

25. Большой экономический словарь под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-ое изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики 2002. – 457 с.

26. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. «Управление качеством» Инфра – М; 2005 г. 212 с.

27. Бутова Т.В., Ерхов М.В. «Власть и бизнес в современном обществе», – М.: Маросейка, 2007. – 264 с.

28. Вологдин А.А. «Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности»: учебное пособие – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2012 г., – 445 с.

29. Григорьев Ю.А. «Экспортные операции», Книжный мир, 2003, 217 с.

30. Горфинкель В.Я. «Малый бизнес»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2009, 336 с.

31. Карагулян Е.А. «Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки», методическое пособие, г. Ханты-Мансийск, 2015 г., 40 с.

32. Колесникова Л.А. «Предпринимательство и малый бизнес в современном государстве: управление развитием». – Москва. «Новый Логос», 2000. – 249 с.

33. Карами А., Аналоуи Ф. «Стратегический менеджмент малых и средних предприятий». – М.: 2005., 400 с.
34. Каплан Р., Нортон Д. «Стратегические карты»/ – М.: Олимп-Бизнес, 2007. – 512 с. – ISBN 978-5-9693-0101-6
35. Каплан Р.С., Нортон Д.П. «Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию». – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 320 с. – ISBN 5-901028-55-4.
36. Логутова Т.Г., Демьянченко А.Г. Оптимальная модель оценки эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия. // Маркетинг и логистика в управлении субъектами ведения хозяйства региона. Сб. науч. тр. ДонГУУ: Том 5. – Донецк: ДонГУУ. – 2004. – Вип. 42. – 327 с.
37. Максимцова М.М., Горфинкель В.Я. «Менеджмент малого бизнеса»: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2007. – 269 с.
38. См. Маховикова Г.А., Павлова Е.Е. «Внешнеэкономическая деятельность». – М.: 2009, 320 с.
39. Непомнящий Е.Г. «Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности», изд-во ТИУиЭ, 2007. – 176 с.
40. Плотникова О.А. «Малое предпринимательство и его роль в обеспечении развития национальной экономики Российской Федерации». – М.: Моск. гуманитар. ун-т, 2006. – 216 с.
41. Плотницкий М.И. и др. «Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность». – Минск, 2011. – 616 с.
42. Разумнова И. «Семейный и надомный бизнес: опыт США» // США – Канада: Экономика, политика, культура. 2001, 278 с.
43. Стровский Л.Е. «Внешнеэкономическая деятельность предприятия», 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 498 с.
44. Салохова М. «Сдвиги в экономике Грузии, Украины, Азербайджана и Молдовы», Москва 2008, 292 с.
45. «Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее» / Под общей редакцией проф., д.э.н. Е.Г. Ясина, д.э.н. А.Ю. Чепуренко, В.В. Буева - М., 2003, 273 с.
46. «Деловая Италия. Экономика и связи с РФ в 2004-2008 гг.», Тома XVII-XVIII, 204 с.

Научные статьи и другие публикации

47. Ալեքսանյան Ի.Զ. «Կարի իրացման խնդիրները և դրանց լուծման հիմնական ուղղությունները Հայաստանի Հանրապետությունում», 2013 թ., 138 էջ

48. Բարոյան Խ.Լ. «Փոքր և միջին ձեռնարկությունների ֆինանսավորման հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում», 2011 թ., 176 էջ
49. Գյուլեցյան Ն.Գ. «Փոքր և միջին ձեռնարկությունների պետական կարգավորման հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետության օրինակով», 2012 թ., 139 էջ
50. Դավթյան Ա. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման պետական քաղաքականությունը Հայաստանում», օր. 157-169, Издательство РАУ, Ереван 2005
51. Ղազարյան Ա.Վ. «Զորացած մրգի և բանջարեղենի շուկայի զարգացման հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում», 2013 թ., 164 էջ
52. Ղազարյան Ա.Վ. «Արտահանման գործընթացների կազմակերպման պետական կարգավորումը Հայաստանի Հանրապետությունում», 2010 թ., 159 էջ
53. Ղուշյան Հ., Գրիգորյան Կ. «Հայաստանի անդամակցությունը առևտրի համաշխարհային կազմակերպությանը և արտահանման ընդլայնման հնարավորությունները» // Երևան, Բանբեր №2, 2005 թ., էջ 15-26
54. Ջուլիակյան Շ. «Փոքր և միջին ձեռնարկության զարգացման խնդիրները ՀՀ-ում», օր. 58-68, Издательство РАУ, Ереван 2005
55. Սարգսյան Լ.Ն. «Արտահանման դերը տնտեսական աճի ապահովման գործում/ ՀՀ օրինակով/», 2012 թ., 167 էջ
56. Վարդանյան Ս.Ա. «Փոքր և միջին ձեռնարկությունների զարգացման հիմնախնդիրները ՀՀ նյութերով», 2014 թ., 156 էջ
57. Քցյան Ա.Շ. «Տնտեսական մրցակցության միջավայրի կարգավորումը՝ որպես փոքր և միջին բիզնեսի զարգացման կարևորագույն միջոց / ՀՀ նյութերով/», 2013 թ. 155 էջ
58. Օհանյան Ա. «Հարկային բարեփոխումների դերը փոքր և միջին ձեռնարկությունների զարգացման գործում», օր. 117-122, Издательство РАУ, Ереван 2005
59. Бейсембекова, С.Х., Боченина Л.Г. «Зарубежный опыт государственной финансовой поддержки малого предпринимательства», архив научных публикаций, www.rusnauka.com, http://www.rusnauka.com/20_PNR_2011/Economics/10_90649.doc.htm
60. Беридзе Д.Г. «Перспективы развития малого бизнеса в Грузии», научная статья, с. 187-190, օր. 188, [file:///C:/Users/Aspire/Downloads/Znpchdtu_2012_32\(2\)_42.pdf](file:///C:/Users/Aspire/Downloads/Znpchdtu_2012_32(2)_42.pdf)
61. Гилева Т.А. «Развитие интеллектуального капитала предприятия: методы и инструменты», журнал Менеджмент в России и за рубежом «Все о теории и практике управления бизнесом, финансами и кадрами», 3/2014, www.mevriz.ru, օր. 119-126

