



Додаток
до рішення 24 сесії міської ради 7 скликання
від «08» червня 2017 року № 333

**Програма просування продукції
міста Жмеринка на зовнішні ринки
протягом
2017-2021 років**

**Загальна характеристика
Програми просування продукції міста Жмеринка на зовнішні ринки
протягом 2017-2021 років**

1	Ініціатор розроблення програми:	Управління економіки міської ради
2	Дата, номер і назва розпорядчого документу про розроблення програми	Меморандуму про співпрацю щодо реалізації проекту “Партнерство для розвитку міст” у місті Жмеринці між Федерацією канадських муніципалітетів та Жмеринською міською радою від 15 грудня 2015 року, рішення виконавчого комітету Жмеринської міської ради №41 від 18.02.2016 року “Про Дорадчий комітет з ефективного врядування і розвитку, створений для впровадження Проекту “Партнерство для розвитку міст” у місті Жмеринка””, розпорядження міського голови від 15 липня 2016 року №148-р «Про створення робочої групи з розробки Програми просування продукції міста Жмеринка на зовнішні ринки в рамках Проекту ПРОМІС, Стратегічний план розвитку м.Жмеринка на період до 2020 року.
3	Розробник програми	Управління економіки міської ради
4	Співрозробники програми	Робоча група з розробки Програми просування продукції міста Жмеринка на зовнішні ринки в рамках Проекту ПРОМІС, Проект ПРОМІС
5	Відповідальний виконавець програми	Управління економіки міської ради, Дорадчий комітет з ефективного врядування і розвитку, створений для впровадження Проекту “Партнерство для розвитку міст” у місті Жмеринка.
6	Учасники програми	Проект ПРОМІС, органи ДФС, органи ветеринарно-санітарного, фіто-санітарного, екологічного, радіологічного контролю, об’єднання експортерів, міжнародні проекти, громадська організація “Спілка підприємців та промисловців м.Жмеринка”, та інші.
7	Терміни реалізації програми	5 років
7.1	Етапи виконання програми (для довгострокових програм)	1
8	Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми, всього, тис.грн.	-
8.1	в тому числі бюджетних коштів, тис.грн.	-
	- з них коштів міського бюджету	-

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
1. БАЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МСП МІСТА.....	6
2. СТАН РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ В МІСТІ.....	8
2.1 Динаміка зовнішньої торгівлі міста.....	8
2.2 Аналіз місцевого експортного клімату.....	9
2.3 Аналіз місцевої інфраструктури для розвитку експорту.....	10
3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ МСП.....	12
3.1 Покращання експортного клімату в місті.....	12
3.2 Надання послуг для інтернаціоналізації бізнесу.....	16
3.3 Популяризація підприємливості та підприємництва.....	19
4. ПЛАН ДІЙ.....	21
5. ВІДПОВІДНІСТЬ ПРОГРАМИ ГЛОБАЛЬНИМ ТЕНДЕНЦІЯМ І НАЦІОНАЛЬНИМ ПРІОРИТЕТАМ.....	30
6. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ.....	34
6.1 Координація діяльності у рамках Програми.....	34
6.2 Моніторинг та оцінка виконання.....	34

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНОЛОГІЯ

АТЕС – форум Азійсько-Тихоокеанського економічного співробітництва

ВЗЛ - виробничо-збутові ланцюжки

МР – міська рада

МВК – міський виконавчий комітет

МГ – міський голова

МСП – мале та середнє підприємництво

МФК - Міжнародна фінансова корпорація

НПА – нормативно-правовий акт

СПД – суб'єкт підприємницької діяльності

ОДА – обласна державна адміністрація

ОМС – органи місцевого самоврядування

ОЕСР - Організація економічного співробітництва та розвитку

СОТ - Світова організація торгівлі

ПРОМІС – проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», який впроваджує Федерація канадських муніципалітетів за фінансової підтримки Міністерства міжнародних справ Канади

ВСТУП

Розвиток експорту є важливим як для держави в цілому, так і для окремих регіонів та міст. Якщо для держави валютні надходження від експорту є насамперед чинником підтримки стабільного курсу національної валюти, то для міста розвиток експорту – це нові робочі місця та податкові надходження, які не залежать від несприятливої ринкової кон'юнктури на внутрішньому ринку.

Для малих та середніх підприємств вихід на зовнішній ринок – це диверсифікація економічних та політичних ризиків, розширення ринків буту, збільшення прибутку. Очевидним ефектом від участі у міжнародній торгівлі є зміцнення конкурентоспроможності, підвищення якості продукції, а також інтеграція у міжнародні процеси загалом.

Особливо важливим розвиток експорт є для МСП. За даними Держстату України, у 2015 році чисельність зайнятих працівників у МСП становила 79% від загальної чисельності, обсяг реалізованої продукції – 63% від загального, тоді як частка МСП в обсягах експорту за даними Мінекономрозвитку становила лише 6%.

Слабка залученість МСП до експортної діяльності зумовлена тим, що поряд з багатьма перевагами їй притаманні й чисельні виклики, серед яких: ускладнений доступ до фінансування, нестача актуалізованої інформації, технічні бар'єри, недостатній фаховий рівень персоналу, бюрократизація експортних процедур тощо.

Подолання або мінімізація цих викликів повинно стати спільною справою органів влади усіх рівнів, що опікуються економічною політикою, експортерів, організацій підтримки бізнесу.

Метою цієї Програми є вироблення місцевої політики та напрацювання ефективних рішень для розвитку експортної діяльності в м. Жмеринці, що ґрунтується на наявних в місті ресурсах та умовах господарювання, враховує стратегічні напрями розвитку міста, регіональні та національні пріоритети розвитку МСП, а також європейські та світові ринкові тенденції.

Програма розроблена відповідно до Стратегічного плану розвитку м. Жмеринка на період до 2020 року, Стратегії збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2020 року, проекту Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року та з урахуванням принципів європейського Акту про малий бізнес, пріоритетів Стратегії сталого розвитку "Україна - 2020".

Програма містить 6 розділів та додатки. У першому розділі розглянуто перспективи розвитку експорту суб'єктів МСП. У другому розділі проаналізовано стан розвитку експорту в місті, визначено послуги міської ради та інших задіяних сторін щодо підтримки експорту. Третій розділ охоплює стратегічні напрями розвитку експортної діяльності МСП. Четвертий розділ містить конкретні проекти щодо нарощування експорту місцевого МСП. У п'ятому розділі розкрито питання координації виконання та моніторингу Програми.

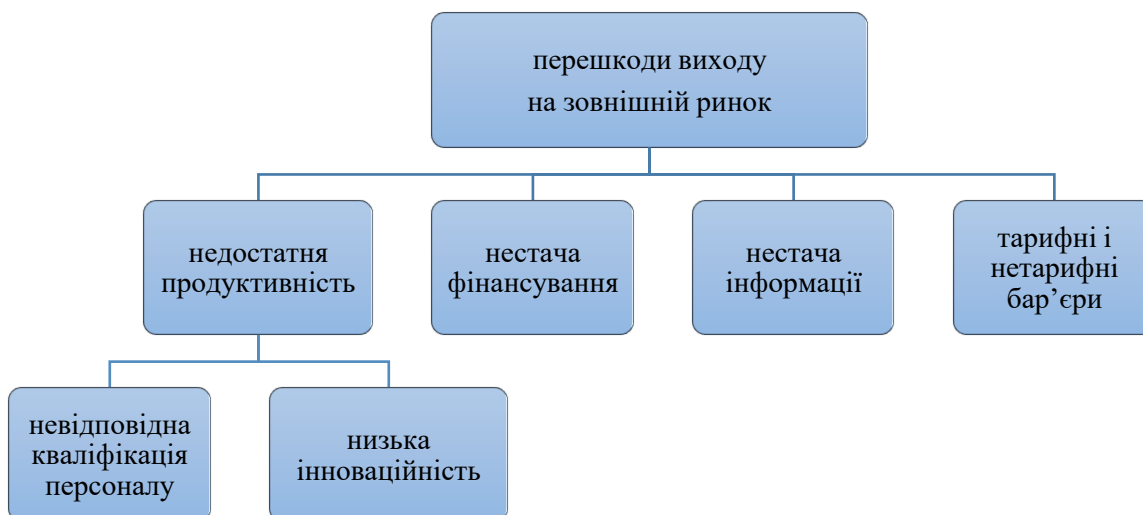
1. БАЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МСП МІСТА

Особливістю міста Жмеринка є недостатній розвиток експортної діяльності, що частково спричинено відсутністю жорсткої конкуренції і стимулів до ЗЕД. Позитивним є постійне зростання обсягів експорту протягом 2012-2015 років.

Товарна структура експорту немає ознак спеціалізації, носить випадковий характер. Серед товарів, що експортуються, наявні деревина, лісоматеріали, столярні вироби, пшениця, висівки, насіння, горіхи, подрібнене каміння, сільськогосподарське обладнання, м'ясо ВРХ.

