**НАБІР ІНСТРУМЕНТІВ ГРОМАДИ
для покращення бізнес-середовища**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Назва громади | Сергіївська |
| Область | Полтавська |
| Період виконання | вересень - жовтень 2024 |
| Виконавці | Панасейко Інна, начальник відділу економічного розвитку та інвестицій виконавчого комітету Сергіївської сільської радиГринь Ірина, спеціаліст І категорії відділу економічного розвитку та інвестицій Сергіївської сільської ради |

**ПЛАН**

1. Методика.
2. Пріоритетні індикатори бізнес-середовища до покращення та рекомендовані інструменти.
3. Аналіз впливу та вартості впровадження інструментів.
4. Пріоритетні інструменти покращення.
5. Каталог інструментів.

**1. МЕТОДИКА**

Спеціалістами громади проведено оцінку бізнес-середовища, що складається із 50 індикаторів та 10 ключових економічних показників.

Оцінка індикаторів проводилась методом анкетування респондентів з числа представників бізнесу, органів місцевого самоврядування та організацій сприяння бізнесу. Економічні показники формувались на основі статистичних даних громади.

Більше інформації про методику та результати оцінювання бізнес-середовища рекомендуємо переглянути у «**Звіті самооцінки щодо стану бізнес-середовища громади**».

Далі спеціалісти громади провели аналіз результатів оцінки бізнес-середовища та визначили ряд індикаторів, які варто покращувати в найближчі 12 місяців. До кожного із обраних індикаторів спеціалісти громади підібрали рекомендовані інструменти покращення, базуючись на «Каталозі інструментів» (додається нижче у цьому документі).

Реалізація рекомендованих інструментів покращення бізнес-середовища передбачає наявність певних ресурсів, в першу чергу часу (людино-днів) спеціалістів громади. В окремих випадках також необхідні фінансові ресурси, основні фонди, інформаційні канали, методики, профільні експерти, партнери тощо.

Ключовим джерелом людського ресурсу для реалізації інструментів покращення бізнес-середовища є діюча команда спеціалістів громади у сфері сприяння розвитку підприємництва. Для збільшення даного ресурсу рекомендовано оптимізувати посадові функції даних спеціалістів, а також розглянути можливість найму додаткових працівників. Також на виконання окремих функцій чи завдань варто залучати підрядників (аутсорсинг) або ж партнерів-співвиконавців.

Ключовими джерелами фінансових ресурсів для реалізації інструментів покращення бізнес-середовища є власні надходження громади (бюджет), а також залучення грантового фінансування.

Рекомендуємо усі планові інструменти покращення бізнес-середовища розділити на 2 частини:

* **пріоритетні**: ті інструменти, які є найбільш пріоритетні і будуть забезпечуватись за рахунок власних надходжень (бюджету) та наявних спеціалістів громади;
* **додаткові**: ті інструменти, які можуть бути реалізовані за умови залучення грантового фінансування.

Для визначення пріоритетності впровадження інструментів покращення бізнес-середовища рекомендовано здійснити аналіз кожного планового інструменту за 2 розділами:

1. Вплив інструменту на бізнес-середовище громади:

* На скількох підприємців впливає інструмент?
* Сила та ефект впливу на підприємців.
* Стійкість (тривалість) впливу на підприємців.
* Відповідність стратегії та SMART-спеціалізації громади.

Як результат – формуємо **Оцінку впливу (бал)** = кількість підприємців \* сила впливу \* стійкість впливу \* відповідність стратегії.

2. Необхідні ресурси для реалізації інструменту:

* Необхідні ресурси часу спеціалістів та відповідно бюджету на їх заробітну плату.
* Необхідні ресурси грошей на покриття прямих витрат.
* Перелік інших необхідних ресурсів та спроможності громади для реалізації інструменту.

Як результат – формуємо **Ціну інструменту (грн)** = зарплатний фонд спеціалістів громади + прямі витрати

Для порівняння ефективності планових інструментів між собою виводимо **Ціну 1 балу впливу** = ціна інструменту (грн) / оцінка впливу (балів).

**Висновок**.

Реалізовувати в першу чергу варто ті інструменти, які мають найнижчу ціну 1 балу впливу. Саме ці інструменти мали б потрапити у «пріоритетний» список інструментів до реалізації у 2025 році і забезпечуватись бюджетом власних надходжень громади.

Рекомендовано виділяти на зарплату спеціалістів громади, що займаються сприяння розвитку підприємництва, та на прямі витрати на реалізацію інструментів покращення бізнес-середовища не менше **4%** від власних надходжень громади.

При цьому рішення щодо пріоритетності впровадження будь-якого інструменту також може прийматись на основі стратегії громади та не фінансових обмежень (досвід, методики тощо).

**2. ПРІОРИТЕТНІ ІНДИКАТОРИ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА ДО ПОКРАЩЕННЯ ТА РЕКОМЕНДОВАНІ ІНСТРУМЕНТИ**

Серед 50 індикаторів бізнес-середовища спеціалісти громади рекомендують у 2025 році працювати над покращенням
**5 індикаторів** із застосуванням ряду інструментів покращення.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Який індикатор плануємо покращувати? | Назва інструменту |
| 1 | 1.4. Наявність працівників для бізнесу | 1. Організація або сприяння в доступі до програм перекваліфікації 2. Сприяння в розвитку неформальної освіти для дорослих (курси, тренінги тощо)3. Популяризація окремих професій серед населення |
| 2 | 1.8. Неформальна освіта для дорослих | 1. Організація або сприяння в доступі до програм перекваліфікації 2.Організація тематичних курсів, тренінгів тощо 3. Організація навчально-практичних проєктів у нішах SMART-спеціалізації громади (напр., тепличний бізнес, лікарські рослини, тощо)  |
| 3 | 8.1. Бажання залишитись в громаді | 1.Сприяння розвитку агро-туристичних маршрутів 2. Розвиток бренду громади 3. Сприяння розвитку крафтового та сімейного бізнесу  |
| 4 | 8.5. Культура кооперації | 1. Сприяння кластеризації бізнесу 2. Інформування підприємців про реальні виклики та можливості при кооперації 3. Проведення робочих груп для рішення окремих проблематик 4. Впровадження ініціатив у школах, що потребують командної роботи |
| 5 | 4.6. Діалог громада-бізнес | 1.Поширеннія історій успіху 2. Проведення публічних подій для дискусії та нетворкінгу 3. Запуск дорадчого органу підприємців при ОМС 4. Щоквартальні неформальні зустрічі голови із локальними підприємцями |

