

Диверсификация и маркетинг устойчивой к изменению климата органической сельскохозяйственной и лесной продукции Кыргызской Республики (DMSOP)

СТРАТЕГИЯ

институционального развития Центров продвижения бизнеса и экспорта продукции (2025-2030)



Содержание

1. Введение	стр. 3
2. Анализ текущей ситуации	стр. 5
2.1. Рынок органической продукции	стр. 6
2.2. SWOT-анализ	стр. 8
2.3. Барьеры выхода на международные рынки	стр. 9
3. Миссия и видение Центров	стр. 10
4. Основные направления деятельности	стр. 12
4.1. Консультационная поддержка	стр. 13
4.2. Развитие экспортного потенциала	стр. 14
4.3. Финансовая и юридическая поддержка	стр. 15
4.4. Образовательные программы	стр. 16
4.5. Партнёрство и кооперация	стр. 17
4.6. Коммерциализация услуг	стр. 18
5. Организационная структура	стр. 19
5.1. Функции ключевых отделов	стр. 20
6. Финансирование и устойчивость	стр. 22
6.1. Этапы финансирования	стр. 23
6.2. Источники доходов	стр. 24
7. Этапы развития (2025–2030)	стр. 26
7.1. Первый этап (2025–2026)	стр. 27
7.2. Второй этап (2027–2028)	стр. 28
7.3. Третий этап (2029–2030)	стр. 30
8. Ожидаемые результаты	стр. 32
9. Оценка эффективности и мониторинг	стр. 34
10. Заключение	стр. 36

1. Введение

В последние годы растет спрос на органическую продукцию, особенно в странах Европы, России и Китае, где потребители все больше отдают предпочтение экологически чистым и сертифицированным товарам. В этой связи предприниматели Кыргызстана сталкиваются с возможностью выхода на новые рынки, однако для этого им необходимы специализированные знания, поддержка в сертификации, развитии производственных мощностей, поиске партнеров и адаптации продукции к требованиям международных рынков.

В ответ на этот вызов проект DMSOP создаст **Центры продвижения бизнеса и экспорта продукции** - (Центры) в Бишкеке и Жалал-Абаде, которые станут ключевыми платформами для поддержки предпринимателей, занимающихся производством и экспортом органической лесной недревесной продукции и частично органической сельскохозяйственной продукции. Эти Центры будут предоставлять комплексные услуги, направленные на развитие бизнеса, повышение конкурентоспособности продукции и успешный выход на международные рынки.

Основные задачи Центров включают:

- Консультационную поддержку предпринимателей в вопросах сертификации, стандартизации и подготовки продукции к экспорту.
- Помощь в поиске зарубежных партнеров, установлении деловых связей и выходе на новые рынки.
- Образовательные программы, тренинги и мастер-классы по вопросам экспорта, маркетинга, финансового управления и международных стандартов качества.
- Содействие в привлечении инвестиций, грантового финансирования и разработке устойчивых бизнес-моделей для предприятий.

Финансирование Центров будет обеспечено проектом в течение первых трех лет, что позволит наладить основные процессы и выстроить устойчивую систему поддержки бизнеса. После этого Центры должны перейти на самоокупаемость, используя следующие механизмы:

- **Предоставление консультационных и образовательных услуг** предпринимателям и экспортерам на коммерческой основе.
- **Привлечение грантов и субсидий** от международных организаций и доноров, заинтересованных в развитии органического сектора.
- **Сотрудничество с государственными и частными структурами**, заинтересованными в продвижении экспорта и поддержке малого и среднего бизнеса.

Создание и успешная деятельность этих Центров позволит укрепить позиции Кыргызстана на международных рынках органической продукции, расширить экспортный потенциал страны и создать новые возможности для развития предпринимательства.

2. Анализ текущей ситуации

2.1. Рынок органической продукции и основные тренды на рынке органической продукции

Мировой рынок органической продукции демонстрирует устойчивый рост. По данным международных организаций, спрос на органические продукты питания, лекарственные растения и древесные материалы с сертификацией устойчивого управления лесами ежегодно увеличивается.

2.1.1 Рост потребления органической продукции в Европе и Китае

В последние годы наблюдается значительное увеличение спроса на органическую продукцию в странах Европы и Китая. Основные факторы, влияющие на этот рост:

- **Изменение потребительских предпочтений.** Все больше людей выбирают экологически чистые и безопасные продукты, избегая продукции с пестицидами, антибиотиками и искусственными добавками.
- **Государственная поддержка.** В ряде стран вводятся налоговые льготы и субсидии для производителей органической продукции.
- **Расширение доступности.** Органические продукты становятся широко представленными в крупных розничных сетях и онлайн-магазинах.

Динамика роста рынка органической продукции (в млрд долларов США):

Таблица 1

Регион	2018	2020	2022	Прогноз на 2025
Европа	45	50	58	72
Китай	15	22	30	45
США	47	55	61	75

2.1.2. Повышенный спрос на сертифицированные лесные продукты (FSC, PEFC)

Сертификация лесных продуктов становится неотъемлемой частью международной торговли древесиной и недревесной продукцией. Основные тренды:

- **Рост требований импортеров.** Крупные рынки (ЕС, США, Япония) требуют подтверждения экологической устойчивости лесопользования.
- **Поддержка устойчивого лесопользования.** Все больше производителей стремятся получить сертификацию FSC (Forest Stewardship Council) и PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification).
- **Увеличение спроса на экологически чистые строительные материалы и упаковку.**

Основные рынки потребления сертифицированных лесных продуктов:

Таблица 2

Регион	Доля сертифицированной продукции (%)
Европа	65%
Северная Америка	55%
Азия	40%
Китай	35%

2.1.3. Развитие электронной коммерции в сфере торговли органическими продуктами

Онлайн-продажи органических товаров стремительно растут, так как потребители ищут удобные способы приобретения сертифицированной продукции. Основные тенденции:

- **Рост специализированных онлайн-платформ** (например, Amazon Organic, Alibaba Green, iHerb).
- **Развитие системы быстрой доставки** (включая экологически чистые варианты).
- **Расширение международной торговли** благодаря цифровым маркетплейсам.

Темпы роста онлайн-продаж органической продукции:

Таблица 3

Год	Доля онлайн-продаж (%)
2018	12%
2020	18%
2022	25%
2025 (прогноз)	35%

Эти тренды создают отличные возможности для производителей органической продукции из Кыргызстана, особенно при правильном выходе на зарубежные рынки и сертификации своей продукции.

2.2 SWOT-анализ

Сильные стороны:

- Наличие растущего спроса на органическую продукцию в целевых странах.
- Географическая близость к основным экспортным рынкам.
- Поддержка со стороны международных организаций и доноров.

Слабые стороны:

- Недостаток информации среди предпринимателей о международных сертификационных требованиях.
- Ограниченные возможности для выхода на зарубежные рынки.
- Высокие затраты на сертификацию органической продукции.
- Отсутствие стратегического маркетинга и брендинга продукции.

Возможности:

- Развитие электронной коммерции для выхода на международные рынки.
- Повышение интереса инвесторов к устойчивому развитию и органическому бизнесу.
- Возможность привлечения государственных субсидий и грантовых программ.

Угрозы:

- Жесткие требования международных рынков к сертификации.
- Конкуренция со стороны стран с более развитой системой экспорта.
- Возможные колебания спроса из-за экономической нестабильности.

2.3. Существующие барьеры

- Недостаток информации среди предпринимателей о международных сертификационных требованиях.
- Ограниченные возможности для выхода на зарубежные рынки.
- Высокие затраты на сертификацию органической продукции.
- Отсутствие стратегического маркетинга и брендинга продукции.

