

---

# **Совершенствование деятельности институтов поддержки экспорта в Республике Узбекистан**

---

**Аналитический доклад**

Точка зрения, выраженная в данном отчете принадлежит членам рабочей группы и может не совпадать с официальной точкой зрения ПРООН.

© Программа развития ООН, 2015

Все права принадлежат Программе развития ООН. Любое воспроизведение отчета или использование выдержек из данной публикации могут быть произведены только с письменного согласия, ссылка на источник обязательна.

Экспертный анкетный опрос проведен Центром содействия экономическому развитию.

# Содержание

<b>1. Актуальность, задачи и методология исследования</b> .....	4
<b>2. Потребности предпринимателей в техническом содействии при осуществлении экспорта и повышении конкурентоспособности</b>	
2.1. Результаты опроса экспортеров .....	8
2.2. Результаты опроса субъектов малого бизнеса .....	10
2.3. Результаты опроса агентств технической поддержки и экспертов .....	10
<b>3. Текущее состояние технического содействия при осуществлении экспорта и повышении конкурентоспособности в Узбекистане</b> .....	13
3.1. Практика обращения субъектов бизнеса к внешним консультантам .....	13
3.2. Действующие институты поддержки продвижения экспорта и повышения конкурентоспособности .....	15
3.3. Сложности при оказании технического содействия в вопросах продвижения экспорта и повышения конкурентоспособности .....	21
<b>4. Международный опыт содействия при осуществлении экспорта и повышении конкурентоспособности</b> .....	23
4.1. Анализ и мониторинг проблем и возможностей повышения экспортного потенциала отечественных производителей .....	23
4.2. Информационная и консультационная поддержка, повышение кадрового потенциала экспортеров .....	24
4.3. Содействие в продвижении продукции на экспорт .....	25
4.4. Содействие по повышению конкурентоспособности продукции .....	26
4.5. Финансовая поддержка, содействие в привлечении финансовых ресурсов .....	27
<b>5. Выводы и рекомендации</b> .....	29
5.1. Краткие выводы .....	29
5.2. Рекомендации для институтов поддержки экспорта .....	30
<b>Приложение 1. Опыт работы агентства ExportAR Foundation (Аргентина)</b> .....	35
<b>Приложение 2. Лучшие практики Европы в поддержке интернационализации бизнеса</b> ....	38
<b>Приложение 3. Опыт технического содействия в повышении конкурентоспособности малых и средних предприятий в Канаде</b> .....	41

## 1. Актуальность, задачи и методология исследования

Совершенствование делового климата и создание благоприятных условий для расширения экспортного потенциала субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства является одним из приоритетных направлений экономической политики Узбекистана.

В последние годы принят ряд решений правительства и Президента Республики Узбекистан по созданию национальных институтов поддержки экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства.

В частности, Указом Президента от 24 августа 2011 года №УП-4354 создана специализированная внешнеторговая компания «*Узтадбиркорэкспорт*», основными задачами которой является, в числе прочих, оказание содействия субъектам малого бизнеса и частного предпринимательства в реализации их продукции на экспорт по прямым экспортным контрактам, а также через создаваемые торговые дома за рубежом.

Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан №122 от 28 апреля 2011 года создано *Бюро по содействию экспорту продукции* Агентства «Узстандарт» с основными задачами по оказанию предприятиям-производителям экспортоориентированной продукции бесплатных консультационных услуг по международным и страновым требованиям по стандартам, сертификации, маркировке, упаковке продукции и другим параметрам, а также оказанию информационно-консультационного содействия предприятиям-производителям для получения необходимой информации по продвижению производимой продукции на зарубежные рынки.

Постановлением Президента Республики Узбекистан №ПП-2022 от 08.08.2013 г. при Национальном банке внешнеэкономической деятельности создан *Фонд поддержки экспорта субъектов малого бизнеса и предпринимательства* основными задачами которого определены оказание правового, финансового и организационного содействия в увеличении производства современной, конкурентоспособной на зарубежных рынках продукции и продвижении ее на экспорт.

Вместе с тем, несмотря на принимаемые меры, организации по продвижению экспорта, в силу относительно небольшого опыта функционирования, обладают недостаточно сильным потенциалом по предоставлению широкого спектра услуг по продвижению экспорта, соответствующего международным стандартам.

Отметим также, что техническое содействие в продвижении экспорта и повышении конкурентоспособности продукции отечественным предприятиям оказывают другие организации: Торгово-промышленная палата, отраслевые ассоциации, консалтинговые структуры, а также проекты ряда международных организаций (ПРООН, GIZ, USAID и др.).

В связи с этим, в рамках проекта Программы Развития ООН «Содействие развитию торговли», реализуемого при поддержке Министерства внешних экономических связей, инвестиций и торговли Республики Узбекистан, была подготовлен данный аналитический доклад, задачами которого являются:

- описание потребностей субъектов малого бизнеса в услугах по поддержке экспорта и повышению конкурентоспособности продукции;
- описание текущего состояния дел с оказанием технической поддержки субъектам малого бизнеса со стороны национальных агентств;
- описания передового зарубежного опыта технической поддержки при продвижении экспорта и повышении конкурентоспособности;
- предоставление рекомендаций по дальнейшему совершенствованию деятельности национальных организаций по содействию экспорту.

При подготовке данного доклада использовались следующие источники информации:

1. Результаты опроса 70 **предприятий-экспортеров** в пяти регионах страны: в г. Ташкенте, Ташкентской, Ферганской, Андижанской и Наманганской областях<sup>1</sup>. Опрашивались только юридические лица – частные производители готовой продукции, экспортирующие собственную продукцию. Целью опроса являлось изучение проблем экспортеров готовой продукции Узбекистана, их потребностей и запросов в услугах по поддержке в продвижении экспорта и повышению конкурентоспособности своей продукции.

**Таблица 1.1. Опрос экспортеров: месторасположение предприятия – респондента.**

Ташкент	27
Ташкентская область	11
Андижанская область	10
Ферганская область	14
Наманганская область	8
<b>Всего:</b>	<b>70</b>

Интервью проводилось преимущественно с руководящим составом – директорами, учредителями, заместителями директоров, а также с руководителями отделов внешнеэкономической деятельности / экспорта и менеджерами, ответственными за экспорт. На некоторых предприятиях в интервью участвовало два сотрудника (например, директор и бухгалтер).

**Таблица 1.2. Опрос экспортеров: должность респондента.**

Генеральный директор, директор, учредитель	39
Заместитель директора, коммерческий директор	17
Начальник отдела ВЭД или сотрудник, ответственный за экспорт	12
Прочие сотрудники (юрист, бухгалтер...)	5

Подавляющее большинство предприятий (68 из 70) начали работу до 2013 г. при этом большинство опрошенных предприятий сравнительно «молоды»: 67,1% предприятий (47 из 70) начали работу после 2005 г.

**Таблица 1.3. Опрос экспортеров: год начала работы предприятия.**

До 1991 г.	2
1991-2000 гг.	11
2001-2005 гг.	10
2006-2010 гг.	28
2011-2012 гг.	17
2013-2014 гг.	2
<b>Всего</b>	<b>70</b>

**Таблица 1.4. Опрос экспортеров: численность работающих на предприятии.**

До 50	44
51-100	19
Более 100 чел	7
<b>Всего</b>	<b>70</b>

Большинство опрошенных предприятий относятся к малым: на 70% (63 из 70) из них работает менее 101 человека.

<sup>1</sup> См.: Технический отчет по опросу экспортеров Республики Узбекистан. Ташкент, август-октябрь 2014.

18,6% респондентов (13 из 70) занимаются производством и переработкой фруктов и овощей. Самые популярные виды продуктов – сушеные фрукты и овощи, соки и концентраты. 25,7% респондентов (18 из 70) производят и экспортируют текстильную продукцию, в том числе 13 предприятий – готовую продукцию (преимущественно трикотаж). Столько же (25,7%) опрошенных предприятий производят строительные материалы. Это преимущественно профили и фурнитура, кабельная продукция, трубы, двери и рамы, пластиковые строительные материалы, лакокрасочная продукция. 12,9% респондентов (9 из 70) производят и экспортируют изделия из пластмассы и резины (бытовые принадлежности, разные виды упаковки, резиновая обувь и пр.)

**Таблица 1.5. Опрос экспортеров: какую продукцию производит и экспортирует предприятие.**

Продукция	Производит	Экспортирует
Свежие, замороженные или сушеные фрукты и овощи	5	5
Продукты переработки фруктов и овощей	9	8
Кондитерские и макаронные изделия	4	4
Прочая пищевая продукция	5	5
Текстильная продукция	18	18
Строительные материалы	18	15
Изделия из пластмассы и резины (кроме строительных материалов)	9	9
Прочие непищевые продукты	7	7

Экспорт осуществляется преимущественно в соседние страны (лидер – Казахстан), а также в Россию, Украину, Турцию, Китай.

**Таблица 1.6. Опрос экспортеров: географическая структура экспорта.**

Казахстан	34
Россия	31
Кыргызстан	23
Украина	11
Туркменистан	9
Турция	7
Таджикистан	6
Афганистан	6
Китай	5
Страны ЕС	2
Другие страны	9

2. Результаты углубленных интервью с *представителями официальных структур, осуществляющих поддержку в продвижении экспорта малым бизнесом*, а также *экспертов в области экспортного консалтинга*. Всего было опрошено 10 человек, в том числе представляющих СВТК «Узтадбиркорэкспорт», Фонд поддержки экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства, Бюро по содействию экспорту продукции, Торгово-промышленную палату Республики Узбекистан, Министерство внешнеэкономических связей, инвестиций и торговли, ряд консалтинговых компаний.

3. *Открытые публикации*, описывающие передовой международный опыт деятельности организаций по продвижению экспорта и оказания технической поддержки по продвижению экспорта и повышению конкурентоспособностей малых предприятий.

4. Использованы результаты опроса, проводимого в рамках проекта «Инвестиции в регионы как основа конкурентоспособного государства», финансируемого Европейским Союзом, 11 *региональных представительств организаций, оказывающих содействие развитию*

*бизнеса*, в трех областях Узбекистана (Кашкадарьинской, Самаркандской и Бухарской), в том числе представительство Торгово-промышленной палаты, Ассоциации деловых женщин, Совета фермеров Узбекистана, Ассоциации ремесленников «Хунарманд».

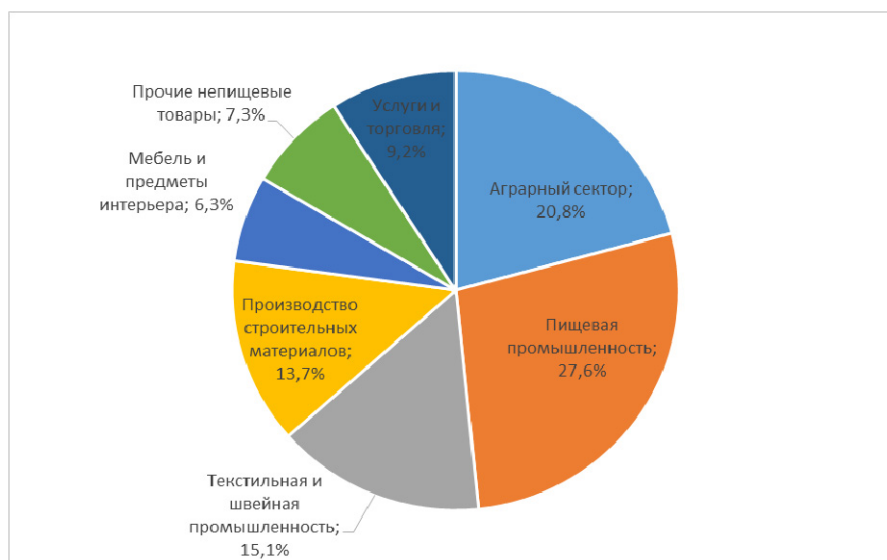
5. В аналитическом докладе также использовались результаты опроса, который проводился осенью 2014 г. в рамках проекта «Инвестиции в регионы как основа конкурентоспособного государства», финансируемого Европейским Союзом. Цель опроса – изучить мнение о положении дел субъектов малого бизнеса, в частности существующих проблемах, возможностях для эффективного развития, включая наращивание экспортного потенциала и инвестиционной привлекательности). Опрос проводился в пяти центральных регионах Узбекистана: в Самаркандской, Бухарской, Кашкадарьинской, Джизакской и Сырдарьинской областях<sup>2</sup>.

**Таблица 1.7. Опрос субъектов малого бизнеса: географическая структура респондентов.**

	<b>Количество опрошенных субъектов малого бизнеса</b>	<b>Доля в общем числе респондентов, в %</b>
Самаркандская область	100	21,6%
Бухарская область	109	23,5%
Кашкадарьинская область	105	22,6%
Джизакская область	74	15,9%
Сырдарьинская область	76	16,4%
<b>Итого</b>	<b>464</b>	<b>100%</b>

77,1% опрошенных респондентов работают в четырех секторах экономики: аграрном секторе, пищевой промышленности, текстильной и швейной промышленности, производстве строительных материалов.

**Рисунок 1.1. Опрос субъектов малого бизнеса: отраслевая структура опрошенных субъектов малого бизнеса<sup>3</sup>**



<sup>2</sup> См.: Технический отчет. Результаты опроса субъектов малого бизнеса центральных регионов Узбекистана. Ташкент, 2015; Технический отчет «Результаты опроса представителей туристического сектора Самаркандской и Бухарской областей Узбекистана». Ташкент, 2015.

<sup>3</sup> Некоторые предприятия работают в нескольких секторах экономики.

## 2. Потребности предпринимателей в техническом содействии при осуществлении экспорта и повышении конкурентоспособности

У разных групп респондентов в ходе опросов спрашивали, какие **проблемы в вопросах продвижения продукции на экспорт и повышения конкурентоспособности**, какие **потребности в техническом содействии** у них имеются. Вопросы относительно проблем и потребностей частного предпринимательства задавались и представителям агентств поддержки бизнеса и экспертного сообщества. В данном разделе обобщены ответы респондентов.

### 2.1. Результаты опроса экспортеров

Респондентов спрашивали, за счет чего, **благодаря каким действиям их предприятиям удалось направить продукцию на экспорт и/или расширить экспортные поставки**. Подавляющее большинство респондентов указывали на высокий уровень качества продукции, соответствие международным стандартам качества, как на решающее конкурентное преимущество при экспорте. Соответственно, основным фактором успеха при экспорте были **усилия направленные на обеспечение должного качества продукции**.

Часть респондентов также указывало на такие факторы конкурентоспособности, как:

- приемлемость цен своей продукции для покупателя, выгодные условия поставки;
- работа на внешних рынках: изучение запросов покупателей, поиск клиентов, налаживание партнерских отношений, разработка грамотной маркетинговой стратегии, проведение мер по продвижению продукции на рынок;
- тесное взаимодействие с клиентами, учет их нужд, запросов, пожеланий, жалоб, необходимость строгого выполнения условий контрактов, своевременной доставки продукции;
- внешний вид продукции, наличие качественной и современной упаковки.

Респондентов просили рассказать **о проблемах, которые возникали у них в прошлом или настоящем в связи с осуществлением экспорта или повышением конкурентоспособности**.

Самой актуальной оказалась **проблема стабильного обеспечения коммунальными услугами**: частые отключение электроэнергии, в том числе и без предупреждения, слабое напряжение в сети, отключение газа.

Вторая по важности проблема – **сложности с поставками импортного сырья и комплектующих**. Многие предприятия используют импортные материалы для производства, без чего порой просто невозможно выпускать конкурентоспособную продукцию. Для них ключевой проблемой является обеспечение производства свободно-конвертируемой валютой. Некоторые респонденты также указали на высокие таможенные платежи, ведущие к удорожанию сырья, комплектующих, запасных частей. Производители, использующие сельскохозяйственное сырье, закупаемое у населения, отметили сложности во взаиморасчетах по безналичному расчету.

Следующая по важности проблема - **недостаточная подготовка специалистов предприятия для работы на внешних рынках**. Отмечается, прежде всего, нехватка специалистов по ВЭД, технологов и менеджеров, владеющих иностранными языками.

