



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

ЛОКАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА
НАЦІОНАЛЬНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ



ОЦІНКА ХІМІЧНОЇ ГАЛУЗІ ТА КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАХІДНОГО ЛУГАНСЬКОГО РЕГІОНУ

Цей звіт було підготовлено за підтримки американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) в рамках Проекту “Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність”.

Проект ЛІНК впроваджується консорціумом на чолі з компанією Chemonics International. До консорціуму також входять компанії The Berman Group, Economic Integration Forum, ILS – Ukraine, Ltd.

Цей звіт представляє результати оцінки хімічної галузі Західного Луганського Економічного Субрегіону та надає низку рекомендацій щодо подальших заходів задля підвищення конкурентоспроможності сектору. Ця оцінка проводилася шляхом здійснення дослідницької та аналітичної роботи з вивчення хімічного сектору України, а також на основі проведення виробничих зустрічей у регіоні. Під час відряджень було проведено серію зустрічей/круглих столів з представниками місцевих хімічних компаній (16 компаній), а також провідними дослідницькими установами.

Запропоновані заходи відповідають регуляторним положенням США та включають проведення семінарів, налагодження контактів та тренінги для представників галузі з метою ознайомлення з сучасними знаннями та найкращими міжнародними практиками у галузі хімічної промисловості, останніми тенденціями, а також навичками продажу продукції, з акцентом на укладанні угод з потенційними іноземними партнерами. За потреби, ці заходи можна проводити в інших регіонах України.

Цей звіт також містить оцінку обсягу робіт, необхідних для впровадження рекомендованих заходів та стислий опис необхідної кваліфікації потенційного експерта.

Погляди авторів, висловлені в даному звіті, можуть не співпадати з поглядами Агентства США з міжнародного розвитку або Уряду Сполучених Штатів Америки.

Звіт перекладено з англійської. У разі виникнення розбіжностей між англійською та українською версіями, будь ласка, звертайтеся до оригіналу.

Зміст

1. Огляд хімічної галузі України.....	4
2. Огляд результатів проведення детальних інтерв'ю щодо стану конкурентоспроможності на території західної Луганщини.....	10
2.1. Загальна інформація.....	10
2.2. Висновки та спостереження на основі проведених зустрічей з провідними спеціалістами галузі у західному Луганському регіоні.....	1
2.3. Дві ключові конкурентоспроможні сфери, які були визначені.....	14
2.4. Рекомендації.....	15
2.5. Відповідність Положенню 22, Кодекс федеральних законів, частина 216.....	17
3. Перелік потенційних кроків.....	18
3.1. Спеціалізований хімічний семінар.....	18
3.2. Запропонований приблизний розклад.....	19
3.3. Обсяг робіт та професійні навички.....	21
3.4. Тренінг з продажів та маркетингу.....	21
3.5. Обсяг робіт та навички.....	22

1. Огляд хімічної галузі в Україні

За радянських часів хімічна галузь України була ключовим постачальником напівфабрикатів та готової хімічної продукції для всіх країн Радянського Союзу. Як і більшість радянських промислових комплексів, ці галузі утворювалися на основі сировини, яку постачали інші країни Союзу. Хімічна галузь України використовувала цю сировину для виробництва напівфабрикатів та готової хімічної продукції, які згодом продавалися у країнах Радянського Союзу. Ці великі хімічні промислові комплекси ставали наріжним каменем економіки міст, де вони розташовувалися і забезпечували пряму зайнятість для десятків тисяч робітників. У подальшому в цілях підтримки хімічної промисловості було створено цілу мережу інфраструктури підтримки та послуг і таким чином хімічна промисловість стала основним джерелом доходу для містечок, міст та регіонів, у яких вона розвивалася. У рамках заходів з підтримки галузі було засновано численні університети, науково-дослідні інститути, єдиною метою яких була підготовка кадрів для промисловості. Вони забезпечили створення мережі висококваліфікованих фахівців служби технічної підтримки та науково-дослідних організацій, орієнтованих на розвиток і підтримку галузі. Таким чином, освіта та наукові дослідження були тісно пов'язані з успіхом галузі.

На глобальному рівні хімічна галузь організовується за схожим зразком. Він ґрунтується на наявності сировини, переробці цієї сировини на структурні елементи, які в свою чергу перетворюються на готові матеріали. Коли ці матеріали є наявними, з них можна виробляти продукти для продажу та розповсюдження.

Ланцюжок вартості в хімічній галузі

Сировина ⇨⇨⇨	Напівфабрикати ⇨⇨⇨	Обробка ⇨⇨⇨	Створення готової продукції ⇨⇨⇨	Розповсюдження
Мінерали	Модульні блоки	Полімери	Детергенти, миючі засоби	
Газ	Мономери	Пігменти	Особиста гігієна	
Нафта	Ароматичні сполуки	Барвники	Продукти	
	Аміни	Харчові домішки	Побутові продукти	
	Органічна кислота	Фарби		
	Сечовина	Лак		
	TiO ₂	Пластмаса		
	Аміак	Фармацевтика		
		Поверхнево-активна речовина		
		Добрива		

Ключова інфраструктура підтримки включає комунальні служби, транспорт,

науку і дослідження.