3. Миссия и Видение Центров продвижения бизнеса и экспорта

Продукции

Миссия

Центры продвижения бизнеса и экспорта продукции стремятся создать благоприятную экосистему для производителей органической продукции в Кыргызстане, обеспечивая комплексную поддержку на каждом этапе выхода на международные рынки. Основной целью является повышение конкурентоспособности кыргызских предпринимателей за счет предоставления консультационных, образовательных и аналитических услуг. Центры будут помогать производителям в сертификации продукции, адаптации к требованиям зарубежных рынков, поиске партнеров и внедрении современных экспортных стратегий.

Через поддержку малого и среднего бизнеса, а также укрепление международных связей, Центры станут катализатором развития органического сектора, способствуя созданию устойчивых рабочих мест и улучшению экономической стабильности страны.

Видение

К 2030 году Центры продвижения бизнеса и экспорта продукции станут ведущими институтами поддержки экспорта органической продукции Кыргызстана, признанными на международном уровне. Они будут действовать как инновационные платформы для предпринимателей, объединяя экспертов, инвесторов, торговые организации и государственные структуры.

В долгосрочной перспективе Центры будут не только помогать экспортерам адаптироваться к динамично меняющимся требованиям мирового рынка, но и активно способствовать развитию органического сектора в стране. Ожидается, что благодаря их деятельности Кыргызстан укрепит свои позиции как надежный поставщик сертифицированной органической продукции, расширит географию экспорта и повысит уровень устойчивого развития отрасли.

Центры будут функционировать на основе принципов самофинансирования, сотрудничая с международными организациями, привлекая инвестиции и внедряя цифровые технологии для оптимизации экспортных процессов.

4. Основные направления деятельности

4.1. Консультационная поддержка

Центры будут предоставлять предпринимателям информацию о бизнес-развитии, экспорте, сертификации и стандартах международных рынков. Это будет включать:

- Индивидуальные консультации по сертификации (EU Organic, USDA Organic, FSC, PEFC).
- Анализ экспортных требований для целевых стран.
- Содействие в оформлении экспортной документации.

4.2. Развитие экспортного потенциала

- Поиск новых рынков сбыта, проведение исследований тенденций международного рынка.
- Организация бизнес-миссий, встречи с потенциальными партнёрами.
- Участие в международных ярмарках и выставках для продвижения продукции.

4.3. Финансовая и юридическая поддержка

- Помощь предпринимателям в привлечении инвестиций, получении грантов, субсидий и льготных кредитов.
- Консультирование по правовым вопросам, связанным с экспортом.
- Подготовка пакетов документов для международных торговых соглашений.

4.4. Образовательные программы

- Проведение тренингов и семинаров по ведению бизнеса и экспортным стратегиям.
- Организация мастер-классов с участием международных экспертов.
- Разработка образовательных онлайн-курсов для предпринимателей.

4.5. Партнёрство и кооперация

- Сотрудничество с международными организациями, торговыми палатами и "Кыргыз Экспорт".
- Создание партнёрских программ с крупными экспортёрами.
- Развитие сетевого взаимодействия между производителями и экспортёрами.

4.6. Коммерциализация услуг

- Введение платных консультационных и обучающих программ.
- Создание специализированных пакетов услуг для крупных экспортеров.
- Развитие цифровых сервисов (онлайн-консультации, аналитические инструменты, маркетплейс для экспортеров).

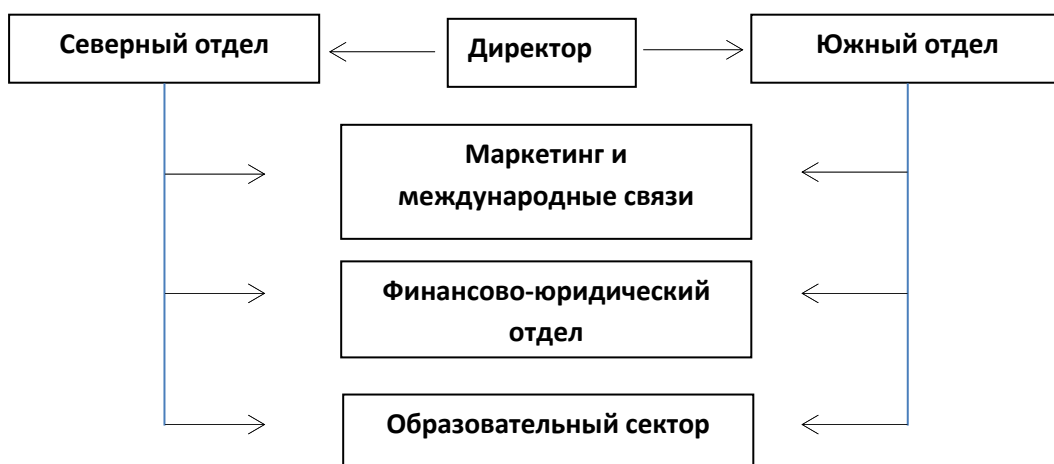
Таблица 4: Основные направления деятельности и ожидаемые результаты

Направление	Ключевые действия	Ожидаемые результаты
Консультационная поддержка	Индивидуальные консультации, помощь в сертификации	Увеличение количества сертифицированных экспортеров
Развитие экспортного потенциала	Бизнес-миссии, участие в выставках	Рост числа экспортных контрактов
Финансовая и юридическая поддержка	Содействие в получении грантов, юридические консультации	Привлечение финансирования для предпринимателей
Образовательные программы	Тренинги, онлайн-курсы, мастер-классы	Повышение уровня знаний предпринимателей о международном рынке
Партнерство и кооперация	Соглашения с "Кыргыз Экспорт" и торговыми палатами	Укрепление международных связей и расширение рынков сбыта
Коммерциализация услуг	Платные программы, цифровые сервисы	Долгосрочная финансовая устойчивость Центров

5. Организационная структура

1. **Руководство Центра** (Директор, Административный отдел)
2. **Отдел маркетинга и международных связей** (поддержка предпринимателей, сертификация, экспортная документация, поиск рынков, участие в выставках, бизнес-миссии)
3. **Финансово-юридический отдел** (гранты, субсидии, юридические вопросы экспорта)
4. **Образовательный сектор** (тренинги, мастер-классы, онлайн-курсы)

Графическая структура Центра



5.1. Функции Руководства Центра (Директор, Административный отдел)

Руководство Центра играет ключевую роль в стратегическом управлении, координации деятельности всех отделов, обеспечении финансовой устойчивости и эффективной работы Центров продвижения бизнеса и экспорта продукции. Этот отдел отвечает за общее руководство, административное управление и организационное развитие.

1. Директор Центра

- Руководит стратегическим развитием Центров и контролирует реализацию программ.
- Отвечает за взаимодействие с государственными структурами, международными партнерами и донорами.
- Принимает ключевые решения по финансированию, развитию услуг и долгосрочным планам Центра.
- Обеспечивает финансовую устойчивость и привлекает дополнительные источники финансирования.
- Контролирует выполнение KPI и эффективность работы Центра.

2. Административный отдел

- Организует работу всех подразделений Центра и обеспечивает их эффективное взаимодействие.
- Отвечает за кадровые вопросы: найм, обучение персонала, контроль трудовой дисциплины.
- Управляет документооборотом, договорами, финансовыми отчетами и взаимодействием с партнерами.
- Осуществляет мониторинг финансовых потоков, включая составление бюджетов и отчетность.
- Координирует логистику мероприятий, конференций, бизнес-миссий и образовательных программ.
- Ведет административное сопровождение консультационных и образовательных услуг Центра.

5.2. Функции и задачи Отдела маркетинга и международных связей

Этот отдел играет ключевую роль в продвижении продукции кыргызских предпринимателей на зарубежные рынки. Его главная задача — помощь в позиционировании товаров, развитии брендов, поиске покупателей и установлении международных деловых связей.