Те, кто считает, что для них важной проблемой является **высокая стоимость продукции**, причину высокой себестоимости видят, в основном, в высокой (или растущей) стоимости сырья, причем как импортного, так и местного. Высокая стоимость импортного сырья



связана со значительными таможенными платежами и высоким обменным курсом свободно-конвертируемой валюты на внебиржевом валютном рынке. На рост цены местного сырья жалуются в основном переработчики сырья, которые определены Госкомконкуренцией в качестве субъектов естественных монополий.

Респонденты, указывающие на сложности с получением и оформлением необходимой для экспорта документации, отмечают, прежде всего, требование 100% предоплаты при экспорте, а также волокиту при оформлении документов, прохождении необходимых процедур, наличие большого количества документов и инстанций. Особенно часты жалобы на сложности с оформлением сертификата соответствия, получения результатов экспертиз.

Респондентов просили высказаться по поводу того, **что нужно сделать** (Правительству, международным организациям, организациям призванным осуществлять поддержку малого бизнеса) **для оказания действенной помощи малым предприятиям при осуществлении экспорта?**

28 респондентов (из 70) считают, что помощь не нужна.

Следующие по популярности ответы - «Предоставление информация о зарубежных рынках и контрагентах на них», «Информация о технических требованиях на зарубежных рынках» - говорят о **важности информации для экспортеров о внешних рынках**.

Высокий рейтинг позиции «Предоставление льготного кредитования, лизинга» говорит о значимых **потребностях предпринимателей во внешнем финансировании**.

Особого внимания заслуживают комментарии по поводу **упрощения административных процедур**. Самый распространенный комментарий – «*Уменьшить количество документов и бюрократию*».

К административным барьерам близки и барьеры на пути импорта сырья, комплектующих, оборудования, многие из которых связаны с обеспечением СКВ.

Также важны проекты, нацеленные на повышение потенциала персонала.

Респондентов спрашивали, **какие потребности в консультационной, информационной, логистической, финансовой и прочей внешней поддержке** (со стороны государственных структур, консалтинговых фирм, внешних экспертов, проектов международных организаций) **возникали у предприятия в прошлом или имеются в настоящем** в связи с осуществлением экспорта или повышением конкурентоспособности. Полученные ответы можно сгруппировать:

- **Маркетинг:** поиск партнеров и поставщиков, изучение рынков, совершенствование системы продаж, внешнего вида и упаковки продукции.
- **Производство и качество:** совершенствование технологий, улучшение качества, налаживание нового оборудования, расширение ассортимента.
- **Кадры:** повышение квалификации сотрудников, поиск и привлечение специалистов.
- **Администрирование:** юридические консультации, оформление документации, логистика и транспортировка.

Мы видим, что предприятия нуждаются во внешней поддержке по самому широкому кругу вопросов. Соответственно, агентства и организации, занимающиеся поддержкой экспорта должны привлекать широкий круг специалистов: маркетологов, технологов, юристов, а также проводить и/или поощрять мероприятия по повышению квалификации сотрудников предприятий.

## 2.2. Результаты опроса субъектов малого бизнеса

**Что мешает отечественным предприятиям выходить на внешние рынки?** Наиболее важные факторы, препятствующие, по мнению респондентов, экспорту можно разбить на следующие группы:

1. Нехватка необходимых для экспорта знаний и опыта у предпринимателей и сотрудников предприятий.
2. Высокие издержки выхода на внешние рынки (высокие транспортные и логистические затраты, затраты предприятий для внедрения современных управленческих технологий и стандартов качества).
3. Отсутствие доступной информации о внешних рынках (о требованиях к сертификации и качеству продукции, о состоянии конкуренции и спросе, о благонадежности иностранных партнеров).
4. Ограниченное участие на зарубежных выставках-ярмарках.
5. Низкая конкурентоспособность выпускаемой продукции по цене и качеству.
6. Сложности в выходе на внешние рынки.
7. Нехватка оборотных средств и ограниченный доступ к кредитным ресурсам.
8. Сложности с импортом необходимых ресурсов для производства конкурентоспособной продукции (отсутствие СКВ, высокие таможенные платежи).
9. Недостаточная информация о проектах и программах содействия экспорту.

По некоторым из указанных направлений помощь предприятиям можно оказывать в рамках программ технического содействия: *повышение квалификации персонала, консультации по продвижению продукции на экспорт и повышению ее конкурентоспособности, внедрение современных управленческих технологий и стандартов качества, проведение маркетинговых исследований и консультаций, содействие участию на зарубежных выставках-ярмарках* и пр.

## 2.3. Результаты опроса агентств технической поддержки и экспертов

Представители специализированных экспортных агентств, структур поддержки экспорта при организациях технической помощи широкого профиля (например, ТПП), а также *эксперты*, работающие в сфере экспортного консалтинга, дали следующие оценки проблем осуществления экспорта и потребностей в технической помощи со стороны частного предпринимательства.

Чаще всего по вопросам экспорта в специализированные экспортные агентства и консалтинговые структуры обращаются малые предприятия из следующих **отраслей**:

- *Производство плодоовощной продукции.*
- *Пищевая промышленность.*
- *Текстильная промышленность.*
- *Строительные материалы.*
- *Мебельная промышленность.*
- *Медицинские изделия и фармацевтика.*

По мнению респондентов **при осуществлении экспорта** у предприятий малого бизнеса возникают следующие наиболее важные **проблемы и сложности**:

- Низкое качество и относительно высокая себестоимость продукции, что связано, главным образом, с устаревшим оборудованием, низким качеством сырья и плохой организацией производства.

- Несоответствие качества и внешнего вида продукции (в том числе упаковки, маркировки, этикетки) стандартам и требованиям внешних рынков (в том числе требованиям торговых сетей).
- Слабый кадровый потенциал компаний для осуществления экспорта и внедрения инноваций.
- Плохое знание внешних рынков: требования и стандарты, конъюнктура, потенциальные партнеры, процедуры.
- Не понимание руководством компаний важности маркетинга и рекламы, на это направление выделяется мало средств.
- Сложности, высокая стоимость получения международной сертификации (HASP, Global Gap, ISO и др.).
- Высокая стоимость услуг логистики и транспорта.
- Сложности с получением предэкспортного финансирования.
- У малых предприятий нет кооперации между собой, что особенно могло бы быть полезно при экспорте (совместные реализация и доставка продукции, участие в выставках, подготовка промоматериалов, брендинг и т.д.).
- Административные барьеры, бюрократия и требование необязательных документов на таможне, и др.
- Нераспространение на торговые компании льгот, предоставленных для экспортеров и импортеров - производителей.

Респонденты назвали следующие наиболее **востребованные со стороны малого бизнеса направления технического содействия**, связанные с экспортом:

- Предоставление информации, внешних консультантов по требованиям и конъюнктуре внешних рынков, по способам продвижения продукции на внешние рынки, включая вопросы требований по товарному виду, упаковке, маркировке, этикетке, стандартов качества.
- Поиск зарубежных партнеров, покупателей.
- Помощь в организации и финансировании участия местных компаний на международных выставках и организация собственных выставок; содействие в распространении информации о продукции отечественных компаний за рубежом.
- Консалтинг в сфере национального законодательства экспортно-импортных операций, законодательства стран-партнеров; содействие в составлении контрактов.
- Помощь во внедрении международных стандартов качества, в получении необходимых для экспорта сертификатов, в том числе помощь в международной сертификации (HASP, Global Gap и др.).
- Содействие в логистике и транспортировке грузов.
- Содействие в получении предэкспортного финансирования.
- Издание специальной литературы.

Опрошенные представители **региональных структур организаций поддержки бизнеса** (ТПП, Ассоциация деловых женщин, Совет фермеров и др.) считают, что малый бизнес сталкивается с **проблемами** в основном в следующих сферах:

- Поиск нового оборудования и технологий.
- Получение льготных кредитов.

- Вопросы выделения земли.
- Сбыт продукции в том числе на экспорт.
- Исполнение договорных обязательств.

К опрошенным организациям поддержки бизнеса чаще всего **обращаются по вопросам:**

- регистрация юридических лиц;
- расширения бизнеса (выход на новые рынки в т.ч. экспортные, поиск новых технологий, участие в международных выставках, вопросы менеджмента и маркетинга и т.д.);
- получения кредитов, прежде всего льготных;
- разъяснения/решения правовых вопросов;
- составления бизнес плана/ открытия своего бизнеса.

Опрошенные респонденты заявили, что наиболее востребованными **тренингами** для сектора малого бизнеса являются:

- Как начать свое дело/бизнес планирование.
- Переработка/внедрение новых технологий.
- Повышение конкурентоспособности и привлечение инвестиций.
- Выход на экспортные рынки.
- Обучение международным стандартам учета.

### **3. Текущее состояние технического содействия при осуществлении экспорта и повышении конкурентоспособности в Узбекистане**

#### ***3.1. Практика обращения субъектов бизнеса к внешним консультантам***

Во втором разделе были представлены оценки разных групп респондентов о том, какие проблемы и потребности в технической поддержке экспорта и конкурентоспособности имеются в секторе частного предпринимательства. Не менее познавательна информация относительно того, **по каким именно вопросам и к кому обращались респонденты за внешними консультациями.**

Среди опрошенных представителей **предприятий-экспортеров** лидеры ответов следующие:

- ***Поиск партнеров за рубежом, ведение переговоров, участие в выставках, ярмарках*** (в этом помогают, прежде всего, официальные структуры: МВЭСИТ, Узтардбиркорэкспорт, ТПП, отраслевые ассоциации; однако большинство респондентов не довольны уровнем и качеством такой поддержки).
- ***Юридические консультации*** (обращаются к юристам, юридическим компаниям, прежде всего по вопросам сбора и оформления документации при осуществлении экспорта, подготовке и подписании контракта, для уточнения льгот экспортерам).
- ***Совершенствование внешнего вида продукции, упаковки*** (для этого привлекались дизайнеры и полиграфические фирмы).
- ***Оформление, получение необходимой для экспорта документации, получение разрешений*** (обращаются в основном к брокерам и таможенным декларантам).
- ***Повышение квалификации специалистов предприятия*** (курсы по обучению языкам, финансовым аспектам, работе в коллективе, иногда обучением занимаются приглашенные иностранные специалисты – чаще налаживающие новое оборудование).
- ***Изучение внешних рынков*** (о внешних рынках респонденты черпают информацию в основном в Интернете, но также обращаются за ней в официальные структуры: МВЭСИТ, ГАВК «Марказсаноатэкспорт», СВТК «Узтадбиркорэкспорт», Фонд поддержки экспорта).
- ***Поиск, подбор специалистов*** (в основном респонденты искали специалистов-технологов, обращались в кадровые агентства).
- ***Совершенствование качества продукции, внедрение современных стандартов и методов контроля качества*** (в основном обращались к внешним специалистам (аудиторы, Агентство «Узстандарт») для внедрения стандартов (прежде всего ISO)).
- ***Решение технологических вопросов*** (при установке нового оборудования вопросами его наладки и обучение персонала часто занимались продавцы оборудования).
- ***Поиск новых поставщиков оборудования, комплектующих, сырья*** (этим чаще всего предприятия занимаются сами, иногда им помогают внешние партнеры, упоминался также СВТК «Узтадбиркорэкспорт»).
- ***Логистика, транспортировка*** (респонденты жалуются на небольшое число транспортных компаний, ограничения на работу иностранных перевозчиков; следствием ограниченности конкуренции являются высокие цены на услуги).

В большинстве случаев респонденты были довольны результатами оказанной поддержки. Наиболее часто неудовлетворенность полученными услугами имела место при обращении к консультантам по таким вопросам, как:

- Поиск, подбор специалистов.
- Изучение внешних рынков.
- Поиск партнеров за рубежом, ведение переговоров, участие в выставках, ярмарках.
- Поиск новых поставщиков оборудования, комплектующих, сырья.

Ниже представлен список «лидеров» направлений, по которым респонденты *не могут получить полноценную поддержку*:

- Поиск партнеров за рубежом, ведение переговоров, участие в выставках, ярмарках.
- Повышение квалификации специалистов предприятия.
- Изучение внешних рынков.
- Решение технологических вопросов.
- Поиск новых поставщиков оборудования, комплектующих, сырья.

Стоит отметить, что в обоих списках доминируют позиции, *связанные с работой на внешних рынках*: поиск партнеров, изучение рынков, поиск поставщиков. Второе по важности направление, которое не полностью «закрывают» действующие на рынке консультанты: *повышение кадрового потенциала* (подбор специалистов, обучение сотрудников предприятия).

Именно в первую очередь по этим направлениям, по всей видимости, и стоит усилить работу агентствам и организациям, занимающимся поддержкой экспорта.

Интересно, что по такому направлению, как *«Совершенствование системы продаж и маркетинга компании»*, несмотря на наличие потребности во внешней помощи, респонденты практически не обращаются к внешним консультантам. Они объясняют это обстоятельство отсутствием хороших специалистов и дорогостоящих услуг. Проблемы управления продажами компании стараются решать собственными силами.

Наибольшую внешнюю поддержку **субъекты малого бизнеса** (опрос предпринимателей Самаркандской, Бухарской, Кашкадарьинской, Джизакской и Сырдарьинской областей) получили в поиске партнеров за рубежом, ведении переговоров, участии в выставках, ярмарках (за внешней поддержкой обращались в 85,9% случаях наличия соответствующей потребности!).

Относительно хороший уровень внешней помощи имеется также в вопросах защиты прав и интересов предпринимателей в государственных и судебных органах; поиска новых поставщиков оборудования, комплектующих, сырья; получения кредитов и др. форм внешнего финансирования; логистики и транспортировки, совершенствования внешнего вида продукции и упаковки; подготовки бизнес-планов и ТЭО; оптимизации организации производства, внедрение новых методов управления; совершенствования качества продукции, внедрение современных стандартов и методов контроля качества.

Наиболее неудовлетворенными остались потребности в повышении квалификации специалистов предприятия, совершенствовании системы продаж и маркетинга компании, изучении внешних рынков.

### **3.2. Действующие институты поддержки продвижения экспорта и повышения конкурентоспособности**

В данном разделе кратко описана деятельность организаций, которые оказывают техническое содействие частным предприятиям Узбекистана в вопросах продвижения экспорта и повышения внешней конкурентоспособности их продукции.

#### **3.2.1. Внешнеторговая компания «Узтадбиркорэкспорт»**

Специализированная внешнеторговая компания «Узтадбиркорэкспорт» создана Указом Президента Республики Узбекистан № УП-4354 от 24 августа 2011 года "О дополнительных мерах по формированию максимально благоприятной деловой среды для дальнейшего развития малого бизнеса и частного предпринимательства". Компания действует при Министерстве внешнеэкономических связей, инвестиций и торговли Республики Узбекистан.

**Основными задачами** компании в соответствии с Постановлением Президента Республики Узбекистан №ПП-1604 от 25.08.2011 г. «О мерах по устранению бюрократических барьеров и дальнейшему повышению свободы предпринимательской деятельности» являются:

- *оказание содействия субъектам малого бизнеса и частного предпринимательства в реализации их продукции на экспорт по прямым экспортным контрактам, а также через создаваемые торговые дома за рубежом;*
- *организация предэкспортного финансирования под залог действующих экспортных контрактов продукции субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства;*
- *осуществление поставки по заказам субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства не производимых в республике технологического оборудования, запасных частей, комплектующих, сырья и материалов;*
- *содействие предприятиям малого бизнеса в сертификации экспортной продукции, проведение рекламных мероприятий, организацию и участие в международных ярмарках и выставках, информационное и консультационное обеспечение заинтересованных субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства.*

В настоящее время **основными направлениями деятельности** компании, в рамках поддержки продвижения экспорта малых предприятий, являются следующие:

- Оказание консультаций предприятиям в области экспорта.
- Содействие оформлению документов при экспорте.
- Реализация товаров отечественных производителей на внешних рынках сбыта.
- Помощь в нахождении клиентов.
- Предоставление предэкспортного финансирования.
- Помощь в нахождении технологического оборудования.

Планируется открытие службы *по исследованиям внешних рынков и поиску клиентов за рубежом.*

Большинство услуг связанных с экспортом продукции оказывается на платной основе. При экспорте товаров через компанию взимается процент от продаж.