**3. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ТА ВАРТОСТІВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Назва інструменту | Суть інструменту, технічні характеристики | Вплив | Ресурси і спроможність | Ціна 1 балу впливу = всього витрати / оцінка впливу |
| На що і на кого впливає? | На скількох підприємців впливає інструмент? | Сила та ефект впливу на підприємців1- низька, слабкий2 - середня, відчутний3 - висока, сильний | Стійкість (тривалість) впливу на підприємців1- нестійкий, тривалий2 - часткова стійкість, середня тривалість3 - стійкий та тривалий | Відповідність стратегії та SMART-спеціалізації громади1- слабко відповідає2 - частково відповідає3 - повністю відповідає | Оцінка впливу = кількість підприємців \* сила впливу \* стійкість впливу \* відповідність стратегії(бал) | Людино-дні спеціалістів громади та ціна (ЗП + податки) 1 дня роботи кожного спеціаліста | Витрати на роботу спеціалістів громади, грн | Витрати на закупівлю товарів / послуг, грн | Всього витрати, грн | Інші необхідні ресурси та спроможність (досвід, методики, партнери тощо) |
| 1 | Сприяння в розвитку неформальної освіти для дорослих (курси, тренінги тощо) | 1. Організація воркшопів та майстер-класів з цікавих тем. 2. Створення груп саморозвитку для обміну знаннями та досвідом. 3.Проведення лекцій та дискусій на актуальні теми. 4. Організація екскурсій та культурних заходів для розширення кругозору. 5. Використання онлайн-ресурсів для самостійного навчання. | 1. Збільшиться рівень освіченості та культурного розвитку. 2.Кар'єрний розвиток. 3.Підвищує шанси на працевлаштування | 15 | 2 | 2 | 3 | 180 | Начальник відділу = 3 дні\*1000 грн/день Спеціаліст=7 днів\*800 грн/день | 8600 | 18500 | 27100 | \*інформація про онлайн ресурси \*відповідальний спеціаліст \* ГО "Ветеранський рух" \*ГО "МО "Нове покоління України" | 151 |
| 2 | Організація або сприяння в доступі до програм перекваліфікації | 1. Співпраця з Центром зайнятості. 2.Підбірка та поширення інформації про діючі програми та платформи. Створення інформаційних порталів з програмами перекваліфікації . 3. Створення бази даних бажаючих перекваліфікуватись. 4 Діалог з бізнесом про кваліфікацію працівників. Прямі знайомства з потенційним роботодавцем. 5. Створення Telegram-каналу. 6.Укладання партнерських угод з навчальними закладами для забезпечення доступності програм | 1.Підвищиться рівень зайнятості та доходи населення. 2.Збільшиться кількість кваліфікованих працівників. 3.Покращить конкурентоспроможність економіки | 15 | 2 | 3 | 2 | 180 | Голова громади = 3 дні\*1800 грн/день Начальник відділу = 10 днів\*1000грн/день Спеціаліст=10 днів\*800 грн/день | 23400 | 50000 | 73400 | \*ІТ спеціаліст | 408 |
| 3 | Сприяння розвитку агро-туристичних маршрутів | - опрацювати шлях, ідею, бренд, родзинку; - сайт, додатки і соцмережі; - путівник, мапа, буклет; - брендована продукція; - розроблення та встановлення туристично-інформаційних стендів з картою маршруту; - розроблення контент плану; - співпраця з блогерами і ЗМІ; Послуги : місця нічлігу, харчування, розваги | 1. Розвиток місцевої економіки. 2. Привертає туристів. 3. Підтримка та розвиток екологічного сільського господарства. 4. Нові можливості для місцевих жителів у сфері зайнятості та підприємництва. 5.Збереження традицій та культури  | 20 | 3 | 2 | 3 | 360 | Начальник відділу =15 днів\*1000 грн/день Спеціаліст=15 днів\*800 грн/день | 27000 | 500000 | 527000 | \*SMM-спеціаліст \*ІТ -спеціаліст \*ЗМІ \*парстнерство з туристичними агенціями | 1464 |
| 4 | Сприяння кластеризації бізнесу | 1. Промоція і популяризація ініціатив щодо створення кластерів. 2 Навчання. 3.Залучення фінансової підтримки для розвитку кластерів. 4. Сприяння обміну досвідом між підприємствами  | 1. Розвиток місцевої економіки та збільшення зайнятості. 2 Підвищення конкурентоспроможності підприємств. 3.Покращення якості життя мешканців через створення нових робочих місць та розвиток інфраструктури. | 30 | 3 | 3 | 3 | 810 | Начальник відділу =5 днів\*1000 грн/день Спеціаліст=15 днів\*800 грн/день | 17000 | 100000 | 117000 |  | 144 |
| 5 | Запуск дорадчого органу підприємців при ОМС | 1.Комунікація з підприємцями. 2. Доступ до грантів та програм. 3. Підтримка агропромислового комплексу. 4. Співпраця з Фондом підтримки підприємництва Петрівсько-Роменської сільської ради | має вплив на розвиток малих і середніх підприємств, сприяючи їхньому зростанню та стабільності, полегшує доступ підприємцям до необхідної інформації та ресурсів для успішного ведення бізнесу, покращення комунікації між бізнесом та владою для спільного розвитку громади. | 50 | 3 | 3 | 3 | 1350 | Начальник відділу =7 днів\*1000 грн/день Спеціаліст=15 днів\*800 грн/день | 19000 | 300000 | 319000 | \*Фонд підтримки підприємництва Пертівсько-Роменської сільської ради | 236 |

**4. ПРІОРИТЕТНІІНСТРУМЕНТИ ПОКРАЩЕННЯ**(рекомендовано до виконання у 2025 році власними ресурсами громади)

1. Сприяння в розвитку неформальної освіти для дорослих (курси, тренінги тощо).
2. Сприяння кластеризації бізнесу.
3. Запуск дорадчого органу підприємців при ОМС.

