

Содействие развитию экспорта и производственно- сбытовых связей в пищевой промышленности Республики Молдова



Перспективы экономической политики

**Содействие развитию экспорта
и производственно-сбытовых
связей в пищевой
промышленности Республики
Молдова**

Данная работа публикуется под ответственность генерального секретаря ОЭСР. Изложенные в ней мнения и приводимая аргументация могут не отражать официальных взглядов правительств стран – членов ОЭСР.

Настоящий документ и любые содержащиеся в нем данные и карты не затрагивают статуса территорий и их суверенитета, делимитацию государственных границ и пограничных линий, а также названия территорий, городов и областей.

При цитировании просьба ссылаться на настоящую публикацию::

OECD(2020), *Содействие развитию экспорта и производственно-сбытовых связей в пищевой промышленности Республики Молдова*, OECD Publishing, Paris,
www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Promoting-Exports-and-Supply-Chain-Linkages-in-the-Food-Industry-in-the-Republic-of-Moldova-RUS.pdf.

© OECD 2020

Вы можете копировать, загружать или печатать материалы ОЭСР для собственного пользования, вы также можете включать цитаты из публикаций, баз данных и мультимедийных продуктов ОЭСР в собственные документы, презентации, блоги, интернет- сайты и учебные материалы при условии указания ОЭСР как источника и владельца авторских прав. Все запросы на открытое или коммерческое использование, а также на право перевода должны направляться на rights@oecd.org. Запросы на разрешение на фотокопирование разделов настоящего материала для открытого или коммерческого использования должны направляться в Copyright Clearance Center (CCC) на info@copyright.com или в Centre francais d'exploitation du droit de copie (CFC) на contact@cfcopies.com.

Предисловие

В 2018 году правительство Республики Молдовы приняло План мероприятий на 2018–2020 годы по реализации Стратегии развития МСП на 2012–2020 годы. Министерство экономики и инфраструктуры запросило у ОЭСР помощь в реализации Плана мероприятий, в особенности в контексте мероприятий, направленных на интеграцию молдавских МСП в глобальные производственно-сбытовые цепочки.

Данная помощь предоставляется в контексте международного проекта EU4Business: From Policies to Action («От стратегий к действиям»), реализуемого ОЭСР в странах Восточного партнерства при финансовой поддержке Европейского союза в рамках инициативы ЕС по развитию предпринимательства EU4Business. Проект финансируется при участии Словацкой Республики.

Общей целью работы является укрепление и развитие потенциала органов и организаций Молдовы, необходимого для реализации и контроля Стратегии развития МСП на 2012–2020 годы и Плана мероприятий на 2018–2020 годы. В связи с этим проект ориентирован на выполнение следующих задач:

- Оказание помощи правительству в реализации политических мер, направленных на интернационализацию МСП, работающих в пищевой промышленности, путем: (i) стимулирования развития связей местных предприятий пищевой промышленности и предприятий розничной торговли (супермаркетов) и (ii) расширения возможности прямого доступа МСП к иностранным рынкам;
- Укрепление диалога между государством и частным сектором путем проведения регулярных совещаний Рабочей группы, включающей международных экспертов, местных заинтересованных лиц и ОЭСР, под эгидой Консультативного совета по развитию МСП.

Данный проект осуществляется в интересах Министерства экономики и инфраструктуры, Организации по развитию малых и средних предприятий (ODIMM), а также заинтересованных лиц, участвующих в реализации и контроле Стратегии развития МСП и Плана мероприятий на 2018–2020 годы.

Паритетный обзор этого документа состоялся 17 июня 2020 года в рамках Круглого стола ОЭСР по вопросам конкурентоспособности стран Евразии. Он посвящен поддержке интеграции молдавских производителей продуктов питания в глобальные производственно-сбытовые цепочки путем (i) повышения их конкурентоспособности на международном рынке и (ii) предоставления услуг по оказанию целевой поддержки, включая реализацию пилотной программы по развитию связей в рамках системы снабжения.

Данная работа включает в себя проведение регулярных совещаний Рабочей группы с участием представителей государства и частного сектора, направленных на определение приоритетов и выявление недостатков в контексте проведения реформ и внедрения программы поддержки. Кроме того, ОЭСР провела опрос предприятий,

фокус-группу субъектов частного сектора, а также ряд интервью с представителями частного сектора. Описание методологии содержится в Приложении «А».

Выражение признательности

Настоящий отчет подводит итоги работы, проведенной специалистами Программы ОЭСР по повышению конкурентоспособности стран Евразии, по поручению Управляющего комитета Инициативы по странам Восточной Европы и Закавказья, при содействии Правительства Республики Молдова и с участием субъектов частного сектора и международных организаций, представленных в Республике Молдове.

Мы хотим поблагодарить представителей ряда министерств, государственных ведомств, частных организаций Молдовы, равно как и других заинтересованных сторон, которые приняли активное участие в совещаниях Рабочей группы, нашли возможность встретиться с представителями ОЭСР и поделиться информацией, необходимой для подготовки настоящего документа.

В частности, ОЭСР выражает свою признательность представителям Министерства экономики и инфраструктуры: государственному секретарю Анатолию Усатому, руководителю Управления экономической политики и развития предпринимательства Василию Вулпе. ОЭСР благодарит представителей Организации по развитию малых и средних предприятий (ODIMM): генерального директора Юлию Костин, сотрудников Отдела инфраструктуры поддержки предпринимательства Оксану Паладичук и Константина Туркану, а также советника по экономическим вопросам Евгения Сили.

Значительный вклад в деятельность Рабочей группы и подготовку отчета внесли следующие представители частного сектора: исполнительный директор Европейской бизнес-ассоциации Мариана Руфа, президент Торгово-промышленной палаты Молдовы Серджу Хара, вице-президент Торгово-промышленной палаты Молдовы Наталия Каленик, исполнительный директор Ассоциации производителей и экспортеров фруктов Молдовы Юрий Фала, руководитель Департамента коммуникаций компании Metro Cash&Carry Moldova Вадим Ротару.

Проект финансировался при участии Европейского союза в рамках инициативы ЕС по развитию предпринимательства EU4Business, в связи с чем мы выражаем благодарность за предоставленную помощь и поддержку: руководителю отдела Генерального директората Европейской комиссии по вопросам политики добрососедства и расширения ЕС (DG NEAR) Матье Буске, программному менеджеру DG NEAR Кристи Раидме, а также членам Представительства ЕС в Республике Молдове: послу Петеру Михалко, руководителю оперативного отдела Марко Геммеру и заместителю руководителя оперативного отдела Гинтаутасу Баранаускасу. Проект финансировался при участии Словацкой Республики, в связи с чем мы выражаем благодарность государственному секретарю Министерства экономики Словакии Яну Оравецу.

Подготовка настоящего отчета велась под началом директора Секретариата ОЭСР по международным отношениям Андреаса Шааля и руководителя Подразделения ОЭСР по работе со странами Евразии Уильяма Томпсона.

Непосредственными авторами настоящего отчета являются сотрудники Секретариата ОЭСР по международным отношениям Патрик Прузински и Сесилия Трази. Неоценимую помощь в аналитической работе и подготовке предварительного варианта оказали сотрудник Секретариата ОЭСР по международным отношениям Юбер Массони и управляющий директор компании Giraffe Consulting Джулиан Лоусон Хилл. Руководство проектом осуществлял сотрудник Секретариата ОЭСР по международным отношениям Дэниел Квадбек; рассмотрением занималась сотрудник Секретариата ОЭСР по международным отношениям Маржена Кисьелевска.

Важное содействие в административных вопросах оказала сотрудник Секретариата ОЭСР по международным отношениям Евгения Клименка.

Содержание

Предисловие	3
Выражение признательности.....	5
Список сокращений	10
Основные показатели: Молдова.....	11
Основные положения.....	12
Вступление.....	14
1. МСП Молдовы – движущая сила экономического роста.....	16
1.1. Восстановление экономики дало импульс развитию МСП в Молдове	16
1.2. Сектор МСП – двигатель создания и роста числа рабочих мест	19
1.3. Основы политики направлены на улучшение интеграции МСП в глобальные производственно-сбытовые цепочки	21
1.4. Соглашение УВЗСТ дало импульс торговле между ЕС и Молдовой.....	23
2. Пищевая промышленность – ведущая отрасль Молдовы	27
2.1. Пищевая промышленность – главная опора промышленности Молдовы	27
2.2. Переработанная плодоовощная продукция является движущей силой экспорта в отрасли.....	28
2.3. Глобальные производственно-сбытовые цепочки предлагают молдавским производителям продуктов питания ценную возможность.....	29
3. Возможности на иностранных и внутренних рынках остаются нереализованными	32
3.1. Экспортный потенциал молдавских производителей продуктов питания остается нереализованным	32
3.2. Инвестиции в сектор розничной продажи пищевых продуктов меняют правила игры для производителей продуктов питания.....	33
3.3. Поставляя продукцию в розничные сети, МСП сталкиваются с трудностями.....	35
3.4. Производители стремятся увеличить объемы своего экспорта и укрепить связи с супермаркетами.....	36
4. Интеграции молдавских предприятий пищевой промышленности в глобальные производственно-сбытовые цепочки препятствуют несколько преград	37
4.1. Невысокая конкурентоспособность предприятий пищевой промышленности мешает их интеграции в ГПСЦ.....	38
4.2. Мелким производителям тяжело поставлять продукцию крупным предприятиям розничной торговли, работающим в Молдове.....	44
4.3. МСП по-прежнему сложно получить доступ к иностранным рынкам.....	46
5. Рекомендуемые политические меры	52
5.1. Задача 1: Подготовить местные предприятия пищевой промышленности к интеграции в ГПСЦ.....	52

5.2. Задача 2: Способствовать развитию связей в рамках системы снабжения между местными предприятиями пищевой промышленности и супермаркетами.....	58
5.3. Задача 3: Улучшить доступ МСП к иностранным рынкам.....	61
6. Программное предложение: Программа развития связей.....	65
6.1. Обзор Программы.....	65
6.2. Управление.....	66
6.3. Мероприятия.....	68
6.4. Контроль и анализ.....	73
6.5. Сроки.....	74
Список литературы.....	84

Таблицы

Таблица 1. Документы, содержащие национальную стратегию, затрагивающие вопрос интеграции производителей продуктов питания в ГПСЦ.....	23
Таблица 2. Экспорт некоторых видов продукции в ЕС, 2018 год.....	24
Таблица 3. Обзор пищевой промышленности, 2018 год.....	27
Таблица 4. Кластеры, существующие в Молдове.....	40
Таблица 5. Обязанности членов Проектной группы.....	68
Таблица 6. Примеры КПЭ, предназначенных для контроля результатов и воздействия Программы.....	74
Таблица 7. Предлагаемые сроки осуществления Программы.....	74

Рисунки

Рисунок 1. Основные экспортные товары Республики Молдовы.....	17
Рисунок 2. Обзор совокупности предприятий, 2018 год.....	19
Рисунок 3. Показатель оценки на основе АМБ в отношении Молдовы, 2020 год (готовится к публикации).....	21
Рисунок 4. Партнеры Молдовы по экспорту, группы стран.....	25
Рисунок 5. Структура производства пищевой промышленности в Молдове.....	28
Рисунок 6. Экспорт в секторе переработанных пищевых продуктов, 2010–2018 годы.....	29
Рисунок 7. Участие предприятий пищевой промышленности в ГПСЦ.....	30
Рисунок 8. Оборот МСП, приходящийся на экспорт.....	32
Рисунок 9. Респонденты согласно числу штатных сотрудников.....	33
Рисунок 10. Розничные продуктовые сети, работающие в Молдове.....	34
Рисунок 11. Доля МСП, поставляющих продукцию в розничные сети.....	35
Рисунок 12. Наиболее интересные для молдавских МСП предприятия розничной торговли....	36
Рисунок 13. Представление предприятий пищевой промышленности о факторах, препятствующих росту.....	39
Рисунок 14. Распространение международно признанных сертификатов в Молдове (2019 год).....	42
Рисунок 15. Использование услуг по поддержке предпринимательства в Молдове.....	44
Рисунок 16. Десять главных препятствий для установления связей с крупными предприятиями розничной торговли.....	45
Рисунок 17. Основные препятствия для экспорта.....	49

Рисунок 18. Обзор инструментов экспортного финансирования	50
Рисунок 19. Показатели упрощения торговых процедур ОЭСР, 2017 год	51
Рисунок 20. Этапы пилотной Программы развития связей.....	66
Рисунок 21. Пример структуры управления Программой.....	67

Блоки

Блок 1. Ответные меры экономической политики в условиях кризиса, вызванного Covid-19 ...	18
Блок 2. Опрос молдавских предприятий ОЭСР 2019 года	33
Блок 3. Программы ЕС, направленные на расширение доступа МСП к рынкам в Молдове.....	47
Блок 4. Финансирование инновационных МСП в Великобритании	52
Блок 5. Поддержка развития кластеров в Чешской Республике и Польше	54
Блок 6. Оплаченное государством обучение с целью повышения стандартов безопасности продуктов питания в Польше	56
Блок 7. Способствующие развитию связи между МНК и МСП в Ирландии	58
Блок 8. Повышение привлекательности пищевых продуктов местного производства в Словацкой Республике.....	60
Блок 9. Использование налоговых стимулов в целях развития связей МСП и МНК.....	60
Блок 10. Развитие экспорта в странах Восточного партнерства.....	62
Блок 11. Экспортно-кредитное финансирование в Словацкой Республике	63

Список сокращений

СА	Соглашение об ассоциации
НАПБ	Национальное агентство продовольственной безопасности
ОРП	оценка развития предприятий
УПП	услуги по поддержке предпринимательства
СНГ	Содружество Независимых Государств
УВЗСТ	соглашение об Углубленной и всеобъемлющей зоне свободной торговли
ВП	Восточное партнерство
ЕБРР	Европейский банк реконструкции и развития
ЕС	Европейский союз
АРЭ	Агентство по развитию экспорта
Евро	денежная единица ЕС
ХАССП	Анализ факторов риска и критических контрольных точек
ПИИ	прямые иностранные инвестиции
ВВП	валовой внутренний продукт
GIZ	Германское агентство по международному сотрудничеству
ГПСЦ	глобальные производственно-сбытовые цепочки
ИКТ	информационно-коммуникационные технологии
ИСО	Международная организация по стандартизации
ИТС	Международный торговый центр
КПЭ	ключевой показатель эффективности
ИАМ	Инвестиционное агентство Молдовы
МЭИ	Министерство экономики и инфраструктуры
МНК	многонациональная корпорация
НПРС	Национальная программа развития связей
ОДИММ	Организация по развитию малых и средних предприятий
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
МСП	малые и средние предприятия
ГП	государственное предприятие
Доллары США	денежная единица США
ПУПТ	Показатели упрощения торговых процедур

Основные показатели: Молдова

Показатель	Единица измерения	2016	2017	2018
Рост ВВП*	Процент, в годовом исчислении	4,41	4,69	3,4
Инфляция	Процент, в годовом исчислении	6,36	6,57	3,05
Баланс текущих операций*	Процент ВВП	-3,50	-5,74	-10,59
Торговый оборот*	Процент ВВП	87,64	85,64	84,29
Импорт*	Процент ВВП	55,33	54,54	55,00
Рост импорта*	Процент, в годовом исчислении	2,81	11,00	8,88
Экспорт*	Процент ВВП	32,31	31,10	29,29
Рост экспорта*	Процент, в годовом исчислении	9,75	10,86	4,83
Чистый приток ПИИ*	Процент ВВП	1,17	1,60	2,73
Чистый отток ПИИ*	Процент ВВП	0,17	0,11	0,37
Частные переводы*	Процент ВВП	18,09	16,95	16,06
Сельское хозяйство, добавленная стоимость*	Процент ВВП	11,40	11,47	10,08
Промышленность, добавленная стоимость*	Процент ВВП	22,24	21,87	22,68
Услуги, добавленная стоимость*	Процент ВВП	53,97	53,20	53,73
Занятость (сельское хозяйство)**	Процент общей численности занятых	33,70	32,34	36,18
Занятость (промышленность)**	Процент общей численности занятых	17,14	16,65	16,5
Занятость (услуги)**	Процент общей численности занятых	49,16	51,02	47,4
Безработица**	Процент общей численности активного населения	4,2	4,1	3

Источник: *World Bank (2019), *World Development indicators*; ** ILO (2019), *Ilostat*.

Основные положения

До начала пандемии Covid-19, которая, по всей вероятности, вызовет экономический спад в 2020 году, в Республике Молдова наблюдались внушительные темпы роста валового внутреннего продукта, в период с 2016 по 2019 годы составлявшие, в среднем, порядка 4% ежегодно. Экономический подъем ускорил динамику развития сектора МСП, на долю которого в 2018 году пришлось 60% занятости в частном секторе.

Сельское хозяйство продолжает играть значительную роль в экономике, создавая 12% ВВП, обеспечивая более 30% всех рабочих мест и наибольшую долю в общем объеме экспорта (30%). В свою очередь, на долю пищевой промышленности приходится 37% общего объема промышленного производства и 26% занятости в промышленном секторе. Более высокая интеграция молдавских производителей продуктов питания в глобальные производственно-сбытовые цепочки благодаря экспорту или связям с предприятиями розничной торговли продуктами питания в рамках системы снабжения позволила бы местным производителям продуктов питания масштабировать свою деятельность, повысить производительность и, в конечном счете, увеличить вклад данной отрасли в общий рост.

После подписания Соглашения об ассоциации ЕС стал главным торговым партнером молдавских производителей продуктов питания: на его долю приходится почти 70% экспорта продовольственных товаров. Однако мелкие производители зачастую испытывают трудности с доступом к рынку ЕС по причине невысокой конкурентоспособности, опасений, касающихся стандартов безопасности продуктов питания, недостаточных управленческих навыков и недостатка программ поддержки экспорта со стороны правительства.

Более того, за последнее десятилетие в секторе розничной продажи пищевых продуктов были осуществлены значительные инвестиции, и рост числа супермаркетов нарушил функционирование данного сектора, что повлекло за собой упадок традиционных систем оптовой и розничной торговли. Последствия данных изменений для стороны предложения очевидны: мелкие производители и производители, испытывающие нехватку капитала, которые неспособны выполнить требования крупных супермаркетов, теряют внутренние рынки, на которых прежде они занимали прочные позиции.

В настоящей пояснительной записке оценивается состояние интеграции молдавских производителей продуктов питания в глобальные производственно-сбытовые цепочки благодаря (i) связям производителей продуктов питания с крупными предприятиями розничной торговли продуктами питания, работающими в Молдове, в рамках системы снабжения и (ii) прямому их доступу к иностранным рынкам. Документ содержит рекомендации в отношении политических мер в трех стратегических областях, которые призваны:

- Подготовить местные предприятия пищевой промышленности к интеграции в глобальные производственно-сбытовые цепочки путем (i) стимулирования инвестиций и инноваций в секторе посредством развития кластеров; (ii) повышения осведомленности МСП и готовности к внедрению стандартов

безопасности продуктов питания в соответствии с Соглашением об ассоциации с ЕС; и *(iii)* разработки профессиональных стандартов и расширения участия частного сектора в проведении обучения.

- Способствовать установлению связей в рамках системы снабжения между местными предприятиями пищевой промышленности и супермаркетами путем *(i)* реализации целевой программы, направленной на развитие связей в рамках системы снабжения между производителями продуктов питания и супермаркетами; *(ii)* стимулирования внутреннего спроса на молдавские пищевые продукты; *(iii)* поощрения их производства с помощью адресных политических мер.
- Улучшить доступ МСП к иностранным рынкам путем *(i)* расширения услуг по поддержке и развитию экспорта; *(ii)* предоставления финансовой поддержки МСП, занимающимся экспортной деятельностью; и *(iii)* упрощения процедур пограничного контроля и снижения административных преград для экспорта.

Вступление

Благодаря плодородной почве и умеренному климату Республика Молдова имеет конкурентное преимущество в сельскохозяйственном производстве. При этом наличие плодовых культур является сильным сравнительным преимуществом пищевой промышленности – отрасли, на долю которой приходится 37% общего объема производства обрабатывающей промышленности и 26% занятости в промышленном секторе. Данная отрасль имеет высокий потенциал к дальнейшему росту благодаря возможностям, появившимся вследствие событий, происходящих в секторе розничной продажи пищевых продуктов и на международных рынках.

За последнее десятилетие сектор розничной продажи пищевых продуктов вырос благодаря значительным инвестициям и расширению международных розничных сетей. В то же время заключение Соглашения об ассоциации между Европейским союзом и Молдовой в 2014 году существенно улучшило доступ молдавских производителей к рынкам ЕС. На сегодняшний день ЕС является наиболее важным торговым партнером Молдовы: так, в 2019 году туда шло почти 70% экспорта этой страны. В целом, интеграция молдавских производителей продуктов питания в глобальные производственно-сбытовые цепочки благодаря связям с крупными предприятиями розничной торговли в рамках системы снабжения и экспорту позволяет местным производителям масштабировать свою деятельность, повышать производительность и, в конечном счете, увеличивать вклад данной отрасли в общее экономическое развитие Молдовы. Как показывает Опрос предприятий ОЭСР, молдавские предприятия пищевой промышленности демонстрируют высокий интерес к интеграции в глобальные производственно-сбытовые цепочки: 77% опрошенных компаний выразили интерес в организации или расширении сотрудничества с розничными сетями, а 85% заявили о заинтересованности в организации или дальнейшем наращивании экспорта.

Однако мелким производителям зачастую сложно интегрироваться в системы снабжения крупных предприятий розничной торговли и расширять свое присутствие на международных рынках. Как было подчеркнуто в Опросе предприятий ОЭСР, менее 50% малых и средних предприятий пищевой промышленности занимаются прямыми поставками продукции в супермаркеты, а более 40% из них не имеют экспортного оборота. Причин такого положения дел несколько: общий низкий уровень конкурентоспособности более мелких производителей продуктов питания, опасения, касающиеся стандартов безопасности продуктов питания, недостаточные управленческие навыки и недостаток программ поддержки экспорта и развития связей со стороны правительства препятствуют интеграции малых и средних предприятий пищевой промышленности в глобальные производственно-сбытовые цепочки.

В настоящей пояснительной записке оценивается состояние интеграции молдавских производителей продуктов питания в глобальные производственно-сбытовые цепочки благодаря (i) связям производителей продуктов питания с крупными предприятиями розничной торговли продуктами питания, работающими в Молдове, в рамках системы снабжения и (ii) прямому их доступу к иностранным рынкам. Документ состоит из шести глав. Глава 1 содержит общий обзор экономических и

институциональных условий существования МСП в Молдове. В Главах 2 и 3 говорится о ключевой роли пищевой промышленности Молдовы и рассматривается потенциал ее дальнейшего роста. В Главе 4 проанализированы обстоятельства, затрудняющие интеграцию молдавских предприятий пищевой промышленности в глобальные производственно-сбытовые цепочки, а в Главе 5 представлены рекомендации правительству в отношении политических мер. И наконец, в Главе 6 содержится предложение в отношении программы поддержки, которая могла бы быть реализована правительством в целях содействия интеграции предприятий пищевой промышленности в систему снабжения супермаркетов, работающих в Молдове.

1. МСП Молдовы – движущая сила экономического роста

1.1. Восстановление экономики дало импульс развитию МСП в Молдове

В 2015 году молдавскую экономику потряс банковский кризис, который привел к утрате уверенности и резкому обесцениванию лея. Страна, однако, относительно быстро оправилась от последствий кризиса: в период с 2016 по 2019 годы средний рост валового внутреннего продукта (ВВП) составил 4% (National Bureau of Statistics, 2020_[1]). Рост стал возможен главным образом благодаря благоприятным экономическим условиям в странах, являющихся основными торговыми партнерами Молдовы, и увеличению наличного дохода вследствие снижения налогов, увеличения заработной платы и переводов (World Bank, 2019_[2]). Весьма вероятно, что экономические потрясения, сопровождающие пандемию Covid-19, в 2020 году приведут к сокращению ВВП более чем на 3% (World Bank, 2020_[2]). По причине ослабления внутреннего спроса, снижения цен на сырьевые товары и усиления эффекта базы под влиянием коронавирусного кризиса в 2020 году, скорее всего, произойдет постепенное снижение темпов инфляции, которые, впрочем, восстановятся в 2021 году по мере восстановления спроса (World Bank, 2020_[2]).