З розпадом Радянського Союзу ланцюжок вартості хімічної галузі України був суттєво порушений. Постачання сировини для багатьох продуктів, особливо на основі нафти та газу, суттєво ускладнювалося. Хоча виробництво напівфабрикатів все ще тривало, сама інфраструктура була розроблена для задоволення однієї конкретної мети і у більшості випадків виявлялася занадто потужною та неефективною. Це зробило вартість матеріалів занадто високою та неконкурентною на ринку. Для готової продукції, на кшталт полімерів та пластмаси, виникла серйозна нестача доступної сировини, а також інфраструктури, яка не відповідала потребам та обсягам продажів, що в кінцевому підсумку призвело до краху цих організацій. Зрештою Україні не вдалося створити мережу зі створення готової продукції, розповсюдження та низку компаній зі збуту для забезпечення ефективного функціонування хімічної промисловості. У цьому просто не було потреби в умовах радянської системи, втім з її розпадом доступ до колишніх ринків був скорочений, а відсутність будь-якої подальшої галузевої діяльності призвела до поступового занепаду галузі. У результаті багато компаній збанкрутували або просто припинили свою діяльність, включаючи компанії нафтохімічного сегменту - Лисичанський НПЗ, ВАТ "Оріана", Чернігівський "Хімволокно" (Чернігівський завод хімічного волокна) та інші.

Іншим компаніям, основою виробництва яких були поставки вітчизняної сировини, вдалося вижити, серед них ЗАТ "Титан", Кримський содовий завод, Лисичанський содовий завод, «Артемсіль». Ці компанії виробляли товари і мали можливість продавати їх на міжнародних ринках. Важливо зазначити, що мінеральні добрива та аміак були і досі залишаються стратегічними продуктами українського експорту. Україна має вісім великих виробників добрив, шість із яких спеціалізуються на виробництві мінеральних добрив і є основою експорту та виробничого потенціалу України. Україна є одним з найбільших експортерів мінеральних добрив у світі. Країна експортує мінеральні добрива у 70 країн світу: Бразилію, Туреччину, Мексику, В'єтнам та Індію.

Окрім цього, Україна експортує сечовину та добрива на основі нітрату амонію. Виробництво цих матеріалів та їх вартість тісно пов'язані з цінами на природний газ, який використовується для виробництва аміаку. Аміак є головною сировиною для аміачної селітри і сечовини (карбаміду). За останні два роки зростання цін на газ викликало значний витратний тиск та призвело до зменшення обсягів виробництва та

продажів. Природний газ є первинною сировинною базою для цього виробництва і становить 20% від загальної вартості виробництва. Тому, по мірі підвищення цін на природний газ, зростає і вартість цих товарів, що в свою чергу ставить українських виробників у завідомо програшне становище у порівнянні з іншими світовими виробниками.

Україна має значні запаси (до 20%) титанових руд (Вольногорський та Іршанський гірничо-збагачувальні комбінати (ГЗК та Федорівське родовище), країна також має потужності для обробки ільменіту та титанових руд на заводах ЗАТ "Титан" і ВАТ "СумиХімПром". Перетворення руди на діоксид титану (TiO_2) є ключовим виробничим процесом у хімічній галузі, який підтримує розвиток декількох галузей промисловості, включаючи фарби, абразиви і харчові добавки. Позиція України у виробництві діоксиду титану забезпечує основу для стабільного ведення бізнесу у сфері виробництва фарб та добавок у майбутньому.

Попре те, що Україна багата корисними копалинами та хімічними речовинами на основі мінералів, країна практично не має природних ресурсів (нафти та газу), які слугують сировинною базою галузі на основі органічних хімічних речовин. За радянських часів Україна виробляла різні матеріали: каучук, полімери і різні органічні сировинні матеріали. Вони використовувалися для виготовлення продукції з більш високою доданою вартістю, на кшталт вибухових речовин, клею, харчових добавок, фарб, пластмаси, пестицидів і гербіцидів. Відсутність сировини в поєднанні з повною відсутністю подальшої діяльності з розвитку галузі викликало майже повне руйнування органічної хімічної промисловості в Україні. Незважаючи на це, декілька великих компаній все ж вижили, такі як "Азот", втім вони лише тіні свого минулого, оскільки висока вартість сировини та відсутність сучасної виробничої бази зробили їх практично неконкурентоспроможними.

Однак це не означає, що хімічна промисловість більше не існує в Україні. Хоча важко отримати точні цифри, за статистичними даними кількість хімічних підприємств та виробників в Україні налічує близько 1600 компаній та організацій. Звичайно, деякі з них представлені великими промисловими гігантами, інші – малими та середніми підприємствами, які знаходять свої нішеві ринки на основі промислових досліджень, альянсів з європейськими та міжнародними фірмами та злиття.