62. Дашевская И.Ф. «Конструктивные схемы взаимодействия банков с малым и средним бизнесом» // Труд и соц. отношения. – 2011. – №1

63. Дадаханова Р.Р. «Современное состояние малого предпринимательства в России», Экономика и управление //научный журнал «Молодой ученый». – 2013. – №5, www.moluch.ru, <http://moluch.ru/archive/52/6993/>

64. Джабиев Р.М. «Малый бизнес и его роль в экономике Азербайджана», Институт экономики Национальной Академии Наук Азербайджана, Бизнес конспект (собрание образовательных материалов по экономическим и юридическим наукам), www.konspekt.biz, <http://www.konspekt.biz/index.php?text=3855>

65. Ерохина Е.В. «Малый бизнес: правила игры, зарубежный опыт и российские реалии», стр. 6-10, 2016 г., International Journal of Innovative Technologies in Economy, ISSN 2412-8368, www.ijite.org, <http://ijite.org/archive/70.pdf>

66. Курилов М.С. «Подходы к определению эффективности экспортной деятельности предприятия», официальный сайт Южного университета (ИУБиП), www.iubip.ru, www.iubip.ru/branch/donetsk/sotrud/eim_nauka/Kurikov%20M.S.%20Podhodi.rtf

67. Криковцева Н.А., Король Л.А. «Стимулирование экспорта продукции», архив научных публикаций, www.rusnauka.com, http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/63517.doc.htm

68. Косариков А., Соколова О. «Малый бизнес в России: программирование развития», Международный журнал «Проблемы теории и практики управления», Официальное издание Международного научного-исследовательского института проблем управления, 9-10/2012, www.uptp.ru, стр. 158-163

69. Краснов И. «Роль малых и средних предприятий в мировой экономике», Международный журнал «Проблемы теории и практики управления», Официальное издание Международного научного-исследовательского института проблем управления, 1/2013, www.uptp.ru, стр. 38-46

70. Левашов П. «Развивающиеся страны: позиции в мировом экспорте», Международный журнал «Проблемы теории и практики управления», Официальное издание Международного научного-исследовательского института проблем управления, 2/2014, www.uptp.ru, стр. 49-57

71. Лисовский М.И. «Сравнительный анализ моделей выхода компаний на зарубежные рынки», архив научных публикаций, <http://www.rusnauka.com>, http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Economics/2_123319.doc.htm

72. Маличенко И. «Модернизация профессионального образования в условиях государственно-частного партнерства», Международный журнал «Проблемы теории и практики

управления», Официальное издание Международного научно-исследовательского института проблем управления, 10/2014, www.uptp.ru, стр. 134-142

73. Манько Н. «Государственно-частное партнерство: источники средств и методы финансирования проектов», «Проблемы теории и практики управления», Официальное издание Международного научно-исследовательского института проблем управления, 1/2013, www.uptp.ru, стр. 102-110

74. Мысин М. «Государственно-частное партнерство как основа инноваций в сфере образовательных услуг». – Международный журнал «Проблемы теории и практики управления», Официальное издание Международного научно-исследовательского института проблем управления, 2/2015, www.uptp.ru, стр. 65-72

75. Милостивая Ю.С., Волик М.В. «Сущность коучинга, его основные принципы и отличия от других способов профессионального взаимодействия», Финансовый университет при Правительстве РФ, официальный сайт журнала научных публикаций «Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук» www.publikacia.net, http://publikacia.net/archive/uploads/pages/2015_10_5/09.pdf

76. Мукосеев Д.В. «Экономическая сущность и критерии определения малого предпринимательства» // Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации», 2012 г., №5, web.snauka.ru, <http://web.snauka.ru/issues/2012/05/11995>

77. Матвейчук Л.И. «Международный маркетинг», сайт цифровых учебно-методических материалов Центра Образования ВГУЭС, abc.vvsu.ru, http://abc.vvsu.ru/Books/Meshd_ma/page0006.asp#hex9

78. Мазурик В.В. «Основные этапы разработки и реализации экспортной стратегии предприятия», стр. 152-153, научная электронная библиотека «КиберЛенинка», www.cyberleninka.ru, <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-etapy-razrabotki-i-realizatsii-eksportnoy-strategii-predpriyatiya>

79. Мкртчян Н.Г. «Сущность и экономическая роль малых и средних предприятий в современном мире и особенности организации их экспортной деятельности» // Седьмая Годичная научная конференция (3-7 декабря 2012 г.): Сборник научных статей: Социально-гуманитарные науки. Часть II. – Ер.: Изд-во РАУ, 2013. – 421 с., стр. 338-347

