



Левон ХАЧАТРЯН

научный сотрудник, кандидат экономических наук

Арам МХИТАРЯН

*доцент кафедры экономики и менеджмента, кандидат экономических наук
(Европейская образовательная региональная академия (Республика Армения))*

Аспекты внешней торговли пищевыми продуктами Республики Армения и пути решения возникающих при этом проблем¹

Введение

Главной предпосылкой развития и прогресса национальной экономики страны является осуществление эффективной внешней политики, которая предусматривает глобальную интеграцию во внешнюю торговлю и установление тесных экономических связей. В настоящее время все страны в части внешней торговли интегрированы в различные экономические союзы, осуществляющие соответствующую единую налоговую и таможенную политику, а также свободный товарообмен.

Для реализации внешнеэкономической политики важно иметь общие границы, выход к морю, что позволит эффективно организовать грузоперевозки, а также использование единой валюты во внешней торговле.

Материалы и методы

Исследование базируется на изучении, анализе и обобщении открытых публикаций, трудов местных ученых. В процессе исследования использованы следующие методы: диалектический, абстрактно-логический, системного анализа.

Основная часть

Внешняя торговля строго взаимосвязана со всеми отраслями экономики, и страна импортирует в основном такие товары, организация производства которых невозможна или невыгодна, так как отсутствуют соответствующие ресурсы, высока стоимость рабочей силы или сырья. В результате страна-партнер получает исключительное и относительное преимущество.

Технологические новации, техническое переоснащение существующих основных средств, эффективное распределение ресурсов способствуют повышению производительности, сокращению, а во многих случаях и прекращению импорта что, в свою очередь, содействует росту интенсивности конкуренции на внутреннем и внешнем рынках и, естественно, развитию национальной экономики.

Рост объемов производства, выпуск конкурентоспособной продукции способствуют увеличению масштабов экспорта, снижению цен и сокращению безработицы. Одновременно с этим повышение покупательской способности в стране приводит к росту объемов импорта и, соответственно, росту цен, после чего следует снижение доходов и объемов реализации.

В этом смысле политика государства в отношении развития экономики должна быть направлена на производство конкурентоспособной продукции, обеспечение соответствующими услугами, улучшение внешнего торгового баланса и диверсификации экспортных направлений [1, с. 7].

Экономика Республика Армения является частью мировой экономики. После провозглашения независимости с целью развития внешней торговли страна стала членом различных экономических союзов (СНГ, ВТО, Организации Черноморского экономического сотрудничества, и т.д.). Она интегрировалась в Евразийский экономический союз, заключив договор о вступлении 10 октября 2014 г., который вступил в силу 2 января 2015 г. Большая часть внешней торговли Республики Армения осуществляется с членами союза, в том числе основная доля приходится на товарооборот с Российской Федерацией (в 2017 г. 26,7%), что составляет 1,7 млрд USD.

Страны – члены Евразийского экономического союза имеют возможность координировать экономическую политику в ключевых областях. В рамках сотрудничества между странами во внешней торговле не применяются таможенные пошлины на импорт и экспорт, меры по регулированию тарифов, а также специальные антидемпинговые и компенсационные меры за исключением случаев, предусмотренных договором ЕАЭС [2].

Следует отметить, что после вступления в Евразийский экономический союз в Закон Республики Армения о Таможенном регулировании был внесен ряд изменений, согласно которым применяемые в отношении внешней торговли налоги и пошлины определены согласно Таможенному законодательству ЕАЭС [3].

Вместе с тем в рамках правовых актов, соответствующих законодательству, в странах – членах ЕАЭС осуществляются изменения, в основном в отрасли пищевой промышленности, в части применения единого закона о безопасности продуктов питания, который предусматривает также внесение корректив в различные функции процессов производства, связанные с продуктовой безопасностью.