**Основные клиенты** из следующих отраслей:

- *Флодоовощная продукция.*
- *Текстильная промышленность (готовые изделия, пряжа, ткани).*
- *Строительные материалы.*
- *Продукция пищевой промышленности (соки, колбасы, печения и т.д.).*

- *Мебель.*
- *Медицинские изделия.*

### **3.2.2. Бюро по содействию экспорту продукции**

В соответствии с постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан от 28.04.2011г. №122 «О дополнительных мерах по совершенствованию процедур сертификации и внедрения систем менеджмента качества» при агентстве "Узстандарт" создано Бюро по содействию экспорту продукции. Основные задачи бюро:

- *оказание предприятиям-производителям экспортоориентированной продукции бесплатных консультационных услуг по международным и страновым требованиям по стандартам, сертификации, маркировке, упаковке продукции и другим параметрам;*
- *разработка предложений по внедрению и достижению соответствия международным и страновым требованиям по стандартам производимой предприятиями - производителями экспортоориентированной продукции;*
- *оказание информационно-консультационного содействия предприятиям-производителям для получения необходимой информации по продвижению производимой продукции на зарубежные рынки;*
- *разработка и внедрение постоянно обновляемого справочника по международным и страновым требованиям по стандартам, сертификации, маркировке, упаковке продукции и другим параметрам.*

В составе Бюро и его территориальных подразделений имеются консультанты по стандартизации и метрологии, по аккредитации и аттестации органов и лабораторий и др. Все услуги оказываются на безвозмездной основе.

В основном сотрудники Бюро занимаются разъяснениями требований ГОСТов и стандартов Узбекистана, содействием подготовке нормативной документации по качеству, предоставляют информацию о регламентах и стандартах других стран. Информация по СНГ берется от Межгосударственного комитета по стандартизации, по другим странам - по связям Узстандарта и в Интернете.

**Основные клиенты** в вопросах продвижения экспорта и повышения конкурентоспособности из следующих отраслей:

- *Флодоовощной сектор.*
- *Машиностроение.*
- *Строительные материалы.*

### **3.2.3. Фонд поддержки экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства**

Фонд создан Постановлением Президента Республики Узбекистан №ПП-2022 от 08.08.2013 г. «О дополнительных мерах по поддержке экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства». Фонд действует при Национальном банке внешнеэкономической деятельности.

**Основными задачами и направлениями деятельности** Фонда являются:

- *проведение глубоких маркетинговых исследований внешних рынков по изучению текущей и перспективной конъюнктуры спроса на них и выявление потенциальных возможностей для экспорта продукции, производимой отечественными субъектами малого бизнеса и частного предпринимательства;*



- осуществление на системной основе анализа ассортимента и номенклатуры продукции, производимой субъектами малого бизнеса и частного предпринимательства, определение уровня ее конкурентоспособности на внешних рынках, формирование соответствующих баз данных, выработка на этой основе предложений, направленных на обеспечение соответствия выпускаемой экспортной продукции спросу на мировом и региональных рынках;
- оказание юридических, финансовых и организационных услуг по продвижению на внешние рынки продукции субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства, поиску потенциальных покупателей, подготовке и заключению контрактов, сопровождению экспортных операций, надежной защите экспортеров от возможных рисков, а также в получении и оплате необходимых лицензий, сертификатов, других разрешений и сборов, требуемых по законодательству зарубежных стран;
- оказание содействия в расширении участия субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства в зарубежных тендерных торгах, а также организации контактов отечественных производителей и иностранных покупателей путем организации ярмарок, «круглых столов» и др.

Фонд призван оказывать услуги и содействие исключительно субъектам малого бизнеса и частного предпринимательства и фермерским хозяйствам.

Первоначальный размер Фонда составляет 5 млрд. сумов. Источниками средств Фонда являются доходы, получаемые от оказания субъектам малого бизнеса и частного предпринимательства юридических, финансовых и организационных услуг, связанных с осуществлением внешнеэкономических операций, в виде комиссионных отчислений, а также другие источники, не запрещенные законодательством.

Фонд имеет право предоставлять субъектам малого бизнеса и частного предпринимательства, фермерским хозяйствам безвозмездное финансовое содействие для:

- развития отечественных брендов экспортоориентированной продукции, продвижения экспортных поставок, включая оплату необходимых лицензий, разрешений, сертификатов в соответствии с законодательством зарубежных стран, а также регистрационных сборов и других платежей, связанных с участием субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства в международных тендерных торгах;
- участия в зарубежных выставках и ярмарках с заключением экспортных контрактов, обеспечением выхода на новые рынки и экспорта новых видов продукции.

В настоящее время Фонд действует по следующим **основным направлениям деятельности** в рамках поддержки продвижения экспорта и повышения конкурентоспособности малых предприятий:

- Поиск зарубежных клиентов для экспортеров.
- Обеспечение участия предприятий на выставках.
- Содействие в получении разрешительных документов на импорт в другие страны.
- Юридическая помощь при оформлении экспортных контрактов.
- Финансовая помощь предприятиям на предэкспортное финансирование и повышение конкурентоспособности.

Конкретная деятельность заключается главным образом в:

- отправке коммерческих предложений отечественных предприятий в ТПП различных стран для их дальнейшего распространения среди потенциальных клиентов;
- регистрации коммерческих предложений на торговых площадках ([www.all.biz](http://www.all.biz), [www.taclot.com](http://www.taclot.com), [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com) и других);

- консультациях через филиалы фонда в каждом регионе;
- организации деловых встреч;
- софинансировании участия компаний на выставках.
- финансировании внедрения стандарта ISO 9001 в виде беспроцентного займа;
- предоставлении предэкспортного финансирования в сумах на оплату транспортных услуг, закуп сырья и т.д.

Работе фонда оказывают содействие отделы НБУ, МИД и посольства Республики Узбекистан.

В настоящее время услуги (консалтинг, юридическая помощь) оказываются преимущественно на безвозмездной основе, но по конкретно заключенным контрактам.

**Основные клиенты** из следующих отраслей:

- *Фруктоовощная продукция.*
- *Текстильная промышленность.*
- *Пищевая промышленность.*
- *Строительные материалы.*
- *Мебель.*
- *Медицинские изделия (средства гигиены).*

#### **3.2.4. Торгово-промышленная палата**

Торгово-промышленная палата Республики Узбекистан была создана в соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 7 июля 2004 года. Палата имеет структурные подразделения во всех регионах страны, в частности, 14 территориальных управлений, 127 информационно-консультационных и бизнес-центров, 14 третейских судов, 3 тренингово-ресурсных центра, 21 унитарное предприятие, 22 зарубежных представительства.

**Задачи Палаты:**

- *содействие ускоренному развитию предпринимательства в республике, прежде всего малого и частного бизнеса, формированию широкого класса реальных собственников, кардинальному повышению роли и значения частного сектора в экономической жизни страны;*
- *оказание содействия предпринимателям республики в расширении деловых контактов с зарубежными партнерами и инвесторами, в продвижении экспортной продукции, произведенной отечественными предпринимателями, на внешние рынки, а также в привлечении в республику прямых иностранных инвестиций для создания совместных предприятий, технического оснащения и перевооружения, прежде всего, малых и частных предприятий;*
- *налаживание и развитие сотрудничества с торгово-промышленными палатами и общественными объединениями предпринимателей других государств, организация деловых визитов делегаций предпринимателей Узбекистана и приглашение в республику зарубежных предпринимателей, проведение международных бизнес-форумов, торгово-промышленных выставок и ярмарок продукции предпринимателей в республике и за рубежом;*
- *оказание субъектам предпринимательской деятельности широкого спектра услуг, включая информационное обеспечение и консультативную помощь, организация публикаций бизнес-каталогов, включающих информацию об отечественных производителях, производимой ими продукции и инвестиционных возможностях, а также сведения о потенциальных партнерах и возможностях приобретения современных технологий;*

- осуществление мер по дальнейшему формированию благоприятной деловой среды для развития предпринимательства, внедрение в республике международно-принятых норм и практики ведения бизнеса, подготовка предложений по совершенствованию законодательства, направленных на улучшение правовых и экономических условий осуществления предпринимательской деятельности;
- представление и защита прав и законных интересов предпринимателей, в том числе в отношениях с органами государственного и хозяйственного управления по вопросам их регистрации, сертификации продукции, лицензирования и другим вопросам, а также при рассмотрении дел в судах;
- участие в разработке концепции развития предпринимательства и в реализации механизмов общественного контроля за деятельностью хозяйствующих субъектов;
- ведение реестра субъектов предпринимательства на основе государственного регистра предприятий и организаций;
- участие в создании системы трехстороннего (союз наемных работников, союз работодателей и правительство) сотрудничества, выработке и проведении национальной экономической и социальной политики;
- содействие урегулированию споров между хозяйствующими субъектами;
- организация работы по практической реализации решений Республиканского координационного совета по стимулированию развития малого и частного предпринимательства;
- координация мероприятий по поддержке субъектов предпринимательства, проводимых страховым агентством "Мадад", "Микрокредитбанком";
- организация награждения за вклад в развитие предпринимательства в Узбекистане;
- другие задачи с учетом мировой практики деятельности палат и международных договоров Республики Узбекистан, в соответствии с законодательством Республики Узбекистан.

Таким образом, Палата призвана оказывать содействие частному предпринимательству в Узбекистане по широкому кругу вопросов, включая **вопросы продвижения продукции на экспорт, налаживание сотрудничества отечественных предпринимателей с зарубежными партнерами**. Основные направления деятельности Палаты в данном направлении:

- Поиск иностранных партнеров на экспортных рынках.
- Изучение возможностей продаж на внешних рынках.
- Организация участия малых предприятий в международных выставках.
- Организация презентаций отечественной продукции за рубежом.

Работа ведется в основном через 22 зарубежных представительства Палаты.

Часть услуг для членов Палаты оказывается бесплатно.

**Основные клиенты** из следующих отраслей:

- Сельское хозяйство.
- Текстильная промышленность.
- Пищевая промышленность.
- Мебельная промышленность.
- Строительные материалы.

### **3.2.5. Прочие республиканские агентства и ассоциации, отраслевые ассоциации и концерны**

Содействие продвижению продукции на экспорт и повышению ее конкурентоспособности оказывают также ряд других национальных и отраслевых агентств и ассоциаций, в том числе:

- Ассоциация деловых женщин Узбекистана «Тадбиркор аёл» (<http://bwa.uzorg.net/>).
- Совет фермеров Узбекистана.
- Ассоциация предприятий пищевой промышленности ([www.oziq-ovqat.uz](http://www.oziq-ovqat.uz))
- ГАК «Узбекенгилсаноат» ([www.legprom.uz](http://www.legprom.uz)).
- ГАК «Узфармсаноат» ([www.uzpharmsanoat.uz](http://www.uzpharmsanoat.uz))
- Ассоциация «Узбекчармпойабзали» ([www.uzcharm.uz](http://www.uzcharm.uz))
- НАК «Узбектуризм» ([www.uzbektourism.uz](http://www.uzbektourism.uz)).
- ХК «Узвинпромхолдинг» ([www.vinsanoat.uz](http://www.vinsanoat.uz)).
- АК «Узстройматериалы» ([www.uzsm.uz](http://www.uzsm.uz)).
- ГАК «Узкимёсаноат» ([www.uzkimyosanoat.uz](http://www.uzkimyosanoat.uz)).
- Ассоциация ремесленников «Хунарманд» (<http://www.hunarmand.narod.ru/index.htm>).
- Ассоциация пчеловодов Узбекистана.

Как правило, содействие в продвижении экспорта со стороны данных организаций заключается в:

- привлечении национальных производителей к участию в национальных и международных выставках;
- консультациях, привлечении специалистов в вопросах повышения качества продукции, внедрения международных стандартов качества, получении международных сертификатов;
- пропаганде продукции национальных производителей за рубежом;
- изучении международного опыта в вопросах организации производства, маркетинга, обеспечения качества и пропаганда лучших практик среди местных производителей;
- пропаганде и консультациях в вопросах внедрения новых технологий;
- получении местными предпринимателями грантов, льготного финансирования и разных форм технического содействия.

### **3.2.6. Консалтинговые и маркетинговые компании**

По вопросам экспорта частные предприятия довольно редко обращаются в консалтинговые и маркетинговые компании, гораздо чаще последним приходится работать с импортерами. Наиболее распространенные **услуги в области продвижения экспорта:**

- Подготовка контрактов.
- Содействие в оформлении и получении прочих документов и прохождении разного рода процедур, необходимых для экспорта.
- Содействие в получении разного рода сертификатов.
- Исследования внешних рынков.
- Внедрение систем менеджмента качества.
- Помощь в участии в тендерах.
- Проведение тренингов.

### **3.2.7. Проекты международных организаций**

В Узбекистане работает несколько проектов, нацеленных на повышение экспортного потенциала местных производителей, в том числе таких организаций, как Программа развития ООН (ПРООН), Представительство Германского общества по международному сотрудничеству (GIZ), Агентство США по международному развитию (USAID) и др.

Такого рода проекты **нацелены** прежде всего на:

- изучение и оказание содействия во внедрении лучших зарубежных практик организации производственной и маркетинговой деятельности, организации работы государственных структур, содействующих продвижению экспорта и повышению конкурентоспособности;
- повышение кадрового потенциала предприятий, консалтинговых и государственных структур;
- выявление, обсуждение и решение актуальных проблем продвижения продукции на экспорт и повышения ее конкурентоспособности;
- налаживание контактов с потенциальными партнерами за рубежом.

Основные **направления деятельности** проектов:

- Организация тренингов, семинаров, «круглых столов».
- Организация консультаций, в том числе со стороны международных экспертов, для частного сектора и государственных структур.
- Организация стажировок руководителей и работников предприятий, представителей государственных структур за рубежом.
- Содействие участию национальных компаний в выставках.
- Анализ текущей ситуации и предоставление рекомендаций для правительства по совершенствованию нормативной базы и практики государственного регулирования в сферах частного предпринимательства и внешней торговли.
- Подготовка и публикация методических пособий и прочих документов.

### **3.3. Сложности при оказании технического содействия в вопросах продвижения экспорта и повышения конкурентоспособности**

В настоящее время сектор услуг в вопросах повышения экспортного потенциала национальных производителей в Узбекистане находится только на стадии формирования и пока еще не развит. Это обстоятельство обусловлено как низким спросом на такого рода услуги со стороны частных компаний, так и недостаточным предложением и низким качеством этих услуг со стороны специализированных агентств, отраслевых ассоциаций, консалтинговых компаний, проектов международных организаций.

**Ключевые проблемы** в работе специализированных экспортных агентств, служб поддержки экспорта при организациях содействия развитию бизнеса следующие:

- Недостаток знаний и опыта как на уровне работающих в этих организациях экспертов, так и менеджеров, занимающихся организацией технического содействия.
- Дефицит квалифицированных специалистов в вопросах продвижения продукции на экспорт, эффективной организации производства и маркетинга, внедрения современных стандартов качества.
- Недостаток знаний и опыта руководителей и менеджеров, действующих и потенциальных экспортеров, не позволяющие оценить им важность внедрения новых

технологий, совершенствования производственных и маркетинговых процессов, получения квалифицированной технической поддержки.

- Нехватка специальной литературы, методических пособий, инструкций, которые могли бы содействовать повышению экспортного потенциала отечественных предприятий и повышению качества работы институтов и экспертов поддержки экспорта.
- Неразвитость экспортной инфраструктуры, включая доступ к международной сертификации, логистическим и транспортным услугам.
- Наличие определенных барьеров на пути предпринимательской и внешнеторговой деятельности (см. более подробно раздел 2), включая проблемы с импортом сырья и оборудования, административные барьеры на пути экспорта, которые зачастую делают продукцию местных производителей не конкурентоспособной на внешних рынках, уменьшают стимулы к экспорту.