Так само як товарна, і географічна структура не має системності: не простежується регулярних поставок на ринки певних країн, що є атрибутом тривалих контрактів. Сприятливим для розвитку експортної діяльності у місті є відсутність тяжіння до російського ринку, що стало своєрідним якорем для багатьох українських експортерів, які після запровадження торговельних обмежень з боку РФ виявилися не готовими до роботи на ринках країн ЄС, Північної Америки, Близького Сходу та інших регіонів.

Втім, для МСП Жмеринки характерними є інші, більш загальні внутрішні та зовнішні перешкоди для експорту.



Часто МСП з різних країн потрапляють у своєрідну пастку неефективності, коли внутрішні перешкоди не дозволяють накопичити достатні ресурси для подолання зовнішніх перешкод, а отже й виходу на міжнародний ринок. У свою чергу, відмова від здійснення експорту не сприяє збільшенню прибутків, залученню фахового персоналу, зростанню конкурентоспроможності продукту, посилюючи ті ж внутрішні перешкоди.

З метою подолання перешкод для освоєння місцевими компаніями нових конкурентних ринків, є нагальна необхідність вироблення сильної місцевої експортної політики. Вироблення та реалізація такої політики щодо освоєння продукцією міста зовнішніх ринків можливі лише шляхом об'єднання зусиль влади, бізнес-асоціацій експортерів та надавачів послуг для здійснення експорту.



Експортна політика має бути сформована з урахування сучасних світових тенденцій щодо інтернаціоналізації бізнесу, поширення електронної комерції, доступності фінансування, інклюзивного розвитку, в т.ч. завдяки вирівнюванню торговельних умов для МСП.

2. СТАН РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ В МІСТІ

За підсумками 1 півріччя 2016 року 23 підприємства в м. Жмеринці здійснювали зовнішньоекономічну діяльність, при чому всі підприємства здійснюють експортну діяльність. .

Експортери міста спеціалізуються у таких галузях, як:

- виготовлення сільськогосподарського обладнання,
- металообробка;
- виробництво металочерепиці, профнастилу, водостічних систем,
- розробка обладнання по переробці сільгосппродукції;
- лісове та мисливське господарство;
- ремонт залізничних локомотивів і рухомого складу;
- виробництво машин і устаткування для сільського та лісового господарства;
- ливарне виробництво.

Кількісно більшість новостворених експортерів належать до категорії малих і середніх підприємств.

У 2016 році середньомісячна заробітна плата в компаніях, що здійснювали експортну діяльність, становила 180 американських доларів, що на 18% нижче, ніж у 2012 році.

За результатами опитування, частка жінок серед співробітників компаній експортерів складає 20%.

2.1 Динаміка зовнішньої торгівлі міста

В 2012-2015 рр. для міста властива позитивна динаміка зовнішньої торгівлі. У 2014 році відбулося зростання обсягів імпорту і обсяги торгівлі досягли 3,7 млн. дол. США. За перше півріччя 2016 року обсяги зовнішньої торгівлі становили 380,5 тис. дол. США.

Товарна структура експорту міста постійно змінюється, але основними групами товарів залишаються: продукція сільського та лісового господарства, устаткування для сільського господарства.

Географічна структура експорту є досить строкатою, непередбачуваною, епізодичною. Протягом 2012-2016 рр. експортні поставки здійснювались до 17 країн світу, однак вони мали разовий характер. Відносно регулярними були поставки товарів до Туреччини. Єдиною товарною групою з високою доданою вартістю, що експортувалася зі Жмеринки, було обладнання для сільського господарства.

Структура імпорتنних поставок до міста також постійно змінюється. Основними товарними групами, які імпортуються, є: машини та пристрої для підймання, причепи, частини залізничних локомотивів, цистерни, одяг.

Географія імпорту також не дозволяє виявити певної тенденції, оскільки поставки були несистемними.

2.2 Аналіз місцевого експортного клімату

З метою налагодження взаємовигідних зв'язків, місцевою владою укладено 2 угоди про партнерство з польськими містами, а саме:

- Скаржисько-Каменна,
- Сендзішов Малопольський.

Обидва документи укладені на безстроковий період.

У Жмеринці затверджено Стратегічний план розвитку міста до 2020 року, яким передбачається ефективна промоція міста та створення сприятливих умов для розвитку МСП. Для імплементації цих цілей визначено завдання, які є дотичними у сприянні експорту продукції міста на зовнішні ринки. Зокрема, розробка нового багатомовного сайту міста, налагодження співпраці з міжнародними інституціями та поглиблення двосторонньої співпраці з іншими містами, щорічне передбачення міським бюджетом видатків на участь у виставках ярмарках в інших регіонах України та ближнього зарубіжжя. Затверджено Програму розвитку малого і середнього підприємництва на 2017-2019 роки, положення якої також стосуються сфери просування продукції підприємств міста Жмеринка на зовнішні ринки.

З метою оцінки ефективності роботи владних структур, в рамках експертного опитування представників підприємств-експортерів попросили оцінити, наскільки сприятливим місцем для успішного виходу на зовнішні ринки є місто Жмеринка, а також оцінити роботу влади щодо сприяння у виході на зовнішні ринки.

За результатами опитування, жоден з респондентів не вважає місто невдалим місцем для виходу на зовнішні ринки, 63% визнали місто добрим місцем для виходу на зовнішні ринки, 25% дали місту задовільну оцінку, 13% - оцінили на "відмінно".

Діяльність влади по сприянню у виході на зовнішні ринки рівно половина опитуваних оцінила задовільно, 38% експортерів оцінили діяльність влади "добре", 13% - відмінно. Жодне з підприємств-експортерів не визнало роботу владних структур незадовільною.

Найменш ефективною визнана робота влади щодо покращення доступу до капіталу для підприємств-експортерів - 50% оцінили як «задовільно» та 25% як «незадовільно», негативно оцінені зусилля влади щодо налагодження співробітництва з іншими країнами/регіонами – 25% "погано", 38% «задовільно».

Найкращі оцінки були проставлені за діяльність влади по забезпеченню прозорості митних та податкових процедур (13% «відмінно», 50% «добре»).

Експортери вважають, що роль влади в розвитку експортного потенціалу полягає в:

- наданні консультативного супроводу у підтримці бізнесу при виході на зовнішні ринки (100% підприємств погодилось),
- підтримці в діалозі з органами влади інших країн (75% повністю погодилось і 12% скоріше погодилось).

Найменшою респонденти вбачають роль влади у підтримці експортерів-початківців (25% скоріше не погодилась з цим твердженням).

Необхідними умовами успішного ведення експортної діяльності респондентами було зазначено такі, як:

- допомога в пошуку іноземних партнерів;
- кваліфіковані кадри;
- державне підтримка експорту;
- фінансова підтримка;
- конкурентоспроможна сировина.

На питання, що має робити місцева влада для покращення бізнес-клімату з виходу на зовнішні ринки, респонденти пропонували забезпечити:

- консультаційний супровід;
- допомогу у пошуку іноземних партнерів;
- залучення іноземних делегацій та інвесторів;
- спрощення процесу отримання фіто санітарних сертифікатів.

2.3 Аналіз місцевої інфраструктури для розвитку експорту

В Жмеринській міській раді повноваження щодо просування експорту покладені на управління економіки.

Регулювання у митній та податковій сфері в Жмеринці здійснюють відповідно відділ митного оформлення №2 митного поста «Вінниця-центральний» та Жмеринська ОДПІ ГУ ДФС у Вінницькій області.

У місті відсутні недержавні інституції підтримки експортерів, функціонує громадська організація "Спілка підприємців та промисловців м. Жмеринки", що сприяє розвиткові підприємництва загалом.

За наявною інформацією протягом 2012-2016 років в місті не відбувались жодні виставкові заходи міжнародного характеру. Делегації з міста не брали участі у міжнародних виставкових заходах, місцеві підприємці не брали участі у бізнес-місіях у складі українських делегацій до інших країн. За останні 5 років в місті не проводились конференції, тренінги, семінари з експортної тематики. Першим заходом в експортній сфері було засідання Робочої групи з розробки програми просування продукції міста Жмеринка на зовнішні ринки в рамках Проекту ПРОМІС, що відбулося 15 червня 2016 року.

В аналізований період місто не відвідували іноземні делегації з метою налагодження економічного співробітництва. З візити іноземних делегацій з Польщі, Німеччини, а також делегації ОБСЄ стосувалися питань гуманітарної та правової сфер. Тематикою обговорення 2 візитів польських делегацій було поглиблення співробітництва, а також залучення іноземних інвестицій та коштів фінансової допомоги Європейської комісії у соціально-культурні проекти через місто-побратим Сендзішов Малопольський.

