



УКРАЇНА
ГОРІШНЬОПЛАВНІВСЬКА МІСЬКА РАДА
ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ
(Двадцять третя сесія сьомого скликання)

РІШЕННЯ

Від 23 травня 2017 р.

**Про затвердження Програми
просування продукції міста
Горішні Плавні на зовнішні
ринки**

На виконання власних повноважень, зазначених у ст. 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», з метою вироблення місцевої політики для розвитку експортної діяльності в м. Горішні Плавні, в рамках реалізації Проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку місті» (далі - Проект ПРОМІС) у місті Горішні Плавні, враховуючи пропозиції постійної комісії з питань економічної політики, бюджету, фінансів, підприємницької діяльності та здійснення регуляторної політики (протокол № 24 від 16.05.2017), Горішньоплавнівська міська рада Полтавської області

ВИРІШИЛА:

1. Затвердити Програму просування продукції міста Горішні Плавні на зовнішні ринки (додаток).
2. Міському фінансовому управлінню (Говорун А.І.), виходячи з можливостей доходної частини міського бюджету, передбачити кошти на виконання заходів Програми

Міський голова

(підписано)

Д.Г.Биков

Офіційний сайт Горішньоплавнівської міської ради Полтавської області

Додаток
до рішення 23 сесії
Горішньоплавнівської міської
ради сьомого скликання
від 23 травня 2017 р.

Програма просування продукції
міста Горішні Плавні на зовнішні ринки

1. ПАСПОРТ ПРОГРАМИ

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Ініціатор розроблення Програми | Департамент економічного розвитку та ресурсів виконавчого комітету Горішньоплавнівської міської ради Полтавської області |
| 2 | Розробник Програми | Департамент економічного розвитку та ресурсів виконавчого комітету Горішньоплавнівської міської ради Полтавської області Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» |
| 3 | Відповідальний виконавець Програми | Департамент економічного розвитку та ресурсів виконавчого комітету Горішньоплавнівської міської ради Полтавської області |
| 4 | Учасники Програми | Фонд підтримки підприємництва Спілка експортерів малих та середніх підприємств Центр зайнятості Проект ПРОМІС |
| 5 | Терміни реалізації Програми | 2017-2021 роки |
| 6 | Перелік місцевих бюджетів, які беруть участь у виконанні Програми | міський бюджет |
| 7 | Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації | 464,0 тис. грн. |
| 8 | Основні джерела фінансування Програми | Кошти міського бюджету; інші джерела, не заборонені чинним законодавством України |

2. 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

3. Необхідність розвитку експорту продукції МСП

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 на рівні міста розвиток експорту дозволяє створювати нові робочі місця та отримувати податкові надходження незважаючи на несприятливу ринкову кон'юнктуру на внутрішньому ринку.

Для суб'єкта господарювання 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 в Україні поряд з багатьма перевагами їй притаманні й чисельні виклики, серед них: 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.

3.1. Стан розвитку експорту в місті

За підсумками 1 півріччя 2016 року у м. Горішні Плавні зовнішньоекономічну діяльність провадило 19 підприємств, що на 24% менше, ніж у 2015 році (згідно з даними міської ради).

У місті функціонує низка великих підприємств гірничодобувної промисловості (Полтавський гірничо-збагачувальний комбінат, Єриствський гірничо-збагачувальний комбінат), а також хімічної, виробництва будівельних матеріалів, легкої і харчової промисловості.

Основними видами діяльності компаній, що здійснювали зовнішньоекономічну діяльність, є наступні:

- Виробництво мінеральних продуктів (залізорудні котуни);
- Виробництво хімічної продукції;
- Виготовлення текстильних виробів;
- Виробництво машин, обладнання та механізмів; електротехнічного обладнання;
- Виробництво полімерних матеріалів, пластмас, виробів з них.

Товарна диверсифікація експорту низька, місту притаманна експортна монопрофільність: 99% експорту міста формують мінеральні продукти, а саме залізна руда, яка видобувається Полтавським ГЗК. Решта експортних поставок (1%) припадає на текстильну продукцію, що виробляється малими та середніми підприємствами міста.

В 2016 році на опитаних експертами Проекту ПРОМІС підприємствах-експортерах були працевлаштованими 202 співробітників, частка жінок склала 75%. У 2016 році середньомісячна заробітна плата в компаніях, що здійснювали експортну діяльність, становила 209 американських доларів, що на 25% вище, ніж у 2012 році.

3.2. Динаміка зовнішньої торгівлі міста

З 2013 року сформувалася тенденція до зниження обсягів зовнішньої торгівлі товарами та послугами, при чому у 2015 році падіння прискорилося і склало 32% у порівнянні з обсягами 2014 року. Сальдо зовнішньої торгівлі протягом 2012-2015 років залишалося позитивним, при чому обсяги експорту перевищують обсяги імпорту в 5-6 разів.