Українські компанії мають унікальне становище для постачання товарів та послуг на ринки країн СНД. Географічно вони мають легкий доступ до всіх країн СНД і спільну мову. Українські компанії мають міцну базу технічних знань, а рівень освіти в області хімії та інженерних наук є вищим, ніж у більшості інших країн у регіоні. Україна має

великий внутрішній ринок хімічних продуктів. Наприклад, імпорт пластмаси та фармацевтичних препаратів оцінюється у понад 10 млрд. доларів США, що дає можливість для потенційного виробництва цих товарів в Україні. Окрім цього, бренд хімічної галузі України є пізнаваним у регіоні.

Ці переваги не залишилися непоміченими у світовій хімічній промисловості. Великі та середні підприємства здійснюють інвестиції. Хімічні гіганти, такі як DuPont, 3M, Bayer та інші придбавали або інвестували у виробництво та/або заснували своє виробництво в Україні, щоб мати змогу обслуговувати місцеві та регіональні ринки. Фармацевтичні компанії почали входити у цю галузь промисловості та створювати в Україні виробничі потужності міжнародного класу. Компанія Procter&Gamble заснувала виробництво косметичних засобів в Україні, щоб мати кращий доступ до ринків України та СНД. Дедалі більше компаній в Україні створюють разом з міжнародними компаніями механізми розробки продуктів та їх розповсюдження, щоб постачати спеціальні або кастомізовані продукти на місцевий ринок, що безумовно позитивно впливає на майбутнє хімічної галузі України.

Хімічна галузь

Впливові чинники: Уряд – оподаткування, інвестиції, закони щодо захисту довкілля. Освіта та дослідження.					
	Сировина	Напівфабрикати	Обробка	Створення готової продукції	Розповсюдження
Вхідні ресурси: Капітал Технології Людські ресурси	Мінерали	Модульні блоки	Полімери	Детергенти, миючі засоби	Клієнти: Внутрішній ринок Країни СНД Європа Азія
	Газ	Мономери	Пігменти	Особиста гігієна	
	Нафта	Ароматичні сполуки	Барвники	Продукти	
		Аміни	Харчові домішки	Побутові продукти	
		Органічна кислота	Фарби		
		Сечовина	Лак		
		TiO ₂	Пластмаса		
		Аміак	Фармацевтика		
			Поверхнево-активна речовина		
			Добрива		
Конкуренція: Китай, країни Персидської затоки, Туреччина, Європа та компанії США.					

Перед хімічною промисловістю України постає багато проблем. Існує нестача капітальних вкладень, що перешкоджає зростанню та модернізації. Для сектору характерна й нестача обізнаності серед громадськості, відсутність доступу до нових технологій та зелених технологій виробництва, які обмежують варіанти фірм з огляду на розробку нових продуктів та можливостей зростання. Загалом не вистачає людських ресурсів, нинішнім вченим та бізнес-менеджерам бракує навичок та професійної підготовки у сучасному хімічному виробництві, продажах та маркетингу.

Окрім цього, спостерігається нестача розуміння маркетингу та продажів. Компанії не можуть ефективно спілкуватися та розповсюджувати інформацію щодо своєї продукції і, що більш важливо, вони не уявляють, якими є реальні потреби покупців і кінцевих користувачів. Замість цього для просування та продажу своєї продукції вони

покладаються на дистриб'юторів або посередників, тим самим створюючи брак інформації про справжні потреби клієнтів. Ця відсутність інформації обмежує інновації, подальше просування у розробці продуктів та зростання доданої вартості.

Існує нестача розуміння основних систем якості, санітарних, екологічних норм та систем безпеки, які є ключовими для майбутнього успіху, оскільки міжнародні та регіональні клієнти вимагають, щоб компанії, які виробляють матеріали, що містять хімічні речовини, мали певний обсяг знань та розуміння цих основних систем.

Дослідження та технічна підготовка здебільшого не відповідають потребам галузі. Це призводить до того, що навчальні заклади випускають недостатньо підготовлених спеціалістів, які не можуть відповідати дедалі зростаючим вимогам галузі і це змушує компанії проводити перепідготовку персоналу або наймати працівників з-за меж України. В подальшому ця нестача взаємодії створює негативні тенденції в системі вищої освіти, таким чином без промислової, виробничої підтримки, науково-дослідні інститути та університети не матимуть можливості для залучення інвестицій і отримання грантів на проведення досліджень, необхідних для модернізації свого устаткування.

Нарешті, існує загальний брак знань щодо ведення бізнесу у галузі хімічної промисловості. Вище керівництво не знає про те, як функціонує світова хімічна промисловість. Вони не знають або не розуміють очікування міжнародних клієнтів. Вони не усвідомлюють варіанти, які мають під час укладання договорів та ведення перемовин щодо конкретних вимог, договорів поставки, а також спільних підприємств та альянсів. Усі ці чинники впливають на те, що наразі хімічна промисловість України суттєво програє іншим країнам та наражається на фінансові ризики при роботі з постачальниками, клієнтами та потенційними партнерами, а це в свою чергу загрожує тому, що комерційна операція може стати односторонньою, а український бізнес зазнає значних витрат.

2. Огляд результатів проведення детальних інтерв'ю щодо стану конкурентоспроможності на території західної Луганщини.