Следует отметить, что для импорта продуктов питания из третьих стран установлены следующие ставки ввозной таможенной пошлины: говядина – 15%, мясо кур – 20%, живая рыба – 3–10%, переработанная рыба – 20%, молочные продукты и макаронные изделия – 15%, джемы и томатная паста – 10%, консервы – 10%–12%, одновременно рассчитывается также НДС – 20% [4].

Учитывая тот факт, что основные товары, импортируемые в Республику Армения, имеют абсолютную привилегию в связи с отсутствием их производства в стране, применение тарифов приводит к повышению цен на некоторые потребительские товары на внутреннем рынке.

Нужно отметить, что еще до вступления Республики Армения в ЕАЭС ожидалось, что участие в данном объединении обеспечит стране определенный рост и положительный сдвиг во внешней торговле. Однако, согласно данным национальной статистической службы, за последние 2 года рост показателей внешней торговли был низким, что обусловлено рядом обстоятельств, в том числе скачками на валютном рынке Российской Федерации, санкциями, применяемыми к последней со стороны Европейского Союза и США и т.д. Несмотря на это, основной страной-партнером для Республики Армения была и остается Российская Федерация.

Важной предпосылкой развития внешней торговли является обеспечение на внутреннем рынке благоприятной обстановки конкурентоспособности, ведение гибкой эффективной бюджетно-налоговой и кредитной политики, позволяющих обеспечить рост объемов производства и повышение качества выпускаемой продукции.

В части экспорта в Республике Армения актуальны проблемы, связанные со структурой торговли, так как основная доля экспорта приходится на сырье, что означает, что без его дальнейшей переработки в стране не создается добавленная стоимость.

Здесь необходимы структурные реформы, позволяющие создавать добавленную стоимость путем перехода от низкотехнологичных к высокотехнологичным процессам производства продукции, в том числе в перерабатывающей отрасли (например пищевой промышленности) [5, с. 179].

Важны также возможность выхода производителей на зарубежные рынки, повышение конкурентоспособности и обеспечение продвижения продукции на международном рынке, снижение или отмена налогов и пошлин на импортируемую продукцию, обеспечение свободной торговли со странами – членами ЕАЭС, защита интересов производителей на внешнем рынке [6, с. 56].

Республика Армения в качестве направления экономической политики взяла курс на развитие промышленности, ориентированной на экспорт, в том числе пищевой промышленности, что обусловлено увеличением объемов экспорта и сокращением объемов импорта пищевых продуктов. Необходимо отметить, что в настоящее время, в частности, последние 3 года, в стране развивается производство пищевых продуктов. Сейчас ужесточены нормативы их безопасности, созданы эффективные механизмы управления и контроля качества.

В развитие этого хозяйствующие субъекты – производители продуктов питания организовали реконструкцию и усовершенствование производственных помещений, осуществили техническое переоснащение, направленные на обеспечение соблюдения требований норм безопасности пищевой продукции, что позволило увеличить объемы ее экспорта и повышение спроса.

В процессе введения в Республике Армения единого регламента безопасности пищевых продуктов установлены правила, согласно которым из партии экспортируемой продукции необходимо периодически отбирать образцы и предъявлять Государственной службе пищевой безопасности Министерства сельского хозяйства Республики Армения для проведения соответствующих лабораторных исследований. Одновременно хозяйствующие субъекты обязаны ежеквартально предоставлять отчеты по результатам лабораторных исследований, а также об используемых в производстве сырье, упаковочных материалах на предмет их соответствия сертификатам ЕАЭС.

Развивая связи с государствами, входящими в ЕАЭС, Республика Армения активно сотрудничает также со странами – членами Европейского Союза. Примечательно подписанное в 2017 г. соглашение о всестороннем и расширенном партнерстве Армении и Евросоюза, которое способствует укреплению сотрудничества во внешней торговле и ее развитию.

Необходимо отметить, что внешнеторговый оборот между Республикой Армения и Европейским Союзом в 2017 г. составил 1,2 млрд USD (24% от общего внешнеторгового оборота).