У місцевих закладах освіти відсутня можливість здобути освіту за спеціальностями у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

У місті відсутня загальна веб-платформа для рекламування місцевих потенційних експортерів та їхньої продукції.

Жмеринка має розвинені об'єкти транспортно-логістичної інфраструктури, що мають важливе значення для успішного здійснення експортної діяльності. Через місто проходять залізниці 4 міжнародних транспортних коридорів: МТК Критський №3, МТК Критський №9, МТК Гданськ – Одеса, МТК Європа – Кавказ – Азія. Жмеринка має розгалужену мережу автомобільних доріг. Поряд з містом проходить маршрут міжнародної автомобільної дороги державного значення М-21 Житомир – Вінниця – Могилів Подільський (державний кордон з Молдовою). Поблизу м. Вінниця траса М-21 перетинається з іншою міжнародною автомобільною дорогою державного значення М-12 Стрий – Тернопіль – Кіровоград – Знам'янка. Обидва автошляхи мають європейське значення і позначаються відповідно E583 та E550.

3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ МСП

3.1 Покращання експортного клімату в місті

Особливістю м. Жмеринки є епізодичний, несистемний характер експортної діяльності. Виправлення такого стану справ не можливе без вироблення та реалізації дієвої експортної політики з боку міської влади. Товарна структура експорту свідчить про можливості розвитку на базі діючих бізнесів нових проектів з високою доданою вартістю, на кшталт виробництва меблів з натуральної деревини, пелетів, переробки лісових ягід, заготівлі лікарських трав тощо.

Враховуючи наявність певного досвіду експорту деревини підприємцями міста, доцільно перетворити обмеження за діючим мораторієм на вивезення лісу-кругляка (законодавчо встановлено в 2015 році строком на 10 років) у переваги шляхом запровадження глибокої переробка деревини. Так, один кубічний метр кругляка коштує приблизно \$50, тоді як ціна фанери складає близько \$270 за м куб., а меблів - від \$500-\$700 за куб. При цьому в одному м куб. фанери близько \$110 доданої вартості, а в одному м куб. лісу-кругляка – лише \$12 (за даними ДП «Укрпромзовнішекспертиза»).

Згідно з даними Trade Map, найбільшими імпортерами фанери є США (19% у загальному обсязі імпорту у 2015 р.), Японія (12%), Німеччина (6%), найбільше зростання попиту серед 10 імпортерів-лідерів продемонстрували Філіппіни (+39% відносно 2014 р.), Австралія (+24%), Канада (+10%).

Відповідно до даних Trade Map, найбільшими імпортерами дерев'яних меблів для спалень є США (37% у загальному обсязі імпорту у 2015 р.), Велика Британія (7%), Німеччина (6%), найбільше зростання попиту серед 10 імпортерів-лідерів продемонстрували Японія (+8% відносно 2014 р.), Франція (+7%), Австралія (+2%).

Таким чином, перспективним може стати створення кластеру деревообробки на базі місцевих виробників з метою створення доданої вартості, долучення до глобальних ВЗЛ.

Операційна ціль	Заходи/ Проекти
1.1 Розвиток експортоорієнтованих виробництв з високою доданою вартістю в місті	1. Проект «Створення кластеру деревообробного виробництва» 2. Проект «Аудит технологічних і фінансових можливостей кластеру деревообробного виробництва».

Наразі проблематичним як для Жмеринки, так і для інших українських міст є встановлення поточного стану розвитку експорту в сегменті малого та середнього бізнесу через специфіку збору статистичних даних. Тому варто провести опитування МСП для з'ясування актуальної достовірної інформації щодо товарної структури та географічного спрямування експорту, а також визначення перспективних для розвитку галузей (інноваційних, екологічних,

енергоефективних, з високою доданою вартістю) і підготовки відповідних експортних стратегій.

Операційна ціль	Заходи/ Проекти
1.2 Визначення перспективних експортоорієнтованих галузей	1. Проект «Аудит експортоорієнтованих галузей» 2. Проект «Експортна готовність»

На сьогодні типовими ознаками місцевого експортного клімату є безсистемність взаємодії між МСП і владою, складність, зарегульованість процедур, відсутність систематизованої актуальної інформації щодо провадження експортної діяльності.

Тому, з метою створення середовища, сприятливого для здійснення експортної діяльності, слід налагодити ефективний діалог влади і бізнесу щодо розвитку експорту.

Для захисту інтересів експортерів з числа МСП необхідно створити об'єднання експортерів МСП на міському рівні з подальшою асоціацією на всеукраїнському рівні.

Конструктивний діалог має забезпечити створення та регулярні контакти об'єднання експортерів, міжвідомчої комісії з числа представників державних органів, у тому числі митних, податкових, органів ветеринарно-санітарного, фітосанітарного, екологічного, радіологічного контролю, міської ради, а також недержавних інституцій підтримки МСП.

На початковому етапі важливо отримати неупереджену інформацію щодо складнощів, з якими стикаються експортери, а також пропозиції по усуненню таких проблемних питань, для чого передбачено здійснення конфіденційного моніторингу.

З цією ж метою створюється проект «Онлайн-опитування експортерів», принциповою відмінністю є те, що онлайн-опитування дозволить з'ясувати ступінь важливості і поширення проблемного питання, в т.ч. встановленого під час конфіденційного моніторингу.

Вагомим чинником створення сприятливого експортного клімату є налагодження побратимських зв'язків з зарубіжними містами, а також з громадами діаспори. При укладенні відповідних угод слід зосередити увагу на створенні стимулів для МСП, не обмежуючись суто гуманітарною сферою.

Слід змістити акценти у розвитку зв'язків з іншими містами в сторону партнерських зв'язків. Посилити саме бізнес-зв'язки, у т.ч. шляхом здійснення цільових бізнес-місій до міст-партнерів з метою ознайомлення з можливостями і потребами бізнесу, укладення попередніх угод про співпрацю з іноземними контрагентами. Важливою є презентація продукції МСП у містах-партнерах шляхом відкриття дистрибуційних центрів.

Доцільно презентувати експортний потенціал міста для більш широкого кола потенційних партнерів, а саме поширити каталоги товарів і послуг місцевого бізнесу через посольства України закордоном, вітчизняні бізнес-асоціації, посольства іноземних держав в Україні, представництва

іноземних бізнес-спільнот в Україні (Американська торговельна палата, Канадська торгова палата, Німецько-українська промислово-торговельна палата, Британо-українська торговельна палата).

Крім заочної презентації бізнес-можливостей міста, актуальним є налагодження особистих контактів, на це спрямований проект щодо презентації місцевих експортерів на цільових ринках шляхом участі у виставках, бізнес-місіях тощо, організованих Мінекономрозвитку, Офіс просування експорту.

Також важливим елементом просування місцевого експорту, залучення місцевого бізнесу до глобальних виробничо-збутових ланцюжків є встановлення зв'язків з вихідцями з міста (форум «Бізнес-земляцтво»).

Розширення ринку збуту місцевих експортерів можливе за рахунок участі у міжнародних тендерах, що потребує проведення тренінгів з питань закупівель закордоном.

Нагальним для трансферу технологій та включення до глобальних ВЗЛ є напрацювання контактів з галузевими об'єднаннями закордоном.

Вкрай актуальним для МСП, обмеженого у фінансових і кадрових ресурсах, є використання ощадливих каналів дистрибуції, цьому сприятиме розповсюдження інформації щодо можливостей електронної торгівлі, застосування соціальних мереж.

Слід зазначити, що чимало недоліків експортного клімату, визначених у ході опитування, перебуває поза межами регулювання місцевої влади. Основними з них є такі важливі питання, як своєчасне і в повному обсязі відшкодування ПДВ, захист прав власності, зарегульованість митних процедур, підвищення пропускну здатності портів тощо. Вирішення таких проблем перебуває у компетенції центральних органів влади, на це спрямований проект «Унормування прогресивних регуляцій».

Болючим питанням МСП є не лише нестача, висока вартість фінансування, але й відсутність пропозиції таких фінансових послуг, як факторинг, лізинг, страхування. На подолання цієї проблеми направлений проект «Активізація фінансових продуктів для малих експортерів».