2.1. Загальна інформація

Ключовим елементом проекту USAID «Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність» є посилення конкурентоспроможності приватних підприємств задля пришвидшення інтеграції України у міжнародні ринки. Одним з результатів процесу регіонального стратегічного планування стало те, що у східних регіонах, а також у Криму, ключовим сектором для відновлення та покращення конкурентоспроможності стала хімічна галузь. Галузь включає виробництво таких товарів, як соди, хлору, пластмаси та добрив на основі азоту, спеціальних хімікати, які входять до складу фарб, волокон та покриттів, а також фармацевтичні препарати від нітрогліцерину та рецептурних ліків до інсуліну.

За радянських часів Україна була лідером у виробництві хімічних продуктів, проте, як і більшість галузей у Радянському Союзі, хімічна галузь не була вертикально інтегрована. З розпадом Радянського союзу багато великих хімічних підприємств були відрізані від джерел сировини та зазнали занепаду. Проте ті галузі, в яких Україна має достатні запаси вихідної сировини, наприклад, сода, газ, добрива, перебувають наразі у кращому становищі та досі працюють в тій чи іншій формі. Задля забезпечення підтримки хімічної галузі, Україна мала базу фахових науковців, дослідницьких інститутів, наукових центрів, що підтримували розвиток відповідних хімічних продуктів для різних сфер. Цей людський капітал та матеріально-технічна база, які сьогодні суттєво відрізняються від того, що було раніше, досі можуть забезпечити належну основу для підвищення конкурентоспроможності цієї галузі.

Регіон навколо та безпосередньо у м. Северодонецьк Луганської області є одним з ключових місць хімічної промисловості. Цей регіон був головним місцем хімічного виробництва такої продукції, як сода, бікарбонат, полімери, пластмаса й гума, вибухових речовин, харчових добавок та барвників. Северодонецьк став домівкою для основних базових досліджень у хімічній галузі на території СРСР, тут також

розташовувались головні центри інженерних та наукових досліджень, Інститут хімічних технологій Східноукраїнського національного університету імені В.І. Даля. Навіть сьогодні, хімічне виробництво та компанії, що надають товари і послуги для підтримки галузі є ключовими для економічного добробуту регіону. Після розпаду Радянського Союзу у регіоні залишилися декілька великих хімічних комплексів. Ці комплекси були призначені для постачання сировини і готової продукції в усі країни Радянського союзу. Це великі багато профільні об'єкти та споруди, функціонування яких включає отримання, обробку, транспортування, генерування енергії та пари, а також зберігання. На жаль, в багатьох випадках продукти, які були зроблені на цих великих державних об'єктах вже більше не потрібні, або розмір і масштаб виробництва є занадто великим, щоб бути конкурентоспроможним.

Водночас, у регіоні розвиваються невеликі компанії, які користуються існуючою технічною базою та існуючою робочою силою. Ці середні компанії є перспективними та мають високий потенціал до зростання у сфері забезпечення населення робочими місцями та отримання прибутків. Ці компанії проводять дослідження, розробляють нові продукти, розповсюджують міжнародну продукцію та застосовують нові технології для задоволення потреб клієнтів в Україні та країнах СНД.

2.2. Висновки та спостереження на основі проведених зустрічей з провідними спеціалістами галузі у західному Луганському регіоні

На основі проведених зустрічей з 16 компаніями, які спеціалізуються на виробництві спеціальних хімікатів або представляють великі державні комплекси, нам вдалося виокремити три спільні проблеми, які мають ключове значення для компаній і впливають на загальну конкурентоспроможність промисловості, а саме: забезпечення ланцюжка поставок і сировинної бази, доступ до технологій та знань, а також створення альянсів з міжнародними компаніями і дослідницькими інститутами США. Ці питання, на думку керівництва компаній, мають найвищий пріоритет для сталого розвитку їх бізнесу.

Забезпечення ланцюжка поставок та сировинної бази

Декілька компаній зазначили необхідність імпорту сировини і напівфабрикатів хімічних речовин/готової продукції з метою задоволення вимог ринку. Всі ці компанії придбавали сировину у Китаї або Європі. Китайські продукти були дешеві та неякісні, для європейської продукції була характерна висока якість, але й високі ціни. Усі ключові компанії намагалися придбати продукцію від виробників у США, проте успіху не мали. Продукція США, як правило, характеризується доступною ціною та здебільшого високою якістю, отож українські компанії зацікавлені у придбанні саме американських матеріалів.

Нестача надійного ланцюжка поставок впливає на здатність компаній відповідати потребам ринку, обмежує збут та можливість отримання більшої частки на ринку, заважає зростанню та залученню інвестицій, а також ставить компанії у ризиковане становище у порівнянні з європейськими та російськими конкурентами.