Обсяги торгівлі послугами є невисокими, тому динаміка торгівлі товарами формує загальну динаміку торгівлі.

Для зовнішньої торгівлі товарами міста властиве високе позитивне сальдо, яке протягом аналізованого періоду залишається на достатньо високому рівні:

понад 781 млн. дол. США у 2012 році, 927 млн. дол. США в 2013 році, 866 млн. дол. США в 2014 році та 612 млн. дол. США в 2015 році.

Слід зазначити, що динаміка експорту текстильних виробів є негативною, зокрема в 2015 році обсяги торгівлі скоротилися на 32%, що є відчутним для міста. Незважаючи на це, текстильні вироби можуть бути тією групою товарів, за допомогою якої є можливість диференціювати експортні поставки підприємств міста.

Товарна структура імпорту представлена такими товарними групами:

- мінеральні продукти,
- продукція хімічної галузі,
- полімерні матеріали,
- текстильні матеріали та вироби,
- недорогocінні метали та вироби з них,
- машини, обладнання та механізми.

Для торгівлі послугами характерне суттєве перевищення обсягів імпорту порівняно з обсягами експорту, що однак не чинить визначального впливу на зовнішньоторговельне сальдо через невисоку частку торгівлі послугами в загальних обсягах торгівлі.

Структуру експорту послуг в 2015 рр. формували:

- Послуги з переробки матеріальних ресурсів (частка в експорті послуг склала 56%);
- Транспортні послуги (43%).

Структуру імпорту послуг в 2015 році формували:

- Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю (частка в імпорті склала 99%);
- Послуги, пов'язані з подорожами (0,2%);
- Транспортні послуги (0,1% в 2015).

3.3. Аналіз місцевого експортного клімату

З метою налагодження взаємовигідних зв'язків, у тому числі економічних, міською владою укладено 5 угод про співробітництво з такими містами:

- м. Жодіно (Білорусь),
- м. Унгень (Молдова),
- м. Орхей (Молдова),
- Повітом Рацибозький (Польща),
- м. Кармель (Ізраїль).

Інформація стосовно наявних документів місцевої влади щодо сприяння експорту відсутня.

В рамках опитування, проведеного експертами Проекту ПРОМІС, жоден з респондентів не вважає місто невдалим місцем для виходу на зовнішні ринки. Більше половини опитаних (63%) визнали місто добрим місцем для виходу на зовнішні ринки, 13% оцінили місто на "відмінно", 25% - "задовільно".

Роботу влади у сприянні у виході на зовнішні ринки рівно половина опитуваних оцінила задовільно, 38% експортерів оцінили "добре", 13% - на "відмінно". Жодне з підприємств-експортерів не визнала роботу владних структур незадовільною.

Більш детальна оцінка ефективності роботи влади щодо розвитку експортного потенціалу міста переважно підтверджує попередні результати опитування. Зокрема, жоден з опитуваних не оцінив критично послуги у сфері: надання дозволів та погоджень необхідних для виходу на зовнішні ринки, надання адміністративних послуг, що пов'язані з виходом на зовнішні ринки; забезпечення прозорості митних та податкових процедур.

Найбільш ефективною була визнана робота влади з наданням адміністративних послуг, пов'язаних з виходом на зовнішні ринки (17% респондентів оцінила послуги на "відмінно", 67% - "добре"), а також у забезпеченні доступу до необхідної інформації, прозорості митних та податкових процедур та співробітництво з іншими регіонами/країнами (17% респондентів оцінила послуги на "відмінно", 50% - "добре"). Респонденти найменш задоволені діяльністю влади з покращення доступу до капіталу для експортерів (34% оцінили "погано" і «задовільно»).

На думку експортерів, роль влади в розвитку експортного потенціалу полягає в маркетинговій підтримці, наданні фінансових стимулів, а також підтримці експортерів-початківців (100% повністю погодилися з таким твердженням).

Необхідними умовами успішного започаткування ведення експортної діяльності респондентами було відзначено:

- конкурентоспроможний продукт;
- своєчасне повернення ПДВ у повному обсязі;
- допомога у пошуку покупців та підготовці документів;
- стабільна політична та економічна ситуації.

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

- консультаційний супровід;
- маркетингова підтримка;
- безкоштовні курси іноземних мов.

3.4. Аналіз місцевої інфраструктури для розвитку експорту

В структурі виконавчих органів Горішньоплавнівської міської ради економічними питаннями опікується департамент економічного розвитку і ресурсів, до компетенції якого можуть відноситися ті чи інші питання у сфері торгівлі на зовнішніх ринках.

Керівництво та координація роботи з просування продукції міста на зовнішні ринки здійснюється заступником міського голови.

Експортерів міста обслуговують фіскальні органи м. Кременчука: митний пост «Кременчук» та Кременчуцька ОДП.