Операційна ціль	Заходи/ Проекти
1.3 Запровадження ефективного діалогу влади і бізнесу щодо розвитку експорту	<ol style="list-style-type: none">1. Проект «Створення об'єднання малих експортерів».2. Проект «Інституціоналізація місцевого регулювання експорту». Створення міжвідомчої комісії.3. Проект «Критикуєш-пропонуй». Моніторинг4. Проект «Онлайн-опитування експортерів»5. Проект «Ревізія та коригування угод з зарубіжними містами-партнерами».6. Проект «Розширення економічних побратимських зв'язків».7. Проект «Суто бізнесовий візит».8. Проект «Відкриття дистрибуційних центрів (show rooms) у містах-побратимах для презентації

	<p>продукції МСП Жмеринки»</p> <p>9. Проект «Презентація експортного потенціалу міста».</p> <p>10. Розробка та поширення каталогів місцевого бізнесу</p> <p>11. Проект «Презентація місцевих експортерів на цільових ринках»</p> <p>12. Проект «Укладення угод з громадами діаспори щодо просування експорту»</p> <p>13. Проект «Бізнес-земляцтво»</p> <p>14. Проект «Міжнародні тендери».</p> <p>15. Проект «Включення в галузь».</p> <p>16. Проект «Доступність електронної торгівлі».</p> <p>17. Проект «Мережеві продажі».</p> <p>18. Проект «Унормування прогресивних регуляцій».</p> <p>19. Проект «Активізація фінансових продуктів для малих експортерів»</p>
--	---

Першочерговим завданням всіх інституцій, дотичних до здійснення експорту, має стати напрацювання дорожньої карти, яка б визначала перші кроки експортера-початківця, а також надання фахової консультаційної підтримки у т.ч. онлайн.

Забезпечення широкого доступу до базових сервісів з підтримки експорту насамперед полягає у нівелюванні інформаційної асиметрії. Основні дані щодо процедур при здійсненні експорту розрізнені на багатьох інтернет-ресурсах, особливо обтяжливим їх пошук, перевірка актуальності є для суб'єктів МСП. Тому вкрай важливим є забезпечення функціонування єдиного веб-ресурсу, що міститиме інформацію щодо митних процедур, вимог по стандартизації, посилання на інтернет-ресурси міжнародних проектів з посилення спроможностей МСП, надавачів послуг з сертифікації, логістики, маркетингових досліджень тощо.

Крім того, такий довідковий веб-ресурс з актуальною систематизованою інформацією має містити послугу фахової онлайн консультації з питань експорту від контролюючих органів та організацій підтримки бізнес.

Також слід розробити та реалізувати план проведення тематичних семінарів серед зацікавлених МСП щодо базових знань у сферах започаткування експорту, митних процедур, оподаткування, сертифікації відповідними органами влади в межах компетенції та розміщення записів семінарів он-лайн ресурсі.

Операційна ціль	Заходи/ Проекти
1.4 Забезпечення широкого доступу до базових сервісів з підтримки експорту	<p>1. Проект «Дорожня карта для експортера-початківця».</p> <p>2. Проект «Створення довідкового он-лайн ресурсу об'єднання експортерів».</p> <p>3. Проект «Запровадження фахової онлайн консультації з питань експорту»</p> <p>4. Проект «Тематичні семінари щодо започаткування експорту, митних процедур, оподаткування,</p>

3.2 Надання послуг для інтернаціоналізації бізнесу

Як початківці, так і діючі експортери відзначають нестачу фінансових ресурсів, розрізненість інформації щодо нетарифних бар'єрів для експорту, обтяжливість, високу вартість процедур сертифікації для МСП, нестачу інформації щодо потенційних ринків, брак партнерів, невідповідність фахового рівня персоналу потребам бізнесу.

Тому формування та надання послуг спрямовано на досягнення таких цілей:

- забезпечення доступу до фінансових ресурсів,
- сприяння подоланню нетарифних бар'єрів,
- зростання спроможностей МСП щодо пошуку бізнес-партнерів,
- сприяння забезпеченню кваліфікованими кадрами.

Обмеженість доступу і висока вартість кредитних ресурсів для МСП є значною перешкодою розвитку експортної діяльності, та вимагають упровадження нових підходів до пошуку ресурсів.

Крім того, враховуючи необхідність ефективного і відповідального використання ресурсів, найбільш прийнятним є формування механізму спільного фінансування експортних проектів власне МСП, міжнародними проектами та міською владою.

На сьогодні в Україні функціонує велика кількість міжнародних проектів, діяльність яких спрямована на забезпечення сталого розвитку, в т.ч. зайнятості, збільшення спроможностей МСП, інновацій, «зеленого» бізнесу, започаткування бізнесу жінками, ВПО, молоддю, зокрема: COSME, Horizon 2020, Western NIS Enterprise Fund, GIZ, фонд «Східна Європа» тощо.

Так, проект ЄС «Підвищення конкурентоспроможності малого та середнього бізнесу (COSME)» має бюджет для всіх країн на період 2014-2020 роки в розмірі 2,3 млрд. євро. Співфінансування здійснюється за такими напрямками: полегшення виходу на зовнішні ринки; поліпшення умов для конкурентоспроможності; формування культури ведення бізнесу.

Програма наукових досліджень та інновацій ЄС Horizon 2020 має загальний бюджет на період з 2014-2020 роки для всіх країн 80 млрд. євро. Програма націлена на здійснення інновацій та винаходів, в тому числі шляхом трансферу нових технологій з лабораторії на ринок.

Western NIS Enterprise Fund (WNISEF) – фонд із капіталом у розмірі 150 мільйонів доларів США, що інвестує у підприємства малого та середнього бізнесу в Україні та Молдові.

Використовуючи інформацію довідкового експортного веб-ресурсу, МСП можуть як самостійно звернутися до відповідних зарубіжних донорів, так і спільно з міською владою. У разі прийняття рішення про залучення

ресурсів міської влади, експортні бізнес-плани обираються у відповідності до критеріїв на підставі конкурсу.

Додатковим способом стимулювання експортної діяльності є відшкодування частини відсотків за кредитами під окремі експортні проекти на конкурсних засадах.

З метою подолання недовіри МСП до залучення кредитних ресурсів, варто запровадити практику поширення колишніми позичальниками позитивного досвіду співпраці з фінансовими установами.

Операційна ціль	Заходи/Проекти
2.1 Забезпечення доступу до фінансових ресурсів	<ol style="list-style-type: none">1. Проект «Можливості проектів міжнародної фінансової допомоги для МСП».2. Проект «Конкурс з надання гранту за експортним бізнес-планам».3. Проект «Конкурс з відшкодування вартості банківського кредитування експортних бізнес-планів».4. Проект «Банківська рекомендація»5. Проект «Поширення позичальниками позитивного досвіду отримання МСП кредитних ресурсів від фінансових установ»

Часто досвідчені МСП є мало обізнаними з експортною діяльністю, тому важливим є проведення семінарів організаціями з підтримки підприємництва та регулюючими органами щодо комунікацій з потенційними партнерами, виходу на зовнішній ринок, квотування, ліцензування, відповідності стандартам при здійсненні ЗЕД.

На подолання теоретичних і практичних прогалин щодо ЗЕД спрямовані проекти «Перші кроки експортера. Бізнес для бізнесу» та «Експортне наставництво».

Перший з них націлений на широку аудиторію МСП і передбачає проведення тренінгів діючими експортерами щодо започаткування експортної діяльності, участі у міжнародних проектах фінансування та стажування, співпраці з сертифікаційними органами, культурної специфіки зарубіжних партнерів.

Другий проект полягає в індивідуальній нефінансовій допомозі щодо розвитку бізнесу досвідченими підприємцями (вітчизняними і зарубіжними) початківцям.

Для якомога швидшого включення місцевих МСП в міжнародну торгівлю доцільно на засадах співфінансування здійснити сертифікацію продукції та системи управління якістю окремих компаній, обраних за конкурсом. У зв'язку з тим, що найбільшим торговельним партнером є ЄС, а також зважаючи на високу купівельну спроможність, варто підтвердити відповідність якості продукції стандартам ЄС.

Операційна ціль	Заходи/Проекти
2.2 Сприяння подоланню нетарифних бар'єрів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Освітній проект «Проведення семінарів щодо комунікацій з потенційними партнерами, виходу на зовнішній ринок, квотування, ліцензування, відповідності стандартам при здійсненні ЗЕД». 2. Проект «Перші кроки експортера. Бізнес для бізнесу». 3. Проект «Експортне наставництво». 4. Проект «Конкурс на сертифікацію експортоорієнтованої продукції». 5. Проект «Конкурс на сертифікацію системи управління якості експортоорієнтованої компанії».

Для підвищення рівня обізнаності щодо цільових ринків і партнерів на довідковому веб-ресурсі має бути розміщена інформація про інструменти для самостійного використання (посилання на торгівельну статистику Trade Map, Export Helpdesk, Eurostat, бази B2B (EEN, EFFA тощо), так і контакти компаній, що надають відповідні послуги.

Для спрощення виходу компаній на міжнародний ринок доцільно провести дослідження закордонного цільового ринку, а також розробити стратегії виходу на зовнішній ринок.

Нагальним є створення та просування сайтів компаній, оскільки МСП вкрай мало представлені в мережі.

Операційна ціль	Заходи/Проекти
2.3 Зростання спроможності МСП щодо пошуку бізнес-партнерів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проект «Організація системи консультування щодо пошуку партнерів». 2. Проект «Проведення дослідження цільового галузевого закордонного ринку» 3. Проект «Конкурс на створення сайтів компаній».