Соглашение о сотрудничестве и партнерстве между Республикой Армения и Европейским Союзом не предусматривает привилегий по части тарифов, однако запрещает количественные ограничения двусторонней торговли, эмбарго и имеет целью привести таможенное и налоговое законодательство в соответствие с международными стандартами и нормами Европейского Союза.

Республика Армения пользуется системой общей схемы приоритетов Европейского Союза (GSP+), которая дает возможность экспортировать товары на привилегированных условиях, выходить на рынок Европейского Союза, позволяя полноценно сокращать 66% таможенных пошлин. При этом показатель применения во внешней торговле системы GSP+ Республикой Армения высок (примерно 93%). В свою очередь, у нашей страны есть обязательство привести в действие 27 основных международных конвенций по правам человека, трудовым правам, охране окружающей среды и надлежащему управлению. Европейская комиссия и Европейская служба внешнего воздействия контролируют выполнение вышеуказанных обязательств [7].

Применение упомянутой системы позволило хозяйствующим субъектам Республики Армения, в том числе организациям, занимающимся переработкой пищевых продуктов, экспортировать товары на рынок Европейского Союза и пользоваться соответствующими привилегиями, что способствовало сокращению производственных затрат и увеличению объемов экспорта.

Экономика Республики Армения, будучи интегрированной в экономические союзы и в рамках своих возможностей осуществляя внешнюю торговлю, довольно-таки уязвима в связи с ограниченностью внутреннего рынка и строгой зависимостью от импорта.

В связи с внешними факторами, из-за проводимой странами-партнерами кредитно-финансовой политики, из-за риска, обусловленного колебаниями курсов валют, фактора инфляции страна становится более уязвимой. По этой причине очень важно осуществление экономической политики, направленной на развитие внешней торговли, усовершенствование ее структуры и достижение экономического роста.

В рамках внешнеэкономической деятельности Республика Армения в основном экспортирует пищевые продукты и продукцию горнодобывающей промышленности в страны Европейского Союза и ЕАЭС.

Торговый баланс пищевых продуктов является положительным, однако определенный ассортимент импортируемой продукции имеет абсолютное преимущество в связи с отсутствием ее производства в Республике Армения. Вместе с тем необходимо отметить, что импортируются также такие товары, производство которых существует в Республике Армения и по качеству они не уступают импортируемым, например натуральные соки, томатная паста, которые экспортируются в больших объемах. Основной ассортимент, который вывозится из Республики Армения – это плодоовощные консервы, натуральные соки, мед, сушеные плоды и овощи, мясная продукция и сыры (см. табл.).

Согласно внешнеторговым статистическим показателям Республики Армения (см табл.), в 2017 г. экспорт готовой пищевой продукции достиг 531,3 млн USD (23,7% в общем объеме экспорта), в 2016 г. этот показатель составил 416,5 млн USD (23,2% в общем объеме экспорта), а темп роста – 146,9% [8, с. 123–129].

По данным за 2010 г., экспорт готовой пищевой продукции составил 131,2 млн USD (13% в общем объеме экспорта), то есть показатель 2017 г. в сравнении с показателем за 2010 г. вырос в 4 раза [9, с. 120–126].

Согласно статистическим показателям Республики Армения, в 2017 г. импорт готовой пищевой продукции достиг 378,2 млн USD (9% в общем объеме импорта). В 2016 г. данный показатель составил 331,7 млн USD (10,1% в общем объеме импорта), а темп роста – 114,0% [8, с. 123–129].

Согласно данным за 2010 г., импорт готовой пищевой продукции составил 309,6 млн USD (8,2% в общем объеме импорта), то есть показатель 2017 г. в сравнении с таковым за 2010 г. вырос на 22,1% [9, с. 120–126].

Анализируя внешнюю торговлю пищевой продукцией по странам, можно отметить, что основное направление торговли – это государства, входящие в ЕАЭС (в частности, Российская Федерация) [10, 11].