У місті функціонує Фонд підтримки підприємництва, що надає консультаційні послуги з бізнесових питань. Недержавні інституції в м. Горішні Плавні у сфері сприяння експорту недостатньо розвинуті.

Протягом 2012-2016 рр. в місті не відбувались жодні виставкові заходи міжнародного характеру.

Інформація щодо проведення конференцій, тренінгів, семінарів з експортної тематики протягом останніх 5 років відсутня.

Протягом проаналізованого періоду місто відвідали іноземні делегації, в основному молодіжного та культурного спрямування.

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

Відсутня загальна веб-платформа для рекламування місцевих потенційних експортерів та їхньої продукції.

Є недостатньою присутність місцевих компаній в мережі Інтернет. Наявні сайти окремих підприємств, деякі містять інформацію кількома мовами: українською, російською мовою, та мають обмежену інформацію щодо продукції та цін та можливостей поставок в інші регіони/країни. Здебільшого інформація розрахована на внутрішнього покупця.

4. Мета Програми

Метою цієї Програми є вироблення місцевої політики та напрацювання ефективних рішень для розвитку експортної діяльності в м. Горішні Плавні, яка 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.

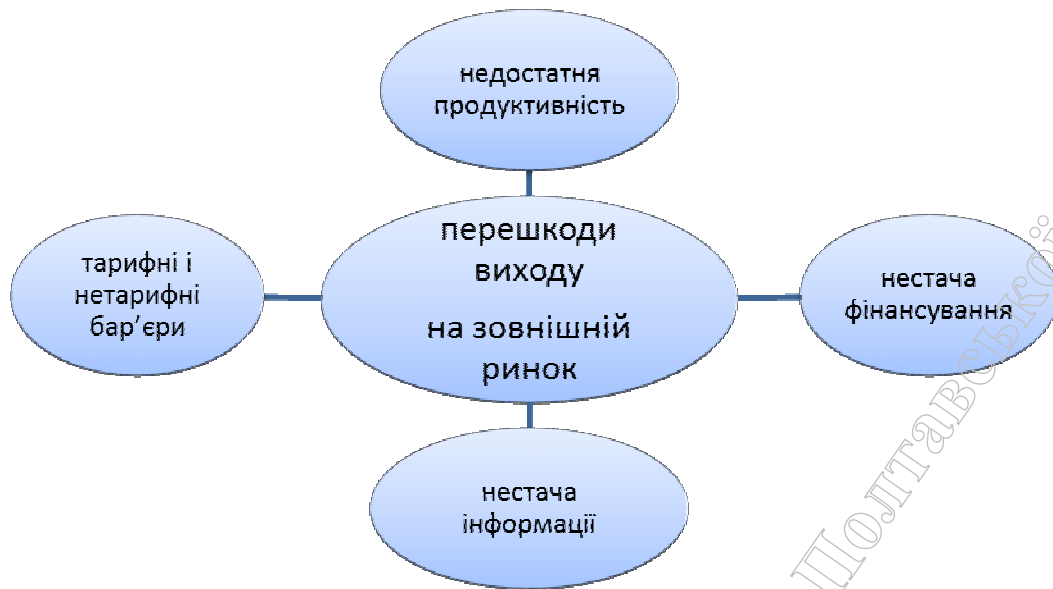
5. Бачення розвитку експортної діяльності МСП міста

Специфікою Горішніх Плавнів є низька питома вага МСП в економіці, та експорті зокрема. Майже 100% експорту складає продукція з низьким ступенем обробки, що виробляється одним великим підприємством. Позитивним є те, що ця продукція (залізорудні котуни) має диверсифікований ринок збуту, орієнтований на розвинуті економіки.

У місті працює низка МСП, виробників трикотажного одягу, розвиток яких обмежується слабкою географічною диверсифікацією експорту. Експортна діяльність місцевих компаній тривалий час була зорієнтована на російський ринок, легкість доступу на який виявилася одним з головних обмежуючих факторів для освоєння інших ринків.

Запровадження торговельних обмежень з боку РФ, зокрема призупинення з 1 січня 2016 року застосування положень ЗВТ СНД стосовно українських товарів (ставки ввізних мит на рівні режиму найбільшого сприяння), а також призупинення транзиту української продукції через свою територію кардинально вплинули на більшість експортерів міста.

Багато з них, втративши російський ринок, виявилися не готовими до роботи на ринках країн ЄС, Північної Америки, Близького Сходу та інших регіонів як через внутрішні, так і через зовнішні перешкоди для експорту.



Навіть за звичайних умов 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.

6. Основні напрями розвитку експорту в місті

6.1 Покращення експортного клімату в місті

Важливим завданням для міської влади є диверсифікація економіки міста, розвиток альтернативних видів бізнесу, з метою уникнення можливих проблем, характерних для мономіст внаслідок зміни ринкової кон'юнктури.

