

# Trade Promotion in Tajikistan

<b>Duration</b>	Needs Assessment	2002-2003
	Phase I	2004-2006
	Phase II	2006-2008
<b>Current Phase Budget</b>	US\$ 1'000'000	
<b>Location</b>	Tajikistan	
<b>Partners</b>	Ministry of Economic Development & Trade Agency for Standardization, Metrology, Certification and Trade Inspection under the Government of Tajikistan	
<b>Implementing Agency</b>	International Trade Center (ITC)	
<b>Donor</b>	Swiss State Secretariat for Economic Affairs (SECO)	

## Background

Tajikistan's trade system is particularly vulnerable to external shocks because of its reliance on exports of a few commodities (aluminium, cotton) and the geographical concentration of its trade. The domestic market is too small to allow the development of sectors based on national demand only. A diversification of exports is therefore crucial for a balanced economic development.



Meeting with consulting companies

## Project description

The Trade Promotion Project is designed to strengthen the sustainable expansion and

diversification of small and medium enterprises (SME) exports from Tajikistan. It aims to develop national capacity for trade development by focusing on business services providers while also addressing institutional issues. It provides a comprehensive and holistic technical cooperation response to priority needs which were identified in cooperation with the Government of Tajikistan during the preparatory phase of the project (2002-2003). Phase I of the project was implemented in 2004 – 2006. Among the main achievements of Phase I, the following can be mentioned:

- mainstreaming of trade and competitiveness issues into both policy making and commercial practice and initiation of a process of adaptive change;
- export strategy of the fruit and vegetable processing sector developed with assistance from the project;

- increased awareness of quality and safety management issues.

The implementation of Phase II started in 2006 and will continue until the end of 2008. The main objectives of the project are:

- improvement of agro-processing enterprises' export competitiveness in the enterprises' areas of specialization;
- strengthening business support services organizations through increasing the quality and range of their services;
- consolidation of the emerging public-private sector dialogue around developing and implementing sectoral and national export strategies.

# Продвижение Торговли в Республике Таджикистан

<b>Срок действия</b>	Оценка потребности 2002-2003 Фаза I 2004-2006 Фаза II 2006-2008
<b>Бюджет Фазы II</b>	1 млн. долл. США
<b>Территория</b>	Таджикистан
<b>Партнеры</b>	Министерство экономического развития и торговли РТ Агентство по стандартизации, метрологии, сертификации и торговой инспекции при Правительстве РТ
<b>Реализующее агентство</b>	Международный Торговый Центр (МТЦ)
<b>Донор</b>	Государственный Секретариат Швейцарии по Экономике (СЕКО)

## Начальная ситуация

Торговая система Таджикистана особенно уязвима в отношении внешних потрясений, поскольку она зависит от экспорта небольшого количества товаров (хлопка и алюминия) и ввиду ограниченности ее географического охвата. Внутренний рынок слишком мал, чтобы обеспечивать развитие секторов только на основе национального спроса, и исходя из этого для сбалансированного экономического развития необходима диверсификация экспорта.



Встреча с консалтинговыми компаниями

## Описание проекта

Проект «Продвижение Торговли в Таджикистане» разработан

для усиления устойчивого расширения и диверсификации экспорта МСП в Республике Таджикистан. Он направлен на развитие национального потенциала для развития торговли путем фокусирования на провайдерах бизнес услуг, а также решении институциональных вопросов. Он предусматривает всестороннее и целостное техническое удовлетворение приоритетных потребностей, определенных в сотрудничестве с Правительством РТ во время подготовительной фазы (2002-2003). Первая фаза проекта охватила 2004 – 2006 годы. К основным достижениям первой фазы относятся:

- включение вопросов торговли и конкурентоспособности, как в процесс выработки общей политики, так и в коммерческую практику, и инициирование процесса адаптивных изменений;
- при содействии проекта разработана стратегия развития экспорта для сектора переработки овощей и фруктов;

- повышена осведомленность по вопросам управления качеством и безопасностью продукции.

Реализация второй фазы началась в 2006 году и продолжится до конца 2008 года. Главные цели проекта это:

- повышение уровня экспортной конкурентоспособности предприятий в секторе переработки сельхозпродукции в сферах, где экспортная компетентность определяется деятельностью на уровне предприятий;
- усиление организаций, предоставляющие услуги по поддержанию бизнеса через повышение качества и спектра их услуг;
- оказание содействия завершению разработки и выполнению экспортной стратегии сектора и интегрировать ее в рамки устойчивых консультаций для частного и государственного секторов по вопросам развития торговли.