За результатами проведеного експертами Проекту ПРОМІС опитування експортерів, а також експрес-аналізу місцевого бізнес-клімату, встановлено значний кадровий дефіцит, що відчувають МСП. З метою уточнення потреб в персоналі, необхідних знаннях і навичках, варто проводити регулярні зустрічі зацікавлених категорій: МСП, молоді, представників навчальних закладів, служби зайнятості, міської ради. Підсумками таких зустрічей мають стати пропозиції щодо внесення змін до програм підготовки та перепідготовки фахівців, а також повідомлення про вакансії.

Також для покращання навичок співробітників МСП-експортерів варто розробити та реалізувати низку тренінгів – очних та онлайн - з психології підприємництва, бізнес-планування, маркетингу, фандрайзингу, ЗЕД, управління інноваціями, енергоефективністю та конкурентоспроможністю.

Базовою умовою провадження ЗЕД є володіння іноземною, насамперед англійською мовою, що також повинно мати місце серед програм підвищення кваліфікації персоналу.

Важливим елементом набуття необхідних навичок є стажування фахівців в закордонних компаніях, що реалізується як за допомогою міжнародних проектів (наприклад, «Fit for Partnership with Germany», SEEDgrant), так і через домовленості з представниками діаспори і міст-побратимів.

Операційна ціль	Заходи/Проекти
2.4 Розвиток кадрових ресурсів МСП	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проект «Аудит кадрового забезпечення МСП». 2. Проект «Покращання навичок співробітників МСП-експортерів». 3. Проект «Англійська для розвитку експорту». 4. Проект «Досвід abroad».

3.3 Популяризація підприємливості та підприємництва

Розвиток підприємливості як базової навички успішно започатковувати та здійснювати підприємницьку діяльність потребує особливої уваги з боку місцевої влади, особливо в умовах просування продукції міста на зовнішні ринки. Тривалий досвід планової економіки, негативного іміджу підприємництва не сприяють розвитку бізнесу, підвищенню продуктивності, впровадженню інновацій, «зеленого» бізнесу. Тому важливим чинником перспективного розвитку експорту в місті є формування морально-позитивного, економічно успішного, соціально відповідального образу експортера через популяризацію історій успіху експортоорієнтованих, інноваційних, енергоефективних МСП, в т.ч. через електронні та друковані місцеві ЗМІ, зовнішню рекламу.

Демонстрація широкого доступу до джерел інформації щодо започаткування експортної діяльності, в т.ч. шляхом просування веб-ресурсу, інформування про діяльність об'єднання експортерів теж сприятиме зацікавленості громадськості.

На завершальному етапі важливо розповсюдити позитивні результати, досягнуті МСП, що брали участь у цій програмі, в т.ч. стартапів жінок, ВПО, ветеранів АТО, молоді.

Операційна ціль	Заходи/Проекти
3.1 Популяризація серед широких кіл	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проект «Історії експортного успіху». 2. Проект «Популяризація джерел інформації щодо започаткування експортної діяльності» 3. Проект «Перші досягнення».

Соціально та економічно значущим є включення якомога ширшого кола мешканців міста до здійснення підприємницької діяльності. Особливу увагу слід приділити жінкам, ВПО, ветеранам АТО та молоді. З цією метою

доцільно запровадити проведення тренінгів щодо основ ведення бізнесу і ЗЕД для потенційних експортерів та новачків у бізнесі. При цьому ефективними будуть особисті зустрічі з успішними експортерами, які надихають на бізнес власним досвідом.

Стратегічно важливим для формування когорти молодих підприємців є розвиток зацікавленості молоді до ЗЕД.

Операційна ціль	Заходи/Проекти
3.2 Популяризація серед окремих категорій громадян	<ol style="list-style-type: none">1. Освітній проект «ЗЕД для новачків».2. Проект «Досвідчений експортер – майбутньому експортеру».3. Проект «Посилення економічної складової освіти»

Варто змістити акценти викладання економічних дисциплін у закладах вищої та середньої освіти шляхом посилення практичного компоненту, організації зустрічей з МСП, що мають успішний досвід підприємництва й експорту, а також представниками державних органів, що регулюють ЗЕД.

4. ПЛАН ДІЙ

Стратегічна ціль 1: Покращання експортного клімату в місті											
Операційна ціль	На подолання яких існуючих обмежень спрямована операційна ціль	Заходи/ Проекти	Пріоритетність 1=Висока 2=Середня 3=Низька (визначається членами робочої групи)	Період реалізації					Виконавець/ Партнери	Можливі джерела та обсяги фінансування	Індикатори виконання
				2017	2018	2019	2020	2021			
1.1 Розвиток експортоорієнтованих виробництв з високою доданою вартістю в місті	Несистематичність експорту МСП міста, недостатня додана вартість	Проект «Створення кластеру деревообробного виробництва»	2	-	-	-	-	+	Управління економіки МР, ініціативна група з числа МСП, проект ПРОМІС	Не потребує додаткового фінансування	Розроблений профіль кластеру і план діяльності
		Проект «Аудит технологічних і фінансових можливостей кластеру деревообробного виробництва».	2	-	-	-	-	+	Управління економіки МР, ініціативна група з числа МСП, проект ПРОМІС	Не потребує додаткового фінансування	Звіт щодо технологічних і фінансових можливостей кластеру, оцінка потреб
1.2 Визначення перспективних експортоорієнтованих галузей	Відсутність статистичної інформації щодо експортної діяльності МСП	Проект «Аудит експортоорієнтованих галузей» Визначення поточного стану залучення МСП до ЗЕД, товарної і географічної структури. Встановлення перспективних галузей серед діючих експортерів і потенційних за принципами інноваційності, екологічності, енергоефективності, високої доданої вартості.	2	-	+	-	-	-	Управління економіки МР, ініціативна група з числа МСП, проект ПРОМІС	Не потребує додаткового фінансування	Звіт щодо залучення МСП до ЗЕД
		Проект «Експортна готовність» Підготовка галузевих експортних стратегій	2	-	+	-	-	-	Управління економіки МР, ініціативна група з числа МСП, проект ПРОМІС	Не потребує додаткового фінансування	2-3 розроблені галузеві стратегії
1.3 Запровадження ефективного	Недостатня ефективність	Проект «Створення об'єднання малих	1	-	+	+	-	-	ініціативна група з числа МСП,	МСП	Створення об'єднання

діалогу влади і бізнесу щодо розвитку експорту	роботи з підтримки експортерів	експортерів». Створення об'єднання експортерів МСП на міському рівні з подальшою асоціацією на всеукраїнському рівні							управління економіки МР, проєкт ПРОМІС		експортерів
		Створення міжвідомчої комісії з питань розвитку експорту при міській раді	1	+	-	-	-	-	МР, органи ДФС (митниця і податкова інспекція), органи ветеринарно-санітарного, фітосанітарного, екологічного, радіологічного контролю, об'єднання експортерів, МСП, організації підтримки бізнесу, ТПП, проєкт ПРОМІС	Не потребує додаткового фінансування	Створення міжвідомчої комісії
		Проєкт «Критикуєш-пропонуй». Конфіденційний моніторинг нагальних проблем МСП при здійсненні експорту, напрацювання пропозицій щодо їх усунення	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП, міжвідомча комісія, проєкт ПРОМІС	Не потребує додаткового фінансування	Проведення нарад 1 раз на квартал, напрацювання пропозицій
		Проєкт «Онлайн-опитування експортерів щодо проблемних питань при здійсненні експорту»	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП, міжвідомча комісія, проєкт ПРОМІС	Не потребує додаткового фінансування	Проведення нарад 1 раз на квартал, узагальнення результатів
		Проєкт «Ревізія та коригування угод з зарубіжними містами-партнерами». Аудит угод з метою акцентування уваги на взаємній підтримці експорту	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП	МР, МСП	2 угоди на рік
		Проєкт «Розширення економічних побратимських зв'язків». Аналіз цільових ринків щодо встановлення побратимських відносин, укладення угод	2	-	+	-	-	-	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП	МР, МСП	2 угоди на рік