Додаток 1

**5. КАТАЛОГ ІНСТРУМЕНТІВ**

У випадку необхідності (див. «Звіт самооцінки щодо стану бізнес-середовища громади») та при наявності відповідних ресурсів керівництво та спеціалісти громади можуть приймати рішення про впровадження більшої кількості інструментів покращення бізнес-середовища. Тут подаємо «каталог» можливих інструментів покращення кожного індикатора та економічних показників. Перелік не є вичерпним.

|  |
| --- |
| **Розділ 1. Людський капітал** |
| **Індикатори** | **Інструменти / рекомендації для покращення індикаторів** |
| **1. Кваліфікація найманих працівників бізнесу**На скільки рівень кваліфікації працівників задовольняє потреби бізнесу в громаді? | \* сприяння розвитку неформальної освіти для дорослих (профільні курси, тренінги, вебінари тощо)\* інформування про безкоштовні онлайн заходи та курси, в т.ч. в записі\* розробка та поширення власних онлайн курсів на теми SMART-спеціалізації громади (напр., "вирощування квітів")\* популяризація проведення навчальних заходів у форматі ігор (типу "Cashflow")\* організація бізнес-візитів на успішні підприємства\* проведення подій для нетворкінгу та обміну досвідом\* популяризація та сприяння регулярним стратегічним сесіям для бізнесу\* формалізація процесів у бізнесах\* популяризація ідеї оплати праці з прив'язкою до показників та результатів\* організація доступу до ділових книг (друкованих, онлайн) |
| **2. Управлінська кваліфікація керівників бізнесу**На скільки професійними є керівники бізнесу у нашій громаді? | \* сприяння розвитку неформальної освіти для підприємців (бізнес-інкубатори, акселератори, профільні курси, тренінги, вебінари тощо)\* інформування про безкоштовні онлайн заходи та курси\* організація доступу до ділових книг (друкованих, онлайн)\* популяризація та сприяння регулярним стратегічним сесіям для бізнесу\* організація бізнес-візитів на успішні підприємства\* проведення подій для нетворкінгу та обміну досвідом\* сприяння створенню та розвитку бізнес-об'єднань (бізнес-клуби, асоціації, кластери)\* сприяння в доступі до професійних консультантів\* популяризація цифрових інструментів управління\* інформування щодо вимог та стандартів ЄС\* інформування щодо вимог грантодавців та кредиторів\* популяризація проведення навчальних заходів у форматі ігор (типу "Cashflow")\* поширення локальних історій успіху |
| **3. Кваліфікація спеціалістів ОМС**На скільки достатнім є рівень кваліфікації спеціалістів органів місцевого самоврядування нашої громади для її якісного управління та розвитку? | \* проведення або сприяння в доступі до неформальної освіти для спеціалістів ОМС (профільні курси, тренінги тощо)\* організація доступу до ділових книг (друкованих, онлайн)\* забезпечення конкурентних умов праці (зарплата, соцпакет)\* прив'язка оплати праці до показників та результатів\* проведеня регулярних стратегічних сесій та робочих груп для громади\* організація бізнес-візитів до успішних підприємств та муніципалітетів\* залучення грантів для організації візитів представників ОМС до муніципалітетів та на профільні ділові події закордон\* популяризація проведення навчальних заходів у форматі ігор (типу "Світ громад")\* участь у навчальних програмах типу "Школа мерів"  |
| **4. Наявність працівників для бізнесу**На скільки легко локальному бізнесу знайти працівників у нашій громаді? | \* популяризація заходів зі зменшення потреби в працівниках через автоматизацію, цифровізацію та роботизацію\* організація або сприяння в доступі до програм підвищення кваліфікації працівників на базі підприємств\* організація або сприяння в доступі до програм перекваліфікації\* сприяння в розвитку неформальної освіти для дорослих (курси, тренінги тощо)\* популяризація окремих професій серед населення\* організація заходів зі зміни (покращення) сприйняття в суспільстві окремих професій\* популяризація думки про необхідність запровадження конкурентних умов праці (зарплата, соцпакет)\* популяризація ідеї гендерної диверсифікації окремих професій\* проведення заходів сприяння працевлаштування жінок з дітьми, людей 55+ років, осіб з обмеженою мобільністю\* популяризація ідеї залучення працівників на дистанційну роботу\* інформування про організації та вебплатформи, що сприяють пошуку працівників\* інформування про послуги центру зайнятості\* популяризація ідеї аутсорсингу (передача окремих робіт спеціалізованим виконавцям) |
| **5. Наявність працівників для ОМС**На скільки легко органам місцевого самоврядування нашої громади знайти локальних працівників? | \* зменшення потреби в працівниках через впровадження цифрових інструментів\* аутсорсинг (передача окремих робіт спеціалізованим виконавцям)\* стажування молоді в ОМС, співпраця із навчальними закладами\* залучення працівників на часткову зайнятість, особливо молоді\* запуск і співпраця із молодіжною радою у громаді\* забезпечення конкурентних умов праці (зарплата, соцпакет)\* заходи зі зменшення бюрократичних процедур на робочому місці спеціаліста ОМС\* популяризація роботи в ОМС\* заходи зі зміни (покращення) сприйняття в суспільстві окремих професій, зокрема роботи в ОМС |
| **6. Тренд притоку чи відтоку працівників**На сьогодні наша громада більше втрачає працівників чи навпаки приваблює їх із сусідніх громад чи областей? | \* популяризація бренду громади та території ("куща" громад)\* популяризація думки про необхідність запровадження конкурентних умов праці (зарплата, соцпакет) \* залучення комунального майна для забезпечення житлом працівників\* сприяння розвитку комунальних або приватних креативних хабів чи ініціатив\* розвиток соціальної інфраструктури\* розвиток комунальної інфраструктури\* розвиток дозвілля та подієвих проєків (фестивалі, ярмарки тощо)\* залучення на територію громади успішних бізнесів як "магнітів" для працівників\* надання сімейним бізнесам (особливо крафтових) статусу пріоритетних у стратегії громади\* залучення на територію потоків людей (особливо через агро-туристичні маршрути)\* регулярні дослідження потреб мешканців громади та робота з ними |
| **7. Профорієнтація дітей**На скільки часто і системно проводяться профорієнтаційні заходи у закладах освіти нашої громади? Наприклад, візити на підприємства, профорієнтаційні події у школах, програми молодіжного підприємництва тощо. | \* організація візитів школярів на підприємства\* організація профільних профорієнтаційних курсів для дітей (напр., швеї, першої медичної допомоги тощо)\* організація галузевих професійних гуртків для дітей при школах\* організація профорієнтаційних подій у школах\* організація неформальної ділової освіти для дітей (тренінги, семінари, табори тощо)\* проведення або сприяння в доступі дітей до школи (курсів) фінансової грамотності\* проведення або сприяння в доступі дітей до школи (курсів) підприємництва \* підтримка молодіжних міні-проєктів\* сприяння розвитку молодіжних ініціатив та об'єднань |
| **8. Неформальна освіта для дорослих**На скільки системно працюють програми неформальної освіти для дорослих у нашій громаді? Наприклад, програми перекваліфікації, курси, тренінги тощо? | \* організація або сприяння в доступі до програм перекваліфікації\* організація тематичних курсів, тренінгів тощо\* організація бізнес-візитів на успішні підприємства\* забезпечення доступу до безкоштовних онлайн заходів та курсів\* проведення подій для нетворкінгу та обміну досвідом\* організація доступу до ділових книг (друкованих, онлайн)\* підготовка та поширення путівників неформальної освіти за певними нішами\* організація навчально-практичних проєктів у нішах SMART-спеціалізації громади (напр., тепличний бізнес, лікарські рослини тощо) |