Ключові питання, які визначили компанії

- Визначення потенційних постачальників продукції - компанії не знають або не розуміють, як організована промисловість. Їм незрозуміло, які компанії займаються безпосередньо виробництвом, а які лише розповсюджують або перепродають продукцію. Вони не розуміють, з якими компаніями або типами компаній їм необхідно контактувати. Вони не знають, чи їм потрібно винаймати агента у США для виконання цієї роботи. Вони не вирішили, чи розповсюджувати свою продукцію через регіональних продавців та дистриб'юторів. Нарешті, вони не знають, до кого звертатися у американських компаніях для отримання конкретних відповідей на ці запитання.

- Умови договору та придбання – одній компанії, якій вдалося знайти постачальника у США не вдалося укласти договір. Хоча система укладання договорів у США може здатися досить простою, на практиці це не так, договори містять багато особливостей та понять, які істотно відрізняються від відповідних норм в Україні. Наприклад, умови оплати, валюта платежів, визначення можливості приймати продукт, база собівартості і, в багатьох випадках, необхідність продажу через регіональні відділення та/або розповсюдження продукції.

- Процес погодження¹ - компаній у США не можуть просто будь-кому продати хімічні речовини в будь-якій формі. Події 11 вересня, а також міркування безпеки, охорони здоров'я та екологічної політики вводять певні обмеження щодо типу компаній, які можуть отримати такі матеріали. Потенційні покупці повинні заповнити форму оцінки покупця, пояснити їх можливості та виробничі потужності для отримання, обробки та використання матеріалів у безпечний спосіб. Хоча українські компанії ще не досягли цього рівня, вони все одно мають знати, як правильно подавати інформацію щодо своєї діяльності та можливостей, щоб відповідати вимогам американських продавців.

Доступ до технологій та знань

Майже всі компанії побачили, що основною перешкодою для досягнення успіху в бізнесі та досягненні конкурентоспроможності є нездатність отримати доступ до нових технологій та знань через ліцензійні угоди чи альянси. Для того, щоб мати змогу зростати та конкурувати, компанії хочуть отримати доступ до технологій, які допоможуть їм відповідати конкретним потребам клієнтів на ринках СНД. Це не означає, що вони повинні отримати доступ до останніх об'єктів інтелектуальної власності компаній. Замість цього вони шукають доступ до промислових продуктів та можливості застосування ноу-хау, щоб розробляти та виробляти спеціалізовані продукти для своїх клієнтів.

Ключові питання, які визначили компанії

- Відповідно до зазначеного сценарію, українські компанії не знають з чого почати, знову ж таки це стосується перш за все виходу на американського постачальника. Українські компанії мають зрозуміти, які типи компаній та організацій погодяться спільно розробляти та в подальшому спільно використовувати нові технології та ноу-хау, з ким треба контактувати в компаніях, як почати перемовини та як позиціонувати себе таким чином, щоб компанії у США їх зрозуміли та зацікавилися.
- Перемовини² - коли компанії визначили компанію-партнера та розпочали діалог,

¹ Хоча цей пункт компанії не зазначили, в майбутньому на нього варто звернути увагу, саме цьому автор представив цей пункт.

² Цього етапу українські компанії ще не досягли, проте він може стати наступною перешкодою на шляху досягнення успіху, тому автор додав цей пункт.

наступним етапом стане укладання угоди. Компанії у США, хоча за своєю структурою і можуть видаватися простими, насправді мають одну з найважчих систем укладання угод. Окрім цього, українські компанії мають розуміти особливості культурних норм та сфери, в яких вони можуть бути гнучкими, а де це неприпустимо.

Створення альянсів з міжнародними компаніями та дослідницькими інститутами

Певною мірою, цей пункт розглядається як спосіб або тактика розв'язання двох перших проблем. Українські компанії хочуть створювати альянси з американськими компаніями задля покращення своєї репутації та становища на ринку. Вони хочуть розширити асортимент своєї продукції та створювати нові або інші продукти, щоб розширити ринки збуту. У цьому контексті акцент робився саме на виробниках з США. Набір навичок та кваліфікація відповідає зазначеним вище.

2.3. Дві ключові конкурентоспроможні сфери, які були визначені

Інститут хімічних технологій Східноукраїнського національного університету імені В.І. Даля.

Цей науково-дослідний інститут має три основні завдання: проведення фундаментальних досліджень, підготовка фахівців хімічної галузі та проведення прикладних досліджень на підтримку розвитку хімічної промисловості. Сьогодні інститут орієнтований насамперед на проведення фундаментальних досліджень та навчання фахівців хімічної галузі. Результати цих фундаментальних досліджень видаються корисними для вивчення можливостей використання озону у органічному синтезі та розвитку «зелених технологій» для хімічного виробництва. Приклади використання озону відомі всім, особливо у фармацевтичному виробництві, проте в цілому це дуже енергоємні технології для такого великомасштабного промислового використання. «Зелені технології», які планує запровадити інститут полягають у перетворенні зерна та виробів з деревини на промислові хімікати. Сама технологія добре відома і впроваджується в промислових масштабах в США та інших частинах світу, проте технологія потребує споживання величезної кількості головної сільськогосподарської продукції (зерна), таким чином завод має мати доступ до дешевих зернових та інвестувати при цьому як мінімум 250 - 500 млн. доларів США на

будівництво виробничих потужностей.