Особливістю міста є функціонування гірничодобувної промисловості, при чому видобуток здійснюється відкритим способом, що передбачає накопичення відходів, захаращення земельних ділянок. У державах з провідними економіками, а саме США, Німеччині, Японії рівень утилізації гірничопромислових відходів складає 65–80 %, тоді як в Україні цей показник оцінюють лише в 10–12 % (за матеріалами II Міжнародної науково-практичної конференції «Надрокористування в Україні. Перспективи інвестування» 2015 року).

Слід врахувати, що собівартість будівельного щебеню, піску і гравію із відвальних порід залізородних кар'єрів у 2–4 рази нижче, ніж на спеціалізованих підприємствах. Вказані матеріали можуть бути використані для виробництва

продукції з більш високою доданою вартістю, наприклад, лицювальна плитка, сухі суміші для наливних підлог, керамічні труби тощо.

Згідно з даними Trade Map, найбільшими імпортерами відповідної продукції є США (17% у загальному обсязі імпорту у 2015 р.), Німеччина (7%), Франція (4%).

Перспективним є створення кластеру на базі місцевих виробників, надавачів послуг у сфері будівництва та навчальних закладів відповідного спрямування (наприклад, Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка, місцевого політехнічного коледжу тощо), у тому числі з метою розробки та запровадження нових матеріалів та методів, долучення до глобальних ВЗЛ.

Також альтернативними видами бізнесу можуть стати розвиток легкої промисловості та супутніх сервісів, у тому числі дизайн одягу, зважаючи на значну концентрацію текстильних підприємств у місті.

Згідно з даними Trade Map, найбільшими імпортерами трикотажного дитячого одягу є США (27% у загальному обсязі імпорту у 2015 р.), Велика Британія (9%), Франція (7%), трикотажних футболок та натільної білизни - США (16% у загальному обсязі імпорту у 2015 р.), Німеччина (11%), Велика Британія (7%).

| Операційна ціль | Заходи/ Проекти |
|---|--|
| 1.1 Сприяння диверсифікації бізнесу в місті | <ol style="list-style-type: none"> Організаційна підтримка створення кластеру легкої промисловості і надавачів пов'язаних послуг Організаційна підтримка створення кластеру виробників будівельних матеріалів і надавачів послуг у сфері будівництва |

Наразі проблематичним як для Горішніх Плавнів, так і решти українських міст 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 | <ol style="list-style-type: none"> Проведення аудиту експортоорієнтованих галузей Вивчення експортної готовності МСП міста |

На сьогодні типовими ознаками місцевого експортного клімату є епізодичний характер взаємозв'язку МСП і влади з питань експорту, 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.

На початковому етапі важливо отримати неупереджену інформацію щодо складнощів, з якими стикаються експортери, а також - пропозиції по усуненню таких проблемних питань. Для цього передбачено здійснення конфіденційного моніторингу. З цією ж метою передбачено проведення он-лайн опитування експортерів. Принциповою відмінністю такого опитування є те, що воно дозволить з'ясувати ступінь важливості і поширення визначеного проблемного питання, у 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 спрямовані заходи щодо презентації місцевих експортерів на цільових ринках шляхом участі у виставках, бізнес-місіях тощо, організованих Мінекономрозвитку, Офіс просування експорту.

| Операційна ціль | Заходи/ Проекти |
|--|---|
| 1.3 Запровадження ефективного діалогу влади і бізнесу щодо розвитку експорту | <ol style="list-style-type: none">1. Створення спілки експортерів малих та середніх підприємств.2. Організація періодичного моніторингу проблемних питань МСП при здійсненні експортних операцій.3. Проведення аудиту та коригування угод з зарубіжними містами-партнерами.4. Організація укладення нових угод, у т.ч. з громадами діаспори, щодо сприяння у розвитку експорту та розширення економічних побратимських зв'язків. |

| | |
|--|---|
| | <p>5. Організація цільових бізнес-візитів до міст-партнерів.</p> <p>6. Розробка та презентація експортного потенціалу міста.</p> <p>7. Організація презентації місцевих експортерів на цільових ринках.</p> |
|--|---|

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

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 міського веб-порталу, що містить 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-портал з актуальною систематизованою інформацією має містити послугу віртуальної фахової консультації з питань експорту контролюючих органів та організацій підтримки бізнес.

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

Розширення ринку збуту місцевих експортерів можливе за рахунок участі у міжнародних тендерах, що потребує проведення тренінгів щодо участі у закупівлях закордоном.