		Проект «Суто бізнесовий візит». Здійснення цільових бізнес-місій до міст партнерів з метою ознайомлення з можливостями і потребами бізнесу, укладення попередніх угод про співпрацю	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП	МР, МСП	1-2 візити на рік, 2-3 угоди на рік
		Проект «Презентація експортного потенціалу міста». Розробка та поширення каталогів товарів і послуг місцевого підприємництва через посольства України закордоном, вітчизняні бізнес-асоціації, посольства іноземних держав в Україні, представництва іноземних бізнес-спільнот в Україні (Американська торговельна палата, Канадська торгова палата, Німецько-українська промислово-торговельна палата, Британо-українська торговельна палата)	1	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП	МР, МСП	Розробка протягом 1 півріччя, поширення каталогів
		Проект «Презентація місцевих експортерів на цільових ринках» через Мінекономрозвитку, Офіс просування експорту щодо участі місцевих експортерів у виставках, бізнес-місіях на цільових ринках	2	-	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП	Не потребує додаткового фінансування	щороку
		Проект «Укладення угод з громадами діаспори щодо просування експорту»	3	-	-	-	-	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП, проект ПРОМІС	МР, МСП	щороку
		Проект «Бізнес-земляцтво» Просування продукції на зовнішні ринки та залучення місцевого бізнесу до глобальних виробничо-збутових ланцюжків у якості імпортерів	3					+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП, проект ПРОМІС	МР, МСП	Проведений форум
		Проект «Міжнародні тендери». Проведення тренінгів щодо	3	-	-	-	+	-	Управління економіки МР, об'єднання	МР, МСП	Результати опитування щодо обізнаності

		участі у закупівлях закордоном, у т.ч. у містах партнерах							експортерів, МСП, проект ПРОМІС		
		Проект «Включення в галузь». Укладення договорів про співпрацю з галузевими об'єднаннями закордоном	3	-	-	-	-	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП	МР, МСП	За потребою
		Проект «Доступність електронної торгівлі». Розповсюдження інформації щодо можливостей експорту МСП через міжнародні торгові майданчики Amazon, eBay тощо	3	-	-	+	-	-	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП, проект ПРОМІС	МР, МСП	Результати опитування щодо обізнаності
		Проект «Network-продаж». Інформування щодо можливостей мережевого експорту (соціальні мережі)	2	-	+	-	+	-	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП, проект ПРОМІС	МР, МСП	Результати опитування щодо обізнаності
		Звернення до органів державної влади щодо удосконалення нормативного регулювання експорту за результатами опитувань МСП, нарад міжвідомчої комісії	2	-	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП	Не потребує додаткового фінансування	За наявності
1.4 Забезпечення широкого доступу до базових сервісів з підтримки експорту	Складність, зарегульованість процедур, відсутність систематизованої актуальної інформації	Проект «Дорожня карта для експортера-початківця». Напрацювання та розповсюдження матеріалів з питань: оцінка спроможності до експорту (обсяги, додаткові витрати), визначення цільових ринків, сертифікація, фінансування, митні процедури, логістика	2	-	-	+	-	+	Управління економіки МР, міжвідомча комісія, проект ПРОМІС	Не потребує додаткового фінансування	Напрацювання дорожньої карти
		Проект «Створення довідкового он-лайн ресурсу об'єднання експортерів». Розповсюдження актуальної систематизованої інформації щодо експорту: дорожня карта початківця, корисні посилання, дотичні інституції, послуги, вимоги законодавства, експортні	3	-	-	-	-	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, міжвідомча комісія, проект ПРОМІС	МР, міжнародні проекти	Функціонуючий он-лайн ресурс

		пропозиції компаній українською і англійською мовами										
		Проект «Запровадження віртуальної фахової консультації з питань експорту на он-лайн ресурсі»	3	-	-	-	-	+	Управління економіки МР, органи ДФС (митниця і податкова інспекція), органи, ветеринарно-санітарного, фітосанітарного, екологічного, радіологічного контролю, об'єднання експортерів, МСП, організації підтримки бізнесу, ТПП, проєкт ПРОМІС	МР, міжнародні проєкти	Функціонує віртуальна консультація	
		Проект «Тематичні семінари щодо започаткування МСП, митних процедур, оподаткування, сертифікації». Подальше розміщення записів семінарів на он-лайн ресурсі	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, органи ДФС (митниця і податкова інспекція), органи, ветеринарно-санітарного, фітосанітарного, екологічного, радіологічного контролю, об'єднання експортерів, МСП, організації підтримки бізнесу, ТПП, проєкт ПРОМІС	Не потребує додаткового фінансування	Проведення 1 раз на квартал відповідних семінарів	
Стратегічна ціль 2: Надання послуг для інтернаціоналізації бізнесу												
Операційна ціль	На подолання яких існуючих обмежень спрямована операційна ціль	Заходи/Проекти (одна комірка для кожного проєкту)	Пріоритетність 1=Висока 2=Середня 3=Низька (визначається членами робочої групи)	Період реалізації					Виконавець/Партнери	Можливі джерела та обсяги фінансування	Індикатори виконання	
				2017	2018	2019	2020	2021				

2.1 Забезпечення доступу до фінансових ресурсів	Нестача фінансування	Проект «Можливості проектів міжнародної фінансової допомоги для МСП». Проведення циклу зустрічей з представниками міжнародних проектів, що надають фінансову підтримку; практикумів з підготовки заявок і бізнес-планів	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП, проект ПРОМІС, міжнародні проекти	МР, об'єднання експортерів, МСП, міжнародні проекти	Щорічно
		Проект «Конкурс з надання гранту за експортним бізнес-планам». Визначення критеріїв вибору бізнес-планів, обрання варіантів, спільне фінансування МР, МСП, міжнародні проекти	1	-	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП, проект ПРОМІС, міжнародні проекти	Фонд підтримки підприємництва, об'єднання експортерів, МСП, міжнародні проекти	Гранти для експортних бізнес-планів
		Проект «Конкурс з відшкодування вартості банківського кредитування експортних бізнес-планів». Визначення критеріїв вибору проектів, обрання варіантів, кредитування банківською установою, відшкодуванням частини відсотків за кредитами	2	-	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, проект ПРОМІС	Фонд підтримки підприємництва, об'єднання експортерів, МСП	Відшкодування відсотків по кредитних угодах
		Проект «Поширення позичальниками позитивного досвіду отримання МСП кредитних ресурсів від фінансових установ»	2	-	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів	Не потребує додаткового фінансування	Запровадження відповідної практики, 5 щороку
2.2 Сприяння подоланню нетарифних бар'єрів	Розрізненість інформації щодо нетарифних бар'єрів для експорту. Обтяжливість, висока вартість процедур сертифікації для МСП	Освітній проект «Проведення семінарів щодо комунікацій з потенційними партнерами, виходу на зовнішній ринок, квотування, ліцензування, відповідності стандартам при здійсненні ЗЕД»	2	-	+	+	+	+	Управління економіки МР, ТПП	МР, МСП, інші джерела фінансування	За зверненням експортерів
		Проект «Перші кроки експортера. Бізнес для бізнесу». Проведення тренінгів діючими експортерами щодо започаткування експортної діяльності, участі у	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, ТПП	МР, МСП, інші джерела фінансування	Проведення 1 раз на рік відповідних семінарів

		міжнародних проектах фінансування та стажування, співпраці з сертифікаційними органами, культурної специфіки зарубіжних партнерів									
		Проект «Експортне наставництво». Проект індивідуальної нефінансової допомоги щодо розвитку бізнесу досвідченими підприємцями (вітчизняними і зарубіжними) початківцям	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, ТПП	МР, МСП, інші джерела фінансування	Проведення 1 раз на рік відповідних семінарів
2.3 Зростання спроможності МСП щодо пошуку бізнес-партнерів	Нестача інформації щодо потенційних ринків, брак партнерів	Проект «Організація системи консультування щодо пошуку партнерів». Запровадження системи інформування щодо використання довідкових інтернет-ресурсів, баз B2B, пошукової оптимізації.	2	-	+	-	-	-	Управління економіки МР, ТПП, проект ПРОМІС	МР, МСП, інші джерела фінансування	Проведення 1 раз на півріччя відповідних семінарів
		Проект «Проведення дослідження цільового галузевого закордонного ринку» - визначення критеріїв вибору, - обрання - спільне фінансування	2	-	+	+	-	-	Управління економіки МР, МСП, ТПП, проект ПРОМІС	МР, МСП, міжнародні проекти	Проведення дослідження для галузей МСП
2.4 Розвиток кадрових ресурсів МСП	Невідповідність фахового рівня персоналу потребам бізнесу	Проект «Аудит кадрового забезпечення МСП». Проведення регулярних зустрічей для з'ясування потреб в персоналі, необхідних знаннях і навичках	2	-	-	+	-	-	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, МСП, служба зайнятості, представників учбових закладів, молоді, проект ПРОМІС	Не потребує додаткового фінансування	Підготовка пропозицій з потребами в персоналі
		Проект «Покращання навичок співробітників МСП-експортерів». Проведення тренінгів з психології підприємництва, бізнес-планування, маркетингу, фандрайзінгу, ЗЕД, управління інноваціями, енергоефективністю	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, служба зайнятості, учбові заклади	МР, служба зайнятості, інші джерела фінансування	Проведення 1 тренінгу щоквартально
		Проект «Англійська для розвитку експорту». Проведення курсів з	1	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання	МР, об'єднання експортерів,	Підвищення рівня знань англійської мови для 15

