



USAID | **CENTRAL ASIA**
FROM THE AMERICAN PEOPLE

ПРОЕКТ USAID ПО РЕГИОНАЛЬНОМУ ЭКОНОМИЧЕСКОМУ СОТРУДНИЧЕСТВУ

Анализ альтернативных путей развития экспорта в
Центральной Азии для поставщиков Министерства Обороны
США в частном и государственном секторах

30 Апреля 2015

Данный отчет представлен Агентству США по международному развитию. Отчет подготовлен Зауре Абдираман, экспертом по развитию экспорта и Давидом Хефецом, экспертом по экспорту продукции из Центральной Азии в Европейский Союз.

ПРОЕКТ USAID ПО РЕГИОНАЛЬНОМУ ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ

АНАЛИЗ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ПУТЕЙ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА
ИЗ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ
МИНИСТЕРСТВА ОБОРОНЫ США В ЧАСТНОМ И
ГОСУДАРСТВЕННОМ СЕКТОРАХ

Contract No. Контракт № AID-176-TO-11-00001

Мнение авторов, выраженное в данной публикации, не обязательно отражает точку зрения Агентства США по международному развитию или Правительства США

СОДЕРЖАНИЕ

Список сокращений	1
Краткая информация о Проекте	3
Резюме.....	5
Введение	6
Раздел I Методика исследования.....	8
Раздел II Обзор поставок товаров из Казахстана и Узбекистана для нужд Министерства Обороны США в Афганистане Требования к товарам и поставкам для нужд Министерства Обороны США в Афганистане	9
Положительные и отрицательные стороны участия для центральноазиатских компаний в программе обеспечения товарами для нужд Министерства Обороны США в Афганистане	10
Закуп товаров из Казахстана для нужд Министерства Обороны США в Афганистане	12
Закуп товаров из Узбекистана для нужд Министерства Обороны США в Афганистане	14
Раздел III Альтернативные пути поставок для поставщиков Министерства Обороны США в Афганистане из Центральной Азии Экспорт в Европейский Союз из Центральной Азии	16
Рынок гуманитарных поставок	30
Сотрудничество с международными логистическими компаниями	36
Другие возможности для экспортеров	36
Заключение	37
Источники	38

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ВПП	Всемирная Продовольственная Программа
ВТО	Всемирная торговая организация
ГАЖК УТЙ	Государственная акционерная железнодорожная компания «Узбекистон темир йуллари»
ЕС	Европейский Союз
ЕБРР	Европейский Банк Развития и Реконструкции
KAZNEX	АО «Национальное агентство по экспорту и инвестициям «KAZNEX INVEST»
Книжка МДП	Документ таможенного транзита, дающий право перевозить грузы через границы государств в опломбированных таможенной кузовом автомобилей или контейнерах с упрощением таможенных процедур
Команда QA	Команда по контролю качества
МДП	Международные дорожные перевозки
МИНТ РК	Министерство индустрии и новых технологий Республики Казахстан
МО США	Министерство обороны США
НДС	Налог на добавленную стоимость
НПО	Неправительственные объединения
НАТО	Организация Североатлантического договора
ОВКВ	Отопление, вентиляция, кондиционирование воздуха
ОЗ	Основные закупщики
ССП	Северная Сеть Поставок
США	Соединенные Штаты Америки
С/Х	Сельскохозяйственный (ая)
ООН	Организация Объединенных Наций
ТПП РУ	Торгово-промышленная палата Республики Узбекистан
ТПП РК	Торгово-промышленная палата Республики Казахстан
ЦА	Центральная Азия
ЦАГ	Центрально-Азиатские Государства
ЦЕНТКОМ	Центральное командование ВС
ЦТП	Центр транзитных перевозок
УВКБ ООН	Управление Верховного комиссара ООН по делам беженцев
ЮНИСЕФ	Детский Фонд Организации Объединенных Наций
CARNET TIR	Таможенная конвенция о международной перевозке грузов с применением книжки МДП
CMR	Международная товарно-транспортная накладная
DLA TS	Управление тылового обеспечения поддержки войск Министерства обороны США
GSA	Администрация служб общего назначения
НАССР	Система управления безопасностью пищевых продуктов, анализ рисков и концепция критической контрольной точки

ISO 9001	Международный стандарт системы менеджмента качества организаций и предприятий
ISO1400	Международный стандарт системы экологического менеджмента
JCASO	Управление по поддержке совместных оперативных закупок
JTSCC	Объединенное Командование для Поддержки Контрактов в Зоне Ответственности ЦЕНТКОМа
GSA	Администрации служб общего назначения
Global G.A.P.	Good Agricultural Practice, система стандартов для обеспечения безопасности выращенной сельхозпродукции
NDN	Северная Сеть Поставок
OHSAS 18001	Система менеджмента охраны труда и производственной безопасности
REC	Проект по региональному экономическому сотрудничеству
TC	Таможенный Союз
TJ	Таджикистан
TWI	Компания «Theodor Wille Intertrade» («Теодор Вилле Интертрейд»)
USAID	Агентство США по международному развитию
USACE	Инженерные войска США
REC	Regional Economic Cooperation Project, Проект по региональному экономическому развитию
TIR	Transport International Routiers (Международные дорожные перевозки)

КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ REC

Проект USAID по региональному экономическому сотрудничеству (REC) является пятилетней программой в рамках макроэкономической программы USAID/Центральная Азия, осуществляемой «Chemonics International Inc.» («Кемоникс Интернешнл Инк»). Проект по региональному экономическому сотрудничеству способствует улучшению торговли между странами Центральной Азии, Афганистаном и другими крупными торговыми партнерами. Через свои инициативы по укреплению потенциала компаний и гендерные стратегии, направленные на экономическое сотрудничество, Проект способствует расширению экспортного потенциала и оказывает содействие установлению деловых связей в регионе. Проект также работает над улучшением политик и процедур, способствующих развитию торговли в странах Центральной Азии, увеличением эффективности функционирования транспортных коридоров, оказывает содействие Таджикистану в выполнении требований ВТО, способствует укреплению потенциала агентств по продвижению торговли.

Проект способствует улучшению торговли, работая по шести направлениям:

- **Укрепление действующих экспортных партнёрств (ЭП) и содействие в создании новых ЭП.** Проект продолжает укреплять и поддерживать экспортные партнерства, а также способствует созданию новых ЭП с целью увеличения экспортного потенциала предприятий, участвующих в этих партнерствах. Через грантовую программу Проект помогает развивать потенциал текстильных компаний в регионе, способствует выходу их продукции на международные рынки.
- **Оценка экспортного потенциала предприятий и секторов экономики Казахстана и Узбекистана через проведение рыночных исследований.** Проект оказывает техническое содействие экспортерам из Казахстана и Узбекистана через проведение рыночных исследований. Проект способствует устранению препятствий для экспорта, выявляет формальные и неформальные барьеры для экспорта и предлагает пути решения.
- **Оказание содействия экспортерам Центральной Азии при поставке товаров для Министерства обороны США в Афганистане.** Проект будет оказывать содействие существующим поставщикам Министерства обороны США в Афганистан, с целью определения альтернативных бизнес каналов для поставки их продукции на региональные и международные рынки.
- **Содействие реализации решений, принятых на Женском Экономическом Симпозиуме.** Через свою грантовую программу Проект будет продолжать оказывать содействие построению потенциала и установлению связей между женщинами в странах Центральной Азии, а также между Центральной и Южной Азией.
- **Оказание содействия Таджикистану в выполнении требований ВТО.** Проект оказывает содействие Таджикистану в дальнейшем развитии и

внедрении законодательной базы, касающейся ВТО, в выполнении обязательств, взятых в процессе вступления страны в ВТО, способствуя, таким образом, развитию торговли и улучшению бизнес-среды.

- **Содействие внедрению политик, положений и процедур, способствующих развитию торговли в странах Центральной Азии.**

Проект продолжает работу с ключевыми партнерами по определению главных препятствий для улучшения функционирования транспортных коридоров. Проект проводит тренинги и круглые столы, содействующие установлению деловых связей и устранению барьеров для развития торговли.

Проект ЕЭС сотрудничает со многими заинтересованными организациями, компаниями и лицами с целью увеличения экспортного потенциала фирм Центральной Азии.

РЕЗЮМЕ

Настоящий отчет представляет обзор поставок товаров из Центральной Азии для нужд Министерства Обороны США в Афганистане, анализ текущей ситуации после вывода коалиционных войск из Афганистана и альтернативные пути поставок для предприятий, поставлявших для нужд Министерства Обороны США в Афганистане. Данный анализ проведен Проектом USAID по региональному экономическому сотрудничеству (REC) в Центральной Азии

В первом разделе отчета описана методология проведения исследования, каким образом проводилось исследование, какие ресурсы и источники использовались для анализа ситуации в регионе.

Во втором разделе кратко представлен краткий обзор поставок товаров из Казахстана и Узбекистана для нужд Министерства Обороны (далее МО) США. В отчете рассматриваются данные с 2011 года по 2013 годы. В рамках отчета был проведен анализ текущей ситуации в области экспорта товаров из Казахстана и Узбекистана; функционирования Северной Сети Поставок (далее ССП);

Во втором разделе также представлен краткий анализ проблем и выгод для компаний, которые осуществляли поставки коммерческих товаров для нужд МО США в Афганистане.

В последнем разделе отчета предложены альтернативные пути поставок для предприятий и товаров, соответствующие требованиям МО США; государственная поддержка агентств по продвижению и поддержке экспорта и других заинтересованных организаций для развития экспортного потенциала компаний.

Отчет предназначен для предоставления информации по рассматриваемым вопросам всем заинтересованным лицам, государственным органам, принимающим решения в регионе, и для внесения определенного вклада в диалог по вопросам регионального экономического сотрудничества в Центральной Азии.

Электронная версия отчета (для ознакомления и бесплатного скачивания) представлена на интернет - странице <http://www.car-rec.net>

ВВЕДЕНИЕ

С началом военных операций в Афганистане в 2001 г. и Ираке 2003 г. в зоне ответственности Центрального командования¹ США (далее ЦЕНТКОМ) Министерства Обороны США резко возрос спрос на товары, обеспечивающих жизнеспособность армии США в этом регионе. В первой половине 2009 года Соединенные Штаты открыли несколько новых транзитных коридоров для осуществления поставок товаров невоенного назначения для вооруженных сил США в Афганистане из центрально - азиатских стран.

Эти маршруты получили название Северная сеть поставок (далее ССП)². Северная сеть поставок – система пересекающих территорию Центральной Азии автомобильных, железнодорожных и воздушных путей сообщения – была разработана в качестве альтернативы пакистанскому маршруту, на котором учащались случаи засад боевиков. Несмотря на высокие транспортные издержки, по ССП перевозилось до 90 процентов всех предназначенных для Афганистана грузов невоенного назначения. Кроме того, по территории Центральной Азии осуществлялись поставки свыше 60 процентов требуемого коалиционным войскам топлива³.

По словам официального представителя Минобороны из Центрального командования США Билла Спикса (Bill Speaks) Министерство обороны США ежегодно выплачивало порядка \$500 млн. государствам Центральной Азии, задействованным в функционировании Северной сети поставок: «Фактическая стоимость транспортировки одного контейнера по Северной сети поставок составляет примерно \$17500 по сравнению с порядка \$7200 по пакистанскому наземному коридору. Переадресация грузов с пакистанского маршрута обходится ежемесячно в \$104 млн. Пентагон рассчитывает, что со временем эта цифра постепенно снизится».

В целях развития ССП, Соединенные Штаты увеличили объем грузов по ССП и военные службы также стали осуществлять закуп товаров из Центральной Азии. В связи с этим Министерством Обороны США были приняты нормативно-правовые акты, регулирующих закуп коммерческих товаров из Афганистана и Центральной Азии. Товары, которые в течение нескольких лет закупались для нужд МО США в Афганистане из Центральной Азии в соответствии с товарными классами снабжения Вооруженных сил США, это - товары класса I продовольствие (продукты питания), предметы санитарии и бытового обихода; товары класса IV строительные материалы, оборудование, укрепляющие и защитные материалы.