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

| Операційна ціль | Заходи/ Проекти |
|--|--|
| 1.4 Забезпечення широкого доступу до базових сервісів з підтримки експорту | <p>1. Розробка дорожньої карти для експортера-початківця.</p> <p>2. Створення довідково-інформаційного веб-порталу для експортерів.</p> <p>3. Організація тематичних семінарів щодо започаткування МСП, митних процедур,</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>оподаткування, сертифікації тощо.</p> <p>4. Організація тренінгів щодо участі МСП у міжнародних тендерах.</p> <p>5. Організація семінарів про можливості електронної торгівлі.</p> |
|--|---|

6.2 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.

Болючим питанням МСП є не лише нестача, висока вартість фінансування, але й відсутність пропозиції таких фінансових послуг, як факторинг, лізинг, страхування. Пом'якшити негативний вплив цієї проблеми можна шляхом співпраці з фінансовими установами щодо активізації існуючих та розробки нових фінансових продуктів для малих експортерів.

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. Одним з напрямів діяльності таких проектів є співфінансування.

Серед таких проектів 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 напрямами: 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-порталу, 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. Відбір таких проектів має відбуватися також на конкурсних засадах.

З метою подолання недовіри МСП до залучення кредитних ресурсів варто запровадити практику поширення колишніми позичальниками позитивного досвіду співпраці з фінансовими установами на довідково-інформаційному експортному веб-порталі.

| Операційна ціль | Заходи/Проекти |
|---|---|
| 2.1 Забезпечення доступу до фінансових ресурсів | <ol style="list-style-type: none">1. Налагодження співпраці з фінансовими установами щодо активізації існуючих та розробки нових фінансових продуктів для малих експортерів2. Організація проведення семінарів щодо можливостей проектів міжнародної фінансової допомоги для МСП.3. Надання допомоги МСП у пошуку додаткових фінансових ресурсів для реалізації експортних бізнес-проектів.4. Проведення конкурсу з відбору експортних проектів для відшкодування частини відсотків за банківськими кредитами.5. Організація висвітлення позичальниками позитивного досвіду співпраці з фінансовими установами. |

Часто навіть досвідчені МСП є мало обізнаними з експортною діяльністю, тому важливим є проведення семінарів представниками інституцій 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 мають бути спрямовані семінари «Перші кроки експортера. Бізнес для бізнесу» та організація «експортного менторства». Семінари націлені на широку аудиторію МСП і проводяться діючими експортерами, які висвітлюють актуальні питання щодо започаткування експортної діяльності, участі у міжнародних проектах фінансування та стажування, співпраці з сертифікаційними органами, культурної специфіки зарубіжних партнерів. Експортне ж менторство полягає в

індивідуальній нефінансовій допомозі експортерам-початківцям щодо розвитку бізнесу досвідченими консультантами, у т.ч. підприємцями (вітчизняними і зарубіжними).

Для якомога швидшого включення місцевих МСП в міжнародну торгівлю доцільно на засадах співфінансування організувати 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 громадян цих країн, 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. Організація проведення семінарів щодо комунікацій з потенційними партнерами, виходу на зовнішній ринок, квотування, ліцензування, відповідності стандартам при здійсненні ЗЕД. 2. Організація проведення тренінгів «Перші кроки експортера. Бізнес для бізнесу». 3. Організація допомоги експортерам-початківцям на засадах експортного менторства. 4. Надання допомоги МСП у проведенні сертифікації експорторієнтованої продукції. 5. Надання допомоги МСП у впровадженні та сертифікації систем управління якістю виробництва експорторієнтованої продукції. |

Для підвищення рівня обізнаності щодо цільових ринків і партнерів на довідково-інформаційному веб-порталі має бути розміщена інформація як про інструменти для самостійного використання (посилання на торговельну 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.

Також важливим елементом просування місцевого експорту, залучення місцевого бізнесу до глобальних виробничо-збутових ланцюжків є відновлення зв'язків з вихідцями з міста і сприяти в цьому може проведення форум «Бізнес-земляцтво».

| Операційна ціль | Заходи/Проекти |
|----------------------------|--|
| 2.3 Зростання спроможності | 1. Організація системи консультування щодо |

| | |
|-----------------------------------|--|
| МСП щодо виходу на зовнішні ринки | пошуку партнерів. 2. Організація проведення досліджень цільових галузевих закордонних ринків. 3. Надання допомоги у створенні та просуванні сайтів компаній. 4. Організація проведення форуму «Бізнес-земляцтво». |
|-----------------------------------|--|

За результатами проведеного експертами Проекту ПРОМІС опитування експортерів, а також експрес-аналізу місцевого бізнес-клімату встановлено значний кадровий дефіцит, що відчують 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 - заявлення відповідних вакансій.

