



This project is funded by  
the European Union

# Ready4Trade Central Asia

Stories from ITC Export Management Coaching Initiative

Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Turkmenistan, Uzbekistan



# INTRODUCTION TO THE R4TCA EXPORT MANAGEMENT COACHING INITIATIVE

The impact of the COVID-19 pandemic on the economies of Central Asia has been profound, and will have serious implications for their continued development and diversification in the years to come. Micro, small and medium enterprises (MSMEs) have been the most hit, many of whom simply do not have the financial or human resources to quickly react and adapt.

As a consequence of the pandemic, our economies are now facing broken supply chains and increased costs of doing business, with many companies facing even more difficulties to trade internationally than in pre-COVID-19 times. This is true for small businesses all over the world.

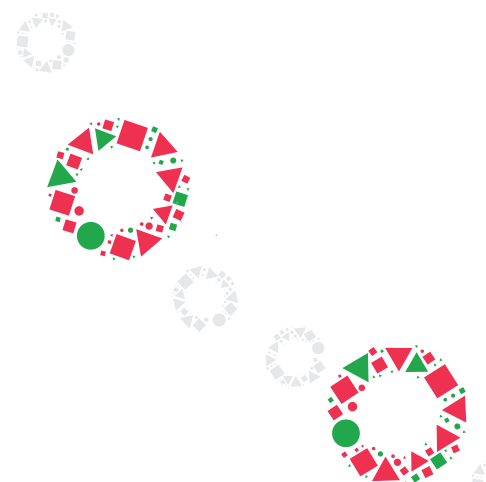
The recovery will be built on the strength and resilience of these MSMEs given that they will remain the backbone of the global socio-economic landscape, and will continue to make a significant contribution to the achievement of the UN Sustainable Development Goals (SDGs).

In this context, the *Ready4Trade* - Central Asia project implemented by the International Trade Centre and funded by the European Union has come at a most important time. Throughout 2021, the project implemented its Export Management Coaching Initiative (EMCI), which has been providing direct technical assistance to exporters through on-the-job one-on-one coaching missions. Missions are delivered by local professionals with extensive experience in the fields of import/export, freight forwarding and logistics.

In these circumstances, the EMCI has played a key role in supporting exporters across all five countries in Central Asia to improve the capacity of MSMEs to comply with cross-border requirements. Over the past year, more than 200 exporters have received one-on-one on the job coaching interventions, tackling issues from packaging and labeling to certifications and buyer requirements. Coaching missions have contributed to reduce some of the bottlenecks faced by exporting businesses planning to expand to international markets, in particular to the European Union and neighboring countries in Central Asia.

The overall success of the EMCI under the *Ready4Trade* project is mainly due to the expertise of a well-experienced group of Export Management Coaches, along with national partners having strong business outreach in their respective country. This booklet retraces the stories of some of the multiple MSMEs having benefited from on-the-job coaching missions across all five countries in the region. Each case highlights the interventions and recommendations provided by the coach and underlines some of the subsequent export-related changes undertaken by the company.

The International Trade Centre would like to thank the European Union for their generous support under the *Ready4Trade* project and its five national partners for the great cooperation and collaboration in the implementation of the Export Management Coaching Initiative in Central Asia.



# ВВЕДЕНИЕ В КОМПОНЕНТ ПРОЕКТА R4TCA ПО КОУЧИНГУ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТОМ

Влияние пандемии COVID-19 на экономику стран Центральной Азии было обширным и продолжит оказывать серьезные последствия для их дальнейшего развития и диверсификации экономики в ближайшие годы. Более всего пострадали предприятия микро, малого и среднего бизнеса (ММСП), многие из которых просто не имеют финансовых или человеческих ресурсов для быстрого реагирования и адаптации.

В результате пандемии экономики стран региона столкнулись с нарушением цепочек поставок и увеличением затрат на ведение бизнеса, причем многие компании сталкиваются с еще большими трудностями в международной торговле, чем в период до пандемии. Такова картина для предприятий малого бизнеса во всем мире. Восстановление будет проходить с опорой на прочность и устойчивость этих ММСП, принимая во внимание, что эти компании останутся основой глобального социально-экономического ландшафта и будут продолжать вносить значительный вклад в достижение Целей устойчивого развития ООН (ЦУР).

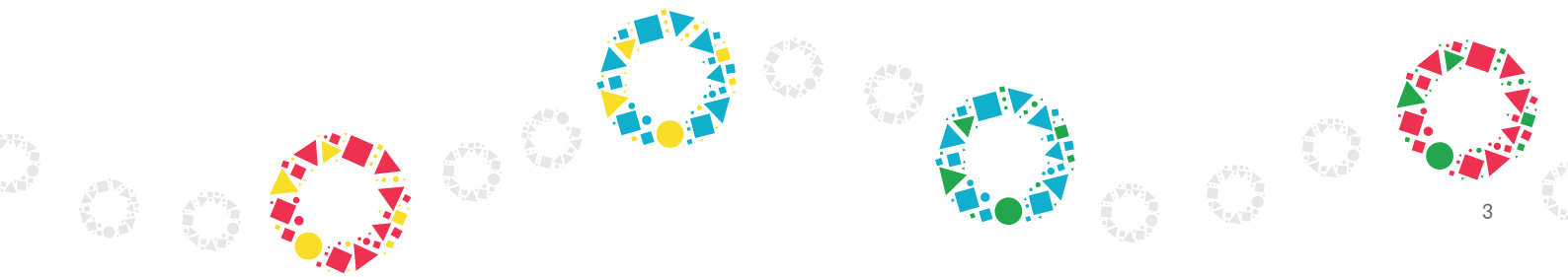
С учетом вышеприведенного, проект Ready4Trade - Central Asia, реализуемый Международным торговым центром и финансируемый Европейским Союзом, пришелся как нельзя кстати. В течение 2021 года в проекте реализовывалась Инициатива по коучингу в области управления экспортом (EMCI), в рамках которой экспортерам оказывалась прямая техническая помощь путем проведения коучинговых миссий “один на один”. Миссии проводят местные специалисты с большим опытом работы в области импорта/экспорта, экспедирования и логистики.

В этих условиях EMCI сыграло ключевую роль в поддержке экспортеров во всех пяти странах Центральной Азии с целью повышения потенциала ММСП для соблюдения трансграничных требований. За последний год свыше 200 экспортеров получили индивидуальные консультации на предприятиях, в ходе которых рассматривались вопросы от упаковки и маркировки до сертификации и требований

покупателей. Коучинговые миссии решали проблемы и узкие места, с которыми сталкиваются предприятия-экспортеры, планирующие выйти на международные рынки, в частности, на рынки Евросоюза и соседних стран региона.

Общий успех коучинговой инициативы EMCI в рамках проекта Ready4Trade, в основном, обусловлен опытом привлеченных специалистов по управлению экспортом, а также содействием институциональных партнеров, имеющих обширные деловые связи в своих странах. В данной брошюре приводятся истории некоторых из ММСП-представителей всех пяти стран региона, прошедших через программу коучинга без отрыва от производства. В каждом бизнес-кейсе освещаются мероприятия и рекомендации, предоставленные коучами, и отмечаются некоторые изменения, достигнутые компаниями по результатам изменений в их подходе к экспорту.

Международный торговый центр благодарит Европейский Союз за щедрую поддержку в рамках проекта Ready4Trade и пять национальных партнеров за сотрудничество и тесное взаимодействие в ходе реализации компонента Инициативы по обучению управлению экспортом в Центральной Азии.



# KAZAKHSTAN: CASE OF BILLION FILTERS

*“BILLION FILTERS is an ambitious company that manufactures products unique for Kazakhstan but does not fully realize its export potential. Thanks to coaching from ITC, the company received the necessary knowledge to optimize expenses, reduce costs and enter new export markets.”*

**Mr. Alikhan Kanapiya,**  
ITC EMCI coach

## SME Profile

BILLION FILTERS is the only manufacturer of polypropylene filters in Kazakhstan.

The company produces 340,000 filters annually, supplying around 2 million people with clean sediment free water. Rapidly expanding, the company has captured the domestic market and is ready to expand abroad.

With the support of the Ready4Trade project, BILLION FILTERS became the first filter manufacturer in the CIS countries to trade on Alibaba.

Ambitious as ever, the company strives to enhance the quality of packaging, optimize logistics and supply chain to become more export-worthy.

To reap the benefits of the EMC initiative implemented by the ITC and funded by the EU, BILLION FILTERS invited Alikhan Kanapiya to conduct coaching.

## Interventions and Recommendations

BILLION FILTERS produces unique filters for the Kazakh market and also exports them to Kyrgyzstan and Uzbekistan. To avoid damage to goods in transit and also to save on packaging costs Alikhan proposed to replace the logistics packaging from cardboard to plywood.

Alikhan suggested using the following ITC trade facilitation tools: TradeMap (<https://www.trademap.org/>), Market Analysis Tool (<https://marketanalysis.intracen.org/en>) and Market Access Map ([macmap.org](https://www.macmap.org)).

Further, he proposed to consider state support, including information support from “Atameken” regarding the ST KZ rules of origin; cooperation with KazakhExport in hedging against potential non-payment risks while exporting.

## Coaching mission outcomes and outputs

The company has already started to implement the proposed improvements. Specifically, ‘BILLION FILTERS’ purchased plywood to improve the outer packaging. The resulting reduction of the occurrences of transportation-related damage has recently been minimized.

Throughout the coaching, Alikhan highlighted the importance of networking and using cooperation with state organisations to support the expansion of sales markets.

Thanks to the information received, the company signed a contract for export to Macedonia. In the future, the company plans to enter the EU market, and the knowledge gained on the sustainable packaging requirements and the necessary documentation will definitely help ‘BILLION FILTERS’.

*“We considered all the recommendations on logistics and customs clearance. Thanks to the coaching, we learned about the possibility to recoup transportation expenses. Alikhan also told us about the government-supported financial instruments, such as L/C, etc. We will definitely be using the L/Cs in our export operations, which would help us increase volumes of exports. Inspired by the EMCI, we also plan to establish the production of carbon filters for chlorine removal outside the country in the near future.”*

**Toktalyk Ziyekenov,**  
founder, BILLION FILTERS



# КАЗАХСТАН: КЕЙС «БИЛЛИОН ФИЛЬТРОВ»

*“BILLION FILTERS - амбициозная компания, производящая уникальную для Казахстана продукцию, но не полностью реализующая экспортный потенциал. Коучинг МТЦ дал предприятию необходимые знания для оптимизации расходов, снижения затрат и выхода на новые экспортные рынки”.*

**Алихан Канапия,**  
коуч ИКУЭ, МТЦ

## О компании

Компания BILLION FILTERS - единственный производитель полипропиленовых фильтров в Казахстане. Ежегодно компания производит 340 тыс фильтров, обеспечивая около 2 млн чел чистой водой.

Стремительно развиваясь, компания захватила внутренний рынок и готова к экспансии за рубеж. При поддержке проекта R4TCA компания стала первым производителем фильтров в СНГ, торгующим на Alibaba.

Амбициозные цели компании - улучшить качество упаковки, оптимизировать логистику дабы стать более пригодной для экспорта с помощью коуча Алихана Канапии.

## Предложения и рекомендации

BILLION FILTERS производит уникальные фильтры для казахстанского рынка и экспортирует их в Кыргызстан и Узбекистан. Во избежание повреждения товаров при транспортировке и для экономии Алихан предложил заменить материал логистической упаковки с картона на фанеру.