|  |
| --- |
| **Розділ 2. Інфраструктура для бізнесу** |
| **Індикатори** | **Інструменти / рекомендації для покращення індикаторів** |
| **9. Якість доріг**На скільки якісні дороги та дорожня інфраструктура у нашій громаді? | \* планування об'єктів дорожньої інфрастуктури (заправки, кафе, СТО, кемпінги, мотелі тощо)\* розробка інвестиційних пропозицій під окремі об'єкти дорожньої інфраструктури\* залучення інвесторів під окремі об'єкти дорожньої інфраструктури\* залучення грантів на велодоріжки та інші складові інфраструктури\* сприяння розвитку агро-туристичних маршрутів\* облаштування місць для туристичних автобусів (місце для обіду з накриттям, туалет, вода, розетки)\* облаштування місць підзарядки електроприладів "посеред лісу" на базі автономних сонячних батарей\* посилення інформування про наявну дорожню інфраструктуру (вказівники, стенди, брошури)\* ремонт доріг за рахунок програм Укравтодору\* ремонт доріг за рахунок програм державного обласного фінансування\* ремонт доріг за рахунок співфінансування локального бізнесу |
| **10. Доступ до комунальних послуг для бізнесу**На скільки легко бізнесу нашої громади приєднатись до електро-, водо-, тепло-, газопостачання та водовідведення? | \* консультаційний супровід бізнесу в питаннях підключення комунікацій\* підготовка та поширення дорожніх карт (послідовності дій) для підключення комунікацій на території громади\* підгоовка реєстру відповідальних осіб та підрядників для підключення комунікацій\* проведення робочих груп для рішення системних проблем із комунікаціями із залученням усіх зацікавлених осіб\* сприяння заходам енергетичної децентралізації (сонячні батареї, газові генератори тощо)\* створення енергетичних кооперативів (наприклад, для переробки біомаси, сонячні батареї на великих будинках) у формі державно-приватного партнерства\* розробка плану "зеленого переходу" і реалізація заходів для його впровадження\* підготовка інформації про можливі альтернативні рішення щодо доступу до електроенергії, води тощо (сонячні станції, свердловини тощо) |
| **11. Доступ до поштових сервісів**Чи є в достатній кількості та доступності поштові сервіси для відправки та отримання посилок у нашій громаді? | \* розробка інвестиційних пропозицій щодо розміщення в громаді поштових служб\* залучення інвесторів для створення поштових бізнесів (зазвичай за франшизою)\* проведення комунікації із Укрпоштою щодо можливості розміщення стаціонарного або мобільного відділення |
| **12. Доступ до фінансових послуг та інфраструктури**На скільки достатнім є доступ мешканців громади до фінансових послуг та інфраструктури у нашій громаді або поруч? Наприклад, банкомати, відділення банків, банківські послуги онлайн тощо.  | \* розробка та поширення карти фінансових установ та інфраструктури у громаді та поруч\* сприяння встановленню банкоматів\* проведення навчань мешканців щодо використання цифрових платіжних систем\* проведення навчань з фінансової грамотності населення\* проведення школи (курсів) фінансової грамотності для дітей\* сприяння "заходу" кредитних спілок в громаду\* реалізація револьверних фондів |
| **13. Доступ до інтернету та зв’язку**На скільки хороше інтернет покриття та мобільний зв'язок у громаді? | \* підготовка реєстру провайдерів інтернету в громаді\* сприяння проведенню оптоволокна у всі населені пункти\* сприяння збільшенню концентрації та конкуренції інтернет провайдерів у громаді\* використання державних програм для інтернет інфраструктури\* аудит рівня покриття громади ключовими мобільними операторами\* переговори з ключовими мобільними операторами щодо посилення сигналу чи розширення покриття |
| **14. Логістична інфраструктура**На скільки ефективно організовані потоки людей, транспорту та товарів через нашу громаду? На скільки розвинутою є логістична інфраструктура нашої громади? | \* залучення на територію громади якірних підприємств-магнітів\* сприяння формуванню хабу чи концентрації ММСБ певної спеціалізації або "навколо" певного природнього ресурсу\* сприяння збільшенню об'єму виробництва певного виду продукції в громаді, щоб зробити його цікавим для багатьох гравців (наприклад, висадка великої кількості ягід, квітів, лікарських трав)\* аналіз потоків людей/авто за межами громади та поруч та пошук можливостей їх перенаправлення на територію громади\* пошук рішень для розв'язання логістики для "тупикових" населених пунктів (наприклад, запуск парому через річку)\* покращення якості доріг та дорожньої інфраструктури\* сприяння розвитку сфери гостинності\* залучення шкільних автобусів для громадських маршрутів (у час, коли автобуси простоюють) |

