

Дискуссионная панель 3

НАЦИОНАЛЬНАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

*А. Аббасов, профессор, академик
З.Ф. Мамедов, профессор
prof.zahid.mamed@mail.ru
АзГЭУ (Баку)*

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КНР С АЗЕРБАЙДЖАНОМ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ «ОДИН ПОЯС — ОДИН ПУТЬ»

Сотрудничество КНР с Азербайджаном в рамках программы «Один пояс — один путь» успешно и стабильно развивается по различным направлениям. Так, Азербайджан становится одним из важных участков реализации стратегии «Один пояс — один путь» — выдвинутого в 2010-х гг. Китайской Народной Республикой предложения объединенных проектов «Экономического пояса Шелкового пути» и «Морского Шелкового пути XXI века».

За 25 лет сотрудничества между КНР и Азербайджаном товарооборот сторон увеличился в 500 раз, достигнув 770 млн дол. США. По итогам 2017 г. он составил рекордные 1,2 млрд дол., что на 43 % больше показателя 2016 г. Китай занимает 4-е место среди основных внешнеторговых партнеров Азербайджана, в том числе 3-е место в импорте и 8-е место в экспорте. Инициатива «Один пояс — один путь» предоставила огромные возможности для сближения Китая и Азербайджана. В Пекине открылось торговое представительство Азербайджана. С работой торгпредства связывают продвижение бренда Made in Azerbaijan, привлечение китайских инвестиций в экономику Азербайджана и защиту интересов азербайджанских компаний. В апреле 2015 г. Азербайджан стал страной — учредителем Азиатского банка инфраструктурных инвестиций, в июле — партнером по диалогу Шанхайской организации сотрудничества. В декабре 2015 г. во время визита Президента Ильхама Алиева в Китай стороны подписали Меморандум о взаимопонимании по совместному строительству экономического пояса «Шелкового пути», тем самым была выражена поддержка Азербайджаном данной инициативы, которая хорошо сочетается с национальной стратегией развития Азербайджана, благодаря чему двустороннее практическое сотрудничество в торгово-экономической, транспортной, энергетической и других сферах постоянно приносит плоды.

В Азербайджане осуществляются великие дела в направлении модернизации транспортного и транзитного потенциала страны: Бакинский грузовой терминал, шесть международных аэропортов в Азербайджане, Алятский торговый порт, грузовой флот в Каспийском море, обладающий самыми современными грузовыми кораблями, железная дорога Баку–Тбилиси–Карс, введенная в эксплуатацию в 2017 г. и обеспечивающая кратчайшее железнодорожное сообщение между Европой и Китаем.

Азербайджан придает большое значение сотрудничеству с Китаем и заинтересован в углублении торгово-экономического сотрудничества с этой страной. То, что китайские компании на сегодняшний день инвестировали в Азербайджан около 800 млн дол. США, говорит о том, что азербайджано-китайское сотрудничество имеет хорошие перспективы. Проект является составным и сильным звеном более глобального проекта, предусматри-

вающего построение магистральной инфраструктуры между Европой и Азией. Азербайджан станет телекоммуникационным коридором проекта «Belt and Road», инициированного правительством Китая.

Э.А. Аванесян, аспирант
avanesyana2013@mail.ua
УрГЭУ (Екатеринбург)

ФАКТОРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ОБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В Беларуси малый и средний бизнес фактически зарождался в период сложных для страны трансформаций хозяйственной системы, который имеет ряд специфических особенностей, что объективно повлияло на становление и развитие сектора предпринимательства и обеспечило участие в международных интеграционных процессах. Для формирования эффективного предпринимательства в условиях структурных изменений необходимы определенные условия, среди которых ключевыми являются факторы размещения объектов малого и среднего предпринимательства (далее — МСП).

Предпринимательство следует рассматривать как деятельность, направленную на получение прибыли, а также как процесс личного или системного самообновления и самоорганизации деятельности любых сфер и форм собственности. В ходе этого процесса индивидуумы и организации взаимодействуют с микро- и макросредой функционирования в рамках динамического баланса факторов размещения. Для местных органов власти и градостроителей правильное пространственное расположение МСП требует адекватной информации о различных факторах, определяющих выбор местоположения. Местоположение объекта МСП определяет, как он функционирует и развивается, и может оказать существенное влияние на способность фирмы устанавливать и поддерживать конкурентные преимущества. Поэтому местные, региональные и национальные учреждения, а также исследователи сосредоточили свое внимание на выявлении и изучении факторов, определяющих поведение компаний в местоположении. Тем не менее, размер компании часто игнорируется в теоретических и эмпирических исследованиях в области промышленного расположения и городского планирования. Кроме того, ни традиционные, ни неоклассические теории местоположения не учитывают размер компании.

При поиске места для ведения бизнеса МСП каждое предприятие выбирает место, которое наилучшим образом соответствует его потребностям на рынке благодаря таким преимуществам, как увеличение производственных мощностей, увеличение прибыли, расширение, улучшение обслуживания клиентов, увеличение благосостояния акционеров и снижение затрат. Вместе с тем неподходящее место может иметь неблагоприятные последствия. Выявление и анализ факторов местоположения предприятия были частью первых теорий местоположения, которые сначала были сосредоточены на минимизации затрат, а затем на анализе рынка и максимизации прибыли.

Во второй половине XX в. был введен поведенческий подход, согласно которому объяснение того, как выбирается местоположение, учитывает принятие решений управленцем, поведение которого характеризуется ограниченной рациональностью. В настоящее время на выбор места расположения предприятия во многом влияют факторы, связанные с технологическим и социальным развитием. Однако представляется невозможным создать универсальный набор факторов, влияющих на решение о местонахождении объекта МСП. Данные факторы группируются по внутренним факторам (например, качество управления, организационные цели, структура собственности, занятость и прибыль), местным факторам (например, размер партии продукции или услуг, размер возможных площадей