Алихан предложил воспользоваться рядом разработанных МТЦ инструментов содействия торговле, таких как Карта торговли (<https://www.trademap.org/>), Инструмент анализа рынка (<https://marketanalysis.intracen.org/en>) и Карта доступа к рынку ([map.org](https://www.map.org)).

Коуч посоветовал воспользоваться государственной поддержкой, включая консультации “Атамекен” по сертификатам происхождения ST KZ и сотрудничество с KazakhExport для страхования рисков с оплатой.

## Итоги и результаты коучинга

Компания уже начала работать над улучшениями, предложенными коучем. Согласно рекомендациям коуча, ‘BILLION FILTERS’ приобрела фанеру для улучшения качества упаковки. Стоит отметить, что объем дефектов при транспортировке в последнее время был минимальным.

На протяжении всего периода коучинга Алихан подчеркивал важность навыков налаживания контактов и сотрудничества с государственными организациями для расширения рынков сбыта.

Благодаря полученной информации компания подписала контракт на экспорт в Македонию. Компания планирует выйти на рынок ЕС, и полученные знания о требованиях к экологичной упаковке, экспортной документации помогут ‘BILLION FILTERS’ в этом.

*“Мы учли все рекомендации по логистике и таможенной очистке грузов на вывоз. Благодаря коучингу мы узнали о возможности получения возмещения транспортных расходов. Алихан также рассказал нам о финансовых услугах, предоставляемых правительством - аккредитивах, и т.д.. Мы обязательно используем аккредитивы, что поможет нам увеличить продажи в другие страны. Благодаря ИКУЭ мы также планируем в скором будущем наладить производство угольных фильтров для удаления хлора за рубежом.”*

**Токталык Зиекенов,**  
основатель, BILLION FILTERS

# KAZAKHSTAN: CASE OF STOLICHNAYA TRAPEZA

*“Adherence to high standards in production, work on improving export practices - that is what distinguishes ‘Stolichnaya Trapeza’ and gives confidence in their potential for development.”*

**Ainur Tleuova,**  
ITC EMCI coach

## SME Profile

‘Stolichnaya Trapeza’ is a young Kazakhstani meat processing brand.

Since 2018, the company has been producing natural meat with no additives or genetically modified ingredients and is already in the top 15 producers in its product category.

The company has its own livestock farms with a production capacity of up to 3,000 cattle, and a processing plant equipped with European machinery. To capitalize on strict compliance with food safety standards, ‘Stolichnaya Trapeza’ plans to scale its production outside the domestic market and start exporting. The management seized an opportunity to take part in the EMCI to learn more about the intricacies of exports.

## Interventions and Recommendations

During the 5-day mission, Ainur Tleuova answered questions and shared information related to various aspects of export.

Since the leadership aspires to start exporting meat products to the Gulf states, Ainur advised researching HALAL compliance and certification requirements. The challenge of transporting chilled meat has to align with biodegradable packaging to meet market expectations towards packaging.

Ainur recommended re-assessing and improving labelling quality to meet target market standards. She proposed integrating an SOP for periodic quality reviews even when no new shipments are planned to solidify relations with the suppliers.

## Coaching mission outcomes and outputs

The knowledge shared by Ainur inspired ‘Stolichnaya Trapeza’ to upgrade packaging, replace the current packaging with eco-friendly materials whilst preserving the highest product quality.

The lucrative meat products market segment craves suppliers of quality meats, and Kazakhstan can fill this void, bringing products to Uzbekistan, PRC, Iran and the Gulf states.

To cater for this expansion, the company is researching the HALAL compliance certification to widen the geography of exports to neighbouring countries and beyond.

*“As part of coaching, [our] company acquired valuable knowledge on the packaging, labelling and promoting the export of its products to foreign markets, using the ITC Tool Portal for marketing. At the moment, the company is concluding agreements for the export of frozen beef to Uzbekistan, in the future it is planned to export premium chilled beef to China, Iran, Saudi Arabia.”*

**Aidar Nigmatov, director,**  
‘Stolichnaya Trapeza’



# КАЗАХСТАН: КЕЙС «СТОЛИЧНАЯ ТРАПЕЗА»

*“Приверженность высоким стандартам в производстве, совершенствование экспортной практики - вот что отличает “Столичную Трапезу” и дает уверенность в ее потенциале развития.”*

**Айнур Тлеуова,**  
коуч ИКУЭ МТЦ

## О компании

“Столичная Трапеза” - молодой казахстанский бренд мясной продукции. С 2018 года компания производит натуральные мясные продукты без добавок и генетически модифицированных ингредиентов и уже вошла в топ-15 производителей в своей продуктовой категории.

У предприятия есть собственные фермы до 3000 голов скота и мясоперерабатывающий завод с европейским оборудованием.

Для извлечения максимальной выгоды от строгого соблюдения стандартов пищевой безопасности “Столичная Трапеза” решила вывести свое производство за пределы домашнего рынка и начать экспорт. Для изучения деталей экспортных процедур руководство предприятия решило использовать возможность участия в ИКУЭ.

## Предпринятые меры и рекомендации

В ходе 5-дневной миссии Айнур отвечала на вопросы и делилась информацией по различным аспектам экспорта.

Так как руководство надеется начать экспорт в страны Персидского залива Айнур посоветовала изучить требования на соответствие Халаль. Для того, чтобы соответствовать ожиданиям рынка биоразлагаемая упаковка должна отвечать задачам транспортировки охлажденного мяса.

Айнур рекомендовала еще раз оценить качество маркировки и обновить ее под стандарты целевого рынка. Она предложила ввести СОП для периодической проверки качества даже при отсутствии новых поставок.

## Итоги и результаты коучинга

Знания, полученные от Айнур, вдохновили “Столичную трапезу” обновить упаковку и заменить существующую на более экологичную, при этом обеспечивая высокое качество продукции.

Прибыльный рынок мясной продукции ждет поставщиков качественного мяса, и Казахстан может заполнить вакуум, поставляя продукцию в Узбекистан, КНР, Иран и страны Персидского залива.

Для обеспечения выхода на новые рынки предприятие изучает требования на соответствие сертификации Халаль с тем, чтобы расширить географию экспорта в сопредельные страны и за их пределы.

В рамках коучинга компания получила ценные знания по упаковке, маркировке и продвижению экспорта своей продукции на зарубежные рынки, используя для маркетинга инструментальный портал МТЦ.

*“В настоящее время компания заключает договора на экспорт замороженной говядины в Узбекистан, в дальнейшем планируется экспорт охлажденной говядины премиум-класса в Китай, Иран, Саудовскую Аравию.”*

**Айдар Нигметов,**  
Директор, “Столичная трапеза”



# KAZAKHSTAN: CASE OF ASIANA PRODUCTION

*“The company manufactures European quality products, [it] has great prospects regarding the locally manufactured beauty care products. I am sure that using all the knowledge and tools acquired, Asiana Production will be able to scale up their production, not only in Kazakhstan and Russia, but also abroad.”*

**Ms. Marjan Jiyessova,**  
EMCI coach, ITC

## SME Profile

Asiana Production is a Kazakhstani manufacturer of depilatory products.

The SME uses European standard quality products and organic ingredients. Currently, the company is producing 20+ types of hair removal cosmetics based on unique formulae. The company also opened the MyEpil training centre, where beauty care professionals train on various sugar depilation programs.

Regarding its export potential, the company's products are featured in Russia, Kyrgyzstan, and every major city of Kazakhstan.

Domestic success and confidence from the neighbouring countries inspired Asiana Production to expand its export geography and take part in the EMC initiative.

## Interventions and Recommendations

To capitalize on the company's achievements and ensure it fully benefits from exporting, Marzhan made several recommendations.

Proper labelling is essential to ensure product safety, avoid damage and spoilage during long haul transportation. Marzhan recommended displaying clear handling information on external packaging for freight operators. Namely, proper display of storage temperatures is critical in maintaining product safety.

Marjan also suggested consulting the State Revenue Department regarding the use of proper HS codes for exports. This is critical in exporting products outside the EAEU countries as correct product classification determines customs duty and tax rates in the recipient countries.

Marjan proposed using the ITC tools such as Market Access Map, Sustainability Map for market research, analysis, non-tariff regulation measures, customs duty rates.

Finally, Marjan instructed on the QazTrade compensation programs that assist SMEs with logistics costs, certification, marketing, and participation at international fairs.

## Coaching mission outcomes and outputs

As for the immediate effects of the coaching missions on the company's export practices, Asiana Production has already improved the external labelling to cater for international rules of trade based on Marjan's guidance.

Further, the management will revise the HS codes to benefit from exporting products outside the Customs union to countries like Georgia and Uzbekistan.

Finally, Government's export support programmes by QazTrade prompted the company to explore the opportunities.

*“We learned about the QazTrade export support programs. We will be able to partially cover the costs of international expos. It's handy using ITC export planning tools, especially macmap.com. Further, thanks to ITC's R4TCA coaching, we got a chance to offer our products on Alibaba.com, which opens global opportunities for our company.*

*Overall, a coach is a person who comes to listen to you. We make all the decisions ourselves while the coach helps steer us in the right direction.”*

**Bolatbek Yesmurzayev,**  
director





# КАЗАХСТАН: КЕЙС «ASIANA PRODUCTION»

*“Компания выпускает продукцию европейского качества, у нее большие перспективы в производстве отечественной косметики. Я уверена, что, используя все полученные знания и инструменты, Asiana Production сможет увеличить масштабы производства не только в Казахстане и России, но и за рубежом.”*

**Маржан Джиесова,**  
коуч ИКУЭ, МТЦ

## О компании

Asiana Production - казахстанский производитель средств депиляции. Используя продукты европейского стандарта качества и органические ингредиенты, предприятие производит свыше 20 средств для депиляции по оригинальным рецептурам.

Компания открыла учебный центр MyEpil, где опытные специалисты обучаются различным программам шугаринга.

Что касается экспортного потенциала, то продукция компании представлена в РФ, Кыргызстане и во всех крупных городах Казахстана.

Успех на внутреннем рынке и в соседних странах вдохновили МСП на расширение географии экспорта и на участие в коучинге.

## Проблемы и рекомендации

Для закрепления успеха компании и реализации экспортного потенциала Маржан предложила несколько рекомендаций.

Маркировка крайне важна для сохранности продукции при перевозке. Маржан предложила добавить на внешнюю упаковку информацию о термо режимах перевозки для обеспечения сохранности товара.

Также Маржан предложила уточнить в ДГД правильные коды ТН ВЭД для классификации продукции. Это особенно важно при экспорте за пределы ЕАЭС с целью расчета ввозных пошлин и налогов.

Гжа Джиесова посоветовала МСП использовать такие инструменты ИТС, как Карта доступа на рынок

и Карта устойчивости. Эти онлайн инструменты помогут МСП с анализом требований рынков и информации по мерам нетарифного регулирования и ставкам пошлин.

Помимо международных источников информации, Маржан рекомендовала изучить программы поддержки экспортеров от QazTrade, которые предусматривают компенсацию логистических расходов, сертификацию, расходов на маркетинг и участие в международных выставках.