|  |
| --- |
| **Розділ 3. Доступ до інвестиційних об'єктів** |
| **Індикатори** | **Інструменти / рекомендації для покращення індикаторів** |
| **15. Доступ до інформації про комерційну нерухомість**На скільки повний доступ до інформації про комунальні, державні та приватні об'єкти нерухомості у нашій громаді (оренда, купівля) для ведення бізнесу у Вас наявний? | \* запуск та ведення інвестиційного вебпорталу\* розробка і поширення інвестиційних пропозицій під окремі комунальні та приватні об'єкти/ділянки\* постинг інформації про об'єкти/ділянки 2464019572 в соціальних мережах громади\* регулярні е-мейл дайджести із інвестиційними пропозиціями\* проведення регулярних економічних форумів чи інших ділових подій\* презентація інвестиційних можливостей на ділових подіях на регіональному та національному рівнях\* поширення інформації через бізнес-асоціації та інші бізнес-об'єднання\* аудит комунальної, державної, церковної та приватної власності, придатної для інвестування\* розпрацювання ланцюгів доданої вартості або комерційних проєктів разом із підприємцями, що може сприяти виявленню нових об'єктів/ділянок у приватній власності\* проведення публічних аукціонів із попередньою інформаційною кампанією достатньої тривалості\* проведення публічних аукціонів на нерухомість/ділянки для повторної оренди \* проведення публічних аукціонів на право відбудови та використання архітектурних пам'яток (наприклад, на території заповідників)\* формування інвестиційних пропозицій для державно-приватного партнерства |
| **16. Доступ до інформації про земельні ділянки**На скільки повний доступ до інформації про комунальні, державні та приватні земельні ділянки сільськогосподарського та промислового призначення у нашій громаді для оренди чи купівлі у Вас наявний? |
| **17. Доступ до інформації про природні ресурси**На скільки повний доступ до інформації про природні ресурси у нашій громаді, на базі яких можна вести бізнес, у Вас наявний? | \* інструменти попереднього розділу\* формування карти надр та природніх ресурсів громади\* дослідження технічних характеристик, корисних властивостей та об'єму окремих природніх ресурсів у громаді\* підвищення поінформованості населення щодо цінності та можливостей використання для бізнесу окремих природніх ресурсів\* розробка дорожніх карт використання надр (дозволи, екологізація виробництва тощо)\* розробка інвестиційних пропозицій під окремі природні ресурси |
| **18. Документальна готовність інвестиційних об'єктів**На скільки часто документація на наявні об'єкти нерухомості та земельні ділянки в нашій громаді є в повному порядку для здачі в оренду чи продажу інвесторам (локальним або зовнішнім)? | \* аудит паспортизації об'єктів комунальної власності\* паспортизація об'єктів комунальної власності\* аудит "нічийних" об'єктів та ділянок, формування для них пакету документів\* розробка плану просторового розвитку громади |

|  |
| --- |
| **Розділ 4. Ефективність регулювання** |
| **Індикатори** | **Інструменти / рекомендації для покращення індикаторів** |
| **19. Обізнаність щодо відкриття юридичної особи**На скільки легко відкрити юридичну особу (ФОП, ТзОВ, ПП)? | \* інформування населення про послуги ЦНАПу\* інформування населення про послуги через Дію та інші цифрові системи\* інформування населення про негативні наслідки ведення бізнесу без легалізації\* проведення подій та курсів фінансової грамотності про податки, збори, податкові звіти тощо\* популяризація бухгалтерського аутсорсингу\* поширення історій успіху |
| **20. Дозволи для бізнесу**На скільки легко отримати будь-який легальний дозвіл для бізнесу (якщо потрібен) у нашій громаді? | \* інформування населення про послуги ЦНАП та цифрові системи\* підготовка компетентної особи в громаді (або в ЦНАПі) для надання консультацій щодо одержання дозволів\* запуск гарячої лінії для скарг або консультацій\* розробка та поширення дорожніх карт (інструкцій) щодо одержання окремих дозволів\* проведення робочих груп для рішення системних проблем із дозволами із залученням усіх зацікавлених осіб\* інформування ММСБ щодо доцільності певних дозволів, процедур, вимог України та ЄС\* інформування ММСБ щодо грантових програм для одержання сертифікацій\* поширення історій успіху |
| **21. Доступність спеціалістів ОМС для комунікації**На скільки легко поспілкуватись (он лайн або офлайн) із більшістю спеціалістів органів місцевого самоврядування в нашій громаді? | \* виокремлення спеціаліста громади для сприяння розвитку бізнесу в громаді\* аудит ефективності послуг ЦНАПу для бізнесу\* підготовка та поширення дорожніх карт, інфографіки та інструкцій з різних питань для спеціалістів громади\* запуск "гарячої лінії" для підприємців\* підготовка та поширення реєстру підрядників для аутсорсингу\* підвищення кваліфікації та комунікаційних навиків спеціалістів ОМС для роботи з бізнесом\* заходи зі зменшення потреби ММСБ в комунікації із спеціалістами через вищу поінформованість та навики використання цифровх систем\* впровадження комунікації з підприємцями через месенджери та онлайн-групи\* впровадження консультацій для підприємців через онлайн-сервіси (Zoom, MS Teams, Google Meet, Skype, месенджери) |
| **22. Діалог громада-бізнес**На скільки системним та ефективним є діалог бізнесу та влади у нашій громаді? | \* розбудова системної комунікації із ММСБ та робота з їх потребами\* спільний аналіз ланцюгів доданої вартості ключових галузей в громаді\* проведення стратегічних сесій щодо економічного розвитку громади\* проведення регулярних робочих груп щодо впровадження плану економічного розвитку громади\*щоквартальні неформальні зустрічі голови із локальними підприємцями\* запуск дорадчого органу підприємців при ОМС\* інформування населення громади про ТОП-20 платників податків\* проведення публічних подій для дискусій та нетворкінгу\* організація візитів бізнесу та влади на успішні підприємства та муніципалітти\* поширення історій успіху |
| **23. Ефективність рішень ОМС**На скільки ефективними є рішення органів місцевого самоврядування щодо регулювання діяльності бізнесу в нашій громаді? | \* залучення бізнесу до пошуку рішень (робочі групи, дискусійні столи, опитування)\* інформування населення щодо проблематик, які потребують рішень\* інформування населення щодо обгрунтованості окремих рішень\* розробка стратегічних документів щодо економічного розвитку громади як основи для прийняття рішень\* моніторинг трендів та обгрунтування рішень на їх базі\* поширення прикладів подібних рішень в інших громадах, які мали позитивний ефект\* запровадження стандартизованих процедур для прийняття рішень різної ваги\* поширення історій успіху |
| **24. Доступ до адміністративних послуг**На скільки легко можна отримати адміністративні послуги у нашій громаді? | \* інформування про послуги ЦНАПу або центрів ділової активності\* інформування про цифрові інструменти адміністративних послуг\* надання доступу до спеціаліста для консультацій щодо адміністративних послуг\* проведення навчань (вебінари) щодо одержання адміністративних послуг |