Кроме того, товары и услуги закупались для функционирования авиабазы США на территории Кыргызстана. Авиабаза функционировала с декабря 2001 года по июнь 2014 года, позже переименованная в Центр транзитных перевозок

¹ Центральное командование - Центральное командование США (ЦЕНТКОМ) является одним из 10 боевых командований вооруженных сил США. Шесть из них, включая ЦЕНТКОМ, имеют зону ответственности (ЗО) - определенный географический район мира, в котором командующие боевыми командованиями могут планировать и проводить операции в соответствии с «Планом объединенных командований». Зона ответственности Центрального командования США располагается между зонами ответственности Европейского и Тихоокеанского боевых командований и охватывает «центральную» часть земного шара. В зону ответственности ЦЕНТКОМ входят 20 стран – Афганистан, Бахрейн, Египет, Иран, Ирак, Иордания, Казахстан, Кувейт, Кыргызстан, Ливан, Оман, Пакистан, Катар, Саудовская Аравия, Сирия, Таджикистан, Туркменистан, Объединенные Арабские Эмираты, Узбекистан и Йемен.
<http://www.centcom.mil/ru/about-centcom-ru>

² ССП-Северная Сеть Поставок (Northern Distribution Network)

³ <http://russian.eurasianet.org/node/59020>

«Манас» (далее ЦТП Манас) и располагалась в международном аэропорту "Манас" Бишкека. ЦТП Манас являлся основным транспортным узлом для перевозки груза и переброски сил антитеррористической коалиции в Афганистан. Для обеспечения жизнедеятельности ЦТП «Манас»⁴ ЦЕНТКОМ закупал товары и услуги в Кыргызстане и Казахстане. В целях увеличения закупа товаров из Центральной Азии Объединенное Контрактное Командование ЦЕНТКОМа (далее С-JTSSC) открыл для общего пользования «Бизнес-портал Центральной Азии» в 2012 году, который оказывал содействие в установлении и поддержании деловых контактов между предпринимателями из Центральной Азии и закупщиками от имени Правительства США. Поставка товаров из Узбекистана в Афганистан для коалиционных войск осуществлялась через транспортно-логистический международный центр и авиабазу в городе Термезе. Центральные-азиатские компании-поставщики, прошедшие все процедуры отбора и утверждения по требованиям МО США, осуществляли поставки для нужд МО США следующих товаров: бутилированной воды, напитков, макаронных изделий, соков, кабельных изделий, чистящих средств, одноразовой посуды, туалетной бумаги, бытовой химии, фанеры, доски, цемента, стального листа и другие товары. Отбор и закуп товаров и услуг проводился через основные закупочные компании (Prime Vendors) TWI, Supreme Food, Seven Seas, в соответствии с требованиями и законодательством США. Эти же компании закупали товары повседневного спроса также по линии Администрации служб общего назначения (далее GSA) правительства США для американских государственных организаций находящихся на территории Центральной Азии. Компании из Центральной Азии осуществляли поставки следующих товаров для Администрации служб общего назначения правительства США (GSA): чистящие средства, противопожарное оборудование (дымовые детекторы), картриджи, бумажные полотенца, туалетная бумага, одноразовая посуда и прочие предметы домашнего обихода. В течение 2014 года закуп товаров из ЦА для нужд МО США практически прекратился в связи с выводом коалиционных войск из Афганистана и компании, которые были поставщиками МО США в Афганистане, вынуждены теперь сокращать объемы товаров и рабочие места или искать новые рынки сбыта своей продукции.

В связи с этим Проект подготовил настоящий отчет, который представляет собой анализ поставок товаров из Казахстана и Узбекистана для нужд МО в Афганистане и альтернативных путей поставок для компаний, экспортировавшие свои товары для нужд МО и соответствующие международным требованиям.

Электронная версия отчета (для бесплатного ознакомления и скачивания) представлена на интернет - странице <http://www.car-rec.net>

⁴ Официально Центр транзитных перевозок Манас был закрыт в июне 2014 года и передислоцирован в Румынию

РАЗДЕЛ I. МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Одной из целей и задач Проекта REC является содействие торговле и увеличению экспортного потенциала компаний в регионе. Данная работа также направлена на усиление экспортного потенциала компаний - поставщиков из Центральной Азии, соответствующих требованиям международных стандартов и выпускающих продукцию высокого качества.

Предметом анализа является обзор поставок для нужд Министерства Обороны США в Афганистане и возможные альтернативные пути поставок для предприятий, поставлявших и поставляющие коммерческие товары в Афганистан для Министерства Обороны США.

Методологической основой анализа являются отчеты и презентационные материалы Объединенного Контрактного Командования ЦЕНТКОМА Министерства Обороны США, аналитические материалы за период 2011-2013 годы, статистические данные по внешнеторговому обороту Казахстана и Узбекистана, труды экспертов и специалистов по вопросам экспорта продукции, внешней торговли.

В ходе подготовки отчета были изучены пособия, отчеты и аналитические работы по вопросам торговли и экспорта в Центральной Азии: АО KAZNEX INVEST, Министерства внешнеэкономических связей инвестиций и торговли Узбекистана и государственных агентств развития экспорта в Узбекистане, Центра Международной Торговли при ВТО, Европейского Банка Развития и Реконструкции (EBRD), Программы развития ООН и других международных организаций, осуществляющих свою деятельность в Центральной Азии.

Для лучшего понимания текущей ситуации в Центральной Азии после вывода коалиционных войск из Афганистана, REC изучил дополнительные материалы, представленные Управлением Тылового Обеспечения Войск МО США, ЦЕНТКОМОМ и GSA на Бизнес Форумах в Бишкеке, Ташкенте, Алматы. Проект также встретился с государственными агентствами по продвижению экспорта, EBRD, который также участвовал в поддержке предприятий в повышении конкурентоспособности предприятий, веб ресурсы, интервью с компаниями, поставлявшими для нужд МО США и другие ресурсы, касающиеся продвижения экспорта.

Для определения альтернативных путей поставок для предприятий, поставлявших товары для нужд Министерства Обороны США, Проект изучил практические материалы узбекских и казахстанских компаний, поставляющих в Европейский Союз, Таможенный Союз, на рынок гуманитарных закупок, розничные торговые сети и другие развитые страны. В ходе такого исследования была получена информация о специфических требованиях к поставкам по поставке, качеству и упаковке продукции.

РАЗДЕЛ II. ОБЗОР ПОСТАВОК ТОВАРОВ ИЗ КАЗАХСТАНА И УЗБЕКИСТАНА ДЛЯ НУЖД МИНИСТЕРСТВА ОБОРОНЫ США В АФГАНИСТАНЕ.

Как указывалось в предыдущих разделах, в перечень товаров поставляемых из Центральной Азии для нужд МО США в Афганистане, входили продукты питания, предметы санитарии и бытового обихода, строительные материалы, оборудование, укрепляющие и защитные материалы, средства бытовой химии. В Центральной Азии для нужд МО США и Администрации Общей Службы (General Service Administration или GSA) закуп и отгрузка товаров осуществлялись через основных закупщиков: «TWI», «Seven Seas» (TMC), «Supreme Food», после утверждения закупа представителями Управления тылового обеспечения поддержки войск (DLA TS).

Требования к товарам и поставкам для нужд Министерства Обороны США в Афганистане.

Основным заказчиком поставок товаров и грузов для военного контингента из Центральной Азии в Афганистане являлся ЦЕНТКОМ⁵. Закуп и поставка товаров и услуг из Центральной Азии также осуществлялись для Инженерного корпуса Армии США.⁶ Инженерный Корпус производил закуп необходимых материалов через DLA TS⁷. Подрядчики Инженерного Корпуса США (например, строительные организации) могли также сами производить закуп материалов. Отдельное ведомство «Управление по поддержке совместных оперативных закупок» (JCASO) руководит всеми процедурами планирования закупок, заключением и исполнением контактов.

Как отмечалось выше, для нужд МО США в Афганистане закуп и отгрузка товаров осуществлялись крупными логистическими компаниями - закупщиками: «TWI»⁸, «Seven Seas»⁹, «Supreme Food»¹⁰, и командой по закупу DLA TS, которые обеспечивали:

- реализацию товаров и услуг для нужд МО США;
- закупки, хранение, формирование товаров;
- транспортировку и распределение товаров между подразделениями для нужд МО США в Афганистане.

Поставки для нужд МО США регулируются специальными процедурами и осуществляются его структурными подразделениями. В целом, региональные поставки проходили в условиях жесткой политики закупок Министерства обороны США. Одним из требований для поставки товара, исполнитель должен

⁵ ЦЕНТКОМ является одним из 10 боевых командований вооруженных сил США. Шесть из них, включая ЦЕНТКОМ, имеют зону ответственности (ЗО) - определенный географический район мира, в котором командующие боевыми командованиями могут планировать и проводить операции в соответствии с «Планом объединенных командований».

⁶ Инженерный Корпус США — федеральное ведомство и военная организация США, осуществляет строительство дамб, системы защиты от наводнений, военных объектов для оборонительных сил и федеральных ведомств в Афганистане

⁷ <http://www.dla.mil/>

⁸ <http://www.twipv.com>

⁹ <http://www.sevenseasgroup.com>

¹⁰ <http://www.supreme-group.net>

предоставить документальное подтверждение того, что поставщик является «благонадежным». Это положение требует от исполнителей соответствовать целому ряду критериев:

- они должны обладать достаточными ресурсами для транспортировки и поставки товаров по согласованным ценам;
- они должны соответствовать утвержденному стандарту качества;
- они должны обладать достаточными финансовыми ресурсами для начала поставок;
- они не должны идти на необоснованные риски.

Местные поставщики также были ответственны за:

- разработку и производство продукции в соответствии с требованиями к качеству продукции;
- оптимальную цену;
- строгое соблюдение процедур таможенного оформления в соответствии с требованиями местного законодательства;
- строгое соблюдение требований Правительства США к упаковке и транспортировке;
- информирование основного заказчика об изменениях в законодательстве страны и процедурах, влияющих на экспорт и отгрузку товаров.

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ УЧАСТИЯ ДЛЯ ЦЕНТРАЛЬНОАЗИАТСКИХ КОМПАНИЙ В ПРОГРАММЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОВАРАМИ ДЛЯ НУЖД МО США В АФГАНИСТАНЕ

Для местных компаний подписание и выполнение контрактов с представителями Министерства обороны США и Службы Общего Назначения (GSA), внесения их в реестр утвержденных поставщиков МО США являются очень выгодными и перспективными. Это поднимает авторитет и доверие к компании, открывает новые возможности для экспорта продукции в экономически развитые страны, поставлять продукцию международным транснациональным компаниям, выходить на новые международные рынки. Основным преимуществом для центрально - азиатских компаний, осуществлявшие поставки продукции для нужд МО США в Афганистане, было наличие и соответствие требованиям предприятий международным стандартам 9001. Компании, выпускающие продукты питания, должны соответствовать требованиям международной системы контроля качества по безопасности продуктов питания, таких как ISO 22000, системы анализа опасностей и критических точек контроля HACCP, системы менеджмента охраны труда и производственной безопасности стандарт OHSAS 18001, системы международных стандартов для экологического менеджмента ISO1400, требованиям других европейских или американских стандартов. Все вышеуказанные факторы, говорят о том, что предприятия с их продукцией имеют больше шансов стать востребованными и увеличить свой экспортный потенциал, если они внедрились международные стандарты и соответствуют их требованиям. Наличие и внедрение на предприятии международных стандартов

также дает право участвовать во всех местных и международных тендерах на поставку товаров и услуг.