## Итоги и результаты коучинга

Рассматривая непосредственное влияние коучинга на рост экспортного потенциала компании, компания уже модернизировала внешнюю маркировку для транспортировки с учетом требований межстрановой логистики в соответствии с правилами международных перевозок. Руководство пересмотрит коды ТН ВЭД для экспорта продукции на рынок стран за пределами Таможенного союза, таких как Грузия и Узбекистан.

Наконец, меры по государственной поддержке экспортеров, осуществляемые QazTrade, вызвали непосредственный интерес компании.

*“Мы узнали о существовании программ поддержки экспорта QazTrade для МСП, и мы сможем частично покрыть поставки и расходы на международные выставки. Удобно использовать инструменты планирования экспорта МТЦ [map.com](http://map.com). Благодаря коучингу [по R4TCA] мы вышли на [Alibaba.com](http://Alibaba.com) с глобальными перспективами.*

*Коуч - это человек, который приходит послушать вас. В конце концов, решения мы принимаем сами, коуч лишь направляет в нужную сторону.”*

**Болатбек Есмурзаев,**  
директор

# KYRGYZSTAN: CASE OF AGROLEAD PLUS

*“I hope that I was able to provide relevant recommendations to address the SME’s issues in packaging and labelling, certification and export planning. I hope AgroLead would ensure continuity and sustainability of the interventions and their staff members would take advantage of the knowledge transferred to them in the months and years ahead.”*

**Ms. Elvira Suvanova,**  
ITC EMCI coach

## Company Overview

AgroLead Plus is a public agricultural association that unites more than 100 farming unions across Kyrgyzstan, with a total of over 1,000 hectares of cultivated land. A woman-owned SME focuses on the production and exports of potato and potato seeds to neighbouring countries, but with great plans to expand the export country list.

AgroLead proudly employs specialists with more than 10 years of professional agricultural experience. With a strong focus on perfecting the production, AgroLead Plus aspires to increase its export potential, especially in areas of packaging and labelling, certification, and shipping products internationally. AgroLead Plus took advantage of the Export Management Coaching Initiative implemented by the ITC and financed by the EU to clarify various aspects of export processes.

## Challenges and Recommendations

AgroLead exports vegetables to neighbouring countries, with plans to expand exports to other countries. Strict compliance with food safety standards and regulations is essential to success, Elvira shared several links to market analysis tools, information on food safety standards in countries of the Eurasian Economic Union.

Elvira recommended that AgroLead requires forwarders to guarantee to maintain the ‘cold chain’ conditions. The SME should insist that contracts with freight forwarders must require forwarders to compensate buyers for any losses due to cold chain failure.

It’s vital to maintain the quality of products, packaging, transportation, hence the recommendation to develop a supplier/operator selection, evaluation system.

## Key Outcomes of the Coaching Mission

Monitoring the ever-changing food safety regulations of the EEU and using various ITC market analysis would help AgroLead to stay abreast of the export market changes.

Based on recommendations, AgroLead shall develop lists of approved packaging suppliers, freight forwarders by grading each company on historic experience and select operators based on the risk benefit analysis.

AgroLead also intends on developing a freight forwarder contract template requiring them to maintain the cold chain during long haul transportation as an essential step towards expanding the geography of export.

*“It was highly useful for us to get information on the Eurasian Economic Union’s Technical Regulation in relation to the safety of food products for packaging and labeling.*

*Our current clients are in Uzbekistan and Tajikistan and these requirements are not applicable there, but we have plans to access markets of the Customs Union in the future, that is why these interventions were so useful for us.”*

**Kubanychbek uulu Ulanbek,**  
Chairman of the Board, “AgroLead Plus”



# КЫРГЫЗСТАН: КЕЙС «АГРОЛИД ПЛЮС»

*“Надеюсь, что мне удалось дать соответствующие рекомендации по решению задач предприятия в области упаковки и маркировки, сертификации и планирования экспорта. Я также надеюсь, что компании в будущем удастся обеспечить устойчивое внедрение моих рекомендаций, а сотрудникам AgroLead Plus они будут приносить пользу многие месяцы и годы.”*

**Эльвира Суванова,**  
коуч МТЦ

## О компании

Кооператив «AgroLead Plus» - это с/х объединение свыше 100 фермерских хозяйств по всему Кыргызстану и тысячу га культивируемых земель. Возглавляемое женщиной предприятие ориентировано на производство, экспорт картофеля и семян в соседние страны, имея серьезные планы по расширению географии экспорта.

В AgroLead Plus работают профессионалы с десятилетиями опыта в сельском хозяйстве. Уделяя особое внимание совершенствованию производства, AgroLead Plus решило увеличить свой экспортный потенциал в вопросах упаковки и маркировки, сертификации и международной транспортировки.

С целью изучения различных аспектов экспортных процедур AgroLead Plus решила принять участие в коучинговой инициативе по управлению экспортом, реализуемой МТЦ и финансируемой ЕС.

## Проблемы и рекомендации

AgroLead Plus экспортирует овощи соседям, планируя расширение экспорта в другие страны. Строгое соблюдение норм пищевой безопасности - залог успеха экспорта, поэтому Эльвира поделилась с МСП ссылками на инструменты анализа рынка и стандарты пищевой безопасности стран ЕАЭС.

Эльвира рекомендовала AgroLead требовать от перевозчиков гарантий соблюдения “холодной цепи” при экспорте продукции. Необходимо настаивать на том, чтобы контракты с экспедиторами требовали возмещения всех

убытков из-за несоблюдения температурных требований.

Для обеспечения высокого качества не только продукции, но и упаковки, транспортных услуг, коуч рекомендовала внедрить систему отбора, ранжирования поставщиков и экспедиторов.

## Итоги и результаты коучинга

Мониторинг меняющихся регламентов ЕАЭС и использование инструментов МТЦ по анализу рынка позволят AgroLead Plus иметь актуальную информацию на экспортных рынках.

AgroLead составит список поставщиков упаковки и экспедиторов, оценивая результаты и выбирая оптимального партнера после анализа рисков и преимуществ контрагента.

AgroLead также собирается изменить шаблон договора с экспедиторами, требуя соблюдения условий холодной цепи, обязательных при расширении географии рынков сбыта.

*“...для нас было очень полезным ТР ЕАЭС по безопасности пищевой продукции по части упаковки и маркировки. Как я говорил, по экспорту мы работаем с Узбекистаном и Таджикистаном, и там таких требований пока нет, но у нас в планах выход на рынки стран ТС, поэтому ваши материалы были весьма кстати. Также ваши данные по базе данных поставщиков и стандарты веса тоже помогут нам в будущих поставках сельхозпродукции в странах ЕАЭС.”*

**Кубанычбек уулу Уланбек,**  
Председатель СД, «AgroLead Plus»



**Бизнес  
Ассоциация  
JIA**

# KYRGYZSTAN: CASE OF BAZIKO STYLE

*“Baziko Style is a highly ambitious company, with huge potential and great future prospects. The entire team is very open-minded and ready to embrace new information and learn. I feel that they strive very hard to attain international quality standards and to capture new markets. Ms Samieva the owner, is a true workaholic, in the constant search of new knowledge, experience. She is continuously thinking about learning new ways of improving business processes. Her ultimate goal is to build a truly sustainable and successful company exporting quality womenswear.”*

**Ms. Saltanat Abdykerimova,**  
ITC EMCI coach

## Company Overview

Baziko Style is a woman-owned manufacturer of white label and proprietary branded premium quality textiles and womenswear, including blouses, shirts, dresses, outerwear, tops, jackets, and school uniforms.

The company is based in Bishkek, creating 55 jobs mostly for women. Baziko Style is producing up to 1,500 clothing items per day, with the target markets being Russia and Kazakhstan.

## Challenges and Recommendations

Baziko Style has been exporting small and frequent consignments of up to 50 kg several times per week to Russia and Kazakhstan. Our coach helped alleviate Baziko’s fears and reluctance to attempt exporting larger shipments (up to container load) due to fears of dealing with customs formalities, managing relationships with forwarders.

Saltanat built up confidence of the owner, management team by helping understanding how specific exporting processes work (packing, customs, shipping, certification). As a result, the owners now have the ambitions to start exporting container loads of womenswear to the EU benefitting from the GSP+ preference schemes.

The coach also inspired Baziko Style to get ISO 9001-certified, recommending an EBRD programme that supports ISO 9001 certification by co-financing the efforts. Additionally, Ms Abdykerimova shared contacts of the certification service providers with Baziko.

## Main outcomes from the Coaching Mission

Baziko Style had already been contemplating the necessity of enhancing its business processes in order to expand its export operations. Consequently, Saltanat’s interventions fell on the already fertile soil. Baziko Style decided to develop the written Standard Operation Procedures (SOPs) for each stage of the production and quality assurance processes, and assigned qualified supervisors and extra resources to ensure the highest product quality.

Baziko Style is currently considering getting ISO 9001 certified, weighs various options, including Saltanat’s recommendation to apply for cofinancing of the certification expenses by EBRD. As Baziko Style grows its operations and strikes new partnerships with clients and suppliers, they should take advantage of the recommendation to check prospects’ profiles through various business associations and consider developing standard contract templates to help strike agreements with new partners.



# КЫРГЫЗСТАН: КЕЙС «BAZIKO STYLE»

*“Baziko Style -- это амбициозная компания с огромным потенциалом и большими перспективами на будущее. Вся команда очень открыта, восприимчива к новой информации и готова учиться. Я чувствую, что они очень стремятся достичь международных стандартов качества и выйти на новые рынки. Г-жа Самиева, собственник предприятия, - это настоящий трудоголик, которая находится в постоянном поиске новых знаний и опыта. Она непрерывно думает об изучении новых способов улучшения бизнес процессов. Ее конечная цель -- построение по-настоящему устойчивой и успешной компаний, экспортирующей качественную женскую одежду.”*

**Салтанат Абдыкеримова,**  
коуч МТЦ по управлению экспортом

## О компании

Baziko Style, возглавляемая женщиной, производит текстиль и женскую одежду премиум класса в формате «white label», а также под собственным брендом. Ассортимент выпускаемых изделий включает блузки, платья, верхнюю одежду, куртки и школьную форму. Компания базируется в Бишкеке и предоставляет 55 рабочих мест преимущественно для женщин. Baziko Style производит до 1500 единиц одежды в день, ориентируясь на свои целевые рынки экспорта в России и Казахстане.

## Задачи и рекомендации

Baziko Style регулярно отправляет небольшие партии продукции (до 50 кг) в Россию и Казахстан. Коуч помогла предприятию избавиться от опасений и нежелания брать ответственность за экспорт более крупных партий грузов (вплоть до контейнера), в том числе опасений выполнения таможенных формальностей и выстраивания отношений с перевозчиками.

Салтанат придала команде уверенности в понимании того, как работают конкретные экспортные процессы (упаковка, таможенные процедуры, транспортировка, сертификация). В результате у владельцев появились амбиции начать экспортировать крупные партии женской одежды в ЕС, используя схемы преференций GSP+.

Коуч вдохновила Baziko Style получить сертификат ISO 9001 и рекомендовала программу ЕБРР, которая поддерживает сертификацию ISO 9001 за счет софинансирования расходов.

Также коуч порекомендовала улучшить упаковку и маркировку, в частности качество и четкость печати этикеток.

Наконец, для рынков ЕАС коуч рассказала о регламенте TR TC 005 2011 о прослеживаемости и маркировке товаров, в частности, женской одежды.

