



კომუნიკაციის გაუმჯობესება CLLD განხორციელების ჯაჭვში



წარმოდგენილი დოკუმენტი ქართულ ენაზე ითარგმნა „საქართველოს ადგილობრივი განვითარების ჯგუფების ასოციაციის“ (GALAG) ინიციატივით, ორგანიზაცია „ფიფლ ინ ნიდ“-ის მხარდაჭერით. დოკუმენტი შედგენილია „სოფლის განვითარების ევროპული ქსელის“ (ENRD) მიერ და სრულად ასახავს მათ პოზიციას და პრაქტიკას. დოკუმენტების ორიგინალი ვერსიები გთხოვთ იხილოთ შემდეგ მისამართზე www.enrd.ec.europa.eu

შინაარსი

რას ნიშნავს „კომუნიკაცია“ და რატომ	
არის იგი მნიშვნელოვანი LEADER მიდგომის	
განხორციელებისას?	4
დაგეგმვა	4
მიზნები	5
რა ინფორმაციის მიტანა გვჭირდება	
კომუნიკაციის საშუალებით და ვისთან?	6
როდის და როგორ განვახორციელოთ	
კომუნიკაცია?	8
როგორ გავიგებთ იყო თუ არა	
წარმატებული ჩვენი კომუნიკაცია?	10

ეს თავი საყურადღებოა როგორც მმართველობითი უწყებების, ისე ადგილობრივი განვითარების ჯგუფებისთვის (LAGs).

რას ნიშნავს „კომუნიკაცია“ და რატომ არის იგი მნიშვნელოვანი LEADER მიდგომის განხორციელებისას?

ტერმინი „კომუნიკაცია“ ლათინური სიტყვაა და „გაზიარებას“ ნიშნავს, ეს აქტიური პროცესია. გაზიარების სწორედ ეს პროცესი უდევს საფუძვლად LEADER მიდგომას და იმ კავშირებს, რომლის დამყარებისკენაც ეს მეთოდი მიისწრაფის. ეფექტური LEADER კომუნიკაცია ბევრად მეტია ვიდრე უბრალოდ ინფორმაციის გადაცემა. ამ პროცესში ჩართულმა მხარეებმა თუ დაინტერესებულმა პირებმა ერთმანეთს უნდა გაუზიარონ ინფორმაცია, ცოდნა, გამოცდილება, მიზნები, ამოცანები და რესურსები და გაიაზრონ ვინ რომელ მათგანზეა პასუხისმგებელი.

იმისათვის, რომ LEADER მიდგომამ გამოავლინოს თავისი პოტენციალი ახლა და მომავალში, ჩვენ უამრავ ადამიანს, თემს და ორგანიზაციას უნდა „გაუზიაროთ“ ინფორმაცია სხვადასხვა გზებისა და აქტივობების საშუალებით. LEADER მიდგომის განხორციელებაში ჩართულ ადამიანებს ეს კარგად ესმით, მაგრამ ისინი ასევე ხშირად აღიარებენ, რომ განხორციელების ჯაჭვში შიდა კომუნიკაცია რეალურად საჭიროებს გაუმჯობესებას.

თუმცა, არამხოლოდ შიდა, LEADER მიდგომისთვის გარე კომუნიკაციის გაძლიერება ასევე სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი ფაქტორია. თუ ჩვენ არ გვექნება კომუნიკაცია სასოფლო თემებთან, როგორ გავაგებინებთ მათ ჩვენს სტრატეგიას, განვავითარებთ პროექტებს, გავზრდით მათ ჩართულობას და გავაძლიერებთ მონაწილეობას? ფართო საზოგადოებასთან კარგი კომუნიკაცია ასევე მნიშვნელოვანია იმისათვის, რომ მოხდეს LEADER მიდგომის შეფასება, მისი გაფართოება, რესურსების ხელმისაწვდომობის გაზრდა და მეტი საზოგადოებრივი თუ პოლიტიკური მხარდაჭერის მოპოვება.