Поставщики DLA TS, GSA проходят обязательный аудит со стороны основных поставщиков Министерства обороны США «TWI», «Supreme Food», «Seven Seas». На предприятиях, выпускающих продукты питания, 2 раза в год обязательный аудит проводила Служба санитарного контроля МО США (Public Health Command) по всем процессам и процедурам. Это также стимулирует предприятия поддерживать необходимый внутренний контроль со стороны службы качества. Положительным моментом такого рода сотрудничества также являлось, что службы основных поставщиков DLA TS и представители закупочных компаний GSA обучали сотрудников предприятий правильной маркировке и упаковке продукции. Подписание контракта и его исполнение с основными закупщиками МО США является привлекательным для предприятия, так как это возможность развития производства, получение дополнительных денежных средств, создание новых рабочих мест, оптимизация процессов, новые знания и возможности.

С другой стороны, имелись некоторые сложности в таком сотрудничестве для местных компаний. Длительность процедур при согласовании документов и получения подтверждений, включая перевод и представление всех документов на английском языке. Оплата за поставленную продукцию производилась поставщику в течение 60 -90 дней в соответствии с процедурами DLA TS, GSA, что также негативно сказывалось на финансовом состоянии предприятия. Только узбекским поставщикам производилась 100% предоплата в соответствии с законодательством Узбекистана. Некоторым предприятиям приходилось привлекать заемные средства в банках. Например, Кыргызской мебельной компании «Lina» для изготовления матрасов по заявке военных пришлось взять кредит в Европейском банке развития и поддержки (EBRD). Работа с американскими партнерами началась в 2012 году. Были произведены несколько образцов поролона с различным содержанием меламина. Результаты были неудовлетворительными. В июне 2012 года компания получила кредит от ЕБРР в размере 650 000 USD на строительство новых помещений и приобретение нового оборудования для изготовления требуемых матрасов. Была проделана огромная работа по внедрению новых технологий и прохождению тестов на огнеупорность SATRA¹¹. Положительный результат был получен в сентябре 2013 года. Результаты тестов SATRA были пройдены успешно. К этому времени поставки для нужд Министерства Обороны США в Афганистане значительно сократились, и компания, соответственно не отгрузила товары в предполагаемых объемах, по независящим от нее причинам. Одним из сложных моментов для местных поставщиков было то, что все контракты подписываются сроком на один год, но согласно контракту, партии грузов и график поставок могут пересматриваться в течение года в зависимости от заявок DLA TS. Это также затрудняет планирование товарных запасов на складах.

¹¹ SATRA является уполномоченным органом в соответствии с директивами ЕС по индивидуальной защите игрушек, строительных изделий и т.д. (SATRA is a notified body for EU Directives on personal protective equipment, toys, construction products, etc.)

Американские закупочные компании также отметили проблемы отбора и отгрузки товаров из Центральной Азии в Афганистан:

- процедуры, связанные с торговой политикой;
- процедуры экспортного и таможенного оформления документов;
- сложности в отборе компаний, которые соответствовали требованиям Министерства Обороны США.

По требованиям МО США товары надо было закупать от местных производителей. По мнению американских закупщиков, местные компании еще не готовы сотрудничать с большими международными концернами и им необходимо развиваться и обучаться в этом направлении.

В целом, для всех компаний Центральной Азии в вопросах развития экспорта является отсутствие у предприятий информации и знаний о существующем за рубежом спросе на товары и услуги, о требованиях, предъявляемых к экспортируемой другими странами продукции,

У зарубежных партнеров отсутствует информация о производителях Центральной Азии, их продукции. Многие компании размещают информацию о своей продукции на русском и/или государственном языках. Если предприятия также разместят на своих сайтах информацию на английском языке о своей продукции и предприятии, то для зарубежных компаний будет легко найти необходимую продукцию.

Закуп товаров из Казахстана для нужд Министерства Обороны США в Афганистане

На основании отчета Управления по поддержке совместных оперативных закупок (Joint Contingency Acquisition Support Office – далее JCASO) Министерства Обороны США, закуп товаров из Казахстана для нужд Минобороны США с 2011 по 1 квартал 2013 года (включительно) составил \$105 109 946 долларов США. В общую стоимость включены поставки для DLA TS и для GSA. Закуп товаров, транспортировка и стоимость хранения этих товаров службами DLA TS из Казахстана составила 90 185 865 долларов за указанный период. Закуп товаров GSA составил 14,924,081 долларов США за указанный период. Детализация по закупу товаров представлена в таблице 1

Таблица 1. Общий закуп товаров и продукции в Казахстане для DLA TS и GSA по данным за финансовый год.

Товар/Агентство	Фин. год 2011	Фин. год 2012. Всего	Фин. год 2013. 1 квартал	Фин. Годы 2011-2013
	Общая сумма		Всего	
Топливо (DLA)				
Затраты на транспортировку	\$25 359 029	\$27 411 004	\$11 902 797	\$64 672 830
Закупки топлива ¹²	\$352 541	\$ 94 153	\$113 601	\$560 295

¹² Данные по закупкам топлива за указанный период показаны согласно данным, полученным от Управления по энергоснабжению DLA, и показывают данные по топливу, закупленному в рамках

Общая сумма за топливо	\$25 711,570	\$ 27 505 157	\$12 016 398	\$65 233 125
Строительные материалы (DLA)	\$1 770 041	\$ 3 538 645	\$15 453 174	\$20 761 860
- Контракты	\$1 770 041	\$ 3 538 645		\$5 308 686
Плата за временное хранение	\$31 200	0		\$31 200
Общая сумма за строительные материалы	\$1 801 241	\$ 3 538 645	\$15 453 174	\$20 793 060
Продовольственное снабжение (DLA)				
- Бутилированная вода	\$2 990 400	\$1 169 280		\$4 159 680
Общая сумма за продукты питания	\$2 990 400	\$ 1 169 280		\$4 159 680
Материальное обеспечение (GSA)				
- Поставки	\$2 493 472	\$7 474 280	\$3 748 823	\$13 716 575
- Транзит/Перевозка/ Таможенные сборы/Налоги	\$238 625	\$ 403 865	\$ 565 016	\$1 207 506
Общая сумма GSA	\$2 732 097	\$ 7 878 145	\$4 313 839	\$14 924 081
ВСЕГО	\$33 235 308	\$40 091 227	\$31 783 411	\$105 109 946

Данные DLA TS не включают покупку топлива военного ведомства США «TRANSCOM», которое специально используется для нужд армии.

Структуру закупок товаров из Казахстана для нужд МО США в Афганистане можно увидеть по данным 2013 года, представленным в отчете JCASO Министерства Обороны США. В основном из Казахстана закупались топливо¹³ и строительные материалы. В 2013 году DLA TS приобрел строительные материалы на сумму \$ 15, 453, 174 в Казахстане. Крупные заказы стального проката были сделаны для Инженерного корпус поддержки армии США и программы строительства в Афганистане. DLA приобрел 5455 тонн оцинкованной и окрашенной прокатной стали с ArcelorMittal в Темиртау, который затем разрезался до нужных размеров г. Алматы компанией Stynergy групп. Общая сумма закупок составила \$ 8,639,843.35.

До 2013 Казахстан не мог экспортировать древесину и только после отмены Комиссией Евразийского Экономического Союза в мае 2013 DLA TS мог осуществлять закупки лесоматериалов из Казахстана. DLA TS закупил пиломатериалы от Семипалатинского деревообрабатывающего комбината № 1 и ТОО Фаворит. Три вида электрического кабеля были приобретены в Талды-Кургане у компании «Cable Factory» и дизель-генераторные установки от Bourina Makina и Gen Power и каменной соли от ТОО Сузактуз (Sozaktuz).

В таблице ниже приведены сведения о закупке строительных материалов.

Описание	Поставщик
-----------------	------------------

программы «Air Card» при поддержке Правительства США, обслуживания воздушных судов в коммерческих аэропортах Казахстана.

¹³ Топливо закупалось в рамках программы Air Card в поддержку правительства США для самолетов, обслуживаемых в коммерческих аэропортах в Казахстане

Электрокабель	ТОО Талдыкурганский кабельный завод
Прокатная сталь 1.0mm	Arcelor Mittal
Прокатная сталь, 1.5mm	Arcelor Mittal
Генераторы	Bourina Makina TOO
Генераторы	Gen Power
Пиломатериалы	Семипалатинский деревообрабатывающий комбинат № 1
Пиломатериалы	ТОО Фаворит
Арматура	ТОО Кастинг
Арматура	ТОО «Павлодарский завод трубопроводной арматуры»
Соль каменная	ТОО Созактуз

Для GSA в Казахстане закупалось около 80 видов продукции от местных компаний через основного закупщика американской компании Teodor Wille Intertrade (TWI).

Ниже указаны перечень основных товаров и предприятий, которые поставляли свою продукцию для GSA:

Продукция	Поставщик
Бумажные полотенца	ТОО Sunpaper
Антибактериальные влажные салфетки	Мир Чистоты ТОО
Brother P- Ролики с самоклеящейся лентой	ТОО Astra
Brother P-Этикетки	ТОО Astra
Протирочная ткань	ТОО Мир Чистоты
Влажная салфетка для монитора компьютера	ТОО Deco
Двухслойная туалетная бумага	ТОО Sunpaper
Клейкая лента	ТОО Упаковка и Сервис Kazakhstan
GPS FRS/GMRS оборудование	ТОО Bassar Electronics
Губки для посуды	ЗМ Казахстан, ТОО
Латексные перчатки	ТОО Dolce pharm
Стиральный порошок	ТОО KAZBITHIM
Средство для мытья посуды	ТОО Chemical Manufacture
Средство для стирки белья жидкое	ТОО Chemical Manufacture Services
Мусорные контейнера	INTELLPACK
Бумага для офисной техники	АО ABDI
Нитрильные перчатки разных размеров	ТОО Фармактив

Закуп товаров из Узбекистана для нужд Министерства Обороны США в Афганистане

На основании отчета Управления по поддержке совместных оперативных закупок (JCASO) Министерства Обороны США, закуп товаров из Узбекистана для нужд Минобороны США с 2011 по 2013 (1 квартал) годы составил \$ **152,636,240** долларов США, включая поставки для DLA TS и для Администрации Общей службы (General Service Administration или GSA). Закуп товаров, транспортировка и стоимость хранения этих товаров службами DLA

TS из Узбекистана составила **\$148,206,060** долларов за указанный период. Закуп товаров GSA составил **\$4,430,180** долларов США товаров, закупленных за указанный период. Детализация по закупу товаров представлена в таблице 2

Таблица 2. Общий закуп товаров и продукции в Узбекистане для DLA TS и GSA по данным за финансовый год.

Товар/Агентство	Фин. год 2011	Фин. год 2012. Всего	Фин. год 1 квартал 2013. Всего	Фин. Годы 2011-2013
Топливо (DLA)	\$11 863 659	\$87 290 810	\$10 289 094	\$109 443 563
Затраты на транспортировку	\$11 863 659	\$86 132 831	\$10 282 188	\$108 278 678
Закупки топливо	\$0	\$1 157 979	\$6 906	\$1 164 885
Строительные материалы	\$3 389 050	\$3 538 645	\$7 123 106	\$14 050 801
Продовольственное снабжение (DLA)	\$9 840 035	\$11 959 574	\$2 912 087	\$24 711 696
Всего DLA	\$25 092 744	\$102 789 029	\$20 324 287	\$148 206 060
Материальное обеспечение (GSA)	\$631 448	\$3 230 077	\$568 655	\$4 430 180
Общая сумма GSA	\$631 448	\$3 230 077	\$568 655	\$4 430 180
ВСЕГО	\$25 724 192	\$110 639 442	\$20 892 942	\$152 636 240

Расходы по топливу, в основном, составили расходы на транспортировку самого топлива. Представленные транспортные расходы осуществлялись как оплата за транзит через Узбекистан через Северную Сеть Поставок (NDN). Топливо было закуплено за пределами Узбекистана.