Основные направления работы отдела

1. Развитие экспортного маркетинга и брендинга

- Проведение маркетинговых исследований международных рынков для выявления перспективных направлений экспорта.
- Разработка маркетинговых стратегий для производителей, включая упаковку, брендинг и позиционирование продукции.
- Консультации по требованиям иностранных рынков к рекламе и продвижению продукции.
- Создание каталогов, брошюр и видеопрезентаций для продвижения продукции предпринимателей.
- Формирование и продвижение национального бренда органической продукции Кыргызстана.

2. Поиск новых рынков и партнеров

- Анализ спроса на органическую продукцию в разных странах и поиск перспективных рынков.
- Поиск зарубежных дистрибьюторов, ретейлеров и партнеров для предпринимателей.
- Организация встреч B2B (business-to-business) с потенциальными покупателями и инвесторами.
- Взаимодействие с международными торговыми палатами, посольствами и деловыми ассоциациями.
- Помощь в регистрации кыргызских предприятий на международных торговых площадках (Amazon, Alibaba, Global Organic Trade, специализированные маркетплейсы по органической продукции).

3. Организация участия в международных выставках и бизнес-миссиях

- Планирование и организация участия кыргызских производителей в крупнейших международных выставках (например, **BioFach (Германия)**, **SIAL (Франция)**, **Gulfood (ОАЭ)** и др.).
- Подготовка экспортеров к участию в выставках, в том числе создание презентационных материалов, обучение ведению переговоров.
- Организация бизнес-миссий за рубеж для установления контактов и изучения рынка.
- Поддержка предпринимателей в подаче заявок на участие в международных выставках и ярмарках.
- Взаимодействие с государственными органами и международными фондами для получения грантов на участие в выставках.

4. Продвижение продукции через цифровые каналы и PR

- Создание и ведение сайтов, социальных сетей и цифровых платформ для продвижения органической продукции Кыргызстана.
- Разработка контент-стратегии для выхода на международные рынки (например, SEO-оптимизированные описания продукции на английском, немецком, китайском языках).
- Запуск рекламных кампаний в социальных сетях, Google Ads, WeChat и других международных платформах.
- Работа с международными СМИ, блогерами и инфлюенсерами для продвижения кыргызских товаров.
- Разработка PR-кампаний для повышения узнаваемости кыргызской продукции за рубежом.

5. Международные связи и партнерство

- Установление сотрудничества с международными организациями и фондами, работающими в сфере поддержки экспорта.
- Продвижение кыргызской продукции в рамках международных инициатив по органическому сельскому хозяйству.
- Взаимодействие с "**Кыргыз Экспорт**", международными торговыми палатами, ассоциациями и торговыми представителями за рубежом.
- Привлечение международных экспертов для обучения и консультирования предпринимателей.

5.3. Финансово-юридический отдел (гранты, субсидии, юридические вопросы экспорта)

Финансово-юридический отдел в Центре продвижения бизнеса и экспорта продукции играет ключевую роль в обеспечении финансовой устойчивости и юридической легитимности деятельности организации. Он будет отвечать за управление финансовыми потоками, привлечение внешнего финансирования, соблюдение законодательства в области экспорта и внешней торговли, а также за предоставление юридической поддержки и консультаций предпринимателям, работающим с Центром. Отдел должен обеспечивать эффективное взаимодействие с государственными и частными структурами, а также поддерживать Центры в их долгосрочной финансовой и юридической устойчивости.

Функции финансово-юридического отдела:

1. Юридическое сопровождение:

- Обеспечение соблюдения законодательства в области внешней торговли, сертификации и налогообложения.
- Разработка, проверка и сопровождение договоров с клиентами, партнерами и международными организациями.
- Консультирование по правовым вопросам, связанным с экспортом и импортом продукции, а также о требованиях к органическим сертификатам.

2. Привлечение финансовых ресурсов:

- Поиск и привлечение грантов и субсидий для Центров, подготовка заявок на финансирование.
- Установление контактов с инвесторами, фондами и банками для обеспечения дополнительных финансовых потоков.
- Разработка финансовых стратегий для обеспечения устойчивости Центров после завершения финансирования на три года.

3. Финансовое управление и отчетность:

- Управление бюджетом Центров, контроль за расходами и доходами, составление отчетов для внутренних и внешних аудитов.
- Подготовка финансовых отчетов для доноров, инвесторов и других заинтересованных сторон.
- Разработка и внедрение системы внутреннего финансового контроля.

4. Консультации и юридическая поддержка предпринимателей:

- Предоставление консультаций по правовым вопросам в сфере внешней торговли, налогообложения и соблюдения международных стандартов.
- Обучение предпринимателей основам финансового планирования, управления средствами и отчетности.
- Помощь в подготовке документов для внешней торговли и заключении экспортных контрактов.

5. Снижение финансовых и юридических рисков:

- Анализ и управление рисками, связанными с финансовыми и юридическими аспектами работы Центров.
- Разработка мероприятий по минимизации рисков, включая страхование, правовые гарантии и правовую защиту интересов Центра и его клиентов.

6. Сотрудничество с внешними организациями:

- Налаживание связей с юридическими и финансовыми консультантами, государственными и частными учреждениями для получения дополнительной поддержки.
- Взаимодействие с местными и международными правовыми и финансовыми организациями для решения вопросов сертификации, лицензирования и налогообложения.

5.4 Образовательный сектор (тренинги, мастер-классы, онлайн-курсы)

Образовательный сектор в Центре продвижения бизнеса и экспорта продукции играет важную роль в повышении квалификации и расширении знаний предпринимателей, их сотрудников и партнеров. Этот сектор обеспечивает доступ к специализированным тренингам, мастер-классам и онлайн-курсам, которые помогают развивать ключевые навыки в области бизнеса, экспорта, управления и производства органической продукции. Образовательный сектор способствует созданию устойчивых и успешных предпринимательских структур, обеспечивая рост конкурентоспособности на внешних рынках и поддерживая долгосрочное развитие местной экономики.

Функции образовательного сектора:

1. Разработка образовательных программ и курсов:

- Создание курсов, тренингов и мастер-классов, направленных на развитие предпринимательских и управленческих навыков.
- Разработка специализированных программ, касающихся экспортных процессов, сертификации органической продукции, маркетинга и продаж на международных рынках.
- Оценка потребностей предпринимателей и создание учебных материалов с учетом актуальных запросов и трендов рынка.

2. Организация и проведение тренингов и мастер-классов:

- Проведение очных тренингов, мастер-классов, семинаров, направленных на улучшение практических навыков в области ведения бизнеса, финансового управления и маркетинга.
- Приглашение экспертов и наставников для проведения специализированных обучающих мероприятий по актуальным темам.
- Организация тематических встреч с международными экспертами для обмена опытом и лучшими практиками.

3. Развитие онлайн-образования:

- Разработка и внедрение онлайн-курсов, доступных для широкой аудитории предпринимателей, включая видеоуроки, вебинары и дистанционные курсы.
- Обеспечение онлайн-платформ для проведения обучения и обмена опытом между участниками из разных регионов.
- Модернизация образовательных материалов с учетом новых технологий и инноваций в области бизнеса и экспорта.

4. Консультационные услуги и наставничество:

- Предоставление индивидуальных консультаций и наставничества для предпринимателей, желающих углубить свои знания в области экспорта, сертификации и ведения бизнеса.
- Разработка программ менторства, где опытные предприниматели делятся практическими советами и лучшими практиками с новыми участниками рынка.

5. Оценка эффективности образовательных программ:

- Проведение анализа эффективности образовательных мероприятий, сбор отзывов участников и коррекция учебных программ на основе полученных данных.
 - Использование статистики и показателей успеха (например, роста продаж, расширения рынков) для оценки воздействия обучающих программ на развитие бизнеса.
- 6. Сотрудничество с внешними образовательными и научными учреждениями:**
- Налаживание партнерских отношений с университетами, бизнес-школами и международными образовательными организациями для повышения качества образовательных программ.
 - Участие в международных образовательных инициативах и проектах для обмена опытом и привлечения экспертов.
- 7. Поддержка предпринимателей в адаптации к новым условиям рынка:**
- Обучение предпринимателей и их сотрудников новым технологиям, инструментам и подходам, которые могут улучшить их конкурентоспособность на внешнем рынке.
 - Организация курсов по внедрению инноваций в производственные процессы, цифровизации бизнеса и использованию онлайн-платформ для продвижения продукции.