|  |
| --- |
| **Розділ 5. Програми та організації сприяння бізнесу** |
| **Індикатори** | **Інструменти / рекомендації для покращення індикаторів** |
| **25. Ефективність програм сприяння бізнесу**На скільки ефективними є програми сприяння бізнесу, які реалізовує наша громада протягом останніх кількох років? | \* розробка конкурентної SMART-спеціалізації\* розробка конкурентної стратегії громади\* розробка якісної програми сприяння підприємництву на основі SMART-спеціалізації та стратегії\* залучення бізнесу до процесу підготовки стратегічних документів\* відбір інструментів сприяння бізнесу із найбільшим впливом в розрахунку на кожну витрачену гривню та годину \* планування та моніторинг показників (результатів) ефективності інструментів сприяння бізнесу\* надання переваги системним інструментам сприяння бізнесу, які можуть повторюватись щороку\* забезпечення достатнього фінансування програми сприяння бізнесу\* у випадку нестачі кваліфікованих спеціалістів - передача окремих робіт на аутсорсинг\* кооперація із локальними та регіональними організаціями сприяння бізнесу у реалізації інструментів\* розробка проєктів розвитку підприємництва у партнерстві із організаціями сприяння бізнесу із подальшим залученням ними грантів\* регулярне інформування щодо процесу та результатів виконання програми сприяння бізнесу\* залучення ресурсів обласних, державних та міжнародних програм для реалізації інструментів сприяння бізнесу\* фокусування спеціалістів зі сприяння розвитку бізнесу на їх профільних завданнях\* поширення історій успіху |
| **26. Доступ до інформації про гранти**На скільки повний та регулярний доступ до інформації про десятки грантів та програм підтримки від держави та міжнародних донорів мають підприємці нашої громади? | \* інформування підприємців про найбільші вебплатформи із грантами для бізнесу (https://grant.market/, https://gurt.org.ua/)\* розсилка е-мейл дайджестів із грантами для бізнесу\* регулярне інформування підприємців про гранти в телефонному режимі\* надання консультацій щодо подання заявок на окремі гранти\* формування реєстру агенцій та експертів, які надають консультації щодо грантів\* поширення історій успіху |
| **27. Організації сприяння бізнесу** На скільки добре розвинені кооперативи та організації сприяння бізнесу у нашій громаді або поруч? Наприклад, асоціації, агенції економічного розвитку чи громадські організації економічного спрямування тощо. | \* формування реєстру уже наявних організацій сприяння бізнесу (локальних, регіональних) та поширення інформації про них\* ініціювання створення бізнес-об'єднань чи інших організацій сприяння бізнесу\* розвиток локальної агенції економічного розвитку\* кооперація із сусідніми гродами для створення спільних агенцій економічного розвитку\* сприяння проведенню стратегічних сесій для окремих організацій сприяння бізнесу\* сприяння розвитку послуг окремих організацій сприяння бізнесу\* розробка та реалізація спільних проєктів сприяння бізнесу\* популяризація послуг організацій сприяння бізнесу |
| **28. Обізнаність щодо планів громади в сприянні бізнесу**На скільки добре Вам відомо про плани нашої громади щодо сприяння розвитку бізнесу? | \* залучення бізнесу в розробку SMART-спеціалізації, стратегії та програми сприяння бізнесу\* проведення щорічної події-презентація програми сприяння бізнесу\* регулярне інформування щодо процесу та результатів виконання програми сприяння бізнесу\* забезпечення системності інструментів сприяння бізнесу (протягом кількох років)\* проведення періодичних робочих зустрічей із підприємцями\* поширення історій успіху |
| **29. Залученість бізнесу до стратегування**На скільки системно підприємці залучені до процесу розробки стратегії нашої громади чи програм розвитку підприємництва? | \* залучення бізнесу в розробку SMART-спеціалізації, стратегії та програми сприяння бізнесу\* проведення регулярних зустрічей щодо реалізації стратегії громади та плану дій\* проведення робочих груп для пошуку рішень щодо окремих проблематик\* проведення регулярних робочих зустрічей з підприємцями\* сприяння проведенню стратегічних сесій бізнесів із врахуванням стратегічних документів громади\* проведення активностей для формування спільного бачення розвитку території усіма гравцями\* поширення історій успіху |
| **30. Робота з потребами бізнесу**На скільки ефективною є робота спеціалістів громади щодо виявлення та задоволення потреб локального бізнесу? | \* формування реєстрів підприємців громади (імена, контакти, вид діяльності)\* регулярна індивідуальна комунікація з підприємцями телефоном та месенджерами\* відвідини спеціалістами громади бізнесів на території громади\* проведення регулярних робочих груп, круглих столів, комітетів "влада-бізнес"\* формування історії комунікації із кожним підприємцем громади\* надання цінності підприємцям (корисна інформація, ділові контакти, доступ до можливостей, сприяння в рішенні проблем)\* формвання довірчих ділових відносин між представниками ОМС та бізнесу\* рішення проблем бізнесу в межах закону та власних уповноважень\* поширення історій успіху |
| **31. Міжнародне партнерство**На скільки добре розвинена співпраця нашої громади із закордонними партнерами? | \* формування власної SMART-спеціалізації громади\* налагодження співпраці із містами-партнерами з відповідною спеціалізацією\* розробка та впровадження плану поглиблення співпраці із кожним міжнародним партнером\* залучення грантових проєктів для бізнес-візитів закордон, в т.ч. для бізнесу\* розробка плану поглиблення співпраці із кожним міжнародним партнером\* участь у міжнародних консорціумах для подачі заявок на грантові програми ЄС\* залучення звя'зків локальних бізнесів-експортерів для налагодження співпраці між громадами |