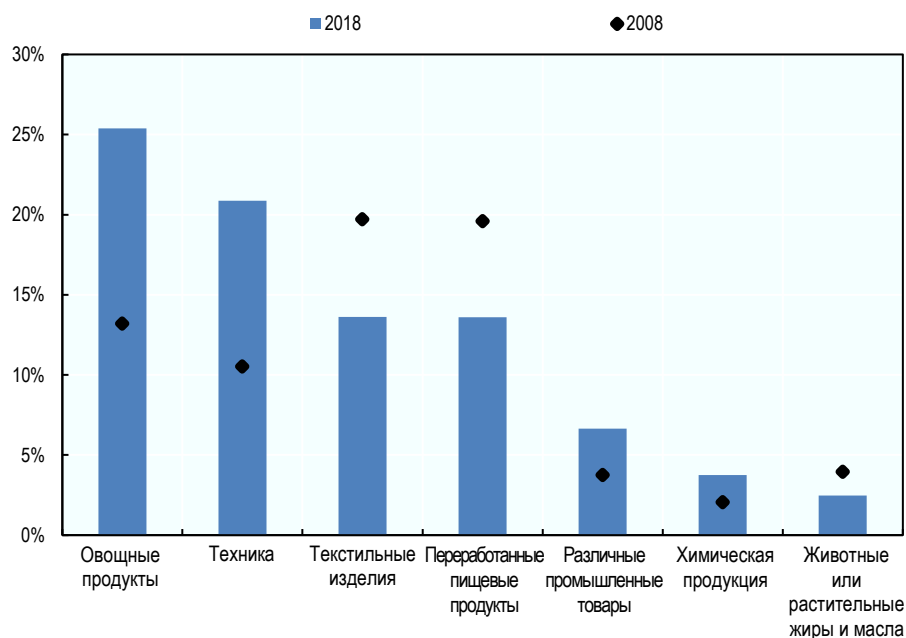
Благодаря тому, что объемы экспорта во втором полугодии 2019 года увеличивались быстрее импорта, дефицит счета текущих операций сократился с 10,6% ВВП (как в 2018 году) до 9,7% ВВП (2019 год). Чистый приток прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в 2019 году составил 4,5% ВВП и, вследствие кризиса, останется низким на протяжении 2020 года (World Bank, 2020_[2]). Доля частных денежных переводов в 2019 году составила 16% от ВВП, а в 2020 году, по всей видимости, сократится на целых 15% (World Bank, 2020_[2]). Доля услуг существенно выросла за два последних десятилетия: с 35% ВВП в 1995 году до 53,7%. Хотя главное место в экономике Молдовы занимают сфера услуг и промышленность, сельское хозяйство продолжает играть важную роль: на его долю приходится 12% ВВП и более 30% всех рабочих мест (World Bank, 2019_[1]).

Экономика является достаточно открытой; в 2018 году торговый оборот составил 86,7% ВВП (World Bank, 2019_[1]). Торговый баланс Молдовы неизменно отрицательный: в 2018 году чистый импорт составил 2,9 млрд долларов США. Это обстоятельство компенсируется стабильным притоком переводов, осуществляемых мигрантами. Наиболее важным экспортным товаром страны является труд, что говорит о том, что экономика Молдовы по-прежнему неспособна обеспечить достаточное трудоустройство в высокоэффективных отраслях экономики внутри страны.

Овощные продукты остаются главным экспортным товаром: в 2018 году на их долю пришлось 25,4% общего объема экспорта. Однако приток ПИИ изменил структуру экспортной корзины Молдовы. В период с 2008 по 2018 годы доля техники в общем объеме экспорта выросла примерно вдвое, составив 20,8%. С другой стороны, доля пищевой и текстильной продукции снизилась за тот же период на 6 и 5 процентных пунктов соответственно (Рис. 1).

Рисунок 1. Основные экспортные товары Республики Молдовы

Доля различных категорий товаров в общем объеме экспорта.



Источник: Национальное бюро статистики Республики Молдовы.

Европейский союз является наиболее важным торговым партнером Молдовы, на долю которого приходится около 70% экспорта (European Commission, 2019^[4]). Вторым крупнейшим рынком экспорта является Россия (10,5%) (World Bank, 2019^[6]).

Показатель вовлеченности в состав рабочей силы восстановился после кризиса 2015 года, но остается сравнительно низким: в 2019 году он составил 46,9% населения в возрасте от 15 до 64 лет. На сферу услуг приходится 47,4% рабочей силы; по этому показателю она опережает сельское хозяйство (36,1%) и промышленность (16,5%) (ILOSTAT, 2019^[7]).

Активы государственных предприятий (ГП) составляют более 32% ВВП, при этом на ГП занято около 13% рабочей силы (World Bank Group, 2017^[7]). Десять ведущих ГП контролируют более 74% общего объема активов ГП и осуществляют свою деятельность в каждой из основных отраслей (например, импорт и распределение газа, телекоммуникации, транспорт и т. п.). Однако их крупный размер и повышающийся долгосрочный долг делает их преградой для устойчивого экономического роста и производительности (World Bank Group, 2017^[7]). Более низкие уровни их производительности отражают недостаток конкурентного давления; при этом они потребляют ресурсы, которые не достаются более производительному частному сектору (World Bank, 2019^[2]). Это одна из главных причин низкой конкурентоспособности страны на мировых рынках; экспорт Молдовы растет более низкими темпами по сравнению с экспортом других стран Восточного партнерства (ВП).

Пандемия Covid-19 не могла не отразиться на благоприятных прежде экономических перспективах Молдовы, поскольку одновременные резкие изменения в сферах спроса и предложения снизили уровень экономической активности на рынках всего мира. Весьма вероятно, что кризис приведет к значительному сокращению объемов производства, расходов домохозяйств и международной торговли. Прогнозируемое сокращение экономики в ЕС и России может стать причиной массового возвращения мигрантов и уменьшения притока частных переводов, тогда как снизившийся уровень потребления сократит поступления НДС в бюджет (которые составляют 51% всех налоговых поступлений). Ожидается, что прямые иностранные инвестиции во всех странах Восточного партнерства в 2020-2021 годах сократятся на 30-40 %, что отрицательно скажется на перспективах восстановления региональной экономики. Малые размеры внутреннего рынка и высокая степень зависимости от макроэкономических тенденций в странах, являющихся основными торговыми партнерами Молдовы, создают риск сокращения объемов экспорта и финансовых потоков из-за рубежа (World Bank, 2020^[21]). Для того чтобы поддержать экономику в период кризиса, вызванного Covid-19, правительство анонсировало пакет мер стоимостью 2,1 млрд. леев (порядка 120 млн. долларов), направленных на поддержку экономики и субъектов предпринимательства (см. обзор антикризисных мер в блоке 1).

Блок 1. Ответные меры экономической политики в условиях кризиса, вызванного Covid-19

Правительством Молдовы разработан пакет мер, призванных помочь МСП преодолеть коронавирусный кризис, на реализацию которых выделено 2,1 млрд. леев (порядка 120 млн. долларов США). В числе этих мер:

- приостановка исполнения обязательств по проверке отдельной финансовой отчетности за 2019 год для предприятий, отвечающих определенным условиям (исключая государственные организации);
- продление срока уплаты налогов на прибыль юридических лиц;
- введение моратория на все проверки до 1 июня;
- снижение ставки НДС с 20 до 15 % для предприятий ресторанной и гостиничной отраслей (по состоянию на 1 мая);
- увеличение объема средств, выделяемых из государственного бюджета в специальный фонд, на 452 млн. леев (порядка 25,2 млн. долларов), а также средств на программу ипотечных гарантий.
- В случае взятия экономическими агентами кредитов на выплату зарплат работникам или на оборотный капитал государство покроет банковские проценты по ним при условии, что такой кредит по размеру не может превышать фонд заработной платы за три месяца.

Кроме того, 23 апреля был утвержден законопроект, предусматривающий реализацию программы субсидирования процентов по кредитам, которая упростит хозяйствующим субъектам доступ к кредитному финансированию, до конца 2020 года, а также программу возврата НДС в размере 1 млрд. леев (порядка 56 млн.

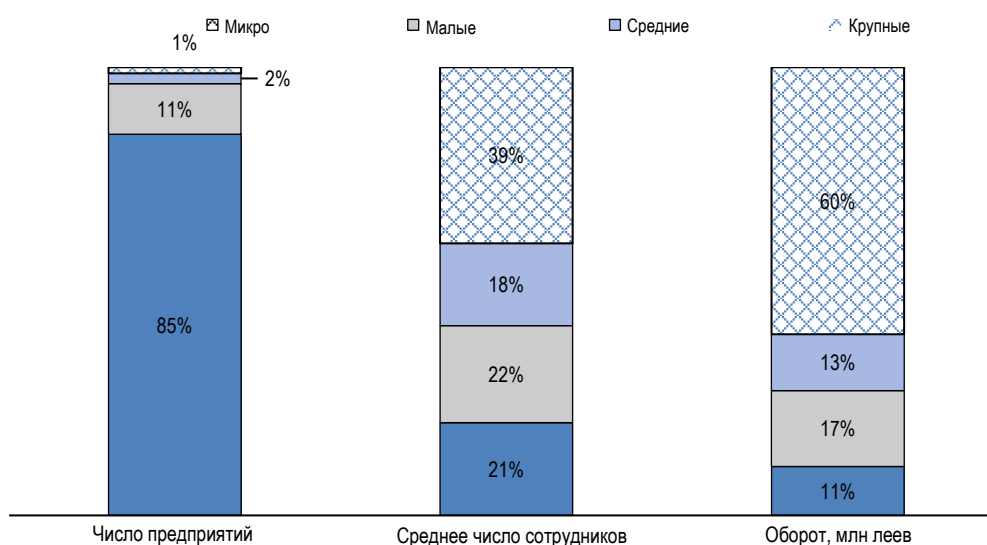
долларов). Почти 100 млн. леев (порядка 5,6 млн. долларов) было выделено на поддержку предпринимателей: в частности, от 165 000 до 1,6 млн. леев из этих средств (порядка 9 300 и 92 000 долларов соответственно) получают женщины-предприниматели в форме дотаций на приобретение ИТ-оборудования.

Источник: OECD (2020), COVID-19 crisis response in Eastern Partner countries, <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-crisis-response-in-eu-eastern-partner-countries-7759afa3/>.

1.2. Сектор МСП – двигатель создания и роста числа рабочих мест

МСП являются жизненно важным элементом экономики: они участвуют в создании рабочих мест, стимулируют экономический рост и поддерживают социальную стабильность. В 2018 году доля МСП составила 99,5% всех предприятий; ими обеспечивалось 60% всех рабочих мест. (См. рисунок 2). МСП распределены по всем отраслям экономики. Наибольшая их концентрация наблюдается в оптовой и розничной торговле, на долю которой в 2018 году пришлось 34,7% всей деятельности МСП; на втором месте оказался промышленный сектор с долей 20,9%.

Рисунок 2. Обзор совокупности предприятий¹, 2018 год



Примечание. Данные из административных источников.

¹ Определение микро-, малых и средних предприятий, принятое в настоящем отчете, соответствует определению, данному Европейской комиссией. Согласно этому определению на предприятии, классифицированном как микропредприятие, занято менее 10 сотрудников, при этом его годовой оборот составляет 2 млн евро или менее; на малом предприятии занято от 10 до 49 сотрудников, а его годовой оборот составляет от 2 млн евро до 10 млн евро; на среднем предприятии занято от 50 до 249 сотрудников, при этом его годовой оборот составляет от 10 млн евро до 50 млн евро; в крупной компании занято 250 или более

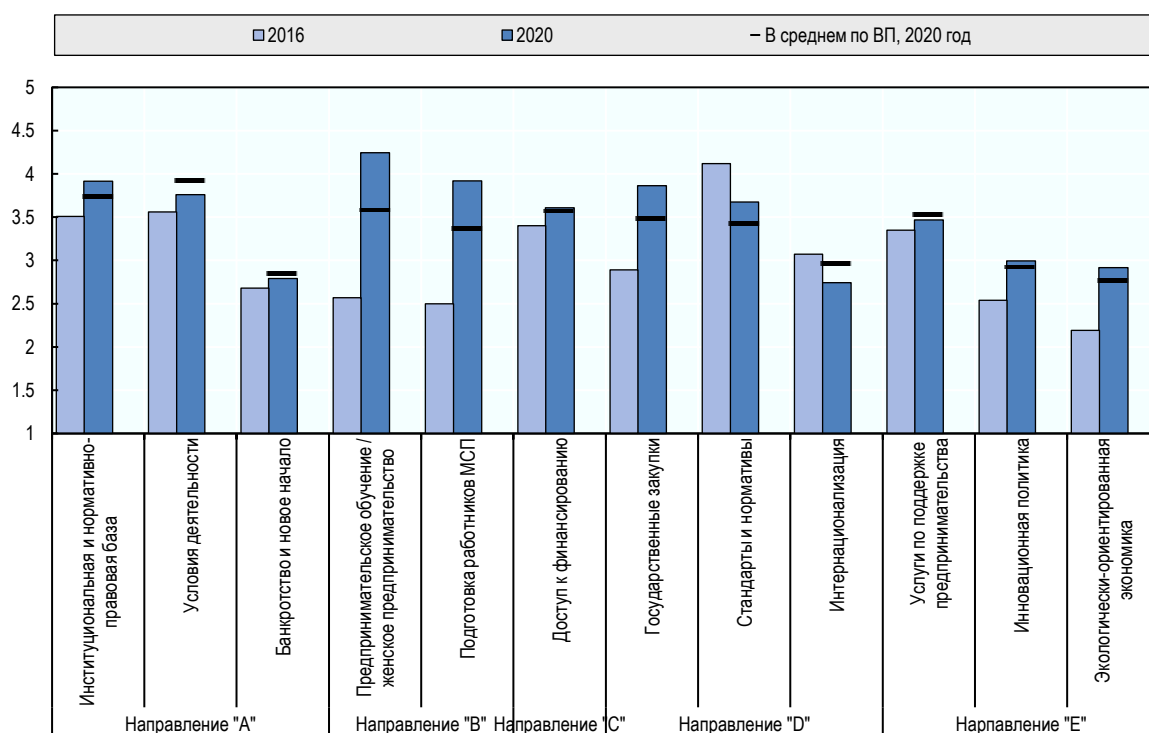
Источник: Национальное бюро статистики Республики Молдовы.

Молдова добилась успехов в реализации своей Стратегии развития МСП на 2012–2020 годы, ликвидируя избыточные бюрократические требования в отношении предприятий, расширяя спектр электронных государственных услуг и реализуя программы, направленные на устранение препятствий для занятия предпринимательской деятельностью. Согласно показателям рейтинга Всемирного банка *Doing Business* за 2020 год, Молдова в целом занимает 48-е место среди 190 стран, поднявшись с 63-го места, которое она занимала в 2015 году. Молдова занимает 13-е место в категории «Создание предприятий» и 22-е место в категории «Регистрация собственности», однако демонстрирует низкие результаты в категории «Получение разрешений на строительство» (156-е место) (World Bank, 2020^[9]). Согласно «Индексу глобальной конкурентоспособности» Молдова занимает 86-е место среди 141 страны; при этом одной из наиболее важных проблем является ограниченный объем рынка (127-е место в мире) (WEF, 2019^[10]).

Согласно оценке на основе АМБ 2020 года (OECD, EU, EBRD, ETF, 2020^[11]) Молдова добилась успехов в реализации политических мер, способствующих развитию МСП, а усилия правительства, направленные на стимулирование развития частного сектора, принесли положительные результаты. Институциональная структура Молдовы была улучшена, в особенности с точки зрения реформирования нормативно-правового регулирования и снижения административной нагрузки на предпринимателей. Кроме того, Молдова улучшила условия деятельности МСП, оптимизировав процедуры регистрации и лицензирования и расширив предоставление электронных государственных услуг. Недавно проведенные реформы упростили доступ МСП к финансированию, в частности путем расширения системы регистрации движимого имущества. Более того, серьезные успехи были достигнуты в контексте политических мер, направленных на поддержку обучения предпринимательству, предпринимательства среди женщин и подготовки работников МСП (Рисунок 3).

сотрудников, а его годовой оборот составляет 50 млн евро или более (European Commission, 2003^[113]).

**Рисунок 3. Показатель оценки на основе АМБ в отношении Молдовы, 2020 год
(готовится к публикации)**



Примечание. Показатель оценки на основе АМБ может принимать значения от 1 до 5, где 5 соответствует лучшему показателю из возможных

Источник: OECD/European Union/ EBRD / ETF (2020), SME Policy Index: Eastern Partner Countries 2020: Assessing the Implementation of the Small Business Act for Europe, OECD Publishing, Paris

1.3. Основы политики направлены на улучшение интеграции МСП в глобальные производственно-сбытовые цепочки

Увеличение объема экспорта МСП и поддержка интеграции МСП в глобальные производственно-сбытовые цепочки (ГПСЦ) – главный приоритет политических мер Молдовы в отношении МСП. Существующие инициативы уделяют внимание как реформам горизонтального характера (т. е. оптимизации регулирования или улучшению условий осуществления предпринимательской деятельности), так и целевой поддержке сектора МСП (т. е. способности МСП выйти на иностранные рынки).

Стратегия развития МСП на 2012-2020 годы и связанный с ней План мероприятий – это главные стратегические документы, определяющие политическую поддержку МСП. Эти документы обращают особое внимание на деловой климат и снижение административной нагрузки на МСП, стимулирование занятия предпринимательской деятельностью (особенно среди женщин), улучшение доступа к финансированию, стимулирование развития кластеров и поддержку интернационализации МСП. Стратегия соответствует более широким

национальным стратегиям развития, которые не включают в себя конкретных положений, касающихся МСП, но призваны оказать поддержку предпринимательству путем решения ряда приоритетных задач (например, стимулирование всестороннего устойчивого развития экономики или укрепление человеческого и социального капитала). Реализация стратегии позволила добиться значительных успехов в таких областях, как сокращение числа обременительных норм регулирования, внедрение оценки регулирующего воздействия и предоставление услуг по поддержке малого и среднего предпринимательства. Особого упоминания заслуживают реформы, касающиеся, в частности, укрепления основ политики в сфере предпринимательского обучения, расширения системы кредитных гарантий, увеличения числа электронных государственных услуг и создания официальной площадки для диалога между государством и частным сектором (OECD, EU, EBRD, ETF, 2020^[3]).

МСП касается и «Стратегия привлечения инвестиций и развития экспорта на 2016–2020 годы». Связанный с ней План мероприятий направлен на решение шести четко определенных задач, включающих в себя: (i) оптимизацию нормативно-правовой базы, регулирующей предпринимательскую деятельность, с тем, чтобы она обеспечивала возможность привлечения инвестиций и развитие экспорта; (ii) совершенствование системы развития трудовых ресурсов; (iii) повышение качества промышленной, транспортной и торговой инфраструктуры; (iv) создание связей между ПИИ и местной экономикой; (v) повышение экспортного потенциала внутренних производителей; и (vi) улучшение процесса укрепления и развития потенциала специализированных институтов в контексте привлечения инвестиций и развития связей. Пищевая промышленность является одной из семи целевых отраслей, где конкретной задачей является привлечение ПИИ в хозяйственно-экономическую деятельность, направленную на обслуживание фермеров. Наиболее серьезных успехов реализация стратегии позволила добиться в сфере укрепления нормативно-правовой базы экспортной и инвестиционной деятельности (Ministry of Economy and Infrastructure, 2019^[4]).

Помимо этого, существует ряд инициатив, непосредственно направленных на развитие и интернационализацию молдавских производителей продуктов питания и предприятий пищевой промышленности, как указано в «Национальной стратегии развития села и сельского хозяйства на 2014–2020 годы» (НСРССХ). Основные мероприятия включают: (i) повышение конкурентоспособности пищевой промышленности путем модернизации оборудования и улучшения интеграции в ГПСЦ; (ii) обеспечение устойчивого управления ресурсами в сельском хозяйстве и укрепление потенциала в контексте уменьшения опасности стихийных бедствий; (iii) повышение уровня жизни в сельской местности. Промежуточная оценка, проведенная в 2018 году, позволила выявить в стратегии ряд недостатков, в том числе отсутствие иерархии приоритетов на уровне подотраслей и механизма поддержки домохозяйств, притом что в некоторых подотраслях именно на них приходится почти 95% производства. Анализ показателей затрат и выпуска привел к заключению о слабости воздействия стратегии на уровень конкурентоспособности (CIVITTA, 2018^[5]). Затем стратегия была пересмотрена в соответствии с результатами промежуточной оценки, чтобы обеспечить достижение целей, поставленных на 2020 год (Ministry of Agriculture, Regional Development and Environment, 2018^[6]).

Кроме того, «Стратегия обеспечения безопасности продуктов питания Молдовы на 2018–2022 годы» призвана улучшить защиту прав потребителей в Молдове и повысить международную конкурентоспособность местных производителей путем увеличения числа стандартов безопасности продуктов питания, выполняемых во всех отраслях в рамках производственно-сбытовой цепочки в пищевом производстве, от производителей сырья до предприятий розничной торговли.

Таблица 1. Документы, содержащие национальную стратегию, затрагивающие вопрос интеграции производителей продуктов питания в ГПСЦ

Стратегический документ	Задачи
«Стратегия развития МСП на 2012-2020 годы»	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение делового климата и снижение административной нагрузки на МСП; • Стимулирование занятия предпринимательской деятельностью (особенно среди женщин); • Улучшение доступа к финансированию; • Стимулирование развития кластеров; • Поддержка интернационализации МСП.
«Стратегия привлечения инвестиций и развития экспорта на 2016–2020 годы»	<ul style="list-style-type: none"> • Оптимизация нормативно-правовой базы, регулирующей предпринимательскую деятельность, с тем, чтобы она обеспечивала возможность привлечения инвестиций и развитие экспорта; • Совершенствование системы развития трудовых ресурсов; • Повышение качества промышленной, транспортной и торговой инфраструктуры; • Создание связей между ПИИ и местной экономикой; • Повышение экспортного потенциала внутренних производителей; • Улучшение процесса укрепления и развития потенциала специализированных институтов в контексте привлечения инвестиций и развития связей.
«Национальная стратегия развития села и сельского хозяйства на 2014–2020 годы»	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение конкурентоспособности пищевой промышленности путем модернизации оборудования и улучшения интеграции в ГПСЦ; • Обеспечение устойчивого управления ресурсами в сельском хозяйстве и укрепление потенциала в контексте уменьшения опасности стихийных бедствий; • Повышение уровня жизни в сельской местности.
«Стратегия обеспечения безопасности продуктов питания Молдовы на 2018–2022 годы»	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение защиты прав потребителей; • Повышение международной конкурентоспособности местных производителей.

1.4. Соглашение УВЗСТ дало импульс торговле между ЕС и Молдовой

1 сентября 2014 года вступило в силу Соглашение об ассоциации (СА), заключенное между Республикой Молдовой и Европейским союзом; оно включает в себя положения, касающиеся Углубленной и всеобъемлющей зоны свободной торговли (УВЗСТ). УВЗСТ – это соглашение между Молдовой и ЕС, которое направлено на упрощение торговли путем устранения тарифных и нетарифных преград. УВЗСТ включает в себя обязательные к исполнению положения, основанные на правилах, и программу реформ, основанную на сотрудничестве и призванную упорядочить законы, нормы и регламенты в области безопасности товаров, которые еще препятствуют торговле. Спустя пять лет с начала реализации УВЗСТ имеются доказательства в поддержку точки зрения, что УВЗСТ выгодно для обеих сторон и что Европейский союз стал главным торговым партнером Молдовы. В 2018 году на

долю ЕС пришлось около 70% общего объема экспорта и 50% общего объема импорта (European Commission, 2019_[12]).

Несмотря на первоначальные опасения в отношении невысокой конкурентоспособности агропродовольственного сектора, возможности, предложенные УВЗСТ, превзошли ожидания. В частности, выгода в контексте экспорта агропродовольственных товаров (как свежих, так и переработанных) превысила выгоду в контексте промышленной продукции. С начала реализации УВЗСТ экспорт агропродовольственных товаров вырос на 820 млн долларов США (2015–2018 годы), что на 52% выше по сравнению с периодом с 2011 по 2014 годы (IPRE, 2019_[13]). Речь идет об экспорте категорий товаров, подпадающих под действие ежегодных тарифных квот, обеспечивающих освобождение от таможенных пошлин, а также категорий товаров, подпадающих под действие обходного механизма (пшеница, ячмень, этиловый спирт). Наиболее примечательный рост наблюдается в экспорте семян подсолнечника (в 2,7 раза с 2014 года), пшеницы (в 3,7 раза), вин из свежего винограда (1,7 раза), свежего винограда (6,3 раза) и ячменя (1,7 раза) (IPRE, 2019_[13]). Экспорт сливы и столовых сортов винограда превысил беспошлинные тарифные квоты (ТК), согласованные в УВЗСТ. В настоящее время тарифные квоты применяются в отношении шести товаров: свежие яблоки, виноград, слива, томаты, виноградный сок и чеснок (см. обзор в Таблице 1). Экспорт продукции животноводства в ЕС ограничивается медом и икрой (European Commission, 2019_[12]).

Таблица 2. Экспорт некоторых видов продукции в ЕС, 2018 год

Категории товаров, подпадающих под действие ежегодных тарифных квот, и фактическое количество товаров, экспортированных в ЕС.