## Итоги и результаты коучинга

Baziko Style уже задумывались об изменении рабочих процессов для расширения экспорта. Рекомендации коуча упали на благодатную почву. Baziko Style решила разработать письменные регламенты для каждого этапа производства и контроля качества. Предприятие решило назначить ответственных за процессы, а также резервных сотрудников для обеспечения высочайшего качества продукции.

В настоящее время Baziko Style рассматривает возможность сертификации по стандарту качества ISO 9001, и изучает варианты, в частности, рекомендации коуча обратиться к ЕБРР для софинансирования расходов на сертификацию.

Так как Baziko Style намерена активизировать свою деятельность и искать новых клиентов и партнеров, предприятие решило воспользоваться рекомендациями коуча проверять профили потенциальных клиентов через бизнес ассоциации, а также разработать типовые договоры с контрагентами.



**Бизнес  
Ассоциация  
JIA**

# KYRGYZSTAN: CASE OF PUBLIC FOUNDATION JANYRTUU

*"I was completely overwhelmed with emotion by looking into the eyes of these kids. What they make with their hands is truly amazing. ITC-supported Janyrtuu's participation in the Ambiente Fair in Frankfurt, resulting in orders from the Fair Trade stores across the EU, is a great example of giving back. The foundation is actively growing its line of products, enhancing the quality and eagerly implementing our recommendations. This is truly inspirational, and I am grateful to these amazing achievers for getting a chance of sharing my knowledge with them."*

**Ms. Jipara Rayimkulova,**  
ITC EMCI coach

## Company Overview

Janyrtuu is a women-managed public non-profit foundation established to support vulnerable categories, women and special children with mental disorders.

To socialize and develop special children's motoric skills, enthusiasts among their parents established a small club. Anastasia Kolodyazhnaya is a fantastic woman and a founder and manager of this initiative.

What started as a special needs club, turned into a micro business when the parents realized selling amazing handicraft could help sustain the operations.

With the business part small at first, it has been steadily growing ever since in size, product range. Inclusive participation is at the forefront of the initiative. Today, Janyrtuu is producing toys, a full line of ethnic souvenirs from felt, beads, etc.

To cater for adults with special needs, Janyrtuu started producing clothing and textiles in a small women-run shop. Products are mainly sold locally, with small sporadic shipments abroad.

## Challenges and Recommendations

Janyrtuu had problems with packaging suppliers, poor label quality. The coach reviewed labels, advised on ways to correct print, readability. To help with the operations management, Jipara proposed to adopt a series of SOPs to set instructions for sourcing materials, production, packing, sales, etc.

To reduce costs, the coach suggested manufacturing unique self-designed packaging, eliminating the use of plastics for packaging.

On information on the EU market requirements, Jipara recommended ITC's tools such as TradeMap.

To cater to the growing interest in the "Made in KGZ" handicraft from the EU Fair Trade stores, Janyrtuu received coaching on entering the EU market whilst fully utilizing the GSP+ benefits. CE certification for felt toys was proposed to attain via the partnership with the EU importers.

Jipara recommended maintaining regular contact with reliable partners, quickly dispatching pro-forma invoices (template shared by the coach) to capture and fulfil more orders.

## Key Outcomes of the Coaching Mission

Resulting changes from the coaching mission include Janyrtuu replacing packaging with cheaper natural jute and textile packaging, improving quality and reducing costs of packaging and labelling.

Also, the foundation systematized its business processes through the use of the SOPs, introduced a number of management best practices.

*"Taking part in the coaching initiative helped us gain knowledge of the SOPs, streamlining business processes, increasing the efficiency of manufacturing, all this within the framework of working with the special people. Changes resulted in us cutting costs, e.g. by changing packaging, improving quality assurance, introducing export planning, management, introducing pro-forma invoices. We hope these changes result in the opening of new markets to our products in the near future."*

**Anastasia Kolodyazhnaya,**  
Public Foundation Janyrtuu



# КЫРГЫЗСТАН: КЕЙС ОФ «ЖАНЫРТУУ»

*“Я была переполнена эмоциями, глядя в глаза этим детям. То, что они делают своими руками поистине потрясающе. Участие Janyrtuu в ярмарке «Ambiente» во Франкфурте, заказы от магазинов Fair Trade по всему ЕС - это лишь некоторые из примеров усилий, поддерживаемых МТЦ. Фонд активно расширяет линейку продуктов, повышает их качество и охотно выполняет наши рекомендации. Это действительно воодушевляет, и я благодарна этим замечательным участникам нашей инициативы за возможность поделиться с ними своими знаниями.”*

**Жипара Раимкулова,**  
коуч МТЦ

## Информация о компании

ОФ Жаныртуу (бренд Janyrtuu\_offer) возглавляется женщиной, оказывает поддержку уязвимым категориям населения: женщинам и детям с особенностями ментального развития. Изначально организация была создана энтузиастами из числа родителей в виде мастерской для социализации и развития моторных навыков детей с особенностями. Анастасия Колодяжная, основательница инициативы, является также менеджером.

То, что начиналось как клуб по особым нуждам, превратилось в микро-бизнес, когда родители осознали, что они могут продавать часть поделок для расширения и поддержания мастерской.

Деловая составляющая, незначительная на первом этапе, уверенно росла в объеме и ассортименте продукции, ставя инклюзивность на первый план. Сегодня Janyrtuu производит игрушки, набор этнических сувениров из войлока, бисера, и т.д.

Для занятости взрослых с особыми нуждами фонд Жаныртуу начал изготовление одежды и текстиля в маленькой женской мастерской. Основные рынки сбыта - внутри страны с единичными заказами за рубеж.

## Проблемы и рекомендации

У Жаныртуу были проблемы с поставщиками упаковки, с низким качеством этикеток. Коуч изучила этикетки, дала советы по исправлению текста, четкости печати. Для решения вопросов по менеджменту Жипара рекомендовала внедрить различные регламенты и инструкции по закупу материалов, производству, упаковке, продаже, и т.д. Для снижения затрат коуч предложила самостоятельно выпускать собственную упаковку без пластика.

В качестве источника информации по требованиям рынка ЕС коуч советует использовать TradeMap, онлайн ресурс МТЦ.

Жаныртуу должен уметь удовлетворять возрастающий интерес к продукции ручного труда «Сделано в КР» со стороны магазинов Fair Trade в ЕС. Был проведен коучинг по выходу на рынок ЕС, пользуясь льготами ВСП+. Сертификат CE для войлочных игрушек можно получить с помощью заказчиков из ЕС.

Жипара рекомендовала регулярно взаимодействовать с надежными партнерами, быстро высылать правильные проформа инвойсы (шаблон был рекомендован коучем) для получения и выполнения большего числа заказов.

## Итоги и результаты коучинга

Результатами коучинга стала замена упаковки на текстильные пакеты с джутовой тесьмой собственного изготовления, удешевляя и экономя на этикетках. Также Жаныртуу смог систематизировать свои производственные процессы, используя техкарты и внедряя ряд управленческих рекомендаций.

*«Участие в коучинговой инициативе помогло нам расширить наши знания о таких вопросах, как стандартные операционные процедуры, оптимизация бизнес-процессов, повышение эффективности производственных процессов, и все это в рамках работы с людьми с особенностями развития. Внедренные изменения позволили добиться сокращения расходов, в частности, за счет изменения упаковки, улучшения контроля качества, внедрения экспортного планирования, управления, изменения проформы инвойса. Мы надеемся, что эти изменения приведут к открытию новых рынков для нашей продукции в ближайшем будущем.»*

**Анастасия Колодяжная,**  
ОФ Жаныртуу



**Бизнес  
Ассоциация  
JIA**

# TAJIKISTAN: CASE OF IE ANGUBIN

*“This coaching initiative, among other things, provides significant support and assistance to local SMEs in the food sector. Small entrepreneurs often have doubts about their actions concerning the export of products, due to the lack of such experience. This is why we, coaches, are needed.”*

**Mr. Talbi Shoev,**  
ITC coach

The SME owner has also applied to obtain the veterinary and sanitary certificates from the Tajikistan Government’s Committee on Food Safety.

*“This initiative helps and supports small businesses that are merely starting to export their products.”*

**Mr. Aslihiddin Giyosidin,**  
Director of IE “Angubin”

## Company overview

“Angubin” produces honey, cultivates bee apiaries, and wholesales bees.

The production is located in Vahdat, and the business employs seven permanent staff members.

Domestically, Angubin sells products to all regions of Tajikistan.

As for the export markets, their key export markets are in the following countries: Afghanistan, UAE (Dubai), with plans to expand sales to Russia.

## Challenges and Recommendations

Having discussed all the intervention areas, the coach and the owner identified several areas for improvement, specifically, packaging and labelling, export documentation. The export management coach recommended reconsidering the use of stainless steel, aluminium or aluminium alloy jars for transporting honey, including wooden barrels for storing honey.

Also, the coach advised to analyze the market and export opportunities in the beekeeping sector, explained the importance of veterinary and sanitary certificate when exporting honey.

## Key Coaching Mission Outcomes

Based on coach’s recommendations, the SME ordered glass jars and proper containers for transporting honey.

The existing aluminum containers and tanks were coated with a special food grade lacquer. Talbi helped develop new product label that meets the manufacturing standards.





# ТАДЖИКИСТАН: КЕЙС ИП АНГУБИН

*“Эта инициатива по коучингу, помимо прочего, оказывает значительную поддержку и помощь местным МСП в пищевой промышленности. Из-за недостатка опыта у них часто возникают сомнения по поводу экспорта продукции. Вот почему они нуждаются в нас, коучах.”*

**Г-н Талби Шоев,**  
коуч МТЦ

## Профиль предприятия

“Ангубин” занимается производством цветочного пчелиного меда, разведением пчелиных пасек, и продажей пчел.

Производственная база с семью постоянными сотрудниками расположена в г. Вахдат.

Внутри страны “Ангубин” продает во всех регионах Таджикистана. Экспортные рынки - это Афганистан и ОАЭ (Дубай); планируется расширять экспорт в Россию.

## Проблемы и рекомендации

Обсудив все разделы программы, коуч и владелец выделили несколько областей, требующих улучшения, а именно упаковка и маркировка и экспортная документация.

Коуч рекомендовал пересмотреть использования емкостей для транспортировки меда из нержавеющей стали, алюминия или алюминиевого сплава, а также деревянных бочек для хранения меда.

Также коуч рекомендовал изучить рынки экспорта пчеловодства, объяснил важность ветеринарного и санитарного сертификатов при экспорте меда.

## Итоги и результаты коучинга

Приняв во внимание рекомендации коуча, предприниматель заказал стеклянные банки и контейнеры для перевозки.

Имеющиеся алюминиевые контейнеры и емкости были покрыты пищевым лаком. Благодаря рекомендациям коуча был разработан новая продуктовая этикетка, отвечающая стандартам.

Владелец также обратился в Комитет продовольственной безопасности при Правительстве Республики Таджикистан, для получения ветеринарных и санитарных сертификатов.