6. Финансирование и устойчивость

Финансирование Центров будет осуществляться поэтапно, с постепенным переходом от внешней поддержки к самостоятельному обеспечению устойчивости через различные источники дохода. На каждом этапе будут использованы разнообразные подходы для обеспечения финансовой устойчивости и независимости Центров.

1. 2025-2027 — Финансирование от проекта:

- На начальном этапе основное финансирование будет обеспечено за счет грантов и поддержки проектов, направленных на развитие малого бизнеса, сельского хозяйства и лесного сектора, первоначально на три года будет поддержка проекта ДМСОП.
- В этот период основное внимание будет уделено запуску Центров, созданию инфраструктуры, подготовке команды и наладке первых консультационных и образовательных программ.

2. С 2027 года — Постепенный переход на самофинансирование:

Для обеспечения долгосрочной устойчивости и независимости Центры будут переходить к самофинансированию, что позволит продолжить их работу и развитие без зависимости от внешних грантов.

Основные источники самофинансирования:

- **Платные консультационные и образовательные услуги:** Центры будут предлагать специализированные консультации и обучающие курсы, которые будут востребованы предпринимателями и фермерами, нуждающимися в

профессиональной поддержке для выхода на международные рынки. Эти услуги будут включать помощь в сертификации, маркетинговые консультации, обучение бизнес-стратегиям и экспортным процедурам.

- Для повышения ценности услуг можно разработать индивидуальные пакеты для различных категорий клиентов (например, для малых переработчиков, крупных фермерских хозяйств и др.).
- Привлечение экспертных специалистов и проведение профессиональных тренингов также будет частью этого источника дохода.
- **Гранты и международные программы поддержки предпринимательства:** Несмотря на переход к самофинансированию, Центры продолжают активно работать над привлечением грантов и средств от международных организаций и программ, ориентированных на поддержку устойчивого развития сельского хозяйства, лесопользования и экологических инициатив. Это поможет дополнительно укрепить финансовую базу Центров.
 - Особое внимание будет уделено грантам, связанным с экологическими и социальными проектами, поддерживающими устойчивое развитие.
- **Спонсорская поддержка и партнерские программы:** Центры будут активно искать стратегические партнёрства с крупными компаниями, заинтересованными в поддержке экологически чистых и органических продуктов. Спонсорская поддержка позволит организовать крупные мероприятия, такие как бизнес-ярмарки, конференции и форумы, а также создать корпоративные партнерства для разработки новых программ.
 - Программы для спонсоров могут включать возможность брендинга, участия в маркетинговых кампаниях и доступ к целевой аудитории предпринимателей и фермеров.
- **Организация международных бизнес-ярмарок и форумов:** Одним из ключевых способов привлечения дополнительных финансовых ресурсов станет организация международных выставок и форумов, где будут представлены продукты и услуги Центров. Эти мероприятия не только помогут повысить видимость Центров, но и создадут дополнительные источники дохода через участие компаний, продажу выставочных мест, организацию мероприятий для бизнес-сообществ и отраслевых экспертов.
 - Включение участия иностранных делегаций, потенциальных покупателей и инвесторов также поможет привлечь инвестиции и дополнительные финансовые средства.

Дополнительные меры для обеспечения устойчивости:

1. **Поддержка предпринимателей через членство и подписки:** Центры могут предложить предпринимателям возможность стать членами организации, что обеспечит регулярные взносы и позволит получать эксклюзивный доступ к консультациям, мероприятиям и онлайн-курсам. Это обеспечит постоянный поток доходов и позволит развивать более персонализированные услуги.
2. **Развитие онлайн-платформы для удалённых консультаций и курсов:** Онлайн-обучение и виртуальные консультации будут расширять доступ к услугам Центров не только для местных, но и для международных клиентов. Это создаст дополнительный источник дохода и повысит доступность услуг.
3. **Модели совместного финансирования:** Рассмотреть возможности для создания фондов или моделей краудфандинга, которые позволят привлекать средства от

широкой аудитории — например, от инвесторов или социальных предпринимателей, заинтересованных в поддержке экосистемы органической продукции.

7. Этапы развития (2025-2030)

7.1. Первый этап (2025-2026)

- Запуск центров, формирование команды, установление партнерств с "Кыргыз Экспорт" и другими организациями.
- Начало предоставления бесплатных консультаций и образовательных программ.
- Подготовка к коммерциализации отдельных услуг (разработка курсов, исследование рынка).

Первый этап развития Центров (2025-2026) будет фокусироваться на запуске и установлении базовой инфраструктуры, формировании команды и партнерств, а также на создании начальной базы для предоставления услуг предпринимателям. Важно обеспечить эффективный старт и создать все условия для долгосрочного успеха в будущем. Этот этап включает несколько ключевых мероприятий, которые помогут Центрам выйти на рынок, а также подготовиться к дальнейшему масштабированию и коммерциализации.

Цели первого этапа (2025-2026):

- **Запуск Центров** в Бишкеке и Жалал-Абаде.
- **Формирование команды** и подбор ключевых сотрудников.
- **Установление партнерств** с организациями, такими как "Кыргыз Экспорт", а также с местными и международными структурами.
- **Начало предоставления бесплатных консультаций** и образовательных программ для предпринимателей.
- **Подготовка к коммерциализации** отдельных услуг, таких как разработка курсов и исследование рынка для новых платных услуг.

7.1.1. Основные задачи первого этапа

7.1.2. *Запуск Центров и формирование команды*

На первом этапе важно сосредоточиться на создании основ для успешной работы Центров:

- **Создание инфраструктуры:**
 - Оборудование офисных помещений в Бишкеке и Жалал-Абаде.
 - Закупка необходимого оборудования и ПО для централизованного управления услугами.
 - Разработка и запуск официальных сайтов и платформ для записи на курсы и консультации.
- **Подбор команды:**
 - Набор ключевых сотрудников для разных подразделений Центров (образовательный сектор, консультационные услуги, финансово-юридический отдел).

- Привлечение экспертов для преподавания курсов и проведения консультаций.
- Обучение сотрудников по стандартам обслуживания и внутренним процессам Центров.
- **Определение организационной структуры:**
 - Создание четкой организационной структуры с разделением обязанностей.
 - Установление внутренних процедур и регламентов для эффективного функционирования.

7.1.3. Установление партнерств с "Кыргыз Экспорт" и другими организациями

Для достижения устойчивости и расширения возможностей, важно налаживание партнерских отношений:

- **Партнерства с государственными и частными организациями:**
 - Заключение соглашений с "Кыргыз Экспорт" для реализации совместных проектов и программ.
 - Установление контактов с другими государственными и частными учреждениями, работающими в области поддержки бизнеса и экспорта.
 - Сотрудничество с местными производственными ассоциациями и бизнес-сообществами.
- **Международные партнерства:**
 - Поиск и установление отношений с международными торговыми и экспортными ассоциациями для обмена опытом и лучшими практиками.
 - Участие в международных форумах и сетевых мероприятиях для создания репутации Центра и привлечения интереса зарубежных партнеров.

7.1.4. Начало предоставления бесплатных консультаций и образовательных услуг

Центры должны обеспечить начальную поддержку для местных предпринимателей:

- **Бесплатные консультации:**
 - Организация первого потока консультаций для стартапов и действующих предпринимателей.
 - Проведение индивидуальных и групповых консультаций по основным вопросам экспорта, сертификации, финансового планирования.
- **Запуск образовательных программ:**
 - Разработка и запуск первых образовательных курсов и мастер-классов по ключевым вопросам (например, основы экспорта, юридические аспекты, сертификация продукции).
 - Проведение тренингов для предпринимателей по повышению их навыков в сфере бизнеса, маркетинга и международных продаж.