Продовольственное снабжение осуществлялось в основном за счет закупа бутилированной воды, соков и макаронных изделий у Узбекских поставщиков. GSA в Узбекистане закупало следующие товары: туалетную бумагу, посуду и столовые принадлежности, мешки для мусора, шурупы, гвозди, перерабатываемые пластиковые пакеты, дезинфицирующие средства для рук. Несколько узбекских компаний, такие как Zak Qogoz, Arslon Plastik, JV Dawson Plast, Deutsche Kabel AG Tashkent, JV Dawson Plast, Agro Biyo Kimyo LLC

в течение 2-3 лет являлись постоянными поставщиками DLA TS и GSA по вышеуказанным группам товаров.

В Кыргызстане в основном закупалось топливо департаментом по энергетическому обеспечению Управления тылового обеспечения (DLA Energy) для Центра Транзитных Перевозок Манас (ЦТП Манас). Также для ЦТП Манас в Кыргызстане закупались продукты питания Управлением тылового обеспечения поддержки войск: напитки, хлебобулочные и кондитерские изделия. Напитки закупались у Coca-Cola Бишкек, хлебобулочные – у Tattu Bakery и German bakery. GSA в Кыргызстане закупал средства бытовой химии и электрические водонагреватели в небольших количествах.

РАЗДЕЛ III. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ПУТИ ПОСТАВОК ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ МИНИСТЕРСТВА ОБОРОНЫ США В АФГАНИСТАНЕ ИЗ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

В предыдущих разделах было отмечено, что основные группы товаров, закупаемых в Казахстане и Узбекистане для нужд МО США - это строительные материалы, продукты питания, продукция бытовой химии. Предприятия, которые осуществляли поставки для нужд Министерства Обороны США в Афганистане, и прошли все процедуры отбора, подписания и исполнения контрактов могут уверенно выходить на большой международный рынок, а именно в страны Европейского Союза, на рынок гуманитарных закупок, требования которых во многом схожи с требованиями закупок для нужд Министерства Обороны США.

Экспорт в Европейский Союз из Центральной Азии

Экспортеры в страны Европейского Союза (ЕС) имеют возможность очень выгодно использовать огромный рынок: 28 стран примерно с 500 миллионами потребителей. Работа с партнерами в странах Европейского Союза открывает экспортеру доступ к крупнейшему единому рынку в мире, с населением почти 500 миллионов человек и единой таможенной территорией.

Для предприятий, являющимся поставщиками Министерства Обороны США, имеется также возможность выйти со своей продукцией на европейские рынки. Однако прежде чем начать экспорт, необходимо убедиться, что продукция компании по параметрам качества и безопасности соответствует требованиям законодательства ЕС, направленного на защиту здоровья населения, прав потребителей и охрану окружающей среды. Европейский Союз (ЕС) является крупнейшим единым рынком в мире.

Это означает, что:

- Работая с партнером в одной из стран ЕС вы получаете доступ ко всему Европейскому рынку.
- На товары, перемещающиеся внутри ЕС, таможенные пошлины не уплачиваются.

- Все страны ЕС имеют единый таможенный тариф на товары, импортируемые из стран, не входящих в ЕС.
- Ввезенный на законных основаниях товар выпускается в свободное обращение на всей территории ЕС без каких-либо других мер по таможенному контролю.

Прежде чем начать экспорт, необходимо убедиться, что Ваша продукция соответствует требованиям законодательства ЕС по параметрам качества и безопасности, направленного на защиту здоровья населения, прав потребителей и охрану окружающей среды. Это требует серьезной работы и усовершенствования процесса производства и повышения качества продукции до мировых стандартов.

Для начала работы с Европейским рынком рекомендуется работать по следующему плану:

1. **Контакт с импортером (покупателем).** Здесь нужно обратить внимание, что импортером может быть только компания, зарегистрированная в одной из стран ЕС и имеющая соответствующий сертификат для работы с сельскохозяйственной продукцией.
2. **Определение обязательных требований по импорту в стране покупателя.** Эти требования определяются законодательными актами ЕС и дополнительными правилами, которые рекомендуется уточнить у Вашего импортера.
3. **Определение обязательных требований импортера (покупателя).** Данные требования, как правило, более жесткие, чем законодательные акты и могут включать много дополнительных условий. Во избежание недоразумений все требования покупателя рекомендуется оговаривать в условиях контракта.
4. **Организация производства и подготовка продукции отвечающей требованиям ЕС и покупателя.** На этом этапе рекомендуется обратиться к консультанту, имеющему соответствующий опыт в построении производственного цикла и контроле за качеством продукции.
5. **Подготовка документов для первой поставки и отправка для проверки импортеру.** Необходимо заранее согласовать список необходимых документов с покупателем и прописать их в договоре. Во избежание задержек на границе, документы отсылаются на проверку заранее, до отправки груза, когда еще можно исправить выявленное несоответствие.
6. **Отправка образцов для контроля продукции импортером.** Этот пункт, как правило, является стандартным требованием импортера. Предварительная отправка образцов позволяет снизить риск «неприятных сюрпризов» при поставках больших партий товаров.
7. **Отправка продукции.** На данном этапе ключевую роль играет правильный выбор перевозчика. От этого зависит и быстрое прохождение пограничного контроля, и сохранность товара в пути.

8. Постоянный контроль за соответствием требованиям ЕС и покупателя. Необходимое условие для построения долгосрочных отношений с Европейским партнером.

Более детально эти вопросы будут рассмотрены ниже.

Для того, чтобы успешно торговать с партнерами с Европейского Союза, нужно заранее ознакомиться со всеми нюансами ведения бизнеса с европейскими партнерами. Необходимо помнить, что залогом успеха любого бизнеса является стабильный доход производителя и импортера (покупателя). Основой стабильного дохода в торговле сельскохозяйственной продукцией являются 3 фактора:

1. Качество продукции.
2. Предсказуемость, т.е. постоянный уровень сервиса, качества и цен без неприятных неожиданностей.
3. Конкурентная цена, которая диктуется рыночной ситуацией.

При подписании договора и его исполнении покупатель всегда будет стремиться перенести ответственность на производителя. Т.е. при любой проблеме с качеством продукции, торговая сеть будет предъявлять претензии импортеру, а импортер, в свою очередь, производителю. На практике, это означает, что и торговая сеть и импортер будут стараться обезопасить себя, включив в условия поставки дополнительные доказательства качества продукции, которые могут не требоваться по официальным нормативам ЕС. Именно поэтому важно заранее выяснить все требования по качеству продукции, маркировке, оформлению документов и закрепить это в договорных обязательствах, чтобы определить рамки ответственности поставщика.

Основные требования к продукции, ввозимой в страны ЕС.

Требования, предъявляемые разными участниками процесса к импорту и продаже сельскохозяйственной продукции в страны ЕС, существенно отличаются. Они могут быть формальными и неформальными. Все обязательные (формальные) требования прописаны в законодательных и нормативных актах. С ними можно ознакомиться на сайте Службы поддержки экспорта ЕС Export Helpdesk: www.exporthelp.europa.eu.

К формальным требованиям относятся также условия, закрепленные в договоре между поставщиком и импортером. Например, уровень содержания определенных химических элементов, которые могут быть не регламентированы в государственном нормативном акте, но влияют на срок годности или вкусовые качества товара.

Неформальные требования – это субъективное мнение участника процесса (таможенного чиновника, покупателя и т.п.), которые могут осложнить ввоз или продажу товара.

Требования государства-члена ЕС определяются Европейскими правилами для ввоза соответствующей категории продукции. Они включают в себя:

1. Формальные требования к документации для импорта (ввоза продукции).
2. Формальные требования к документам, подтверждающим соответствие санитарным нормам Евросоюза (общие и специальные).
3. Формальные требования к маркировке и упаковке.
4. Формальные требования к инвойсной стоимости, которая является основой для расчета налогов на ввоз продукции.
5. Неформальные требования к внешнему виду груза (вид, цвет, запах) при проверке товара представителем санитарной службы.

Все формальные требования необходимо выяснить заранее до фактической отгрузки товара, чтобы избежать несоответствия, и, как результат, убытков от простоя или потери товара. Рекомендации по неформальным требованиям может дать опытный импортер. Требования импортера определяются Европейскими правилами для ввоза соответствующей категории продукции и дополнительными условиями, которые ставит импортер для того, чтобы получить гарантии беспрепятственного ввоза товара и уровня качества продукции. Если импортер планирует работать с крупными Европейскими торговыми сетями, то, соответственно, его требования по качеству, сроку годности, упаковке и т.п. могут быть строже, поскольку за нарушение этих критериев он рискует получением крупных штрафов от торговых сетей.

Вот основные требования, которые предъявляет импортер к производителю:

1. **Требования к документам для импорта продукции в ЕС.** Эти требования могут быть как формальными (в соответствии с Европейскими правилами ввоза продукции), так и неформальными. Т.е. импортер просит добавить дополнительные сертификаты (например, сертификат качества или сертификат фумигации). Данные документы дают импортеру дополнительные гарантии качества товара. Предварительная отправка образцов документов импортеру для проверки на месте, является важным этапом для выявления возможных несоответствий заранее – до фактической отгрузки товара.
2. **Соответствие товара присланным заранее образцам.** Данное требование является важным при работе с импортером и, как правило, закрепляется в договоре, т.к. образцы – это основной эталон с которым импортер сверяет полученную продукцию. В случае несоответствия, импортер может требовать существенную скидку или даже отказаться от оплаты. Поэтому важно согласовать критерии, по которым будет происходить сравнение отправленной партии с образцами.
3. **Микробиология и другие тесты по содержанию химических веществ.** Часто импортер устанавливает дополнительные требования по уровню загрязняющих веществ остаточных пестицидов, более строгие, чем формальные Европейские нормативы. Соблюдение этих требований является гарантией качества и срока годности продукции.
4. **Срок годности.** Крайне важный показатель, который не определен официальными Европейскими правилами, но обязательно является частью любого договора на поставку.
5. **Внешний вид груза (вид, цвет, запах).** Неформальное требование, которое может быть описано словами и определяется импортером.
6. **Вкус (для продуктов питания).** Неформальное мнение импортера, на основании которого он принимает решение о перспективах реализации

продукции. На вкус может оказать влияние уровень различных химических веществ, поэтому опытный импортер старается закрепить требования к таким веществам в нормативах по микробиологическим и химическим показателям.

7. **Размер.** Требования по размеру товара являются формальными и должны быть отражены при маркировке и в контракте

Важным фактором при экспорте в Европейский союз являются требования торговой сети. Основными критериями, которые являются важными для торговой сети, реализующей продукцию, являются:

1. Срок годности.
2. Внешний вид товара (вид, цвет, запах).
3. Вкус.

Из них, только срок годности является формальным показателем, за которым строго следят при закупке и реализации продукции. Остальные пункты (внешний вид и вкус) являются показателями, отражающими успешную или неуспешную реализацию товара и напрямую зависят от привычек покупателя. Торговая сеть не требует проверки соответствия товара нормативам ЕС – это является ответственностью импортера. Но, в случае обнаружения проблемы качества товара (например, появление плесени или посторонней примеси) в товаре, попавшем в торговую сеть, импортер обязан не только полностью изъять бракованную партию из конкретного магазина, но идентифицировать и изъять весь товар, относящийся к данной партии во всех магазинах, а так же еще нереализованный товар, оставшийся на складе.

Важно также отметить, что мнение конечного покупателя также является приоритетным для торговых сетей. Конечного покупателя интересует исключительно внешний вид и вкус товара. Именно покупатель определяет перспективу дальнейшего сотрудничества торговой сети и импортера. В разных странах привычки и предпочтения покупателей могут отличаться. Опытный импортер должен быть хорошо знаком с предпочтениями покупателей в своей стране и, соответственно, сообщить о них производителю.

Правила прохождения таможенной и фито-санитарной проверки на границе ЕС.

Проверку товара на границе производят таможенная и продовольственно-ветеринарная служба. В настоящее время почти 90% всех поступающих товаров из стран, не входящих в состав ЕС проходят доскональную проверку. Только продовольственно-ветеринарная служба дает разрешение на свободное обращение товара на территории ЕС. При отрицательном ответе со стороны продовольственно-ветеринарной службы, груз должен быть уничтожен в течение 30 дней, перенаправлен в 3-ю страну или возвращен отправителю.