Так, в 2017 г. экспорт сливочного масла и прочих жиров, изготовленных из молока, молочных паст (в объемном выражении – 98,6% и в денежном – 98,3%) осуществлялся в ЕАЭС, в частности, в Российскую Федерацию, а импорт соответственно составил 8,6% и 7,2%. Данные товары в Европейский Союз не экспортировались, а импорт в 2017 г. составил соответственно 14,4% и 14,5%. Отметим, что в 2017 г. объем экспорта этой продукции в сравнении с 2014 г. резко сократился (на 92%), а импорт – соответственно на 19,8% и 12,3%.

В тот же период такая продукция, как сыры и творог (99,4% в объемном выражении и 97,9% в стоимостном) экспортировалась в страны ЕАЭС, в частности, в Российскую Федерацию, а импорт составил 37% от общего объема и 26,3% в стоимостном выражении. Доля импорта из Европейского Союза составила 36,3% и 50,1% соответственно. Доля данной продукции в общем объеме импорта в 2017 г. составила 36,3% (50,1% в стоимостном выражении). Отметим, что в 2017 г. объем экспорта данной продукции в сравнении с 2014 г. резко вырос (в 5,3 раза), в стоимостном выражении – в 2,5 раза, а импорт – по объему на 8%, в стоимостном выражении – на 6% соответственно.

Анализируя показатели внешней торговли по подсолнечному маслу за 2017 г., можно отметить, что данная продукция только импортировалась в объеме 93% из государств, входящих в ЕАЭС (в частности, из Российской Федерации), так как объемы ее производства в Республике Армения слишком малы. В 2017 г. объемы импорта данной продукции по сравнению с 2014 г. увеличились на 1,5%, а в стоимостном – сократились на 18,4%.

Статистика внешней торговли пищевыми продуктами Республики Армения

Коды ТН ВЭД	Товары	2014 г.				2015 г.			
		экспорт		импорт		экспорт		импорт	
		объем, т	сумма, тыс. USD						
1601	Колбасы	412,3	0	5942,7	8475,9	212,7	0	5505,3	7786,8
0405	Сливочное масло	120,1	546,3	5262,3	22763,3	35,5	81,9	4383,1	16050,7
0406	Сыры и творог	1542,4	4890	1187,9	6314,9	9114,7	23591	1121,5	4973,2
0409	Мед натуральный	4,3	75,8	0,915	11,6	12	149,3	13,197	17,8
1512	Подсолнечное масло	0	0	23138,4	26167,2	5,2	7,5	20797,9	21415,5
1517	Маргарин	45,1	103,6	13568,4	19636,3	9,5	16,6	13577,6	17026,7
1902	Макаронные изделия	128,4	101	5337,6	5043,8	81,6	59,5	8229,2	4978,8
0712	Овощи сушеные	23,6	56,4	16,6	23,2	47,3	36,2	29,7	60,6
0813	Фрукты сушеные	158,2	700	140,3	640,6	87	230	108,9	488,8
2001	Консервы из плодов и овощей	778,2	1439	989,8	1296,5	1325,2	1354,7	721	859,3
2002	Томаты	374,3	538,8	607,7	684,5	521,3	544	600,3	720,1
2005	Другие консервы из овощей без уксуса	2502,1	4465,1	4889,2	8772,6	2997,1	4818,3	4371	7073,5
2007	Джемы, повидло, мармелад	997,3	1400,3	251,7	388,2	1742	2443,4	239,4	372,1
2008	Консервы из фруктов, приготовленные иным способом	4882,1	10091,4	846,2	2338,2	6344,5	8690,6	663,6	1645
2009	Соки фруктовые и овощные	2942,3	3683,1	2992,2	4871,4	1631,7	2153,1	2116,8	3182,5
	Итого		28090,8		107428,2		44176,1		86651,4