დაგეგმვა

თუ ჩვენ რეალურად გვჭირდება მეტად ეფექტური კომუნიკაცია, მაშინ პირველი მნიშვნელოვანი ნაბიჯი უნდა იყოს გაუმჯობესების საჭიროებების აღიარება და მათი გამოსწორების გზების დაგეგმვა. LEADER მიდგომის კომუნიკაციის პროცესში, სხვადასხვა მონაწილეებს კარგად უნდა ჰქონდეთ გააზრებული

კომუნიკაციის პოლიტიკა და ინფორმაციის მიწოდების სტრუქტურა: თუ როგორ ერგებიან ისინი აღნიშნულ სტრუქტურას, რა ინფორმაციის მიწოდება სურთ და რაში მდგომარეობს კომუნიკაციის გამოსწორების პრიორიტეტები. ეს მოიცავს როგორც შიდა კომუნიკაციას მრავალდონიან მმართველობაში თუ ინფორმაციის მიწოდების სტრუქტურებში, ისე გარე კომუნიკაციას სხვა დაინტერესებულ პირებთან. აღნიშნული გეგმების შემუშავებისას, აუცილებელია ქვემოთ ჩამოთვლილი მნიშვნელოვანი საკითხების გათვალისწინება:

- ◆ რისი მიღწევა გვსურს კომუნიკაციის საშუალებით, მიზნები?
- ◆ რა ინფორმაცია გვინდა რომ მივაწოდოთ?
- ◆ ვის გვინდა რომ მივაწოდოთ ეს ინფორმაცია?
- ◆ როდის გვინდა რომ მივაწოდოთ ეს ინფორმაცია?
- ◆ რა გზით გვსურს კომუნიკაცია, მაგ: ჩვენს შესახებ ინფორმაციის მიწოდებით, ანიმაციით და ა.შ?
- ◆ როგორ შევიტყოთ ეფექტური იყო თუ არა კომუნიკაცია?

ამ საფეხურების ანალიზის საშუალებით ჩვენ შეგვიძლია დავგეგმოთ ყველაზე მეტად რომელ ეტაპზე გვესაჭიროება კომუნიკაციის ეფექტურობის გამოსწორება LEADER მიდგომის დანერგვის პროცესში.

მიზნები

ევროკომისიამ, მმართველობითმა ორგანოებმა, გადამხდელმა სააგენტოებმა და LAG-ებმა უნდა განიხილონ კომუნიკაციის თავიანთი საჭიროებები, ნათლად გამოხატონ მათი მიზნები და შეადგინონ შესაბამისი გეგმები. LEADER მიდგომაში შესაძლოა არსებობდეს კომპლექსური მიზნები, რომლებიც დაკავშირებულია გადასაცემ ინფორმაციასთან, ასევე თავად სისტემის შიდა კომუნიკაციის პროცესთან. კარგი კომუნიკაცია ევროკომისიას, მმართველობით ორგანოებს, გადამხდელ სააგენტოებს, LAG-ების პარტნიორობებს და ბენეფიციარებს შორის უმნიშვნელოვანესია კავშირებისა და ურთიერთნდობის ჩამოყალიბებისა და შენარჩუნებისთვის, რომელზეც ასე არის დამოკიდებული LEADER მიდგომის დამატებითი ღირებულების შექმნა. თუ ინფორმაციის მიწოდების ჯაჭვის სხვადასხვა რგოლები არ იზიარებენ საერთო ხედვას, როგორ გავიგებთ ვინ რა საკითხზე არის პასუხისმგებელი? როგორ დავრწმუნდებით, რომ სწორად ვმოქმედებთ და ფუჭად არ ვკარგავთ დროსა და რესურსებს?

ინფორმაციის მიწოდების სისტემა განტოლების მხოლოდ ერთი ნაწილია; კიდევ რა უნდა გავითვალისწინოთ ჩვენი კომუნიკაციის დაგეგმვისას? ქვემოთ მოცემულია კიდევ რამდენიმე გასათვალისწინებელი საკითხი, რომელზეც პასუხი თავად უნდა გასცეთ:

- ✦ როგორ განვითარდება სხვადასხვა სტრატეგიები და როგორ ჩაერთვებიან ამ პროცესებში სხვადასხვა მონაწილეები თუ LAG-ები არ მოახდენენ მათ სტიმულირებას და არ ექნებათ კომუნიკაცია ხალხთან მათი საჭიროებების და შესაძლებლობების დასადგენად?
- ✦ როგორ გავარკვევთ სტრატეგიების ეფექტურობას თუ არ დავუსვამთ შეკითხვებს და არ მოვისმენთ პასუხებს?
- ✦ თუ LAG-ები ერთმანეთს არ გაუზიარებენ ინფორმაციას, როგორ ისწავლიან ისინი ერთმანეთისგან, როგორ განვითარდება მათი ქსელი და გაერთიანდება მიღებული გამოცდილება?
- ✦ და ბოლოს, თუ LEADER როგორც ერთიანი მიდგომა არ გავრცელებს ინფორმაციას მიღწევების შესახებ, როგორ ვაპირებთ გავამართლოთ მასზე დახარჯული რესურსები და ენერგია?