Основные проверки, которые проходит продукция при пересечении границе Европейского Союза:

1. Таможенная проверка.

Это проверки в первом пункте въезда на территорию ЕС. Данной проверке подвергаются все транспортные средства, пересекающие границу ЕС. Важнейшим критерием проверки является соответствие веса, указанного в

транспортных документах, фактическом весе транспортного средства с грузом. При несоответствии веса, транспортное средство может быть задержано, а товар с весом, превышающем указанный в сопроводительных документах, может быть конфискован.

2. Проверка транспортных и сопроводительных документов (Invoice, Packing list, CMR, TIR Carnet, Origin certificate EUR1). Точный список документов рекомендуется согласовать с импортером и перевозчиком.
3. Фитосанитарный контроль (для продуктов питания). Эта проверка проводится продовольственно-ветеринарной службой и предназначена для предотвращения ввоза и распространения организмов, наносящих вред растениям и продуктам растительного происхождения на территории ЕС. Фитосанитарным сертификатом выдается компетентным органом экспортирующей страны; Требования по данному сертификату установлены директивой 2000/29/ЕС. Руководство по фитосанитарным требованиям переведено на русский язык. Дополнительную информацию можно найти в Регламенте (ЕС) No 1881/2006 (OJ L-364 20/12/2006) (CELEX 32006R1881).

Проверки фитосанитарного контроля отличаются для различных продуктов.

При этом данные проверки должны быть сделаны производителем по месту производства товара и результат проверки должен быть указан на маркировке и в фитосанитарном сертификате. При прохождении фитосанитарного контроля на границе товар берется на повторную проверку, и результат сравнивается с данными на маркировке и в сертификате. Анализ товара со стороны продовольственно-ветеринарной службы проводится в течение длительного времени - до 21 дня. Специальные проверки, проводимые санитарными органами Европейских стран. Эти проверки определяются законодательством ЕС, и устанавливают соответствие максимальным уровням наличия определенных загрязнителей для пищевых продуктов.

4. Проверка соответствия маркировки.

Вся продукция и особенно продукты питания, которые продаются в странах Европейского Союза (ЕС), должны соответствовать правилам маркировки ЕС, которые направлены на обеспечение того, чтобы потребители получали всю информацию, необходимую для того, чтобы сделать осознанный выбор при покупке ими продуктов питания. Этикетки пищевых продуктов должны соответствовать правилам, установленным Директивой 2000/13/ЕС. Согласно данной директиве, маркировка должна содержать следующие сведения:

- Название, под которым продается продукт. Торговая марка или название бренда могут быть использованы, но маркировка должна обязательно содержать общее название продукта.
- Список ингредиентов, обозначенный словом «ингредиенты», должен показать все ингредиенты (включая добавки) в порядке убывания веса и обозначенные своим специальным названием.
- Количество нетто для расфасованных продуктов питания должно быть указано в метрических единицах - (килограмм, грамм) для твердых товаров.

- Срок годности – в формате день, месяц и год и фразы «срок годности до» или «использовать до» для скоропортящихся продуктов.
- Особые условия хранения или использования.
- Имя или фирменное название и адрес изготовителя, упаковщика или импортера, учрежденного в ЕС.
- Место происхождения (производства товара)
- Маркировка партии (серии, лота) для расфасованных продуктов питания. Маркировке предшествует буква «L».

Эти данные должны быть указаны на упаковке или на этикетке, прикрепленной к расфасованным пищевым продуктам. При ввозе продукции в стране ЕС маркировка должна быть на английском языке (в дополнение к любому другому языку). Окончательный вид маркировки рекомендуется согласовать с импортером до отправки товара.

5. Визуальный осмотр груза на границе.

Инспектор фитосанитарной службы производит визуальный осмотр груза, при котором происходит оценка внешнего вида товара, запаха, чистоты, наличия плесени, насекомых. В случае возникновения подозрений по качеству, фитосанитарная служба связывается с импортером и информирует его о возникших подозрениях. Наличие плесени или насекомых может привести к запрету на ввоз или реализацию продукции на территории ЕС.

6. Контроль тары.

Товар может быть упакован в картонные коробки или мешки, к которым не предъявляются специальные требования. Если товар находится на деревянных паллетах, то для импорта в страны ЕС, паллеты должны соответствовать фито-санитарным требованиям. То есть пройти специальную предварительную обработку для уничтожения насекомых и иметь знак фитосанитарного контроля в виде печати с изображением колоса. В случае отсутствия знака фитосанитарного контроля, таможенные органы могут выдать предписание на уничтожение деревянной тары. При наличии такого предписания, ввоз продукции может быть разрешен, но импортер будет обязан предъявить официальный документ, подтверждающий уничтожение ввезенной тары.

7. Корректность цены товара по инвойсу (счет-фактуре).

Большинство таможенных пошлин и НДС выражены в виде процента от стоимости импортируемого товара. Определение таможенной стоимости таможенными органами основывается на коммерческой стоимости товара на момент его ввоза в ЕС: общей закупочной стоимости и стоимости доставки до пункта ввоза товара на таможенную территорию. Данная проверка предназначена для определения соответствия цены, указанной в сопроводительном инвойсе, уровню цены на данный товар соответствующего качества, размера и так далее. У фито-санитарной службы существует справочный регистр, в котором указаны стандартные цены на идентичные товары. Это необходимо для выявления случаев

сознательного занижения инвойсной стоимости товара для снижения налоговой пошлины при импорте. В случае подозрения, что товар завозится по цене ниже «принятой» для данного вида продукции, инспектор фито-санитарной службы связывается с импортером и может потребовать уплаты ввозной таможенной пошлины не в соответствии с инвойсом, а в соответствии с ценами, указанными в справочном регистре или инвойсе, по которому товар ввозился прошлый раз, если указанные в нем цены были выше.

Важно отметить, что ключевую роль для успешного прохождения фито-санитарного контроля на границе имеет репутация импортера и производителя. Если при предыдущих поставках у импортера были проблемы с качеством или нарушением содержания допустимых химических элементов, то в дальнейшем, каждый груз данного импортера будет проходить тщательную проверку, пока таможенные органы не убедятся, что проблема больше не повторяется. Такие проверки могут продолжаться до 1 года.

В странах ЕС существует система обмена информацией. Каждая проблема, обнаруженная при ввозе продукции регистрируется в базе данных. Таким образом, если про повторных поставках, товар будет ввозиться в ЕС через границу другого государства, на границе, тем не менее, будет вся история поставок данного производителя в страны ЕС.

Оформление транспортных документов. Отправитель должен подготовить пакет сопроводительных документов в соответствии с требованиями государства ЕС и импортера. Как правило, список сопроводительных документов включает в себя:

- Инвойс (счет-фактуру).
- CMR¹⁴.
- Упаковочный лист (Packing list).
- TIR Carnet (оригинал + копия)¹⁵.
- Сертификат происхождения.
- Фитосанитарный сертификат (на каждое транспортное средство).
- Сертификат фумигации (зависит от продукции).
- Сертификат качества.

Маркировка товара должна полностью соответствовать данным указанным в сопроводительных документах. Указание корректного веса груза, также является ответственностью отправителя. Допустимый перевес не должен превышать 1.5-2% (не более 500 кг). Вес проверяется на каждой границе, поэтому, если товар сложен на неодинаковые паллеты, то лучше взвешивать каждый паллет в отдельности. Хорошей практикой является использование

¹⁴ CMR - международная товарно-транспортная накладная, документ, регламентирующий договорные отношения, которые возникают в процессе международных перевозок грузов автомобильным транспортом.

¹⁵ TIR Carnet (книжка МДП) – документ таможенного транзита, дающий право перевозить грузы через границы государств в опломбированных таможенной кузовах автомобилей или контейнерах с упрощением таможенных процедур. Основное назначение книжки МДП заключается в обеспечении необходимых гарантий государствам транзита. Документ гарантирует этим государствам уплату таможенных платежей, в отношении которых существует риск неуплат.

сюрвейерских услуг при загрузке транспортного средства. Специально обученные люди (сюрвейеры) позволяют практически полностью устранить вероятность возникновения потерь в процессе погрузки товара, его перевозки и разгрузки на складе заказчика. Они поэтапно контролируют все перемещения товара, а также его качество и соответствие стандартам при погрузке, выгрузки и соблюдения условий перевозки в пути.

Правильный выбор перевозчика является один из важнейших факторов успешной доставки товара от производителя импортеру. Основными вариантами условий поставки для производителя являются:

- EXW – когда производитель продает товар на месте загрузки с транспортного средства. В этом случае, перевозчик является представителем покупателя (импортера) и ответственность за товар переходит после загрузки и опломбирования машины.
- FCA. В этом случае, договор с транспортной компанией также заключает покупатель (импортер), но ответственность за товар переходит после таможенного оформления.

Перевозчик сам указывает маршрут следования с учетом законодательства транзитных стран и ситуации на границах и сообщает перед отправкой.

Основные задачи, которые решает транспортно-логистического партнер:

1. Помощь в таможенном оформлении и растаможивании грузов – от оформления экспортной декларации на месте производства/хранения до выпуска в свободное обращение в странах ЕС.
2. Помощь в оформлении грузо-сопроводительных документов для прохождения границ и фито-санитарных служб.
3. Погрузка, как в тентовые полуприцепы, так и в рефрижераторы
4. Выбор оптимального маршрута с учетом законодательства транзитных стран и ситуации на границах.
5. Консультации по выбору транспортных средств, упаковке грузов и размещении груза в машине.
6. Возможность работы со сборными грузами.
7. Контроль температурного режима и условий перевозки на всем протяжении пути, в соответствии с условиями транспортировки указанными в транспортных документах (CMR).
8. Помощь в оформлении *Сертификатов происхождения товара* — документ, подтверждающий страну происхождения товара.
9. Решение вопросов на границах по маршруту следования.

Ответственность водителя. При погрузке и транспортировке водитель транспортного средства отвечает за:

1. Чистоту транспортного средства, включая дезинфекцию перед погрузкой.
2. Проверку количества паллет.
3. Соблюдение условий перевозки, обозначенных в CMR.
4. Соответствие веса, указанного отправителем в документах технической грузоподъемности транспортного средства.
5. Распределение груза в машине (нагрузка на ось).

Из Центральной Азии в страны ЕС преимущественно используется автомобильный транспорт.

Ответственность импортера. Импортер должен быть официально зарегистрирован в государстве - члене ЕС. Импортер, если он оператор пищевой продукции, должен гарантировать, что продукты питания удовлетворяют требованиям пищевого законодательства на всех этапах производства, обработки и распределения, и иметь возможность подтвердить выполнение этих требований для продуктов, находящихся под его контролем. Основные задачи, которые должен решать импортер сельскохозяйственной продукции:

- хранение товара на специально оборудованных складах, которые должны отвечать нормативным требованиям Латвийской Республики, и правилам ЕС. Товар должен находиться на ограниченной территории, с регулированием влажности и температуры;
- складское помещение должно быть оснащено холодильными камерами, специально обученными высококвалифицированными, ответственными сотрудниками;
- для хранения продуктов питания наилучший вариант - складские помещения класса "А+"- высшая категория складов согласно общей классификации. На складах класса "А+" температурный режим регулируется в зависимости от требований к условиям хранения того или иного груза и обеспечивается системой кондиционирования;
- на складе все товары, в соответствии с требованиями Европейского Союза, должны храниться на деревянных поддонах;
- доставка товаров до покупателей (торговые точки) с соблюдением условий поставки.

В случае возникновения проблем с качеством продукции, обнаружении несоответствия содержания химических элементов нормативам ЕС и т.п. официальные органы контроля будут предъявлять претензии импортеру. С другой стороны, даже в случае успешного прохождения все проверок на границе, если проблемы с качеством возникнут уже во время нахождения товара в торговой сети или у покупателя, отвечать за это тоже будет импортер.