- Разработка учебных материалов, доступных в формате как офлайн, так и онлайн.

7.1.5. Подготовка к коммерциализации услуг

На этом этапе важно заложить основу для будущего перехода к коммерциализации и расширению доходных источников:

- **Исследование рынка для платных услуг:**
 - Проведение исследования потребностей местных предпринимателей в платных услугах (например, консультации по экспорту, помощь в сертификации, расширенные образовательные курсы).
 - Анализ конкурентов и понимание того, какие услуги будут востребованы в будущем.
- **Разработка курсов и программ:**
 - Разработка и тестирование платных курсов и образовательных программ, которые могут быть предложены в дальнейшем, таких как углубленные курсы по сертификации, продвижению продукции на международных рынках и юридическим вопросам.
- **Запуск пилотных платных услуг:**
 - Определение структуры цен и предложения на платные услуги.
 - Пилотное внедрение платных консультаций и специализированных тренингов с целью оценки интереса и выявления потенциальных клиентов.

Таблица 5: Задачи и мероприятия первого этапа

Задача	Мероприятия	Ключевые результаты	Сроки
Запуск Центров	Организация офисных помещений в Бишкеке и Жалал-Абаде, закупка оборудования и ПО.	Создание инфраструктуры, запуск сайтов и платформ для записи.	Март-Апрель 2025
Формирование команды	Набор сотрудников, проведение тренингов, создание организационной структуры.	Набор команды, обучение сотрудников, четкая структура работы.	Апрель - Июнь 2025
Установление партнерств	Заключение соглашений с "Кыргыз Экспорт" и другими организациями.	Подписанные партнерства, сотрудничество с ключевыми игроками.	Апрель - Июль 2025
Предоставление консультаций	Начало консультационных сессий для предпринимателей, создание информационных материалов.	Проведено 100+ консультаций, база первых клиентов.	Июнь - Декабрь 2025

Разработка образовательных программ	Создание курсов и тренингов по экспорту, сертификации и другим ключевым темам.	Проведение 10+ тренингов и курсов для предпринимателей.	Июль - Декабрь 2025
Подготовка к коммерциализации	Исследование рынка для платных услуг, создание пилотных курсов и консультационных пакетов.	Тестирование платных услуг, пилотное предложение.	Декабрь 2025

Ожидаемые результаты первого этапа

1. **Качество обслуживания:** Центры будут иметь прочную организационную структуру, что обеспечит эффективное и своевременное предоставление услуг предпринимателям.
2. **Активное вовлечение предпринимателей:** С помощью бесплатных консультаций и образовательных программ, Центры смогут создать базу лояльных клиентов.
3. **Налаживание партнерств:** Установление связей с ключевыми организациями позволит Центрам расширить сеть контактов и повысить доверие со стороны местных и международных партнеров.
4. **Основы коммерциализации:** Разработка курсов и тестирование платных услуг позволит подготовить рынок к введению новых источников дохода во втором этапе.

7.2. Второй этап (2027-2028)

- Укрепление институциональной устойчивости, расширение программ поддержки предпринимателей.
- Участие в международных ярмарках и форумах для продвижения продукции.
- Внедрение платных услуг: консультации, обучение, помощь в сертификации.
- Привлечение дополнительных источников финансирования (гранты, партнерства).

Второй этап развития Центров (2027-2028)

Второй этап развития Центров (2027-2028) будет направлен на укрепление институциональной устойчивости, расширение спектра услуг для предпринимателей, активное участие в международных мероприятиях для продвижения продукции, а также внедрение платных услуг. На этом этапе акцент будет сделан на расширение аудитории клиентов, профессионализацию процессов и привлечение дополнительных источников финансирования для дальнейшего роста.

Цели второго этапа (2027-2028):

1. **Укрепление институциональной устойчивости** Центров, повышение их организационной эффективности.
2. **Расширение программ поддержки предпринимателей**, включая дополнительные образовательные и консультационные услуги.
3. **Участие в международных ярмарках и форумах** для продвижения продукции и установления деловых связей.

4. **Внедрение платных услуг**, таких как консультации, курсы и помощь в сертификации продукции.
5. **Привлечение дополнительных источников финансирования** через гранты, партнерства и другие механизмы.

7.2.1. Основные задачи второго этапа

7.2.2. Укрепление институциональной устойчивости

На этом этапе Центры должны укрепить свою внутреннюю организацию, повысить качество предоставляемых услуг и обеспечить долгосрочную устойчивость:

- **Оптимизация внутренних процессов:**
 - Разработка и внедрение стандартных операционных процедур (SOP) для всех ключевых функций (консультации, образование, партнерства).
 - Внедрение системы мониторинга и оценки качества предоставляемых услуг для повышения их эффективности.
 - Постоянное совершенствование внутренней коммуникации и отчетности.
- **Повышение квалификации сотрудников:**
 - Организация обучающих программ для сотрудников с целью повышения их профессионального уровня.
 - Введение системы наставничества и обмена опытом между более опытными и новыми сотрудниками.
- **Инвестирование в технологии:**
 - Внедрение новых ИТ-решений для автоматизации процессов, таких как CRM-система для управления клиентами, онлайн-платформа для курсов и консультаций.
 - Обновление инфраструктуры, включая программное обеспечение для онлайн-курсов и платформ для вебинаров.

7.2.3. Расширение программ поддержки предпринимателей

Центры должны предложить более широкий спектр услуг, чтобы удовлетворить потребности различных категорий предпринимателей:

- **Развитие новых образовательных программ:**
 - Создание углубленных курсов по специфическим вопросам (например, экспорт в Европу, сертификация продукции, логистика и управление цепочками поставок).
 - Организация специализированных мастер-классов и семинаров, направленных на определенные отрасли, такие как органическое сельское хозяйство и лесная продукция.
- **Консультации и наставничество:**

- Расширение пакетов консультационных услуг для предпринимателей, включая юридические, бухгалтерские и маркетинговые консультации.
- Организация программ наставничества, где опытные предприниматели могут передавать свои знания начинающим.
- **Услуги по сертификации продукции:**
 - Подготовка клиентов к международной сертификации, помощь в оформлении необходимых документов.
 - Привлечение экспертов для проведения аудитов и подготовки продукции к требованиям международных рынков.

7.2.4. Участие в международных ярмарках и форумах

На этом этапе важно активно продвигать продукцию местных производителей на международных рынках:

- **Участие в ярмарках и выставках:**
 - Организация участия Центров в крупных международных ярмарках и выставках для продвижения органической продукции и других товаров.
 - Привлечение местных производителей для участия в таких мероприятиях, предоставление им стендов и мест для демонстрации продукции.
- **Организация форумов и бизнес-мероприятий:**
 - Организация международных форумов, на которых предприниматели смогут представлять свою продукцию, а также устанавливать контакты с потенциальными партнерами и клиентами.
 - Сотрудничество с внешними агентствами и компаниями для привлечения иностранных инвесторов и партнеров.
- **Развитие международных контактов:**
 - Налаживание постоянных деловых контактов с международными торговыми палатами, экспортными агентствами и профессиональными ассоциациями.

7.2.5. Внедрение платных услуг

Центры начнут предлагать платные услуги для достижения финансовой устойчивости и привлечения дополнительных клиентов:

- **Консультации и наставничество на коммерческой основе:**
 - Разработка моделей платных консультаций для экспортеров, включая юридические, бухгалтерские и маркетинговые консультации.
 - Введение пакетов услуг для бизнесменов, включая персонализированные консультации по ключевым вопросам бизнеса.
- **Разработка платных образовательных курсов:**

- Запуск платных курсов и программ по углубленным вопросам экспорта, бизнес-планирования, сертификации и других ключевых тем.
 - Создание онлайн-курсов и вебинаров с доступом за плату, направленных на более специализированную аудиторию.
- **Сертификация продукции:**
 - Предложение платных услуг по сертификации, консультационные услуги в получении международных сертификатов.