Дуже прикро, що сьогодні інституту не вистачає необхідної інформації щодо продукції, яку виробляє українська хімічна промисловість, ключових гравців на ринку, критичних питань та цільових ринків. Що більш важливо, їм не вистачає розуміння того, як вони можуть застосувати свої знання і талант, щоб забезпечити зростання і процвітання галузі. Цю проблему було визначено, коли ми запитали кілька компаній про можливість використовувати напрацювання інституту, виявилось, що компанії не були знайомі з потужностями та потенціалом інституту і з питаннями, над якими наразі працюють вчені.

Нестача галузевих зв'язків та знань

У ході наших дискусій з різними компаніями, стало очевидним, що існує нестача загальних галузевих знань. Компаніям не відомо, що виробляють, продають, купують або чого потребують інші компанії для досягнення успіху в бізнесі. Існує також нестача знань щодо імпортової сировини, адже групові закупівлі можуть допомогти знизити загальні витрати, спростити операції, а також викликати більшу зацікавленість з боку американських постачальників. Крім того, компаніям не вистачає знань про те, як можна використовувати фізичні або технологічні активи інших компаній з користю для себе.

У глобальному масштабі хімічна промисловість представлена невеликої мережею компаній та організацій. Щоб бути конкурентоспроможним, гравці галузі мають заручитися підтримкою мережі покупців, продавців, партнерів та конкурентів. Для компаній характерна співпраця у вирішенні спільних питань, особливо в області безпеки, охорони здоров'я і навколишнього середовища. Мережа забезпечує підвищення конкурентоспроможності для всіх учасників.

2.4.Рекомендації

Провідні спеціалісти галузі дуже чітко назвали ключові сфери, де їм необхідна допомога та підтримка. Всі ці аспекти впливають на здатність їх компаній зростати,

процвітати та бути конкурентоспроможними. Ці аспекти не стосуються конкретних компаній, а є радше фундаментальним сферами, в яких можна працювати в рамках реалізації програми підвищення регіональної конкурентоспроможності. Окрім цього, стратегічні плани регіону свідчать про зацікавленість у кращому використанні всіх ресурсів з метою підвищення конкурентоспроможності, зокрема досягнення дослідницьких інститутів, і це необхідно включити до майбутніх заходів.

Як наступний крок, автор рекомендує проведення проектом USAID ЛІНК 2-2,5 денного семінару, орієнтованого на надання компаніям знань, необхідних для визначення та укладання угод на поставку продукції з американськими постачальниками хімічних продуктів. Семінар має включати окремі сесії, присвячені питанням пошуку та створення альянсів, укладанню ліцензійних угод, вирішенню питань здійснення поставок продукції американських компаній. Семінар проводиться для заохочення галузевих обговорень та сприяння створенню мережі хімічних підприємств у регіоні.

Семінар повинен включати короткі презентації компаній, близько 5 хвилин, що надасть інформацію щодо самої компанії, продукції, яку компанія виробляє та продає, виробничих потужностей та можливостей, а також сировинної бази. Декілька дослідників з інституту також мають взяти участь у семінарі та зробити 5-хвилинні презентації щодо проекту, над яким вони працюють, а також розповісти про можливості інституту. Необхідно також провести окрему сесію щодо питань відповідального хімічного виробництва та обговорити актуальні аспекти безпеки, охорони здоров'я та захисту довкілля.

Ця програма покликана розв'язати конкретні спільні проблеми конкурентоспроможності, що постають перед галуззю. Програма також надасть часникам можливість більше дізнатися про інших гравців галузі, налагодити зв'язки та визначити можливі спільні точки дотику. Компанії та представники науки матимуть змогу більше дізнатися один про одного і, можливо, визначити шляхи досягнення спільних цілей. Нарешті, ключ до майбутнього успіху промисловості полягає у відкритті обговорень щодо питань безпеки, охорони здоров'я і навколишнього середовища.

Після цього початкового семінару можна проводити інші заходи, на кшталт регіональних форумів хімічної галузі/конференцій для сприяння налагодженню

контактів, обміну інформацією та створенню зв'язків. Цілком логічно, що за проведення таких заходів можуть відповідати українська хімічна спільнота або інститут. Я також рекомендував би запросити доповідачів з ключових компаній, у тому числі транснаціональних, таких як P&G, DuPont та Ecolab, які б розповіли про потреби цих великих компаній та вимоги, які вони ставлять перед своїми постачальниками. У залежності від масштабу заходу та часу, ми могли б також включити доповідачів з ключових середніх підприємств, які динамічно розвиваються. Вступні промови від місцевих та регіональних органів влади також можуть допомогти об'єднати всіх учасників сектору навколо більш загальної теми підвищення регіональної конкурентоспроможності.

У залежності від загального настрою та ентузіазму, наступним логічним кроком може стати проведення семінару з питань маркетингу та продажів та підвищення рівня професійної підготовки. На підставі того, що ми побачили, компанії мають слабкі або взагалі не мають відповідні відділи з продажів та маркетингу. Відсутність таких відділів та відповідної кваліфікації є суттєвим бар'єром на шляху досягнення конкурентоспроможності.