*“Данная инициатива существенно помогает малому бизнесу, который только начинает экспорт продукции.”*

**Г-н Аслихиддин Гиёсидин,**  
директор ИП “Ангубин”



# TAJIKISTAN: CASE OF LLC SITABR AGRO

*“Tajik companies have a unique opportunity to look at their business and export of their products with a fresh expert eye. The renowned management experts believe that coaching is a very useful tool for business development. This tool makes it possible to build / improve a business “with their own hands” using the coach’s recommendations. I think this Initiative will provide food for thought to businesses to promote their products outside the country with fewer barriers.”*

**Ms. Farzona Tilavova,**  
ITC coach

## Company Overview

“Sitabr Agro” LLC processes and vacuum packages sweet corn, with a capacity of 6000 cobs per hour. The company sells its products under the Bomaza trademark. Additionally, the company exports vegetables and fruit abroad.

The production facility is located Gissar, with 21 permanent and temporary employees, the number of employees is growing steadily.

Key “Sitabr Agro” markets are Afghanistan, Russia and Kazakhstan, with plans of exporting its products to the EU countries.

## Challenges and Recommendations

The coaching process at the “Sitabr Agro” went without a glitch. Staff welcomed everything that the coaching programme covered during the five days of the project.

The main challenges identified were the incorrect operation of the vacuum packaging machine. The operators inserted packages incorrectly causing damage to the inner packaging.

Also, there were issues with custom brokers in the past.

The EMC coach, having analyzed the processes, noted the need to introduce systematic training of vacuum packaging machine operators due to the seasonality of the recruited personnel.

As for the products, the coach recommended introducing an SOP to properly manage temperature controls prior to packaging.

Farzona reviewed the customs clearance processes and actions by the customs broker, suggesting consulting the customs officials to get their advice on reviewing the current broker’s work and potentially replacing him with a new one.

## Outcomes from the Coaching Mission

Based on Farzona’s recommendations, “Sitabr Agro” implemented the proposed interventions, and plans to launch the personnel training programme before the start of the new season.

*“We express our sincere appreciation and gratitude to the “Ready4Trade Central Asia” project and initiative of ITC for a useful and non-standard approach to the coaching process, which pushes businesses to grow and get better.”*

**Mr. Jakhongir Babaev,**  
Director, “Sitabr Agro”



*“У таджикских компаний есть шанс по-новому взглянуть на себя и на экспорт своей продукции. Признанные эксперты в сфере менеджмента считают, что коучинг очень полезен для развития бизнеса. Он дает возможность выстроить / улучшить бизнес «своими руками», используя рекомендации коуча. Думаю, что эта инициатива даст пищу для размышлений в плане продвижения их продукции за рубеж с наименьшими преградами.”*

**г-жа Фарзона Тилавова,**  
коуч МТЦ

## Профиль предприятия

ООО «Ситабр Агро» занимается переработкой и вакуумной упаковкой сахарной кукурузы производительностью 6000 початков в час. Предприятие продает продукцию под торговой маркой *Вomaza*, а также экспортирует овощи и фрукты за границу.

На производстве в г. Гиссар работает персонал из 21 постоянных и временных сотрудников, штат неуклонно растет. Основными рынками сбыта «Ситабр Агро» являются Афганистан, Россия и Казахстан, с планами экспорта продукции в ЕС.

## Проблемы и рекомендации

Коучинг на предприятии «Ситабр Агро» прошел очень легко. Персонал приветствовал все, что включала в себя программа пятидневной миссии.

Были выявлены следующие основные проблемы: операторы вакуумной упаковочной линии неправильно вставляют заготовки, приводящие к повреждению внутренней упаковки.

Кроме того, в прошлом были проблемы с таможенными брокерами.

Проанализировав процессы, коуч отметила необходимость внедрения систематического обучения операторов упаковочного оборудования с учетом сезонности работ.

Касательно производимой продукции, коуч посоветовала ввести СОП для правильного контроля температуры перед упаковкой.

Фарзона изучила сопроводительные документы по грузам и действия таможенных брокеров, предложила проконсультироваться с сотрудниками таможни по вопросам работы текущего брокера и возможности его/ее замены.

## Результаты коучинговой миссии

«Ситабр Агро» внедрил рекомендованные г-жой Тилавовой изменения, а также планирует запустить программу обучения персонала до начала следующего сезона.

*“Мы выражаем признательность и благодарность проекту “Ready4Trade Central Asia” и инициативе МТЦ за такой подход к коучинговому процессу, который стимулирует предприятия развиваться.”*

**г-н Джахонгир Бабаев,**  
директор ООО «Ситабр Агро»



# TAJIKISTAN: CASE OF LLC NASIM

*“Previously, I did not have such experience, so this is new experience to try myself in such a difficult, but interesting role. During coaching, I realized that many of our companies were lacking important knowledge about export procedures. The perception of coaching by local specialists, consideration and acceptance of the consultant’s recommendations play a significant role. The coaching mission at LLC “Nasim” should improve their next steps towards successful export development in Tajikistan.”*

**Mr. Najib Khamraev,**  
ITC coach

## Company Overview

LLC “Nasim” produces mulberry fruit bars with various natural flavors. In addition, the company also exports dried mulberries.

The factory is located in Khorog (GBAO), with 10 permanent and temporary staff.

The company sells its products to all regions of the country. Main export markets of “Nasim” are Afghanistan, Russia and Norway (EU) with plans to expand sales to other EU countries.

## Challenges and Recommendations

Having reviewed SME’s production and exports, Nachib discovered a number of problems in all five EMCI subject areas.

E.g., the SME encountered regular internal packaging damage and unforeseen delays at customs.

After reviewing the documents, the coach proposed to replace plastic packaging with aluminum foil. To avoid problems with customs clearance, using customs broker services came out as a recommendation.

To satisfy high buyer standards, Mr. Hamrayev proposed to introduce a quality assurance SOP for finished products, and sourcing raw materials and packaging materials.

To satisfy high buyer standards, Mr. Hamrayev proposed to introduce a quality assurance SOP for finished products, and sourcing raw materials and packaging materials.

## Key Outcomes from the Coaching Mission

As recommended, LLC “Nasim” ordered an updated product packaging designed in Belarus, ordered aluminum foil from China and printing done in PRC as well to reduce costs for packaging fruit bars.

In April 2021, implementing the proposed recommendations, Nasim received its certificate of origin.

Same month, they started exporting its products to Russia through a recommended customs broker who helped resolve paperwork challenges.

*“This project greatly helped to understand all the details of packaging, labelling and exporting production.”*

**Mr. Nasratsho Rakhmatshoev,**  
Director, LLC “Nasim”



*“Ранее у меня такого опыта не было. Для меня коучинг - это совершенно новая роль, сложная, но в высшей степени интересная. В ходе коучинга я понял, что у многих наших предприятий отсутствуют знания и понимание процедур экспорта. Восприятие коучинга местными специалистами, изучение и принятие опыта и рекомендаций коуча играет огромную роль. Коучинговая миссия в ООО “Насим” должно стать фундаментом в области улучшения экспортного потенциала Таджикистана.”*

**Г-н Начиб Хамраев,**  
коуч МТЦ

## Профиль предприятия

ООО “Насим” производит фруктовые батончики из плодов тутовника, а также экспортирует сушеный тутовник.

Предприятие расположено в г. Хорог (ГБАО), на нём заняты 10 постоянных и временных сотрудников. Компания реализует продукцию во всех регионах Таджикистан.

Основные экспортные рынки компании - это Афганистан, РФ и Норвегия. Существуют планы экспорта и в другие страны ЕС.

## Проблемы и рекомендации

Изучив производство и экспортную документацию МСП, Начиб выявил целый ряд проблем во всех пяти областях коучинга.

В частности, МСП сталкивается с регулярным повреждением внутренней упаковки, а также с непредвиденными задержками на таможне.

После изучения документации коуч предложил заменить пластиковую упаковку на упаковку из алюминиевой фольги.

Во избежание проблем с таможенной очисткой, Начиб предложил воспользоваться услугами таможенного брокера.

Для обеспечения соблюдения высоких покупательских стандартов г-н Хамраев предложил внедрить систему внутренних регламентов по контролю качества готовой продукции, закупке сырья и упаковочных материалов.

## Результаты коучинговой миссии

ООО “Насим”, следуя рекомендациям, закупило новую упаковку, разработанную в Беларуси, а также в Китае приобрела алюминиевую фольгу и заказала печать упаковки с целью сокращения расходов на упаковку фруктовых батончиков.

В апреле 2021 г., реализуя рекомендации коуча, предприятие получило сертификат соответствия.

В тот же месяц компания начала экспортировать свою продукцию в Россию, пользуясь услугами таможенного брокера, который помог разобраться с экспортной документацией.

*“Проект значительно помог в понимании и решении проблем с упаковкой, маркировкой и экспортом нашей продукции.”*

**Г-н Насратшо Рахматшоев,**  
Директор ООО “Насим”



# TURKMENISTAN: CASE OF BURKUT ECONOMIC SOCIETY

*“Considering Burkut’s firm position on the local market and its high operational culture the major challenge in this mission for me was to understand in which way I could add value to the SME’s export aspirations. I am very glad that some of my interventions were immediately accepted by the enterprise and I was very pleased to see the evaluation form for the selection of suppliers offered by me to Burkut at the premises of my next coached enterprise.”*

**Ms. Gozel Akeeva,**  
local ITC coach

## Overview of the Coaching Mission

Confectionery Factory “Burkut” is a very young SME which was founded in 2017. This young enterprise pays serious attention to winning the trust of its customers and already in 2018 the company received its first international certificates – ISO 9001 and ISO 22000. Main products of the factory include bakeries, dessert pastes, chocolate, wafers and candies of various kinds produced of both domestic and imported raw materials.

Burkut has ambitions to expand its production range and diversify its exports in the next couple of years which was one of the reasons why they decided to take part in the Export Management Coaching Initiative.

## Technical Recommendations

One of the areas where coach decided to intervene was related to the acceptance of raw materials from its suppliers and service providers. While Burkut itself can boast of the state-of-the-art equipment, qualification of its personnel and streamlined internal operational processes, the risks posed by the quality compliance of procured materials and products still remain high. Coach’s recommendation to introduce a supplier evaluation form was therefore very timely in view of the SMEs plans to scale up export operations to the countries with high levels of acceptance standards like the Middle East and Europe.

Another intervention that was very closely related to the first one was to develop and constantly update a list of existing and potential suppliers of products and services both on the domestic market and abroad.

It was recommended not to limit the list only to the suppliers of raw materials or spare parts, but also include service providers like freight forwarders and customs clearance..agents.

## Main outcomes from the Coaching Mission

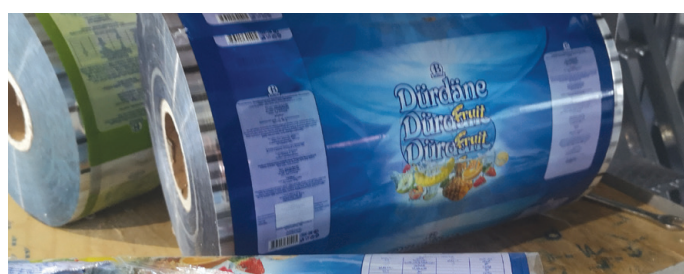
While Burkut Confectionery Factory has an excellent reputation for the quality of its products in the country, the main objective of the company at this stage is to expand its operations abroad. This requires very stringent control of all materials sourced both from domestic suppliers and partners abroad.

Supplier evaluation form suggested during the coaching was immediately taken as a basis for the assessment of the quality of products and services provided by Burkut’s domestic and foreign counterparts. Burkut decided to share the form with its suppliers and ask them for a self-evaluation. Grades assigned by the suppliers are then compared with those given by Burkut itself to check for any divergence. This allows the enterprise to better articulate the constituents of quality, discuss all points of concern with its supplier and agree on commonly shared criteria.