კარგად გაიაზრეთ თქვენი მიზნები და კომუნიკაციის სტრატეგია ზემოთ მოცემულ საკითხებზე დაყრდნობით და გადანყვიტეთ: რისი გაზიარება გსურთ და რატომ? პასუხის მიხედვით შეადგინეთ თქვენი გეგმა.

რა ინფორმაციის მითანა გვჭირდება კომუნიკაციის საშუალებით და ვისთან?

ძირითადი მონაწილე მხარეები, რომლებიც ჩართული არიან LEADER კომუნიკაციაში, არიან ევროკომისია, მმართველობითი ორგანოები (ინდივიდუალურად ან CLLD მმართველი ჯგუფის სახით), სასოფლო გადამხდელი სააგენტოები, ეროვნული სასოფლო ქსელები, სხვა LAG-ები (EAFRD, EMFF და ა.შ), LAG წევრები, სხვა დაინტერესებული სასოფლო ორგანიზაციები, სასოფლო თემები და ზოგადად, ფართო საზოგადოება. ყველა ამ მონაწილეს აქვს მისთვის დამახასიათებელი, განსხვავებული კომუნიკაციის საჭიროება LEADER მიდგომის მიწოდებისა და მმართველობის სტრუქტურებში. რა ინფორმაციის მითანა გვჭირდება, დიდწილად განისაზღვრება ჩვენი ადგილითა და როლით LEADER სისტემაში. ჩვენ უნდა ვიფიქროთ გაცემასა და მიღებაზე, ჩვენი კომუნიკაციის მიზანმიმართულობაზე. როდესაც ფიქრობთ იმაზე, თუ რა ინფორმაციის მიწოდება გჭირდებათ, ყურადღებით დააკვირდით თქვენს

სამიზნე აუდიტორიას: ვინ არიან ისინი, რისი ცოდნა ესაჭიროებათ; მათთვის მხოლოდ ინფორმაციისა და მითითებების მიწოდება გსურთ თუ მათი ჩართვა შესაძლებელია ორმხრივ კომუნიკაციაში რომელსაც უკუკავშირი მოჰყვება? ეს საკითხები მოახდენს გავლენას თქვენს მიერ არჩეულ კომუნიკაციის საშუალებასა და დროზე.

ძირითადი საკითხები, რომელთა შესახებაც ჩვენ სავარაუდოდ გვჭირდება კომუნიკაცია, არის:

- ◆ პროცედურები და მითითებები LAG-ებისთვის, ადგილობრივი განვითარების სტრატეგიების (LDS) შემუშავებისთვის.
- ◆ საოპერაციო პროცედურები და მითითებები LAG-ებისთვის.
- ◆ LAG (ადგილობრივი განვითარების ჯგუფი) და მისი ადგილობრივი განვითარების სტრატეგია.
- ◆ საკონტაქტო დეტალები და მეთოდები, კომუნიკაციისა და უკუკავშირის პროცედურები.
- ◆ საგრანტო კონკურსები და პროცედურები.
- ◆ შერჩევის კრიტერიუმები, პროცესები და გადაწყვეტილებები.
- ◆ პროექტები, აქტივობები და მხარდაჭერილი ბენეფიციარები.
- ◆ მონიტორინგი, ანგარიშგება და შეფასება
- ◆ თანამშრომლობის შესაძლებლობები
- ◆ მხარდაჭერის სხვა რესურსები.

ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიდგომა კომუნიკაციის გასაუმჯობესებლად არის რეგულარული შეხვედრების ორგანიზება, რომელზეც LAG-ების ხელმძღვანელები, მმართველობითი ორგანოები და გადამხდელი სააგენტოები შეძლებენ საკუთარი გამოცდილების და მიმდინარე პროცესების ერთმანეთისთვის გაზიარებას და უკეთესად გაიაზრებენ მათ როლებს. ინფორმაციის ამგვარი ურთიერთგაზიარება, თავის მხრივ, გააუმჯობესებს მიდგომას კომუნიკაციის მიმართ.