Товары	Ежегодная тарифная квота	Экспорт в ЕС
Свежие яблоки	40 000 тонн	прибл. 5 – 6 000 тонн
Виноград	10 000 тонн	> 10 000 тонн
Слива	10 000 тонн	> 10 000 тонн
Томаты	2 000 тонн	0
Виноградный сок	500 тонн	0
Чеснок	220 тонн	0

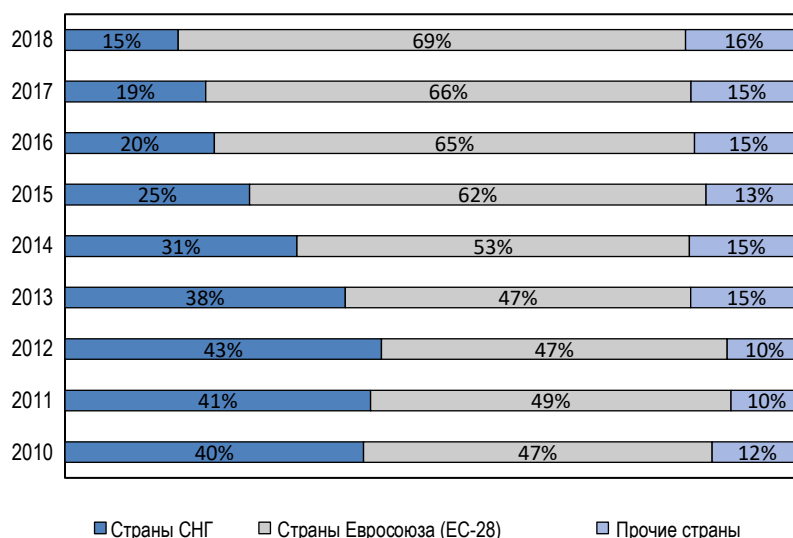
Примечание. За исключением меда, товары животного происхождения в ЕС не экспортируются.

Источник: Соглашение об ассоциации между ЕС и Республикой Молдова (2014 год), Официальный вестник Европейского союза; интервью с сотрудниками Представительства Европейского союза в Республике Молдова.

Опасения относительно резкого увеличения импорта в ЕС оказались напрасными: в 2018 году произошло уменьшение дисбаланса в торговле между Республикой Молдовой и ЕС по сравнению с 2014 годом: дефицит торгового баланса сократился на 25% (IPRE, 2019_[13]). Таким образом, в процессе реализации УВЗСТ отечественная продукция оказалась лучше представлена на рынке ЕС, что способствовало росту и диверсификации экспорта. В действительности экспорт в ЕС более диверсифицирован по сравнению с традиционными экспортными рынками: например, товарами, предпочтительными для экспорта в Россию, являются только яблоки и вино. Увеличение экспорта в ЕС компенсировало убытки, связанные со снижением объемов торговли с Российской Федерацией вследствие наложенных

санкций. Экспорт молдавских товаров в Россию сократился с 400 млн долларов США в 2014 году до 250 млн долларов США в 2017 году. Исследование, проведенное в 2018 году, показало, что в период с 2015 по 2017 годы объем экспорта агропродовольственных товаров в ЕС увеличился на 515 млн долларов США, что компенсировало снизившийся на 512 млн долларов США объем экспорта этих товаров в Россию, Беларусь и Украину (Рисунок 4) (Lupușor and Gumene, 2018^[14]).

Рисунок 4. Партнеры Молдовы по экспорту, группы стран



Источник: Национальное бюро статистики Республики Молдовы.

УВЗСТ повлекло за собой также положительные макроэкономические последствия: чистое воздействие экспорта в ЕС оценивается в объеме более 367 млн евро; оно способствовало созданию более 15 000 рабочих мест, увеличению бюджетных поступлений на 5% и росту инвестиций в частный сектор на 320 млн евро (IPRE, 2019^[13]).

Однако по-прежнему имеются серьезные возможности для дальнейшего использования потенциала УВЗСТ. Большинство льготных квот, обеспечивающих освобождение от таможенных пошлин, например квоты на яблоки, еще далеко не исчерпаны. Несмотря на то, что тарифные квоты на яблоки установлены на уровне 40 000 тонн, в 2018 году Молдова экспортировала лишь 5 000 – 6 000 тонн яблок. Это произошло по причине неудовлетворительного выполнения технических требований, связанных с упаковкой, неэффективных методов подготовки к сбору урожая и его послеуборочной обработки и нехватки соответствующей инфраструктуры (ее по-прежнему необходимо усовершенствовать и адаптировать к стандартам рынка ЕС). Другой областью, где наблюдается значительное отставание молдавского сельского хозяйства, является экспорт товаров животного происхождения (например, мяса, яиц, молочной продукции); это происходит по причине несоответствия стандартам ЕС, что зачастую является следствием низкого качества инфраструктуры (например, аккредитованных зооветеринарных лабораторий) и малого объема инвестиций в ее восстановление. Хотя правовые

нормы и приводятся в соответствие с СА/УВЗСТ, в области органического земледелия и ветеринарии наблюдаются существенные задержки.

Помимо УВЗСТ, Молдова является участницей Центральноевропейского соглашения о свободной торговле (ЦЕФТА), к которому присоединилась 1 мая 2007 года. Соглашение, направленное на либерализацию торговли, способствует укреплению экономического сотрудничества в регионе, формируя единую долгосрочную правовую базу прогнозируемого характера и тем самым поддерживая развитие двухсторонних и многосторонних торговых отношений между странами-участницами. Соглашение предусматривает взаимную отмену всех таможенных пошлин на импорт и экспорт, количественных ограничений и других сборов, относящихся к продукции промышленного и агропромышленного производства (Ministry of Economy and Infrastructure, 2020^[7]).

С момента присоединения соглашение оказало на торговлю и инвестиции в регионе благоприятное (хотя и умеренное по силе) воздействие, главным образом потому, что стимулирует экономическое сотрудничество, в том числе с ЕС (Crudu, Sirbu and Ignatov, 2018^[8]). Секретариат Центральноевропейской ассоциации свободной торговли принял ряд программ по упрощению торговли между странами-участницами путем взаимного признания определенных документов и процедур. Существует также «Решение об упрощении торговли плодоовощной продукцией», которым предусмотрена не только упрощенная система контроля торговли фруктами и овощами на территории действия ЦЕФТА, но и обеспечение соответствия европейским стандартам безопасности пищевой продукции (CEFTA, 2020^[9]).

2. Пищевая промышленность – ведущая отрасль Молдовы

2.1. Пищевая промышленность – главная опора промышленности Молдовы

Плодородная почва и умеренный континентальный климат дают Молдове конкурентное преимущество в сельскохозяйственном производстве. Хотя главное место в экономике Молдовы занимает сфера услуг, сельское хозяйство продолжает играть важную роль: на его долю приходится 12% ВВП и более 30% всех рабочих мест. В частности, сельскохозяйственный потенциал Молдовы является сильным преимуществом пищевой промышленности – отрасли, на долю которой приходится 37% общего объема производства обрабатывающей промышленности и 26% занятости в промышленном секторе (Таблица 3). В 2018 году из 993 фирм, зарегистрированных в данной отрасли, 100 являлись крупными или средними компаниями;² на их долю приходилось 78% всех рабочих мест в отрасли.

Таблица 3. Обзор пищевой промышленности, 2018 год

Число крупных предприятий	47
Число средних предприятий	53
Число малых предприятий	192
Число микропредприятий	701
Добавленная стоимость, % промышленного сектора	33%
Занятость, % промышленного сектора	25%
Экспорт (доля общего объема отечественного экспорта)*	43%
Ежегодный рост экспорта [2009-2018]	7%
Число слияний и поглощений в Молдове [2003-2017]**	2
ПИИ в создание новых производств, % от общего объема в Молдове [2003-2017]**	7%

Примечание: (*) Данные касаются экспорта агропродовольственного сектора. (**) Данные относятся к 2017 году.

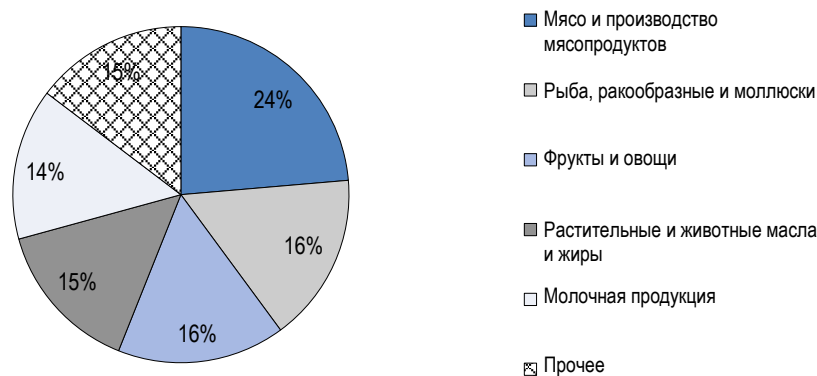
Источник: Национальное бюро статистики Республики Молдовы; United Nations Comtrade Database - International Trade Statistics - Import/Export Data; fDi Markets.

В производстве продуктов питания преобладает переработка и консервация мясной продукции, за которой следуют другие типы продуктов, такие как фрукты и овощи, рыба и морепродукты, растительные/животные масла и жиры, молочная продукция (Рисунок 5).

² Определение крупных или средних компаний соответствует руководству Европейской комиссии, согласно которому в средней компании занято от 50 до 249 сотрудников, а в крупной компании – 250 или более человек.

Рисунок 5. Структура производства пищевой промышленности в Молдове

Доля продуктовых групп (добавленная стоимость)



Источник: Национальное бюро статистики Республики Молдовы.

2.2. Переработанная плодоовощная продукция является движущей силой экспорта в отрасли

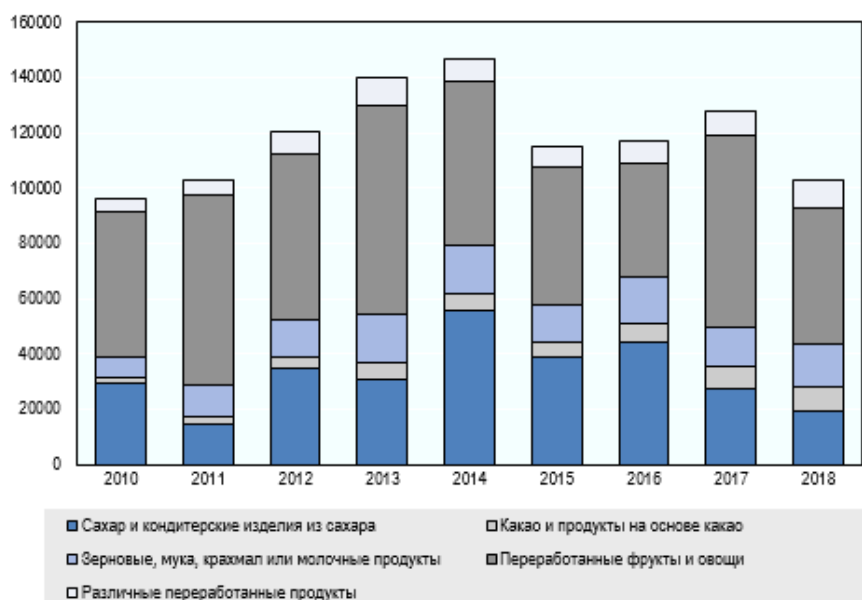
Доступность сырья (плодовых культур) для производства переработанных фруктов и овощей – сильное преимущество отрасли. Производство фруктов и овощей (в среднем 600 000 тонн фруктов, 300 000 тонн овощей (за исключением картофеля) в год) дает производителям возможность доступа к необходимому количеству качественной продукции. Садоводство является особенно важным стратегическим сегментом: на его долю приходится около 40% добавленной стоимости отрасли в целом, при этом яблоки составляют 70% всего производства фруктов.

Большую часть молдавского экспорта пищевых продуктов составляют переработанные фрукты, овощи и орехи (44% от общего объема экспорта пищевых продуктов в 2018 году) и продукты, полученные из сахара (25%). Обе эти отрасли пострадали от эмбарго, наложенного Россией в 2014 году на молдавское вино, фрукты и овощи, в том числе консервированные овощи и фрукты, тростниковый и свекловичный сахар. Вдобавок к этому в сентябре 2017 года ЕС ликвидировала внутреннюю систему квот на сахар, тем самым ограничив объемы импорта, которые, согласно прогнозам, в ближайшие годы продолжат снижаться (European Commission, 2017^[15]; SADC, 2017^[16]). Рисунок 6 демонстрирует сокращение объемов экспорта фруктов, овощей и продуктов, полученных из сахара.

В контексте производства переработанных фруктов и овощей можно выделить два типа производителей: (i) около 80 МСП, ориентированных главным образом на внутренний рынок и (ii) небольшое число крупных компаний, на которые приходится около 80% производства и основной объем экспорта.

Рисунок 6. Экспорт в секторе переработанных пищевых продуктов, 2010–2018 годы

Рассчитано согласно двузначной категории.



Источник: Национальное бюро статистики Республики Молдова.

Среди компаний, занимающих ведущее положение в контексте экспорта, можно назвать следующие: Orhei-Vit, Alfa-Nistru, Ecovit, Natur Bravo, Fortuna Plus, Covali & Co, VM PlumCom, Monsterax-GSG, Merencon и S.A. Fabrica de Conserve din Calarasi. Основу их экспорта составляют консервированные фрукты и овощи (горох, кукуруза, томаты). Другие экспортируемые товары (90% которых производятся в целях экспорта) включают томаты, пасты, детское питание, джемы и консервы. Около 70% производимых сухофруктов предназначены для иностранных рынков, прежде всего ЕС (80% общего объема экспорта), за которым следуют страны СНГ.

2.3. Глобальные производственно-сбытовые цепочки предлагают молдавским производителям продуктов питания ценную возможность

Доступ на международные рынки и развитие экспорта могут повысить производительность МСП и увеличить их вклад в экономику. МСП – более гибкие предприятия, которые лучше реагируют на необходимые изменения (например, путем дифференциации и персонализации продукции) по сравнению с крупными фирмами. МСП занимают ведущее положение в некоторых нишах на международных рынках, зачастую являясь инновационными партнерами многонациональных корпораций (МНК). Деятельность интернационализированных МСП может иметь положительный сопутствующий эффект на внутренних рынках: повышая уровень конкуренции, такие МСП стимулируют приобретение знаний местными компаниями и могут способствовать повышению их конкурентоспособности (ОЕСД, 2018_[17]).

Связи между МСП и МНК включают регулярное взаимодействие МСП с более крупными фирмами, в результате которого может происходить передача знаний, технологий и навыков (OECD, 2005_[18]). Такие связи могут принимать самые разные формы, включая совместные предприятия, стратегические союзы, контрактное производство, лицензии на использование технологий, франшизы, совместные исследования и неофициальные договоренности.

В пищевой промышленности Молдовы участие в глобальных производственно-сбытовых цепочках (ГПСЦ) обычно принимает форму торговых связей на уровне потребления в виде экспорта товаров или форму внутренних связей на уровне потребления через интеграцию в систему снабжения крупных предприятий розничной торговли (ритейлеров) (Рисунок 7). Более широкое участие в ГПСЦ благодаря экспорту или связям с крупными предприятиями в рамках системы снабжения позволяет МСП масштабировать производство, повышать уровень подготовки своих сотрудников, улучшать производительность, совершенствовать организационную структуру, пользоваться сопутствующим эффектом в области инноваций и технологий (Wagner, 2011_[19]; Lileeva and Trefler, 2010_[20]; Caliendo and Rossi-Hansberg, 2012_[21]).

Рисунок 7. Участие предприятий пищевой промышленности в ГПСЦ



Источник: OECD – UNIDO (2019).

Не все производители могут эффективно интегрироваться в ГПСЦ. У предприятий с низкой производительностью мало возможностей для того, чтобы масштабировать свою деятельность и начать взаимодействовать с иностранными рынками, инвесторами и крупными компаниями. Однако МСП, способные специализироваться в определенных продуктовых сегментах и гибко реагировать на изменения рыночных условий и потребительских предпочтений, легко могут воспользоваться устойчивым развитием и трудовыми льготами ГПСЦ (OECD, 2018_[17]).

Принимая во внимание относительную стабильность спроса на пищевую продукцию в периоды экономических потрясений, пищевой отрасли, по всей видимости, будет

проще преодолеть кризис. Тем не менее, сельское хозяйство и пищевая промышленность отнюдь не застрахованы от потрясений, возникающих в сфере предложения. Зависимость некоторых подотраслей от экспорта на иностранные рынки увеличивает их восприимчивость к событиям на мировых рынках сельскохозяйственной продукции и к падению спроса на основных экспортных рынках, прежде всего в странах Европейского союза и в России. К тому же МСП, специализирующиеся на переработке определенного сырья, могут испытать его нехватку вследствие трудностей со сбором и сбытом урожая, возникших у мелких сельхозпроизводителей. Особенно рискуют переработчики такой продукции, как овощи, зерно и ягоды (UN, 2020_[10]).

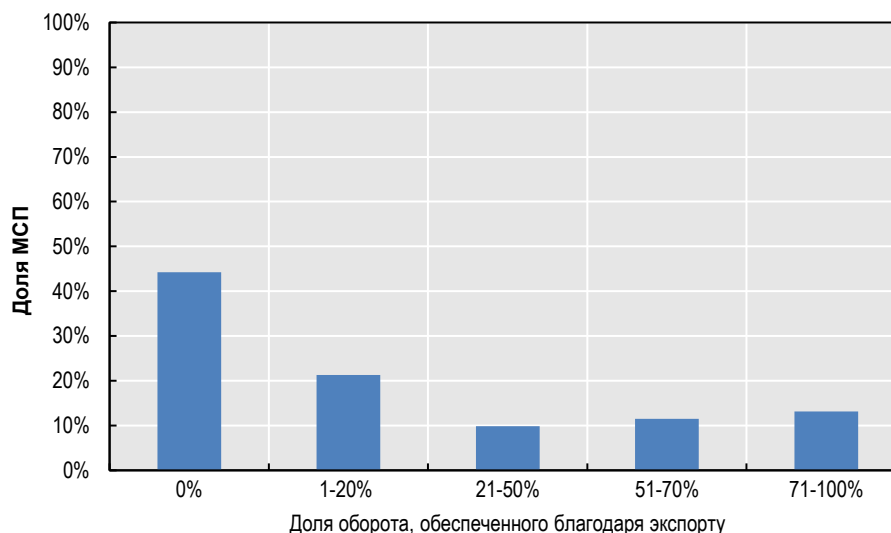
В то же время коронавирусный кризис открывает новые возможности для развития отрасли. Учитывая ее центральную роль в экономике Молдовы, равно как и потенциал роста, пищевая промышленность может стать краеугольным камнем в деле повышения устойчивости национальной экономики. Стимулирование внутреннего спроса и развитие связей в системе снабжения между производителями пищевой продукции и крупными операторами розничной торговли продуктами, работающими в стране, является необходимым условием повышения конкурентоспособности отрасли.

3. Возможности на иностранных и внутренних рынках остаются нереализованными

3.1. Экспортный потенциал молдавских производителей продуктов питания остается нереализованным

Несмотря на то, что рост международной торговли и улучшенный доступ к единому рынку ЕС дали значительный импульс молдавскому экспорту переработанных пищевых продуктов, экспортный потенциал местных производителей остается нереализованным. Результаты Опроса молдавских предприятий ОЭСР 2019 года (см. блок 2) показывают, что 60% МСП, работающих в сфере переработки пищевых продуктов неживотного происхождения либо совершенно не занимаются экспортом, либо доля экспорта составляет менее 10% их общего оборота (Рисунок 8).

Рисунок 8. Оборот МСП, приходящийся на экспорт



Примечание: Выборка опроса не является репрезентативной с точки зрения торгово-промышленных предприятий Республики Молдова в целом.

Источник: OECD Enterprise Survey of Moldova (2019).

91,2% респондентов, занимающихся экспортом, экспортируют товары на рынки Европейского союза. Наибольшая доля этого экспорта пришлась на Румынию: почти 65% компаний, занимающихся торговлей с Европейским союзом, экспортируют товары в Румынию; следом за ней идут Германия и Италия (доля каждой из этих стран составляет около 12,9%). Россия является наиболее важным рынком сбыта за пределами ЕС (20,6% опрошенных МСП, ведущих экспортную деятельность).

Блок 2. Опрос молдавских предприятий ОЭСР 2019 года

Опрос предприятий был начат в июне 2019 года после проведения консультаций с Рабочей группой с участием представителей государства и частного сектора, сформированной для данного проекта в мае 2019 года, и двухнедельного экспериментального этапа. Опрос был разработан ОЭСР и проводился местной компанией, занимающейся проведением опросов.

Следует отметить, что опрос не был основан на репрезентативной выборке торгово-промышленных предприятий пищевой промышленности в целом. Особое внимание в рамках проекта уделялось опросу компаний, которые (i) занимались переработкой пищевых продуктов неживотного происхождения и (ii) обладали экспортным потенциалом (который оценивался выше для компаний, где было занято 10 или более сотрудников). В целом в 61 опрошенной компании работал 1 971 штатный сотрудник. Лишь в четырех компаниях было занято 100 или более штатных сотрудников, а еще в четырех – от 50 до 99. В двух третьих выборки опроса (39 фирмах) было занято от 10 до 49 сотрудников, а 14 фирм являлись микропредприятиями, на которых трудилось от одного до десяти сотрудников (**Error! Reference source not found.**).

Рисунок 9. Респонденты согласно числу штатных сотрудников



С точки зрения собственности 53 компании на 100% являлись частными компаниями Молдовы, а одна компания была государственным предприятием. Выборка включала две фирмы с небольшой долей (до 10%) иностранного участия и пять фирм с долей иностранного участия в размере 50–100%.

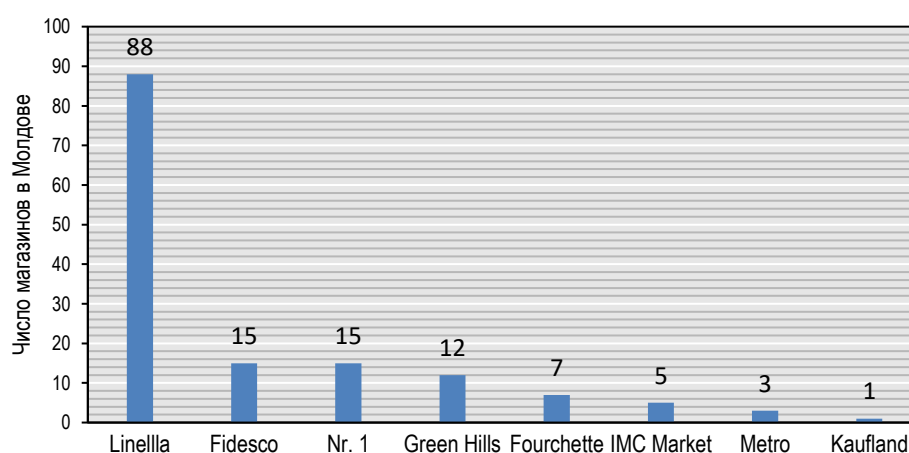
3.2. Инвестиции в сектор розничной продажи пищевых продуктов меняют правила игры для производителей продуктов питания

За последние три десятилетия в секторе розничной продажи пищевых продуктов Центральной и Восточной Европы произошло важное структурное изменение. В секторе, где главную роль традиционно играли маленькие магазины, произошел бурный рост сетей супермаркетов. Либерализация рынка, рост доходов и изменение

потребительских предпочтений привели к росту розничных продуктовых сетей в Центральной и Восточной Европе.

Молдова не стала исключением. В настоящее время, по окончании переходного периода, характеризующегося приватизацией и либерализацией рынка, серьезные инвестиции направляются в сектор розничной продажи пищевых продуктов. Сейчас в Молдове работают восемь розничных продуктовых сетей, насчитывающих более 150 супермаркетов различного размера, обслуживающих рынок, состоящий из чуть более чем 3,5 млн человек (Рисунок 10). Большинство супермаркетов находятся в городах Кишинев и Бельцы, однако опыт стран ЦВЕ говорит о том, что Молдову может ждать экспансия супермаркетов за пределы двух этих городов. В Молдове работают восемь основных розничных сетей: Linella (насчитывает 88 супермаркетов, являясь самой крупной), Nr.1, Fidesco и IMC (молдавские розничные сети); Green Hill, Fourchette, Metro и Kaufland (сети с иностранным участием). В частности, Metro и Kaufland – это два крупных международных бренда, чьей целью является дальнейшее расширение своего присутствия в Молдове (например, компания Kaufland объявила о своем намерении открыть в ближайшие годы 20 супермаркетов).

Рисунок 10. Розничные продуктовые сети, работающие в Молдове



Опыт показывает, что развитие супермаркетов оказывает серьезное влияние на пищевую промышленность, поскольку оно несет с собой важнейшие изменения в организации и институтах продовольственной системы, включая централизацию закупок, упадок традиционных систем оптовой торговли и все более жесткие частные стандарты качества и безопасности продукции.³ Последствия данных изменений для стороны предложения становятся все очевиднее: перемены отрицательно сказались на мелких молдавских производителях и молдавских производителях, испытывающих нехватку капитала, которые неспособны выполнить новые требования, в результате чего многие мелкие производители ушли с рынка.