80. Мкртчян Н.Г. «Малый и средний бизнес в Италии: эффективность применения итальянского опыта по развитию малого и среднего предпринимательства в РА» // «Современные проблемы инновационной экономики в развивающихся странах» Международная научно-практическая конференция (17-18 октября 2013 г.): Сборник научных статей. Том I – Ер.: Изд-во РАУ, 2014. – 328 с., стр. 101-109

81. Мкртчян Н.Г. «Эффективность стратегии финансирования сферы МСБ в РА» // Восьмая Годичная научная конференция (2-6 декабря 2013 г.): Сборник научных статей: Социально-гуманитарные науки. Часть II. – Ер.: Изд-во РАУ, 2014. – 344 с., стр. 46-53
82. Мкртчян Н.Г. «Повышение эффективности стратегии экспорта товаров и услуг малых и средних предприятий как основной фактор экономического роста» // Экономика знаний: проблемы управления формированием и развитием: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. В.В. Ермоленко, М.Р. Закарян. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2014. – 405 с., стр. 131-138
83. Мкртчян Н.Г. «Малый и средний бизнес: мировой опыт и перспективы развития в РА» // Финансы и экономика. 2015, №7-8 (179-180), стр. 86-88
84. Мкртчян Н.Г. «Стимулирование экспорта произведенной малым и средним бизнесом продукции, как способ развития важных производственных отраслей РА» // Финансы и экономика. 2015, №9-10 (181-182), стр. 66-68;
85. Мкртчян Н.Г. «Разработка эффективной стратегии экспорта продукции МСП как фактор увеличения объемов внешнеторговой деятельности» Сборник научных статей «Альтернатива», октябрь-декабрь 2015, №4, 500 с., стр. 153-162;
86. Мкртчян Н.Г., Суварян А.М. «Методика оценки эффективности взаимодействия посреднических экспортных организаций с субъектами МСБ РА» // Сборник научных статей «Альтернатива», июль-сентябрь 2016, №3, 263 с., стр. 25-30;
87. Мкртчян Н.Г. «Концепция стратегического управления экспортом товаром малого и среднего бизнеса на основе формирования посреднических экспортных организаций и системы их взаимодействия с субъектами МСБ» // Сборник научных статей «Альтернатива», июль-сентябрь 2016, №3, 263 с., стр. 31-37.
88. Пензина Н.В. «Современное состояние малого и среднего бизнеса в России», IV Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум», 15 февраля – 31 марта 2012 г., Международная ассоциация ученых, преподавателей и специалистов (Российская Академия Естествознания), www.rae.ru, <https://www.rae.ru/forum2012/295/2312>
89. Рамазян М. «Проблемы законодательного регулирования МСП в РА и пути их преодоления», стр. 68-90, Издательство РАУ, Ереван 2005
90. Финк Т.А. «Малый и средний бизнес: зарубежный опыт развития» // научный журнал «Молодой ученый» – 2012 – №4. – стр. 177-181, www.moluch.ru, <http://moluch.ru/archive/39/4640/>
91. «Доклад о торговле и развитии», 2010 год: Обзор. Конференция ООН по торговле и развитию. – Нью-Йорк и Женева, 2010. – 32 с.

92. Export Programs Guide. A Business Guide to Federal Export Assistance. N.Y.: US Trade Information Center, 2010

93. U.S. Small Business Administration, Table of Small Business Size Standarts, 22.08.2008

Статистические и аналитические материалы

94. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության ոլորտը Հայաստանում 2007-2009 թթ.», տեղեկագիր, ՓՄՁ ԶԱԿ 2010 թ., 112 էջ

95. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության ոլորտը Հայաստանում 2010-2012 թթ.», ՓՄՁ ԶԱԿ 2013 թ., 22 էջ

96. «Հայաստանի փոքր եվ միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոն» հիմնադրամի կողմից 2014 թվականի ընթացքում կատարված աշխատանքների վերաբերյալ հաշվետվություն, 40 էջ

97. «Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոն» հիմնադրամի կողմից 2015 թվականի ընթացքում կատարված աշխատանքների վերաբերյալ հաշվետվություն, 39 էջ

98. «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության աջակցման ծրագրերը և գործարար ծառայություն մատուցող կազմակերպությունները Հայաստանում», տեղեկագիր Հայաստան, ՓՄՁ ԶԱԿ, 2010 թ., 136 էջ

99. «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրն ըստ ապրանքային խմբերի 2012-2015 թթ.», ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_7.pdf

100. «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրը 2012-2015 թվականներին», ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_3.pdf

101. «Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք 2015», ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, <http://www.armstat.am/file/doc/99493858.pdf>

102. «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրը ոչ ԱՊՀ երկրների հետ ըստ ապրանքային խմբերի 2015 թվականին», ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_11.pdf

103. «Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտուրը ԱՊՀ երկրների հետ ըստ ապրանքային խմբերի 2015 թվականին», ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ, www.armstat.am, http://www.armstat.am/file/article/ft_2_nish_2016_10.pdf

104. «Ձեռնարկ փոքր և միջին ձեռնարկությունների վերաբերյալ» - Եր., Դար, 2006 թ., 68 էջ

105. «Հայկական չորացված պտուղ-բանջարեղենի արժեզրթայի վերլուծություն», Բի-Էս-Սի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՍՊԸ, 2012 թ., 40 էջ, (Business Support Center), www.bsc.am

106. «Հայաստանից գյուղատնտեսական արտահանման նյութա-տեխնիկական ապահովման շղթայի վերլուծություն, թարմ միրգ և բանջարի արտահանում», Բի-Էս-Սի Բիզնեսի Աջակցման կենտրոն ՍՊԸ, 2012 թ., 52 էջ, (Business Support Center), www.bsc.am