კომუნიკაციის დროს ხშირად მართლდება ანდაზა „ნაკლები უფრო მეტია“; იფიქრეთ იმ ინფორმაციის ღირებულებაზე, რომლის მიტანასაც თქვენ ცდილობთ საბოლოო ადრესატამდე. თანამედროვე ტექნოლოგიების წყალობით, ჩვენ გვაქვს მრავალი სახის ინფორმაციის გადაცემის საშუალება, მაგრამ უნდა გავითვალისწინოთ ამარტივებს თუ არა ეს ხერხი აღნიშნული ინფორმაციის „გაზიარებას“?

უფრო მეტიც, გადამეტებულმა კომუნიკაციამ შესაძლოა გამოიწვიოს მისი მიუღებლობა, ძირითადი გადასაცემი ინფორმაციის გაგების სირთულეები ან შესაბამისი პირებისთვის მიერ მისი რელევანტურობის ეჭვქვეშ დაყენება. გამოიჩინეთ სიფრთხილე, იფიქრეთ აღნიშნულ საკითხებზე, სწორად განსაზღვრეთ სამიზნე აუდიტორია, არ გასცეთ ინფორმაცია, რომელიც ხალხს არ სჭირდება. უკვე განსაზღვრეთ ის წრე, ვისაც გსურთ მიაწოდოთ ინფორმაცია? თავი აარიდეთ ელ-ფოსტაში ყველა მათგანის მისამართის ერთად ჩაწერას, რაც გაართულებს შეტყობინების გაგზავნას. დარწმუნდით, რომ კომუნიკაციის თქვენს მიერ შერჩეული ხერხი შეესაბამება მის მიმღებ აუდიტორიას.

როდის და როგორ განვახორციელოთ კომუნიკაცია?

კომუნიკაციის დაგეგმვის პროცესის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილი არის გააზრება, თუ რა საჭიროებები არსებობს, რა ინფორმაციის მიტანა არის საჭირო და ვინ არიან ამ ინფორმაციის ადრესატები, მაგრამ თუ გვსურს რომ კომუნიკაცია ასევე იყოს ეფექტური, აუცილებელია ვიცოდეთ თუ როდის და როგორ ვაპირებთ კომუნიკაციას. საჭიროებები, რომლებიც საფუძვლად უდევს კომუნიკაციის თქვენს მიზნებს - რა ინფორმაცია მივანდოთ და ვის - ასევე განსაზღვრავს თქვენს მიდგომას თუ როდის და რა საშუალებით მიაღწიოთ მათ.

LEADER მიდგომის დაგეგმვისა და განხორციელების პროცესში, თქვენ სხვადასხვა ადამიანებთან, სხვადასხვა დროს დაგჭირდებათ კომუნიკაცია, რადგან ამ პროცესის ყველა ეტაპზე არსებობს კომუნიკაციის ძალზე კონკრეტული საჭიროებები. კომუნიკაციის დაგეგმვის დროს ყველაზე მნიშვნელოვანი გასათვალისწინებელი საკითხი არის: თუ ვინ უნდა იცოდეს ესა თუ ის ინფორმაცია და როდის. აღნიშნულის გააზრება დაგეხმარებათ შესაბამისი ეტაპების და საჭიროებების სწორად განსაზღვრაში.

- ✦ პროცესის ადრეულ ეტაპზე მმართველობითი უწყებების კომუნიკაციის დაგეგმვა პოტენციურ LAG-ებთან, განსაზღვრავს საწყის საჭიროებებს და პოტენციურ LAG-ებს საშუალებას აძლევს დაუკავშირდნენ საჭირო ხალხს და ჩართონ ისინი მიმდინარე პროცესებში.
- ✦ ადგილობრივი განვითარების სტრატეგიაზე (LDS) მუშაობის დაწყება საჭიროებს კომუნიკაციას პარტნიორებთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან. LDS-ის განხორციელების დაწყება აუცილებლად მოითხოვს

ჯგუფურ ან ინდივიდუალურ კონსულტაციებს. თქვენ უნდა გადაწყვიტოთ თუ როდის და რამდენად ხშირად გამართავთ კონსულტაციებს, როგორ გაავრცელებთ ინფორმაციას მათ შესახებ და რა დრო სჭირდება ხალხს მონაწილეობის მისაღებად.