		англійської мови для співробітників МСП-експортерів, посадовців МР							експортерів, служба зайнятості, учбові заклади	МСП, міжнародні проекти	співробітників щороку
		Проект «Досвід abroad». Стажування фахівців в закордонних компаніях у містах-партнерах	2	-	-	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів	МР, об'єднання експортерів, МСП, міжнародні проекти	Стажування 3 співробітників щороку
Стратегічна ціль 3: Популяризація підприємливості та підприємництва											
Операційна ціль	На подолання яких існуючих обмежень спрямована операційна ціль	Заходи/Проекти (одна комірка для кожного проекту)	Пріоритетність 1=Висока 2=Середня 3=Низька (визначається членами робочої групи)	Період реалізації					Виконавець/Партнери	Можливі джерела та обсяги фінансування	Індикатори виконання
				2017	2018	2019	2020	2021			
3.1 Популяризація серед широких кіл	Відсутність тривалих традицій підприємництва, низька мотивація здійснення ЗЕД	Проект «Історії експортного успіху». Розповсюдження історій успіху експорто-орієнтованих інноваційних, енергоефективних МСП, в т.ч через місцеві ЗМІ, зовнішню рекламу	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, ЗМІ	МР, об'єднання експортерів	Публікації в ЗМІ 1 раз на квартал, зовнішня реклама
		Проект «Популяризація джерел інформації щодо започаткування експортної діяльності», в т.ч. об'єднання експортерів, он-лайн ресурсу	2	+	+	+	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, ЗМІ	МР, об'єднання експортерів	Публікації в ЗМІ 1 раз на місяць
		Проект «Перші досягнення». Поширення позитивних результатів, досягнутих МСП, що брали участь у даній програмі, в т.ч. стартапів жінок, ВПО, ветеранів АТО, молоді	2	-	-	-	+	+	Управління економіки МР, об'єднання експортерів, ЗМІ	МР, об'єднання експортерів	Публікації в ЗМІ 1 раз на квартал
3.2 Популяризація серед окремих категорій громадян	Низька ініціативність потенційних підприємців, недостатня зацікавленість серед молоді	Освітній проект «ЗЕД для новачків». Проведення тренінгів щодо основ ведення бізнесу і ЗЕД з потенційними МСП та новачками, в т.ч. такими категоріями : - жінки, - ВПО, - ветерани АТО,	2	-	+	+	+	+	Управління економіки МР, служба зайнятості, учбові заклади, ТПП, органи ДФС, органи ветеринарно-санітарного, фітосанітарного,	МР, міжнародні проекти, інші джерела фінансування	Проведення 1 тренінгу щокварталу

		- студенти							екологічного контролю, об'єднання експортерів, МСП, організації підтримки бізнесу, проект ПРОМІС		
--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

5. ВІДПОВІДНІСТЬ ПРОГРАМИ регіональним та НАЦІОНАЛЬНИМ ПРІОРИТЕТАМ, ГЛОБАЛЬНИМ ТЕНДЕНЦІЯМ

Цілі програми просування продукції міста на зовнішні ринки сформульовані на підставі аналізу глобальних трендів щодо інтернаціоналізації торгівлі, а також узгоджені з національними пріоритетами розвитку.

Однією з глобальних тенденцій є розуміння значущості включення МСП до міжнародної торгівлі. Серед основних завдань 15-го Форуму Світової організації торгівлі «Інклюзивна торгівля» було визначення можливостей СОТ щодо сприяння залученню МСП до міжнародної торгівлі. Було підготовлено звіт «Вирівнювання торговельних умов для МСП», в якому детально проаналізовано сучасний стан залучення МСП до міжнародної торгівлі, перешкоди та шляхи їх подолання.

Згідно з розрахунками СОТ, зробленими на підставі моніторингу Світовим банком 25000 суб'єктів МСП: у країнах, що розвиваються, обсяги експорту без посередників становлять лише 7,6% від загального обсягу продажів МСП у виробничому секторі, тоді як для великих промислових підприємств цей показник становить 14,1%. Частка експорту послуг МСП складає лише 0,9% від загального обсягу, для великих суб'єктів господарювання - 31,9%.

В розвинених країнах частка МСП в загальному обсязі експорту складає 34%, при тому що в загальній кількості експортерів частка МСП становить 78%. Відмінним є те, що участь МСП з розвинених країн в міжнародній торгівлі тяжіє до експорту та імпорту послуг – 68% і 83% від загальних обсягів відповідно.

Ще однією тенденцією є сприяння залученню МСП до глобальних ВЗЛ як прямої дії (тобто, шляхом поставки товарів і послуг для вітчизняних фірм, що займаються експортом), так і зворотної, а саме через використання імпортованих проміжних товарів чи послуг. Навіть участь у місцевому відрізку ВЗЛ сприяє зростанню конкурентоспроможності продукту й активізації експортного потенціалу.

Важливою є залежність між якістю продукції, продуктивністю та участю у міжнародній торгівлі. Очевидно, що суб'єкти МСП через відсутність ефекту економії на масштабі мають обмежені ресурси для підвищення продуктивності, впровадження інновацій, залучення висококваліфікованого персоналу, а отже, й виходу на зовнішній ринок. Одним з дієвих варіантів подолання такого замкненого кола є кластеризація, об'єднання суб'єктів МСП на різних засадах, що дозволяє як отримати безпосередній економічний ефект, так і чинити політичний вплив щодо бізнес - регуляції владних структур.

Різні міжнародні дослідження відзначають, що одним з найскладніших бар'єрів при виході на зовнішній ринок є ускладнений доступ до фінансування МСП. Так, в рамках 70-ої сесії Генеральної Асамблеї ООН серед Цілей сталого розвитку 2016-2030 років було визначено мету 8.3, а саме «... розвиток мікро-, малих і середніх підприємств, у тому числі шляхом надання їм доступу до фінансових послуг». За даними Міжнародної фінансової корпорації, провідні банки кредитують лише 20% МСП у країнах, що не є учасниками ОЕСР. Нівелювати нестачу фінансування можливо як шляхом покращання якості бізнес-планів, що готуються МСП для отримання кредитних коштів, так і через використання небанківського фінансування, застосування додаткових інструментів гарантування повернення кредитів тощо.

Суттєвим чинником розширення експортних можливостей МСП має стати розвиток електронної комерції. Згідно з даними СОТ, у країнах, що розвиваються, 85% компаній з чисельністю працівників понад 250 осіб мають власні веб-сайти. Тоді як менше 25% суб'єктів МСП з чисельністю співробітників до 10 осіб мають свої сайти. Серед МСП, у функціонуванні яких задіяні 10-50 осіб, сайти створено в менше 50% компаній.

Через відсутність економії на масштабі для МСП є обтяжливим і дорогим пошук актуальної і детальної інформації (вимоги законодавства, сертифікації продукції, нових ринків збуту), подолання тарифних і нетарифних обмежень протекціоністського характеру, бюрократизація митних процедур.

Таким чином, встановлені проблеми включення МСП до міжнародної торгівлі та шляхи їх подолання є актуальними і для місцевого бізнесу.

Формулювання цілей Програми здійснено на підставі аналізу та наближення до місцевого рівня європейських та національних нормативних актів, що визначають засади розвитку МСП, залучення його до міжнародної торгівлі.

Так, були максимально враховані принципи європейського Акту про малий бізнес, а саме:

- ✓ створення середовища, яке сприяє успіху підприємництва (сприяння нарощуванню підприємницького потенціалу через систему освіти),
- ✓ розробка правил відповідно до принципу «Спочатку думай про малих (врахування інтересів МСП на ранній стадії процесу формування економічної політики, що передбачає три аспекти: інституційні основи, наявність механізмів удосконалення нормативно-правового середовища та оцінки регуляторного впливу на МСП, а також існування майданчиків для ведення діалогу між владою і приватним сектором),
- ✓ врахування інтересів МСП органами державного управління (спрощення нормативних вимог, при цьому особлива увага приділяється реєстрації та виходу на ринок нових суб'єктів господарювання),

- ✓ адаптація інструментів державної політики до потреб МСП (МСП потребують підтримки влади, в т.ч. для забезпечення доступу до ринків і надбання навичок, необхідних для підвищення конкурентоспроможності),
- ✓ спрощення доступу МСП до фінансування,
- ✓ більш ефективне використання МСП можливостей, що надаються єдиним ринком (сприяння подоланню технічних бар'єрів у міжнародній торгівлі),
- ✓ сприяння в підвищенні кваліфікації кадрів і розвитку всіх форм інновацій,
- ✓ сприяння МСП в добуванні переваг зі зростаючого ринку (інтеграція в світові виробничо-збутові ланцюжки дає можливість поліпшити продуктивність підприємств, співпраця з проектами міжнародної технічної допомоги тощо).