|  |
| --- |
| **Розділ 6. Бренд і репутація** |
| **Індикатори** | **Інструменти / рекомендації для покращення індикаторів** |
| **32. Репутація громади**На скільки позитивною є репутація нашої громади? | \* впровадження та системне використання брендбуку громади\* випрацювання ідентичності громади (історія, традиції, ритуали, слоган та інше, що вирізняє нашу громаду від інших)\* підготовка та поширення публікацій про громаду, локальні проєкти та успішні бізнеси\* виготовлення та поширення промо ролика про громаду\* просування унікального товару, послуги чи проєкту, які асоціюються з нашою громадою ("львівська кава", "дрогобицька сіль", "таврійські ігри")\* залучення на територію громади бізнесів із яскравою діловою репутацією\* проведення публічних подій у громаді (форумів, ярмарків тощо)\* посилення діалогу між владою та бізнесом\* публікація різних номінацій та публічних нагород: "ТОП-платники податків", "ТОП-роботодавці", "за соціальний вплив" тощо\* розвиток власних каналів піару (сайт, інвестиційний сайт, соцмережі тощо)\* участь громади / підприємців у конкурсах\* поширення історій успіху щодо залучених грантових проєктів\* поширення історій успіху щодо залучених інвестицій\* постійна піар-активність громади на локальному та регіональному рівнях |
| **33. Відчуття інвестиційної привабливості громади**На скільки більш привабливою для інвесторів є наша громада в порівнянні із іншими громадами в регіоні? | \* розробка стратегічних документів (SMART-спеціалізація, стратегія тощо)\* запуск та регулярне оновлення власного інвестиційного сайту\* підготовка та поширення інвестиційних пропозицій\* розвиток агро-туристичних маршрутів\* поширення історій успіху щодо залучених внутрішніх та зовнішніх інвестицій\* промо ролик про громаду та ключові фактори інвестиційної привабливості\* публічні події (інвестиційні форуми, ярмарки тощо)\* дослідження характеристик окремих природніх ресурсів та поширення про це інформації\* активування відвідувань громади потенційними інвесторами, поширення про це інформації\* розвиток бізнес-об'єднань та агенцій економічного розвитку |
| **34. Відчуття безпеки** На скільки безпечно жити та вести бізнес у нашій громаді? | \* покращення вуличного освітлення населених пунктів, в т.ч. за рахунок грантів\* встановлення камер спостереження в громадських місцях\* проведення заходів щодо алко- та наркозажних у громаді\* уникнення діяльності ломбардів, ігрових салонів, алкогольних магазинів\* посилення діалогу влади і бізнесу\* облаштування бомбосховищ\* проведення курсів першої медичної допомоги |
| **35. Амбасадори**На скільки Ви готові рекомендувати Вашим друзям відкривати бізнес у нашій громаді? | \* сприяння кооперації між локальними бізнесами\* формування розуміння локальними бізнесами, що поява нових бізнесів у громаді загалом посилює ділову активність і вигоду\* формалізація ланцюгів доданої вартості, коли кожен гравець зрозуміє своє місце в ньому\* формування списку бізнесів, яких бракує для повноти та ефективності ланцюгів доданої вартості\* формування списку бізнесів, яких бракує в громаді як надавачів послуг для локальних мешканців\* посилення репутації громади\* відкритість адміністрації громади до зустрічей із потенційними інвесторами\* посилення діалогу влади та бізнесу\* розвиток кластерів\* розвиток бізнес-об'єднань\* розвиток агенцій економічного розвитку |
| **36. Просування бренду**Як часто назва нашої громади звучить на національних та міжнародних платформах (форумах, конференціях, виставках, медіа тощо)? | \* підготовка промо ролика громади\* підготовка презентаційних слайдів про громаду для публічних подій\* поширення історій успіху\* співпраця із локальними та регіональними ЗМІ\* участь у локальних та регіональних публічних подіях\* реалізація проєктів у партнерстві із іншими громадами\* розвиток агро-туристичних маршрутів\* організація бізнес-візитів на успішні підприємства\* організація бізнес-візитів на інвестиційні об'єкти |
| **37. Асоціація бренду громади**На скільки яскраво ім'я нашої громади пов'язують із чимось унікальним чи популярним? Наприклад, "таврійські ігри", "львівська кава", "трускавецькі курорти" тощо. | \* визначення унікальних продуктів, послуг чи проєктів, які можуть стати "візитівками" громади\* кобрендинг громади із унікальними продуктами чи послугами локальних підприємців\* сприяння використанню бренду громади на упаковках локальної продукції\* організація ярмарків та інших публічних подій для просування локальних виробників\* інформаційна підтримка локальних виробників |
| **38. Брендування**На скільки вдалими та широко вживаними є візуальні елементи бренду нашої громади? Наприклад, логотип, герб, кольори, слоган тощо. | \* розробка якісного логобуку або брендбуку та основі SMART-спеціалізації громади\* системне використання візуальних елементів громади\* кобрендинг громади із локальними підприємствами\* розміщення на території громади елементів із лого громади (вказівники, прапори, вивіски тощо)\* забезпечення спеціалістів громади брендованими елементами (візитними картками, ручками, блокнотами)\* брендування майна громади (автомобілі, споруди офіційних установ тощо)\* розміщення зовнішньої реклами як "соціальної" |