107. «Բուսական հումքի պահածոների արտադրության տեխնոլոգիական հրահանգներ», Երևան, 2013 թ., 79 էջ

108. «Գյուղատնտեսությունը Հայաստանի Հանրապետությունում 2000-2005 թվականներին», վիճակագրական ժողովածու, ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն, Երևան, 2006 թ., 166 էջ

109. ՀՀ գյուղատնտեսական արտադրանքի գոյություն ունեցող և հնարավոր արտաքին շուկաների ուսումնասիրության հաշվետվություն, Երևան, 2016 թ. 282 էջ

110. «Շուկայավարման հարթակների ձեռնարկ», «Տեղական արտադրության զարգացում և տեղական ապրանքների առաջնորդում Հայաստանի Հանրապետությունում» ծրագիր, Երևան, 2015 թ., 51 էջ

111. Աբովյան Ս. Տեղեկատվական գրքույկ «Չորացած մթերքի արտադրություն», Երևան, Աստղիկ 2007 թ., 35 էջ

112. Աբովյան Ս. «Պտուղբանջարեղենի չորացման տեխնոլոգիական հրահանգներ», Երևան 2012 թ., 89 էջ

113. Մալումյան Գ., Գյուլագյան Է. «Եվրասիական տնտեսական միության տարածքում նոր տնտեսական հնարավորությունների բացահայտում», 99 էջ, Երևան, 2016

114. «Аграрный сектор Армении, инвестиционный справочник», Ереван 2015, 49 с.

115. «О состоянии малого и среднего предпринимательства в государствах-участниках СНГ», информационно-аналитический обзор, подготовленный в соответствии с решением,

принятым на 13-м заседании Консультативного совета по поддержке и развитию малого предпринимательства в государствах-участниках СНГ, 7 октября 2011 года, 135 с.

116. Информационно-аналитический обзор «О состоянии малого и среднего предпринимательства в государствах - участниках СНГ», Москва, 2015 г., 170 с.

117. «Развитие малого и среднего предпринимательства. Зарубежный опыт», 23 с., стр. 8, МСП Банк, www.mspbank.ru, <https://www.mspbank.ru/userfiles/2015EU.pdf>

Интернет источники

118. www.arlis.am, Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ
119. www.armstat.am, Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայքէջ
120. www.aup.ru, Административно-управленческий портал
121. www.armenianeconomy.com, Союз промышленников и предпринимателей РА
122. www.bsc.am, Business Support Center
123. www.bizzone.info, Business Грузия
124. www.customs.am, ՀՀ Մաքսային ծառայության պաշտոնական կայքէջ
125. www.consultant.ru, Официальный сайт компании «КонсультантПлюс»
126. www.cyberleninka.ru, Научная электронная библиотека «Киберленинка»
127. www.countrymeters.info, Countrymeters
128. www.doingbusiness.org, Doing Business Measuring Business Regulation, The World Bank
129. www.eia.am, Հայաստանի արտահանման ապահովագրական գործակալության պաշտոնական կայքէջ
130. www.expertiza.am, Торгово-промышленная палата РА ООО «Армэкспертиза»
131. www.export-ugra.ru, Официальный сайт Центра поддержки экспорта ЮГРЫ
132. www.4p.ru, 4P^{RU}
133. www.gov.am, ՀՀ Կառավարության պաշտոնական կայքէջ
134. www.giac.ru, Глобальный информационно-аналитический центр
135. www.icare.am, International Center for Agribusiness Research and Education
136. www.irtek.am, «Իրտեկ» իրավական տեղեկատվական կենտրոնի կայքէջ
137. www.istat.it, Национальный институт статистики Италии (ISTAT)
138. www.ijite.org, International Journal of Innovative Technologies in Economy
139. www.kommersant.org.ua, Электронная библиотека

140. www.konspekt.biz, Бизнес конспект - собрание образовательных материалов по экономическим и юридическим наукам
141. www.lib.sale, Lib.Sale
142. www.mfe.am, ՀՀ Ֆինանսների նախարարության պաշտոնական կայքէջ
143. www.mineconomy.am, Հայաստանի Հանրապետության Տնտեսական Զարգացման և Ներդրումների նախարարության պաշտոնական կայքէջ
144. www.mirznanii.com, Мир знаний
145. www.mspbank.ru, МСП Банк
146. www.moluch.ru, Научный журнал «Молодой ученый»
147. www.ngpedia.ru, Большая энциклопедия нефти и газа
148. www.parliament.am, ՀՀ Ազգային ժողովի պաշտոնական կայքէջ
149. www.psyera.ru, Гуманитарно-правовой портал
150. www.publikacia.net, Официальный сайт журнала научных публикаций «Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук»
151. www.rae.ru, Международная ассоциация ученых, преподавателей и специалистов (Российская Академия Естествознания)
152. www.rusnauka.com, Архив научных публикаций
153. www.russian.doingbusiness.org, Distance to Frontier and Ease of Doing Business Ranking
154. www.smednc.am, Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոնի պաշտոնական կայքէջ
155. www.snund.am, ՀՀ Գյուղատնտեսության նախարարության սննդամթերքի անվտանգության պետական ծառայություն
156. www.spayka.am, «Սպայկա» ՄՊԸ պաշտոնական կայքէջ
157. www.smb.gov.ru, Федеральный портал малого и среднего предпринимательства, Министерство Экономического Развития РФ
158. web.snauka.ru, Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации»
159. www.taxservice.am, ՀՀ Հարկային ծառայության պաշտոնական կայքէջ
160. www.trademap.org, Trade statistics for international business development
161. abc.vvsu.ru, Сайт цифровых учебно-методических материалов ЦО ВГУЭС
162. www.vneshmarket.ru, Внешнеэкономическая деятельность (Foreign-economic activity)