Расширение крупных розничных сетей также дало толчок активному развитию сегмента частных торговых марок (продукции, которая производится одной

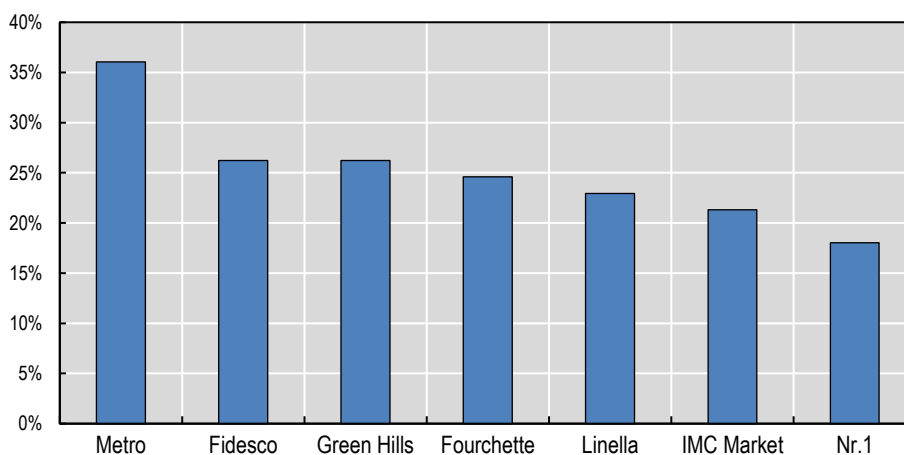
³ <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.505.1385&rep=rep1&type=pdf>

компанией, но продается под торговой маркой другой компании). Первоначально продукция частных торговых марок использовалась главным образом в рамках стратегий ценообразования крупных предприятий розничной торговли и была направлена прежде всего на потребителей с низким уровнем дохода.⁴ Ожидается, что с приходом в Молдову многонациональных предприятий розничной торговли объем продукции частных торговых марок вырастет, и это может стать новой коммерческой возможностью для молдавских предприятий пищевой промышленности.

3.3. Поставляя продукцию в розничные сети, МСП сталкиваются с трудностями

В то время как розничные продуктовые сети переживают стремительный рост, местным производителям продуктов питания зачастую сложно приспособиться к этому структурному изменению и поменять свои стратегии ведения бизнеса. Согласно опросу ОЭСР менее половины опрошенных предприятий пищевой промышленности осуществляют прямые поставки продукции в какие-либо розничные продуктовые сети в Молдове. Наиболее часто в качестве партнера называлась компания Metro Cash&Carry (36% респондентов), за ней следуют Fidesco и Green Hills (26%) (Рисунок 11).

Рисунок 11. Доля МСП, поставляющих продукцию в розничные сети



Примечание: Выборка опроса не является репрезентативной с точки зрения торгово-промышленных предприятий Республики Молдова в целом. Поскольку компания Kaufland начала свою деятельность в 2019 году, она не рассматривалась в данном вопросе.

Источник: OECD Enterprise Survey of Moldova (2019).

Для производителей, которым удалось наладить подобные связи, розничные продуктовые сети стали основными клиентами. По этой причине у 80% МСП, заявивших о наличии связей с супермаркетами в рамках системы снабжения, более

⁴ <http://www.iufn.org/wp-content/uploads/2014/02/Reardon-et-alii-2008-The-Rise-of-Supermarkets-and-Their-Development-Implications.pdf>

70% общего оборота были обеспечены именно благодаря этим связям. Производство товаров под частной торговой маркой предприятия розничной торговли уже стало широко распространенной практикой: 40% предприятий, поставляющих продукцию в супермаркеты, делают это под частной торговой маркой (например, собственной маркой супермаркета).

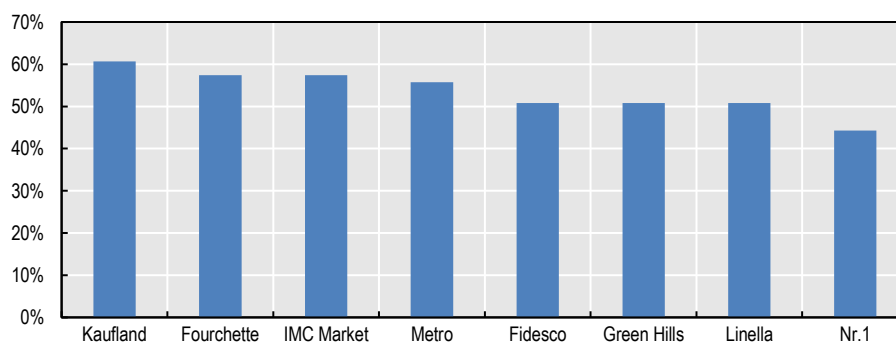
3.4. Производители стремятся увеличить объемы своего экспорта и укрепить связи с супермаркетами

Подавляющее большинство респондентов, участвовавших в Опросе ОЭСР, заявили, что хотели бы увеличить степень своей интеграции в ГПСЦ путем увеличения объемов экспорта, укрепления связей с супермаркетами в рамках системы снабжения или использовать обе этих возможности. Около 85% компаний-экспортеров, участвовавших в опросе, выразили заинтересованность в дальнейшем увеличении экспорта, а 80% компаний, не занимающихся экспортной деятельностью, хотели бы ей заняться. Румыния наиболее часто называлась в качестве иностранного рынка как компаниями-экспортерами, так и МСП, не занимающимися экспортной деятельностью: 41,2% первых и 59,3% вторых оценили, помимо культурного сходства, близость этого рынка и членство страны в Европейском союзе. В целом ЕС очень привлекателен: Германия – второй по степени интереса рынок для обеих категорий компаний (32,4% и 44,4%); следом идут Франция (26,5% и 18,5%) и Италия (23,5% и 3,7%). Российская Федерация остается привлекательным рынком для 14,7% экспортеров и 22,2% компаний, не являющихся экспортерами.

Около 77% опрошенных компаний выразили заинтересованность в организации или расширении сотрудничества с розничными сетями, работающими в самой Молдове. Наиболее интересной розничной сетью для местных производителей стала компания Kaufland, продемонстрировавшая намерение вложить значительные суммы в свою деятельность в Молдове. В целом, однако, каких-то серьезных различий в представлениях о предприятиях розничной торговли отмечено не было, хотя МСП выразили чуть большее предпочтение в адрес международных супермаркетов (Рисунок 12).

Рисунок 12. Наиболее интересные для молдавских МСП предприятия розничной торговли

(Доля опрошенных МСП, которые хотели бы более плотно работать с выбранной розничной сетью)



Примечание: Выборка опроса не является репрезентативной с точки зрения торгово-промышленных предприятий Республики Молдова в целом. *Источник:* OECD Enterprise Survey of Moldova (2019).

4. Интеграции молдавских предприятий пищевой промышленности в глобальные производственно-сбытовые цепочки препятствуют несколько преград

Для интеграции МСП в ГПСЦ критическое значение имеет благоприятный деловой климат, поскольку он способствует развитию конкуренции, технологическим изменениям и инновационной деятельности; кроме того, он упрощает доступ к стратегически важным для экспорта ресурсам (например, транспорту, логистике или инфраструктуре ИКТ). Среди наиболее значимых факторов, дающих МСП возможность интегрироваться в ГПСЦ, можно назвать упрощенные нормативные требования, действенные режимы несостоятельности, низкие затраты на соблюдение налогового законодательства, неподкупность и прозрачность работы государственного сектора, полноценную систему образования и соответствующий доступ к финансированию (ОЕСД, 2018^[17]). Более того, общий инвестиционный климат оказывает серьезное влияние на динамику связей между МСП и МНК и возможность их создания. Гибкость правительства и общественное обсуждение – важнейшие составляющие, способные обеспечить, чтобы инвестиционная политика выполняла возложенные на нее задачи и способствовала всестороннему устойчивому развитию (ОЕСД, 2005^[18]).

Учитывая повышающийся уровень либерализации рынка и ПИИ, молдавские компании имеют доступ к возможностям, которые несет с собой интернационализация. Однако при этом они подвергаются все большему конкурентному давлению. Для повышения международной конкурентоспособности молдавских производителей продуктов питания крайне важно обеспечить меры государственной политики, поощряющие инновации, совершенствование производственного и управленческого процессов.

Помимо реформ горизонтального характера, улучшающих условия осуществления предпринимательской деятельности, государство может оказывать прямую поддержку МСП в организации их доступа к стратегическим ресурсам, которые позволят им более качественно интегрироваться в ГПСЦ. Например, экспортные кредиты или займы, выданные МСП государственными органами, могут смягчить финансовые ограничения, с которыми сталкиваются небольшие фирмы, стремящиеся выйти на международные рынки. Услуги по поддержке предпринимательства – например, услуги, оказываемые агентствами по развитию экспорта, – могут помочь в накоплении экспертных знаний и развитии навыков, связанных с экспортом, в секторе МСП (ОЕСД, 2018^[17]).

Адресная государственная поддержка также может способствовать развитию связей между МСП и МНК путем укрепления потенциала МСП и стимулирования работы розничных сетей с небольшими местными производителями. Власть играет ключевую роль в предоставлении информации и подборе услуг, необходимых для заполнения информационного пробела между МСП и МНК.

В частности, интеграции молдавских компаний в ГПСЦ мешают преграды в трех разных областях. Во-первых, их конкурентоспособность ограничена по причине низкого уровня инвестиционной и инновационной деятельности местных

производителей, неудовлетворительного соблюдения международно признанных стандартов безопасности продуктов питания и общей нехватки профессиональных навыков на уровне как руководства, так и сотрудников. Во-вторых, молдавским компаниям сложно выйти на иностранные рынки в том числе по причине ограниченной поддержки агентств по развитию экспорта и практически полного отсутствия финансовой поддержки компаний-экспортеров. В-третьих, мелким производителям зачастую сложно выполнить требования предприятий розничной торговли. Данные препятствия серьезно мешают более глубокой интеграции молдавских предприятий пищевой промышленности в ГПСЦ.

4.1. Невысокая конкурентоспособность предприятий пищевой промышленности мешает их интеграции в ГПСЦ

Низкий уровень инвестиций местных производителей ограничивает их конкурентоспособность

Сельское хозяйство и пищевая промышленность Молдовы страдают от низкого уровня инвестиций. Многие мелкие производители, традиционно полагавшиеся на внутренний и российский рынки, не занимались систематической модернизацией своего оборудования и продолжают пользоваться устаревшими технологиями производства. Это стало особенно очевидно, когда Российская Федерация наложила санкции на молдавские пищевые продукты, и местные производители с большим трудом пытались приспособиться к стандартам производства и качества ЕС.

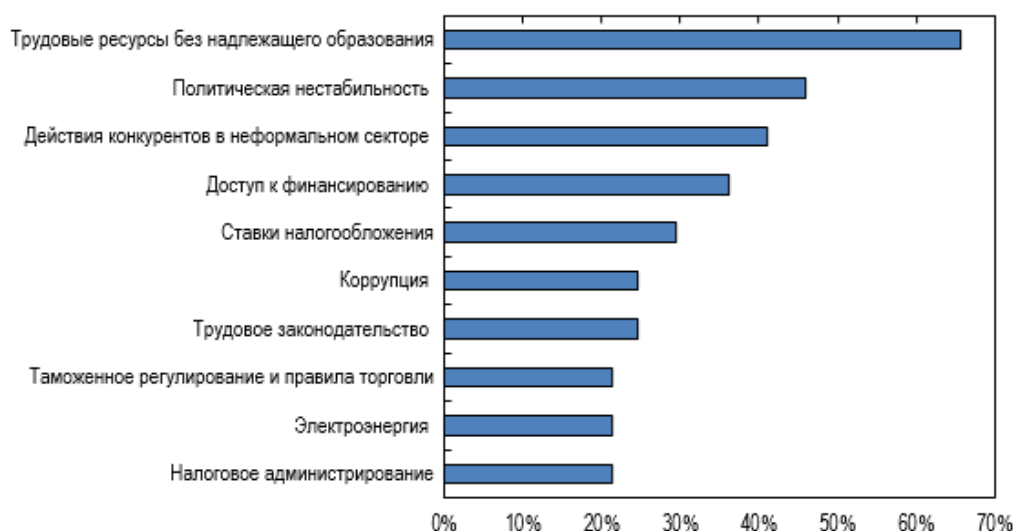
Двойственность пищевой промышленности, где присутствует небольшое число высокопродуктивных фирм и большое число МСП, изо всех сил старающихся выжить, является одной из причин низкого уровня инвестиций и инноваций в отрасли в целом. Малым предприятиям не просто не хватает финансовых ресурсов, необходимых для участия в инновационной и инвестиционной деятельности; они имеют ограниченный доступ к техническим наработкам и инновационным сетям, им недостает потенциала для реализации комплексных инновационных и инвестиционных проектов (от инновации до коммерциализации продукта).

Несмотря на отсутствие точных данных об инновационной деятельности молдавских предприятий пищевой промышленности, низкий уровень инвестиционной деятельности, опасения со стороны предложения и спроса в отношении конкурентоспособности местного производства и общая стагнация отрасли говорят о низком уровне инновационной деятельности МСП в пищевой промышленности. Среди опрошенных МСП 20% сказали, что им сложно адаптировать продукцию к международному спросу, а 28% страдают от отсутствия масштаба, необходимого для удовлетворения международного спроса; примерно тот же процент опрошенных считают нехватку современных технологий переработки пищевых продуктов преградой для международной конкурентоспособности (OECD, 2019^[22]).

Упрощение доступа МСП к источникам внешнего финансирования имеет принципиальное значение с точки зрения обеспечения инвестиций в новые технологии и совершенствование производственных процессов. Однако молдавским предприятиям пищевой промышленности сложно получить доступ к внешнему финансированию. В Опросе ОЭСР ограниченный доступ к финансированию оказался четвертым среди главных препятствий для роста (Рисунок 13). Главным

источником внешнего финансирования для МСП являются банки: на их долю приходится более 90% общего предложения кредитов; при этом альтернативные источники финансирования МСП остаются ограниченными. Несмотря на это, доля внутренних кредитов частному сектору в Молдове составила в 2018 году лишь 23,5% ВВП, став вторым наименьшим показателем в регионе Восточного партнерства; эта величина сильно ниже среднего по ЕС показателя, составившего 140% (World Bank, 2018).

Рисунок 13. Представление предприятий пищевой промышленности о факторах, препятствующих росту



Примечание: Выборка опроса не является репрезентативной с точки зрения торгово-промышленных предприятий Республики Молдова в целом

Источник: OECD Enterprise Survey of Moldova 2019.

Отсутствие агропродовольственных кластеров ограничивает международную конкурентоспособность мелких производителей

Развитие кластеров может стать ценным инструментом поддержки агропродовольственного сектора и помочь предприятиям наладить более эффективную и стабильную связь с продовольственными производственно-сбытовыми цепочками (внутренними и глобальными). Формирование кластеров может дать характерные преимущества, связанные с повышением уровня конкурентоспособности и инновационного потенциала агропродовольственного сектора (FAO, 2010_[23]). Кластеры стимулируют развитие горизонтальных и вертикальных связей между фермерами, предприятиями пищевой промышленности, организациями, оказывающими поддержку, и научно-исследовательскими организациями. Такая агломерация упрощает доступ к информации и более крупным рынкам. Более того, кластеры могут более эффективно распределять государственную поддержку в целях повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной отрасли. Среди производителей МСП получают наибольшие преимущества из синергетических связей, возникающих благодаря

взаимосвязанности кластерных сетей создания стоимости, поскольку производительность и производство продукции с добавленной стоимостью в случае МСП увеличиваются быстрее по сравнению с крупными компаниями.

Правительство Молдовы называет развитие кластеров одной из форм поддержки развития МСП в нескольких национальных программных документах, прежде всего в «Национальной стратегии развития МСП на 2012–2020 годы», инновационной стратегии на 2013–2020 годы «Инновационная деятельность, направленная на повышение конкурентоспособности» и в пояснительной записке, касающейся развития кластеров в промышленном секторе. На сегодняшний день в Молдове в различных отраслях действуют шесть кластеров (Таблица 4), но ни один из них не работает в агропродовольственном секторе. Отсутствие кластера, способного организовать критическую массу мелких производителей продуктов питания, приводит к серьезным потерям с точки зрения эффективности, инноваций, возможностей создания связей с другими участниками и государственной поддержки сектора.

Таблица 4. Кластеры, существующие в Молдове

Отрасль	Дата создания	Название	Местонахождение
Образование	Август 2008	UnivER SCIENCE	Кишинев
Органическое сельское хозяйство	Июнь 2017*	BIO DANUBIUS	Кагул
Сельский туризм	Апрель–Ноябрь 2016	Armonia Nordului	Сороки
		Drumul Recifelor	Единец
		Vilador	Слобозия-Мэгура, Сынжерей
		Lunca Prutului de Jos	Вэлень, Кагул
Энергия и биомасса	Сентябрь 2019	Energie și Biomasă	Кишинев
Автомобилестроение	Декабрь 2017	Clusterul industrial-științific al industriei automotive	Бельцы
Текстильная промышленность	11.09.2018	Clusterul Textil SORINTEX	Сороки
Творческая индустрия	10.09.2018	Clusterului Regional CREATIV	Кагул

Примечание: * Дата вступления ассоциаций производителей биологически чистой продукции и местных органов власти г. Кагул (Молдова) в кластер BIO DANUBIUS, находящийся в Румынии.

Неготовность предпринимателей объединять усилия зачастую является серьезным препятствием для формирования кластеров, и, несмотря на потенциальные преимущества совместной работы, они нередко предпочитают действовать в индивидуальном порядке. В случае с Молдовой это усугубляется отрицательным опытом коллективизации в советскую эпоху, отсутствием последовательной кластерной политики на протяжении последних трех десятилетий и недостаточной осведомленностью предпринимателей о возможных выгодах кооперации.

Низкий уровень стандартов безопасности и качества продуктов питания мешает конкурентоспособности МСП

Способность МСП соответствовать стандартам ЕС в сельском хозяйстве, животноводстве и пищевой промышленности определяет потенциальную

возможность МСП в полной мере пользоваться возможностями, предоставленными в рамках СА/УВЗСТ с Европейским союзом. Обеспокоенность предприятий розничной торговли соблюдением поставщиками стандартов безопасности и качества продуктов питания продолжает оставаться одним из главных препятствий интеграции молдавских производителей в ГПСЦ. Интервью с производителями продуктов питания и предприятиями розничной торговли говорят о том, что методы в области охраны здоровья и техники безопасности в отрасли несовершенны и не всегда соответствуют внутренним нормативным актам и международному передовому опыту. Национальное агентство продовольственной безопасности (НАПБ) призвано обеспечить принятие мер, касающихся санитарных и фитосанитарных стандартов, распространяющихся на всю производственно-сбытовую цепочку в пищевом производстве. В самое недавнее время оно закончило оформление перечня санитарных и фитосанитарных стандартов, приводимых в соответствие с законодательством, который будет введен в действие в 2020 году с тем, чтобы продолжить приведение местного законодательства в соответствие с регламентом ЕС. Кроме того, оно способствовало осуществлению процесса оптимизации лабораторий в контексте поддержки экспорта продукции животноводства.

Однако сближение правовых норм согласно условиям Соглашения об ассоциации в отношении стандартов ветеринарии серьезно задерживается. Законопроект о зоотехнике, который перенесет в национальное законодательство 20 законов ЕС, пока еще принят не был, а законопроект о побочных продуктах животного происхождения, не предназначенных для потребления человеком, прошел только первое чтение (IPRE, 2019_[13]). Диагностические возможности лабораторий по контролю и наблюдению за заболеваниями животных в рамках официальных проверок обеспечиваются по-прежнему плохо (European Commission, 2019_[12]). Уровень отслеживаемости продукции низок, а инфраструктура производственной цепочки получает недостаточный объем инвестиций и не соответствует стандартам ЕС. Недостатки наиболее явно чувствуются в области экспорта пищевых продуктов животного происхождения, в особенности кур и яиц категории «В».

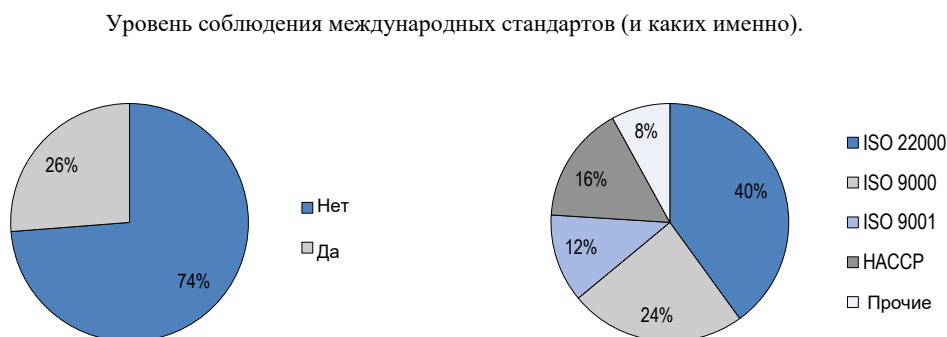
Широкие полномочия Агентства могли бы обеспечить лучшее соответствие процессов реализации и контроля, однако в настоящее время Агентство не располагает возможностями, необходимыми для осуществления независимых проверок и обеспечения соответствия положениям Соглашения об ассоциации. Причиной отсутствия таких возможностей является высокая текучесть кадров и нехватка финансовых ресурсов. В ходе интервью МСП также говорили о непоследовательном применении стандартов контроля качества инспекторами НАПБ и о проблемах, связанных с коррупцией. Партнерский проект ЕС и проект, реализуемый агентством GIZ, призваны повысить потенциал НАПБ к применению и обеспечению соблюдения стандартов, однако для улучшения этого процесса требуются дополнительные усилия.

Более того, осведомленность МСП о мерах продовольственной безопасности и готовность их осуществлять по-прежнему остается низкой. Если компании, участвовавшие в опросе ОЭСР, в основном заявили об отсутствии опасений в отношении своей способности к соблюдению международных фитосанитарных стандартов и стандартов безопасности продуктов питания, интервью с НАПБ, отраслевыми бизнес-ассоциациями, международными донорскими организациями и

предприятиями пищевой промышленности говорят о том, что большинство предприятий пищевой промышленности пока не выполняют международные требования продовольственной безопасности. Их способность добиваться успехов в данной сфере ограничивается, с одной стороны, низким уровнем осведомленности о необходимости и объеме требуемых улучшений и, с другой стороны, нехваткой финансовых ресурсов для осуществления зачастую дорогостоящих мероприятий.

Соблюдение международно признанных стандартов безопасности продуктов питания – эффективный способ, с помощью которого производители могут донести до потребителей и предприятий розничной торговли информацию о том, что их методы производства соответствуют международным стандартам. Широко признанные сертификаты безопасности продуктов питания включают следующие: ISO 22000,⁵ Hazard Analysis Critical Control Point (НАССР, «Анализ факторов риска и критических контрольных точек» (ХАССП)),⁶ GlobalG.A.P. (Good Agricultural Practice, «Надлежащая сельскохозяйственная практика»)⁷ и GLOBALG.A.P. Risk Assessment on Social Practice (GRASP, «Оценка рисков в общественной практике» – продукт, призванный дополнить сертификацию GLOBALG.A.P.).⁸ Однако результаты Опроса предприятий ОЭСР показывают, что 74% опрошенных предприятий пищевой промышленности не придерживаются никаких международно признанных стандартов. Среди предприятий, придерживающихся таких стандартов, 40% имеют сертификат ISO 22000, а 16% – ХАССП. Кроме того, 15% опрошенных компаний сертифицированы согласно стандарту ISO 9000/9001, который подтверждает соблюдение принципов управления качеством (Рисунок 14).

Рисунок 14. Распространение международно признанных сертификатов в Молдове (2019 год).



Примечание: Выборка опроса не является репрезентативной с точки зрения торгово-промышленных предприятий Республики Молдова в целом
Источник: OECD Enterprise Survey (2019).

⁵ <https://www.iso.org/iso-22000-food-safety-management.html>.

⁶ <https://www.fda.gov/food/guidance-regulation-food-and-dietary-supplements/hazard-analysis-critical-control-point-haccp>.

⁷ <https://www.globalgap.org>.

⁸ https://www.globalgap.org/uk_en/for-producers/globalg.a.p.-add-on/grasp.

Нехватка квалифицированных кадров и низкий уровень управленческих навыков мешают развитию отрасли

Низкая квалификация трудовых ресурсов является серьезной преградой, мешающей росту многих молдавских фирм. Опрос предприятий ОЭСР показывает, что почти две третьих фирм-респондентов считают трудовые ресурсы без надлежащего образования единственным наиболее серьезным препятствием росту (OECD, 2019^[24]). Опрос, недавно проведенный Всемирным банком, позволил установить, что работникам (особенно среднего уровня квалификации) не хватает как профессиональных, так и социально-поведенческих навыков. В частности, навыки молодых работников вызывают у работодателей более серьезное беспокойство, чем навыки работников старшего возраста (World Bank, 2017^[11]), что говорит об общих сомнениях в отношении возможности нынешней образовательной системы Молдовы обеспечить получение учащимися навыков, в которых есть потребность на рынке труда. Недавнее исследование, проведенное Всемирным банком, показало, что работникам, в особенности работникам среднего звена, не хватает как профессиональных, так и социально-поведенческих навыков. В частности, навыки молодых работников вызывают большее беспокойство у работодателей (World Bank, 2017^[11]), что указывает на общую обеспокоенность в отношении способности нынешней системы образования Молдовы обеспечить своих студентов необходимыми навыками для удовлетворения требований рынка труда.