На вопрос какая им нужна **помощь от международных организаций**, представители агентств, консалтинговых фирм в основном называли следующие виды помощи:

- Организация тренингов и стажировок (как для предпринимателей, так и для экспертов), привлечение международных экспертов в сферах содействия продвижению экспорта, требований зарубежных рынков, внедрения современных технологий и международных стандартов качества, решения вопросов транспортировки и логистики, упаковки и маркировки, удлинения сроков хранения и пр.
- Подготовка гайдов, прочих методических и инструктивных материалов, поддержание сайтов и прочих информационных источников, которые бы давали полезную информацию для повышения экспортного потенциала и конкурентоспособности.
- Повышение потенциала местных лабораторий для того, чтобы они могли давать больше сертификатов и владели разными методами анализа.
- Предоставление экспортерам льготного финансирования, в том числе финансирования или со-финансирования консалтинговых услуг для экспортеров.

## 4. Международный опыт содействия при осуществлении экспорта и повышении конкурентоспособности

Работа зарубежных агентств поддержки экспорта нацелена на повышение экспортного потенциала отечественных предприятий, прежде всего предприятий малого и среднего бизнеса.

Можно выделить следующие основные направления работы такого рода агентств.

### 4.1. Анализ и мониторинг проблем и возможностей повышения экспортного потенциала отечественных производителей

Для оказания действенной технической помощи агентства поддержки экспорта должны располагать достоверной и подробной информацией о существующих проблемах действующих и потенциальных экспортеров, барьерах на пути экспорта, факторах, ограничивающих конкурентоспособность отечественных производителей. Для этого обычно осуществляются следующие виды деятельности:

- Проведение исследований и подготовка аналитических документов с целью **выявления и анализа широкого круга проблем местных предприятий, ограничивающих их экспортный потенциал**. Причем исследуются как внутренние проблемы бизнеса (например, связанные с недостатком опыта, недостаточной квалификацией персонала, неэффективной системой управления), так и внешние проблемы, обусловленные недостатками нормативной базы, практики государственного регулирования, экономической политики правительства и пр. Такого рода документы позволяют всем заинтересованным сторонам (и правительству, и организациям, оказывающим техническую поддержку, и самим предпринимателям) лучше понимать причины, ограничивающие конкурентоспособность и экспортный потенциал местного предпринимательства, и принимать соответствующие решения, нацеленные на улучшение ситуации.
- Постоянный или периодический **мониторинг**:
  - изменений в нормативно-правовой базе и практике государственного регулирования, прежде всего в сферах регулирования внешнеторговой деятельности;
  - изменений в структуре внешнеторговых потоков страны;
  - изменений в текущих проблемах, оценках и настроениях предпринимателей, прежде всего в вопросах внешнеторговой деятельности (такого рода информация собирается посредством опросов, «круглых столов»).
- Проведение исследований и подготовка аналитических документов с целью анализа текущего состояния **отдельных вопросов, наиболее важных для продвижения экспорта**, и выработка рекомендаций для правительства, структур технической поддержки, предпринимателей. Чаще всего предметом такого рода специализированных исследований являются:
  - тенденции и текущее состояние экспорта, его товарная и географическая структура, анализ причин изменений и сложившейся структуры, изучение возможностей для расширения экспортных поставок;
  - таможенные и прочие административные процедуры при экспорте (насколько они соответствуют лучшей международной практике, создают ли неоправданные барьеры для экспортеров);

- вопросы обеспечения качества продукции местных производителей, внедрение современных стандартов качества, использования современных технологий и оборудования;
- детальный анализ проблем и возможностей повышения конкурентоспособности и экспортного потенциала в отдельных отраслях и секторах экономики (чаще всего экспортоориентированных);
- выявление тарифных и нетарифных барьеров для экспорта в торговых странах-партнерах и предоставление рекомендаций в части преодоления этих барьеров.

#### **4.2. Информационная и консультационная поддержка, повышение кадрового потенциала экспортеров**

Агентства поддержки экспорта, как правило, предоставляют широкий круг *информационных ресурсов*, прежде всего это информация о:

- правилах осуществления внешнеторговых операций в соответствии с законодательством страны и стран – торговых партнеров;
- возможностях и льготах, которые предоставляет экспортерам национальное законодательство;
- спонсируемых, поддерживаемых правительством проектах, мероприятиях, имеющих экспортную направленность;
- возможностях для предпринимателей получения льготных кредитов, грантов, технической помощи от международных, зарубежных и национальных финансовых и донорских учреждений;
- состоянии и изменении важных внешнеторговых и иных экономических показателей;
- обзоры экономик стран – торговых партнеров;
- состоянии отдельных мировых и региональных рынков, представляющих интерес для национальных производителей; публикуемые отчеты, как правило, содержат обзор рынков, обзор заказчиков и каналов сбыта, анализ основных проблем доступа к рынку, список основных контактов.
- возможностях доставки товаров (логистика, транспортировка) на зарубежные рынки.

Кроме того, агентства *публикуют* (в печатном виде и на сайтах) свои аналитические и технические отчеты (см. раздел 4.1), в том числе о проблемах и удачном опыте предприятий, отраслевые обзоры, а также разного рода справочники, пособия, инструктивные материалы и другую полезную для предпринимателей и экспортеров литературу, справочники и каталоги экспортной продукции национальных производителей, каталоги услуг для производителей и экспортеров, специализированные журналы и газеты.

Наконец агентства могут размещать разного рода *ресурсы в интерактивном режиме*:

- базы данных национальных компаний, их продукции;
- консультации и тренинги в интерактивном режиме;
- информацию о тендерах и конкурсах в зарубежных странах и международных организаций, в которых могли бы принять участие национальные производители;
- текущие предложения транспортных и логистических компаний;
- информацию об условиях импорта в разные страны (таможенные платежи, необходимые документы, стандарты качества и пр.);
- доступ к детальной внешнеторговой статистике;



- сайты торгового посредничества, где размещаются коммерческие предложения национальных и зарубежных предпринимателей, в том числе с возможностями для потенциальных покупателей интерактивного поиска нужных ему контактов;
- калькуляторы таможенных платежей, расстояний и стоимости доставки грузов и т.д.

Агентства, как правило, осуществляют регулярную *электронную рассылку* своих материалов для членов, подписчиков, заинтересованных сторон.

Важнейшим направлением работы агентств поддержки экспорта являются предоставление (на платной или бесплатной основе) или со-финансирование услуг экспертов, организация тренингов, учебных туров по направлениям, позволяющим национальным производителям повысить конкурентоспособность и экспортный потенциал своей продукции. Чаще всего *консультации и тренинги* проводятся по следующим вопросам:

- Оценка экспортного потенциала конкретных предприятий, выбор стран и регионов для экспорта, оценка и анализ экспортных рисков.
- Правила осуществления внешнеторговых операций, возможности и льготы при экспорте.
- Инструменты изучения внешних рынков, поиска партнеров, продвижения продукции на экспорт.
- Требования зарубежных рынков к качеству, товарному виду, упаковке, этикетке, маркировке, содержанию рекламных материалов и пр. для отдельных категорий товаров.
- Международные стандарты качества продукции, внедрение современных систем управления качеством.
- Логистика и транспортировка при экспорте.
- Внедрение современных технологий и систем управления (производством, качеством, сбытом, человеческими ресурсами и пр.).
- Возможности использования ресурсов и услуг банковского и страхового секторов.

Агентства содействия экспорту также часто способствуют организации работы разного рода *клубов* (экспортеров, производителей отдельных отраслей), проведению *тематических «круглых столов» и семинаров*. Такого рода мероприятия позволяют предпринимателям обмениваться опытом, объединять свои усилия для совместных действий (при организации совместных маркетинговых акций, лоббировании своих интересов и т.д.), а агентствам – изучать текущие проблемы, оценки, ожидания бизнеса, накапливать информацию о положительном и негативном опыте осуществления экспорта.

### 4.3. Содействие в продвижении продукции на экспорт

Агентства поддержки экспорта, как правило, оказывают прямую поддержку в продвижении продукции национальных производителей на внешние рынки, а именно:

- Выпускают справочники и каталоги экспортной продукции национальных производителей, каталоги услуг для производителей и экспортеров, инструктивные материалы по продвижению продукции на экспорт, обзоры мировых и зарубежных рынков и пр. (см. раздел 4.2).
- Оказывают или со-финансируют консультационные услуги и тренинги, организуют учебные туры для национальных производителей за рубежом по вопросам продвижения продукции на экспорт (см. раздел 4.2).

- Проводят «точечные» консультации для национальных производителей, позволяющие провести диагностику готовности фирмы к экспорту, оценить ее экспортный потенциал, понять направления работы для его повышения, выбрать страны и сегменты для экспорта, оценить возможные риски и трудности, разработать детальный план обо всех этапах экспорта, начиная с разработки экспортной стратегии и до установления дистрибьюторской сети.
- Помогают работать на конкретных рынках, в том числе сделать перспективный анализ рынка, найти ключевые контакты в своей области, спланировать визиты, получить сведения о местных компаниях, улаживать возникающие конфликты и пр.
- Проводят исследования конкретных зарубежных рынков и разрабатывают маркетинговые программы по заказам компаний.
- Организуют торговые миссии национальных производителей в страны – торговые партнеры; собирают информацию о потенциальных партнерах для отечественных производителей, сводят покупателей и продавцов.
- Организуют обратную связь, ответные миссии иностранных покупателей.
- Составляют списки подходящих импортеров, дистрибьюторов и агентов.
- Организуют выставки, ярмарки, семинары в стране и участие национальных производителей в международных выставках, ярмарках, семинарах.
- Помогают предприятиям налаживать связи с другими организациями поддержки экспорта, с государственными структурами.
- Финансируют или возмещают затраты (часть затрат) предпринимателей по продвижению продукции на зарубежные рынки, совершенствованию товарного вида продукции.
- Организуют торговые представительства, дома в зарубежных странах, которые оказывают консультации, помогают заключать сделки, выступают посредниками, помогают с получением доступа к финансовым ресурсам и т.д.
- Продвигают национальные бренды, национальную продукцию в целом на зарубежные рынки (прямая реклама, пропагандистские публикации и пр.), в том числе через презентации экспортного потенциала национальных производителей на международных выставках в формате Единого национального стенда.
- Помогают национальным производителям участвовать в тендерах, конкурсах других стран и международных организаций (подсказки национальным производителям где можно участвовать, содействие в разработке заявки, коммерческого предложения).
- Осуществляют правовой аудит договоров, оказывают правовую поддержку экспортерам в разрешении трудностей и споров, возникающих при взаимодействии с партнерами, официальными структурами за рубежом.
- Содействуют кооперации национальных производителей при продвижении экспортной продукции.

#### **4.4. Содействие по повышению конкурентоспособности продукции**

В целях повышения конкурентоспособности продукции отечественных производителей экспортные агентства оказывают техническое содействие (предоставляют консультации, проводят тренинги, публикуют материалы и пр.) по следующим направлениям:

- Повышение качества и стандартизация товаров и услуг, производимых в стране.
- Содействие в совершенствовании системы образования, повышения квалификации по важным для бизнеса специальностям.
- Улучшение доступа к долговременным кредитам для реконструкции, приобретения оборудования и производства новых конкурентоспособных товаров и услуг.
- Предоставление грантов, со-финансирование проведения исследований и разработок в стратегических технологических областях для увеличения промышленной конкурентоспособности компаний.
- Оказание помощи в трансфере технологий.
- Поиск инвесторов для МСБ.
- Содействие внедрению современных технологий и систем управления (производством, качеством, сбытом, человеческими ресурсами и пр.).
- Содействие внедрению международных стандартов качества продукции, современных систем контроля качества.
- Приведение в соответствие с международными стандартами системы финансового и управленческого учета, что облегчает доступ предприятий к получению заемных средств и налаживанию долгосрочных отношений с зарубежными партнерами.

#### **4.5. Финансовая поддержка, содействие в привлечении финансовых ресурсов**

Это направление может включать:

- Предоставление национальным предприятиям грантов, льготных кредитов, со-финансирования на деятельность, связанную с экспортом или повышающую экспортный потенциал, в том числе для:
  - закупки, сырья, комплектующих, оборудования, модернизации производственных помещений,
  - модификации продуктов, упаковки и маркирования для экспортных целей,
  - разработки рекламных материалов и презентаций для демонстрации на зарубежных рынках,
  - проведения маркетинговых исследований и разработки экспортных планов,
  - тестирования и сертификации продуктов,
  - платы участия в зарубежных выставках, визитов за рубеж,
  - перевода технических описаний и каталогов, оплаты контрактов за рубежом и т.д.
- Помощь в получении финансирования в рамках правительственных и донорских программ.
- Предоставление банковских гарантий для разделения некоторой доли рисков с банком-агентом экспортера, что помогает экспортеру в получении в банке кредита.
- Страхование или содействие в страховании рисков, связанных с экспортной деятельностью. Прежде всего, речь идет о страховании дебиторской задолженности (защита от неплатежей со стороны зарубежных контрагентов). Кроме того продукты и услуги могут быть застрахованы от широкого спектра политических и коммерческих рисков.

- Предоставление гарантий агентства перед иностранными партнерами национальных производителей. Агентство дает заказчику гарантию того, что все условия сделки будут выполнены в соответствии с договором, что значительно повышает доверие к экспортеру и отражается на финансовых условиях сделки. Такого рода гарантии помогают малым предприятиям перейти на новый качественный уровень бизнеса и конкурировать со значительно более крупными и известными компаниями.

Получатели финансовой поддержки от агентств продвижения экспорта должны отвечать определенным критериям. Чаще всего это успешная предпринимательская деятельность в течение определенного времени, имеющиеся поставки на экспорт в размере не менее определенной суммы, хорошая кредитная история. Предпринимателям, получившим финансовую поддержку, как правило, предоставляется также техническая помощь.

## 5. Выводы и рекомендации

### 5.1. Краткие выводы

**Цель настоящего исследования** – помочь национальным организациям по содействию экспорту Узбекистана, донорам, государственным структурам в понимании потребностей действующих и потенциальных экспортеров в поддержке, предоставлении рекомендаций по дальнейшему совершенствованию деятельности национальных организаций и проектов по продвижению экспорта, в том числе с учетом международного опыта.

По итогам **раздела 2 и 3** можно сделать вывод, что для действующих и потенциальных экспортеров наиболее актуальными **потребностями в содействии** являются:

- Содействие национальным предприятиям в работе на внешних рынках: изучение запросов покупателей, поиск клиентов, налаживание партнерских отношений, разработка грамотной маркетинговой стратегии, проведение мер по продвижению продукции на рынок.
- Предоставление информации о зарубежных рынках, включая информацию о структуре спроса, состоянии конкуренции, технических требованиях к продукции, правилах осуществления импорта, методах продвижения продукции на рынки.
- Помощь в организации и финансировании участия местных компаний на международных выставках; содействие в распространении информации о продукции узбекских компаний за рубежом.
- Содействие в улучшении качества продукции, приведение ее в соответствие с международными стандартами качества.
- Содействие в улучшении внешнего вида продукции (размеры, товарный вид, упаковка, маркировка, этикетка и пр.).
- Содействие в покупке и внедрении нового оборудования и технологий.
- Содействие в получении внешнего финансирования для инвестиционных проектов и предэкспортного финансирования.
- Повышение кадрового потенциала предприятий (через тренинги, стажировки, публикацию методических материалов).
- Содействие в оформлении необходимой для экспорта документации, преодолении административных барьеров, помощь с логистикой и транспортировкой грузов.
- Содействие кооперации экспортеров для обмена опытом и проведения совместных акций.
- Лоббирование интересов экспортеров и малых предприятий в государственных структурах, борьба за устранение барьеров на пути экспорта и улучшение бизнес-климата.

Таким образом, предприятия нуждаются во внешней поддержке по самому широкому кругу вопросов. Соответственно, агентства и организации, занимающиеся поддержкой экспорта должны привлекать широкий круг специалистов: маркетологов, технологов, юристов, а также проводить и/или поощрять мероприятия по повышению квалификации сотрудников предприятий.