- ✦ როგორ განაგრძობთ კომუნიკაციას შემდგომი ნაბიჯების შესახებ? მაგ: ადგილობრივი განვითარების სტრატეგია დამტკიცდა და თქვენ გჭირდებათ ხალხის ჩართულობა მის განხორციელებაში, ამის შესახებ ინფორმაციის გავრცელებაში და ა.შ.
- ✦ უშუალოდ განხორციელების დროს, როდის გაავრცელებთ ინფორმაციას განაცხადების მიღებასთან, მის წესებთან და მითითებებთან, პროცედურებთან და კრიტერიუმებთან, საჩივრებთან და გადახდების წარმოებასთან დაკავშირებით?

დროის განაწილებასთან დაკავშირებით ასევე უმნიშვნელოვანესი გასათვალისწინებელი საკითხებია: გამოყოფილი გაქვთ თუ არა საკმარისი დრო, ესაჭიროებათ თუ არა უშუალო ადრესატებს სხვებთან კომუნიკაცია, საჭიროა თუ არა პასუხების გაცემა ან ინტერაქცია, რა დრო დასჭირდება ამ ყველაფერს? მხოლოდ ინფორმაციის მიწოდება არ არის კომუნიკაცია, იგი საჭიროებს გაანალიზებული პასუხის მიღებას, რასაც თქვენ ასევე უნდა დაუთმოთ დრო. თქვენს მიერ განხორციელებული კომუნიკაცია ასევე პირდაპირ გავლენას ახდენს კარგი კომუნიკაციისთვის საჭირო დროზე, და პირიქით.

დღესდღეობით იმდენი საკომუნიკაციო საშუალება არსებობს, რომ ეფექტური კომუნიკაციის დაგეგმვისას, თქვენ კარგად უნდა შეარჩიოთ თუ რა ინფორმაციას უზიარებთ და ვის. გაიაზრეთ როგორ მოახერხებთ საჭირო და შესაფერისი ინფორმაციის მიწოდებას და როგორ დარწმუნდებით, რომ მიწოდებული ინფორმაცია ადვილად გასაგები და გამოსადეგი იყო. ის, თუ რა ინფორმაციის გადაცემა გვჭირდება, პირდაპირ გავლენას ახდენს კომუნიკაციის შესაბამისი მეთოდის შერჩევაზე. გამოიყენეთ სწორად შერჩეული საშუალებები მათთვის, ვისაც აწვდით ინფორმაციას; გამოიყენეთ სწორი საკომუნიკაციო ენა, რათა ყველაფერი იყოს მარტივად გასაგები და აღქმული. იფიქრეთ თუ როგორ ხდება ინფორმაციის მიწოდება და მასზე რეაგირება. მაგალითად, თუ LAG-ს სურს მმართველობით ორგანოებს ან გადახდის სააგენტოებს შეატყობინოს LEADER მიდგომის მუშაობის ეფექტურობის შესახებ, მათ უბრალოდ არ ესაუბროთ - ხომ არ ჯობია პრეზენტაციის სახით წარუდგინოთ, ან სავლელ ვიზიტის ორგანიზება შესთავაზოთ, რათა საკუთარი თვალით ნახონ შედეგები?

ვებგვერდები, Twitter და Facebook საჭირო პლატფორმებია, მაგრამ მხოლოდ მათთვის შესაფერის დროს. მაგ. ელ-ფოსტა არ არის კარგი საშუალება სახელმძღვანელო მითითებების განსაახლებლად; მოკლეთქესტური შეტყობინებები კარგი საშუალებაა კონკრეტულ ჯგუფთან დასაკავშირებლად, Tweet-ები საჭიროა ჯგუფური, მაგრამ არა საჯარო დისკუსიების სტიმულირებისთვის. როგორ მუშაობს ეს ყველაფერი ერთად? მაგალითისთვის - თქვენ შეგიძლიათ გამოიყენოთ მოკლე ტექსტური შეტყობინებები დარეგისტრირებული განმცხადებლების ინფორმირებისთვის ვებ-გვერდზე განთავსებულ მითითებებში განხორციელებული ცვლილებების შესახებ.