Поэтому, требования и проверки импортера являются для него гарантией качества и снижают риск возникновения проблем при реализации товара. Этим объясняется факт, что импортеры, как правило, указывают в контрактах более строгие критерии по химическим показателям, чем это требуется в официальных директивах ЕС или добавляют дополнительные условия, по которым нет официальных ограничений.

Все требования импортера и нормы, которые требуется соблюдать производителю при поставке, должны быть указаны в контракте. Если при проверке товара, какой-либо параметр не соответствует норме указанной в контракте, импортер, как правило, имеет право отказаться от товара или требовать пересмотра цены, т.к. существует риск несоответствия товара заявленному качеству.

Одним из важнейших параметров, определяющих качество товара и влияющих на стоимость, является срок годности.

Размер товара также является ключевым показателем, который указывается в контракте, сопроводительных документах и на маркировке. Размер товара, как

правило, определяется количеством товара (в шт.) на единицу веса. В случае несоответствия размера товара данным в документах и на маркировке, импортер имеет право требовать пересмотра цены или даже отказаться от оплаты.

Для контроля за соблюдением указанных выше параметров, импортер требует от производителя отправить образцы продукции. Если образцы соответствуют ожиданиям, то импортер заключает контракт на поставку, в котором указывает, что товар должен соответствовать образцам.

Образцы представляют из себя упакованный товар объемом 300-600 грамм. Они отправляются курьером или почтой и, как правило, не проходят никаких специальных проверок на таможне, за исключением проверки веса и визуального осмотра внешнего вида. При официальной отправке, образец должен иметь сопроводительный документ (инвойс) с названием и пометкой - образец.

Полученные образцы импортер хранит до получения основной продукции. Обычно импортер требует отправки образцов в 2х экземплярах. Один экземпляр - для лабораторного анализа, при котором образец сравнивается с полученной продукцией. Второй экземпляр нужен в случае обнаружения несоответствия, если производитель будет не согласен с результатами. Производителю рекомендуется так же оставлять у себя образцы из каждой отправленной партии для решения спорных ситуаций.

Права импортера при выявлении проблем с товаром. В случае обнаружения нарушений при ввозе товара в ЕС, продовольственно - ветеринарная служба может принять решение по запрету или ограничению распространения продукции. В зависимости от вида запрета или ограничения импортер имеет право на следующие действия:

- Запретить к ввозу в ЕС. В этом случае импортер может отказаться принимать товар, т.е. сделать возврат товара за счет поставщика или произвести уничтожение товара за счет поставщика.
- Запретить растаможку товаров в ЕС. В этом случае импортер может отказаться принимать товар, т.е. сделать возврат товара за счет поставщика или организовать реэкспорт в другую страну за пределами ЕС
- Запретить к реализации в качестве пищевой продукции. В этом случае импортер может сделать возврат товара за счет поставщика, уничтожить его или отправить на корм скоту (при наличии сертификата)
- Выдать постановление по уничтожению тары (при отсутствии фито-санитарного сертификата). Импортер обязан уничтожить тару и предъявить соответствующий документ.

Несоответствие товара образцам по качеству приводит к возврату товара за счет поставщика, уничтожению или переоценке.

При несоответствии размерности товара маркировке и условиям контракта импортер, как правило, требует переоценки товара.

Основные вопросы, связанные с требованиями импорта и новыми правилами пищевой гигиены и официального контроля питания:
http://ec.europa.eu/food/food/controls/index_en.htm

Законодательство ЕС в области санитарного контроля пищевых продуктов неживотного происхождения:

http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu14_02v001/eu/auxi/eu_heanahc_legislation.pdf

Понять, как организована система торговли в ЕС, каким процедурам необходимо следовать и какие документы нужно заполнять, можно узнать на сайте Службы поддержки экспорта ЕС Export Helpdesk (www.exporthelp.europa.eu). Служба поддержки экспорта предоставляет информацию о соответствующих тарифах, требованиях, преференциальных соглашениях и квотах в ЕС, а также статистические данные, которые оказывают влияние на бизнес в развивающихся странах. http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/december/tradoc_148424.pdf.

Он-лайн служба поддержки экспорта в Европейский союз может помочь предприятиям в экспорте в ЕС. Многие предприниматели разных стран стремятся экспортировать свою продукцию в ЕС, чтобы удовлетворить потребительский спрос. Но иногда им не хватает информации о том, каким образом экспортировать в Евросоюз в соответствии со стандартами Европейского союза. Служба поддержки экспорта предоставляет необходимую информацию о том, как осуществлять экспорт в ЕС, включая пошлины, преференциальные торговые соглашения, а также статистику, которая сгруппирована по видам продукции и по странам. Служба действует при поддержке Европейской Комиссии, чтобы помочь предпринимателям из развивающихся стран получить бесплатный доступ к информации.

Какую информацию предоставляет Служба поддержки экспорта в Европейский Союз?

Требования и налоги: перечень документов, необходимых для таможенного оформления, нормативные и рыночные требования к конкретным видам продукции, а также внутренние налоги (НДС и акцизный сбор), которые действительны в каждой стране - члене ЕС;

Таможенные тарифы на импорт товаров и другие правила импорта: пошлины для стран, которые пользуются режимом наибольшего благоприятствования, преференциальные пошлины на импорт, а также квоты, лицензии на импорт, действующие антидемпинговые мероприятия и т.д.;

Статистика торговли: торговый оборот между странами ЕС и развивающимися странами;

Преференциальные соглашения: главные торговые соглашения между ЕС и развивающимися странами, сопровождающие документы на экспортируемую продукцию и правила определения страны происхождения, которым должны отвечать экспортеры, чтобы иметь возможность пользоваться преференциальным режимом;

Контакты: торговые ведомства ЕС и стран-членов, международные торговые организации, торговые площадки и коммерческие справочники;

Новые возможности: ежеквартальные информационные бюллетени Службы поддержки экспорта;

Контакт: адрес, на который можно присылать свои запросы к Службе.

Какой код вашей продукции в Европейской классификации товаров? Для выхода на европейский рынок вам необходимо знать код вашей продукции в Европейской классификации товаров. С помощью кода можно найти нормы, распространяющиеся на продукцию (продукты питания, текстиль, сырьевые товары и т.д.).

Чтобы найти код, необходимо открыть "Форму для ввода данных" на сайте Службы поддержки экспорта и ввести название продукции в окошке рядом с кнопкой "Поиск". Просмотрите базу данных. Вы увидите, например, что фасоль имеет код 0708 20 00, а "футболка из хлопчатобумажной ткани"- 6109 10.

Какие требования необходимо выполнить, чтобы ваша продукция попала на рынок ЕС? Как облагается налогами продукция?

Итак, вам необходимо узнать, каким требованиям должна отвечать ваша продукция для выхода на европейский рынок. Например, какие требования по санитарному контролю для продукции животного происхождения? Какие существуют нормативы санитарного контроля для продукции растительного происхождения? Какие правила маркировки? Какие технически стандарты?

Какая ставка НДС действует для вашей продукции в каждой стране ЕС?

Вы найдете эту информацию в разделе "Требования и налоги". После введения кода вашей продукции и заполнения формы вы увидите полный перечень требований, которые распространяются на вашу продукцию, а также ставку НДС в каждой стране, которая Вас интересует.

Какая пошлина для вашей продукции? Распространяется ли на вашу продукцию и вашу страну преференциальное торговое соглашение?

В разделе "Пошлины на импорт" вы получите информацию про величину таможенного сбора, который применяется к вашей продукции.

Кроме того, ЕС заключил большое количество международных торговых соглашений, которые предусматривают снижение пошлины на импорт многих видов продукции из развивающихся стран.

В разделе "Пошлины на импорт" вы также узнаете, распространяются ли на вашу продукцию и вашу страну норма о преференциальном таможенном сборе, а также сниженную таможенную ставку на вашу продукцию.

Например, если ваша страна пользуется преимуществами Генеральной системы преференций (ГСП), много видов продукции можно импортировать в ЕС по сниженным или даже нулевым таможенным ставкам на импорт.

Какими преференциальными договоренностями вы можете пользоваться? Как вы можете подтвердить происхождение вашей продукции?

В разделе "Преференциальные соглашения" вы найдете детальную информацию о торговых соглашениях между ЕС и вашей страной.

В подразделе "Необходимые документы" вы найдете образец документа, необходимого для подтверждения происхождения вашей продукции. Это позволит вам воспользоваться сниженными таможенными ставками на импорт. С помощью формы для введения данных вы сможете узнать об условиях, которые распространяются на вашу продукцию, если она классифицируется как происходящая из вашей страны.

Где вы можете найти статистические данные про товарооборот?

В разделе "Статистика торговли" вы увидите объемы экспорта вашей продукции в ЕС с 2002 года по сегодняшний день, а также узнаете, какие страны ЕС ее импортировали. С помощью нескольких кликов "мышкой" вы сможете проанализировать грузопотоки в ЕС по видам продукции.

Как найти партнеров в ЕС?

В разделе "Ссылки" можно найти перечень таможенных органов ЕС, торговых палат ЕС, торговых и профессиональных ассоциаций, а также ссылки на коммерческие платформы и бизнес-справочники¹⁶.

¹⁶ http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/december/tradoc_148424.pdf

Детальную информацию можно получить из учебника для экспортеров, которые хотели бы поставлять в Европейский Союз http://exporthelp.europa.eu/thdapp/AR_RU_pdf/DGTrade_EH_main_document_RU.pdf

Имеются также другие источники информации для центрально-азиатских поставщиков, которые могут воспользоваться пособием «Как экспортировать на рынки стран европейского союза на примере плодоовощной продукции», разработанной в Узбекистане международными организациями, действующими в Узбекистане в сотрудничестве с МВЭСИТ Узбекистана и УЗСТАНДАРТОМ на сайтах: <http://www.standart.uz/files/download/731>.

АО KAZNEXINVEST также разработал для казахстанских компаний пособие «Рекомендации экспортерам по выходу на рынок Европы», который можно найти на сайте: <http://export.gov.kz/storage/34/34665d3c7dc2617a460b107f6e8e0d77.pdf> с подробным описанием требований по качеству продукции, хранению, транспортировке и других требований.

АО «KAZNEX INVEST» также выпустило инструктивные материалы «В помощь экспортеру» в соответствии с заказом Министерства по инвестициям и развитию Республики Казахстан по следующим тематикам:

1. Как участвовать в закупках на территории стран ЕЭП?;
2. Работа с торговыми сетями на российском рынке;
3. Рекомендации экспортерам по выходу на рынок Европы;
4. Инструменты торговой защиты согласно правилам ВТО;
5. Инструменты поддержки экспорта в Казахстане;
6. Вопросы налогообложения при экспорте продукции;
7. Внедрение международных стандартов качества для повышения экспортных возможностей предприятий

Публикации в электронном формате казахстанские поставщики могут найти на сайте KAZNEX INVEST www.kaznexinvest.kz, либо на портале для казахстанских экспортеров обрабатывающих отраслей и зарубежных покупателей www.export.gov.kz

Если рассматривать возможности узбекских компаний, то они также могут напрямую работать через Узбекские Торговые Дома в Латвии, которые имеют уже опыт поставок товаров в Балтийские страны и Европейский Союз. До настоящего времени Торговый дом Узбекистана, расположенный в Риге, фокусировался на экспорте ореха и сухофруктов. Начиная с 2014 года, узбекские фермеры отгружают в Латвию свежие фрукты и овощи. Имеются большие возможности для бизнеса Узбекистана в сотрудничестве с латвийскими компаниями по следующим причинам:

- Узбекские производители уже имеют опыт поставок своей продукции в Латвию через ТД
- Через Узбекские Торговые дома в Латвии можно выйти на страны Евросоюза, торговые сети и экспортировать свежие фрукты и овощи
- В Латвии упрощенный таможенный режим и процедуры таможенного оформления товаров (от 0 до 12 % от стоимости товара)
- Латвия заинтересована в содействии транспортировки грузов, используя латвийскую транспортную инфраструктуру

- Узбекистан может предложить европейским потребителям овощи и фрукты, переработанную продукцию, текстильные товары и другие товары высокого качества.