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ

Օ Ր Ե Ն Ք Ը

Ընդունված է 2000 թվականի դեկտեմբերի 5-ին

ՓՈՔԸ ԵՎ ՄԻՋԻՆ ԶԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՒԹՅԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ԱԶԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՄԱՍԻՆ¹⁸⁷

Հոդված 1. Օրենքի նպատակը և կարգավորման առարկան

1. Սույն օրենքի նպատակն է սահմանել փոքր և միջին ձեռնարկատիրության սուբյեկտների չափորոշիչները, պետական աջակցության հիմնական ուղղությունները և այդ ոլորտում պետական քաղաքականության իրականացման սկզբունքները:

Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության (այսուհետ՝ ՓՄՁ) ոլորտում հարաբերությունները կարգավորվում են սույն օրենքով, Հայաստանի Հանրապետության այլ օրենքներով և իրավական ակտերով:

2. Սույն օրենքը չի տարածվում վարկային, ապահովագրական և ներդրումային կազմակերպությունների, ներդրումային ֆոնդերի, ներդրումային ֆոնդի կառավարիչների, գրավատների, արժեթղթերի շուկայի մասնագիտացված մասնակիցների, խաղատների և շահումով խաղերի կազմակերպման գործունեություն իրականացնող սուբյեկտների, ինչպես նաև դուստր և կախյալ տնտեսական ընկերությունների վրա:

(1-ին հոդվածը լրաց. 22.12.10 ՀՕ-285-Ն)

Հոդված 2. ՓՄՁ սուբյեկտները

1. Հայաստանի Հանրապետությունում ՓՄՁ սուբյեկտները դասակարգվում են՝

1) գերփոքր՝ առևտրային կազմակերպություններ և անհատ ձեռնարկատերեր, որոնց աշխատողների միջին ցուցակային թվաքանակը կազմում է մինչև 10 մարդ, իսկ նախորդ տարվա գործունեությունից ստացված հասույթը կամ նախորդ տարեվերջի դրությամբ ակտիվների հաշվեկշռային արժեքը չի գերազանցում 100 մլն դրամը.

2) փոքր՝ առևտրային կազմակերպություններ և անհատ ձեռնարկատերեր, որոնց աշխատողների միջին ցուցակային թվաքանակը կազմում է մինչև 50 մարդ, իսկ նախորդ տարվա գործունեությունից ստացված հասույթը կամ նախորդ տարեվերջի դրությամբ ակտիվների հաշվեկշռային արժեքը չի գերազանցում 500 մլն դրամը.

3) միջին՝ առևտրային կազմակերպություններ և անհատ ձեռնարկատերեր, որոնց աշխատողների միջին ցուցակային թվաքանակը կազմում է մինչև 250 մարդ, իսկ նախորդ տարվա գործունեությունից ստացված հասույթը կամ նախորդ տարեվերջի դրությամբ ակտիվների հաշվեկշռային արժեքը չեն գերազանցում համապատասխանաբար 1500 մլն դրամը և 1000 մլն դրամը:

(2-րդ հոդվածը խմբ. 05.10.10 ՀՕ-142-Ն)

Հոդված 3. ՓՄՁ-ի պետական աջակցության հիմնական ուղղությունները

¹⁸⁷ Շմ. Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, www.arlis.am, <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=64617>

- ՓՄՁ-ի պետական աջակցության հիմնական ուղղություններն են՝
- իրավական բարենպաստ դաշտի ձևավորումը,
 - ֆինանսական և ներդրումային աջակցությունը, երաշխիքների տրամադրումը,
 - աջակցող ենթակառուցվածքների ստեղծմանը ու զարգացմանը նպաստելը,
 - տեղեկատվական և խորհրդատվական օգնությունը,
 - արտաքին տնտեսական գործունեության խթանումը,
 - նորարարական գործունեության և ժամանակակից տեխնոլոգիաների ներդրման աջակցությունը,
 - բարենպաստ հարկային քաղաքականության իրականացումը,
 - կադրերի պատրաստումը և վերապատրաստումը,
 - վիճակագրական հաշվետվությունների և հաշվապահական հաշվառման պարզեցված համակարգերի ստեղծումը,
 - պետական գնումների իրականացման գործընթացում աջակցությունը:

Հոդված 4. ՓՄՁ-ի աջակցության պետական ծրագիրը

ՓՄՁ-ի պետական աջակցությունը իրականացվում է տարեկան ծրագրով (այսուհետ՝ Ծրագիր): Ծրագիրը մշակում և հաստատում է Հայաստանի Հանրապետության կառավարությունը: Ծրագրի իրականացման ֆինանսավորումը նշվում է պետական բյուջեում առանձին տողով:

Ծրագիրը մշակվում է սույն օրենքով սահմանված հիմնական ուղղություններին համապատասխան՝ ելնելով տվյալ ժամանակահատվածում զարգացման գերակայություններից, ներառյալ՝ ՓՄՁ ոլորտում նոր աշխատատեղերի ստեղծումը:

Ծրագիրն իրականացվում է Հայաստանի Հանրապետության կառավարության կողմից սահմանված կարգով: Ծրագրի կատարման հաշվետվությունը ներկայացվում է տվյալ տարվա պետական բյուջեի կատարման մասին հաշվետվության հետ:

(4-րդ հոդվածը լրաց. 05.10.10 ՀՕ-142-Ն)

**Հայաստանի Հանրապետության
Նախագահ**

Ռ. Քոչարյան

Երևան
28 դեկտեմբերի 2000 թ.
ՀՕ-121

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Ո Ր Ո Շ ՈՒ Մ

17 հոկտեմբերի 2013 թվականի N 1129-Ա

**«ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԱՐՏԱՀԱՆՄԱՆ ԱՊԱՀՈՎԱԳՐԱԿԱՆ ԳՈՐԾԱԿԱԼՈՒԹՅՈՒՆ»
ԱՊԱՀՈՎԱԳՐԱԿԱՆ ՓԱԿ ԲԱԺՆԵՏԻՐԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ ՀԻՄՆԱԴՐԵԼՈՒ
ՄԱՍԻՆ¹⁸⁸**

(վերնագիրը փոփ. 07.11.13 N 1243-Ն)

Հիմք ընդունելով «Ապահովագրության և ապահովագրական գործունեության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 11-րդ հոդվածի 1-ին, 3-րդ մասերը և 7-րդ հոդվածը, «Բաժնետիրական ընկերությունների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 12-րդ հոդվածը, Հայաստանի Հանրապետության կենտրոնական բանկի «Ապահովագրական գործունեության հիմնական տնտեսական նորմատիվների չափը, ձևավորման և հաշվարկման կարգը, վերաապահովագրողին չարգելված համարելու չափանիշները» կանոնակարգ 3/02-ի 6-րդ հոդվածի 1-ին, 2-րդ կետերը և 7-րդ հոդվածը, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2013 թվականի փետրվարի 14-ի N 110-Ն, ինչպես նաև Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2013 թվականի հոկտեմբերի 3-ի N 1069-Ն որոշումը՝ Հայաստանի Հանրապետության կառավարությունը **որոշում է.**

1. Հիմնադրել «Հայաստանի արտահանման ապահովագրական գործակալություն» ապահովագրական փակ բաժնետիրական ընկերություն (այսուհետ՝ ընկերություն):

(1-ին կետը փոփ. 07.11.13 N 1243-Ն)

2. Սահմանել ընկերության ընդհանուր կապիտալը՝ 1,950,000.0 հազ. դրամ, որից կանոնադրական կապիտալը՝ 1,500,000.0 հազ. դրամ, որը համապատասխանում է 150000 հատ հասարակ բաժնետոմսի, յուրաքանչյուրը՝ 10000 դրամ անվանական արժեքով և ընկերության գլխավոր պահուստ և (կամ) երաշխիքային հիմնադրամ՝ 450,000.0 հազ. դրամ:

3. Ընկերության պետական սեփականություն հանդիսացող 100 տոկոս բաժնետոմսերի փաթեթի կառավարման լիազորությունը ձայների հավասար իրավունքով՝ յուրաքանչյուրի կառավարմանը հանձնելով բաժնետոմսերի հավասար փաթեթ, վերապահել Հայաստանի Հանրապետության էկոնոմիկայի նախարարությանը, Հայաստանի Հանրապետության ֆինանսների նախարարությանը, Հայաստանի Հանրապետության արտաքին գործերի նախարարությանը, Հայաստանի Հանրապետության գյուղատնտեսության նախարարությանը, Հայաստանի Հանրապետության էներգետիկայի և բնական պաշարների նախարարությանը (այսուհետ՝ լիազոր մարմին):

4. Լիազորել՝

1) լիազոր մարմնին հիմնադրի անունից հաստատել ընկերության կանոնադրությունը.

¹⁸⁸ Շմ. Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, www.arlis.am, <http://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=86841>

2) լիազոր մարմնին հիմնադրի անունից ձևավորելու ընկերության խորհուրդը և դրանում կատարելու փոփոխություններ ու նշանակելու գործադիր մարմնի ղեկավարին և դրա անդամներին.

3) լիազոր մարմնին հիմնադրի անունից իրականացնելու ընկերության հիմնադրի և հետագայում նաև ընդհանուր ժողովի բոլոր իրավասությունները:

**Հայաստանի Հանրապետության
վարչապետ**

S. Մարգարյան

2013 թ. հոկտեմբերի 29
Երևան

ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

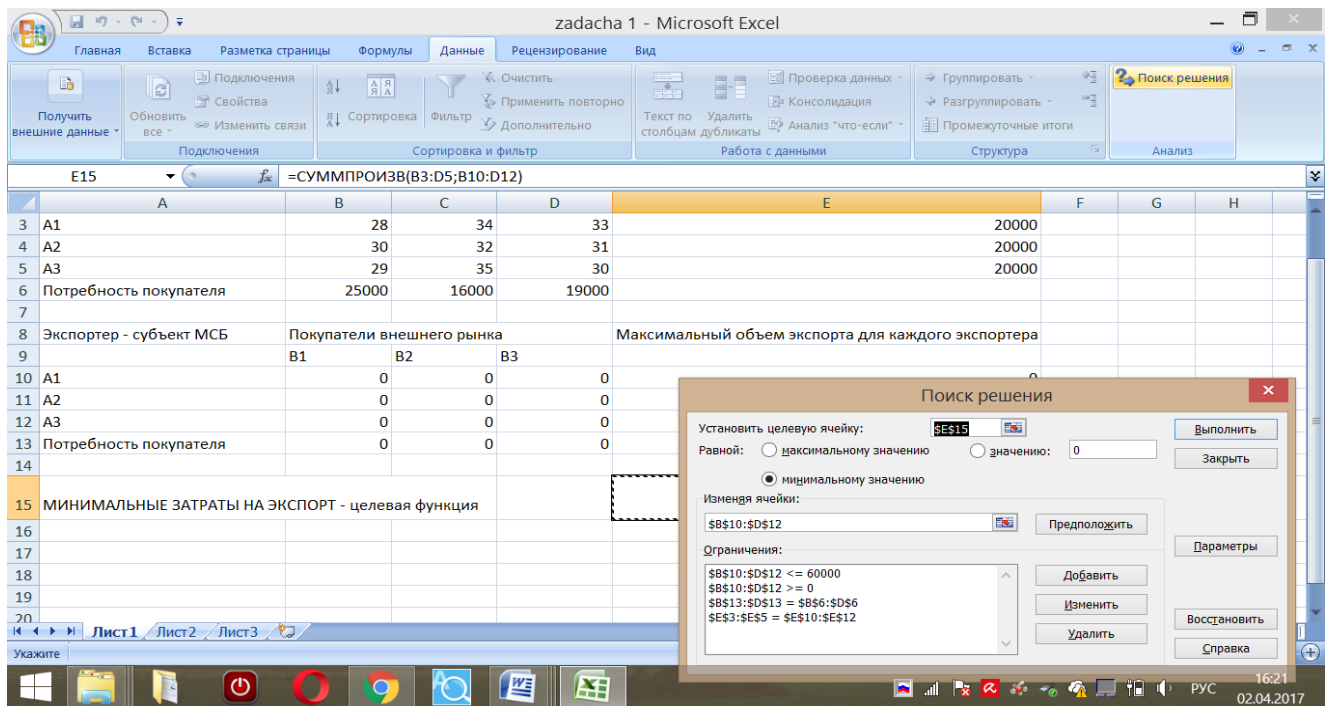
Пошаговое решение оптимизационной задачи при осуществлении прямого экспорта продукции субъектами МСБ

Шаг 1. Составим таблицы с применением программы Microsoft Excel

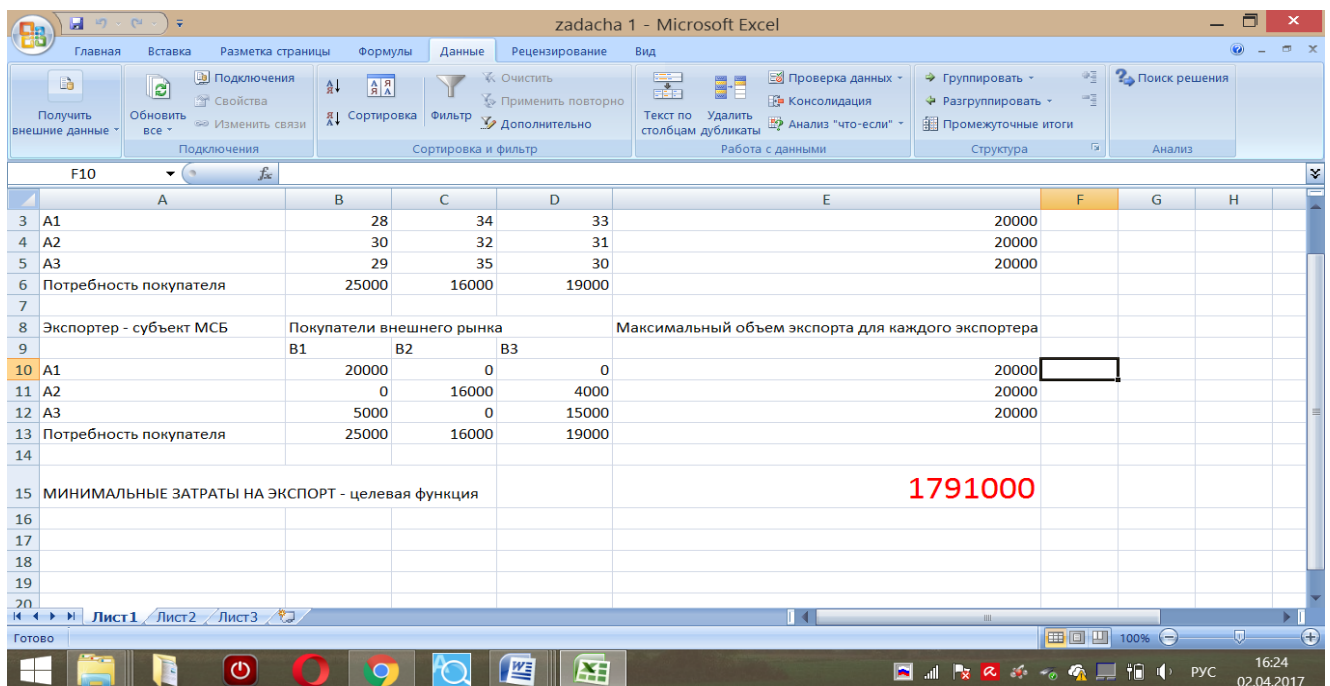
The screenshot shows the Microsoft Excel interface with a spreadsheet titled 'zadacha 1'. The spreadsheet contains two identical tables. The first table (rows 1-7) lists exporters (A1, A2, A3) and their requirements, and buyers (B1, B2, B3) and their capacities. The second table (rows 8-14) repeats the same data. Row 15 contains the objective function: 'МИНИМАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ НА ЭКСПОРТ - целевая функция'. The status bar at the bottom shows the time as 15:57 on 02.04.2017.