Стратегия развития профессионального образования на 2013-2020 годы признает, что профессиональное образование играет важную роль в подготовке рабочей силы в соответствии с потребностями рынка труда, однако ее цели еще не полностью достигнуты. В 2017 году Молдова утвердила Национальную рамку квалификаций, предусматривающую принципы согласования национальной квалификационной системы с европейской, но разработка профессиональных стандартов идет медленнее, чем ожидалось, и это препятствует проведению необходимых преобразований (ETF, 2018^[35]). В настоящий момент Министерство здравоохранения, труда и социальной защиты публикует 30 профессиональных стандартов, пять из которых относятся к пищевой промышленности⁹.

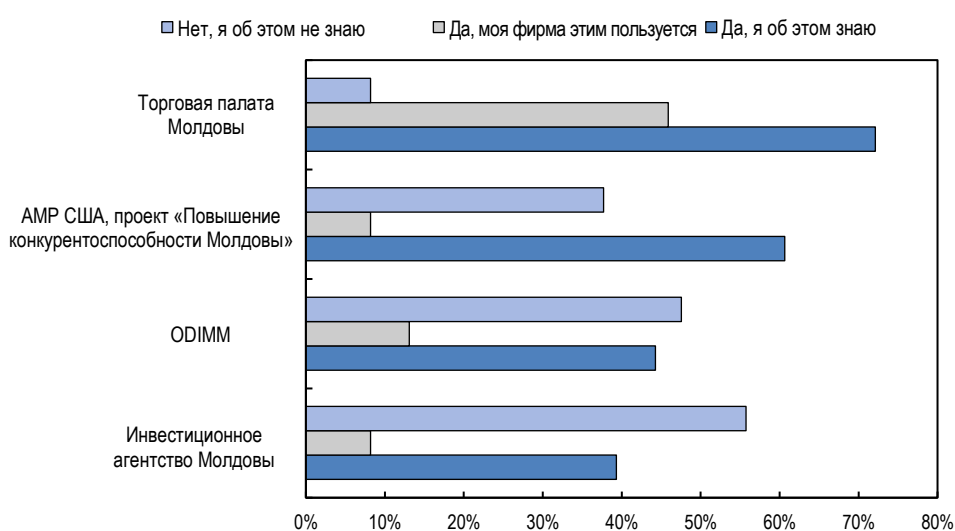
Результаты совещаний фокус-группы и интервью с соответствующими заинтересованными лицами также говорят о том, что методы управления и маркетинга, применяемые средним молдавским МСП продовольственного сектора, все еще являются скорее реактивными, нежели проактивными. МСП необходимо разобраться в современных методах управления: например, понять, как эффективно представлять свою компанию и ее возможности, как использовать веб-сайты и цифровой маркетинг, как налаживать связь с новыми покупателями, как продавать и вести переговоры, как заключать контракты и регулировать деловые отношения.

Услуги по поддержке предпринимательства, предоставляемые государством, играют важную роль в развитии необходимых навыков управления, способствуя сокращению дефицита специалистов. Такие услуги уже предлагаются в Молдове,

⁹https://ism.gov.md/ro/content/standarde-ocupa%C8%9Bionale?fbclid=IwAR2ng2v-Uduq43Q1mK1TVftbXN9T3nUVPXfwL_maSkAwI7mbGNI3y9tJtqc

однако уровень их распространения среди предприятий пищевой промышленности довольно низок. Результаты опроса ОЭСР подтверждают данные исследования, проведенного ОЭСР в 2016 году (OECD, 2016^[26]), и указывают на то, что МСП, работающие в пищевой промышленности, не пользуются инфраструктурой поддержки предпринимательства. Почти 50% опрошенных МСП не знали об услугах, оказываемых Организацией по развитию малых и средних предприятий (ODIMM), и менее 14% пользовались ее услугами в течение трех последних лет (Рисунок 15). Заметное исключение составляет Торгово-промышленная палата Молдовы, услугами которой за последние три года воспользовались 45% фирм-респондентов.

Рисунок 15. Использование услуг по поддержке предпринимательства в Молдове



Примечание: Выборка опроса не является репрезентативной с точки зрения торгово-промышленных предприятий Республики Молдова в целом.

Источник: OECD Enterprise Survey (2019).

Одной из причин ограниченного использования услуг государственной поддержки может быть непонимание МСП ценности консультативных услуг. Кроме того, результаты Опроса ОЭСР показывают, что МСП зачастую не отдают себе отчет в собственных потребностях. К тому же можно говорить о некоторых успехах в реализации более глубоких реформ, необходимых для того, чтобы стимулировать рынок УПП Молдовы, в особенности это касается развития более сложных услуг с более высокой добавленной стоимостью. В настоящее время информация, предназначенная для потребителей УПП, распространяется Министерством экономики, ODIMM и бизнес-инкубаторами в регионах, однако информационно-разъяснительная работа среди МСП в сельской местности остается недостаточной.

4.2. Мелким производителям тяжело поставлять продукцию крупным предприятиям розничной торговли, работающим в Молдове

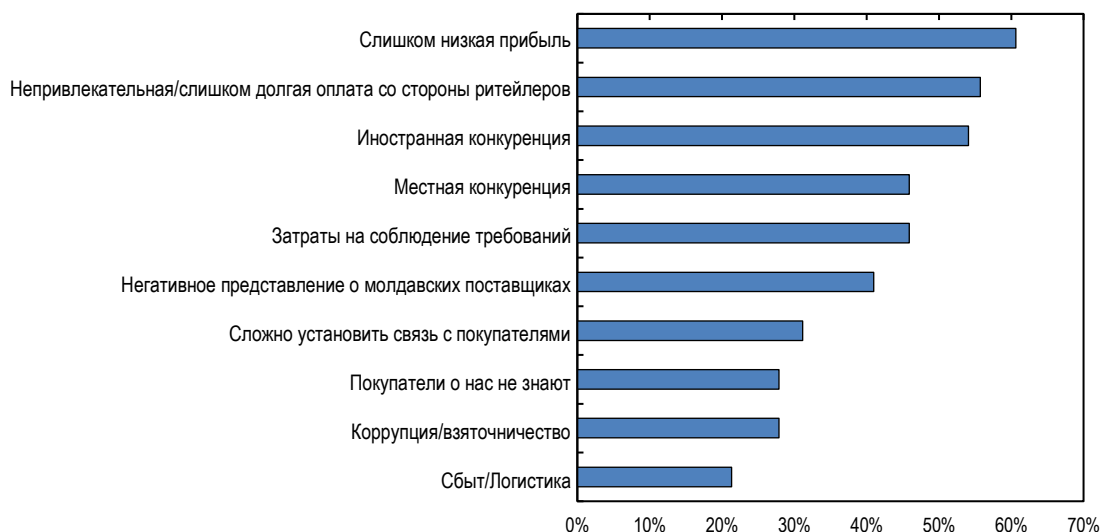
В настоящее время МСП пищевой промышленности испытывают трудности с построением связей с крупными предприятиями розничной торговли,

занимающимися торговлей в Молдове. Опрос ОЭСР показал, что только 47,5% МСП напрямую продают продукцию хотя бы одному из семи крупнейших предприятий розничной торговли, тогда как 77% опрошенных компаний хотели бы работать с ними более плотно. В то же время несмотря на растущий интерес крупных предприятий розничной торговли к работе с молдавскими производителями, они также сталкиваются с препятствиями.

Местным производителям сложно наладить связь с предприятиями розничной торговли

Для МСП налаживание связей с предприятиями розничной торговли может оказаться сложным, длительным и дорогостоящим процессом. Опрос предприятий ОЭСР указывает на то, что в основе проблемы лежат маркетинг и коммуникации: 31,5% опрошенных компаний указали на то, что им сложно установить контакт с покупателями, а 27,87% заявили, что покупатели не знают об их продукции. При этом когда компаниям наконец удается наладить контакт с покупателями, экономические условия оказываются непривлекательными для 55% опрошенных компаний, прибыль оказывается слишком низкой для 60,7%, а затраты на соблюдение требований оказываются высокими для 45,9% МСП. Опрос указал на трудности, с которыми сталкиваются МСП как на внутреннем, так и на международном рынке. 45,9% МСП остро ощущают давление местной конкуренции, что часто происходит по причине коррупции и взяточничества (препятствие для установления связей для 27,9% МСП) и негативного представления о молдавских поставщиках (об этом заявили 40,8% опрошенных компаний) (Рисунок 16).

Рисунок 16. Десять главных препятствий для установления связей с крупными предприятиями розничной торговли



Примечание: Выборка опроса не является репрезентативной с точки зрения торгово-промышленных предприятий Республики Молдова в целом.

Источник: OECD (2019), Enterprise Survey Moldova.

Однако 77% опрошенных компаний хотели бы усилить свои связи с крупными предприятиями розничной торговли. Главными причинами их интереса являются перспективы увеличения оборота, расширения масштаба и ускорения развития бизнеса. Отметим, что 27% опрошенных компаний занимаются как поставками продукции крупному предприятию розничной торговли, так и экспортной деятельностью, а 72% респондентов хотят увеличить объем как коммерческих операций с предприятиями розничной торговли, так и экспортных операций.

Зачастую производителям сложно адаптироваться к методам и требованиям супермаркетов.

Опрос ОЭСР показал, что хотя предприятия розничной торговли в целом заинтересованы в установлении связей с местными производителями, поставщикам зачастую сложно приспособиться к общим методам работы и требованиям супермаркетов. Например, предприятия пищевой промышленности, ставшие поставщиками, могут столкнуться с необходимостью учета затрат, связанных с более длительными сроками оплаты и возможными скидками, которые предлагаются на территории предприятий розничной торговли. Отложенные платежи могут подвергнуть предприятия пищевой промышленности повышенным рискам кассового разрыва и привести к еще большему расхождению денежных потоков, особенно если их собственные поставщики сырья ожидают оплаты в момент доставки. Более того, супермаркетам необходимы регулярные поставки продукции неизменного качества; выполнение этого условия может оказаться для МСП сложным. Зачастую международные предприятия розничной торговли предпочитают работать с местными поставщиками, имеющими международно признанные сертификаты качества.

Опрос показал, что фирмы не считают стандарты качества препятствием для создания связей; это может означать, что МСП не осознают их важности для интеграции в ГПСЦ. Другими словами, существует расхождение между ожиданиями предприятий розничной торговли и международных покупателей и позицией молдавских поставщиков в контексте контроля качества. Аналогичные доводы можно привести, говоря о конкурентоспособности. С точки зрения предприятий розничной торговли и международных покупателей, конкурентное ценообразование является одним из важнейших критериев в выборе поставщика: более высокие цены снижают заинтересованность в молдавской продукции в пользу иностранных эквивалентов. По этой причине эффективность производства – т. е. снижение затрат и повышение производительности – имеет решающее значение для преодоления разрыва между производителями и предприятиями розничной торговли.

4.3. МСП по-прежнему сложно получить доступ к иностранным рынкам

Положительными последствиями доступа к иностранным рынкам являются увеличение объемов и оборота, повышение качества и снижение цен, расширение инновационной деятельности и повышение эффективности. Интеграция в иностранные рынки может привести к росту; особенно это касается МСП, работающих на небольших внутренних рынках, таких как молдавский (ОЭСР, 2018^[27]). Для достижения этой цели важно оказывать содействие интеграции МСП в мировые рынки путем устранения препятствий торговле, снижения финансовых и

временных затрат на выполнения торговых процедур, инвестирования в содействие экспорту и предоставления финансовых инструментов, необходимых для поддержки МСП, занимающихся экспортной деятельностью.

Недостаток программ поддержки и развития экспорта мешает интернационализации МСП

Недавно организованное Инвестиционное агентство Молдовы (ИАМ) испытывает нехватку человеческих и финансовых ресурсов, необходимых для того, чтобы эффективным образом отвечать на потребности молдавских предприятий, желающих заниматься экспортом. Недостаточное финансирование и нехватка кадров не позволяют агентству расширять спектр услуг, предназначенных для МСП, занимающихся экспортом, а именно предоставлять услуги по изучению рынка, образовательные и консультационные услуги, каждая из которых необходима для поддержки интернационализации МСП. В то же время ODIMM, ведущее государственное учреждение, предлагающее обучение, консультативную и информационную поддержку МСП, в настоящее время лишь предоставляет консультации МСП, заинтересованным в экспортной деятельности. В целом, имеющиеся данные свидетельствуют о том, что МСП испытывают нехватку комплексной поддержки, направленной на решение проблем, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия. Важно отметить существование ряда донорских инициатив и программ, направленных на преодоление данного несоответствия.

Блок 3. Программы ЕС, направленные на расширение доступа МСП к рынкам в Молдове

Фонды УВЗСТ

Фонд прямой поддержки МСП УВЗСТ оказывает поддержку МСП в странах Восточного партнерства, подписавших Соглашения об ассоциации, в том числе соглашение об Углубленной и всеобъемлющей зоне свободной торговли, с ЕС (в настоящее время это Грузия, Молдова и Украина). Созданные совместно Европейской комиссией, Европейским инвестиционным банком и Европейским банком реконструкции и развития (ЕБРР), фонды способствуют росту малых предприятий, готовя их к новым рыночным возможностям, появляющимся благодаря УВЗСТ, а также помогают национальным органам власти в выполнении соответствующих Соглашений об ассоциации.

Европейская сеть поддержки трансфера технологий, развития предпринимательства и установления партнерства в области научных исследований (Enterprise Europe Network)

Европейская сеть поддержки трансфера технологий, развития предпринимательства и установления партнерства в области научных исследований (EEN), организованная в 2008 году, помогает инновационной деятельности и международному росту МСП. Данная программа осуществляется в рамках Программы повышения конкурентоспособности малых и средних предприятий ЕС (COSME) и включает более 60 стран по всему миру, в том числе шесть стран ВП, что делает ее самой крупной сетью поддержки интернационализации МСП в мире. EEN контролирует

крупнейшую европейскую сетевую базу данных коммерческих возможностей. МСП могут получить доступ к базе данных, с тем чтобы найти деловых или научных партнеров за границей для производства, распространения, совместной разработки и поставки товаров, услуг и идей.

Инициатива ЕС по развитию предпринимательства EU4Business и ИТС: «Восточное партнерство: Готовность к торговой деятельности»

Проект «Восточное партнерство: Готовность к торговой деятельности», реализуемый Международным торговым центром (ИТС) с 2017 года в рамках Инициативы ЕС по развитию предпринимательства EU4Business, поддерживает интеграцию МСП в ГПСЦ с упором на ЕС, помогая им соблюдать международные требования, связывая их с покупателями в рамках производственно-сбытовой цепочки и предоставляя кластерную поддержку. Проект поддерживает швейную промышленность Молдовы, помогая МСП, занимающимся и готовым заниматься экспортной деятельностью, с производством товаров с добавленной стоимостью в соответствии с требованиями международных рынков и рынков ЕС, а также с установлением связей с рынками ЕС.

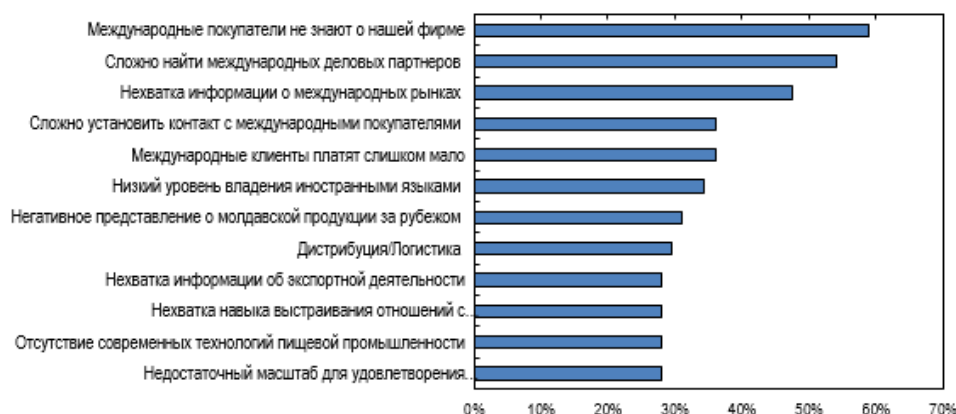
Источник: ЕС (2018), Enterprise Europe Network, веб-сайт: <https://een.ec.europa.eu/> (по состоянию на 26 июля 2019 года); ЕС (2019), International cooperation and development, веб-сайт: https://ec.europa.eu/europeaid/blending/dcfta-deep-and-comprehensive-free-trade-area-sme-direct-support-facility_en, (по состоянию на 26 июля 2019 года);

Существует несколько причин, которыми можно объяснить общий низкий уровень экспортной деятельности, несмотря на высокую заинтересованность среди предприятий. В основе некоторых факторов лежит нехватка необходимой поддержки со стороны Инвестиционного агентства Молдовы (и других соответствующих организаций) в контексте ряда аспектов: улучшения представления иностранных покупателей о молдавских производителях; установления связей местных производителей с потенциальными международными клиентами, создания стратегической сети местных МСП и иностранных компаний и организаций; повышения экспортной готовности МСП путем предоставления возможностей развития навыков и потенциала.

Опрос предприятий ОЭСР показал, что негативное представление о молдавских фирмах за рубежом является шестым среди 23 факторов, ограничивающих возможность компаний заниматься экспортной деятельностью: опрошенные МСП считают, что для местных предприятий розничной торговли и МНК привлекательность молдавских производителей невелика (Рисунок 17). Однако, как было детально рассмотрено в предыдущей главе, данное наблюдение может быть основано не на фактической оценке предприятиями молдавских поставщиков, а на недостаточно эффективной популяризации молдавской продукции. Отсутствие подобной стратегии наносит вред местным производителям, поскольку в данном случае не происходит повышения осведомленности предприятий розничной торговли о существовании и потенциале молдавских МСП. Во-вторых, согласно Опросу предприятий ОЭСР местные производители считают нехватку связей в международных сетях препятствием для экспортной деятельности: 59% заявляют, что международные покупатели не знают о существовании их фирмы; 54% говорят о том, что им сложно найти международных покупателей; 36% сталкиваются со сложностями, пытаясь установить с ними контакт; и 28% чувствуют нехватку

навыков, необходимых для поддержания отношений с международными покупателями. В целом, МСП не хватает соответствующих знаний и навыков, необходимых для того, чтобы добиться успеха на международных рынках: 48% опрошенных МСП заявляют об отсутствии знаний об иностранных рынках; 28% говорят о недостатке общей информации об экспорте; 34% указывают на низкий уровень языковых навыков; и 25% считают, что им не хватает навыков в сфере ИТ (OECD, 2019^[22]).

Рисунок 17. Основные препятствия для экспорта



Примечание. Выборка опроса не является репрезентативной с точки зрения торгово-промышленных предприятий Республики Молдова в целом

Источник: OECD (2019), Enterprise Survey. Moldova.

Финансовая поддержка МСП, занимающихся экспортной деятельностью, является недостаточной

Несмотря на то, что Молдова реализовала ряд мероприятий, призванных упростить доступ к долговому финансированию МСП, в стране нет программы экспортного финансирования. Инструменты экспортного финансирования способствуют росту компаний и устраняют серьезное препятствие, мешающее их торговле на международных рынках. Данные инструменты охватывают широкий спектр услуг и могут включать экспортные кредиты, направленные на финансирование дополнительного оборотного капитала, страхование экспортных кредитов, защищающее от рыночных и политических рисков, и экспортный факторинг, необходимый для дисконтирования торговой дебиторской задолженности экспортеров (обзор возможных инструментов см. на Рисунке 18). Отсутствие экспортного финансирования мешает мелким производителям эффективно защищаться от торговых рисков, в результате чего МСП могут оказаться на обочине как внутренних, так и иностранных рынков.

Рисунок 18. Обзор инструментов экспортного финансирования

	Оборотный капитал экспортера	Гарантирование экспортных кредитов	Страхование экспортных кредитов	Финансирование иностранных покупателей	Экспортный факторинг, безрегрессный учет векселей
Финансовые инструменты	<p>ЭФО предоставляет экспортерам средства оборотного капитала экспортера</p> <ul style="list-style-type: none"> Возможно через коммерческие банки Позволяет выполнять заказы на экспортные продажи, приобретая исходные ресурсы Позволяет экспортеру предлагать менее безопасные условия оплаты 	<p>ЭФО дает гарантии коммерческим банкам</p> <ul style="list-style-type: none"> Частое дополнение к оборотному капиталу экспортера Стимулирует кредиторов к предложению финансирования экспортерам Позволяет молодым МСП получить доступ к экспортному финансированию 	<p>ЭФО страхует рыночные и политические риски</p> <ul style="list-style-type: none"> Покрывает риски неплатежа Дает доступ к конкурентному финансированию, предлагаемому на мировых рынках Улучшает кредитоспособность экспортера и его доступ к более рискованным рынкам 	<p>ЭФО кредитует импортёров напрямую</p> <ul style="list-style-type: none"> Уместно, если частные кредиторы не могут нести риск Прямые займы или гарантии импортёрам с фиксированной ставкой Хеджирование валютного риска позволяет МСП заниматься экспортом в иностранной валюте 	<p>ЭФО сочетает финансирование, страхование и инкассирование</p> <ul style="list-style-type: none"> Подходит МСП в период бурного роста Не подходит компаниям, начинающим экспортную деятельность Почти в два раза дороже кредитного страхования
Примеры	<ul style="list-style-type: none"> KredEx предоставляет займы на финансирование экспорта, технологий и капитальных вложений 	<ul style="list-style-type: none"> UKEF предоставляет гарантии банкам, которые затем предлагают займы покупателям и поставщикам 	<ul style="list-style-type: none"> UKEF страхует экспортёров от риска неплатежа в случае отказа частного страховщика 	<ul style="list-style-type: none"> UKEF и KfW IPEX предлагают прямые займы импортёрам на покупку товаров отечественного экспорта 	<ul style="list-style-type: none"> Итальянское агентство SACE занимается дисконтированием торговой дебиторской задолженности экспортёров

Примечание: ЭФО – экспортная финансовая организация

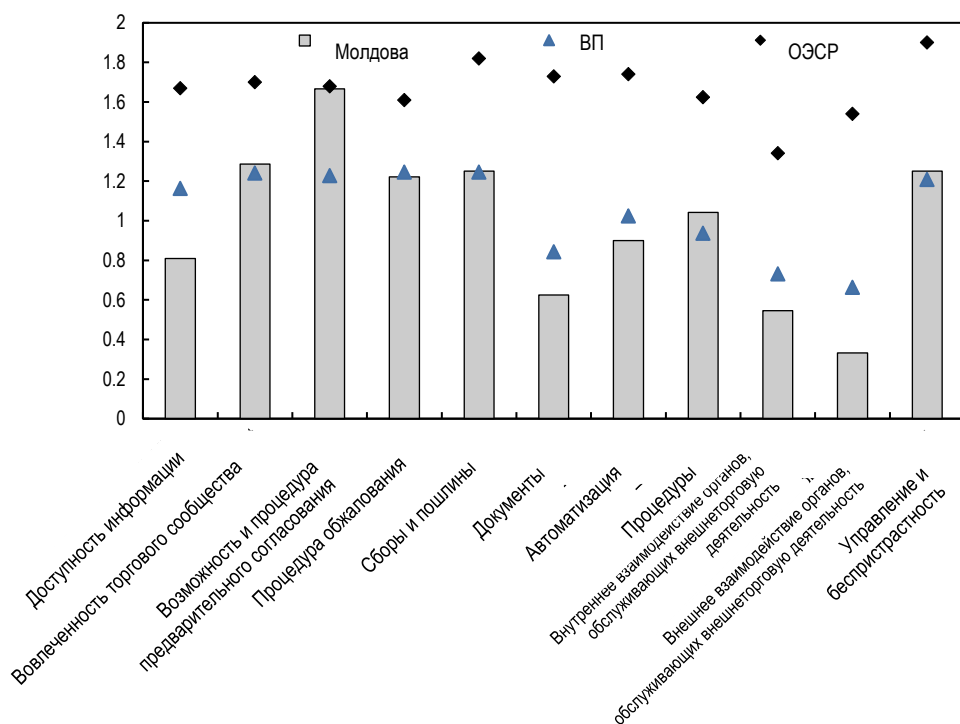
Источник: OECD (2016), Monitoring Georgia's SME Development Strategy 2016-2020

Процедуры пограничного контроля остаются обременительными

В целом, согласно показателям рейтинга Всемирного банка Doing Business за 2020 год, по показателю «трансграничная торговля» Молдова занимает 38-е место. Исследование показывает, что на прохождение процедур пограничного контроля требуется в среднем три часа и 76 долларов, а на оформление документов – 48 часов и 44 доллара (World Bank, 2020^[9]; World Bank, 2015^[28]). Однако согласно Опросу ОЭСР 26% опрошенных МСП по-прежнему жалуются на сложные процедуры пограничного контроля, а 15% считают, что тарифы и налоги, которые необходимо платить на международных рынках, являются препятствием для экспортной деятельности (OECD, 2019^[22]).