Презентации Узбекского Торгового Дома в Латвии и крупной логистической компании Латвии TRIALTO по требованиям и условиям поставок в ЕС представлены на сайте проекта REC http://car-rec.net/materiali_po_treningu/
Контакты и сайт Узбекского Торгового Дома в Латвии: www.uzth.eu, (+371) 29 554 200, Андрей Колупаев, andrejs@uzth.eu

РЫНОК ГУМАНИТАРНЫХ ПОСТАВОК

Рынок гуманитарных поставок представляет собой весьма крупный и серьезный международный бизнес, ежегодный оборот которого оценивается более 50 млрд. долларов США. Емкость данного рынка говорит о широких возможностях для центрально-азиатских предприятий, имеющих определенный потенциал. Гуманитарные организации (ВПП ООН, ЮНИСЕФ, УВКБ ООН, Красный Крест, Красный Полумесяц и другие) приобретают большой ассортимент товаров, начиная от продуктов питания до машиностроительных изделий в зависимости от их целевого назначения. Необходимо также отметить, что для страны-получателя помощи, международные организации приобретают продукцию, необходимую для реализации социальных проектов: оборудование для оснащения школ, больниц, сельскохозяйственные удобрения, стройматериалы и другие.

Как показывает мировой опыт, затраты на транспортировку могут составлять до 50-60% от общей стоимости помощи. По этой причине многие гуманитарные организации предпочитают приобретать необходимые товары на местном рынке или на рынке соседних стран. На сегодняшний день объем поставок из Центральной Азии на рынок гуманитарных закупок очень маленький. Согласно статистическим отчетам ООН за 2009 год доля Казахстана на глобальном рынке гуманитарных закупок составила всего 0,31%. Низким остается участие производителей региона и в закупках для оказания помощи самому региону ЦА. Так, за 2006-2011 гг. гуманитарная помощь, предоставленная мировым сообществом странам Центральной Азии, составила \$348 млн. (Специальный выпуск Региональный обзор гуманитарного финансирования, UN OCHA, 2011.) Доля закупок у производителей Центральной Азии в предоставленной помощи невысока. В 2013 году страны Кавказа и Центральной Азии получили \$7 млн. гуманитарной помощи. Крупнейшими донорами региона являются Швейцария, Швеция и Россия. Азербайджан и Казахстан – единственные страны-доноры среди стран региона за 2013 год.¹⁷

Одним из главных условий рынка гуманитарных закупок - это стоимость и быстрая доставка. В этом случае производители из Центральной Азии имеют преимущества в плане быстрой доставки, так как Центральная Азия и Афганистан находятся в большой зоне высоких рисков стихийных бедствий природного и техногенного характера, а также социальных конфликтов. Другим положительным фактором является наличие привычной продукции в регионе.

¹⁷ <http://www.refworld.org.ru/publisher,OCHA,,,546a06cd4,0.html>

Но необходимо отметить, что поставщики из Центральной Азии практически не вовлечены в осуществлении поставок.

На рынке гуманитарных закупок потенциальные поставщики сотрудничают напрямую с гуманитарными организациями или через их закупочные компании. Закупаемые товары относительно просты по характеристикам. На сегодняшний день 15 предприятий Казахстана успешно поставляют свою продукцию (стройматериалы, дезинфицирующие средства, продукты питания) через иностранные закупочные компании международных организаций. Как показывает практика, данный формат сотрудничества является оптимальным, так как закупочные компании часто оказывают содействие предприятиям в осуществлении мероприятий по улучшению качества продукции и производственной площадки согласно международным стандартам.

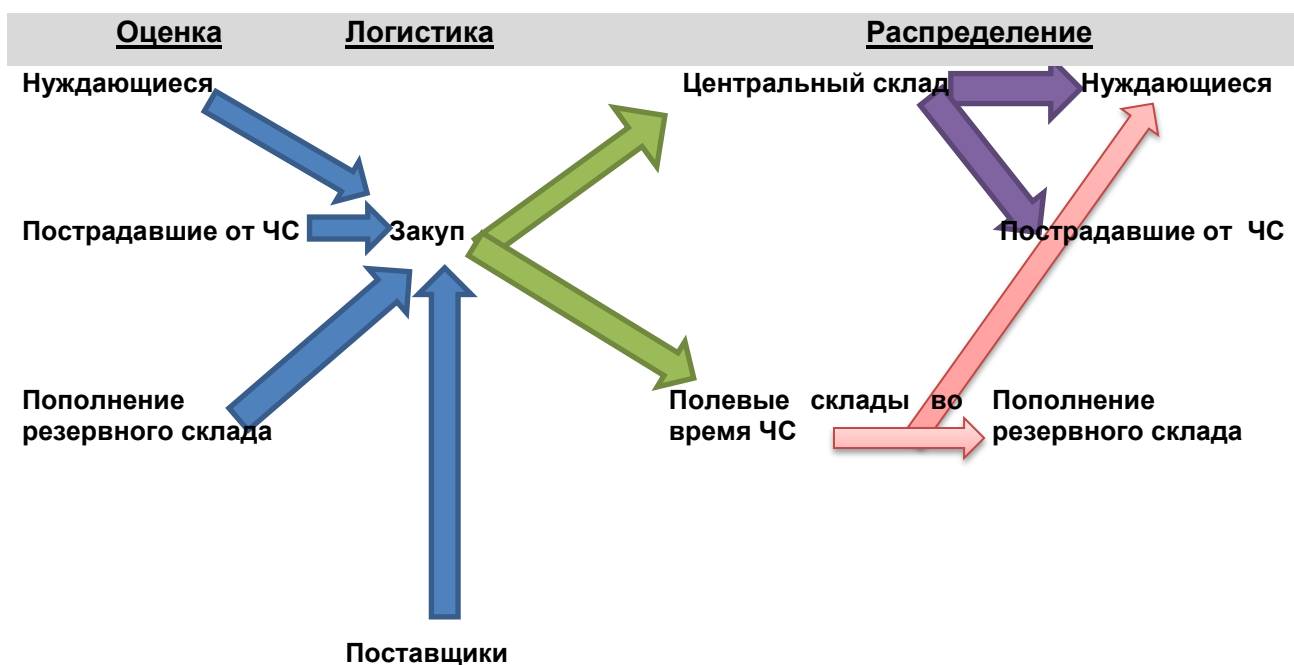
Активное участие предприятий на этом рынке является своеобразной стартовой площадкой для выхода на международные рынки.

Рынок гуманитарных закупок ООН и других гуманитарных организаций состоит из двух крупных сегментов:

- закупки в рамках средне/долгосрочных программ помощи развитию;
- закупки чрезвычайной или гуманитарной помощи при возникновении чрезвычайных ситуаций.

Участниками процесса оказания гуманитарной помощи являются: правительства стран, агентства ООН, Международные движения Красного Креста и Красного Полумесяца, международные НПО, местные НПО, частный сектор, международные доноры.

Процесс оказания гуманитарной помощи происходит по следующей схеме¹⁸:



Согласно отчетам международных гуманитарных организаций следующие виды продукции являются наиболее закупаемыми:

¹⁸ <http://export.gov.kz/storage/09/092b1e12cbc0f21c6a0938195f038d29.pdf>

- **продуктовый набор:** зерновые культуры, мука, макаронные изделия, сахар, консервированное мясо, растительное масло, соль, высокоэнергетическое печенье, чай, питьевая вода и др.;
- **непродуктовый набор:** палатка, постельные принадлежности, одежда, емкости для воды (канистры, ведра), кухонный набор и др.;
- **гигиенический набор:** шампунь, мыло, чистящие и дезинфицирующие средства и др.;
- **медикаменты:** вакцины, аптечки первой помощи и др.;
- **стройматериалы:** набор строительных материалов, лесоматериалы и др.

Как выйти на рынок гуманитарных закупок?

Информация и все процедуры очень детально описаны в брошюре «Инструктивный материал: «Процедуры и требования рынка гуманитарных закупок», разработанной АО KAZNEXINVEST¹⁹. Ниже даются полезные ссылки, для тех организаций, которые хотели бы участвовать в гуманитарных поставках:

Ключевые гуманитарные организации:

- ВПП ООН (wfp.org): продукты питания
- УВКБ ООН (unhcr.org): палатки, постельный набор, канистр, ведро, коврик и другие
- ЮНИСЕФ (unicef.org): медикаменты, все для водоснабжения и другие
- ОКП МФОККиКП (ifrc.org) – МККК (icrc.org): продуктовый набор, не продуктовый набор
- НПО (Save the Children, Oxfam, ACTED): продуктовый набор, не продуктовый набор

Для налаживания контактов с организациями, обеспечивающие закуп товаров для гуманитарной помощи можно обратиться в отделы страновых офисов гуманитарных организаций, участвовать в специализированных выставках: AIDF (Вашингтон, Банкок), DINAD (Дубай), AIDEX (Брюссель) и активно участвовать в тендерах. Онлайн регистрация для участия в тендерах - www.ungm.org; www.procurement.ifrc.org

Очень важно знать для руководителей компаний, что для того, чтобы стать поставщиком рынка гуманитарных закупок все предприятия проходят предквалификационный отбор или технический аудит (инспекция на предприятиях). Эти же процедуры, предприятия поставщики товаров для нужд МО США в Афганистане проходили неоднократно и знают, как и для чего проводятся такие аудиты. Также необходимо отслеживать информацию о тендерах и своевременно подавать предтендерные документы (форма заявок, правила заполнения, сроки сдачи). Чтобы стать партнером на долгосрочной основе, компания должна постоянно обновлять информации о предприятии и продукции в онлайн или страновой базе поставщиков, активно участвовать в тендерах и социальных проектах, программе «Гуманитарные поставки из ЦА в ЦА и Афганистан»

Для казахстанских предприятий сервисную поддержку оказывает АО «KAZNEX INVEST», которое активно занимается продвижением казахстанской

¹⁹ <http://export.gov.kz/storage/09/092b1e12cbc0f21c6a0938195f038d29.pdf>

продукции на рынок гуманитарных поставок. Помощь оказывается в следующем:

1. Ознакомление со спецификой рынка гуманитарных поставок. Какие товары и кем закупаются? Какие основные требования к продукции и поставщикам? По специфике своей деятельности, гуманитарные организации закупают только определенные виды товаров, например, ВПП ООН – продукты питания, УВКБ ООН - палатки, брезенты и т.д.
2. Определение степени готовности предприятия к выходу на рынок гуманитарных поставок. Для этого можно применить следующие два подхода. Первый, самостоятельная оценка на основе ключевых требований гуманитарных организаций. Они часто отражены в вопросниках или проверочных листах (checklist), используемых гуманитарными организациями для отбора потенциальных поставщиков. Второй, комплексная оценка в виде диагностики с привлечением специалистов независимых аудиторских и инспекционных компаний²⁰.
3. Соответствие требованиям гуманитарных организаций. На основе результатов оценки, как правило, рекомендуется составить и выполнить план мероприятий по устранению выявленных несоответствий во время оценки предприятия.
4. Способы продвижения на данном рынке отличаются от традиционных методов продвижения. Это связано с принципами ведения бизнеса с ООН и другими гуманитарными организациями, где во избежание конфликта интересов исключается ведение переговоров с потенциальными поставщиками до прохождения тендерных процедур.

АО «KAZNEX INVEST» также помогает:

- в регистрации в базе потенциальных поставщиков (www.ungm.org);
- проводит специализированных семинаров и «B2B» встреч с участием представителей международных гуманитарных организаций и закупочных компаний;
- организует участие в международных специализированных выставках - AIDF, г. Вашингтон (www.aidforumonline.org) - DIHAD, г. Дубай (www.dihad.org) - AIDEX, г. Брюссель (www.aidexpo.com);
- предоставляет информацию о международных, региональных и страновых тендерах.