Також для покращання навичок співробітників МСП-експортерів варто розробити та реалізувати низку тренінгів – очних і віртуальних - 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 | 1. Проведення аудиту кадрового забезпечення МСП. 2. Організація проведення тренінгів, спрямованих на покращання навичок співробітників МСП-експортерів. 3. Організація навчального курсу «Англійська для розвитку експорту». 4. Організація стажування фахівців у закордонних компаніях у містах-партнерах «Досвід abroad». |

6.3 Популяризація підприємницької ініціативи

Розвиток підприємливості як базової навички успішно започатковувати та здійснювати підприємницьку діяльність потребує особливої уваги з боку міської влади, особливо в у мовах 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, у т.ч. через віртуальні та паперові місцеві ЗМІ, зовнішню рекламу.

Демонстрація широкого доступу до джерел інформації щодо започаткування експортної діяльності, в т.ч. шляхом просування веб-порталу, 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 Формування позитивного іміджу МСП | <ol style="list-style-type: none"> 1. Започаткування рубрики у місцевих ЗМІ «Історії експортного успіху». 2. Промоція довідково-інформаційного порталу для експортерів. 3. Проведення зустрічей представників МСП з учнівською молоддю «Перші досягнення». |

І соціально, й економічно значущим є включення якомога ширшого кола мешканців міста до здійснення підприємницької діяльності. Особливу увагу слід приділити гендерному аспекту, а також таким категоріям, як ВПО, ветерани АТО, молодь. З цією метою доцільно запровадити проведення тренінгів щодо основ ведення бізнесу і ЗЕД з потенційними МСП та новачками, в т.ч. з перерахованими вище категоріями. При цьому ефективними будуть особисті зустрічі з успішними експортерами, які надихають на підприємництво власним досвідом.

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

| Операційна ціль | Заходи/Проекти |
|---|--|
| 3.2 Популяризація зовнішньоекономічної діяльності | <ol style="list-style-type: none"> 1. Розробка навчального тренінгу «ЗЕД для новачків». 2. Проведення тематичних семінарів «Досвідчений експортер – майбутньому експортеру». |

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

7. Ресурсне забезпечення виконання заходів Програми

Програма розрахована на 5 років. План реалізації заходів Програми та необхідне фінансове забезпечення виконання заходів наведені у додатку до Програми просування продукції міста Горішні Плавні на зовнішні ринки.

Обсяг коштів, які пропонується залучити на виконання Програми:

| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|----------------------------------|------|-------|------|------|------|
| Обсяг коштів, усього, у т.ч.: | 31,0 | 189,0 | 90,0 | 77,0 | 77,0 |
| Кошти міського бюджету | 31,0 | 38,0 | 18,0 | 15,0 | 15,0 |
| Кошти з інших джерел | - | 151,0 | 72,0 | 62,0 | 62,0 |

8. Організація виконання Програми

8.1. Координація діяльності у рамках Програми

Координація виконання плану реалізації заходів Програми покладається на департамент економічного розвитку і ресурсів виконавчого комітету Горішньоплавнівської міської ради Полтавської області.

Для виконання плану реалізації заходів Програми щодо просування експорту продукції МСП будуть залучатися: органи виконавчої влади, суб'єкти МСП, їх об'єднання, ВНЗ, 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) оприлюднюються у місцевих ЗМІ, паперових і віртуальних, соцмережах, а також доводяться іншими сучасними засобами зв'язку до зацікавлених осіб і широкого кола мешканців міста.

8.2 Моніторинг та оцінка виконання заходів Програми

Підготовка та виконання заходів Програми базуються на конкретизації цілей, що мають бути досягнуті, та застосуванні інструментів відстеження та оцінки їх досягнення.

Для цього провадиться моніторинг та оцінка реалізації заходів, визначених Програмою. У плані реалізації заходів Програми передбачено індикатори виконання у кількісному вимірі для кожного періоду.

При цьому для відображення відхилень отриманих досягнень/змін від запланованих значень може бути використана кольорова ідентифікація:

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

Звітні дані про хід виконання Програми представляються згідно нижченаведеної таблиці:

| Індикатор | | Період відстеження | | |
|--------------|---------------------------------|--------------------|----------|------------|
| | | Період 1 | Період 2 | Період ... |
| Індикатор 1 | Цільове значення (план) | | | |
| | Досягнуте значення (факт) | | | |
| | Відхилення, +/-, факт від плану | | | |
| Індикатор... | | | | |

З метою визначення ступеня досягнення цілей департамент економічного розвитку і ресурсів готує щоквартальні звіти про хід реалізації, щороку забезпечує здійснення опитування МСП щодо умов ведення експортної діяльності, у тому числі за допомогою можливостей веб-порталу та соціальних мереж. Результати моніторингу мають бути представлені на засіданні постійної депутатської комісії.

Щороку за підсумками моніторингу здійснюється оцінка виконання Програми. Зазначена 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 реалізації заходів Програми.

Для проведення оцінки використовуються дані таблиці, що була застосована при здійсненні моніторингу. Крім того, до щорічного звіту про оцінку має включатися інформація про проблеми, що виникли в ході виконання Програми та пропонувані рішення.