Інші конкретні кроки можна розробити згодом, по мірі продовження діяльності в цій галузі.

2.5. Відповідність Положенню 22, Кодекс федеральних законів, частина 216

USAID має низку усталених процедур, систем та процесів, що використовуються для оцінки впливу на навколишнє середовище певних заходів в рамках програми. Враховуючи, що запропонована програма носить освітній характер та не містить заходів, які мають прямий вплив на стан довкілля, реалізація програми підпадає під умови розділу 216.2 С 2 I, а тому виключаються зі сфери застосування процедур, передбачених частиною 216.

3. Перелік потенційних кроків

Запропоновані наступні кроки включають проведення семінарів, налагодження контактів та тренінги для представників галузі з метою ознайомлення з сучасними знаннями та найкращими міжнародними практиками у галузі хімічної промисловості, останніми тенденціями, а також навичками продажу продукції, з акцентом на укладанні угод з потенційними іноземними партнерами. За потреби, ці заходи можна проводити в інших регіонах України.

3.1. Спеціалізований хімічний семінар

Семінар ставить перед собою вирішення декількох завдань:

- надати аудиторії знання про те, як працює хімічна промисловість в США і Великобританії, хто є гравцями на ринку, які ролі відіграють різні учасники включаючи великі компанії хімічної промисловості, виробників, дистриб'юторів, виробників готової продукції;
- зрозуміти, як взаємодіяти з компаніями;
- зрозуміти, що очікують продавці від потенційних покупців, посередників і дистриб'юторів продукції;
- як розповісти про свою компанію та зацікавити інші компанії розпочати співпрацю;
- зрозуміти типові моделі бізнес-відносин і що вони включають;
- зрозуміти умови укладання контрактів та договорів - що може бути зроблено, а що ні;
- створити форум для компаній, де вони могли б дізнатися про інші компанії, які продукти вони купують і продають, на які цільові ринки орієнтуються;
- створити форум для представників галузі та наукових кіл, щоб вони дізналися один про одного і почали шукати можливі шляхи об'єднання зусиль з метою підвищення конкурентоспроможності;
- ввести міжнародні стандарти безпеки та охорони навколишнього середовища та програм, на кшталт Responsible Care³;

³ Responsible Care® - це світова волонтерська ініціатива в хімічній галузі, в рамках якої компанії через національні асоціації об'єднують свої зусилля задля постійного поліпшення стану охорони здоров'я, безпеки та довкілля, а також розповсюдження інформації щодо своїх продуктів та діяльності.

- ознайомитися з діяльністю таких компаній, як DuPont, 3M і P & G, які працюють та виробляють свою продукцію в Україні таким чином, щоб сприяти створенню галузевих зв'язків між групами.

Цільова аудиторія

Цільова аудиторія для проведення цього семінару має включати вище керівництво 20 великих хімічних компаній всієї Луганської області, викладачів, студентів та представників науково-дослідних інститутів.

3.2. Запропонований приблизний розклад

День 1.

Реєстрація (кава і чай)	9:00 - 10:00
Початок та вступне слово	
Представник місцевих органів влади	
Представник USAID ЛІНК	10:00 - 10:30
Хімічна промисловість США та Великобританії	10:30 - 12:00
Вступні презентації від учасників галузі	12:00 - 13:00
Представник кожної компанії представляє свою компанію і розповідає про продукцію, яку виробляють, матеріали, які закупають, цільові ринки і про що хочуть дізнатися впродовж семінару.	
Обід	13:00 - 14:00
Питання та відповіді за результатами ранкової сесії	14:00 – 14:30
Розуміння культури ведення бізнесу в США/Великобританії	14:30 - 15:30
До чого звикли та чого очікують від посередників, дистриб'юторів великі міжнародні компанії. Дослідити, чим Україна відрізняється від США/Великобританії і який вплив це має.	
Перерва на каву/чай	15:30 – 15:45
Розуміння бізнесу постачальників	15:45 – 16:45
Що має запропонувати компанія, які типи відносин зазвичай характерні для компаній, який вид технологій їх цікавить, які ринкові прогалини мають – що вони потребують або хочуть.	
Завершення – рекомендації, питання та відповіді	16:45 – 17:00

День 2.

Спілкування (чай/кава)	9:00 – 10:00
Укладання угоди	10:00 – 13:00
Інформація про діяльність компанії Донесення інформації про те, що може запропонувати ваша компанія і чому продавець має зацікавитися вашим продуктом Розвиток внутрішніх та зовнішніх мереж Знання свого продукту та бізнесу	
Мистецтво укладання контракту – соціальні/бізнесові «за» та «проти»	
Обід	13:00 – 14:00
Перемовини, умови договору, що вони означають та як покладатися на контракт при веденні бізнесу в майбутньому, розбудова сталих та довготривалих бізнес відносин	14:00 – 16:00
Огляд досліджень Факультету та сфери інтересів	16:00 – 17:00
Спілкування	17:00 – 18:00

День 3 (півдня).