Finally, the SME keeps and updates the list of potential suppliers and service providers both in the country and abroad to take advantage of the most cost-efficient and quality products.

*“It is very important and beneficial for an SME at the initial stages of export activity to get support from experienced and qualified professionals. Not only as a source of additional information, but also as a chance to start looking at business process from a different perspective, start thinking about making changes in the way the enterprise works and look for new opportunities.”*

**Mr Mekan Garajayev,**  
Deputy Director of Burkut Confectionery Factory



*“Учитывая позицию “Burkut” на местном рынке и его высокую производственную культуру, главной задачей в этой миссии для меня было понять, каким образом я могу помочь предприятию в экспортных устремлениях. Я очень рада, что некоторые из рекомендаций были немедленно приняты предприятием, особенно приятно было увидеть форму оценки для выбора поставщиков во время следующего коучинга на другом предприятии.”*

**управлению экспортом,  
МТЦ.**

## Обзор миссии

Кондитерская фабрика “Burkut” - очень молодое предприятие, основанное в 2017 году. Компания уделяет серьезное внимание завоеванию доверия клиентов и уже в 2018 году компания получила свои первые международные сертификаты – ISO 9001 и ISO 22000. Основная продукция завода - выпечка, шоколад, вафли и конфеты различных видов, произведенные как из отечественного, так и импортного сырья. У Burkut есть амбиции расширить ассортимент своей продукции и диверсифицировать экспорт в ближайшие пару лет, что стало одной из причин, по которой они решили принять участие в коучинговой инициативе по управлению экспортом.

## Технические рекомендации

Одна из областей, на которую коуч обратила внимание предприятия, была связана с приемом сырья от поставщиков продукции. В то время как сам Burkut может похвастаться современным оборудованием, квалификацией персонала и отлаженными внутренними операционными процессами, риски, связанные с качеством закупаемых материалов и товаров, остаются высокими. Поэтому рекомендация ввести форму оценки поставщиков была очень своевременной с учетом планов по расширению экспортных операций в страны с высоким уровнем принятых стандартов, таких как Ближний Восток и Европа.

Еще одна рекомендация, связанная с предыдущей, заключалась в совете по разработке и постоянном обновлении списка существующих

и потенциальных поставщиков товаров и услуг как на внутреннем рынке, так и за рубежом. Было рекомендовано не ограничивать список только поставщиками сырья или запасных частей, но и включать в него поставщиков услуг, таких как экспедиторы и брокеры по таможенному оформлению.

## Основные результаты миссии

В то время как сам Burkut имеет отличную репутацию по качеству своей продукции в стране, основной целью компании на данном этапе является расширение своей деятельности за рубежом. Это требует очень строгого контроля всех материалов, поступающих как от отечественных поставщиков, так и от зарубежных партнеров. Предложенная в ходе коучинга форма оценки поставщиков сразу же была взята за основу для оценки качества продукции и услуг, предоставляемых предприятию. Burkut решил поделиться формой со своими поставщиками и попросить их провести самооценку. Это позволило предприятию сформулировать составляющие качества, обсудить с поставщиками все вопросы, вызывающие озабоченность, и согласовать общие критерии. Наконец, МСП ведет и обновляет список потенциальных поставщиков и поставщиков услуг как в стране, так и за рубежом, чтобы воспользоваться преимуществами наиболее экономичных и качественных продуктов.

*“На начальных этапах экспортной деятельности очень важно и полезно получить поддержку опытных и квалифицированных специалистов. Не только как источник информации, но и как возможность посмотреть на бизнес-процесс с иной точки зрения, подумать о внесении изменений в работу и о новых возможностях.”*

**Г-н Мекан Гараджаев,**  
Заместитель директора КФ “Burkut”



# TURKMENISTAN: CASE OF KINDI ENTERPRISE

*“I decided to start my coaching missions with Kindi because I know that it has is a young and very friendly team of people who are very hungry for new ideas and knowledge. I was very motivated to share with them my extensive experience in international transportation, certification and customs procedures.”*

**Ms. Minavyar Gulamova,**  
local ITC coach

## Overview of the Coaching Mission

Confectionery Factory “Kindi” is based in Ahal region of Turkmenistan and apart from various candies and chocolates it also produces a variety of flour products like croutons, crackers and biscuits. Currently the company serves the needs of the local customers and exports to neighbor countries, but intends to expand beyond the traditional markets.

## Technical Recommendations

Selection of proper packaging for products is one of the factors to take into account when an SME sends cargo to distant locations in other countries. Usually SMEs use single layer carton boxes for domestic transportation, but for export shipments the coach recommended either to use a 3-layer carton box, or to additionally strengthen the box with a paper tape. Considering that applying additional tapes is time consuming the optimal solution is to find reliable suppliers of ready 3-layer boxes.

As Kindi is gradually increasing the volume of its export sales it becomes vital for the company to streamline its relations with its buyers. Coach recommended to set up a system to get buyers assessment of the quality of packaging, shipments delivery times, cargo tracking and other services offered by the freight forwarder. After getting the feedback the SME should introduce required changes in its internal process and in its relations with the freight forwarders. Long list of freight forwarder will help the SME to select the most qualified and cost efficient options.

## Main outcomes from the Coaching Mission

Although, it seems to be a minor issue, clients pay serious attention to the integrity of external packaging and any dissatisfaction may have very negative

effects. Therefore, Kindi decided to use 3-layer carton boxes for shipment which are transported to distant locations. Additionally, such packages are tested prior to the shipment to make sure that no deformation will be taking place in transit to the destination.

Another change that the SME decided to implement following the mission was to set up an efficient communication channel with its buyers to get their feedback on the quality of products, packaging and services provided by the transport company. Kindi is confident that this will help it win the loyalty of existing customers and expand its list of clients in the future.

*“Kindi has considerable experience in selling our confectionery products for local customers and although young our company already gained good reputation. But when we decided to expand our sales to other countries, we discovered that in many aspects export requires absolutely new approaches and knowledge. This was one of the reasons why we decided to take part in this coaching initiative – to double check our practices and get a third-party view on our operational processes.”*

**Mr. Myrat Hayitbayev,**  
Deputy Director of Kindi enterprise





# ТУРКМЕНИСТАН: КЕЙС ПРЕДПРИЯТИЯ «KINDI»

*“Я решила начать свои миссии с Kindi, потому что знаю, что это молодая и очень дружная команда людей, которые очень жаждут новых идей и знаний. Я была очень мотивирована поделиться с ними своим обширным опытом в области международных перевозок, сертификации и таможенных процедур.”*

**Г-жа Минавяр Гуламова,**  
коуч по управлению экспортом, МТЦ

## Обзор коучинговой миссии

Кондитерская фабрика “Kindi” базируется в Ахалском велаяте Туркменистана и помимо конфет и сладостей производит также различные мучные изделия, такие как сухарики, крекеры и печенье. В настоящее время компания обслуживает потребности местных клиентов и экспортирует продукцию в соседние страны, но намерена выйти за рамки традиционных рынков.

## Технические рекомендации

Выбор надлежащей упаковки для продуктов является одним из факторов, которые необходимо учитывать при отправке грузов МСП в отдаленные места в других странах. Обычно для внутренних перевозок используются однослойные картонные коробки, но для экспортных перевозок коуч рекомендовала.

использовать 3-слойную картонную упаковку, либо дополнительно укрепить коробку бумажной лентой. Учитывая, что нанесение дополнительных лент занимает много времени, оптимальным решением является поиск надежных поставщиков готовых 3- слойных коробок.

## Результаты коучинговой миссии

Хотя, это на первый взгляд незначительная проблема, клиенты уделяют серьезное внимание целостности внешней упаковки, и любое недовольство может иметь очень негативные последствия. Поэтому Kindi решила рассмотреть использование для отгрузки 3-слойных картонных упаковок для продукции, предназначенной для экспорта в отдаленные пункты доставки. Кроме того, все упаковки проверяются перед отправкой, чтобы убедиться в отсутствии деформации при транспортировке к месту назначения.

Еще одно изменение, которое МСП решило осуществить после выполнения миссии, заключалось в создании эффективного канала связи со своими покупателями для получения их обратной связи о качестве продукции, упаковки и услуг, предоставляемых транспортной компанией. Kindi уверена, что это поможет ей завоевать лояльность существующих клиентов и расширить свой список клиентов в будущем.

Поскольку Kindi постепенно увеличивает объем своих экспортных продаж, для компании становится жизненно важным выстроить свои отношения с покупателями. Коуч рекомендовала создать систему для получения отзыва покупателей по вопросам качества упаковки, сроков доставки грузов, отслеживания грузов и других услуг, предлагаемых транспортной компанией. После получения отзыва предприятие должно вносить

необходимые изменения в свои внутренние процессы и в отношения с транспортными компаниями. Расширенный список перевозчиков поможет предприятию выбрать наиболее квалифицированные и экономически эффективные варианты.

*“Kindi имеет значительный опыт в продаже для местных клиентов, и, хотя наша компания молода, она уже завоевала хорошую репутацию. Но расширение продаж в другие страны требует новых подходов и знаний. Это была одна из причин, по которой мы решили принять участие в этой инициативе – перепроверить наши практики и узнать мнение о стороны о наших операционных процессах”.*

**Г-н Мурат Хайытбаев,**  
Заместитель директора предприятия “Kindi”



# TURKMENISTAN: CASE OF ES TOPRAK

*“I really was excited to provide coaching to an enterprise that operates in such an environmentally friendly type of business as recycling of paper wastes. It was my sixth coaching under the Export Management Coaching Initiative and I tried to take advantage of all my previous experience and professional background to assist Toprak in its export aspirations.”*

**Ms. Gozel Akeeva,**  
local ITC coach.

## Overview of the Coaching Mission

ES Toprak is a vertically integrated producer and supplier of paper, corrugated board and corrugated packaging products in Turkmenistan. Waste paper is the main source of raw materials for this company which has waste collection units all over the country. The enterprise supplies paper packaging to local and foreign businesses engaged in textiles, food and drinks, and other industries. Currently ES Toprak is actively seeking to diversify its exports to other countries in the region.

## Technical Recommendations

Coach discovered that ordinary paper labels attached by the SME do not guarantee firm bonding with packaging. Using this type of labels is especially risky in unfavourable weather conditions – they get dampened and can easily peel off the surface. Coach recommended using stick labels which are not expensive, can be easily attached and provide strong cohesion with the packaging even under most severe weather conditions.

Export planning was another area where the SME benefited from interventions due to the challenges satisfying growing demand by clients abroad. Coach’s recommendation to control the stockpiles and specially to use products of its local competitors in case of excessively high demand was highly useful considering that carton packaging gains popularity across the globe. One thing to note in this case is that the enterprise should ensure that quality of products remains high. For that reason the coach advised to develop SOP for the purchase and acceptance of products sourced from third parties.

## Main outcomes from the Coaching Mission

Toprak took advantage of the coach’s recommendation to start using stick labels on Toprak’s products instead of previously used standard paper labels. It was very important not only because the client would feel dissatisfied with the final delivery, but also because there could be significant delays in customs formalities both in the country of export and country of import clearance because of the absence of necessary information to proceed with clearance.