В **разделе 3** описана ситуация с **предложением услуг в вопросах повышения экспортного потенциала и продвижения продукции на экспорт**. В настоящее время в Узбекистане действует довольно большое количество организаций, призванных оказывать техническое

содействие частному предпринимательству в данном направлении. Однако специализируются на этом лишь следующие государственные агентства: государственные внешнеторговые компании, в том числе СВТК «Узтадбиркорэкспорт» (при Министерстве внешнеэкономических связей, инвестиций и торговли Республики Узбекистан), Бюро по содействию экспорту продукции (при агентстве «Узстандарт»), Фонд поддержки экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства (при Национальном банке внешнеэкономической деятельности). Активную работу в поддержку экспорта проводит также Торгово-промышленная палата Республики Узбекистан, а также несколько проектов международных организаций. Остальные институты (в том числе отраслевые ассоциации, консалтинговые фирмы) занимаются вопросами поддержки экспорта и экспортеров лишь эпизодически, что связано, в том числе и с низким спросом на такого рода услуги со стороны частных компаний.

Специализированные экспортные агентства и службы поддержки экспорта при организациях содействия развитию сталкиваются с недостатком знаний и опыта, дефицитом квалифицированных специалистов, нехваткой специальной литературы, методических пособий и инструкций, неразвитостью экспортной инфраструктуры. Низкий спрос на услуги технической помощи обусловлен, в том числе, и недостатком знаний и опыта руководителей и менеджеров предприятий. Ограничивают возможности и эффективность технического содействия в вопросах экспорта также большое количество барьеров на пути предпринимательской и внешнеторговой деятельности, включая проблемы с обеспечением валютой, импортом сырья и оборудования, административные барьеры на пути экспорта.

Представители институтов поддержки экспорта ожидают **помощь от международных организаций** в организации тренингов и стажировок, привлечении международных экспертов, подготовке методических и инструктивных материалов, поддержании сайтов и прочих информационных источников, повышении потенциала местных лабораторий, предоставлении экспортерам льготного финансирования.

В **разделе 4** подробно описываются направления деятельности агентств поддержки экспорта в других странах. Такого рода деятельность, как правило, ведется в рамках пяти блоков:

1. Анализ и мониторинг проблем и возможностей повышения экспортного потенциала отечественных производителей, выработка рекомендаций.
2. Информационная и консультационная поддержка, повышение кадрового потенциала экспортеров.
3. Содействие в продвижении продукции на экспорт.
4. Содействие по повышению конкурентоспособности продукции.
5. Финансовая поддержка, содействие в привлечении финансовых ресурсов.

## **5.2. Рекомендации для институтов поддержки экспорта**

Проведенный анализ позволяет предложить следующий комплекс рекомендаций по совершенствованию работы институтов технической поддержки экспорта в Узбекистане.

### **5.2.1. Приоритетные направления деятельности**

Приоритетами в деятельности институтов поддержки экспорта должны стать направления, реализация которых позволит добиться наилучших результатов в деле повышения экспортного потенциала отечественных производителей. По результатам настоящего исследования таковыми являются:

1. ***Информирование производителей о возможностях для экспорта, состоянии перспективных для экспорта зарубежных рынках, возможностях выхода на них национальных экспортеров***, включая информацию о запросах и требованиях к

продукции, правилах осуществления импорта, наиболее эффективных каналах и методах продвижения продукции на внешние рынки, о правилах и льготах осуществления экспорта в Узбекистане.

2. ***Содействие в продвижении продукции национальных производителей на внешние рынки***, включая помощь в налаживании партнерских отношений, разработке и реализации маркетинговой стратегии, участии местных компаний на международных выставках, оформлении необходимой для экспорта документации, преодолении административных барьеров, помощь с логистикой и транспортировкой грузов, а также распространение информации о продукции национальных компаний за рубежом.
3. ***Содействие в повышении конкурентоспособности продукции национальных производителей***, включая внедрение международных стандартов качества и улучшение внешнего вида продукции, внедрение современных систем управления и учета, технологическую модернизацию, повышение кадрового потенциала предприятий, содействие в получении внешнего финансирования.
4. ***Устранение барьеров на пути экспортной деятельности и факторов, ухудшающих конкурентоспособность национальных производителей***, включая изучение существующих проблем и барьеров для экспорта и предпринимательства, предоставление рекомендаций, защиту прав и интересов предпринимателей, как на территории Узбекистана, так и за его пределами.

## **2. Инструменты и подходы технического содействия**

При оказании технического содействия можно использовать следующие инструменты:

- ***Сбор и анализ информации***, в том числе:
  - постоянное ведение базы данных экспортеров и потенциальных экспортеров, включающей информацию об ассортименте и качестве продукции, используемых технологиях, опыте экспортной деятельности;
  - мониторинг изменений нормативно-правовой базы, прежде всего в вопросах внешнеэкономической деятельности, как Узбекистана, так и стран – торговых партнеров Узбекистана;
  - проведение опросов предпринимателей, экспортеров, экспертов с целью выявления существующих проблем и барьеров ведения бизнеса и экспортной деятельности;
  - мониторинг изменений в структуре внешнеторговых потоков страны, объемах и структуре экспорта, а также в объемах и структуре импорта стран – торговых партнеров Узбекистана;
  - проведение маркетинговых исследований зарубежных рынков, перспективных для экспорта (по заказам групп предприятий, отраслевых ассоциаций, отдельных предприятий);
  - проведение исследований проблем и возможностей повышения экспортного потенциала в экспортоориентированных отраслях и секторах экономики;
  - сбор информации о зарубежных и международных институтах поддержки внешней торговли, об услугах, которые они могут оказать узбекистанским производителям.
- ***Публикации и распространение полезной информации*** (через распространение печатной продукции, размещения информации на сайте, электронную рассылку), в том числе:
  - справочники и каталоги экспортной продукции национальных производителей;

- каталоги услуг, контакты поставщиков для производителей и экспортеров;
  - информационные и инструктивные пособия о правилах (в соответствии с законодательством Узбекистана и стран – торговых партнеров Узбекистана) осуществления экспортной деятельности, имеющихся возможностях и льготах для экспортеров, включая описание возможностей и льгот, которые предоставляет экспортерам национальное законодательство, правительственные программы, международные, зарубежные и национальные финансовые и донорские учреждения;
  - отчеты о проблемах осуществления экспортной деятельности, барьерах на пути предпринимательства, включая рекомендации по устранению проблем и барьеров, кейсы удачного и неудачного опыта;
  - обзоры рынков зарубежных стран, перспективных для экспорта, включая анализ запросов на рынке, требований к качеству, правил осуществления импорта, каналов продвижения, состояние конкуренции, список основных контактов и пр.;
  - отраслевые обзоры с анализом проблем и возможностей повышения конкурентоспособности и экспортного потенциала.
- **Оказание услуг через Интернет.** В частности, на сайтах институтов поддержки экспорта можно размещать такие информационные ресурсы, как:
    - постоянно обновляемые базы данных национальных компаний, их продукции;
    - постоянно обновляема информация о сайтах, контактах организаций и проектов, которые могут быть полезны для экспортеров (местные и зарубежные официальные агентства, донорские организации и проекты, торговые дома и представительства, крупные торговые сети, сайты, на которых можно получить доступ к внешнеторговой статистике, маркетинговым исследованиям, информации о тендерах, предложениях покупателей, транспортных компаний и т.д.)
    - консультации и тренинги, обсуждения на форумах в интерактивном режиме;
    - постоянно обновляемую информацию о тендерах и конкурсах в зарубежных странах и международных организаций, в которых могли бы принять участие национальные производители;
    - текущие предложения транспортных и логистических компаний;
    - информацию об условиях импорта в разные страны (таможенные платежи, необходимые документы, стандарты качества и пр.);
    - доступ к детальной внешнеторговой статистике;
    - текущие коммерческие предложения национальных и зарубежных предпринимателей;
    - и прочую полезную для экспортеров информацию.
  - **Проведение тренингов, семинаров, «круглых столов», организация учебных туров для национальных производителей за рубежом, предоставление групповых и индивидуальных консультаций**, прежде всего, по следующим направлениям:
    - Оценка экспортного потенциала конкретных предприятий, выбор стран и регионов для экспорта, оценка и анализ экспортных рисков<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Как показывает опыт весьма полезными могут оказаться «точечные» консультации для национальных производителей, позволяющие провести диагностику готовности фирмы к экспорту, оценить ее экспортный



- Правила осуществления внешнеторговых операций, возможности и льготы при экспорте.
  - Изучение внешних рынков, поиск партнеров, продвижение продукции на экспорт.
  - Требования зарубежных рынков к качеству, товарному виду, упаковке, этикетке, маркировке, содержанию рекламных материалов и пр. для отдельных категорий товаров.
  - Международные стандарты качества продукции, внедрение современных систем управления качеством.
  - Логистика и транспортировка при экспорте.
  - Внедрение современных технологий и систем управления (производством, качеством, сбытом, человеческими ресурсами и пр.).
  - Возможности использования ресурсов и услуг банковского и страхового секторов.
- ***Содействие участию национальных производителей в торговых миссиях, выставках, налаживанию прямых контактов с зарубежными партнерами, включая:***
    - сбор информации о потенциальных партнерах для отечественных производителей;
    - организацию торговых миссий национальных производителей в страны – торговые партнеры;
    - организацию миссий иностранных партнеров;
    - организацию международных выставок, ярмарок, семинаров в Узбекистане
    - содействие участию национальных производителей в зарубежных выставках, ярмарках, семинарах;
    - помощь национальным предприятиям налаживать связи с другими организациями поддержки экспорта, с государственными структурами;
    - организация торговых представительств в зарубежных странах для предоставления консультаций, содействия в заключении сделок и т.д.;
    - продвижение национальных брендов, национальной продукции на зарубежные рынки, через прямую рекламу, пропагандистские публикации, единые национальные стенды на международных выставках;
    - помощь национальным производителям в участии в тендерах, конкурсах других стран и международных;
    - правовой аудит договоров, правовую поддержку экспортерам в разрешении трудностей и споров, возникающих при взаимодействии с партнерами, официальными структурами за рубежом;
  - ***Организация разного рода постоянно действующих сетей экспортеров и потенциальных экспортеров.*** Это могут быть клубы, постоянно действующие рабочие группы. В группы объединяются участники, которые работают или хотят работать на экспорт и имеющие общие темы для обсуждения, например, экспортеры региона, действующие и потенциальные экспортеры из одной отрасли или

---

потенциал, понять направления работы для его повышения, выбрать страны и сегменты для экспорта, оценить возможные риски и трудности, разработать детальный экспортный план, оказать помощь в поиске ключевых контактов, провести исследования конкретных зарубежных рынков и разработать маркетинговые программы.

ориентированных на одну категорию покупателей, конкретную страну или группу стран. Сети предпринимателей позволяют участникам а) обмениваться опытом и полезной информацией, б) проводить совместные мероприятия (например, проведение совместных маркетинговых акций, торговых миссий, тренингов, маркетинговых исследований, выпуск общих каталогов, буклетов, совместное лоббирование интересов). Проведение обсуждений в on-line формате позволяет привлечь к ним экспертов, лиц, имеющих необходимый опыт и знания и пр. Как показывает международный опыт, различные формы кооперации экспортеров и производителей способны существенно стимулировать экспорт.

- **Прочие инструменты**, в том числе:
  - Предоставление гарантий при заключении контрактов, получении кредитов (что уменьшает издержки экспортеров, позволяет получить более выгодные условия контрактов).
  - Предоставление национальным предприятиям грантов, льготных кредитов, софинансирования на деятельность, связанную с экспортом или повышающую экспортный потенциал.
  - Помощь в получении финансирования в рамках правительственных и донорских программ.
  - Страхование или содействие в страховании рисков, связанных с экспортной деятельностью.
  - Лоббирование интересов экспортеров и малых предприятий во властных структурах, борьба за устранение барьеров на пути экспорта и улучшение бизнес-климата.
  - Проведение разного рода акций, кампаний за качество и стандартизацию товаров и услуг, производимых в стране.

## Опыт работы агентства ExportAR Foundation (Аргентина)

**ExportAR Foundation**<sup>5</sup> – агентство было создано для решения проблемы низкого уровня экспортного потенциала малых и средних предприятий (МСП). Несмотря на существование других программ по продвижению экспорта до создания ExportAR Foundation, они ориентированы на усиление экспортного потенциала сельского хозяйства и агропромышленного комплекса, но не уделялось внимания для создания потенциала МСП в целом, особенно в нетрадиционных секторах и промышленности.

МСП особо ощущают «информационный голод», касающиеся развития их секторов, потому что они не обладают достаточным аналитическим потенциалом или финансовыми ресурсами для инвестирования в проведение собственных маркетинговых исследований и организацию исследовательских коммерческих миссий. Все вышеназванные условия обусловили запуск государственной программы по сокращению данных препятствий для обеспечения устойчивости данного ключевого сегмента экономики. За счет данной программы компании получили знания по ориентации своей деятельности в условиях рынка и адаптации своей продукции в соответствии с рыночным спросом<sup>6</sup>.

Ниже приведены некоторые уязвимые места МСП, связанных с информационным дисбалансом<sup>7</sup> (Racine 2004 г.):

- Отсутствие эффекта масштаба (неделимость человеческого и физического капитала)
- Отсутствие информации о технологиях и передовой практике
- Низкий уровень взаимодействия с другими компаниями
- Отсутствие доступа к профессиональному консультированию
- Отсутствие доступа к капиталу и инвестициям
- Сопротивление переменам
- Низкий потенциал управления
- Слабое понимание механизма рынка
- Слабые бизнес-стратегии (недостаточное регулирование своих возможностей с возможностями рынка)
- Слабый процесс разработки продуктов/стратегии по улучшению (не способность проведения незначительных улучшений)
- Плохие производственные стратегии

Программа Exportar облегчает доступ МСП к информации для устранения пробелов в деятельности и улучшение их возможностей для усиления их конкурентных преимуществ. Без прямого вмешательства в бизнес-процессы, программа стимулирует инновации в процессе получения компаниями информации об условиях работы на внешних рынках и внесение соответствующих корректировок в их продукцию, услуги и маркетинговые стратегии.

Программа не ограничивается предоставлением информации пассивным способом. При осуществлении своей деятельности они опираются на частный сектор и на сотрудников торговых миссий в посольствах и консульствах по всему миру.

Уполномоченные специализированные рабочие группы разрабатывают стратегические планы, касающиеся конкретных продуктов, отдельных секторов или рынков, которые создают дополнительные возможности для промышленности Аргентины. Когда определен продукт или сектор в качестве стратегической возможности, то программа старается объединить все

<sup>5</sup> <http://www.exportar.org.ar/web2013/inteligencia.php?nc=4>

<sup>6</sup> By Juan D. Rogers World Bank, 2013 Export promotion in Argentina: The ExportAR Foundation

<sup>7</sup> Racine, J. L. 2004. “Using Industrial Extension to Enhance the Technological Capabilities of SMEs in Vietnam.” United Nations Industrial Development Organization.

заинтересованные стороны для разработки планов по проникновению на конкретные рынки. ExportAR нацелено на увеличение объема и разнообразия на рынках, там где МСП Аргентины уже присутствуют.

В случаях, когда предприятия являются членами Торгово-промышленной палаты или бизнес-ассоциации, то программа ExportAR Foundation сотрудничает с данными организации, которые смогут фасилитировать участие заинтересованных компаний. Программа оказывает поддержку компаниям с определенной продуктовой линейкой и специализирующиеся в конкретных секторах, которые не состоят в членстве в какой-либо ассоциации - в данном случае так обстоит дело по разработке экспортных стратегий и продвижению экспортных возможностей с некоторых региональных и традиционных продуктов. ExportAR Foundation привлекает компетентных специалистов как на национальном, так и международном уровне с целью подготовки отчетов и стратегических планов по расширению экспортных возможностей для целевых секторов и производств.

Профессиональные консультанты оказывают содействие предприятиям реализовать стратегии, в то время как отдельные фирмы адаптируют свои бизнес-планы для продвижения экспортных возможностей, которые были определены ранее. Большинство пересмотренных планов включают в себя внедрение инноваций, которые повысят их конкурентные позиции на целевых рынках. Некоторые фирмы могут вносить изменения, которые концептуально просты, хотя технически могут быть сложными; например, Conexport SA, компания в провинции Сан-Хуан, которая специализируется на производстве винограда и других фруктов, переработке данной продукции, разработке технологии органического производства всей сельскохозяйственной продукции для удовлетворения требований рынков в Европе и Северной Америке.

