

Кого і за чий кошт лобіюватимемо?

Галина ІЩЕНКО

2 листопада

УГОДА

МЗС та керівники 13 провідних фінансово-промислових груп, до складу яких входять понад 200 підприємств, підписали меморандум про співпрацю

Така домовленість стала результатом другого засідання Ради експортерів при МЗС, що відбувалось за закритими для преси дверима. Як пояснив міністр закордонних справ, голова Ради експортерів Костянтин Грищенко, у меморандумі, йдеться, насамперед, про інформаційну допомогу, сприяння в організації заходів, переговорів компаній за кордоном, візитів представників бізнес-структур в інші держави, лобіювання їхніх інтересів за кордоном, спільну нормативно-правову роботу тощо. МЗС сподівається, що, як наслідок, уже найближчим часом низка компаній вийде на нові міжнародні ринки і збільшить обсяги експорту, а надходження іноземних інвестицій в економіку України зростуть. Адже в Раду експортерів входять не лише групи компаній, що займаються виробництвом і експортом, а й інвестиційною діяльністю.

Вихід на нові ринки

—Тривалий час український бізнес або не наважувався виходити на міжнародні ринки (через відсутність підтримки держави, експортних знань і розуміння специфіки бізнесу у тих чи інших регіонах), або ж намагався вибудовувати контакти самостійно, — зауважив міністр. — Наразі є нагода все змінити і перетворити в реальну синергію між тими, хто має реальні можливості, певний досвід, фінансові ресурси, але потребує політичної та експертної підтримки, допомоги в налагодженні контактів з іноземними партнерами, розумінні специфіки регіону тощо.

Як повідомив Костянтин Грищенко, за останні чотири місяці в МЗС надійшло близько 30 звернень від представників машинобудівної галузі щодо підтримки з боку МЗС. Унаслідок проведеної роботи з 10 підприємствами відпрацьовуються конкретні аспекти виходу на нові ринки збуту в 12 країнах Латинської Америки, Близького Сходу та Африки.

За словами очільника МЗС, нині в інтересах України та її компаній завершення переговорів щодо Угоди про асоціацію з Євросоюзом, включно із зоною вільної торгівлі. «Це дає багато можливостей для подальшого розвитку наших виробничих потужностей і конкурентоспроможності не лише в Європі, а й за європейськими стандартами на ринках третіх країн», — пояснив він. Водночас, на його думку, треба паралельно зміцнювати позиції на традиційних ринках, зокрема, Росії, Казахстану, інших пострадянських країн і розширювати присутність у Китаї, Бразилії, Індії, країнах Перської затоки, Близького Сходу.

Обсяги експорту товарів регіонів-лідерів України за січень-серпень 2011 р., млн \$ та % до загального обсягу



За даними Держстату

— Всі ці регіони — різні, — зауважив К.Грищенко. — З одного боку, мають величезний потенціал для збільшення експорту, а з другого, вимагають більш предметного і персоніфікованого підходу, політичної та експертної підтримки, допомоги в налагодженні контактів, підказок у специфіці ведення бізнесу тощо.

Тут не обійтись без взаємодії між представниками українського бізнесу, міністерством і урядом в цілому, додав він, наголосивши, що основна роль у цьому питанні відводиться нашим посольствам за кордоном. До речі, результативність роботи останніх відтепер визначатиметься у тому числі за цим напрямком роботи. «Зрозуміло, ні міністерство, ні посольство не можуть працювати замість наших економічних структур, але можуть реально допомогти: домовитись про рамки взаємодії, обмін інформацією, конкретні напрямки реальної роботи», — уточнив міністр.

Допомога не завадить

Голова правління ПАТ «Приватбанк» Олександр Дубілет зазначив, що банк має свої філіали у Португалії, Італії та низці інших країн, де проживає чимало українців, а тому зацікавлений у співпраці з МЗС щодо комфортного супроводу фінансових операцій по цілому ряду напрямків.

Виконавчий директор ФПГ «Альтком» Дмитро Підгорний підкреслив, що вже сьогодні відчуває підтримку МЗС у країнах, де представлена група, починаючи з віз і закінчуючи допомогою у наданні нормативно-законодавчих актів країн-партнерів.

P.S. На жаль, підхід до преси міністра та представників трьох бізнес-груп після другого засідання Ради експортерів не передбачав формату «запитання-відповідь». Тому запитання «УК» про те, на яких умовах надаватиметься така підтримка? Як і за якими принципами визначався перелік компаній-експортерів, інтереси яких МЗС лобіюватиме за кордоном (адже чимало з них входять до промислово-фінансових груп інших держав, зокрема Росії, хоч і працюють на території нашої держави)? За які кошти це здійснюватиметься?» зависли у повітрі. Як відомо, лобіювання — це доволі дороге задоволення і потребує додаткових фінансових витрат. У США навіть є закон «Про лобіювання», що передбачає відстоювання тих чи тих інтересів або ж надання інформації тощо у рамках «державно-приватного партнерства», тобто за гроші компаній, а не за бюджетні, як в Україні.

ПРЯМА МОВА



**Анатолій ГІРШФЕЛЬД,
гендиректор Індустріальної
групи «УПЕК»:**

— На жаль, доволі часто доводиться чути, що експорт з України має низьку додаткову вартість (сировинний), тоді як імпорт — високу (технологічний). Хто як не дипломати можуть професійно прокласти шлях за кордон для високотехнологічного бізнесу, який є в Україні і ґрунтується на знаннях та інноваціях. Адже за кожним робочим місцем на таких підприємствах створюється 10-15 робочих місць у суміжних галузях. Сьогодні це головний локомотив розвитку світової економіки. Країни, які вміють розвиватись у цьому напрямку, мають найвищі темпи росту і, найголовніше, забезпечують високі життєві стандарти всередині країни.

ДОВІДКА «УК»

Участь у другому засіданні Ради експортерів взяли ТОВ «Інвестиції та розвиток», Індустріальна група «УПЕК», ПАТ «Приватбанк», групи «SlavAG», «EastOne», «Group DF», «Ferrexpo pls», «Контініум», АТ «Систем Кепітал-Менеджмент», холдинг «Універсальна інвестиційна група», ЗАТ «Смарт-Холдинг», ФПГ «Альтком», Інвестиційно-фінансова група «ТАС», ПАТ «Донецьксталь» Металургійний завод»

<http://www.ukurier.gov.ua/uk/articles/kogo-i-za-chij-kosht-lobiyuvatimemo/>