Шаг 2. Решим задачу с применением функций «СУММПРОИЗВ» и «СУММ» и надстройки «Поиск решения»

The screenshot shows the same spreadsheet as in Step 1, but with the Solver tool applied. The objective function cell (F15) now contains the value '0'. The Solver Parameters dialog box is visible in the bottom right corner, with the 'Поиск решения' (Solve) button highlighted. The status bar at the bottom shows the time as 16:06 on 02.04.2017.



Шаг 3. В результате решения получаем оптимальный вариант осуществления доставки продукции субъектами МСБ покупателям внешнего рынка, при котором совокупные экспортные затраты будут минимальными.



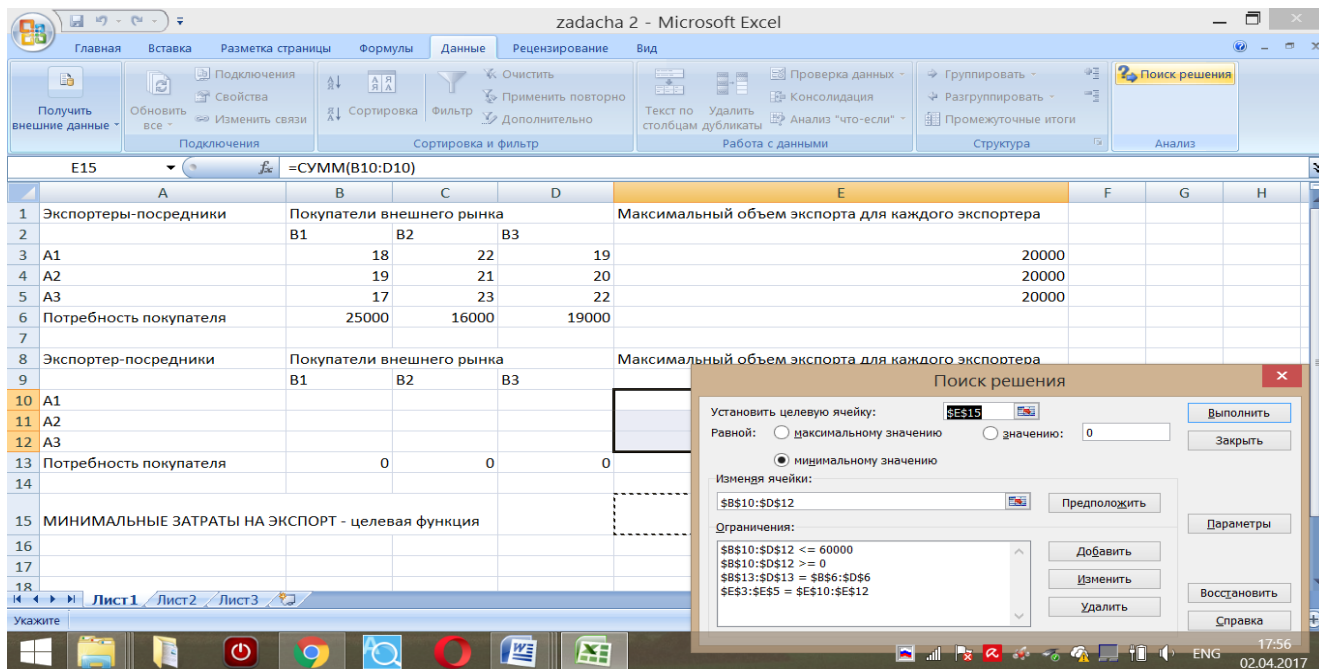
Пошаговое решение оптимизационной задачи при осуществлении косвенного экспорта продукции посредниками

Шаг 1. Составим таблицы с применением программы Microsoft Excel

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Экспортеры-посредники	Покупатели внешнего рынка			Максимальный объем экспорта для каждого экспортера			
2		B1	B2	B3				
3	A1	18	22	19				
4	A2	19	21	20				
5	A3	17	23	22				
6	Потребность покупателя	25000	16000	19000				
7								
8	Экспортер-посредники	Покупатели внешнего рынка			Максимальный объем экспорта для каждого экспортера			
9		B1	B2	B3				
10	A1							
11	A2							
12	A3							
13	Потребность покупателя							
14								
15	МИНИМАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ НА ЭКСПОРТ - целевая функция							
16								
17								
18								

Шаг 2. Решим задачу с применением функций «СУММПРОИЗВ» и «СУММ», а также надстройки «Поиск решения»

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Экспортеры-посредники	Покупатели внешнего рынка			Максимальный объем экспорта для каждого экспортера			
2		B1	B2	B3				
3	A1	18	22	19				
4	A2	19	21	20				
5	A3	17	23	22				
6	Потребность покупателя	25000	16000	19000				
7								
8	Экспортер-посредники	Покупатели внешнего рынка			Максимальный объем экспорта для каждого экспортера			
9		B1	B2	B3				
10	A1							
11	A2							
12	A3							
13	Потребность покупателя	0	0	0				
14								
15	МИНИМАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ НА ЭКСПОРТ - целевая функция							0
16								
17								
18								



Шаг 3. В результате решения получаем оптимальный вариант осуществления доставки продукции экспортными посредниками покупателям внешнего рынка, при котором совокупные экспортные затраты будут минимальными.