Коды ТН ВЭД	Товары	2016 г.				2017 г.			
		экспорт		импорт		экспорт		импорт	
		объем, т	сумма, тыс. USD						
1601	Колбасы	171,4	917,5	2569,4	3555,2	234,2	1214,1	2911,8	5125,7
0405	Сливочное масло	0,411	1,9	4725,7	16864,2	8,519	40	4219,5	19953,1
0406	Сыры и творог	5517,3	12752,6	1060,9	4513,8	8204,6	12493,3	1282,9	5924,1
0409	Мед натуральный	11,1	96,4	16,1	39,8	55,4	345,9	13,7	71,1
1512	Подсолнечное масло	2	3,6	22136,3	21320,2	0	0	23499,3	21342,8
1517	Маргарин	0,07	0,10	13947,8	16115,2	5,5	8,8	17593,4	22577,5
1902	Макаронные изделия	19,5	24,7	7314,4	4036,7	22,9	36,5	29778,5	5090,2
0712	Овощи сушеные	12,9	80,9	42,4	55,8	7,8	32,4	77,3	161,8
0813	Фрукты сушеные	180,2	205,7	31,2	131,5	227,7	701,4	128,9	328,8
2001	Консервы из плодов и овощей	1024,3	1232,3	569,6	516,6	1420,8	1771,8	800	768,4
2002	Томаты	1247,1	1203,1	281,1	321,3	986,7	948,5	430,2	432,2
2005	Другие консервы из овощей без уксуса	3825,6	4548,6	5199,4	6985,1	5820,1	7398,3	7394,4	9797,5
2007	Джемы, повидло, мармелад	1876,7	2413,6	235,7	390,7	1764,6	2100,4	305,8	522,3
2008	Консервы из фруктов, приготовленные иным способом	6008,7	7996,7	1290,8	2859,8	7793,2	10194,6	603,3	1362,9
2009	Соки фруктовые и овощные	1437,2	1605,3	2117,8	2346	1558,1	1772	3347,8	3271,9
	Итого		33083		80051,9		39058		96730,3

Примечание. Источники: [10, 11].

То же самое можно сказать о маргарине, так как его импорт из стран ЕАЭС, в частности, из Российской Федерации, в 2017 г. в объеме составил 69%, а в стоимостном выражении – 62%. Одновременно с этим общие объемы импорта данной продукции в 2017 г. по сравнению с 2014 г. выросли на 29,6% и на 15% в стоимостном выражении.

Анализ показателей внешней торговли по макаронным изделиям за 2017 г. свидетельствует, что объемы доли экспорта в ЕАЭС, в частности, в Российскую Федерацию, составляли 79,5%, в стоимостном выражении – 86,6%, а импорта – соответственно 94,9% и 69,5%. Доля импорта из Европейского Союза составила 4,5% и 25,3% соответственно. Общие объемы экспорта данной продукции в 2017 г. по сравнению с 2014 г. сократились на 88% и на 91,5% в стоимостном выражении, а импорт увеличился на 29,7% и 15% соответственно.

Во внешней торговле пищевой продукцией значительный удельный вес имеют также консервы из плодов и овощей. В частности, в 2017 г. объем экспорта в ЕАЭС составил 82% и 78,5% в стоимостном выражении, а импорта – соответственно 3,2% и 6,5%. В общей торговле в 2017 г. объем экспорта данной продукции по сравнению с 2014 г. заметно вырос – на 82,6% и на 23,1% в стоимостном выражении, а импорт соответственно снизился на 19,2% и 40,7%.

Статистические данные внешней торговли относительно других консервов из овощей без уксуса за 2017 г. говорят о том, что доля экспорта в страны ЕАЭС, в частности, в Российскую Федерацию, по объему составила 86,1% и 82% в стоимостном выражении, а импорта – соответственно 17,1% и 27,6%. Импорт из Европейского Союза занимал 73,1% и 65,1% соответственно. В общей торговле объемы экспорта данной продукции в 2017 г. выросли на 132,6% и на 65,7% в стоимостном выражении, а импорта – соответственно на 51,2% и 11,7%.