Ссылки на полезные материалы и источники по рынку гуманитарных закупок размещены в разделе «Полезные материалы» данного отчета.

Как пример, успешного выхода на рынок гуманитарных поставок и других международных закупщиков, хотелось бы привести деятельность ТОО Концерн Цесна Астык, с которым Проект REC USAID сотрудничает с 2012 года. В 2013 году Акционерное Общество Концерн Цесна Астык и ТОО "Цесна-Мак" прошло все процедуры отбора и тестирования продукции основных закупщиков, службы DLA TS и аудита санитарной службы МО США. Результаты аудита подтвердили соответствие продукции международному стандарту ISO 22000:2005 по безопасности пищевых продуктов.

²⁰ В 2010 году АО «KAZNEX INVEST» провело такую диагностику в 50 предприятиях с привлечением специалистов независимых аудиторских компаний, аккредитованных ООН. Инспектор отдела качества ВПП ООН провел технический аудит в 10 предприятиях пищевой промышленности в 2012 г.

Компания показала отличные результаты. Была проведена проверка функционирования системы НАССР на всех этапах производства - от приемки зерна до хранения готовой продукции на складе. Качество макарон «Цесна» зависит от многих факторов. Аудиторы проверили все этапы: приемку зерна, работу элеватора, правильность оформления документации на хранение, обработку, поэтапное очищение на мельнице и, затем, производство макарон. На макаронной фабрике помимо работы 2-х линий производства, аудиторы обратили внимание на такие факторы, как гигиена, безопасность, соблюдение всех правил техники безопасности, процесс упаковки и отправки на склад. По итогам аудита в октябре 2013 года было пописано официальное заключение главным аудитором Службы санитарного контроля МО США Абидой Султана Шоуб (Abida Sultana Shoyeb), что продукция АО "Концерн "Цесна-Астык" соответствует всем требованиям международного стандарта. Компания получила официальное письмо и отчет об аудите, на основании которого инспекторами Министерства обороны США АО "Концерн "Цесна-Астык" был утвержден и включен в Справочник Одобренных Продовольственных Учреждений Вооруженных Сил США. Предприятие не успело осуществить поставки для нужд МО США в Афганистане в связи с сокращением и выводом коалиционных войск из Афганистана, но включение предприятия в Справочник Одобренных Продовольственных Учреждений Вооруженных Сил США явилось предпосылкой успешного вхождения на рынок гуманитарных поставок и сотрудничества с международными компаниями.

АО «Концерн «Цесна-Астык» и ТОО «The Caspian International Restaurants Company» (представительство сети ресторанов быстрого питания KFC) подписали контракт в 2014 года на поставку муки, так как Цесна -Астык соответствовал всем необходимым требованиям и международным стандартам. Вот уже более года АО «Концерн «Цесна-Астык» является официальным партнером KFC по поставке муки высшего сорта.

В январе 2015 года АО "Концерн "Цесна-Астык" успешно прошел независимый инспекционный аудит третьей стороной по Всемирной продовольственной программе Организации объединенных наций.²¹ Стоит отметить, что для ООН ключевым критерием при отборе официальных поставщиков являются результаты инспекции по пищевой безопасности. Аудит проводился независимой компанией номинированной ВПП ООН на проведение инспекции качества, количества, упаковки, маркировки и анализа продукции ТМ "Цесна". По заключению экспертов ВПП ООН мука Концерна Цесна – Астык соответствует требованиям нормативного документа Комиссии Codex Alimentarius: Codex Stan 152-1985 "Требования к муке пшеничной", и была признана продукцией высокого качества. В январе текущего года АО «Концерн Цесна-Астык» заключило договор с Всемирной Продовольственной Программы ООН (ВПП ООН) для поставки муки в Таджикистан на общую сумму более 27 млн. тенге.

За последние три года более 15 казахстанских компаний уже осуществили поставки на рынок гуманитарных закупок на общую сумму около 85 млн. долларов США.

Если казахстанские компании уже имеют некоторый опыт поставок на рынок гуманитарных закупок, то узбекские компании, которые проходили аудит

²¹ Всемирная продовольственная программа ООН - крупнейшая в мире гуманитарная организация, которой поручено оказывать помощь неимущим в развивающихся странах, борясь с голодом и нищетой.

Министерства Обороны США и крупных логистических международных компаний, имеют большой потенциал стать также участниками рынка гуманитарных поставок для Центральной Азии. Требования по качеству, маркировке и упаковке, условия поставок для рынка гуманитарных закупок являются такими же, а в некоторых случаях процедуры отбора и утверждения бывают проще для непродовольственной группы товаров.

Полезные ссылки по рынку гуманитарных закупок:

Основные закупщики гуманитарной помощи в регионе Центральной Азии

http://www.kazninvest.kz/napr/export/files/zakupshiki_gum.pdf

Руководство по регистрации в базе потенциальных поставщиков ООН

http://www.kazninvest.kz/napr/export/files/registration_gum.pdf

Справочник по спецификациям товаров гуманитарной помощи

http://www.kazninvest.kz/napr/export/files/spravochnik_gum.pdf

Некоторые правовые аспекты гуманитарных закупок ООН

http://www.kazninvest.kz/napr/export/files/pravovye_aspect.pdf

Вопросник для определения степени готовности

http://www.kazninvest.kz/napr/export/files/questionare_gum.pdf

Процедура закупок гуманитарных организаций

http://www.kazninvest.kz/napr/export/files/request_gum.pdf

Ссылки на сайты гуманитарных организаций

http://www.kazninvest.kz/napr/export/files/links_gum.pdf

Основные агентства ООН и международные организации, которые занимаются поставками гуманитарной помощи

www.un.org/depts/ptd/ - ООН

www.unicef.org/supply/index_procurement_services.html - Детский фонд ООН

www.wfp.org/procurement - Всемирная Продовольственная Программа ООН

<http://procurement-notice.undp.org/> - Программа Развития ООН

www.unhcr.org/pages/49f6d3a76.html - Управление Верховного Комиссариата ООН по делам беженцев

www.undp.tj/index.php?option - Программа Развития ООН в Таджикистане

www.undp.kz/pages/13.jsp - Программа Развития ООН в Казахстане

www.undp.org.af/Operations/Procurement/Notices/index.htm - Программа Развития ООН в Афганистане

www.icrc.org – Международный Комитет Красного Креста

<http://procurement.ifrc.org/en/Pages/default.aspx> - Международная Федерация

Обществ Красного Креста и Красного Полумесяца

www.savethechildren.org – «Save the Children», международное НПО

www.acted.org/en/appels-offres «ACTED», международное НПО

www.ungm.org/Info/Publications.aspx_procurement.ifrc.org/catalogue/ - Каталоги товаров чрезвычайной помощи

Тендера

www.ungm.org/Notices/Notices.aspx

www.un.org.kg/ru/tenders-by-un

www.procurementdirectory.af/tenders

www.procurement-notice.undp.org/index.cfm

www.undp.tj

www.undp.kz

www.procurement.ifrc.org/en/businessopportunities/opentenders
www.undp.org.af/Operations/Procurement/Notices

Сотрудничество с международными логистическими компаниями

Для компаний из Центральной Азии, поставлявших и поставляющие товары для нужд Министерства Обороны США и GSA есть возможности дальнейшего сотрудничества с основными закупочными компаниями Министерства Обороны США, такие как TWI, Supreme Food, Seven Seas, Nobel. Эти международные логистические компании также осуществляют поставки не только для Министерства обороны США, но и для других международных компаний и правительственных служб по их заявкам.

Пошаговая инструкция, регистрация, требования и условия поставок для этих компаний детально описаны в «Руководстве по экспорту и поставке товаров для нужд министерства обороны США в Афганистане из Казахстана и Узбекистана» разработанные проектом REC в 2012 году. Данный документ размещен на сайте REC USAID http://car-rec.net/userfiles/rukovodstvo_po_eksportu_i_postavkam_tovarov_dlya_nuzhd_ministerstva_oborony_ssha_v_afganistane_iz_rk.pdf.

Другие возможности для экспортеров

Государственные агентства по продвижению экспорта оказывают поддержку в экспортерам в каждой стране.

В Узбекистане Министерство внешних экономических связей, инвестиций и торговли оказывает поддержку экспортерам <http://www.mfer.uz/>.

Поддержку экспортерам оказывают также: ТПП Узбекистана www.cci.uz, Торговая площадка для экспортеров <http://www.exporter.uz/>, Государственная Акционерная Внешнеторговая Компания "Узинтеримпэкс" <http://uzinterimpeks.uz/main/?lang=ru>, Специализированная внешнеторговая компания «Узтадбиркорэкспорт» <http://www.uzte.uz/> и многие другие государственные компании также оказывают поддержку экспортерам.

В Казахстане АО «Национальное агентство по экспорту и инвестициям «KAZNEX INVEST» оказывает поддержку в рамках своей деятельности по продвижению экспорта казахстанских товаров/услуг на внешние рынки. www.kaznexinvest.kz

Заключение

В данной работе были отражены только некоторые аспекты ведения и расширения бизнеса в Центральной Азии. Одним из важнейших факторов, повлиявших на возрастающее значение Центральной Азии и определяющих ее новую политическую роль, выступают поставки товаров из Узбекистана и Кыргызстана свежей плодоовощной продукции хорошего качества, дешевой текстильной продукции, из Казахстана зерна и муки. Поэтому центральноазиатским компаниям необходимо повышать конкурентоспособность своей продукции и использовать все возможности расширения товарооборота.

Со своей стороны Проект по региональному экономическому сотрудничеству будет продолжать работу по поддержке производителей путем проведения торговых конференций, исследований, бизнес встреч и дополнять отчет новыми материалами по увеличению экспортного потенциала компаний.

Мы будем благодарны за ваши отзывы и рекомендации, которые вы может присылать на электронный адрес zabdiraman@chemonics.kz

ИСТОЧНИКИ

http://eeca.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/rus_report%20_%20eeca-iawg-misp-readiness-report_final.pdf
http://www.carecprogram.org/uploads/events/2008/7th-mc/001_101_207_regional-risk-assessment-summary-ru.pdf
<http://www.exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>
<http://www.mineconomy.uz/ru/node/696>
http://www.kazninvest.kz/napr/analytics/export/trends/trade_perf_2014.pdf
www.trade.ec.europa.eu/doclib/html/148424.htm
<http://www.rtp.com.ua/4business/10/biblioteka-prakticheskie-aspekty-sotrudnichestva-s-evropeyskim-souzm.html>
<http://www.regnum.ru/news/polit/1836081.html>
<http://russian.eurasianet.org/node/30884>
<http://easttime.ru/analytics/tsentralnaya-aziya/tsentralnaya-aziya-novyi-alternativnyi-put-nato-v-afganistan-chast-perv>
<http://www.kazninvest.kz/>
<http://www.mfer.uz/>
www.cci.uz
<http://www.exporter.uz/>
<http://uzinterimpeks.uz/main/?lang=ru>
<http://www.uzte.uz/>
http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/december/tradoc_148424.pdf
www.export.gov.kz
<http://www.standart.uz/files/download/731>
http://exporthelp.europa.eu/thdapp/AR_RU_pdf/DGTrade_EH_main_document_RU.pdf
www.ungm.org/Notices/Notices.aspx
www.un.org.kg/ru/tenders-by-un
www.procurementdirectory.af/tenders
www.procurement-notices.undp.org/index.cfm
www.undp.tj
www.undp.kz
www.procurement.ifrc.org/en/businessopportunities/opentenders
www.undp.org.af/Operations/Procurement/Notices
<http://www.refworld.org.ru/publisher,OCHA,,,546a06cd4,0.html>
<http://www.twipv.com>
<http://www.sevensesgroup.com>
<http://www.supreme-group.net>
<http://www.dla.mil/>
<http://www.centcom.mil/ru/about-centcom-ru>
<http://russian.eurasianet.org/node/59020>
<http://www.concern.kz/>