Существует ряд областей, в которых правительству стоит изучить возможность создания оптимальных условий для компаний-экспортёров. Согласно Показателям упрощения торговых процедур (ПУПТ) ОЭСР, у Молдовы имеются большие возможности для улучшений, особенно в сравнении со средними показателями ОЭСР. Результат Молдовы превосходит результаты других стран ВП по показателю «возможность и процедура предварительного согласования» и соответствует результатам региона по таким показателям, как «вовлеченность торгового сообщества», «процедура обжалования», «сборы и пошлины», «управление и беспристрастность». Однако при этом страна отстает по ряду показателей, в том числе таким, как «доступность информации», «внутреннее сотрудничество пограничных органов» и «внешнее сотрудничество пограничных органов» (OECD, 2017^[29]). На Рисунок 19 показаны общие результаты Молдовы по всем Показателям упрощения торговых процедур ОЭСР.

Рисунок 19. Показатели упрощения торговых процедур ОЭСР, 2017 год



Примечание: ПУПТ могут принимать значения от 0 до 2, где 2 соответствует лучшему показателю из возможных

Источник: OECD (2018), *OECD Trade Facilitation Indicators*, www.oecd.org/trade/facilitation/indicators.html

Низкий балл по показателю доступности информации соответствует результатам Опроса предприятий ОЭСР, где 43% опрошенных МСП назвали нехватку информации о международных рынках одним из препятствий для экспортной деятельности. Низкие баллы по показателям, оценивающим внутреннее и внешнее взаимодействие органов, обслуживающих внешнеторговую деятельность, говорят (i) об ограниченном сотрудничестве таких органов внутри страны, что снижает эффективность торгового контроля по причине необходимости подачи дублирующей документации и последовательного контроля; а также (ii) о низком уровне сотрудничества с органами соседних и третьих стран, что делает трансграничную торговлю более дорогостоящим и длительным процессом.

5. Рекомендуемые политические меры

В данном разделе представлены рекомендуемые политические меры, призванные помочь МСП: (i) подготовить местные предприятия пищевой промышленности к интеграции в ГПСЦ, (ii) способствовать развитию связей в рамках системы снабжения между местными предприятиями пищевой промышленности и супермаркетами и (iii) улучшить доступ МСП к иностранным рынкам.

5.1. Задача 1: Подготовить местные предприятия пищевой промышленности к интеграции в ГПСЦ

Представить финансовые инструменты поддержки инвестиционной и инновационной деятельности в отрасли

Стимулирование предоставления источников финансирования путем расширения спектра финансовых инструментов с обеспечением выгодных для МСП условий положительно скажется на инвестиционной и инновационной деятельности молдавских производителей продуктов питания. Например, расширение диапазона альтернативных методов финансирования, таких как лизинг и факторинг, может помочь мелким производителям модернизировать оборудование и повысить производительность.

В то же время, МСП может пойти на пользу введение долговых инструментов в дополнение к грантам, при условии осуществления инновационной деятельности и технологической модернизации. Примером таких инструментов являются кредиты на финансирование инновационной деятельности по низким процентным ставкам, предоставляемые перспективным МСП, занимающимся деятельностью, связанной с повышенными рисками, которым требуется государственная поддержка, с тем чтобы они могли воспользоваться масштабируемыми рыночными возможностями (см. Блок 4, где представлен пример программы кредитования инновационной деятельности). Подобным образом целью внедрения долговых инструментов может стать поддержка перехода к методам ведения устойчивого сельского хозяйства. Гибкие займы под низкий процент могут предоставляться МСП, стремящимся использовать сертифицированные экологически устойчивые методы производства (ВЮ) или модернизировать применяемые ими ВЮ.

Блок 4. Финансирование инновационных МСП в Великобритании

В 2017 году правительство Великобритании представило Innovate UK – финансовый продукт, направленный на поддержку инновационной деятельности путем финансирования инновационных предприятий, с повышением эффективности расходования средств налогоплательщиков. Innovate UK – это продукт, поддерживаемый государством, предоставляющий возможность получить финансирование и доступный предприятиям и научно-исследовательским организациям страны, стремящимся:

- исследовать и разрабатывать процессы, продукты и услуги;
- тестировать инновационные идеи;
- сотрудничать с другими организациями.

МСП могут принять участие в пяти этапах конкурсного отбора и получить от 100 000 до 1 млн фунтов стерлингов. Пилотная программа осуществлялась в течение двух лет; в рамках программы было предоставлено до 50 млн фунтов стерлингов (при этом в 2019 году было объявлено о дополнительном финансировании в размере 25 млн фунтов стерлингов). Спрос на займы оказался относительно высоким: в рамках Innovate UK было получено 393 заявки на общую сумму 200 млн фунтов стерлингов, что в четыре раза превысило имеющийся капитал. Проектные области варьировались от искусственного интеллекта и «интернета вещей» до технологий разработки процессов и производства (включая энергоэффективность, электронику и умную инфраструктуру).

В оценках программы подчеркивалась большая актуальность кредитов на финансирование инновационной деятельности, которые заполнили собой пробел, существовавший на рынке: до 95% опрошенных заявили об отсутствии других возможностей финансирования инноваций. Пилотная программа оказалась очень успешной и привела к серьезным положительным результатам, поскольку она укрупнила проекты или ускорила их реализацию, что без программы было бы невозможно. Почти треть опрошенных МСП смогли представить на рынке новые или улучшенные продукты или услуги; 76% довели продукт или услугу до стадии коммерциализации; также во время реализации проекта было создано 185 новых рабочих мест, и 76% опрошенных МСП связывают это увеличение с кредитом. Согласно информации Innovate UK, до сегодняшнего дня не произошло ни одного нарушения обязательств.

Источник: Innovate UK, <https://www.gov.uk/government/organisations/innovate-uk>; SQW (2019), Evaluation of Innovation Loans, <https://www.gov.uk/government/publications/evaluation-of-innovation-loans-interim-report>

Поддерживать развитие кластеров в агропродовольственном секторе

Двойственность молдавской пищевой промышленности требует введения мер, направленных на поддержку жизнеспособности и конкурентоспособности мелких производителей в средне- и долгосрочной перспективе. Стимулирование и поддержка развития кластеров может повысить уровень инновационной деятельности местных производителей, улучшить сотрудничество между производителями сырья, предприятиями пищевой промышленности и научно-исследовательскими организациями и, в конечном счете, повысить конкурентоспособность продовольственного сектора.

В целом, инициатива создания кластеров должна исходить не от государства, а со стороны рынка. Однако отсутствие кластеров и недостаточно активное сотрудничество между производителями в Молдове указывают на необходимость принятия государственных мер, которые увеличили бы популярность кластеров и способствовали развитию кооперации и объединению усилий.

Для начала можно было бы сосредоточить работу на важнейших направлениях, имеющих стратегическое значение для формирования кластеров (например: инновации, интернационализация, привлечение инвестиций и т.д.). Иными словами, стратегии развития кластеров следует согласовывать и осуществлять параллельно с программами и мерами, имеющими схожие цели. Активное сотрудничество между соответствующими государственными ведомствами (например, между Организацией по развитию малого и среднего бизнеса, Инвестиционным агентством Молдовы, Агентством по инновациям Молдовы, бизнес-инкубаторами) и совместная разработка и реализация стратегий являются залогом успешного развития кластеров. Так, услуги бизнес-инкубаторов, поддержка в организации торговых делегаций и проведении международных выставок, учебные курсы и тренинги – все это должно быть ориентировано, в числе прочего, на объединение предприятий и кластеры.

Помимо этого, власти могли бы принять ряд активных целевых мер и программ, которые стимулировали бы формирование кластеров в экспортно-ориентированных отраслях. Однако государство должно не насаждать данный процесс, а выступать в роли катализатора и посредника. По данным Европейской кластерной обсерватории, к таким мерам можно отнести: (i) исследование рынка – выявление возможностей в других отраслях; (ii) налаживание деловых связей – поиск подходящих партнеров; (iii) разработку проектов – подготовку и реализацию межотраслевых мер по итогам исследования рынка и установления деловых связей (European Union, 2016_[40]).

Кроме того, правительство может ввести ряд активных адресных политических мер и программ, которые дадут импульс развитию кластеров вокруг продукции, предназначенной для экспорта, с тем чтобы улучшить их возможность получения прибыли и устойчивого развития. Несмотря на то, что членские взносы являются важным источником финансирования кластеров, формирующимся или развивающимся кластерам потребуется внешняя поддержка для финансирования своей деятельности. Помогая им определить и обеспечить многолетнее финансирование, государство может способствовать их жизнеспособности в долгосрочной перспективе и возможности утвердиться. Одним из способов стимулирования сотрудничества фирм и достижения экономии за счет увеличения масштабов является предоставление прямого финансирования только в ответ на предложения, поданные одновременно от имени нескольких фирм. Блок 5 содержит примеры таких программ, реализованных в Чешской Республике и Польше.

Блок 5. Поддержка развития кластеров в Чешской Республике и Польше

В **Чешской Республике** государство поддерживает формирование и развитие кластеров на региональном и межрегиональном уровнях путем предоставления субсидий на создание инфраструктуры, выделения средств на цели стимулирования сотрудничества между предприятиями, особого внимания и содействия в вопросах предпринимательской кооперации и развития МСП. Власти ведут совместную работу с Национальной кластерной ассоциацией, объединяющей кластерные организации и органы поддержки кластерного развития, чтобы координировать устойчивое развитие инициатив в области кластеризации и разрабатывать кластерную политику на базе объединенных знаний, опыта и данных.

В Люблинском воеводстве **Польши** сформировались сельские кластеры, задача которых – повысить производительность сельского хозяйства и улучшить положение фермеров. 54% населения воеводства проживает в сельской местности. Там образовалось почти 110 групп производителей, создавших юридические лица (в форме ассоциаций) и занимающихся, в основном, сбытом продукции участников. Будучи разновидностью кластерных структур, ассоциации нередко организуют для своих членов обучение, сотрудничают с вузами и другими ассоциациями, а также берут на себя работу по получению сертификатов качества на свою продукцию.

Источник: OECD (2005), Business Clusters: Promoting Enterprise in Central and Eastern Europe, Local Economic and Employment Development (LEED), OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264007116-en>; OECD (2008), Enhancing the Role of SMEs in Global Value Chains, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264051034-en>; FAO (2010), Agro-based clusters in developing countries: staying competitive in a globalized economy, <http://www.fao.org/sustainable-food-value-chains/library/details/en/c/267092/>; Cluster Collaboration.eu (2019), National Cluster Association of the Czech Republic (NCA), <https://www.clustercollaboration.eu/cluster-networks/national-cluster-association-czech-republic-nca>

Продолжать приводить законодательство о продовольственной безопасности в соответствии с Соглашением об ассоциации с ЕС

Законодательная база, так же как и административная и институциональная инфраструктура, требует постоянного развития и адаптации в соответствии с Соглашением об ассоциации с ЕС. В последние годы Молдова занималась согласованием своего законодательства, и ей следует продолжать заниматься этим в рамках УВЗСТ. В частности, для развития торговли с ЕС необходимо достижение прогресса в соблюдении стандартов безопасности продуктов питания. Поэтому чрезвычайно важно продолжать инвестировать в необходимую инфраструктуру (например, аккредитованные зооветеринарные лаборатории) и институциональную базу, чтобы добиться сертификации, которая требуется для расширения корзины товаров, экспортируемых в ЕС. Данные усилия должны отслеживаться; их осуществление должно подлежать независимому контролю со стороны НАПБ. В соответствии с программой поддержки, реализуемой агентством GIZ¹⁰, чрезвычайно важно укрепить потенциал НАПБ к эффективному решению этой задачи: (i) необходимо обеспечить обучение сотрудников и инспекторов, (ii) следует ввести рабочие процедуры для обеспечения стандартизированных процедур контроля, и (iii) необходимо регулярное проведение внутренних проверок, призванных обеспечить независимость и прозрачность проверок официальных.

Повышать осведомленность МСП о мерах продовольственной безопасности и готовность их осуществлять

В целях повышения осведомленности производителей продуктов питания о мерах продовольственной безопасности и укрепления их потенциала к осуществлению таких мер необходимо организовать курсы обучения (в том числе онлайн), которые должны проходить на региональных и на местных площадках и быть доступны как

¹⁰ Более подробную информацию о программе «Повышение продовольственной безопасности в Республике Молдове», поддерживаемой агентством GIZ, можно найти по ссылке: <https://www.giz.de/en/worldwide/35460.html>.

руководителям, так и сотрудникам МСП (пример обучения, поддерживаемого государством, см. в Блоке б). Ценность обучения можно увеличить: включить в него передовой опыт обработки, хранения и приготовления продуктов питания, а также учесть особенности пищевой промышленности. С точки зрения МСП, заинтересованных в интеграции в системы снабжения МНК, обучение должно уделять особое внимание требованиям предприятий розничной торговли и передовому опыту их соблюдения. С точки зрения МСП, заинтересованных в осуществлении экспорта в Европейский союз, обучение должно давать подробную информацию о требованиях рынков ЕС и предоставлять дополнительные источники поддержки, такие как Служба поддержки торговли ЕС (<https://trade.ec.europa.eu/tradehelp>).

Иногда, даже если предприниматели осознают важность мер продовольственной безопасности, их реализация оказывается серьезным финансовым бременем для МСП. По этой причине важно, чтобы требования продовольственной безопасности и соответствующие меры поддержки разрабатывались с учетом ограниченности ресурсов МСП.

Блок 6. Оплаченное государством обучение с целью повышения стандартов безопасности продуктов питания в Польше

Вступление Польши в Европейский союз, которое формально произошло в 2004 году, потребовало от Польши реструктуризовать и модернизировать ее сельское хозяйство в соответствии с принципами сельскохозяйственной политики, установленными ЕС. Процесс адаптации в большой степени зависел от Агентства по реструктуризации и модернизации сельского хозяйства (*Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa*) и Сельскохозяйственных консультационных центров (*Osrodki Doradztwa Rolniczego*, или ODR) – сети, состоящей приблизительно из 310 консультационных групп, распространившихся по всей Польше и работающих под управлением группы из 1000 специалистов. Работа Центров заключалась в предоставлении социально-экономических консультаций сельскому населению, оказании поддержки сельскохозяйственным работникам в приобретении новых квалификаций, а также в распространении информации о новых правовых, налоговых, финансовых и сельскохозяйственных принципах и связанных с ними нормативах. Центры оказывали фермерам поддержку, повышая их осведомленность о безопасности продуктов питания и связанных с ней вопросах, упрощая процесс адаптации, популяризируя при этом модернизацию, направленную на повышение производительности, и т. п.

В контексте мер продовольственной безопасности подход правительства охватывал все виды деятельности в рамках производственно-сбытовой цепочки, от контроля сельскохозяйственного сырья до подготовки специалистов-практиков в пищевой промышленности. Квалифицированным работникам сельского хозяйства, промышленности и официальных агентств по контролю за продуктами питания стало доступно обучение продовольственной безопасности на уровне аспирантуры. В рамках пищевой промышленности образование предоставляли как государственные, так и негосударственные организации и ассоциации, такие как Центральная техническая организация и Ассоциация инженеров и техников пищевой промышленности. Кроме того, правительство принимало участие в информационно-

разъяснительной работе, готовя и трудоустраивая практических специалистов продовольственного контроля (например, санитарных инспекторов, ветеринарных инспекторов и инспекторов сельскохозяйственной продукции) и участвуя в масштабных информационных кампаниях. Оно предоставляло информацию через официальные службы продовольственного контроля, организации потребителей (такие как Управление по защите конкуренции и прав потребителей) и представителей различных министерств.

Источник: Centrum Doradztwa Rolniczego (2019), <https://www.cdr.gov.pl/informacje-branzowe/osrodki-doradztwa-rolniczego> ; FAO (2002), System of Food Safety in Poland present situation and prospects for change, <http://www.fao.org/3/X6912E/X6912E.htm#II>.

Разрабатывать профессиональные стандарты и расширять участие частного сектора в проведении обучения

Расхождение между квалификацией рабочей силы и потребностями предприятий требует разработки профессиональных стандартов и тесного сотрудничества государственного и частного сектора в разработке и организации профессионального образования и обучения. В данном случае для восполнения пробелов необходимо сотрудничество Министерства образования, Министерства экономики, ODIMM, представителей отраслевых ассоциаций, а также групп организаций профессионального и высшего образования. Объединенные усилия могут быть направлены на установление профессиональных стандартов в отрасли и улучшение школьных программ, с тем чтобы учащиеся получали необходимые навыки, а также на упрощение перехода между школой и рынком труда. Для того чтобы добиться данного результата, важно обеспечить, чтобы потенциал к реформированию программ обучения, повышению квалификации преподавателей и управлению школами формировался на уровне национальной администрации. В то же время, оказание финансовой поддержки МСП, предоставляющим профессиональное обучение новым сотрудникам, могло бы помочь в решении двойной проблемы, заключающейся в эмиграции и нехватке навыков.

Улучшать предложение УПП, направленных на развитие предпринимательских навыков, и стимулировать спрос на них

ODIMM могла бы обеспечить грамотное предоставление услуг по поддержке предпринимательства (УПП) с точки зрения их объема и качества в рамках государственных и государственно-частных программ. В частности, можно было бы обеспечить наличие программ развития предпринимательских навыков МСП, также сделав их более доступными. Государственные УПП следует разрабатывать и предлагать в качестве дополнения к частным услугам, а не с целью их вытеснения. Такие услуги должны давать возможность обучения, получения консультаций и налаживания связей, в том числе через интернет. В частности, программы электронного обучения, онлайн-форумы и платформы, а также бизнес-акселераторы могли бы стать формой поддержки, предоставляемой непосредственно МСП. Для предприятий пищевой промышленности можно, в числе прочего, организовать профессиональную подготовку, которое помогала бы им соблюдать стандарты качества и безопасности пищевых продуктов, действующие на зарубежных рынках.

В то же время, необходимо стимулировать спрос на подобные услуги, особенно среди МСП. Часто предприниматели отказываются от УПП по причине нехватки навыков или амбиций для расширения и развития своего предприятия. Недостаточная осведомленность о наличии таких услуг, представление о государственных УПП как о неэффективном процессе, необходимость инвестиций для дальнейшей реализации мер, рекомендованных консультантами, либо простое нежелание расширять деятельность выше какого-либо уровня ставят под сомнение ценность УПП. Как следствие, важно стимулировать спрос путем распространения информации в рамках информационных кампаний, разработки услуг в соответствии с конкретными видами деятельности предприятий и использования предпринимательских сетей (например, региональных кластеров или Торговых палат) в целях поддержки и распространения УПП.

5.2. Задача 2: Способствовать развитию связей в рамках системы снабжения между местными предприятиями пищевой промышленности и супермаркетами

Реализовывать целевые программы, направленные на развитие связей в рамках системы снабжения между предприятиями пищевой промышленности и предприятиями розничной торговли

Правительство может стимулировать использование предприятиями розничной торговли продукции местных поставщиков путем предоставления им информации о местных поставщиках и их контактных данных, а также путем расширения возможностей местных производителей по взаимодействию с супермаркетами. Следует стимулировать тщательный сбор данных, необходимых для создания национальных баз данных и реестров, содержащих подробную информацию о местных МСП, которую необходимо сделать общедоступной. Более того, было бы полезно, если бы правительство Молдовы (i) предоставляло услуги по подбору деловых партнеров, что способствовало бы развитию связей в рамках системы снабжения, и (ii) взяло на себя ведущую роль в заполнении пробелов в контексте предварительного выяснения и расширения возможностей местных поставщиков. В Главе 6 настоящего отчета содержится программное предложение, которое могло бы помочь Молдове в реализации такой программы; в Блоке 7 описывается успешная ирландская программа развития связей, которая могла бы стать для Молдовы полезным примером.

Блок 7. Способствующие развитию связи между МНК и МСП в Ирландии

Ирландская Национальная программа развития связей (НПРС) широко известна как успешная модель привлечения ПИИ и развития местных компаний. Она была запущена в 1985 году в рамках общей стратегии промышленного развития, призванной помочь модернизации местных компаний, с тем чтобы они могли стать поставщиками крупных национальных и международных покупателей. В частности, она должна была максимально увеличить поставки обрабатывающей промышленности местных товаров

и услуг. Сначала программа была направлена на определение и создание возможных связей исключительно в секторе электроники, однако затем ее охват был увеличен: она распространила свое действие на предприятия, работающие в машиностроении, химической и фармацевтической промышленности, а также предприятия, производящие пищевые продукты и потребительские товары.

В рамках НПС проводился тщательный рыночный анализ, необходимый для оценки возможности установления связей между МСП и МНК и определения потенциальных действующих лиц каждой из сторон. Затем программа помогала осуществлять отбор, поддержку и контроль развития небольшого числа отечественных компаний (в основном МСП), определяя при этом возможных покупателей в целом ряде секторов. Многонациональные компании поддерживали мероприятия по развитию, проводимые в рамках НПС (например, семинары, обзорные исследования сектора).

Кроме того, в рамках НПС проводились мероприятия, направленные на подбор деловых партнеров, призванные помочь МСП преодолеть препятствия и заключить субподрядные договоры. МСП требуется поддержка в понимании требований и задач покупателей, а также помощь в определении оптимальных действий, необходимых для модернизации (например, в области укрепления руководства, бухгалтерского учета, контроля качества). НПС также предлагала МСП государственные программы поддержки, направленные на развитие их технического, финансового и управленческого потенциала.

Если говорить о результатах, НПС способствовала увеличению объема иностранных закупок ирландского сырья с 438 млн до 811 млн фунтов стерлингов, а объема закупок услуг с 980 млн до 1 461 млн фунтов стерлингов. Она способствовала установлению более 250 связей между иностранными МНК и крупными ирландскими компаниями, что позволило еще большему числу местных поставщиков увидеть коммерческие возможности. Продажи поставщиков выросли на 83%, их производительность – на 36%, а уровень занятости – на 33%. МСП стали частью системы снабжения таких компаний, как Apple, Dell и IBM. Поскольку более 80% поставщиков прошли сертификацию согласно стандарту ISO 9000, они также получили возможность участвовать в международных закупочных группах и вышли на новые экспортные рынки.

Источник: Battat, J. et al. (1996), Suppliers to Multinationals. Linkage Programs to Strengthen Local Companies in Developing Countries, International Finance Corporation, <http://documents.worldbank.org/curated/en/253681468762361269/pdf/multi0page.pdf> ; OECD (2005), Encouraging linkages between small and medium-sized companies and multinational enterprises,

Стимулировать внутренний спрос на молдавские пищевые продукты

Правительство совместно с бизнес-ассоциациями, производителями и другими заинтересованными лицами может реализовывать маркетинговые и рекламные мероприятия, направленные на повышение авторитета молдавских пищевых продуктов. Правительство также может рассмотреть возможность реализации инициатив, направленных на стимулирование местных потребителей к приобретению пищевых продуктов местного производства и продвижение молдавских пищевых продуктов на международных рынках (пример качественно выполненной имиджевой рекламы местных продуктов см. в Блоке 8).

Блок 8. Повышение привлекательности пищевых продуктов местного производства в Словацкой Республике

Последствиями вступления Словацкой Республики в ЕС в 2004 году стали как появление возможности выхода на внутренний рынок ЕС, так и проблемы, связанные с возросшей конкуренцией. Для решения этих проблем Министерство сельского хозяйства и развития сельских районов запустило программу «Знак качества», призванную стимулировать потребителей отдавать предпочтение местной продукции путем повышения ее конкурентоспособности.

«Знак качества» – это знак, позволяющий отличить местную продукцию от иностранной. «Знак качества» подтверждает, что местная продукция, на которую он нанесен, была произведена в соответствии с требованиями как самого знака, так и ЕС; это ясно говорит о высоком качестве продукции.

Любой словацкий производитель может подать заявление на получение знака. Чтобы иметь возможность его получить, производители должны использовать отечественное сырье (не менее 75% общего объема используемого сырья), следовать указанным технологическим процессам, стандартам качества и безопасности продуктов питания, а также осуществлять все этапы производственного процесса на территории Словакии. Экспертный комитет, назначенный Министерством сельского хозяйства и развития сельских районов, оценивает каждое заявление и дает Министерству рекомендации, кому из производителей следует предоставить знак. Производители могут использовать «Знак качества» на своей продукции сразу после его получения. Помимо «Знака качества», применяется также «Золотой знак качества», указывающий на качество выше стандартных требований. Присвоение знака происходит несколько раз в год; данный процесс является бесплатным для заявителей.

Источник: Značka kvality (2019), <http://www.znackakvality.sk/index.php?pl=17>.