Продвижение экспорта целевых секторов осуществляется в пять этапов, согласованных с заинтересованными сторонами:

1. Анализ текущей ситуации и тенденции международного рынка
2. Анализ секторов в Аргентине
3. Определение факторов специализации
4. Средства коммуникации
5. План действий по продвижению сектора

Реализация этапов может занять от трех до пяти месяцев для проекта типичного сектора. Кроме того, Фонд также проводит стандартные мероприятия по продвижению экспорта, такие как:

- Организация национальных стендов на международных выставках
- Частичное со-финансирование участия малых и средних предприятий в торговых ярмарках, где представлены национальные стенды
- Организация торговых миссий для делового сообщества целевых производственных секторов
- Публикация периодических отчетов о состоянии развития рынка

ExportAR Foundation была создана в форме некоммерческой организации со смешанным (государственно-частным) владением и управлением. Организация управляется Административным Советом с участием представителей государственного и частного секторов. Исполнительный директор назначается Министерством иностранных дел из числа известных профессионалов, в то время как большинство членов Совета являются представители бизнес сообщества, например, бизнес-ассоциации или организации финансового сектора. Цель ExportAR Foundation - создание условий для установления бизнес отношений для производителей Аргентины с иностранными партнерами. Прямое воздействие внешнего спроса очень часто стимулирует развитие инновациям в данных фирмах.

ExportAR Foundation имеет более 50 офисов по всей стране для обеспечения доступа к широкому спектру услуг, предоставляемых для МСП. Для оказания помощи в поиске бизнес-партнеров и новых возможностей за рубежом, существует база данных по поиску контактов через 108 дипломатических миссий Аргентины по всему миру. Шесть офисов функционируют - в США, Европе и Бразилии, тем самым охватывая три стратегических рынка для реализации продукции Аргентины.

По мере роста программа начала обслуживать большее количество компаний, она открыла офисы практически во всех провинциях страны с целью предоставления информационной поддержки более широкого спектра потребностей малых и средних предприятий в регионах, и различных секторов и производств. Сотрудники ExportAR Foundation готовят аналитические доклады, охватывающие два важных компонента для осуществления экспорта: потенциал компании и рыночные возможности.

ExportAR Foundation регулярно отслеживает проведение международных выставок и конференций. ExportAR Foundation финансирует создание и установку национального стенда, а компания (выставляющаяся) несет ответственность за расходы связанные с созданием собственной презентации. Таким образом, происходит частичное со-финансирование участия в ярмарках.

ExportAR Foundation оказывает помощь МСП в диагностике проблем, которые предприятиям необходимо решать для вхождения на целевые рынки, а также консультирует по вопросам управления изменениями. ExportAR Foundation использует для этих целей контакты своего сетевого взаимодействия с государственным и частным сектором для поиска авторитетных и компетентных специалистов, которые могут в дальнейшем реализовать консалтинговые проекты для устранения выявленных проблем, или содействовать МСП в приобретении компетенций и прохождении сертификации.

Ключевым фактором успешности программы является эффективный механизм государственно-частного партнерства, объединяющей понимание взаимной ответственности за результаты, что позволило эффективно распределить ответственность.

Представители частного сектора могут обсуждать или воспользоваться советом опытных компаний по выявлению коммерческих потребностей и стоящих вызовов и разработать программу мер по определению, поиску, и использованию необходимой информации, для того, чтобы государственный сектор смог более эффективно участвовать в программе, нежели чем они просто осуществляли контроль по принципу «сверху вниз».

ExportAR Foundation отчитывается по нескольким показателям для оценки успешности Программы, а именно:

- Увеличение объема экспорта и стоимости обслуживаемых компаний фирм
- Экспорт на новые рынки со стороны участвующих в программе МСП
- Расширение экспортной деятельности, со стороны МСП экспортеров
- Количество МСП экспортеров-новичков при содействии программы
- Увеличение разнообразия экспортной продукции участвующими МСП

Другие достижения ExportAR:

- Ежегодные консультации с представлением конкретной коммерческой информации адаптированной для потребностей бизнеса (более чем 25 000 ежегодно)
- Осуществлено более 100 ежегодных мероприятий по содействию развитию экспорта по всему миру
- Организация участия представителей аргентинских компаний на более чем 50 выставках ежегодно и размещение информации о продукции МСП на основных глобальных выставочных мероприятиях
- Приглашение иностранных компаний для участия в бизнес-турах для налаживания стратегического партнерства с компаниями Аргентины
- Предоставление технического содействия путем проведения семинаров, тренингов, совещаний и технических консультаций для 10 000 предпринимателей ежегодно по всей стране
- Проведение рекламных компаний для 20 отраслей экономики Аргентины по разработке стратегических планов и для их выхода на внешние рынки

*Источник: Аналитическая записка “Международные инструменты и технологии по поддержке МСБ”, г. Усть-Каменогорск, 2014г. Материал опубликован при содействии Европейского Союза.*

## Лучшие практики Европы в поддержке интернационализации бизнеса

На сегодняшний день в странах Европы одним из важных вопросов является интернационализация предприятий малого бизнеса. Большая доля малых и средних предприятий и большинство из тех, где количество сотрудников менее 10 человек, всю свою деятельность сосредотачивают на своих местных или национальных рынках. При этом, согласно международным исследованиям, высокий процент малых и средних предприятий никогда даже не рассматривал возможность выхода на международный уровень. Расширение их деятельности за рубеж по-прежнему считается ненужным либо слишком затратным и рискованным. Однако, интернационализация предлагает доступ к расширенной клиентской базе, дополнительным поставщикам или воздействию новых технологий. В целом, она предлагает путь к повышению производительности, обеспечению долгосрочной устойчивости и повышению конкурентоспособности, которые являются основными преимуществами (выгодами) успешной стратегии интернационализации. Важно пропагандировать большую интернационализацию среди малых и средних предприятий, но еще важнее повышать уровень информированности не только о преимуществах/выгодах интернационализации, но и о существующих программах поддержки предприятий МСБ, когда те решают выйти на международный уровень. Иногда нехватка знаний о программах поддержки или путаница, созданная слишком многочисленными, дублирующими друг друга схемами поддержки, приводит к тому, что предприятия МСБ теряются, когда приходит время, чтобы реализовать свое намерение выйти на международный уровень. Это особенно верно в отношении самых маленьких предприятий МСБ, тех, кто потенциально относится к числу наиболее нуждающихся в поддержке. Поэтому важные попытки должны сочетаться с программой для того, чтобы взаимодействовать с целевыми Программами, приглашающими предприятия МСБ выйти за рамки своих естественных границ для импорта, экспорта, сотрудничества и т.д., сильные и эффективные коммуникации с малыми и средними предприятиями должны сочетаться с удобной для пользователей системой (например, по принципу «одного окна»), чтобы собрать и перевести первоначальный интерес в первые шаги в направлении интернационализации, которые сделают предприятия МСБ.

Для того, чтобы увеличить количество интернациональных предприятий МСБ, важно облегчить доступ к такого рода информации, чтобы компания могла минимизировать относительно высокие первоначальные затраты и риски по выходу на международный уровень. Наличие такой соответствующей информации имеет важное значение для процесса принятия решений предприятиями МСБ, т.к. это позволяет им планировать стратегию интернационализации.

*Лучшие практики* в отношении интернационализации МСБ в странах ЕС достаточно разнообразны.

### Германия

#### *Предоставление информации о зарубежных рынках - немецкие торгово-промышленные палаты за рубежом («AuslandsHandelsKammer» («АНК»))*

Сеть АНК предлагает информационные услуги и консультации для малого и среднего бизнеса по вопросам внешних рынков по всему миру. Существует около 120 офисов немецких торгово-промышленных палат за рубежом в 80 странах мира на всех континентах. В основном они являются независимыми институтами, которые зарабатывают большую часть своих доходов за счет предоставляемых ими услуг. Услуги этих учреждений включают в себя информацию по правилам импорта и экспорта, таможенным пошлинам, инвестиционным условиям за рубежом, правилам валютного регулирования, рыночным возможностям и маркетинговым стратегиям для немецких компаний. Они оказывают консультации фирмам на месте и помогают им установить международные деловые контакты. Основная информация предоставляется бесплатно, но детальный анализ и индивидуальные консультации по конкретным вопросам являются платными. Кроме того, они являются первой точкой входа и ключевым посредником для фирм в принимающей стране, желающих вести бизнес в Германии. В то же время, АНК выполняют важные задачи в интересах германского правительства, которые в противном случае должны были бы выполнять государственные учреждения.

Основными преимуществами является то, что предприятия МСБ могут получить профессиональную консультацию и информацию по внешним рынкам от местной немецкой организации прямо на месте. Следовательно, становится возможной постоянная поддержка из дома экспортирующего за рубеж

предприятия МСБ. Услуги, предоставляемые в области внешней торговли, особенно полезны для малых и средних предприятий, которые не имеют своих собственных департаментов по экспорту.

АНК выступают посредниками в рамках приблизительно 100 000 деловых контактов в год. Они интегрированы в экономику принимающих стран и способны предложить прекрасные возможности для бизнеса благодаря своим контактам в местном бизнес-сообществе. Тот факт, что около 40 000 фирм, две трети из которых не являются немецкими фирмами, являются членами этих палат, служит очевидным доказательством этого.

См.: [www.ahk.de](http://www.ahk.de)

### **Чешская Республика**

#### ***BusinessInfo.cz - портал для бизнеса и экспорта***

Предприятия МСБ не имеют достаточных ресурсов, а государственных и общественных организаций, участвующих в предоставлении информации и услуг, слишком много. Кроме того, пересекающиеся или межведомственные повестки дня не были описаны, потому что ни одно учреждение/орган не несет за это ответственности. Портал BusinessInfo.cz был разработан в основном для чешской деловой аудитории. Но любые иностранные предприятия МСБ могут найти там информацию, необходимую для создания бизнеса в Чешской Республике. BusinessInfo.cz ([www.businessinfo.cz](http://www.businessinfo.cz)) - это официальный интернет-портал для бизнеса и экспорта. Он работает по принципу «одного окна», объединяя информацию от органов государственного управления, учреждений и неправительственных ассоциаций и палат, и охватывает весь спектр информации от "легкого чтения" и использования до довольно сложных электронных форм.

### **Норвегия**

#### ***Программы обучения - Региональная программа по продвижению экспорта и интернационализации МСБ***

Эта региональная программа направлена на повышение конкурентоспособности малых и средних предприятий путем поощрения и поддержки экспорта и интернационализации. Программа основана на концепции, разработанной для малого и среднего бизнеса, который имеет потенциал и возможности для повышения своей глобальной конкурентоспособности через инновации и интернационализацию. Это программа развития бизнеса, где компании участвуют в процессе развития от 12 до 14 месяцев. Компаниям предоставляется финансовая помощь от Innovation Norway проекту развития их бизнеса. Программа разделена на четыре фазы:

- выявление и оценка потребностей и стадии жизненного цикла заинтересованных компаний, т.е. желающих, имеющих возможности, готовых и способных извлечь выгоду из программы;
- анализ способностей компании для выхода на рынок инноваций и технологического развития; он станет основой для рыночных и технологических проектов, которые будут осуществлены в ходе программы;
- планирование: помощь компаниям в разработке плана для их рыночных и/или технологических проектов;
- реализация: помощь компаниям в реализации своих проектов через индивидуализированную поддержку с использованием различных компетенций, консультационных, сетевых или финансовых услуг.

*Результаты.* В течение первых 3-х лет более 300 предприятий приняли участие в одном или нескольких мероприятиях в рамках программы, и более 170 компаний прошли через глубокий анализ. Компании-участницы продемонстрировали прирост общего среднего числа экспортных продаж на 7%. Тесное сотрудничество между региональной торгово-промышленной палатой, экспортными ассоциациями, Innovation Norway, частными консультантами, исследовательскими и образовательными учреждениями, сообществами и советами графств привело к оказанию более качественной и более целенаправленной поддержки интернационализации МСБ.

Смотрите: [www.innovasjon Norge](http://www.innovasjon Norge).

## Греция

### *Центры предпринимательства и технологического развития - сеть С.Е.Т.Е.Д.Е*

Цель сети состоит в увеличении уровня информированности, предоставлении информации и организационной помощи для желающих наладить экспорт товаров и услуг. Предусмотренные меры распространяются на все регионы и префектуры Греции. Инициатива реализуется Центрами предпринимательского и технологического развития (С.Е.Т.Е.Д.Е), региональной сетью некоммерческих организаций, управляемой и контролируемой Генеральным секретариатом промышленности Министерства развития. 13 центров функционируют в столице каждой префектуры каждого из регионов и оказывают услуги по принципу «одного окна» путем предоставления информации по экспорту товаров и услуг, организационной помощи (консультаций) и информации о мероприятиях, направленных на поддержку экспортной деятельности. Представленная информация, как правило, классифицируется в соответствии с информационными разделами, создающими «Панель инструментов для экспорта». Кроме того, центр способствует стимулированию групп компаний, готовых и способных реализовывать экспортную деятельность, для участия в общих мерах, направленных на продвижение их товаров и услуг на международных рынках. Все это реализуется скоординировано и в сотрудничестве с Греческой иностранной торговой палатой. В основном предприятия МСБ, с особым акцентом на малых и микро-предприятиях, не имеющие развитой экспортной деятельности, начинают её развивать, или реализуют небольшие по масштабу экспортные операции, измеряемые в процентах от их годового оборота.

### *Страхование краткосрочных экспортных кредитов*

Данная программа способствует эффективному продвижению экспортных усилий греческих предприятий МСБ, поскольку охватывает до 95% от стоимости экспорта, в случае неуплаты по причине коммерческих или политических рисков. Период застрахованных экспортных кредитов - до 180 дней. Для некоторых конкретных товаров он может быть продлен до одного года. Географически Программа охватывает всю страну. Программа реализуется Организацией по страхованию экспортных кредитов (ЕСЮ), стимулирующей греческие предприятия МСБ начать продажи за рубежом путем страхования экспортных кредитов, предоставленных иностранным покупателям. Организация-экспортер, желающая получить страховку, заполняет анкету и направляет её в ЕСЮ. Если ЕСЮ одобряет просьбу экспортера о страховании, обе стороны подписывают страховой договор, установив премию ставки в зависимости от покрываемых рисков, страны назначения и условий оплаты соответственно. В случае, если предусматриваемый риск (страховое событие), покрываемый страховым полисом, на самом деле имеет место, ЕСЮ, по запросу заказчика, и если период времени, указанный в страховом полисе, истек (от трех до девяти месяцев в зависимости от покрываемых рисков), делает возмещение экспортеру и в то же самое время заявляет все права экспортера и иски в отношении иностранного покупателя-должника. Хотя ЕСЮ не выделяет какого-либо финансирования экспорта, она косвенно помогает предприятиям МСБ, которые сталкиваются с трудностями при получении банковского финансирования для своих экспортных заказов, позволяя каждому застрахованному экспортеру обозначить свое право на компенсацию в банк или любой другой финансовый институт в качестве «обеспечения».

Смотрите: [www.ecio.gr](http://www.ecio.gr)

## Мальта

### *Схема роялти по поддержке нового инновационного бизнеса и бизнес-роста на новых рынках*

Инициатива призвана облегчить финансирование на стадии "подтверждения концепции" для малого и среднего бизнеса на основе ожидаемого оборота, таким образом облегчая начальный период любой деятельности. Многие изобретатели и разработчики продуктов сталкиваются с трудностями, когда ищут финансирование, находясь на стадии "подтверждения концепции". Фондовые инвесторы, являются ли они «бизнес-ангелами» или держателями венчурного капитала, часто требуют большую долю компании, потому что берут на себя большие риски. Финансирование роялти устраняет эту дилемму. Вместо того, чтобы продавать долю в бизнесе, изобретатель просто гарантирует часть будущих доходов от продаж взамен аванса, предоставленного инвестором. Программа обеспечивает доступ к финансированию для проектов, которые считаются слишком рискованными для поддержки через систему кредитования. Это, как правило, происходит в тех случаях, когда надеяться на возврат от вложений можно в более долгосрочной перспективе. Путем финансирования роялти предприятие будет платить инвестору процент от продаж или валовой прибыли вместо ежемесячных выплат по долгам или долевым собственности в бизнесе.