LEADER მიდგომის შესახებ შედარებით ნაკლებად არის ცნობილი, და ეს წარმოადგენს კომუნიკაციის გაუმჯობესების პირველ პრიორიტეტს. თუ თქვენ გსურთ უფრო ფართო საზოგადოებას გააცნოთ LEADER-ის შესახებ, ღონისძიებები ან პრეზენტაციები, რომლებიც კარგ გამოცდილებას ასახავს, ყველაზე ეფექტური საშუალებაა LEADER მიდგომის სარგებელის შესახებ კომუნიკაციისა და ცნობიერების ამაღლების კუთხით.

LAG-ები ხშირად განცალკევებით მოქმედებენ და ერთმანეთთან ან სახელმწიფოებრივი სოფლის განვითარებაში ჩართულ სხვა მხარეებთან არ აქვთ კარგი კომუნიკაცია. ისინი ფართო საზოგადოებას არ აცნობენ მიღწეულ შედეგებს, რათა გაზარდონ ნდობა იმისა, რისი მიღწევაც შეუძლიათ. LAG-ის ეროვნული ქსელების მიერ საუკეთესო პრაქტიკის გაზიარება და ამის უფრო ფართო საზოგადოებისთვის გაცნობა ერთ-ერთი გზაა LEADER-ის უპირატესობების უკეთ დემონსტრირებისთვის და მომავალში საზოგადოების ჩართულობის გაზრდისთვის.

ამ შემთხვევაში, ყველაზე მნიშვნელოვანია ხალხმა იცოდეს კომუნიკაციის რა მეთოდები და არხები იქნება გამოყენებული და როგორ მოხდება ინფორმაციის გაზიარება, ამიტომ ერიდეთ ვარაუდების გამოთქმას, იყავით მეტად კონკრეტული.

როგორ გავიგებთ იყო თუ არა წარმატებული ჩვენი კომუნიკაცია?

ეფექტურმა კომუნიკაციამ უნდა შექმნას სასურველი ეფექტი და შეინარჩუნოს იგი სამომავლო გაუმჯობესების პოტენციალით. შესაბამისად, ეფექტური კომუნიკაცია ემსახურება დაგეგმილი ან წინასწარ შემუშავებული მიზნის მიღწევას, რომელიც შესაძლოა იყოს: ცვლილებების ან მოქმედების გა-

მოწვევა, ინფორმირება ან დაზუსტება. როდესაც სასურველი ეფექტის მიღება ვერ ხდება, ჩვენ უნდა გავიაზროთ ამის მიზეზები, დავადგინოთ თუ რატომ არ იყო კომუნიკაცია ეფექტური და გამოვასწოროთ ის. ეს ნიშნავს, რომ აუცილებელია უკუკავშირის სახით მიღებული შეტყობინებების ან ინფორმაციის შემოწმება და გაანალიზება.

2007 – 2013 წლების მაგალითები

- ◆ **კომუნიკაცია სხვადასხვა მონაწილე მხარეებს შორის უნგრეთში** (ანა პარიზანი, უნგრეთის MA-დან)
- ◆ **კომუნიკაცია განხორციელების ჯაჭვში ირლანდიაში** (დეირდრე კელი, MA და რაიან ჰოუარდი, LAG)
- ◆ წარმატებული ადგილობრივი განვითარების სტრატეგიის მნიშვნელობა, **რომელიც ინარჩუნებს მუდმივ დიალოგს LEADER ჯგუფებსა და დამფინანსებელ უწყებებს შორის** (მარჯორი დეროი, საფრანგეთის MA)

მიღებული გამოცდილება და პრაქტიკული მაგალითები 2014-2020 დაგეგმვის პერიოდიდან

- ◆ **ინოვაციის გამოყენებისა და გამარტივების პრაქტიკული მაგალითები LEADER განხორციელების ჯაჭვში** (ეს დოკუმენტი წარმოადგენს კომუნიკაციის გაუმჯობესების პრაქტიკულ მაგალითებს LEADER განხორციელების ჯაჭვში - დანია, ფინეთი, ნიდერლანდები და გაერთიანებული სამეფო - შოტლანდია).