Анализ данных внешней торговли по таким позициям, как джемы, повидло и мармелад за 2017 г. показывает, что доля экспорта в государства ЕАЭС, в частности, в Российскую Федерацию, по объему составила 74,3%, а в стоимостном выражении – 69,6%, в Европейский Союз – 16,3% и 16,5% соответственно. Доля импорта данной продукции из ЕАЭС занимала 13% по объему и 16,2% в стоимостном выражении, из Европейского Союза – 4,5% и 9,8%. В общих показателях внешней торговли 2017 г. объемы экспорта данной продукции сравнительно выросли по отношению к 2014 г. на 77% и на 50% в стоимостном выражении, а по импорту объемы увеличились на 21,5% и 34,5% соответственно.

Показатели внешней торговли за 2017 г. по консервам из фруктов, приготовленным иным способом, свидетельствуют, что доля экспорта в страны ЕАЭС по объему составила 79,5% и в стоимостном выражении 68,3%, а импорта – соответственно 24,6% и 43%. Импорт из государств Европейского Союза составил соответственно 10,4% и 17,1%. В общей торговле за 2017 г. объем экспорта данной продукции по сравнению с 2014 г. заметно вырос (на 59,6%) и на 1,0% в стоимостном выражении, а импорт соответственно снизился на 28,7% и 41,7%.

Данные внешней торговли за 2017 г. по фруктовым и овощным сокам говорят о том, что доля экспорта в страны ЕАЭС, в частности, в Российскую Федерацию, по объему составила 77,4% и 71% в стоимостном выражении, а импорта – соответственно 51,2% и 34,3%. Доля экспорта в Европейский Союз составила 10% и 15,7% в стоимостном выражении, а импорта – соответственно 17,4% и 26,1%. Отметим, что в 2017 г. объемы экспорта данной продукции по сравнению с 2014 г. сократились на 47% и 52% в стоимостном выражении, а объемы импорта – соответственно на 12% и 33% [10; 11].

Сегодня, в условиях глобализации внешней торговли, в Республике Армения существуют серьезные проблемы, связанные с грузоперевозками, так как будучи членом ЕАЭС, страна не имеет общих границ с членами данного интеграционного объединения, а географическое положение неблагоприятно для логистики. Вследствие всего этого себестоимость экспортируемых и импортируемых товаров повышается.

Иной проблемой являются также грузоперевозки продовольствия и пищевых товаров, особенно плодоовощной продукции, которая в различных случаях, достигая конечной точки, или портится, или теряет товарный вид. Учитывая конкуренцию в странах, куда экспортируется продукция, производители Республики Армения вынуждены обеспечивать высокое качество для обеспечения стабильного места на рынке.

Для увеличения объемов экспорта существует ряд проблем, связанных с управлением и правильной организацией производства, отсутствием у производителей эффективной стратегии созда-

ния новых связей по сотрудничеству на внешнем рынке, нехваткой средств для соответствующих капиталовложений и неполноценным изучением потребностей, спроса внешнего рынка.

Одновременно в странах – членах Европейского Союза параллельно с экономическим развитием повышаются и ужесточаются требования в области продовольственной безопасности. Они направлены на обеспечение потребителя качественными и безопасными пищевыми продуктами, внутреннюю защиту рынка, что является проблематичным для армянских экспортеров, поскольку когда они выходят на данный рынок, то должны обеспечить соблюдение вышеуказанных норм [6, с. 49].

Необходимо отметить, что в основном у некрупных экспортеров возникают проблемы, связанные с действующими в стране, куда поставляется товар, техническими регламентами и требованиями обеспечения безопасности продуктов питания. Вследствие этого упомянутые поставщики не могут экспортировать соответствующий продукт.

Иногда возникают сложные моменты, связанные с проведением в Республике Армения лабораторных анализов, так как исследования на присутствие пестицидов тщательно и комплексно не проводятся, что оказывает негативное влияние на экспорт органической продукции в страны – члены Европейского Союза.