## Опыт технического содействия в повышении конкурентоспособности малых и средних предприятий в Канаде

В Канаде малое и среднее предпринимательство (МСП) определяется по следующим показателям: объем продаж (обычно по данным налоговых органов), размер активов, количество работников, сектор экономики. Промышленные МСП Канады определяются как компании с количеством наемных работников менее 500 и ежегодными доходами менее 50 млн.долл. Также малым бизнесом считаются предприятия, насчитывающие менее 50 работников, плюс предприятия, управляемые индивидуально-занятым лицом без найма рабочей силы. МСП составляют 99,7% от одного миллиона канадских предприятий. 58% работодателей считаются микро-предприятиями, или собственно МСП, с числом работников от одного до четырех. Большинство канадских МСП занято в сельском хозяйстве (13%), сфере профессиональных услуг (11%), а также оптовой и розничной торговле (11%).

Государственная политика Канады направлена на эффективное использование ресурсов для развития сектора МСП с ориентацией на информатизацию, применение научных знаний и высоких технологий. Поддержка МСП направлена на освоение недостаточно развитых или новых сегментов рынка и на достижение наивысшей производительности, экономической эффективности и конкурентоспособности на мировом уровне. Инфраструктура Поддержки и Развития МСП в стране диверсифицирована между федеральными, региональными и отраслевыми организациями. Министерство промышленности Канады (МП) разрабатывает политику и стратегию поддержки МСП, контролирует работу «Канадской сети бизнес услуг» (КСБУ), координируя с деятельностью всех государственных и партнерских организаций в соответствии с национальной инновационной программой.

Правительство Канады провозгласило 2011г. Годом развития предпринимательства с целью популяризации малого бизнеса. Кроме того, в 2011 году был принят ряд мер по поддержке МСП из средств государственного бюджета. Были увеличены страховые выплаты сотрудникам. В 2011-2012гг. было выделено свыше 20 млн. канадских долларов на поддержку молодежного предпринимательства.

### ***Организации, участвующие в программе поддержки малого бизнеса***

Для реализации программы поддержки малого бизнеса правительство создало учреждения Federal Economic Development Initiative in Northern Ontario (FedNor, Федеральная инициатива экономического развития) и три региональных агентства по развитию - Atlantic Canada Opportunities Agency (Агентство возможностей атлантической Канады), Canada Economic Development for Quebec Regions (Агентство экономического развития для региона Квебек) и Western Economic Diversification Canada (Канадское агентство проникновения в новые сферы западной экономики). Каждое агентство взаимодействует с федеральными органами власти, муниципалитетом и частным сектором с целью предоставить небольшим компаниям доступ к капиталу, рынкам, информации и получить необходимый опыт работы.

Банк Business Development Bank of Canada и другие правительственные финансовые организации дополняют агентства и FedNor в плане предоставления различных консультаций.

Организация Statistics Canada предоставляет статистическую информацию по провинциям и индустриальным секторам, позволяющую отслеживать ситуацию по каждому направлению деятельности.

Канадский комитет по стандартам (Standards Council of Canada (SCC)) отслеживает соблюдение стандартов в Национальной системы стандартов (National Standards System) и консультирует фирмы по вопросам стандартизации в бизнесе.

### ***Canada Business Service Centres (CBSCs)***

Канадские бизнес сервис центры (Canada Business Service Centres (CBSCs)) предоставляют информацию о правительственных программах и законодательстве. Информация доступна из источников всех уровней правительства, что позволяет облегчить формирование необходимой подборки документов для каждого конкретного случая. На данный момент существует сеть из 12 таких центров – по одному в каждой провинции. Такие центры – результат деятельности федерального правительства, местных властей, и в отдельных случаях – самих предпринимателей.

**Federal Economic Development Initiative in Northern Ontario (FedNor)** проводит следующие инициативы в провинции Northern Ontario:

- программа финансирования инновационного малого бизнеса на стадии НИОКР (R&D);
- дополнительное фондирование для Community Futures Development Corporations, для развития их программ микро-кредитования;
- FedNor является партнером множества финансовых институтов и участвует в формировании резерва на случай возможных потерь по ссудам, для разделения риска с обычными кредиторами. За счет этой инициативы малый бизнес получает доступ к 35 млн.долл. кредитным ресурсам. Значительно сокращается объем бюрократической волокиты, а также время обработки заявки на получение кредита, т.к. заемщики взаимодействуют только с одним учреждением;
- вклады в некоммерческий региональный туризм и общественные инициативы экономического развития.

**Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA)** – департамент федерального правительства, ответственный за помощь в построении экономического потенциала атлантических провинций Канады. ACOA взаимодействует с людьми в регионах – в их обществе, в их организациях, с помощью местных властей и властей провинции – с целью создания рабочих мест и повышения дохода населения. ACOA помогает новым и уже вставшим на ноги предпринимателям эффективно использовать весь разработанный правительством потенциал механизмов поддержки малого бизнеса, является своеобразной “рукой помощи” для желающих основать свое дело.

Стратегические приоритеты ACOA: законодательная поддержка и защита малых предприятий; торговля, инвестиции и туризм; инновации и технологии; развитие предпринимательских навыков у населения.

**Strategis Интернет портал.** В рамках правительственной программы поддержки малого бизнеса создан информационный интернет-портал <http://strategis.gc.ca>. Портал предоставляет следующие виды информации:

- *Информация о компаниях* - базовая информация о более чем 175 000 государственных акционерных обществах Канады. Более 35 000 потенциальных покупателей, продавцов и партнеров;
- *Торговля и инвестиции;*
- *Бизнес-информация по секторам экономики* – мониторинг рынков и новостей в экономике;
- *Последние экономические исследования и статистика;*
- *Исследования, технологии и инновации;*
- *Финансирование и поддержка бизнеса* - организации для поддержки малого бизнеса, образовательные ресурсы и правительственные программы;
- *Законодательство;*
- *Потребительская информация* – широкий спектр информации: ставки по кредитным картам, тарифы банков, отзывы продуктов и т.п.

**Business Development Bank of Canada (BDC).** Банк BDC предлагает пакет инструментов для развития бизнеса в долгосрочной перспективе во всех секторах экономики, с особым акцентом на индустриях, связанных с экспортом и технологиями. Любая компания – микро-бизнес или растущая фирма – может получить в BDC персональную консультацию. BDC имеет более 80 филиалов по стране, а также виртуальное представительство BDC Connex®. Количество получателей услуг банка составляет 28 тысяч предпринимателей по всей стране.

Основные направления деятельности:

#### **Срочные займы**

Предлагаются разные виды ссуд для широкого спектра проектов, включая привлечение основных средств, расширение, покупка готового бизнеса и любых видов специализированных активов. В отдельных случаях срочные займы BDC могут быть направлены на пополнение оборотного капитала или на финансирование роста продаж. Срочные займы предоставляются на срок до 20 лет под фиксированную или плавающую процентную ставку.

#### **Программа финансирования микро-бизнеса**

Поддержка предоставляется малому бизнесу на ранних стадиях развития, предусматривает двухгодичные консультации и дальнейшую поддержку управления бизнесом, также срочное кредитование – до \$25 000 для нового бизнеса и до \$50 000 для существующих компаний, чьи бизнес-предложения демонстрируют потенциал роста и перспективы успеха.

#### □ **Программа финансирования молодых предпринимателей**

Эта программа нацелена на придание стартового импульса предпринимателям в возрасте от 18 до 34 лет и формирование прочной основы для нового бизнеса. Срочные займы до \$25 000 и 50 часов персонально подготовленных бизнес-консультаций помогают удостовериться, что предприниматели с жизнеспособными бизнес-предложениями и великолепным потенциалом смогут поднять свой бизнес.

#### □ **Венчурные ссуды Venture Loans®**

Венчурные ссуды предполагают квази-акционерное финансирование в объеме \$100 000 - \$1 млн. для существующего бизнеса с высококлассной командой менеджеров, стабильной нишей на рынке, и хорошим потенциалом для роста. Это высоко рисковое финансирование, предназначенное для бизнеса, не имеющего активов для обеспечения обычной срочной ссуды. Venture Loans© предлагает гибкие условия возврата ссуды и возврата.

#### □ **Продуктивность плюс ссуда Productivity Plus Loan**

Гибкий финансовый продукт Productivity Plus Loan предназначен для финансирования (до 100%) твердо стоящих на ногах производственных компаний с целью повышения производительности через приобретение нового или подержанного оборудования, при условии его морального износа. Объем Productivity Plus Loans как правило превышает \$100 000 и может достигать \$5 млн. В продукт включен гибкий график погашения задолженности с тем чтобы фирма имела возможность достичь оптимальной производительности. BDC также предлагает дополнительное 25% финансирование издержек, связанных с проведением пуско-наладочных работ оборудования.

#### □ **Инновационные ссуды**

Продукт “ссуды под инновационные проекты” разработан для предпринимателей, которые желают быть уверенными, что их компания продолжит рост и развитие. Эти ссуды финансируют детальную разработку и реализацию инновационных стратегий в соответствии со стандартами ISO, исследования и разработку, а также приобретение нематериальных активов. Созданное предприятие малого бизнеса может сделать заявку на инновационную ссуду в размере до \$100 000, а предприниматели, которые берут такую ссуду в сочетании с продуктом “Оборотные средства для экспортеров” (Working capital for exporters) могут получить финансирование до \$250 000. Оба вида ссуды предоставляются на гибких условиях возврата.

#### □ **Оборотные средства для экспортеров**

Эта ссуда предназначена для готового, работающего бизнеса, который желает расширить свое экспортное направление. Для финансирования растущего объема экспорта предоставляются ссуды объемом до \$250 000, включающие гибкий график возврата, что гарантирует длительную стабильность бизнеса. Также предоставляются консультационные услуги по управлению экспортом.

#### □ **Венчурный капитал**

BDC рассматривает заявки на капитальные инвестиции на любой стадии жизненного цикла компании. Малые предприятия, работающие в передовых индустриях, занимающие стратегическую позицию на рынке и имеющие менеджмент, нацеленный на устойчивый рост, могут претендовать на начальные инвестиции в размере от \$500 000 до \$5 млн. при среднем размере транша \$1 500 000 – \$2 000 000.

#### □ **Стартовый капитал для коренного населения**

BDC предоставляет ссуды на множество целей, включая приобретение основных средств, оплата франшиз и покрытие начальных издержек. Для начинающих предпринимателей лимит ссуды составляет \$25 000, для работающего бизнеса - \$100 000. Также предлагается гибкий график погашения, учитывающий индивидуальные особенности бизнеса и требования к финансовым потокам.

#### □ **Электронная коммерция**

BDC идет в ногу со временем и в рамках развития электронной коммерции имеет свое электронное представительство BDC Connex©, предоставляющее доступ ко всей продуктовой линейке банка, включая продукт Global Line of Credit®.

Для помощи малому бизнесу в освоении электронной коммерции и занятии лидирующей позиции, была разработана ссуда Techno.net. Действующие предприятия могут получить финансирование в объеме \$25 000 - \$50 000 для покрытия издержек, связанных с разработкой Web-решений. Этот новый продукт дополняет проект BDC Connex©.

BDC предоставляет не только гибкие, современные и доступные финансовые услуги, но также и качественные управленческие решения через свое подразделение BDC Consulting Group. BDC Consulting Group помогает предпринимателям разрабатывать, планировать и реализовывать выигранные стратегии, особенно в области роста, повышения качества и экспорта.

#### □ **Содействие росту компаний**

BDC Consulting Group поддерживает предпринимателей на каждом этапе их роста, помогает малым и средним предприятиям собирать существенную и критическую информацию для разработки стратегии роста. Собранные данные используются при стратегическом и финансовом планировании, бизнес-планировании, планировании продаж и развития человеческих ресурсов.

#### □ **Внедрение стандартов качества**

Консультанты BDC Consulting Group предлагают предпринимателям полный спектр специально подготовленных бизнес-решений для повышения качества бизнеса. Производится оценка бизнес-процессов малых предприятий с целью определения возможностей роста. Компаниям рекомендуется внедрить систему и процедуры контроля качества, например стандарты ISO 9000 и ISO 14000, или всемирно используемые системы Анализа эксплуатационной безопасности и Контроля критических точек Hazard Analysis and Critical Control Point (НАССР) для компаний агропромышленного сектора.

После внедрения стандартов качества, консультанты по вопросам управления помогают предпринимателям преобразовать их стратегии в реальные результаты, и продолжают поддержку на всех стадиях развития бизнеса.

#### □ **Содействие экспорту**

Сначала BDC Consulting Group помогает малому бизнесу оценить их продукцию, услуги и рынки сбыта, опыт и возможности для экспорта, а также стратегический план по экспорту. После выявления достоверной информации о бизнесе, предприниматели (вместе с консультантами BDC) вырабатывают оптимальные стратегии экспорта, включая развитие торговых отношений с американскими и мексиканскими корпорациями и другими иностранными компаниями, участвующими в торговых миссиях или имеющих представление о культурных аспектах целевого рынка.

BDC организует и спонсирует специальные мероприятия для рекламирования и поддержки канадского предпринимательства, поощряя рост и инновации среди малого бизнеса Канады.

### ***Финансирование***

Для распространения информации об источниках финансирования создан Интернет-сайт Industry Canada's Sources of Financing, где все желающие могут получить информацию обо всех источниках капитала в Канаде – частных и публичных источниках финансирования, путем привлечения заемного капитала и финансирования за счет выпуска новых акций. Также доступна информация о лизинговых услугах, факторинге, рискованных инвесторах (angel investors), банках, источниках венчурного капитала, провинциальных и федеральных программах поддержки и т.д. Ко всему прочему, на сайте есть калькуляторы: Lease or Buy Calculator, который помогает предприятиям малого бизнеса выбрать наиболее подходящий способ приобретения оборудования; Small Business Financial Service Charges Calculator – для получения информации о процентах, начисляемых на счета предприятий малого бизнеса различными финансовыми организациями Канады.

Программы First Nations и Inuit Youth Business Program

Программы First Nations и Inuit Youth Business Program, спонсируемые организацией Indian and Northern Affairs Canada помогают получить доступ к начальному капиталу и консультациям коренному населению Канады. Ассоциация National Aboriginal Capital Corporations Association контролирует предоставление услуг в рамках этих программ на национальных языках посредством сети корпораций-участников ассоциации.

Целевая аудитория программы – безработное коренное население, выпускники школ, жители резерваций, а также частично-занятое население в процессе обучения.

Программы позволяют кредитным организациям предоставить коренному населению:

- превентивные консультации;
- информационную поддержку;
- начальный капитал для запуска собственного дела.

Программа доступа к финансовым ресурсам Resource Access Negotiations (RAN)

Программа предназначена для консультирования коренного населения по вопросам получения доступа к финансовым ресурсам, нахождения инвестора и заключения соглашений с разработчиками больших проектов, предоставляющих возможности деловой деятельности и заработка. Эта программа основана на предоставлении возможностей, утверждена региональными офисами организации Indian and Northern Affairs Canada.

#### ***Программа Resource Acquisition Initiative (RAI)***

Программа RAI помогает First Nation и Inuit создавать жизнеспособные предприятия малого бизнеса для обеспечения общества рабочими местами, и как следствие - повышение уровня жизни населения и уменьшение социальной зависимости от разрешений и лицензий на доступ к природным ресурсам, и/или финансирования ресурсного сектора и вспомогательных возможностей деловой деятельности.

Региональные отделения Indian and Northern Affairs Canada's (INAC) используют RAI для предоставления финансовой помощи в виде финансирования "equity gap" (финансирование с использованием совокупности долгового и акционерного капитала) для поддержки жизненных ресурсо-ориентированных бизнес-предложений от организаций Community Economic Development Organizations (CEDOs). CEDO, которые могут предложить приемлемый бизнес-план и продемонстрировать желание и возможность работать, способные совершенствовать организационную структуру и своевременно представлять отчеты о своей деятельности, имеют доступ к RAI.

Региональные офисы при участии комитета Regional Project Review Committee оценивают предложения и распределяют средства в соответствии с бизнес-предложениями. Общая сумма вложений INAC не может превышать объем собственных средств получателя.

Бизнес-планы оцениваются независимой третьей стороной (например, Aboriginal Capital Corporation, Regional Development Agency или Aboriginal Business Canada) с использованием стандартных методов оценки.