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

Додаток
до Програми просування продукції
міста Горішні Плавні на зовнішні
ринки

План реалізації заходів Програми

| Операційна ціль | Заходи | Період реалізації | Обсяги фінансування, тис.грн. | | | | Виконавець/ Партнери | Індикатори виконання |
|--|---|-------------------|-------------------------------|------|------|------|--|--|
| | | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | | |
| Стратегічна ціль 1: Покращення експортного клімату в місті | | | | | | | | |
| 1.1 Сприяння диверсифікації бізнесу в місті | Організаційна підтримка створення кластеру легкої промисловості і надавачів пов'язаних послуг | 2017-2018 | - | - | - | - | ДЕРтаР, ініціативна група з числа МСП, проект ПРОМІС | Розроблений профіль кластеру і план діяльності |
| | Організаційна підтримка створення кластеру виробників будівельних матеріалів і надавачів послуг у сфері будівництва | 2017-2018 | - | - | - | - | ДЕРтаР, ініціативна група з числа МСП, проект ПРОМІС | Розроблений профіль кластеру і план діяльності |
| 1.2 Визначення перспективних експорт-орієнтованих галузей | Проведення аудиту експортоорієнтованих галузей | 2017 | - | - | - | - | ДЕРтаР, ініціативна група з числа МСП, проект ПРОМІС | Звіт щодо залучення МСП до ЗЕД |
| | Вивчення експортної готовності МСП міста | 2017-2018 | - | - | - | - | ДЕРтаР, ініціативна група з числа МСП, проект ПРОМІС | 2-3 розроблені галузеві стратегії |
| 1.3 Запровадження ефективного діалогу влади і бізнесу щодо розвитку експорту | Створення спілки експортерів малих та середніх підприємств | 2017 | - | - | - | - | ініціативна група з числа МСП, ДЕРтаР проект ПРОМІС | Створено спілку експортерів |
| | Організація періодичного моніторингу проблемних питань МСП при здійсненні експортних операцій. | 2017-2021 | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП проект ПРОМІС | Визначений перелік проблемних питань у сфері ЗЕД |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|-----------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--|---|
| 1.4 Забезпечення широкого доступу до базових сервісів з підтримки експорту | Проведення аудиту та коригування угод із зарубіжними містами-партнерами | 2018-2019 | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, виконавчі органи міської ради спілка експортерів | Переглянуто 2-3 угоди на рік |
| | Організація укладення нових угод, у т.ч. з громадами діаспори, щодо сприяння у розвитку експорту та розширення економічних побратимських зв'язків. | 2018-2021 | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, проєкт ПРОМІС | Укладено щонайменше 3 угоди |
| | Організація цільових бізнес-візитів до міст-партнерів | 2018-2019 | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів | 3-4 візити на рік |
| | Розробка та презентація експортного потенціалу міста | 2017-2021 | 15,0 | 11,0 | 8,0 | 8,0 | 8,0 | 8,0 | ДЕРтаР, спілка експортерів | Розроблено та поширено кагалогі продукції МСП |
| | Організація презентації місцевих експортерів на цільових ринках. | 2017-2021 | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, проєкт ПРОМІС | 5 презентацій щороку |
| | Розробка дорожньої карти для експортера-початківця | 2017-2018 | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, проєкт ПРОМІС | Напрацювання дорожньої карти |
| | Створення довідково-інформаційного веб-порталу для експортерів | 2018-2021 | - | 150,0 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, проєкт ПРОМІС | Функціонує он-лайн ресурс |
| | Організація тематичних семінарів щодо започаткування МСП, митних процедур, оподаткування, сертифікації тощо | 2018-2021 | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, проєкт ПРОМІС | Проведення 1 раз на квартал відповідних семінарів |
| | Організація тренінгів щодо участі МСП у міжнародних тендерах | 2018-2021 | - | 5,0 | 4,0 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, проєкт ПРОМІС | Проведення 1-2 рази на рік |
| | Організація семінарів про можливості електронної торгівлі | 2018-2021 | - | 5,0 | 4,0 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, проєкт ПРОМІС | Проведення 1-2 рази на рік |