Another important change which Toprak decided to introduce into its business processes was to consider buying competitors’ products in case of excessively high demand by foreign clients. This is an essential element in building long term partnership relations to keep a buyer assured that the company can always provide sufficient supplies of products at any time. On its side Toprak will implement a rigorous SOP to control the quality of such products purchased from third parties to maintain customers’ trust.

*“What we noted is that apart from being simply a way to supply and get required information coaching creates an open environment where sides can exchange their opinions, share views on various topics and generate ideas on how to develop and ensure successful growth in the future.”*

**Ms Irina Antonova,**  
General Director of ES Toprak



*“Я действительно была рада предоставить коучинг предприятию, которое работает в таком экологически важном виде бизнеса как переработка бумажных отходов. Это был мой шестой коучинг в рамках инициативы по управлению экспортом и я постаралась использовать весь свой предыдущий опыт и профессиональную подготовку, чтобы помочь ХО Топрак в его экспортных устремлениях.”*

**Г-жа Гозел Акеева,**  
коуч по управлению экспортом, МТЦ

## Обзор коучинговой миссии

ХО Топрак - вертикально интегрированный производитель и поставщик бумаги, гофрокартона и гофротары в Туркменистане. Макулатура является основным источником сырья для этой компании, которая имеет пункты сбора по всей стране. Предприятие поставляет бумажную упаковку местным и иностранным предприятиям, занятым в текстильной, пищевой и других отраслях промышленности. В настоящее время ХО.

Топрак активно стремится диверсифицировать свой экспорт в другие страны региона.

## Технические рекомендации

Коуч обнаружила, что обычные бумажные этикетки, используемые предприятием не гарантируют прочного сцепления с упаковкой. Использование такого типа этикеток особенно рискованно в неблагоприятных погодных условиях – они отсыревают и легко.

отслаиваются от поверхности. Коуч рекомендовала использовать самоклеящиеся этикетки, которые не стоят дорого, легко крепятся, и обеспечивают прочное сцепление с упаковкой даже при самых суровых погодных условиях.

Планирование экспорта было еще одной областью, где интервенции оказались полезными. Рекомендация коуча контролировать запасы, и даже использовать продукцию третьих сторон - к примеру местных конкурентов в случае высокого спроса была очень полезна, учитывая, что картонная упаковка набирает популярность по всему миру. При этом следует отметить, что предприятие должно следить затем, чтобы качество

выпускаемой продукции оставалось высоким. По этой причине коуч посоветовала разработать стандартные операционные процедуры для проверки продуктов, полученных от третьих..лиц.

## Результаты коучинговой миссии

ХО Топрак использовала рекомендации коуча начать использовать стикеры на продуктах вместо ранее использовавшихся стандартных бумажных этикеток. Это очень важно не только потому, что клиент будет недоволен конечной поставкой, но и потому, что могут возникнуть задержки в таможенном оформлении как в стране экспорта, так и в стране импорта из-за отсутствия необходимой информации на товаре для продолжения оформления.

Еще одно важное изменение, которое Топрак решил внести в свои бизнес-процессы, - это рассмотреть закупки продукции конкурентов в случае чрезмерно высокого спроса со стороны иностранных клиентов. Это важный элемент в построении долгосрочных партнерских отношений, чтобы покупатель был уверен, что на компанию всегда можно положиться с точки зрения наличия достаточных поставок продукции в любое время. Со своей стороны Топрак будет внедрять строгие СОП для контроля качества таких продуктов, приобретаемых у третьих лиц, чтобы поддерживать доверие клиентов.

*“Одной из положительных сторон коучинга является то, что это не просто способ подачи и получения необходимой информации, а открытая дискуссия, в которой стороны могут обмениваться мнениями, делиться опытом по различным темам и генерировать идеи по развитию и росту в будущем.”*

**Г-жа Ирина Антонова,**  
Генеральный директор ХО “Топрак”



# UZBEKISTAN: CASE OF URBAN STYLE LLC

*“URBAN STYLE LLC was founded by a female entrepreneur under the trademark “LOOK AT ME”. The company produces women’s underwear and home-wear of 100% cotton and silk. Following the coaching mission, the SME skilfully planned an export strategy to access new markets, specifically the target market of the EU.”*

**Ms. Alyona Golovanova,**  
EMCI coach, ITC

## SME Profile

Kamola Aliyeva founded URBAN STYLE in 2017 as a shop. Following the market and customer research, she launched her own production steadily growing it to 3 thousand units of ready products a day under the “Look At Me” brand.

High quality facilitates the SME’s drive to enter neighbouring countries and start exports to the EU.

The company has experience of sales to Russia and Kazakhstan, while the main goal at this stage remains the EU market.

## Interventions and Recommendations

URBAN STYLE manufactures underwear products made of 100% cotton and silk. The coach recommended applying for the OEKO Tex Standart 100 voluntary certification to support the SME’s aspiration of increasing its exports to the EU.

She advised applying directly to the accredited representative office of the Hohenstein textile testing institute in Tashkent, as well as to state certification bodies, which can support the SME in the provision of benefits and preferences for certification.

Given that the company generates large volumes of waste textile, Ms Golovanova proposed to consider alternative packaging options, e.g. manufacturing packaging using materials for core production.

The coach also recommended using ITC tools for operations and market analysis.

## Coaching mission outcomes and outputs

Overall, the introduction of ISO 9001 would assure partners and clients of high product quality whilst fostering further advancements and improvements in production by introducing modern best practices.

Following the R4TCA project, the company developed a clear export strategy for entering the European market and in pursuit thereof, has already commenced implementing its plans.

*“Having studied and reviewed all the recommendations on the main components of coaching: packaging and labelling, customs clearance, international logistics, and export planning, we intend to apply the tools and knowledge in our future daily operations and in building our export strategy.”*

**Kamola Aliyeva,**  
Founder and Head,



# УЗБЕКИСТАН: КЕЙС ООО «URBAN STYLE»

*“URBAN STYLE” - компания, созданная женщиной под торговой маркой “LOOK AT ME”. Ее продукция - женское нижнее белье, домашняя одежда из 100% хлопка и шёлка.*

*Знания, полученные в ходе коучинга, позволили компании грамотно определить и спланировать экспортную стратегию для выхода на целевой рынок стран ЕС.”*

**Алёна Голованова,**  
коуч ИКУЭ, МТЦ

## Профиль МСП

URBAN STYLE - это компания, созданная предпринимательницей Камолой Алиевой в 2017 г. Изучив рынок и потребителя в бытность магазином, компания запустила собственное производство под маркой “Look At Me”, постепенно увеличив выпуск до 3 тыс.ед. продукции в день.

Высокое качество продукции позволяет осваивать не только рынки соседей, но и начать экспорт в ЕС.

У компании есть опыт экспорта в Россию и Казахстан, но главной целью сейчас остается рынок ЕС.

## Предложения и рекомендации

URBAN STYLE производит нательную продукцию из 100% хлопка и шёлка. При экспорте данной продукции в Европу коуч рекомендовала пройти добровольную сертификацию OEKO Tex Standart 100.

Она посоветовала обратиться напрямую в аккредитованное представительство “Hohenstein textile testing institute” в Ташкенте, а также в государственные сертифицирующие органы за льготной сертификацией.

Учитывая, что предприятие производит много отходов, г-жа Голованова посоветовала использовать при упаковке те же материалы, из которых выпускается основная продукция.

Рекомендовано использование в процессе работы и анализа рынка инструменты МТЦ.

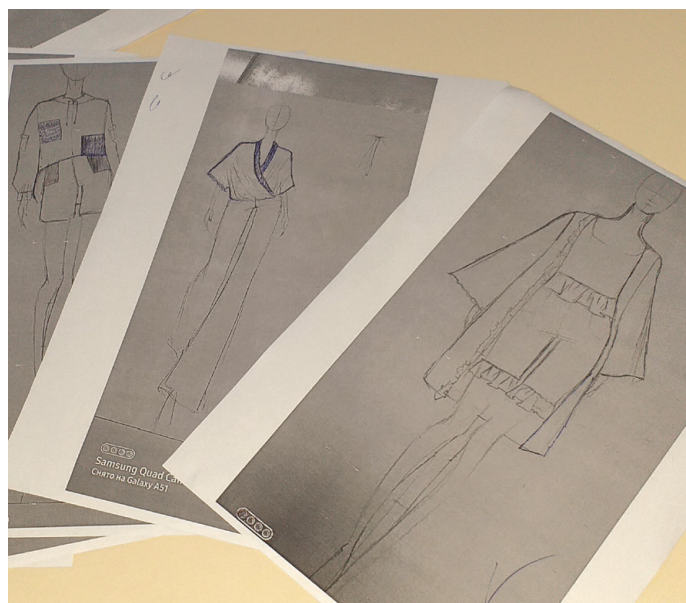
## Итоги и результаты

Внедрение стандарта ISO 9001 на предприятии даст гарантию качества покупателям, а также возможность развиваться и совершенствоваться, отвечая современным практикам в управлении производством.

Благодаря проекту R4TCA, компания смогла грамотно и четко выстраивать экспортную стратегию по выходу на европейский рынок и уже начала реализовывать свои планы.

*“Изучив и рассмотрев все рекомендации по основным компонентам коучинга: упаковке и маркировке, таможенному оформлению, международной логистике, и планированию экспорта, мы намерены использовать полученные инструменты и знания на практике в наших будущих экспортных операциях и в построении экспортной стратегии.”*

**Камола Алиева, основатель и руководитель**  
ООО “URBAN STYLE”



# UZBEKISTAN: CASE OF PROM TEXTILE LLC

*“PROM Textile LLC is a relatively young textile manufacturer. The company firmly intends to pursue its export potential development based on the knowledge gained from the EU-funded coaching intervention.”*

**Muzaffar R. Khamidov,**  
ITC EMCI Coach, Uzbekistan

## SME Profile

The company was founded in 2008 near Bukhara, in a region famous for the high quality of textile products and ready-to-wear apparel.

With 40 employees, PROM Textile produces up to 800,000 m annually. The company is very active in Russia and Kazakhstan, with limited exports to Poland.

PROM Textile is strongly determined to access international markets beyond the CIS, which is one of the reasons they decided to take part in the R4TCA coaching initiative.

## Interventions and Recommendations

The company uses flexible polyethylene film to pack rolls of finished products. Muzaffar recommended compiling a list of local suppliers of eco-friendly packaging that would meet EU requirements. Plastic packaging must be recyclable and labelled appropriately for the EU markets.

On a different note, Mr Hamidov recommended diversifying trade financing mechanisms to include LC, LoG, escrow accounts, and actively use pro-forma invoices.

Prom Tex was in need of information on customs formalities and duties in the EU. Mr Khamidov recommended consulting Uzbekistan’s CBA, other export promotion agencies (CCI, Uztexilprom) to get the required details. Mr Khamidov also advised the SME to register in the REX to benefit from the GSP+ preferences and use a range of ITC trade information tools.

## Coaching mission outcomes and outputs

PROM Textile has attained a number of immediate benefits resulting from coaching.

First, they Improved labelling, considered using eco friendly packaging for exports. Then, the company obtained the OEKO Tex 100 certificate and registered in the REX system to enjoy the GSP+ preferences.

Also, PROM Textile succeeded in winning three export contracts with Polish, Italian and Czech buyers for a total of USD6 mln, closing their first successful EU deals.