7.2.6. Привлечение дополнительных источников финансирования

Для расширения деятельности Центры будут активно искать новые способы получения финансирования:

- **Гранты и субсидии:**
 - Подготовка и подача заявок на гранты от международных организаций, правительственных и частных фондов для поддержки расширения деятельности.
 - Поиск грантов, ориентированных на устойчивое развитие и поддержку малых и средних предприятий.
- **Партнерства с бизнесами и инвесторами:**
 - Налаживание партнерств с крупными бизнесами, инвесторами и международными финансовыми учреждениями.
 - Поиск корпоративных партнеров, которые могут предложить финансирование в обмен на долгосрочное сотрудничество.
- **Краудфандинг и другие инновационные формы финансирования:**
 - Разработка и запуск программ краудфандинга для проектов, поддерживающих малые и средние предприятия.
 - Рассмотрение возможности привлечения финансов через платформы венчурного капитала и другие современные механизмы.

Таблица 6: Задачи и мероприятия второго этапа

Задача	Мероприятия	Ключевые результаты	Сроки
Укрепление институциональной устойчивости	Оптимизация процессов, внедрение CRM, повышение квалификации сотрудников.	Улучшение внутренней организации, повышение качества услуг.	2027 - 2028
Расширение программ поддержки предпринимателей	Разработка углубленных курсов, расширение пакетов консультаций, помощь в сертификации.	Запуск 10+ новых программ, консультации для 500+ клиентов.	2027 - 2028

Участие международных ярмарках и форумах	в	Организация участия в международных ярмарках, организация международных форумов.	Участие в 3+ ярмарках, создание деловых связей с 50+ новыми партнерами.	2027 - 2028
Внедрение платных услуг		Запуск платных консультаций, курсов, сертификации.	Привлечение 200+ клиентов к платным услугам.	2027 - 2028
Привлечение дополнительных источников финансирования		Подготовка заявок на гранты, развитие партнерств, поиск инвесторов.	Привлечение 1-2 крупных партнера, получение 3+ грантов.	2027 - 2028

Ожидаемые результаты второго этапа

1. **Расширение спектра услуг:** Центры смогут предложить более широкие возможности для предпринимателей, что повысит их востребованность и создаст дополнительные потоки доходов.
2. **Активное продвижение на международных рынках:** Участие в международных ярмарках и форумах укрепит репутацию Центров и поможет местным производителям выйти на новые рынки.
3. **Устойчивость и новые источники дохода:** Внедрение платных услуг и поиск новых финансовых источников обеспечит долгосрочную финансовую устойчивость Центров.
4. **Диверсификация источников финансирования:** Привлечение грантов и партнерств позволит Центрам расширить свою деятельность и обеспечить ресурсы для дальнейшего роста.

7.3. Третий этап (2029-2030)

- Масштабирование деятельности, расширение рынков сбыта.
- Диверсификация источников доходов, включая подписки на экспертные консультации, членские взносы, проведение крупных бизнес-мероприятий.
- Внедрение новых сервисов и инструментов поддержки экспортеров.

Третий этап развития Центров (2029-2030)

Третий этап развития (2029-2030) будет направлен на масштабирование деятельности Центров, расширение рынков сбыта и диверсификацию источников дохода. Важно продолжить укрепление позиций Центров как ключевых игроков в области поддержки предпринимателей и экспортеров, а также внедрение новых сервисов, которые помогут местным бизнесам развиваться на международных рынках. На этом этапе акцент будет сделан на увеличение доходов, привлечение большего числа клиентов, а также на внедрение более высокотехнологичных и специализированных инструментов поддержки.

Цели третьего этапа (2029-2030):

1. **Масштабирование деятельности:** Расширение зон покрытия и увеличение количества клиентов.
2. **Диверсификация источников доходов:** Разработка новых форм дохода, включая подписки на консультации, членские взносы и бизнес-мероприятия.

3. **Внедрение новых сервисов и инструментов поддержки экспортеров:** Внедрение инновационных решений для улучшения качества услуг и повышения доступности ресурсов для предпринимателей.

7.3.1. Основные задачи третьего этапа

7.3.2. Масштабирование деятельности и расширение рынков сбыта

Центры должны активнее выходить на новые рынки и привлекать больше предпринимателей:

- **Расширение сети Центров:**
 - Открытие дополнительных офисов в крупных городах и областных центрах, таких как Ош, Каракол, Талас.
 - Развитие сети партнёрств с региональными и международными организациями для расширения географии охвата.
- **Привлечение новых предпринимателей и экспортёров:**
 - Организация маркетинговых кампаний для привлечения новых клиентов и участников образовательных программ.
 - Разработка инструментов для привлечения малых и средних бизнесов в рамках новых программ.
- **Расширение рынков сбыта продукции:**
 - Участие в международных выставках и форумах с целью выхода на новые рынки.
 - Развитие отношений с зарубежными дистрибьюторами и ритейлерами, активное продвижение на рынках Европы, Азии и других регионов.

7.3.3. Диверсификация источников доходов

Центры должны создать дополнительные устойчивые источники дохода для обеспечения финансовой стабильности:

- **Подписка на экспертные консультации:**
 - Введение платных подписок для постоянных клиентов, предлагая эксклюзивные консультации и доступ к углубленным исследованиям, аналитике и отраслевым отчетам.
 - Разработка пакетов подписки на консультационные услуги по различным темам, таким как экспорт, сертификация, маркетинг и т.д.
- **Членские взносы:**
 - Создание системы членства для компаний и индивидуальных предпринимателей, которая даст доступ к эксклюзивным материалам, обучению и консультациям.
 - Введение различных уровней членства с дополнительными преимуществами, такими как приоритет в консультациях и участии в мероприятиях.

- **Проведение крупных бизнес-мероприятий:**
 - Организация регулярных крупных форумов, конференций и выставок для предпринимателей, на которых можно обсуждать актуальные вопросы и предлагать новые услуги.
 - Проведение обучающих мероприятий с участием ведущих экспертов и практиков для развития бизнеса.
- **Привлечение инвестиций:**
 - Разработка платформ для привлечения инвестиций и создание совместных проектов с крупными бизнесами и международными финансовыми организациями.

7.34.. Внедрение новых сервисов и инструментов поддержки экспортеров

На этом этапе Центры должны предложить инновационные решения для улучшения качества услуг и расширения их спектра:

- **Цифровизация услуг:**
 - Разработка и внедрение новых цифровых инструментов для поддержки экспортеров, таких как онлайн-платформы для сертификации, обучения и консультаций.
 - Внедрение решений для автоматизации процессов, включая системы для отслеживания запросов клиентов и взаимодействия с ними в реальном времени.
- **Индивидуальные консультации и наставничество:**
 - Разработка более персонализированных пакетов услуг для крупных и средних бизнесов, включая регулярное наставничество, помощь в разработке экспортных стратегий и подборе международных партнеров.
- **Поддержка в области устойчивого развития:**
 - Введение новых инструментов и программ для помощи экспортёрам в сертификации продукции на экологические и социальные стандарты (например, органические сертификаты).
 - Обучение предпринимателей методам устойчивого производства и реализации продукции.

