

СТВОРЕННЯ КУЛЬТУРИ ПРОМИСЛОВОГО ЛОБІЗМУ В УКРАЇНІ

В. Паславський, президент

*Т. Паславський, директор з міжнародних зв'язків
Група Провіденс, м. Торонто (Канада)*

Ази західної бізнес-культури та їх розуміння важливе для засадничого успіху при виході на західні ринки. Нажаль західна бізнес-культура не є зрозумілою для українського керівника. Планування, як довгострокове так і короткострокове, обрахування ризиків, працююча робоча етика, щоденні, а не періодичні, формальні зустрічі на різних рівнях менеджменту підприємства є невідкладними складовими ведення бізнесу по західним стандартам.

Індикація та комп'ютеризація, використання чартів, статистики, презентацій є запорука прогресу виробничого процесу. Пунктуальна і зрозуміла електронна переписка за західними стандартами, а саме, визначення контактних осіб, використання формату ВС, СС є фундаментом будь-якої ділової електронної переписки. Окрім того в західних компаній інженери, конструктори чи розробники не роблять бізнес-рішень. Особливо останній пункт не може бути до кінця зрозумілим українським директорам, які часто в першу чергу і є інженерами-управлінцями, а отже і не можуть об'єктивно розглянути свій товар, спрямований на експорт, для нових ринків зі сторони бізнесу.

Розв'язання проблеми розвитку українських підприємств можливе через залучення агентів-резидентів. Нові пропозиції від західних фірм самі по собі не прийдуть, їх потрібно активно шукати. Нові західні пропозиції шукаються, залучаючи професійних агентів/лобістів/консультантів (АЛК). Це є звичка практика для північноамериканських компаній, які хочуть вийти наприклад на європейський ринок.

Західний АЛК англійською мовою має наступне тлумачення: Lobbying agent – an individual that advocates the interests of his/her clients by attempting to influence decisions made by officials and other decision-makers. Функція лобіста більше схожа на адвоката чи консультанта з бізнесу, а не на агента з продаж. Агент – це не продавець товару, а радше фірма з бізнес-консалтингу та з широким колом нетворкінга, тобто, лобістська компанія. Така, наприклад, як група Провіденс (Providence Group) – канадська багатовекторна консалтингова і лобістська компанія, яка надає бізнес-до-бізнесу (B2B) та агентські послуги для українських підприємств при виході на північноамериканський ринок.

Агент розуміє конкурентне середовище ринку та жорсткі правила гри, розбіжності бізнес-культур і законодавства, процесу сертифікації та залагоджує гострі кути і непорозуміння, володіє інформацією і тендерними процедурами, консультує про стратегію виходу на західний ринок, організовує, готує і супроводжує всі бізнес зустрічі та піднімає для обговорення усі необхідні питання.

Західний АЛК подасть слабкі та сильні сторони українського підприємства у правильному світлі, взнає зауваги, сумніви, перестороги та страхи другої сторони, веде переписку, а саме головне заощаджує кошти та час українського підприємства. Західний агент знаходить клієнтів, партнерів та потенційних інвесторів і супроводжує контракти, турбується про довгострокові зв'язки у співпраці й також про отримання повторних контрактів, що набуває довіру та бізнес-історію на західних платформах.

Наприклад дипломатичні корпуса північноамериканських країн рекомендують своїм компаніям залучати європейських лобістів/агентів у виході на європейський ринок і навпаки.

У такий же спосіб й європейські компанії залучають агентські фірми для виходу на північноамериканський ринок. Наприклад шведська корпорація СААБ – наймає канадські АЛК фірми для сприяння виходу на канадський ринок. Адже ніхто так добре не розуміє внутрішню «кухню» економічного та виробничого середовища, як консалтингові фірми, які постійно занурені у бізнес-процеси своєї країни.

Отже, українські підприємства повинні відійти від усталених норм бачення ринкової економіки та запозичити досвід західних підходів й активно залучати фахові західні фірми резидентів, які професійно займаються наданням агентських і консалтингових послуг. Лобіюючи інтереси свого замовника у тій чи іншій країні вони пришвидшать входженню українського товару чи послуг на нові західні ринки, допоможуть встановити і підтримувати зв'язки з партнерами на належному бізнес-

рівні. Ринкова економіка є супер конкурентною та унікальною в кожній країні, тобто зі своїми внутрішніми специфічними торгівельно-економічними рецептами, а залучення локального АЛК саме й націлено на подолання таких викликів.

КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЄС: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

О.В. Покровська, здобувач вищої освіти

*Науковий керівник: А.В. Ключник, д.е.н., професор
Миколаївський національний аграрний університет*

Концепція розвитку сільських територій – це комплексний підхід до розв’язання проблем розвитку сільських територій, в основу якого закладаються принципи сталого розвитку.

Для забезпечення сталого розвитку сільських територій України у 2015 р. було прийнято два правові акти, у яких закладаються принципи сталого розвитку сільських територій: Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» та Концепція розвитку сільських територій.

Перевагами Стратегії сталого розвитку «Україна-2020» є те, що в ній чітко і послідовно відображаються основні стратегічні цілі, впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі. Недоліками Стратегії обґрунтовується необхідність її доопрацювання в напрямку уточнення векторів та шляхів розвитку. У Стратегії відсутні конкретні ініціативи. Водночас у ній мало йдеться про шляхи розвитку агросектору, бізнесу та інвестиційного клімату. Також існують великі ризики того, що виникне нестача ресурсів для реалізації усіх намічених цілей [1].

Щодо Концепції розвитку сільських територій, то варто відмітити її переваги, які полягають в тому, що в Концепції окреслює головні пріоритети розвитку сільських територій, шляхи створення умов, необхідних для розвитку сільських територій, та механізм підготовки аграрного та сільського сектору держави до функціонування в умовах зони вільної торгівлі з ЄС. До недоліків концепції варто віднести те, що за досить короткі терміни Концепція не буде спроможна реалізувати повністю усі заплановані заходи і тому, очікувати масштабні перетворення не варто і неможливо [2].

І тому, для формування концепцій розвитку сільських територій вважаємо за доцільно скористатися досвідом ряду країн ЄС зокрема: Польщі, Франції, Бельгії, Чехії, Угорщини, тощо.

Досвід Польщі доказує, що маленькі фермерські господарства можуть бути ефективними при підтримці держави, яка має довгостроковий характер. При цьому державна підтримка має базуватися, в першу чергу, на сприянні залучення інвестицій та розвитку. Польській уряд здійснює довгострокову політику розвитку малих господарств, що також розглядається як ефективний засіб самозайнятості населення та вирішення соціальних проблем сільських територій та послаблює соціальну напруженість на селі. Одним з ключових факторів успіху польського сільського господарства є доступ фермерів до фінансів, можливість отримати кошти, необхідні як для поточних потреб, так і на розвиток.

Розвиток сільських територій Франції свідчить про те, що в останні десятиріччя регіональна політика щодо розвитку сільських територій в цілому все більше базується на принципах субсидіарності та партиципативності. Ще до 1995 року у Франції політика економічного розвитку та прийняття рішень щодо ефективного розвитку сільських територій здійснювалась в основному «згори-вниз» та мала дозвільний та перерозподільний характер. В ході здійснення проектів та реформування аграрної системи, процеси економічного розвитку аграрного сектору та прийняття управлінських рішень на сьогодні формується шляхом застосування принципу «знизу-вгору». Тому розвитком сільських територій займаються міністерства, відомства та територіальні адміністрації, яким надані обов’язки по сприянню ефективного розвитку сільських територій.

Для Бельгії головним пріоритетом комплексного розвитку сільських територій є розвиток системи кооперативів, що належать безпосередньо сільгоспвиробникам. Основним підґрунтям для кооперації свідчить резолюція Генеральної асамблеї ООН 56/114 «Кооперативи в процесі соціального розвитку». Через свої власне створені кооперативи, фермери продають продукцію і зберігають її на кооперативних елеваторах, що належать не посередникам, а сільгоспвиробникам.

Програма розвитку сільських територій Чеської Республіки до 2013 р. передбачала ґрунтовне фінансове забезпечення у 3,6 млрд. євро, з яких 2,8 млрд. євро за рахунок засобів Європейського фонду розвитку сільських територій. На сьогодні, республіка в свою чергу підтримує будь які інвестиції у агросекторі, поширеним є агротуризм, який тісно пов’язаний з органічним виробницт-