Стимулировать создание связей между МСП и супермаркетами

Стимулировать создание связей также можно путем работы с интересами многонациональных супермаркетов. В частности, фискальные меры и налоговые льготы, направленные непосредственно на сети супермаркетов, готовые работать с местными МСП, могут способствовать созданию таких связей. Такие налоговые и неналоговые стимулы могут выражаться в снижении затрат иностранных инвесторов, участвующих в развитии потенциала местных поставщиков в рамках обучения, наставничества или командировок (см. возможный пример в Блоке 9).

Блок 9. Использование налоговых стимулов в целях развития связей МСП и МНК

В Малайзии Программа развития промышленных связей (ПРПС) позволяет инвесторам требовать налоговые вычеты согласно затратам, связанным с предоставлением поддержки местным поставщикам, включая обучение, разработку и тестирование продукции, а также проверку производства местных поставщиков, необходимую для обеспечения его качества (ОЕСД, 2018_[31]). Чтобы иметь право на

льготы, МСП должны производить товары или осуществлять деятельность, указанные в Перечне поощряемых видов деятельности и товаров в рамках ПРПС. Кроме того, они должны осуществлять поставки в адрес ТНК или крупных компаний. Одним из недавних успехов ПРПС является расширение сотрудничества международных предприятий пищевой промышленности (таких как Tesco) с местными МСП пищевой промышленности. SME Corp и Tesco согласовали строгие критерии оценки в рамках ПРПС, что помогает обеспечить взаимовыгодный характер связей. В рамках этой договоренности поставщиками Tesco могут стать только МСП, получившие три (или более) «звезды» согласно соответствующему рейтингу SCORE. Став поставщиками Tesco, МСП пользуются результатами деятельности ТНК, направленной на то, чтобы помочь им в соблюдении международных стандартов путем производства товаров неизменно высокого качества. Кроме того, Tesco часто помогает ведущим зарубежным фирмам, открывая им рынки Европы и США.

Источник: OECD (2019), OECD Investment Policy Reviews: Southeast Asia; UNCTAD (2011).

5.3. Задача 3: Улучшить доступ МСП к иностранным рынкам

Расширить предоставление услуг поддержки и развития экспорта

Оптимальный набор услуг поддержки и развития экспорта, предоставляемых Инвестиционным агентством Молдовы (ИАМ), должен быть направлен на исправление информационной асимметрии, с которой сталкиваются МСП, расширение их ограниченных возможностей соблюдения международных стандартов качества, преодоление трудностей, с которыми они сталкиваются, пытаться наладить контакт с международными покупателями (и поставщиками), а также решение проблемы нехватки финансовых ресурсов, необходимых для участия в международной торговле. Более того, ИАМ оказывает влияние на международный имидж страны и, как следствие, фирм этой страны, акцентируя внимание на их конкурентных преимуществах. По этой причине крайне важно, чтобы ИАМ осуществляло достаточные инвестиции в укрепление имиджа молдавских фирм и продуктов (в Блоке 10 содержится пример деятельности, направленной на укрепление имиджа, в странах ВП). Для того, чтобы обеспечить возможность осуществления такой деятельности и достижения соответствующих целей, государству необходимо предоставить ИАМ достаточные ресурсы (как финансовые, так и человеческие).

Одновременно с этим ODIMM может расширить спектр услуг, направленных на поддержку экспортной готовности – услуг, разработанных с учетом конкретных потребностей МСП. Программы повышения экспортной готовности должны оказывать помощь в составлении международных маркетинговых планов; проведении рыночных исследований, направленных на поддержку выхода на рынок и формирования экспортных стратегий; а также предоставлять информацию о методах работы, каналах сбыта и необходимых навыках. Необходимо, чтобы сферы деятельности и институциональные обязанности двух агентств, ODIMM и ИАМ, были четко определены и дополняли друг друга. ODIMM должна поддерживать

МСП в развитии их потенциала в контексте экспорта продукции за рубеж, тогда как МІА может заниматься организацией экспорта продукции на иностранные рынки.

Блок 10. Развитие экспорта в странах Восточного партнерства

«Производи в Грузии»

В 2014 году Министерство экономики и устойчивого развития Грузии совместно с Министерством сельского хозяйства запустило программу «Производи в Грузии», призванную стимулировать предпринимательскую деятельность в стране. Партнером по реализации программы является грузинское агентство по развитию предпринимательства Enterprise Georgia, отвечающее за поддержку предпринимательства, развитие экспорта и привлечение инвестиций. Оно осуществляет различные виды деятельности по развитию экспорта, направленные на развитие конкурентоспособности местной продукции и увеличение объема товаров, предназначенных для международных рынков. В рамках других видов поддержки «Производи в Грузии» поддерживает проведение международных выставок, организацию торговых делегаций и регистрацию компаний на своей интерактивной торговой платформе. Платформа называется Trade with Georgia («Торгуй с Грузией») и содержит информацию о грузинских фирмах и товарах, подходящих для международного экспорта, базу знаний, необходимых для занятия экспортной деятельностью (например, документацию и сертификаты, необходимые для экспорта продукции из Грузии), а также сведения о мероприятиях, интересных международной аудитории. Наконец, «Производи в Грузии» предоставляет образование и обучение, благодаря которым менеджеры по экспорту, работающие с грузинскими компаниями, могут приобрести навыки, необходимые для занятия экспортной деятельностью.

«Сделано в Азербайджане»

В 2016 году Азербайджан начал реализацию программы «Сделано в Азербайджане», направленной на масштабное продвижение местных производителей на иностранных рынках. В указе предусматривается десять различных видов поддержки экспортной деятельности, от проведения рыночных исследований до обеспечения участия в торговых делегациях и международных ярмарках и получения международных сертификатов. Реализацией инициативы занимается AZPROMO – уникальный орган комплексного обслуживания, призванный способствовать экономическому развитию путем привлечения иностранных инвестиций и стимулирования экспорта в нефтегазовой отрасли.

Источник: Enterprise Georgia (2019), <http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/en/about>; Trade with Georgia (2019) <http://www.tradewithgeorgia.com/>; Made in Azerbaijan (2019), <https://madeinazerbaijan.com/>

Предоставлять и расширять финансовую поддержку МСП, занимающимся экспортной деятельностью

Стратегия развития МСП на 2012–2020 годы и соответствующий План мероприятий не включают в себя мероприятия, направленные на оказание адресной финансовой

поддержки МСП, занимающимся экспортной деятельностью. Однако в целях расширения доступа МСП к иностранным рынкам, правительство может рассмотреть возможность использования адресных финансовых инструментов, с тем чтобы помочь МСП преодолеть препятствия и риски, связанные с экспортной деятельностью, например длительный оборот наличных средств и валютные риски. Инструменты, такие как экспортное финансирование и экспортное страхование (в Блоке 11 приведен пример инструментов, действующих в Словацкой Республике), могут способствовать развитию способности местных производителей заниматься международной торговлей.

Блок 11. Экспортно-кредитное финансирование в Словацкой Республике

В Словацкой Республике Экспортно-импортный банк (Eximbanka) является экспортно-кредитным агентством – специализированной государственной финансовой организацией, предлагающей инструменты экспортной поддержки. EXIMBANKA целенаправленно работает со словацкими МСП, стремящимися начать экспортную деятельность или увеличить объемы экспорта, и обеспечивает словацким экспортерам выход на рынок даже в таких условиях, при которых уровень рисков является слишком высоким для коммерческих банков. Его услуги варьируются от банковских продуктов до консультационных услуг, представляя собой пакет инструментов, которые могут комбинироваться МСП для получения максимального эффекта. В частности, EXIMBANKA предлагает:

- **Экспортное финансирование**, предоставляемое крупным, малым или средним предприятиям, желающим экспортировать продукцию на иностранные рынки. Банк предлагает такие инструменты, как, например, прямые кредиты, кредиты рефинансирования и гарантийные продукты (например, банковская платежная и неплатежная гарантия).
- **Экспортное страхование**, призванное устранить риски, связанные с неопределенностью иностранных рынков (например, неплатежеспособностью иностранного покупателя, политические и экономические риски и т. п.). Кроме того, существуют страховые пакеты, предназначенные специально для МСП, а также льготные займы иностранным покупателям в ряде развивающихся стран.
- **Консультационные услуги**, которые бесплатно предоставляются в рамках конкретной ситуации заявителя, с тем чтобы предложить ему оптимальные инструменты, необходимые для финансирования экспортной деятельности.

В 2018 году Европейский инвестиционный банк (ЕИБ) согласился финансировать деятельность EXIMBANKA, поддержав тем самым реализацию правительственной политики развития, связанного с экспортной деятельностью. В частности, проект с участием ЕИБ состоит из специализированных кредитных линий ЕИБ, предназначенных для МСП, занимающихся экспортной деятельностью.

Источник: EXIMBANKA (2019), https://www.eximbanka.sk/en/english.html?page_id=93; EIB (2018), Eximbanka loan for SMEs and Mid-Caps. Project summary, <https://www.eib.org/en/projects/pipelines/all/20180112>

Упростить процедуры пограничного контроля и снизить административные преграды экспорту

Правительство может снизить административные и нормативные преграды торговле путем упрощения формальностей и повышения степени их цифровизации. Например, внедрение онлайн-системы, работающей по принципу «единого окна», в контексте экспортных процедур может значительно сократить время, требующееся на осуществление торговых процессов. На каждом этапе процесса необходимо обеспечивать прозрачность торговых процедур, с тем чтобы развивать торговлю и инвестиции. Это уменьшит бюрократические препятствия, которые дорого стоят для фирм, занимающихся экспортом, и отнимают у них много времени; кроме того, это поможет развить прозрачные и предсказуемые таможенные процедуры, способствующие трансграничной деятельности. В целях расширения доступа МСП к иностранным рынкам можно развивать внутреннее и внешнее сотрудничество пограничных органов. Для достижения этих целей правительство может начать реализовывать стратегию координации. Меры, направленные на развитие внутреннего сотрудничества, могут включать упорядочение требований к данным, обмен данными и информацией, совместный анализ рисков и регулярные межведомственные совещания.

6. Программное предложение: Программа развития связей

Настоящая пояснительная записка призвана оценить состояние связей местных производителей и предприятий розничной торговли и представить рекомендуемые политические меры стратегического характера, которые могут быть выполнены правительством в целях решения своих задач. Кроме того, ODIMM попросила ОЭСР разработать предложение по программе поддержки интеграции местных производителей в систему снабжения предприятий розничной торговли.

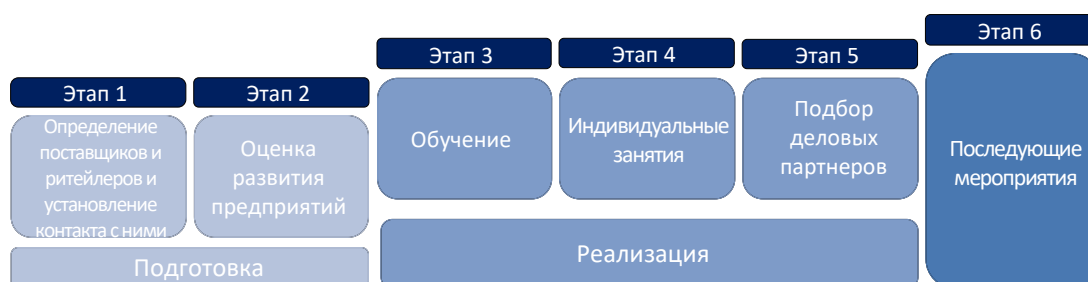
6.1. Обзор Программы

Более 50% фирм, участвовавших в опросе молдавских предприятий пищевой промышленности, проведенном ОЭСР, заявили, что не поставляют продукцию ни одной из крупных розничных продуктовых сетей Молдовы. Однако результаты опроса и интервью с предприятиями розничной торговли говорят о существовании взаимной заинтересованности в расширении деловых связей. В целях развития коммерческих взаимоотношений правительство намеревается реализовать программу поддержки, которая будет способствовать развитию связей в рамках системы снабжения между местными предприятиями пищевой промышленности и супермаркетами путем развития потенциала местных производителей к осуществлению поставок в крупные предприятия розничной торговли и предоставления площадки для взаимодействия молдавских производителей продуктов питания и предприятий розничной торговли. Представленное ниже программное предложение может использоваться в качестве руководства в процессе реализации такой программы.

Главная задача пилотной Программы развития связей (далее именуемой «Программа») состоит в том, чтобы укрепить деловые связи между предприятиями пищевой промышленности и предприятиями розничной торговли продуктами питания в Молдове в целях увеличения числа МСП, занимающихся продажей продукции предприятиям розничной торговли, и объема продаж пищевых продуктов, произведенных в Молдове. Другие ожидаемые положительные результаты включают повышение конкурентоспособности участвующих МСП и их готовности к выходу на международные рынки. Программа будет состоять из (1) подготовительного периода, (2) периода реализации и (3) периода последующих мероприятий и контроля, которые можно разбить на шесть этапов (Рисунок 20). Участие в Программе позволит: (i) производителям развить навыки, необходимые для взаимодействия с ГПСЦ и интеграции в них; и (ii) упростить взаимодействие между потенциальными деловыми партнерами в целях создания связей между МСП и предприятиями розничной торговли.

Реализацию Программы предлагается поручить ODIMM под руководством Координационного совета; предполагается, что период реализации составит около девяти месяцев. Ожидается, что в программе примут участие 20 местных производителей.

Рисунок 20. Этапы пилотной Программы развития связей



6.2. Управление

Рекомендуем организовать Координационный совет, занимающийся контролем за осуществлением Программы, предоставляющий рекомендации и консультации руководящей группе и обеспечивающий выделение ресурсов, необходимых для успешной реализации Программы. Председателем Координационного совета должен являться высокопоставленный сотрудник Министерства экономики и инфраструктуры, при этом Совет должен включать оптимальное число представителей частного сектора и государственных организаций, отвечающих за развитие частного сектора. Рекомендуем проводить совещание Координационного совета раз в два-три месяца. Кроме того, проектная группа должна на регулярной основе взаимодействовать с организациями, не входящими в Координационный совет, чье участие, однако, важно для реализации Программы (например, Инновационным агентством Молдовы). Рисунок 21 содержит возможную структуру управления Программой.

Рисунок 21. Пример структуры управления Программой



Проектная группа

Штат проектной группы зависит от имеющегося бюджета и ресурсов, а также от модели управления, которую хочет использовать правительство. Тем не менее, рекомендуем включить в Проектную группу двух основных членов, ответственных за повседневное осуществление проекта: руководителя проекта и старшего консультанта, работающих при поддержке международного консультанта и небольшой группы инструкторов/преподавателей (в Таблица 5 представлены основные обязанности членов Проектной группы).

Два члена Национальной проектной группы могут быть командированы из ODIMM и/или МЭИ. Это, возможно, будет идеальным решением для того, чтобы обеспечить сохранение знаний в рамках государственных ведомств в целях непрерывности и стабильности осуществления Программы. Кроме того, это будет содействовать развитию потенциала государственных ведомств к реализации практических проектов в области развития предпринимательства.

Таблица 5. Обязанности членов Проектной группы

Функция	Обязанности	Примерные временные затраты	
Основная Проектная группа	Руководитель проекта	Планирование реализации проекта в целом; подготовка плана работ; организация и контроль деятельности в рамках согласованного срока и бюджета; контроль рисков и составление плана действий в непредвиденных ситуациях; определение подходящих инструкторов и преподавателей; контроль и обеспечение беспрепятственного осуществления всех мероприятий в рамках проекта; определение предприятий розничной торговли, отчитывающихся перед Координационным советом, и установление контакта с ними; составление программ обучения и подготовки; планирование будущих мероприятий.	70 дней
	Старший консультант	Поддержка руководителя проекта; взаимодействие с предприятиями пищевой промышленности; проведение оценки развития предприятий и анализ ее результатов; организация обучения и обеспечение участия; проведение последующих мероприятий с участниками; подготовка итогового отчета.	90 дней
Внешние участники группы	Международный консультант	Обмен передовым опытом международных проектов развития связей; сопровождение Проектной группы; консультирование по вопросам адаптации оценки развития предприятий и анализа ее результатов; консультирование по вопросам составления программ обучения и подготовки и вопросам соответствия инструкторов и преподавателей; внесение рекомендаций в отношении будущих мероприятий.	15 дней
	~ 6 преподавателей	Планирование, разработка и реализация 6–8 учебных мероприятий (каждое на ½ дня).	~18 дней
	1 или 2 инструктора	Подготовка и реализация индивидуальных учебных мероприятий (2–3 мероприятия на компанию).	18–26 дней

6.3. Мероприятия

Подготовительный период

Этап 1: Определение предприятий розничной торговли (ритейлеров) и поставщиков и установление контакта с ними

а. Определение предприятий розничной торговли и установление контакта с ними

Прежде всего, Проектная группа может связаться с розничными продуктовыми сетями, работающими в Молдове (головными офисами супермаркетов), уведомить их о проекте и стимулировать их участие. С некоторыми из крупнейших предприятий розничной торговли контакт уже был установлен в рамках проекта ОЭСР, и они выразили заинтересованность в участии в Программе (например, компании Metro Cash&Carry, Linella, Fourchette).

С каждым из супермаркетов необходимо провести организационное совещание, чтобы объяснить им цель Программы, обозначить ее методологию, указать на

преимущества для предприятий розничной торговли и заручиться обязательством участвовать в Программе с их стороны.

b. Определение поставщиков и установление контакта с ними

Далее Проектная группа переходит к определению и выбору поставщиков, наиболее подходящих для участия в Программе и создания связей с предприятиями розничной торговли. Очень важно, чтобы потенциальные участники не только отвечали формальным критериям, но также понимали преимущества и требования Программы и были готовы выполнить все этапы ее реализации.

Группа поставщиков должна включать в себя молдавские МСП, имеющие потенциал к интеграции в систему снабжения выбранных предприятий розничной торговли. Оптимальная группа МСП следует ряду критериев, выполнение которых способствует успешной реализации пилотной Программы. Такие критерии могут включать:

- участие в производстве фруктов и овощей;
- заинтересованность в развитии деловых отношений с предприятиями розничной торговли; и
- размер (предприятия, не являющиеся микропредприятиями, в которых занято, например, 10 или более сотрудников).

После определения компаний Проектная группа должна связаться с каждой из компаний (на уровне управляющего директора), сообщить ей о том, что она соответствует критериям отбора, и выяснить ее заинтересованность в участии в пилотной Программе. Вслед за этим необходимо провести организационное совещание, на котором следует объяснить Программу руководителю компании и заручиться обязательством компании участвовать в проекте. Ожидается, что в Этапе 2 Программы примут участие **20 предприятий пищевой промышленности**.

Этап 2: Оценка развития предприятий

Выбранные компании, обязавшиеся участвовать в пилотной Программе, должны пройти оценку развития предприятий (ОРП), в ходе которой оценивается их готовность и определяются их потребности с точки зрения развития международного предпринимательства. Данный этап является своего рода фильтром, гарантирующим, что ресурсы пилотной Программы будут предоставляться компаниям, имеющим потенциал к развитию связей с предприятиями розничной торговли. Этап включает две составляющих: (1) сбор исходных данных и (2) глубокую оценку компании.

Процесс ОРП позволит руководителям определить области, где требуются улучшение и поддержка. В то же время, он поможет Проектной группе выстроить свои взаимоотношения с компанией, понять трудности, с которыми сталкивается компания, и ее возможности. В целом, ОРП указывает на вопросы, требующие решения в целях повышения конкурентоспособности на уровне компании и отрасли.

a. Сбор исходных данных

Сбор исходных данных в начале Программы поможет оценить ее эффективность в конце. Данные следует собирать с помощью анкеты, предоставляемой на начальном этапе. Необходимая информация может включать:

- общий оборот компании за прошедшие два финансовых года;
- число штатных и сезонных работников, занятых за последние два года;
- стоимостный объем продаж любым предприятиям розничной торговли за прошедшие два финансовых года;
- число соблюдаемых международных стандартов качества и имеющихся международных сертификатов; и
- стоимость экспорта за прошедшие два финансовых года.

b. Качественная оценка компании

Глубокая, качественная оценка потенциала МСП обеспечит начальное понимание, какие компании имеют наибольший потенциал, а также даст основу для формирования обучения на следующих этапах. Анкета, касающаяся возраста и показателей деятельности компаний, предоставит информацию, например, о:

- стратегии и планировании;
- руководстве и управлении;
- маркетинге и продажах;
- качестве и производстве;
- персонале и развитии; и
- финансовом обзоре и анализе.

Период реализации

Период реализации используется для развития потенциала компаний, отобранных в рамках ОРП, в соответствии с конкретными недостатками в их работе, с тем чтобы они отвечали потребностям системы снабжения и могли успешно заниматься торговлей с предприятиями розничной торговли. Период делится на три этапа: (1) программа подготовки, (2) индивидуальные занятия и (3) подбор деловых партнеров.

Этап 3: Программа подготовки

Компании, успешно прошедшие ОРП, могут воспользоваться программой подготовки, приспособленной к их потребностям. Основная цель этапа подготовки состоит в восполнении пробелов в потенциале компаний.

Подготовка должна осуществляться группой опытных преподавателей, являющихся экспертами в соответствующих предметных областях (таких как стратегия, финансовое управление или продажи). В идеале, преподаватели должны иметь опыт работы с МСП, быть способными реализовать комплекс теоретических и практических занятий с большим количеством ситуационных исследований, из которых можно будет извлечь уроки. Учебные мероприятия могут затрагивать ряд тем, связанных с конкурентоспособностью МСП, таких как стратегия и

планирование, руководство и управление, ориентация на клиента, качество и операции, финансовое управление, а также продажи предприятиям розничной торговли. Занятия должны включать обучение проведению успешных презентаций и выработке оптимальных стратегий брендинга (включая вопросы, связанные с обновлением страниц веб-сайта, ведением профилей в социальных сетях, проведением презентаций, образцами продукции).

Программа подготовки должна состоять из 6–8 модулей, тем самым давая преподавателям возможность раскрыть наиболее важные аспекты готовности МСП к интеграции в глобальные производственно-сбытовые цепочки. Учитывая, что на данном этапе в Программе должны участвовать 16–20 компаний, рекомендуем разделить этот поток на две группы, чтобы обеспечить оптимальное соотношение участников и преподавателей. Кроме того, проведение одних и тех же занятий в разное время позволит компаниям, которым необходимо выполнить какие-либо коммерческие обязательства за рамками Программы, не пропустить соответствующее занятие. Также компании должны иметь возможность направить одного или двух членов руководства компании, которые должны будут посещать все занятия.

Рекомендуем до начала обучения организовать собрание с участием всех преподавателей, с тем чтобы объяснить участникам цели Программы и ее особенности, а также согласовать методологию, принятую в свете успешного осуществления Программы. По окончании каждого занятия преподаватель должен представлять свои комментарии касательно участия и обсуждать потенциал каждой компании с руководителем проекта.

Этап 4: Индивидуальные занятия

Рекомендуем, чтобы по окончании (или в течение) программы подготовки инструкторы проводили индивидуальные занятия с руководителями МСП. Это позволит компаниям получить консультации с учетом их индивидуальных потребностей и озвучить какие-либо свои проблемы в более конфиденциальной обстановке. Такие встречи могут длиться два часа и проводиться дважды для каждой компании. Первая встреча будет посвящена разработке индивидуального плана мероприятий, которые необходимо осуществить в течение Программы. Вторая встреча поможет компаниям уточнить свои планы мероприятий, оценить прогресс в достижении целей и подготовить презентации для встречи с предприятиями розничной торговли в рамках следующего этапа пилотной Программы.

Рекомендуем проводить индивидуальные занятия в течение 10–14 дней по окончании модулей обучения; рекомендуем также, чтобы их проводили консультанты/преподаватели, ответственные за проведение занятий, посвященных стратегии и продажам. По завершении каждого занятия инструктор должен подготовить краткий отчет для Руководителя проекта.

Этап 5: Подбор деловых партнеров

Кульминацией пилотной Программы является подбор деловых партнеров, состоящий из серии индивидуальных встреч поставщиков и супермаркетов. Рекомендуем перед мероприятием провести два брифинга: один для предприятий розничной торговли, другой для поставщиков. Крайне важно, чтобы предприятия

розничной торговли полностью осознали смысл и задачи Программы, преимущества для МСП и для регионального развития в целом, а также объем работы, направленной на развитие МСП, проделанной до этого момента. В то же время, важно обеспечить такой же уровень понимания со стороны поставщиков (например, понимание требований и ожиданий предприятий розничной торговли).

До начала мероприятия необходимо предложить каждому поставщику заполнить страницу профиля компании, которая будет включена в раздаточные материалы. В рамках одного из индивидуальных занятий бизнес-тренер компании поможет ей создать профиль компании.