Таблица 7: Задачи и мероприятия третьего этапа

Задача	Мероприятия	Ключевые результаты	Сроки
Масштабирование деятельности	Открытие новых офисов, расширение партнерств, выход на новые рынки.	Расширение сети Центров в 3+ крупных городах, увеличение количества клиентов.	2029 - 2030

Диверсификация источников дохода	Запуск подписок на консультации, внедрение членских взносов, проведение крупных бизнес-мероприятий.	1000+ подписчиков, участие 200+ компаний в мероприятиях.	2029 - 2030
Внедрение новых сервисов для экспортеров	Разработка онлайн-курсов, цифровизация сервисов, внедрение инструментов для устойчивого развития.	Разработка 3+ новых сервисов, привлечение 500+ новых пользователей.	2029 - 2030

Ожидаемые результаты третьего этапа

- 1. Устойчивое финансовое развитие:** Диверсификация источников дохода обеспечит стабильные и предсказуемые финансовые потоки для Центров.
- 2. Масштабирование и рост:** Центры смогут расширить своё присутствие в стране и на международных рынках, что позволит им обслуживать больший объем предпринимателей.
- 3. Инновационные инструменты для экспортеров:** Внедрение новых цифровых решений и сервисов улучшит качество и доступность услуг, предлагаемых Центрами.
- 4. Расширение международных связей:** Участие в международных мероприятиях и развитие программ для устойчивого производства помогут местным бизнесам получить доступ к новым рынкам и партнерам.

8. Ожидаемые результаты при создании двух Центров продвижения бизнеса и экспорта продукции (на юге и на севере Кыргызстана)

Создание двух Центров в Бишкеке и Жалал-Абаде, направленных на поддержку предпринимателей, фермеров и экспортеров органической продукции, окажет значительное влияние на развитие экономики Кыргызстана, улучшение условий для малого бизнеса и укрепление позиций страны на международном рынке. Важно подчеркнуть, что эти Центры будут способствовать улучшению условий жизни и работы для множества заинтересованных сторон: от малых фермеров и переработчиков до государственных органов и международных партнеров.

1. Повышение уровня экспорта органической продукции

Для малых фермеров и переработчиков:

- Увеличение доходов:** Центры помогут малым фермерам и переработчикам получать доступ к международным рынкам. С поддержкой в области сертификации, логистики и маркетинга, фермеры смогут экспортировать свою продукцию по международным стандартам, что значительно повысит их доходы.
- Снижение барьеров на внешнем рынке:** Центры будут оказывать помощь в преодолении юридических и технических препятствий, связанных с экспортом. Они обеспечат доступ к необходимым инструментам для сертификации продукции, ее стандартизации и адаптации к требованиям иностранных рынков.

- **Создание устойчивых цепочек поставок:** Местные производители смогут выйти на постоянные рынки сбыта, создавая устойчивые бизнес-цепочки с международными дистрибьюторами и ритейлерами.

Для государства и экономики в целом:

- **Диверсификация внешней торговли:** Увеличение экспорта органической продукции будет способствовать диверсификации торговли и укреплению экономической независимости Кыргызстана. Продукция, соответствующая международным стандартам, может стать важной статьей экспорта.
- **Развитие сельского хозяйства:** Повышение спроса на органическую продукцию в международных рынках будет стимулировать переход местных фермеров к устойчивым и экологически чистым методам ведения сельского хозяйства.

2. Увеличение количества предпринимателей, получающих поддержку

Для малых и средних предпринимателей:

- **Расширение бизнеса:** Центры будут оказывать помощь в разработке бизнес-планов, получении финансирования, а также в масштабировании их бизнесов. Малые и средние предприниматели получают доступ к необходимым знаниям и инструментам для того, чтобы развивать свои компании на более крупных рынках.
- **Услуги по обучению и наставничеству:** Предприниматели получают доступ к образовательным программам и мастер-классам, которые помогут им улучшить свои бизнес-навыки, овладеть методами эффективного управления и стратегического планирования.
- **Привлечение новых клиентов:** Центры будут помогать предпринимателям находить новых клиентов и партнеров через участие в международных выставках и ярмарках, что обеспечит выход на новые рынки и привлечение инвестиций.

Для государственных органов:

- **Укрепление малого и среднего бизнеса:** Поддержка предпринимателей позволит создать более динамичную и конкурентоспособную экономику, способствующую улучшению условий для ведения бизнеса.
- **Планирование и регулирование сектора:** Центры предоставят государственным органам важную информацию о потребностях и проблемах предпринимателей, что позволит создавать более точные и эффективные государственные программы поддержки.

3. Расширение рынков сбыта и улучшение условий экспорта

Для экспортеров:

- **Открытие новых рынков:** Создание Центров в крупных городах страны позволит экспортерам выходить на международные рынки с высококачественной продукцией. Центры будут работать над налаживанием торговых связей с крупнейшими странами-потребителями органической продукции, такими как Германия, Китай, Россия и другие.
- **Консультации по логистике и сертификации:** Экспортеры смогут получить поддержку в вопросах логистики, сертификации и стандартизации продукции. Это

поможет улучшить условия для экспорта и снизить затраты на международные перевозки.

- **Привлечение инвестиций и партнерств:** Центры будут работать над привлечением международных инвесторов и установлением долгосрочных партнерств с зарубежными компаниями, что создаст новые возможности для экспортеров.

Для экономической политики государства:

- **Диверсификация экспорта:** Расширение экспорта органической продукции поможет диверсифицировать внешнюю торговлю и снизить зависимость от традиционных сырьевых товаров.
- **Рост налоговых поступлений:** Увеличение объемов экспорта будет способствовать росту налоговых поступлений, что создаст возможности для улучшения государственных программ поддержки предпринимательства.

4. Создание устойчивой институциональной модели финансирования Центров

Для Центров и их функционирования:

- **Долгосрочная финансовая устойчивость:** Благодаря созданию устойчивой модели финансирования, включая привлечение грантов, создание платных услуг и привлечение частных инвестиций, Центры смогут обеспечить свое долговременное существование и развитие.
- **Модели сотрудничества с бизнесом:** Центры смогут установить прочные связи с местными и международными бизнесами, что позволит привлекать ресурсы и развивать новые инициативы.

Для государства:

- **Устойчивость и независимость:** Институциональная устойчивость Центров обеспечит их независимость от краткосрочных государственных или международных грантов, что укрепит их роль как центров развития бизнеса и экспорта.
- **Привлечение внешних инвестиций:** Государственные органы смогут координировать привлечение инвестиций для развития экспортных возможностей страны, что приведет к экономическому росту.

5. Укрепление позиций Кыргызстана на международном рынке органической продукции

Для фермеров, переработчиков и экспортёров:

- **Признание качества продукции:** Центры помогут повысить узнаваемость кыргызстанских товаров на международной арене, создавая позитивный имидж органической продукции, произведенной в Кыргызстане.
- **Создание новых бизнес-отношений:** Активное участие в международных выставках и ярмарках позволит предпринимателям Кыргызстана устанавливать контакты с потенциальными клиентами и партнерами по всему миру, увеличивая объемы торговли.

Для государства и экономики в целом:

- **Укрепление бренда страны:** Развитие органического сектора и продвижение продукции на международных рынках усилит экономический имидж страны как поставщика высококачественных экологичных товаров.
- **Развитие внешней торговли:** Укрепление позиций на международных рынках, особенно в Европе, Азии и других регионах, повысит экспортные доходы страны, что поможет стабилизировать экономику.

Общее влияние на страну:

Создание двух Центров для продвижения бизнеса и экспорта продукции на севере и юге Кыргызстана будет иметь широкий позитивный эффект на всех участников. Это обеспечит:

- **Развитие сельских территорий,** с созданием рабочих мест и увеличением доходов местных фермеров и предпринимателей.
- **Стимулирование экономического роста,** через увеличение объемов экспорта, улучшение бизнес-условий и привлечение инвестиций.
- **Укрепление социальной стабильности** и повышение уровня жизни за счет расширения возможностей для предпринимателей и создания новых рабочих мест.