Finally, the company introduced a range of standard operating procedures (SOP) at key production stages, including procurement of raw materials, packaging, labelling, customs and logistics procedures.

*“We considered all the recommendations on packaging and marking, international logistics, incorporation of the standard operation procedures, and export planning. We are confident that this would definitely help us increase our exports and facilitate foreign market entry.”*

**Shamshod Sh. Ikramov,**  
Director, Sales & Marketing, PROM Textile LLC



# УЗБЕКИСТАН: КЕЙС ООО «PROM TEXTILE»

*“ООО “PROM Textile” - сравнительно молодой производитель текстильной продукции. МСП твердо намерено развивать экспортную деятельность, используя знания, полученные по итогам коучинга.”*

**Музаффар Хамидов,**  
коуч ИКУЭ МТЦ, Узбекистан

## Профиль МСП

МСП было основано в 2008 г. вблизи Бухары, в регионе, славящимся высоким качеством текстильной продукции и готовой одежды.

Располагая штатом в 40 человек, PROM Textile производит до 800,000 м продукции в год. МСП очень активно в РФ и Казахстане, экспортируя пробные партии в Польшу.

PROM Textile твердо намерен выйти на зарубежные рынки за пределами СНГ. Это одна из причин участия МСП в коучинговой инициативе R4TCA.

## Предложения и рекомендации

Для упаковки продукции МСП использует гибкую полиэтиленовую пленку. Музаффар рекомендовал создать список поставщиков эко упаковки, отвечающей требованиям ЕС. Пленка должна быть перерабатываемой и маркированной специально для рынка ЕС.

Коуч посоветовал расширить финансовые механизмы, включая аккредитивы, банковские гарантии, эскроу счета, а также активно использовать проформа инвойсы.

Руководству требовалась помощь в области таможенного оформления в ЕС. Музаффар предложил обратиться в АТБ и др ведомства по развитию экспорта (ТПП, Узтекстильпром). Коуч также рекомендовал регистрацию в системе REX для получения преференций от GSP+ и использование информационных ресурсов МТЦ.

## Результаты коучинга

PROM Textile получил ряд преимуществ непосредственно по итогам коучинга.

Во-первых, МСП улучшило маркировку и изучает варианты эко упаковки для экспорта. Далее МСП получило сертификат OEKO Tex 100 и зарегистрировалось в системе REX для получения выгод от GSP+.

Также PROM Textile осуществила первые успешные сделки в ЕС, заключив три контракта с польскими, итальянскими и чешскими покупателями на общую сумму в 6 млн.дол.США.

Наконец, предприятие внедрило ряд внутренних регламентов на основных этапах производства, включая закупку сырья, упаковку, маркировку, таможенные и логистические процедуры.

*“Мы учли все рекомендации по упаковке и маркировке, международной логистике, внедрению СОП и планированию экспорта. Уверены, что это однозначно увеличит наш экспортный потенциал и облегчит выход на зарубежные рынки.”*

**Шамшод Икрамов**  
Директор по продажам и маркетингу, ООО PROM Textile



# UZBEKISTAN: CASE OF MADINA ONLINE SERVICES LLC

*“MADINA ONLINE SERVICES is looking for sustainable production options while researching new market entry requirements to increase its export potential. With the help of the ITC EMC initiative, the company gained valuable insights and solutions to many export related challenges.”*

**Mr. Sardorbek Fayzullaev,**  
ITC EMCI coach

## SME Profile

MADINA ONLINE SERVICE is one of the leaders of glass mosaic tiles in the country. Facing tough competition from a dozen of rivals in Uzbekistan, it focused on producing high-quality tiles of over 350 designs, totalling 120 thousand sq.m of tiles p.a. with 50+ seasonal and permanent staff.

Having commenced exporting in 2018, it has a history of regular shipments to Kazakhstan and Azerbaijan. Strategically, the company has squared its sights on Russia, Egypt, UAE, and Eastern EU markets.

## Interventions and Recommendations

Since glass mosaic is fragile, despite the company’s confidence in the currently used outer packaging, Sardorbek recommended adding separation layers to protect the tiles during multimodal shipments to Egypt, UAE.

Mr Faizullayev advised on the ITC TF tools. Using TradeMap, Madina Online identified the Egyptian market competitors from Spain, Italy; adjusted the Kazakhstan market expansion strategy based on the larger market demand. During the joint MAP exercise, the team identified Poland and UAE as preferential customs duty markets based on the UZB Certificate of Origin.

The company lost a customer from Egypt due to the lack of voluntary construction materials certificates such as ISO or CE. Whilst ISO certification could be expensive to the client, Sardorbek proposed leveraging the state support programme from the UZ Export Support Agency that offers up to 80% of ISO certification co-financing.

A logistics professional, Mr Faizullaev explained the intricacies of cargo insurance, prompting the client to consider leveraging transportation risks through insuring its export shipments.

## Coaching mission outcomes and outputs

The company has already commenced implementing some recommendations, actively utilizing the ITC TF tools in its market analyses and understanding the proper logistics of supplying the Gulf and the North African markets with the help of Sardorbek Fayzullaev.

Also, the company is looking into the costs of packaging improvements with the current supplier, and getting ISO-certified in cooperation with the export support agency to secure and expand its markets further.

*“We reviewed all the recommendations on certification and logistics. ITC Coaching was helpful in solving a voluntary certification-related issue.*

*Mr Faizullaev introduced the ITC trade facilitation tools handy in the export analysis for our target markets.*

*Moreover, the export potential database supported our decision to incorporate in Kazakhstan and Russia to better control the sales and marketing.”*

**Sherzod Shokhasanov,**  
Founder, MADINA ONLINE SERVICES LLC





*“MADINA ONLINE SERVICES нацелена на устойчивое производство. Компания изучает требования к доступу на новые рынки для усиления экспортного потенциала. Благодаря инициативе ИКУЭ МТЦ, предприятие получило ценную информацию и решения многих экспортных вопросов.”*

**Г-н Сардорбек Файзуллаев,**  
коуч ИКУЭ МТЦ

## Профиль МСП

MADINA является одним из лидеров производства стеклянной мозаики в стране. Столкнувшись с сильной конкуренцией узбекских производителей, компания сфокусировалась на производстве широкого ассортимента плитки (350 позиций), выпуская 120 тыс.кв.м плитки в год силами 50+ сезонных и постоянных работников.

Начав экспорт в 2018 году, компания регулярно поставляет продукцию в Казахстан и Азербайджан. Стратегически компания нацелилась на рынки России, Египта, ОАЭ и Восточной Европы.

## Предложения и рекомендации

Несмотря на уверенность МСП в прочности внешней упаковки, коуч рекомендовал добавить прослойку для защиты плитки при мультимодальных перевозках в Египет и ОАЭ, учитывая хрупкость материала.

Коуч проконсультировал компанию по инструментам МТЦ. Используя TradeMap, МСП выявило конкурентов из Испании и Италии на египетском рынке, а также скорректировало стратегию развития казахского рынка с расчетом на большой объем спроса. В ходе работы с MAP МТЦ выяснилось, что Польша и ОАЭ предоставляют льготные пошлины при наличии сертификата происхождения.

Компания потеряла клиента из Египта из-за отсутствия добровольных сертификатов (напр., ISO или CE). Так как ISO сертификация является дорогостоящей для клиента, Сардорбек предложил использовать госпрограмму Агентства по поддержке экспорта, которая предлагает до 80% софинансирования при сертификации по ISO.

Являясь специалистом по логистике, г-н Файзуллаев объяснил тонкости страхования грузов, предложив клиенту снизить риски за счет страхования экспортных поставок.

## Итоги и результаты

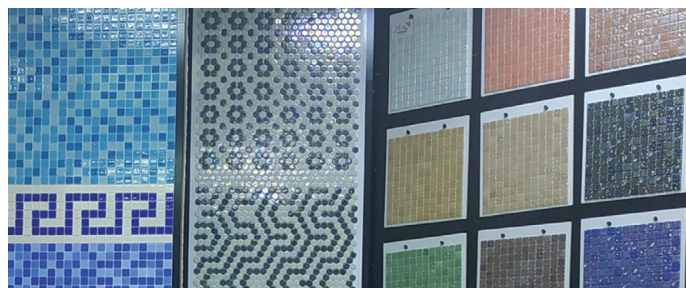
С помощью Сардорбека МСП уже приступило к внедрению ряда рекомендаций, активно используя инструменты МТЦ для анализа рынка и понимания логистических схем работы на рынки Персидского залива и Северной Африки.

Кроме того, компания совместно с поставщиком изучает затраты на укрепление упаковки; начинает сертификацию по ISO в сотрудничестве с Агентством по поддержке экспорта с целью выхода на зарубежные рынки.

*“Мы рассмотрели все рекомендации по сертификации и логистике. Коучинг МТЦ помог решить проблему, связанную с добровольной сертификацией. Г-н Файзуллаев представил инструменты МТЦ по процедурам торговли, удобные для анализа наших рынков сбыта.”*

*Кроме того, инструмент МТЦ подтвердил наше намерение о регистрации представительства в Казахстане и России для плотного контроля продаж и маркетинга.”*

**Шерзод Шохасанов, основатель**  
ООО “Madina Online Service”



# SPOTLIGHT ON R4TCA REGIONAL NETWORK OF EXPORT MANAGEMENT COACHES

The EMCI team and its partners have been able to successfully deliver export management coaching to more than 200 exporting businesses mainly due to the expertise of a well-experienced network of Export Management Coaches (EMCs) trained by the International Trade Centre.

The whole EMCI team would like to extend its special thanks for the contribution of each Coach to supporting and strengthening the export capabilities of MSMEs to comply with cross-border requirements in the region (including quality standards, technical regulations, relevant preferential trading schemes/GSP+).

The knowledge and skills developed by each EMC throughout the initiative shall ensure the sustainable continuation of the EMCI methodology in the region. This will enable partners to broaden their technical assistance and service offerings to exporters while continuously customizing the EMCI manual to reflect the evolving trade-related obstacles in the region.

## Kazakhstan EMCs:

- Mr. Alikhan Kanapiya
- Ms. Ainur Tleuova
- Mr. Andrei Kovyarov
- Mr. Oleg Kovalenko
- Ms. Marzhan Jiyessova

## Kyrgyzstan EMCs:

- Ms. Guilnara Jusupjanova
- Ms. Elvira Suvanova
- Ms. Zhipara Raimkulova
- Ms. Saltanat Abdykerimova
- Mr. Sergei Kokot

## Tajikistan EMCs:

- Ms. Farzona Tilavova
- Mr. Talbi Shoev
- Mr. Nadzhib Khamraev
- Mr. Rustam Abdusalomov
- Mr. Zafari Alizoda
- Mr. Dilshod Abdulhakov

## Turkmenistan EMCs:

- Ms. Ekaterina Pozdina
- Ms. Victoriya Frolova
- Ms. Gozel Akeyeva
- Ms. Minavyar Gullyamova
- Mr. Sanjar Hudaynazarov

## Uzbekistan EMCs:

- Mr. Muzaffar Hamidov
- Mr. Sardorbek Faizullayev
- Ms. Alyona Golovanova
- Mr. Enver Khalivov





54-56 Rue de Montbrillant  
1202, Geneva, Switzerland  
[itcreg@intracen.org](mailto:itcreg@intracen.org)  
<http://www.intracen.org>  
@ITCnews