#### ***“Фонд возможностей” Opportunity Fund***

Фонд Opportunity Fund предоставляет финансовую помощь в форме финансирования с использованием совокупности долгового и акционерного капитала для подходящих по критериям организациям CEDO. Цель – помочь привлечь партнеров в совместное предприятие или обеспечить договорное решение проблем финансирования с привлечением заемного капитала, чтобы дать возможность использовать возможности деловой деятельности, создать рабочие места и уменьшить социальную зависимость.

Региональные представительства Indian and Northern Affairs Canada's (INAC) используют фонд Opportunity Fund в случае запросов на поддержку жизнеспособных бизнес-предложений местного населения, поступающих от CEDO.

#### ***Программа Community Economic Development Program (CEDP)***

Программа CEDP предназначена для поддержки местного населения в получении долговременных рабочих мест и предоставления возможности деловой деятельности в обществе. CEDP обеспечивает население гибкими средствами управления и расставления приоритетов в их программах развития навыков, финансовых организациях и бизнес-предприятиях.

Цели CEDP:

- Финансирование организаций CEDO, являющихся механизмом распространения программ экономического развития и услуг в локальных сообществах;
- Позволить сообществам привлечь квалифицированный менеджмент для управления их программами и услугами;
- Поощряет партнерства и установление деловых связей между населением, частным сектором и правительством;
- Рассматривать сообщества First Nations, Inuit, Innu и их личные неформальные организации как желательные.

Другой компонент CEDP – это Программа формирования благоприятной конъюнктуры в регионах Regional Opportunities Program. Ее цель заключается в формировании условий для формирования благоприятной конъюнктуры рынка в любом регионе путем установления надзора за развитием по секторам экономики, а также предоставления возможностей к расширению. Эта программа также задействуется при заключении соглашений между федеральным и региональными правительствами, или используется федеральными министерствами.

## **Корпорация Farm Credit Corporation (FCC)**

Корпорация предоставляет множество гибких кредитных продуктов, спроектированных специально для нужд малых ферм и других малых предприятий агропромышленного сектора. FCC – участник канадской агро-индустрии с 1959 года, предлагает финансирование фермеров с полной и частичной занятостью. Финансирование предоставляется на вложение в развитие фермы или диверсификацию собственности фермы, даже если бизнес напрямую не связан с фермерством.

### **Продвижение Экспорта.**

Team Canada Inc – это партнерство федеральных департаментов и агентств, работающих с закрепленными за ними провинциями и территориями, предназначенное для помощи канадским компаниям в преуспевании на мировых рынках. В любой области деятельности - от региональных торговых сетей, созданных в каждой провинции, до новых информационных продуктов и интернет-сервисов, канадские компании имеют сильные команды, работающие для достижения успеха на мировых рынках.

Услуги Team Canada Inc доступны как для активных, так и для потенциальных экспортеров. Предоставляется информационная поддержка, проводятся семинары повышения квалификации, консультирование по вопросам экспорта.

Основные предлагаемые продукты:

- руководство по подготовке к экспорту;
- тренинги повышения квалификации в области экспорта;
- подготовка к выходу на международные рынки;
- различные подготовительные семинары.

Team Canada Inc помогает малому бизнесу:

- оценить свою готовность к экспорту;
- разработать и внедрить план экспорта;
- участвовать в торговых ярмарках;
- присоединиться к торговым миссиям;
- наладить партнерские взаимоотношения;
- получать актуальную информацию о состоянии рынков.

Team Canada Inc помогает малому бизнесу узнать о:

- финансировании расширения рынка;
- оборотном капитале;
- смягчении последствий от овеществления рисков за границей;
- средне- и долгосрочном финансировании покупателя;
- финансировании транзакций.

Как только малое предприятие исследует и выберет свой рынок, Team Canada Inc помогает ему:

- сделать перспективный анализ рынка;
- найти ключевые контакты в своей области;
- спланировать визиты;
- получить сведения о местных компаниях;
- улаживать возникающие конфликты.

**Online-ресурс ExportSource.** ExportSource – это online ресурс партнерства Team Canada Inc. В ExportSource собрана подборка законодательных документов по тематике и другая информация по экспорту в федеральном и частном секторе:

- подготовка к экспорту;
- планирование бизнес-путешествия;
- подготовка торговых презентаций и т.п.

Сайт также содержит информацию по зарубежным рынкам, торговой статистике и финансированию экспортных проектов.

## **Региональные торговые сети (Regional Trade Networks)**

Региональные торговые сети – сильные федерально-провинциальные партнерства, созданные в каждом регионе Канады для обеспечения более высокого сервиса для компаний. Эти сети объединяют в себе знания и ресурсы для уменьшения дублирования информации. Они помогают предприятиям малого бизнеса подготовиться к экспорту и обеспечивают их качественным консалтингом, проводят тренинги, снабжают рыночной информацией. Сети состоят из федеральных, провинциальных представительств, агентств и представителей частного сектора.

### **Canada Business Service Centres (CBSCs)**

Первый шаг к началу экспорта – выбрать один из 12 CBSC, которые объединяют федеральные и провинциальные правительства (а в отдельных случаях и частный сектор) под одной крышей. Такая организация позволяет избежать значительной части бюрократической волокиты, получать информацию об источниках помощи по данному направлению, и сразу обращаться к такому источнику. CBSC используют Export Information Service от имени Team Canada Inc.

### **Всемирная информационная сеть по экспорту World Information Network for Exports (WIN Exports)**

WIN Exports – компьютеризированная база данных (БД) по канадским экспортерам, принадлежащая Министерству иностранных дел и внешней торговли (DFAIT). БД используется службами торговых представительств по всему миру, а также партнерами Team Canada Inc в Канаде (например, международными торговыми центрами [ITC] и правительственными департаментами, вовлеченными в развитие международного бизнеса) для предоставления канадским экспортерам возможности международной деятельности. Ежегодно в БД поступает более 140 000 запросов от иностранных покупателей.

Компании, зарегистрированные в WIN Exports, автоматически получают информационные бюллетени от DFAIT. WIN Exports также используется для определения участников выставок и торговых миссий.

### **Объединения торговых секторов Trade Team Canada Sectors (TTCS)**

TTCS объединяет правительство и индустрию для координации и планирования развития национальной торговли в 12 ключевых индустриях, таких как продвинутое производство; аэрокосмическое направление и оборона; агропромышленный комплекс, производство продуктов питания и напитков; автомобилестроение; биотехнологии; строительство; энергетика; экология; здравоохранение; информационные и телекоммуникационные технологии; производство пластика; сфера услуг и программы капиталовложений.

Примерно 50% участников TTCS - частный сектор. Это представители ассоциаций и компаний, которые уверены, что нужды и интересы индустрии сильно зависимы от общественных инициатив. Также в состав TTCS включены федеральные и региональные эксперты от частного сектора и торговые уполномоченные от Министерства иностранных дел и внешней торговли (DFAIT). Объединениями управляют Industry Canada и Agriculture and Agri-Food Canada.

Ключевая роль TTCS заключается в разработке стратегии и ежегодного плана действий для развития торговли различных секторов.

Участвуя в TTCS, члены объединений приходят к консенсусу по стратегическим приоритетам, сокращают дублирование программ и мероприятий, и распределяют ресурсы для достижения общей цели.

TTCS планирует и осуществляет мероприятия по торговой рекламе, организует торговые миссии, ярмарки, помогает в налаживании контактов, предоставляет информацию о целевых рынках и их конъюнктуру.

TTCS действует под покровительством Team Canada Inc (канадской сети федеральных и региональных правительственных служб по вопросам экспорта)

### **Центр рыночных исследований Market Research Centre (MRC)**

Центр рыночных исследований Министерства иностранных дел и внешней торговли предоставляет экспортерам краткие отчеты по секторам рынка. Каждый отчет описывает конъюнктуру локальных рынков через обзор рынков, обзор заказчиков и каналов сбыта, анализ основных проблем доступа к рынку, список основных контактов.

Персонал MRC получает свежую коммерческую и политическую информацию из многих источников, в том числе on-line базы данных. Определить, какой именно рынок нужно изучать – важная часть работы Центра. Исследователи полагаются на советы и рекомендации торговых

ассоциаций, зарубежных торговых представителей, коллег из Team Canada Inc, федеральную правительственную сеть служб по экспорту.

### **Агропромышленная торговая служба**

Агропромышленная торговая служба (инициатива Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC)) предоставляет упрощенный централизованный доступ к исследованиям и актуальной информации по зарубежным рынкам, консультирование по вопросам торгового экспорта и связанных с ним мероприятий, тренинги по экспорту.

Доступны отчеты с группировкой по странам и товарам, описания сбытовых сетей, возможностей для экспорта, особенностей доступа на рынок. Отчеты доступны через Agri-Food Trade Service Web site.

AAFC имеет своих специалистов за границей. Их роль – собирать информацию о рынках, выявлять новые торговые возможности, сводить покупателей и продавцов, участвовать в разработке стратегического бизнес плана по их территории, выявлять выставочные мероприятия, в которых полезно было бы участвовать канадским бизнесменам. Они также организуют обратную связь, ответные миссии иностранных покупателей, составляют списки подходящих импортеров, дистрибьюторов и агентов.

При ответных миссиях импортеров AAFC спонсирует выставки и экспозиции своих экспортеров по ключевым рынкам. AAFC поддерживает национальные стенды на основных мировых торговых выставках: ANUGA (Германия), SIAL (Франция), Foodex (Япония), SIAL-Buenos Aires (Аргентина), а также FMI, PLMA и Fancy Food Shows (США). Частично покрываются затраты на участие канадских компаний в этих выставках.

### **Программа по развитию рынка экспорта**

Как приоритетная правительственная программа по развитию международного бизнеса, Программа по развитию рынка экспорта (Program for Export Market Development (PEMD)) нацелена на помощь канадским компаниям в увеличении экспортных продаж канадских товаров и услуг через разделение издержек по мероприятиям, нацеленным на захват новых рынков экспорта.

Это не грант, не ссуда и не компенсация, а возмещаемая дотация. Возврат дотации осуществляется в процентах от продаж компании на целевом рынке, вплоть до полной выплаты.

PEMD также предусматривает невозмещаемую финансовую поддержку по принципу разделения затрат для национальных торговых и промышленных ассоциаций, с целью развития мероприятий по продвижению продуктов и услуг членов таких ассоциаций на международных торговых площадках.

Программа состоит из четырех основных элементов, три из которых предназначены для компаний – Стратегии развития рынка (Market Development Strategies), Новые-в-экспорте компании (New-to-Exporting Companies) и Заявки на программу капиталовложений (Capital Projects Bidding); и один – для торговых ассоциаций.

Предпочтение в участии в элементах программы PEMD, ориентированных на компании, отдается канадским фирмам с ежегодным объемом продаж от \$250 000 до \$10 млн., и/или с персоналом численностью менее 100 работников для производственного сектора и менее 50 работников для сферы услуг. Участники программы PEMD должны быть зарегистрированы в системе World Information Network (WIN Exports).

### **Market Development Strategies (MDS)**

Финансовая поддержка по принципу разделения затрат предоставляется компаниям-кандидатам, которые могут продемонстрировать финансовый, управленческий, маркетинговый и сервисный потенциал для разработки и осуществления одно- или двухгодичного международного маркетингового плана, предусматривающего мероприятия:

- Визиты для определения рынка;
- Участие в торговых ярмарках;
- Тестирование и сертификация продуктов;
- Сборы по договорам сбыта за границей;
- Транспортные издержки для консультантов оффшорных компаний;
- Демонстрационные издержки
- Другие издержки для осуществления маркетингового плана.

Ежегодное финансирование по одной заявке в рамках программы PEMD - от \$5 000 до \$50 000. Компании ограничены одной подтвержденной заявкой на 1 год и один целевой рынок, за исключением США (где возможны три заявки по разным регионам).



## **New-to-Exporting Companies (NEC)**

Программа NEC доступна для компаний с небольшим опытом экспортирования на международных торговых площадках. REMD финансирует до 50% стоимости поездок для исследования рынка или стоимости участия в международных торговых ярмарках вне Канады, максимум \$7500 в год на одну заявку по данной программе.

## **Корпорация развития экспорта Export Development Corporation (EDC)**

EDC помогает канадским экспортерам конкурировать и преуспевать на зарубежных рынках посредством предоставления широкого спектра финансовых услуг и услуг по риск-менеджменту.

### **Страхование дебиторской задолженности**

Этот вид страхования защищает канадских экспортеров от неплатежей со стороны их зарубежных контрагентов. Продукты и услуги могут быть застрахованы от широкого спектра политических и коммерческих рисков.

EDC обеспечивает покрытие 90% потерь в случае неплатежей зарубежных контрагентов. При таком виде страхования также существует возможность привлечения дополнительного оборотного капитала от банка, обслуживающего экспортера.

Страховка может быть быстро оформлена через звонок специалисту Emerging Exporters Team (EET), имеющей свой call-центр с квалифицированными консультантами. EET работает преимущественно с небольшими экспортерами с годовыми объемами продаж до \$1 млн.

### **Финансирование экспорта**

EDC осуществляет финансирование экспорта через ссуды зарубежным покупателям на закупку канадского оборудования или услуг. EDC переводит средства напрямую экспортерам, таким образом покупка в кредит превращается в покупку за наличные, а EDC принимает на себя кредитные риски.

Покупка через долговые расписки – еще один вид экспортного финансирования малого бизнеса. EDC выкупает у канадских экспортеров долговые расписки, выпущенные иностранными заказчиками для закупки канадских товаров и услуг.

Для упрощения покупки канадских товаров используются предварительно подготовленные кредитные линии в иностранных банках, с которыми EDC заключила соответствующее соглашение. Преимущество данной схемы в том, что экспортер может оперативно направить потенциального иностранного покупателя в его местный банк для обсуждения ссуды на покупку канадских товаров на его родном языке.

Экспортеры средств производства, желающие воспользоваться преимуществами финансирования экспорта и имеющие годовой объем продаж \$25 млн., могут взаимодействовать со Службой финансовых услуг для малых и средних предприятий (SME Financial Services Team). Для этой службы не существует “слишком малых” экспортеров (рассматриваются любые заявки), она координирует все средне- и долгосрочные инициативы финансирования малых предприятий.

### **Банковские гарантии**

EDC может выдавать банковские гарантии для разделения некоторой доли рисков с банком-агентом экспортера, и таким образом помогать экспортеру в получении в банке оборотного капитала или финансирования до отгрузки оборудования.

Для увеличения объема кредитных линий, открытых экспортеру в его банке, разработана программа Master Accounts Receivable Guarantee (MARG), в рамках которой предоставляются гарантии, обеспеченные счетами иностранных дебиторов. До 80% дебиторской задолженности может быть покрыто за счет обеспеченной MARG кредитной линией с кредитным лимитом до \$500 000. Данная программа предназначена для малых экспортеров, чьи ежегодные продажи составляют не более \$5 млн.

Также существуют и другие банковские гарантии. По среднесрочным ссудам для иностранных заемщиков, предназначенных для финансирования покупки канадского экспорта, EDC может разделять риск с банком в соотношении 75/25. Также EDC может сотрудничать с банками по программе разделения рисков в соотношении 50/50 для обеспечения ссудами на пополнение оборотного капитала малых и средних предприятий, и таким образом фирма может покрывать издержки, связанные с индивидуальными особенностями сделки экспорта.

## **Канадские международные промышленные торговые центры (Industry Canada's International Trade Centres (ITC))**

ИТС предназначены для компаний, готовых к началу экспорта или уже работающих на международном рынке. ИТС расположены по всей Канаде и предлагают полный спектр информации и услуг по развитию торговли:

- консультации по экспорту;
- информация по иностранным рынкам;
- конъюнктура рынка;
- международные маркетинговые планы;
- доступ к программам поддержки экспорта, таких как Program for Export Market Development;
- набор участников торговых ярмарок и торговых миссий за границей;
- рекомендации для торговых конференций и семинаров;
- материалы Team Canada Inc и других.

*Источник: Аналитическая записка “Международные инструменты и технологии по поддержке МСБ”, г. Усть-Каменогорск, 2014г. Материал опубликован при содействии Европейского Союза.*