9. Оценка эффективности и мониторинг

Оценка эффективности и мониторинг работы Центров

Для того чтобы гарантировать успешное функционирование и долгосрочное развитие Центров продвижения бизнеса и экспорта продукции, важно установить чёткие и измеримые показатели эффективности, а также систему мониторинга их достижения. Эти показатели будут служить основой для оценки успеха Центров и корректировки их стратегии, если это необходимо. Ниже подробно рассматриваются ключевые показатели эффективности.

1. Количество предпринимателей, получивших консультации и прошедших обучение

Пояснение: Одним из главных факторов успеха Центров является уровень вовлеченности предпринимателей в предлагаемые программы. Консультации и обучение помогают улучшить бизнес-навыки, повысить квалификацию и внедрить эффективные практики в бизнес-процессы. Поэтому мониторинг этого показателя является важным для оценки того, насколько центры удовлетворяют потребности рынка.

Методы оценки:

- **Отчёты о проведённых консультациях и тренингах:** Регулярная регистрация и анализ данных о количестве консультаций, проведённых для предпринимателей, а также обучение через мастер-классы, онлайн-курсы, семинары.
- **Отзывы и обратная связь:** Проводить регулярные опросы среди участников образовательных программ и клиентов Центров для получения информации о качестве предоставляемых услуг.
- **Уровень повторных обращений:** Отслеживание того, сколько предпринимателей обращаются за дополнительной помощью или консультациями в будущем.

Цель:

- Проводить не менее 500 консультаций в год.
- Обучить 200+ предпринимателей ежегодно через курсы и мастер-классы.

2. Рост объемов экспорта органической продукции

Пояснение: Экспорт органической продукции является важным индикатором успеха Центров, так как одна из ключевых задач – поддержка местных фермеров и переработчиков в выходе на международные рынки. Этот показатель отражает, насколько Центры успешно помогают предпринимателям в увеличении экспортных поставок.

Методы оценки:

- **Сравнение объемов экспорта до и после обращения к Центрам:** Анализ изменения объемов экспорта продукции до начала сотрудничества с Центрами и после.
- **Анализ рыночной стоимости продукции:** Сравнение стоимости экспортируемой продукции, что позволит оценить качество и конкурентоспособность продукции на международных рынках.
- **Планирование и прогнозирование роста:** Разработка и отслеживание прогнозов по росту экспорта с учётом помощи, предоставленной Центрами (например, сертификация, маркетинг, логистика).

Цель:

- Увеличить объём экспорта на 20-30% в первые 2-3 года.
- Развить устойчивые каналы экспорта с минимум 5 новыми странами в течение 5 лет.
- Участвовать минимум в 3 крупных международных мероприятиях ежегодно.
- Привлечь 10+ новых международных партнёров через участие в выставках и форумах.

3. Количество подписанных контрактов на экспорт

Пояснение: Количество подписанных контрактов на экспорт является важным показателем успешности работы Центров. Он отражает реальную коммерческую деятельность предпринимателей, которые благодаря консультациям и поддержке Центров смогли выйти на новые внешние рынки и закрепиться на них.

Методы оценки:

- **Документирование подписанных контрактов:** Регулярное отслеживание подписанных экспортных контрактов, анализ страны назначения, объём контракта, тип продукции.
- **Фиксация сделок с новыми рынками:** Выделение количества контрактов, заключённых с новыми рынками или новыми крупными покупателями.
- **Успешность контрактов:** Оценка выполнения условий контрактов и долгосрочности партнерств.

Цель: Подписать не менее 100 контрактов на экспорт в течение 3 лет с ключевыми рынками.

- Добиться постоянного увеличения числа новых контрагентов каждый год.

4. Привлеченные гранты и инвестиции

Пояснение: Привлечение внешнего финансирования, включая гранты, инвестиции и партнерства, будет важным индикатором устойчивости и потенциала Центров для дальнейшего развития. Этот показатель отражает доверие внешних инвесторов, а также способность Центров привлекать средства для поддержки предпринимателей.

Методы оценки:

- **Документирование привлечённых средств:** Ведение отчётности о количестве привлечённых грантов и инвестиций, сумм и источников (государственные гранты, международные доноры, частные инвестиции).
- **Анализ видов инвестиций:** Оценка того, какие именно виды инвестиций были привлечены (краткосрочные, долгосрочные, венчурные и т.д.), и их влияние на развитие Центров.
- **Поддержка местных инициатив:** Оценка того, как привлечённые средства помогают местным предпринимателям через программы и инициативы.

Цель:

- Привлечь минимум 1-2 крупных гранта/инвестиции ежегодно.
- Привлечь дополнительные средства, направленные на развитие новых проектов для фермеров и предпринимателей.

5. Участие в международных выставках и форумах

Пояснение: Участие в международных выставках и форумах для продвижения продукции является важной частью стратегического плана Центров. Это позволяет не только представить продукцию на международной арене, но и наладить деловые связи с потенциальными партнерами, экспортёрами и дистрибьюторами.

Методы оценки:

- **Число выставок и форумов, в которых приняли участие предприниматели:** Регулярный сбор данных о количестве мероприятий, в которых участвовали предприниматели при поддержке Центров.
- **Результаты участия:** Оценка того, какие результаты были достигнуты в результате участия в выставках (например, привлечение новых клиентов, партнёрств, заключение контрактов).
- **Международные связи:** Оценка международных партнёрств, установленных благодаря участию в выставках, и их влияния на экспорт продукции.

Общие методы мониторинга и отчётности:

1. **Регулярные отчёты:** Ежеквартальные и ежегодные отчёты о достигнутых результатах, которые будут включать данные по каждому из показателей эффективности.

2. **Оценка удовлетворённости клиентов:** Проводить регулярные опросы среди клиентов (фермеров, переработчиков, предпринимателей) для оценки качества услуг Центров.
3. **Визиты и проверки:** Регулярные проверки и визиты в места работы предпринимателей для оценки реальных изменений и проблем, с которыми они сталкиваются.

10. Заключение

Реализация данной стратегии создания Центров продвижения бизнеса и экспорта продукции станет важным шагом для развития сектора органической продукции в Кыргызстане, с особым акцентом на поддержку лесопользователей, переработчиков и предпринимателей, работающих в лесном и сельском хозяйстве. Эти Центры будут играть ключевую роль в обеспечении местных производителей необходимыми ресурсами для выхода на международные рынки, что значительно повысит их конкурентоспособность и стабильность в долгосрочной перспективе.

Основная цель этих Центров — предоставить лесопользователям и переработчикам полный спектр услуг, включая консультации, обучение, сертификацию и помощь в поиске рынков сбыта. С помощью этих услуг предприниматели смогут улучшить качество своей продукции, получить доступ к новым экспортным рынкам и усилить свои позиции на существующих. Важно отметить, что Центры обеспечат поддержку именно тем, кто работает с лесной продукцией, что сделает их важными игроками в создании более устойчивой и конкурентоспособной экономики в сельских регионах.

Важнейший аспект стратегии — это создание устойчивой модели финансирования, которая будет включать как государственные, так и частные источники. Это позволит гарантировать долгосрочную работу Центров, обеспечив финансирование на начальных этапах, а в будущем — развитие через платные услуги и новые источники доходов, такие как консалтинг и помощь в сертификации.

Эти меры окажут непосредственное влияние на улучшение финансового состояния местных переработчиков и фермеров, позволив им выходить на более крупные рынки, улучшать качество продукции и увеличивать объёмы продаж. Внедрение стратегических инициатив и образовательных программ повысит уровень знаний и компетенций в области экспорта, а участие в международных выставках и форумах поможет установить прямые контакты с зарубежными партнерами.

Поддержка, которую получают лесопользователи, переработчики и предприниматели, даст им шанс выйти на качественно новый уровень, что в свою очередь позволит укрепить позиции Кыргызстана как надежного поставщика органической продукции. Это создаст устойчивую бизнес-экосистему, которая будет способствовать росту и процветанию сектора на многие годы вперёд.