Стратегічна ціль 2: Надання послуг для інтернаціоналізації бізнесу

| | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|-----------|-----|------|------|------|---|--|---|---|
| 2.1 Забезпечення доступу до фінансових ресурсів | Налагодження співпраці з фінансовими установами щодо активізації існуючих та розробки нових фінансових продуктів для малих експортерів | 2018-2021 | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП | 3 фінансові продукти | |
| | | 2017-2021 | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, проект ПРОМІС | До 3 заходів на квартал | |
| | | 2017-2021 | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, проект ПРОМІС | Організоване постійне, у т.ч. он-лайн, консультування | |
| | 2.2 Сприяння подоланню нетарифних бар'єрів | Проведення конкурсу з відбору експортних проектів для відшкодування частини відсотків за банківськими кредитами | 2018-2021 | - | 50,0 | 50,0 | 50,0 | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, проект ПРОМІС | Відшкодування відсотків по 3 кредитних угодах |
| | | | 2018-2021 | - | 1,0 | 1,0 | 1,0 | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП | Запровадження відповідної практики, щонайменше -5 щоріччю |
| | | | 2017-2019 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | - | - | ДЕРтаР, ФПП, проект ПРОМІС | Проведення 1 раз на півріччя відповідних семінарів |
| | 2.2 Сприяння подоланню нетарифних бар'єрів | Організація проведення семінарів щодо комунікацій з потенційними партнерами, виходу на зовнішній ринок, квотування, ліцензування, відповідності стандартам при здійсненні ЗЕД | 2017-2019 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | - | - | ДЕРтаР, ФПП, проект ПРОМІС | Проведення 1 раз на півріччя |
| | | | 2017-2019 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | - | - | ДЕРтаР, ФПП, проект ПРОМІС | Проведення 1 раз на півріччя |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | експортера. Бізнес для бізнесу» | | | | | | | | | | | | | | | | відповідних семінарів |
| | Організація допомоги експортерам-початківцям на засадах експортного менторства | 2018-2021 | | | | | | | | | | | | | | | Організація 1 раз на півріччя відповідних зустрічей |
| | Надання допомоги МСП у проведенні сертифікації експорторієнтованої продукції | 2018-2021 | | | | | | | | | | | | | | | Проведення сертифікації продукції 5 компаній |
| | Надання допомоги МСП у впровадженні та сертифікації систем управління якістю виробництва | 2018-2021 | | | | | | | | | | | | | | | Проведення сертифікації СУЯ 5 компаній |
| 2.3 | Зростання спроможності МСП щодо виходу на зовнішні ринки | 2017-2018 | | | | | | | | | | | | | | | Проведення 1 раз на півріччя відповідних семінарів |
| | Організація проведення досліджень цільових галузевих закордонних ринків | 2017-2021 | 6,0 | 6,0 | 6,0 | 6,0 | 6,0 | 6,0 | 6,0 | | | | | | | | Проведення дослідження для 3 галузей МСП |
| | Надання допомоги у створенні та просуванні сайтів компаній | 2017-2018 | | | | | | | | | | | | | | | Допомога у створенні та просуванні сайтів для 10 МСП |
| | Організація проведення форуму «Бізнес-земляцтво» | 2018-2019 | | | | 1,0 | 1,0 | | | | | | | | | | Проведено бізнес-форуму |
| 2.4 | Розвиток кадрових ресурсів МСП | 2018 | | | | | | | | | | | | | | | Підготовлені пропозиції з потребами в персоналі |
| | Організація проведення тренінгів, спрямованих на | 2018-2021 | | | | | | | | | | | | | | | Проведення 1 тренінгу |

| | | | | | | | | | | | |
|---|--|-----------|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|--|--|
| | покращання навичок співробітників МСП-експортерів | 2018-2021 | - | - | - | - | - | - | - | центр зайнятості | щоквартально |
| | Організація навчального курсу «Англійська для розвитку експорту» | 2018-2021 | - | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, центр зайнятості | Підвищення рівня знань англійської мови для 20 співробітників щороку |
| | Організація стажування фахівців у закордонних компаніях у містах-партнерах «Досвід abroad» | 2018-2021 | - | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів | Стажування 5 співробітників щороку |
| Стратегічна ціль 3: Популяризація підприємницької ініціативи | | | | | | | | | | | |
| 3.1 Формування позитивного іміджу МСП | Започаткування рубрики місцевих ЗМІ «Історії експортного успіху» | 2019-2021 | - | - | 2,0 | 2,0 | 2,0 | 2,0 | 2,0 | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП | Публікації в ЗМІ 1 раз на квартал, зовнішня реклама |
| | Промоція довідково-інформаційного порталу для експортерів | 2018-2021 | - | - | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП | Публікації в ЗМІ 1 раз на місяць |
| | Проведення зустрічей представників МСП з учнівською молоддю «Перші досягнення» | 2018-2021 | - | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП | Проведення зустрічей 1 раз на півріччя |
| 3.2 Популяризація зовнішньоекономічної діяльності | Розробка навчального тренінгу «ЗЕД для новачків» | 2019-2021 | - | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП, центр зайнятості, проєкт ПРОМІС | Проведення 1 тренінгу щокварталу |
| | Проведення тематичних семінарів «Досвідчений експортер – майбутньому експортеру» | 2019-2021 | - | - | - | - | - | - | - | ДЕРтаР, спілка експортерів, ФПП | Проведення 1 зустрічі щокварталу |

Офіційний сайт Г.Оршнів-Ошавнівської міської ради Полтавської області