Одновременно с экспортными трудностями пищевых продуктов существуют также проблемы, связанные с импортом последних. В частности, как было отмечено, когда ввозится такой продукт питания, который производится в Республике Армения, то благодаря осуществлению демпинга, он препятствует конкуренции. Как следствие, у отечественной продукции на внутреннем рынке возникают проблемы с реализацией.

Подобный пример недавно имел место, когда на рынке Республики Армения появились кондитерские изделия российского производства и путем демпинга получили преимущество по сравнению с отечественной продукцией, производимой ООО «Гранд Кенди», «Дайронк», «Армсвет» и другими, в связи с чем у армянских производителей возникли серьезные трудности. Данная проблема была представлена Государственной комиссии по защите экономической конкуренции Республики Армения и в настоящее время находится в стадии рассмотрения [12].

Обозначенная проблема требует комплексных решений и защиты интересов местных производителей, так как данный факт может стать в будущем прецедентом для импортеров других пищевых продуктов (консервы, натуральные соки, сыры) для реализации такой политики.

Выводы

Проведенные нами наблюдения показывают, что Республика Армения имеет потенциал для развития и увеличения объемов экспорта высокоценных сыров, меда, сушеных фруктов и овощей, особенно экологически чистых производств.

Данная продукция имеет высокую стоимость, пользуясь стабильным спросом на рынках Европейского Союза и США, и в результате правильной рыночной политики может быть эффективно реализована. Отметим, что на упомянутых рынках возникают проблемы по части реализации, обусловленные в основном большим спросом и потребностью, для удовлетворения которых армянские производители не в состоянии обеспечить надлежащие объемы поставок.

По нашему мнению, для решения указанной проблемы необходимо сегментирование рынка и целенаправленное продвижение частной торговли при помощи маркетинга В2В («business to business» – бизнес для бизнеса), при которых будут представлены преимущества продукции и те ожидаемые результаты, способствующие увеличению объемов продаж.

Так, торговые точки, видя соответствующую рекламу, в случае заинтересованности смогут установить связь непосредственно с производителем и заказать соответствующую партию товара.

При этом имеется возможность реализовать модель В2В посредством внешнесетевого онлайн-маркетинга, а также через интернет-магазины и в дальнейшем, при достижении результата, также продвигать продукцию при помощи рекламы в социальных сетях, ориентируясь по сегментам продвижением рекламы.

Как уже отмечалось, за рубежом, на рынках ЕАЭС и Европейского Союза, существует большой спрос на экологически чистые продукты, в частности, особой популярностью пользуются высокоценные сыры, мед и сушеные плоды и овощи. Это дает возможность армянским производителям войти в экосегмент рынка экологически чистых продуктов и предложить соответствующую продукцию потребителю.

Проведенные нами опросы показывают, что на рынке Российской Федерации есть заинтересованность в сушеных плодах и овощах, в частности, у крупных гипермаркетов «Алые паруса», торговых сетей «Доброцен», «Копейка» и «Закрома», интернет-магазина «Европа».

Этим торговым предприятиям можно также предложить экологически чистый мед, поскольку в большинстве случаев экологически чистая продукция имеет абсолютное преимущество в этом сегменте. Для реализации вышеупомянутого и для продвижения на рынок необходимо обеспечить соответствующие ее объемы, а также получение соответствующих сертификатов.

По нашему мнению, отрасль нуждается в государственной поддержке, в частности, в улучшении кредитных условий, привлечении льготных финансовых ресурсов и облегчении доступности финансовых услуг для экспортеров.

Важным условием для экспорта является эффективное управление логистикой, для чего необходимо, чтобы точки торговли или сбыта были совместными, что экономически эффективно и способствует сокращению транспортных затрат. В связи с этим для обеспечения экономической эффективности можно реализовать проекты по организации кооператива транспортно-логистической экспортной компании, что даст возможность диверсифицировать отрасль транспортировки и снизить цены на услуги.

