

ДЕЯКІ НАГАЛЬНІ ЗАВДАННЯ БІЗНЕС–ДИПЛОМАТІЇ

1.1. Забезпечення системної роботи з українською діаспорою за кордоном вимагає нових підходів. Загальна кількість представників діаспори – тобто осіб, які вважають себе етнічними українцями, але проживають за межами України, – оцінюється в 10-15 мільйонів. Це досить високий показник, навіть якщо порівняти його з чисельністю китайської діаспори, яка оцінюється в межах 35-57 млн осіб, або індійської – 20 млн осіб.

Враховуючи це, ефективним засобом економічної дипломатії може стати активна підтримка ділової активності української громади, яка проживає за кордоном. Стратегічною метою роботи в цьому напрямку має стати сприяння якісному посиленню впливовості української громади в інших країнах, яка би забезпечила можливість дієвого впливу на:

- розвиток двосторонніх торговельно-економічних та інвестиційних відносин;
- розширення ділових стосунків між окремими регіонами обох країн, великими, а також малими та середніми підприємствами;
- створення позитивного іміджу України та її економічної системи;
- ставлення ділових асоціацій та союзів до питань двостороннього співробітництва;
- прийняття рішень щодо двостороннього економічного співробітництва з боку офіційних установ відповідної країни.

1.2. У зв'язку з цим є доцільним **створення окремої державної програми**, яка б передбачала фінансову підтримку підприємницької діяльності української громади за кордоном (в т.ч. з боку державного «Приватбанку», який має відповідну мережу дочірніх установ за кордоном), пріоритетна увага до пропозицій іноземних інвесторів, які залучають до їх виконання українську громаду за кордоном та пріоритетне залучення великими вітчизняними підприємствами до їх проектів за кордоном представників української громади тощо. Такі кроки, **підтримання відповідними політичними та дипломатичними заходами** могли б зіграти помітну роль у перетворенні української громади за кордоном на потужний інструмент лобювання державних інтересів України за кордоном.

2.1. Що стосується проблеми **забезпечення системного підходу в роботі з українськими підприємствами**, то для її вирішення, зокрема, пропонується :

- визначити форми і рівні дипломатичної підтримки зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств (починаючи від надання інформації про стан економіки та основні підприємства країн - партнерів і завершуючи, в окремих випадках, здійсненням спеціалізованих маркетингових досліджень та підтримкою ведення переговорів);
- розробити й затвердити стандартні форми носіїв інформації, які можуть використовуватися в процесі надання дипломатичної підтримки (вимоги до мови викладення матеріалів, показників фінансово-економічної діяльності, детальності підготовки бізнес-планів, наявності ілюстративного матеріалу та зразків продукції, інформації про власників і керівників компаній та інше);
- забезпечити реальне використання інформації, яка надходить із дипломатичних установ за кордоном, що передбачає наявність в МЗС

відповідної структури (аналітичного підрозділу, науково-дослідного інституту, Ситуаційного центру тощо).

2.2. Чітко визначити й офіційно презентувати принципи відбору підприємств, яким надається дипломатична підтримка. **Надання підтримки з боку МЗС** та закордонних дипломатичних установ повинне розглядатися компаніями як привілей, право на якій виникає внаслідок того, що відповідні українські компанії:

- а) беруть участь в реалізації проектів державного значення (затверджених ВР України або КМ України);
- б) беруть участь у спільних проектах стратегічного значення в рамках міждержавних угод, рішень іноземних урядів, приєднання до міжнародних конвенцій або організацій, тощо;
- в) здійснюють вихід на нові ринки (товарні або регіональні), демонструючи при цьому високий рівень роботи власних фахівців, наявність сучасних технологій та виробництва високотехнологічних товарів тощо.

Слід також рекомендувати МЗС спільно з Мінфіном підготувати пропозиції щодо порядку оплати корпоративними партнерами додаткових послуг ЗДУ щодо маркетингових досліджень, налагодження ділових зв'язків, сприяння проведенню переговорів, ділових форумів тощо.

2.3. Створення системи координації дій МЗС з окремими корпораціями, особливо тими, які мають наміри та можливості поступово перетворитися на ТНК. Існує нагальна потреба в посиленні політико-дипломатичної підтримки процесів транснаціоналізації українського бізнесу, представники якого дедалі частіше стикаються з протидією і різними обмеженнями на зовнішніх ринках. Виходячи зі згаданого вище, рекомендується підготовка МЗС спільно з причетними установами та організаціями програми державної підтримки діяльності за кордоном транснаціональних корпорацій з контрольною часткою українського капіталу.