Подбор деловых партнеров – это мероприятие, состоящее из индивидуальных встреч поставщиков и супермаркетов. Каждая встреча длится не более 15 минут, в течение которых поставщики должны: (i) представить компанию, (ii) провести краткую презентацию, (iii) продемонстрировать образцы продукции, (iv) задать вопросы и (v) выяснить возможность будущего сотрудничества. Между встречами предприятиям розничной торговли и поставщикам дается немного времени для того, чтобы сделать необходимые записи и выводы по итогам каждой встречи. Важно, чтобы каждое предприятие розничной торговли встретилось с каждым поставщиком, участвующим в мероприятии. Рекомендуем обеспечить участие как минимум **пяти супермаркетов и 16–20 поставщиков**.

Рекомендуем дополнить встречи мероприятием, посвященным созданию связей, во время которого предприятия розничной торговли и поставщики смогут представиться в менее формальной обстановке, и обеспечить возможность проведения индивидуальных встреч. Проектная группа должна получить официальные отзывы о мероприятии, данные путем заполнения форм обратной связи, которые следует предоставить поставщикам и предприятиям розничной торговли до окончания мероприятия.

Этап 6: Последующие мероприятия

По завершении Периода реализации (т.е. после проведения мероприятия, посвященного подбору деловых партнеров) Проектная группа должна провести два раунда последующего взаимодействия со всеми участвующими поставщиками (через две недели и через два месяца после проведения мероприятия), с тем чтобы получить отзывы о встречах с предприятиями розничной торговли и о Программе в целом. Необходимо предложить каждому поставщику заполнить анкету и предоставить отзыв о качестве обучения и индивидуальных занятий. Если позволяют ресурсы Программы, рекомендуем провести еще одно индивидуальное занятие с каждым поставщиком и обсудить план мероприятий, направленных на установление деловых связей с супермаркетами. Хотя бы однажды после мероприятия Проектная группа также должна связаться с предприятиями розничной торговли, с тем чтобы получить их отзыв и стимулировать их к установлению связи с кем-либо из заинтересовавших их поставщиков.

Проведение таких последующих мероприятий с поставщиками и покупателями стимулирует участников к установлению контакта и организации встреч.

6.4. Контроль и анализ

Систематический контроль и грамотно спланированный анализ должны стать неотъемлемой частью Программы. Они должны основываться на измеримых показателях и на степени удовлетворенности участников. Они не только позволяют оценить прогресс в достижении целей и решении задач, но также предоставляют данные, необходимые для реализации второго раунда Программы.

В ходе реализации Программы Проектная группа должна регистрировать такие показатели процесса, как: (i) число проведенных оценок предприятий, (ii) число МСП, принятых в Программу, (iii) число участников, посещающих каждое занятие, (iv) степень удовлетворенности участников обучением и индивидуальными занятиями.

Контроль и анализ должны начинаться до реализации Программы и продолжаться в последующие месяцы и годы с использованием набора ключевых показателей эффективности (КПЭ). Соответствующие КПЭ следует собирать в ходе Оценки развития предприятий (Этап 2) и продолжать этот процесс в течение двух-трех лет по окончании Программы. Данный процесс направлен на оценку результатов участников и эффективности Программы с точки зрения поддержки развития поставщиков и создания связей в рамках системы снабжения. Таблица 6 содержит примеры соответствующих КПЭ, применяемых для оценки воздействия Программы на операции и деятельность поставщиков. Несмотря на то, что воздействие Программы сложно вычленил среди других внешних факторов, таких как общие тенденции в пищевой промышленности и секторе розничной торговли, это поможет Проектной группе, членам Координационного совета и донорским организациям сравнить показатели деятельности компаний, участвовавших в Программе, с показателями деятельности компаний, в Программе не участвовавших, а также с общими изменениями в секторе.

Таблица 6. Примеры КПЭ, предназначенных для контроля результатов и воздействия Программы

Цель	КПЭ
Развитие связей с супермаркетами	Общий стоимостный объем продаж супермаркетам, работающим в Молдове
	Число товаров, поставленных супермаркетам, работающим в Молдове
	Оборот от производства товаров под марками супермаркетов
	Число супермаркетов, в которые компания поставляет товары
Увеличение экспорта	Стоимость экспорта
	Стоимость экспорта в ЕС
	Число стран, в которые компания экспортирует товары
Стимулирование роста компании	Общий оборот компании
	Число штатных работников
	Число сезонных работников
Развитие инновационного потенциала	Число предложенных новых товаров
	Число соблюдаемых стандартов и полученных сертификатов

6.5. Сроки

Предлагается реализовать программные мероприятия в течение девяти месяцев. Общая продолжительность одного раунда Программы от определения компаний до подбора деловых партнеров составляет семь месяцев; при этом весь цикл с учетом последующих мероприятий занимает 9 месяцев.

Сроки, указанные в Таблица 7, даны для понимания темпа работы, их следует утверждать/обговаривать с донорскими организациями, молдавскими органами власти и другими заинтересованными лицами.

Таблица 7. Предлагаемые сроки осуществления Программы

Период	Подготовка		Реализация					Последующие мероприятия	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Этап 1: Определение поставщиков и ритейлеров и установление контакта с ними	◆								
Этап 2: Оценка развития предприятий			◆						
Этап 3: Обучение									
Этап 4: Индивидуальные занятия					◆				
Этап 5: Подбор деловых партнеров									
Этап 6: Последующие мероприятия									◆

Примечание: ◆ Заседание Координационного совета.

Приложение. А. Методология

Общей целью проекта является укрепление и развитие потенциала органов и организаций Молдовы, необходимого для реализации и контроля Стратегии развития МСП и Плана мероприятий на 2008–2020 годы.

Во-первых, ОЭСР, Министерство экономики и инфраструктуры Республики Молдовы и ODIMM (партнеры по проекту) и другие партнеры по проекту определили приоритетные области реализации Стратегии развития МСП. Партнеры по проекту договорились уделить основное внимание интеграции молдавских МСП в глобальные производственно-сбытовые цепочки через осуществление экспортной деятельности и развитие связей в рамках системы снабжения с крупными инвесторами, работающими в Молдове. Партнеры по проекту договорились сосредоточить внимание на пищевой промышленности.

Во-вторых, в апреле 2019 года была организована Рабочая группа с участием представителей государства и частного сектора под председательством генерального директора ODIMM Юлии Костин. Рабочая группа, состоявшая из представителей правительства, частного сектора и международных организаций, способствовала проведению анализа, обсуждала полученные данные и рекомендации.

Помимо обширного вторичного исследования, указанные ниже мероприятия, проведенные в рамках проекта, позволили осуществить анализ и сформулировать рекомендации, содержащиеся в настоящем отчете:

Опрос молдавских предприятий ОЭСР 2019 года

Опрос предприятий был начат в июне 2019 года после проведения консультаций с Рабочей группой с участием представителей государства и частного сектора и двухнедельного экспериментального этапа. Опрос был разработан ОЭСР и проводился местной компанией, занимающейся проведением опросов. Следует отметить, что опрос не был основан на репрезентативной выборке торгово-промышленных предприятий пищевой промышленности в целом. Особое внимание в рамках проекта уделялось опросу компаний, которые (а) занимались переработкой пищевых продуктов неживотного происхождения и (б) обладали экспортным потенциалом (который оценивался выше для компаний, где было занято 10 или более сотрудников). В целом в 61 опрошенной компании работал 1 971 штатный сотрудник. 22 респондента из 61 изготавливали ингредиенты для кондитерского производства; 10 – сухофрукты; 3 – сушеные овощи; 3 – ингредиенты для хлебобулочного производства; еще 3 компании производили соусы. Продукция остальных относилась к различным категориям пищевых товаров. Большинство опрошенных компаний работало на рынке более 10, но не более 25 лет. По географическому разбросу выборка примерно соответствовала распределению предприятий пищевой промышленности по территории Молдовы.

Совещание фокус-группы и полуструктурированные интервью

5 февраля 2019 года ОЭСР организовала совещание фокус-группы с участием 10 МСП, занятых в пищевой промышленности, для обсуждения проблем, с которыми

они сталкиваются в ходе осуществления экспортной деятельности или развития связей с предприятиями розничной торговли. В контексте препятствий для экспортной деятельности МСП указали на (i) нехватку кадров соответствующей квалификации, (ii) трудности с получением сертификатов от органов власти, учитывая сложность процессов и коррупцию, с которой иногда приходится сталкиваться МСП, (iii) нехватку производственных мощностей, необходимых для того, чтобы конкурировать с иностранными производителями на иностранных рынках. Что касается препятствий для работы с супермаркетами, МСП главным образом указали на сложные и жесткие требования международных розничных сетей (например, Kaufland, Metro C&C), включая сертификацию, возможность непрерывного осуществления поставок и брендинг.

Кроме того, ОЭСР организовала 15 полуструктурированных интервью с представителями сектора розничной продажи пищевых продуктов (Metro C&C, Linella, Fourchette, IMC Market), производителями продуктов питания (Fruvit, Monicol, Prometeu-T SA, SRL Conservey Group), бизнес-ассоциациями (Торгово-промышленной палатой, Европейской бизнес-ассоциацией, Moldova Fruct, AgroFarm, Speranta-Con) и международными партнерами (Представительством ЕС в Республике Молдове, Всемирным банком).

Заседания Рабочей группы с участием представителей государства и частного сектора

В апреле и в декабре 2019 года ОЭСР совместно с Министерством экономики и инфраструктуры (МЭИ) и Организацией по развитию малых и средних предприятий (ODIMM) организовали два заседания Рабочей группы с участием представителей государства и частного сектора. Заседания собрали вместе широкий круг государственных заинтересованных сторон, участвующих в разработке и реализации политических мер в области развития сектора МСП, а также представителей частного сектора, производителей продуктов питания и предприятий розничной торговли.

Первое заседание Рабочей группы с участием представителей государства и частного сектора (апрель 2019 года)

Целью заседания Рабочей группы было обсуждение: (i) препятствий для интернационализации, с которыми сталкиваются МСП, работающие в пищевой промышленности, (ii) задач, методологии и результатов проекта ОЭСР, направленного на поддержку и контроль реализации Стратегии развития МСП, и (iii) международной практики поддержки более высокой интеграции МСП в глобальные производственно-сбытовые цепочки (прежде всего на примере Словакии).

Заседание открыли государственный секретарь Министерства экономики и инфраструктуры Молдовы Виталий Юрку, представитель Посольства Словацкой Республики в г. Кишинев посол Душан Дачо, сотрудник Представительства ЕС в Республике Молдове Гинтаутас Баранаускас и сотрудник Подразделения ОЭСР по работе со странами Евразии Дэниел Квадбек.

В ходе первой сессии сотрудники ОЭСР вместе с Министерством экономики и инфраструктуры, ODIMM и международными экспертами обсудили вопросы интернационализации МСП и развития связей в рамках системы снабжения в

пищевой промышленности Молдовы. Эксперт по вопросам интернационализации МСП Джулиан Лоусон Хилл рассказал о препятствиях, мешающих местным МСП интегрироваться в глобальные производственно-сбытовые цепочки (ГПСЦ). Советник по экономическим вопросам ODIMM Евгения Сили указала на недавнюю инициативу ODIMM, направленную на поддержку МСП. Исполнительный директор Ассоциации производителей и экспортеров фруктов Молдовы Moldova Fruct Юрий Фала отметил проблемы, с которыми сталкиваются молдавские производители фруктов и овощей, и призвал ОЭСР и государственные органы власти к осуществлению скоординированных мероприятий.

Вторая сессия была посвящена политико-экономическим мерам, направленным на развитие связей в рамках системы снабжения в пищевой промышленности Молдовы. Президент Ассоциации предпринимателей Словакии Ян Оравец поделился со слушателями опытом Словакии в поддержке интеграции МСП во все более сложные системы снабжения. Джулиан Лоусон Хилл рассказал о передовом международном опыте и открыл обсуждение характеристик и основ программы поддержки, направленной на развитие связей в рамках системы снабжения между МСП пищевой промышленности и предприятиями розничной торговли продуктами питания в Молдове.

Второе заседание Рабочей группы с участием представителей государства и частного сектора (декабрь 2019 года)

Целью заседания Рабочей группы было обсуждение: (i) результатов Опроса молдавских предприятий ОЭСР 2019 года, (ii) предварительных политических мер, рекомендуемых для повышения степени интеграции молдавских предприятий пищевой промышленности в глобальные производственно-сбытовые цепочки и (iii) предложений в отношении программы поддержки, стимулирующей создание деловых связей между молдавскими производителями продуктов питания и супермаркетами.

Заседание открыли государственный секретарь Министерства экономики и инфраструктуры Молдовы Юлиана Драгалин, сотрудник Представительства ЕС в Республике Молдове Гинтаутас Баранаускас и руководитель Подразделения ОЭСР по работе со странами Евразии Уильям Томпсон. Модератором сессии выступила генеральный директор ODIMM Юлия Костин.

Первая сессия была посвящена обсуждению результатов Опроса предприятий ОЭСР в контексте существующих препятствий для интернационализации МСП пищевой промышленности и создания связей в рамках системы снабжения, а также рекомендуемых предварительных политических мер. Сотрудники ОЭСР рассказали о текущем положении пищевой промышленности Молдовы и потенциале для ее роста, а также о возможностях, открывающихся для местных МСП вследствие их участия в глобальных производственно-сбытовых цепочках (ГПСЦ). Сотрудники ОЭСР также представили результаты Опроса предприятий ОЭСР и обозначили рекомендуемые предварительные политические меры.

Вторая сессия была посвящена программе поддержки, направленной на усиление связей в рамках системы снабжения между молдавскими производителями продуктов питания и супермаркетами. Эксперт по вопросам интернационализации МСП Джулиан Лоусон Хилл представил программу поддержки, призванную

поддержать развитие связей местных предприятий пищевой промышленности в рамках системы снабжения. Президент Ассоциации предпринимателей Словакии Ян Оравец поделился со слушателями опытом Словакии в поддержке интеграции МСП во все более сложные системы снабжения. Руководитель отдела свежих продуктов Metro Cash&Carry Серджиу Ботнару подчеркнул участие Metro в развитии местных МСП и указал три области, в которых компания могла бы воспользоваться вмешательством государства/ODIMM.

Список литературы

- Caliendo, L. and E. Rossi-Hansberg (2012), “The Impact of Trade on Organization and Productivity”, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 127/3, pp. 1393-1467, <http://dx.doi.org/10.1093/qje/qjs016>.
- CEFTA (2020), *CEFTA took stock of the regional trade achievements*, <https://cefta.int/news/cefta-took-stock-of-the-regional-trade-achievements/>.
- CIVITTA (2018), *Mid-term evaluation and review of the Strategy national agricultural and rural development for years 2014-2020, Final Evaluation Report*, <http://www.madrm.gov.md/sites/default/files/Raport%20de%20evaluare%20pe%20termen%20mediu%20a%20Strategiei%20Na%C8%9Bionale%20de%20Dezvoltare%20Agricol%C4%83%20%C8%99;%20Rural%C4%83%20pentru%20anii%202014-2020.pdf>.
- Crudu, R., O. Sirbu and A. Ignatov (2018), “Central European Free Trade Agreement: did the initiative prove its commitments?”, *Eastern Journal of European Studies*, Vol. IX/1, pp. 45-62, http://ejes.uaic.ro/articles/EJES2018_0901_CRU.pdf.
- EBRD (2019), *Regional Economic Prospects in the EBRD Regions: Stalling Engines of Growth, November*.
- ETF (2018), *Republic of Moldova, Country Strategy Paper 2017-2020 (2018 updates)*, https://mecc.gov.md/sites/default/files/trp_2016-17_moldova_en.pdf.
- European Commission (2019), *Joint Staff Working Document. Association Implementation Report on Moldova*, https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/swd_2019_325_f1_joint_staff_working_paper_en_v10_p1_1045191.pdf.
- European Commission (2019), *SBA Fact Sheet. Moldova*, https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/sba-fs-2019_moldova.pdf.
- European Commission (2019), *Trade: Policy: Countries and regions*, <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/moldova/> (accessed on 17 August 2019).
- European Commission (2017), *EU sugar quota system comes to an end*, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-3487_en.htm.
- European Commission (2003), *What is an SME?*, <https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/>.
- European Union (2016), *Smart Guide to Cluster Policy*, <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/84453/Smart+Guide+to+Cluster+Policy/fd0f16b9-0759-43ca-b950-ec0192e220c8>.

- Facilitation, C. (ed.) (2018), *Presentation by the Republic of Moldova on Moldova's National Action Plan on Trade Facilitation*, https://www.wto.org/english/tratop_e/tradfa_e/comm_e/meet2-3may_ntfc_moldova_e.pdf.
- FAO (2010), *Agro-based clusters in developing countries: staying competitive in a globalized economy*, <http://www.fao.org/3/i1560e/i1560e.pdf>.
- ILOSTAT (2019), , <https://ilostat ilo.org/data/country-profiles/> (accessed on 26 November 2019).
- IPRE (2019), *Shadow Report : EU - Moldova Association Agreement. Five years of implementation. Progress. Constraints. Priorities.*, <http://ipre.md/2019/10/30/9070/?lang=en>.
- Lileeva, A. and D. Trefler (2010), “Improved Access to Foreign Markets Raises Plant-Level Productivity\ldots For Some Plants”, *The Quaterly Journal of Economics*, Vol. 125/3, pp. 1051–99.
- Lockheed, M. (2015), *The Experience of Middle-Income Countries Participating in PISA 2000-2015, PISA*, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264246195-en>.
- Lupușor, A. and V. Gumene (2018), *The economic impact after 4 years of implementation of the Association Agreement RM-EU*.
- Martini, M. (2013), *The role of business associations and chambers of commerce in the fight against corruption*, <http://www.u4.no/publications/the-role-of-business-associations-and-chambers-of-commerce-inthe-fight-against-corruption/downloadasset/3429>.
- MIA (2018), *Food processing and livestock: Republic of Moldova*, http://invest.gov.md/sites/default/files/Livestock%20%26%20Food%20Processing%20sector%20o verview_Edition%202018-2019.pdf.
- Ministry of Agriculture, Regional Development and Environment (2018), *Updated National Strategy of Agricultural and Rural Development for the years 2014-2020*, <http://madrm.gov.md/sites/default/files/Proiect%20de%20revizuire%20a%20Strategiei%20National e%20de%20Dezvoltare%20Agricola%20si%20Rurala%202014-2020%20si%20a%20Planului%20de%20actiune%20pentru%20implementarea%20Stategiei.pdf>.
- Ministry of Economy and Infrastructure (2020), *Central European Free Trade Agreement (CEFTA)*, <https://mei.gov.md/en/content/central-european-free-trade-agreement-cefta>.
- Ministry of Economy and Infrastructure (2019), *On the implementation of the National Strategy for attractive investments and export promotion for the years 2016-2020*, <https://mei.gov.md/ro/snaipe-2019>.
- National Bureau of Statistics (2020), *Statistical databank*.
- OECD (2019), *Enterprise Survey Moldova*.
- OECD (2019), *Enterprise Survey. Moldova*.

-
- OECD (2018), *Fostering greater SME participation*,
<https://www.oecd.org/cfe/smes/ministerial/documents/2018-SME-Ministerial-Conference-Plenary-Session-3.pdf>.
- OECD (2018), *Fostering greater SME participation in a globally integrated economy*,
<https://www.oecd.org/cfe/smes/ministerial/documents/2018-SME-Ministerial-Conference-Plenary-Session-3.pdf>.
- OECD (2018), *OECD Investment Policy Reviews: Southeast Asia*, OECD Publishing,
<http://www.oecd.org/daf/inv/investment-policy/Southeast-Asia-Investment-Policy-Review-2018.pdf>.
- OECD (2017), *Trade Facilitation Indicators*.
- OECD (2016), *Monitoring SME policy reforms in the Republic of Moldova*.
- OECD (2005), *Encouraging linkages between small and medium-sized companies and multinational enterprises: an overview of good policy practice by the OECD Investment Committee*,
<https://www.oecd.org/daf/inv/investmentfordevelopment/35795105.pdf>.
- OECD, EU, EBRD, ETF (2020), *Small Medium Enterprise Policy Index*.
- SADC (2017), *EU Tariffs Update*.
- Wagner, J. (2011), *International Trade and Firm Performance: A Survey of Empirical Studies since 2006*, IZA, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.419.14&rep=rep1&type=pdf>.
- WEF (2019), *The Global Competitiveness Report 2019*,
http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf.
- World Bank (2020), *Doing Business 2020 : Comparing Business Regulation in 190 Economies.*,
<http://hdl.handle.net/10986/32436>.
- World Bank (2020), *Moldova, Economic Update. Spring 2020*,
<https://www.worldbank.org/en/country/moldova/brief/moldova-economic-update>.
- World Bank (2019), *Moldova Trade at a Glance : Most Recent Values*,
<https://wits.worldbank.org/countrysnapshot/en/MDA> (accessed on 14 August 2019).
- World Bank (2019), *Rekindling Economic Dynamism*,
<http://pubdocs.worldbank.org/en/531971557681974008/MEU-Special-Topic-Spring-2019-final-EN.pdf>.
- World Bank (2019), *World Development Indicators*, <https://data.worldbank.org/products/wdi>.
- World Bank (2017), *Missing skills : results of the skills module of the Moldovan Labor Market Forecast Survey (English), Working paper*,
-

<http://documents.worldbank.org/curated/en/524971511793797679/Missing-skills-results-of-the-skills-module-of-the-Moldovan-Labor-Market-Forecast-Survey>.

World Bank (2017), *Missing skills: results of the module of Moldovan Labour Market Forecast Survey*, <http://documents.worldbank.org/curated/en/524971511793797679/Missing-skills-results-of-the-skills-module-of-the-Moldovan-Labor-Market-Forecast-Survey>.

World Bank (2015), *Doing business 2015 : going beyond efficiency (English)*, <http://documents.worldbank.org/curated/en/865761468327930790/Doing-business-2015-going-beyond-efficiency>.

World Bank Group (2017), *Moldova - Support to state owned enterprises (SOE) preliminary diagnostics and reform assessment : Phase 1*, <http://documents.worldbank.org/curated/en/762831499412473409/Moldova-Support-to-state-owned-enterprises-SOE-preliminary-diagnostics-and-reform-assessment-Phase-1>.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И РАЗВИТИЯ

ОЭСР – это уникальная дискуссионная площадка, где правительства разных стран могут сотрудничать, решая задачи экономического, социального и экологического характера, связанные с глобализацией. В то же время ОЭСР неизменно стремится понять сущность новых тенденций и трудностей, таких как корпоративное управление, информационная экономика и проблемы старения населения, и помочь правительствам в принятии соответствующих мер. Организация дает государствам возможность сравнивать результаты тех или иных политических мер, искать способы разрешения общих проблем, перенимать друг у друга передовой опыт и работать над координированием национальных и международных стратегий. В состав ОЭСР входят следующие страны: Австралия, Австрия, Бельгия, Великобритания, Венгрия, Германия, Греция, Дания, Израиль, Ирландия, Исландия, Испания, Италия, Канада, Колумбия, Корея, Латвия, Литва, Люксембург, Мексика, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Польша, Португалия, Словакия, Словения, США, Турция, Финляндия, Франция, Чехия, Чили, Швейцария, Швеция, Эстония и Япония. В работе ОЭСР принимает участие Европейский союз.

www.oecd.org

ПРОГРАММА ОЭСР ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН ЕВРАЗИИ


Программа ОЭСР по повышению конкурентоспособности стран Евразии начала работу в 2008 году. Ее цель – способствовать ускоренному реформированию экономики и улучшению делового климата для обеспечения устойчивого экономического развития и уровня занятости в странах двух регионов – Центральной Азии (Афганистан, Казахстан, Кыргызстан, Монголия, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан) и Восточной Европы / Закавказья (Азербайджан, Армения, Беларусь, Грузия, Республика Молдова, Украина). Программа является частью стратегии расширения ОЭСР, осуществляемой Секретариатом ОЭСР по международным отношениям.

www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/

EU4BUSINESS

Инициатива Европейского союза по развитию предпринимательства EU4Business включает в себя все меры поддержки, оказываемые Европейским союзом малым и средним предприятиям (МСП) в странах Восточного партнерства, объединяя тем самым ЕС, государства ЕС и шесть стран-партнеров: Азербайджан, Армению, Беларусь, Грузию, Молдову и Украину.

www.eu4business.eu



СОДЕЙСТВИЕ РАЗВИТИЮ ЭКСПОРТА И ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВЫХ СВЯЗЕЙ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

В 2018 году правительство Республики Молдовы приняло План действий на 2018–2020 годы по реализации Стратегии развития МСП на 2012–2020 годы. Министерство экономики и инфраструктуры обратилось к ОЭСР с просьбой оказать поддержку в осуществлении Плана действий, уделяя особое внимание мерам, способствующим интеграции молдавских производителей продовольствия в глобальные производственно-сбытовые цепочки.

В этом документе приводятся основные выводы, сделанные в ходе совместной работы, а также предлагаются анализ и рекомендации в области экономической политики с целью: i) повысить конкурентоспособность молдавских производителей продовольственных товаров, ii) способствовать установлению связей в рамках системы снабжения между местными предприятиями пищевой промышленности и супермаркетами, и iii) расширить доступ МСП к зарубежным рынкам.

www.oecd.org/eurasia