Отметим, что в большинстве случаев при экспорте возникают трудности в вопросах правильного применения тароупаковочных материалов, так как упаковка экологически чистой продукции требует эффективных и креативных решений. Производители не справляются с решением этих проблем и не обеспечивают реализацию продукции. В этом случае результативным может быть следующий вариант: представлять продукцию за рубежом под одной торговой маркой и, естественно, как уже отмечалось, проводить соответствующую маркетинговую политику по продвижению продукции.

ПРИМЕЧАНИЕ

Исследование выполнено при финансовой поддержке Государственного комитета по науке Министерства образования и науки Республики Армения в рамках научного проекта № 16YR-5B051.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Ахвердян, Д. Влияние экспорта на экономический рост страны / Д. Ахвердян, Т. Айвазян // Финансы и экономика. – 2015. – № 9–10. – С. 7.
2. ЕврАзЭС [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Республики Армения. – Режим доступа: <http://www.mfa.am/hy/international-organisations/EurAzES/>. – Дата доступа: 03.06.2018.
3. Закон Республики Армения «О таможенном регулировании», 17.12.2014, № ЗР-241-Н: принят Национальным Собранием РА 17.12.2014. / Системы правовой информации Армении // ЗАО «Официальные ведомости». – Ереван, 2018.
4. О внесении изменений в единую Товарную номенклатуру внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единый таможенный тариф Евразийского экономического союза [Электронный ресурс]: решение Совета Евразийской экономической комиссии от 18.10.2016. № 101 // Альта-Софт. – Режим доступа: <https://www.altaru/tamdoc/16sr0101/>. – Дата доступа: 09.05.2018.
5. Айвазян, Т. Анализ структуры и динамики экспорта Республики Армения / Т. Айвазян // Финансы и экономика. – 2017. – № 5–6. – С. 179.
6. Джанджоян, А. Возможности расширения экспорта Республики Армения в рамках ЕАЭС / А. Джанджоян // Финансы и экономика. – 2017. – № 9–10. – С. 56.
7. Countries and regions. Armenia [Electronic resource] // European commission. – Mode of access: <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/armenia/>. – Date of access: 03.06.2018.
8. Социально-экономическое состояние Республики Армения в январе–декабре 2017 г.: информационный ежемесячный доклад / Нац. стат. служба Респ. Армения. – Ереван, 2018. – С. 123–129.
9. Социально-экономическое состояние Республики Армения в январе–декабре 2010 г.: информационный ежемесячный доклад / Нац. стат. служба Респ. Армения – Ереван, 2011. – С. 120–126.

10. Статистика экспорта [Электронный ресурс] // Таможенная служба Респ. Армения. – Режим доступа: <http://petekamutner.am/Content.aspx?itn=csCIExportStatistics>. – Дата доступа: 03.06.2018.

11. Статистика импорта [Электронный ресурс] // Таможенная служба Респ. Армения. – Режим доступа: <http://petekamutner.am/Content.aspx?itn=csCIImportStatistics>. – Дата доступа: 03.06.2018.

12. Российские компании угнетают армянских производителей [Электронный ресурс] // Past.am. – Режим доступа: <http://www.past.am/?p=191951&l=am>. – Дата доступа: 03.06.2018.

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена анализу статистических данных и существующего состояния внешней торговли пищевыми продуктами в Республике Армения, а также изучению проблем, которые препятствуют развитию сектора. Рассматривается диверсификация логистики по экспортным поставкам в страны ЕАЭС. Обозначены меры по увеличению объемов экспорта, которые способствуют повышению экономической эффективности производства.

SUMMARY

Article is devoted to the analysis of statistical data and the foreign trade of food flowing in the Republic of Armenia, and also to studying of the existing problems which interfere with development of the sector. In article it is considered diversification in logistics in the export directions to the EEU countries. It is presented ways for increase in volumes of export which promote increase in economic efficiency of production.

Поступила 16.07. 2018