Спілкування (чай/кава)	9:00 – 10:00
Підбиття підсумків попереднього дня	10:00 – 10:15
Ведення перемовин міжнародними хімічними компаніями	10:15 – 11:15
Програма «Responsible CARE» – безпека, здоров'я та довкілля - 12:00	11:15
Наступні кроки та вручення сертифікатів	12:00 – 13:00

Звичайно, що дуже мало ймовірно, що весь курс лекцій цього семінару може провести одна людина, оскільки теми, представлені в рамках семінару потребують ґрунтовних знань та здатності проводити навчання в багатьох сферах.

3.3.Обсяг робіт та професійні навички

Саме тому передбачений обсяг робіт розподіляється між двома експертами – експертом з хімічної галузі та експертом, який має суттєвий промисловий досвід роботи та навички проведення тренінгів.

Обсяг робіт. Експерт 1: Хімік: 12 днів, включаючи відрядження, підготовку, роботу в країні та написання звіту.

Навички

- Вчений ступінь або відповідний фаховий досвід, бажано кандидат хімічних наук або к.н. у суміжній галузі (інженерія)
- Обов'язково досвід роботи у хімічній галузі
- Досвід роботи у країнах СНД
- Бажано досвід роботи в Україні
- Має робочі знання Положення 22 FAR 216.

Обсяг робіт. Експерт 2: Тренер/Лектор: 18 днів, включаючи відрядження, підготовку, роботу в країні та написання звіту.

Навички

- Вчений ступінь або відповідний фаховий досвід, бажано кандидат хімічних наук або к.н. у суміжній галузі (інженерія)
- Обов'язково досвід роботи у хімічній галузі
- Багатий досвід проведення тренінгів
- Бажано досвід роботи у країнах СНД
- Бажано проведення тренінгів у країнах СНД
- Бажано досвід роботи в Україні.

3.4.Тренінг з продажів та маркетингу

Критичним питанням на шляху підвищення конкурентоспроможності є нестача знань у сфері маркетингу та продажів, що характерно для хімічних компаній і загалом для багатьох українських компаній. Це дуже суттєва проблема, яка обмежує обсяги збуту продуктів та матеріалів, а також заважає компаніям стало розвиватися та зростати. Компаніям дуже важко правильно розповісти про те, чим вони займаються і яку продукцію виробляють, щоб зацікавити потенційних покупців.

3.5. Головні теми тренінгу з продажів

- Ключові "умови" для продажу (наприклад, відповіді на питання «Чому цей товар має бути цікавим для мене?», «Чому я повинен вірити у вас?», «Навіщо мені це потрібно?»)
- Маркетинг - матеріали / стратегії / мережі
- Розробка внутрішніх і зовнішніх мереж
- Знання свого продукту - можливість донести інформацію про продукт та користь для клієнта
- Усвідомлення конкурентного становища, ціни, наявності на ГЛОБАЛЬНОМУ рівні
- Мистецтво встановлення контактів – соціальні/бізнесові «за» та «проти»
- Переговори
- Укладання угоди
- Початок роботи (закласти основу для успіху, починаючи з зустрічі з клієнтом для обговорення та узгодження термінології, ролей та сфери відповідальності, а також графіків та ключових результатів)
- Постійна активна участь впродовж терміну дії контракту (допомагає отримати майбутні додаткові переваги), думати в напрямку взаємовигідної співпраці – «безпрограшна ситуація», партнерство на майбутнє.
- Яким чином укласти контракт для майбутнього ведення бізнесу та створити довгострокові ділові відносини.
- Вашу пропозицію було відкинуто, що тепер?
- Що далі? Завжди дивіться на ситуацію на ринку, тенденції, конкуренція ...
- Наступні кроки в результаті семінару. («Як донести ці ідеї та почати користуватися набутими знаннями?»)
- Підсумок сесії.

Це 4 ½-денний курс лекцій, який буде проводитися у регіоні, цільовою аудиторією стануть представники хімічних компаній всіх рівнів. Бажано, щоб учасники знали англійську мову, проте це не обов'язкова умова, оскільки всі матеріали та вправи будуть перекладені.

Учасники з інших регіонів також можуть брати участь у тренінгу.

Головні напрямки діяльності

- Розробка тренінгу з цільового маркетингу та продажів, який би відповідав сучасним потребам ринку. Продаж на ринках товарів промислового призначення відрізняється від продажу автомобілів або одягу, він потребує ґрунтовних знань технік продажу продукції промисловим клієнтам.
- Підготовка матеріалів
- Проведення навчання
- Підготувати коротку доповідь щодо проведених заходів.

3.6.Обсяг робіт та навички

Обсяг робіт: Тренер/Лектор: 20 днів, включаючи відрядження, підготовку, роботу в країні та написання звіту.

Навички

- Вчений ступінь або відповідний фаховий досвід, бажано кандидат хімічних наук або к.н. у суміжній галузі (інженерія)
- Обов'язково досвід роботи у хімічній галузі
- Багатий досвід проведення тренінгів
- Бажано досвід роботи у країнах СНД
- Бажано проведення тренінгів у країнах СНД
- Бажано досвід роботи в Україні.