Відповідно до Стратегії сталого розвитку "Україна - 2020", дерегуляцію та розвиток підприємництва визначено однією з першочергових реформ. Цілями даної реформи встановлено створення сприятливого середовища для ведення бізнесу, розвитку МСП, залучення інвестицій, спрощення міжнародної торгівлі та підвищення ефективності ринку праці.

В плані дій цієї Програми знайшли відображення цілі Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року (проект), серед них:

- покращення нормативно-правового, інституційного та операційного середовища для МСП,
- покращення доступу МСП до фінансування,
- популяризація підприємницької культури та розвиток конкурентоспроможного людського капіталу й підприємницьких навичок,
- сприяння експорту / інтернаціоналізації МСП в контексті УА / ПВЗВТ,
- підсилення конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу МСП (залучення до глобальних ВЗЛ, кластеризація).

У рамках Стратегії збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2020 року передбачено 2 стратегічні напрями, що мають безпосередній вплив на бізнес-середовище, і узгоджуються з цілями цієї Програми:

- зростання конкурентоспроможності економіки області (створення сприятливих умов для розвитку МСП, стимулювання інноваційних секторів економіки),
- залучення інвестицій та розвиток міжнародних відносин (створення умов для залучення інвестицій в економіку області та міжнародної донорської допомоги, поглиблення міжнародного та міжрегіонального співробітництва, розвиток транскордонного співробітництва, зростання ділових контактів, створення спільних мереж, кластерів та інших сучасних форм організації території).

Відповідно до Стратегічного плану розвитку м. Жмеринка на період до 2020 року, основними завданнями в економічній сфері є:

- залучення інвестицій (промоція міста, популяризація продукції міських товаровиробників, поглиблення співпраці підприємництва у рамках міст-побратимів, налагодження співпраці з міжнародними інституціями та проектами міжнародної технічної допомоги, створення сприятливих умов для розвитку МСП),

- розвиток трудових ресурсів (орієнтація молоді на вибір перспективних професій).

Таким чином цілі даної Програми, а також проекти, спрямовані на їх досягнення, розроблені у відповідності до національних і регіональних стратегій, та є взаємодоповнюючими:

1. Покращання експортного клімату в місті:

1.1 Розвиток експортоорієнтованих виробництв з високою доданою вартістю.

1.2 Визначення перспективних експортоорієнтованих галузей.

1.3 Запровадження ефективного діалогу влади і бізнесу щодо розвитку експорту.

1.4 Забезпечення широкого доступу до базових сервісів з підтримки експорту.

2. Надання послуг для інтернаціоналізації бізнесу:

2.1 Забезпечення доступу до фінансових ресурсів.

2.2 Сприяння подоланню нетарифних бар'єрів.

2.3 Зростання спроможності МСП щодо пошуку бізнес-партнерів

2.4 Розвиток кадрових ресурсів МСП.

3. Популяризація підприємливості та підприємництва:

3.1 Популяризація серед широких кіл.

3.2 Популяризація серед окремих категорій громадян.

При врахуванні національних пріоритетів розвитку експорту МСП, крім коригування на межі компетенції міської влади, було здійснено адаптацію цілей та проектів з точки зору здійсненості (організаційної та фінансової), а також конкретизації тривалості проектів.

6. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

6.1 Координація діяльності у рамках Програми

Координація виконання плану дій покладається на управління економіки міської ради.

План дій передбачає утворення об'єднання експортерів (за згодою) та міжвідомчої комісії з просування експорту. Метою створення об'єднання експортерів є лобювання інтересів експортоорієнтованих МСП: надання пропозицій щодо змін у нормативному регулюванні ЗЕД, сприяння налагодженню міжнародних бізнес-контактів, формування механізмів державно-приватного співфінансування тощо. Першочерговим завданням міжвідомчої комісії є формування дорожньої карти для виходу початківця на зовнішній ринок, у подальшому діяльність комісії буде спрямована на оперативне реагування на проблемні питання експортерів. Склад комісії має бути сформований з представників МСП, об'єднання експортерів, міської ради, податкових і митних органів, органів ветеринарно-санітарного, фітосанітарного, екологічного, радіологічного контролю, ТПП, зацікавлених громадських організацій бізнесу.

Для виконання плану дій щодо просування експорту МСП будуть залучатися: органи виконавчої влади, суб'єкти МСП, їх об'єднання, консультативно-дорадчі органи, що створені при органах державної влади та органах місцевого самоврядування і представляють інтереси суб'єктів господарювання, міжнародні фінансові організації, донори міжнародної технічної допомоги та інші.

Проміжні та остаточні результати реалізації програми (в тому числі підсумки щоквартального моніторингу, щорічної оцінки) будуть оприлюднені у місцевих ЗМІ, паперових і віртуальних, соцмережах, а також донесені іншими сучасними засобами зв'язку до зацікавлених осіб і широкого кола мешканців міста.

6.2 Моніторинг та оцінка виконання

Підготовка та здійснення програми базуються на конкретизації цілей, що мають бути досягнуті, та застосуванні інструментів відстеження та оцінки їх досягнення.

Для цього провадиться моніторинг та оцінка реалізації плану дій, визначених програмою. У плані дій передбачено індикатори виконання у кількісному вимірі для кожного періоду.

При цьому для відображення відхилень отриманих досягнень/змін від запланованих значень доцільно використовувати кольорову ідентифікацію:

- червоний – фактичне значення не досягнуло запланованого,
- зелений – фактичне значення досягнуло або перевищило заплановане.

Звітні дані про хід виконання Програми

Індикатор		Період відстеження		
		Період 1	Період 2	Період ...
Індикатор 1	Базове значення (база), за наявності			
	Цільове значення (план)			
	Досягнуте значення (факт)			
	Відхилення, +/-, факт від плану			
	Відхилення, +/-, факт від бази			
Індикатор...				

Для забезпечення ефективної реалізації програми розвитку експорту ресурсів управління економіки готуватиме здійснюватиме щорічний моніторинг її виконання.

З метою визначення ступеня досягнення цілей управління економіки міської ради готуватиме щорічні звіти про хід реалізації, щороку здійснюватиметься опитування МСП щодо умов ведення експортної діяльності, у тому числі за допомогою можливостей веб-ресурсу у соціальних мереж. Результати моніторингу мають бути представлені на засіданні міжвідомчої комісії.

Щороку за підсумками моніторингу здійснюється оцінка виконання програми. При чому оцінка спрямована на вивчення більш масштабних змін, особливо ретельно мають бути досліджені зовнішні чинники (нормативно-правове регулювання, ринкова кон'юнктура, вплив інновацій і т. д.), що перебувають поза межами контролю виконавців та здатні позначитися на досягненні результатів.

Метою оцінки є визначення міри актуальності та виконання поставлених завдань на кожному етапі реалізації програми, а також ступінь її ефективності. Результати оцінки слугують джерелом інформації для прийняття відповідних рішень та за необхідності внесення змін до програми розвитку експорту, в тому числі плану дій.

Для проведення оцінки варто використовувати дані таблиці, що була застосована при здійсненні моніторингу. Крім того, до щорічного звіту про оцінку необхідно включати інформацію про проблеми, що виникли в ході виконання програми та запропоновані рішення.

Результати проведеної щорічної оцінки реалізації програми виносяться на обговорення міжвідомчої комісії за участі зацікавлених сторін, а також на розгляд міської ради.

Остаточна оцінка проводиться після завершення програми для того, щоб визначити, наскільки вдалося досягти поставлених цілей. Підсумкова

оцінка по своїй суті є вихідними даними для розробки наступної програми розвитку експорту МСП у місті.

Система управління та контролю за ходом виконання програми.

Програма є довгостроковою та буде виконуватися до 2021 року.

Виконання визначених Програмою завдань здійснюється шляхом послідовної реалізації протягом зазначеного періоду заходів.

Координація і контроль за ходом виконання Програми покладається на управління економіки Жмеринської міської ради. Про хід виконання разом з управліннями інформує постійну комісію з питань планування, фінансів, бюджету, та соціально-економічного розвитку один раз на рік.

Внесення змін до міської програми

Коригування плану заходів, обсягів та джерел фінансування Програми просування продукції міста Жмеринка на зовнішні ринки протягом 2017-2021 років та термінів їх виконання здійснюватиметься за необхідністю.

Рішення про внесення змін до міської програми приймається міською радою. Порядок внесення змін до міської програми аналогічно порядку розроблення міської програми.

Припинення виконання міської програми.

Виконання програми припиняється після закінчення встановленого строку її реалізації. Відповідальний виконавець складає заключний звіт про результати виконання програми та подає його для розгляду профільній постійній комісії міської ради, у разі необхідності на розгляд міської ради.

Рішення про дострокове припинення виконання міської програми приймається міською радою.

Міський голова

А.Кушнір