|  |
| --- |
| **Розділ 7. Соціальна інфраструктура** |
| **Індикатори** | **Інструменти / рекомендації для покращення індикаторів** |
| **39. Медицина**На скільки легко можна скористатись якісними медичними послугами у нашій громаді або поруч? | \* формування і поширення карти медичних закладів у громаді та поруч, а також їх спеціалізації та послуг\* формування та поширення переліку послуг, які мешканці громади можуть одержати безкоштовно\* сприяння підключенню локальних медичних закладів до послуг медичного страхування\* контроль якості обслуговування у комунальних медичних закладах через "таємного покупця"\* сприяння "заходу" або створенню в громаді окремих приватних медичних бізнесів (приватна лабораторія, стоматологія тощо)\* популяризація медичних чекапів та профілактичного лікування\* впровадження елементів телемедицини\* інформування про цифрові інструменти взаємодії мешканця громади із медичними закладами |
| **40. Освіта**На скільки Ви задоволені доступністю та якістю закладів освіти у нашій громаді (садочки, школи, позашкільні програми, професійно-технічні заклади)? | \* формування та поширення карти освітніх закладів (офлайн, он-лайн), доступних для дітей та молоді\* сприяння створенню позашкільних навчальних програм\* сприяння створенню приватних шкіл вивчення англійської мови\* сприяння створенню приватних спортивних шкіл чи гуртків\* співпраця із локальними церквами у впровадженні дитячих та молодіжних розвиткових програм\* регулярний аналіз запитів щодо освіти у громаді |
| **41. Громадський транспорт**На скільки легко та зручно можна пересуватись нашою громадою громадським чи іншим альтернативним транспортом (автобуси, маршрутки, таксі, велосипеди, електросамокати)? | \* формування карти маршрутів різного громадського транспорту\* сприяння розвитку альтернативних засобів пересування (велосипеди, електро-самокати тощо)\* сприяння "заходу" або створенню приватних бізнесів з прокату/продажу велосипедів, самокатів тощо\* кооперація із бізнесом, який довозить своїх працівників на роботу, для обслуговування локальних мешканців\* сприяння розвитку послуг таксі\* використання комунальних шкільних автобусів у час "простою" для виконання внутрішній рейсів\* комунікація із регіональними перевізниками для формування транспортних маршрутів через громаду\* покращення якості доріг та дорожньої інфраструктури |
| **42. Дозвілля**Чи достатньо в нашій громаді можливостей для дозвілля, спорту та розваг для дорослих та дітей? | \* створення та поширення каталогу закладів дозвілля та їх послуг\* розробка креативних ідей для індивідуального або сімейного відпочинку у громаді\* розвиток агро-туристичних маршрутів\* сприяння виробничому туризму та споживанню локальної продукції на території виробництв\* сприяння кооперації локальних виробників та надавачів послуг для обслуговування туристів вихідного дня\* сприяння "заходу" або створенню приватних бізнесів у сфері дозвілля, спорту, активних розваг\* проведення локальних ярмарків, виставок, дегустацій, майстер-класів тощо\* розвиток паломницьких маршрутів, співпраця із церквою щодо дозвілля мешканців |
| **43. Екологія**На скільки хороша екологічна ситуація у нашій громаді? | \* визначення ключових екологічних ризиків (проблем) громади та формування плану щодо їх розв'язку\* моніторинг впливу окремих підприємств на екологічну ситуацію в громаді\* діалог із локальними підприємствами щодо уникнення негативного впливу їх діяльності на екологію громади\* інформаційна робота із мешканцями громади щодо неіснуючого негативного екологічного впливу окремих підприємств (для спростування чуток)\* акції громадського прибирання в громаді\* інформаційна робота з мешканцями щодо поводження із сміттям\* встановлення громадських смітників\* мотивування локальних підприємців до встановлення та обслуговування громадських смітників на прохідних зонах поруч з їх бізнесами\* інформування мешканців про унікальні екологічні ресурси громади\* постійна піар-активність громади |
| **44. Зайнятість людей похилого віку**Чи достатньо в нашій громаді можливостей для розвитку, дозвілля та зайнятості людей похилого віку? | \* сприяння впровадженню програм розвитку для людей похилого віку (комп’ютерна та фінансова грамотність, англійська мова тощо) \* сприяння впровадженню програм дозвілля для людей похилого віку (гуртки, спортивні ініціативи, релігійні події тощо)\* залучення людей похилого віку до волонтерських ініціатив\* формування та поширення переліку медичних послуг, які люди похилого віку можуть отримати безкоштовно\* співпраця із церквою для реалізації активностей для людей похилого віку\* сприяння створенню приватних пансіонатів для людей похилого віку |
| **45. Адаптованість до людей з обмеженими можливостями**На скільки добре інфраструктура нашої громади адаптована для життя і роботи маломобільних людей, в т.ч. осіб з інвалідністю, жінок з дитячими колясками тощо? | \* аудит інклюзивності соціальної інфраструктури в громаді\* впровадження заходів для покращення інклюзивності інфраструктури\* формування переліку рекомендацій для бізнесу щодо інклюзивності для людей із обмеженнями (маломобільність, обмеженян зору, слуху), в т.ч. для малих дітей у колясках\* інформаційна робота із локальним бізнесом щодо покращення інклюзивності їх бізнесів\* залучення грантових коштів для покращення інклюзивності громади |

|  |
| --- |
| **Розділ 8. Настрої та тенденції** |
| **Індикатори** | **Інструменти / рекомендації для покращення індикаторів** |
| **46. Бажання залишитись у громаді** Чи хотіли б Ви, щоб Ваші діти у майбутньому жили і працювали або вели бізнес у нашій громаді? | \* розробка стратегії громади та плану покращення бізнес-середовища та соціальної інфраструктури громади\* системна інформаційна робота із мешканцями щодо здійснених покращень життя в громаді\* автоматизація та цифровізація "ручних" професій, щоб збільшити їх привабливість для молоді\* сприяння розвитку агро-туристичних маршрутів\* сприяння розвитку крафтового та сімейного бізнесу\* залучення нових інвесторів в громаду\* розвиток бренду громади\* сприяти залученню мешканців громади на дистанційні посади\* історії успіху молодих людей, які залишились у громаді і збудували успішний бізнес / життя\* сприяння залученню грантів для молоді в громаді для старту власних бізнесів\* проєкти "громадських бюджетів" (посилення залученості мешканців громади)\* залучення мешканців громади до процесу прийняття рішень\* постійна піар-діяльність громади |
| **47. Настрої щодо розширення бізнесу**Підприємці нашої громади протягом наступного року скоріш за все будуть розширювати чи скорочувати свій бізнес? | \* комунікація з підприємцями щодо їх обмежень для розширення бізнесу\* сприяння підприємцям у подоланні обмежень для розширення бізнесу\* сприяння розвитку бізнес-об'єднань, агенцій економічного розвитку, кооперативів тощо\* поширення оптимістичних наративів\* поширення історій успіху\* посилення комунікації бізнесу та влади\* сприяння в залученні грантів\* формування підприємницької культури серед дітей\* створення револьверних фондів\* поришення історій успіху\* організація подій для неформального нетворкінгу |
| **48. Культура кооперації**Чи вміють підприємці нашої громади співпрацювати та кооперуватись? | \* впровадження SMART-спеціалізації громади та об'єднання зусиль гравців для спільного результату\* розвиток агро-туристичних маршрутів\* сприяння кластеризації бізнесу\* сприяння розвитку бізнес-об'єднань, кооперативів\* поширення історій успіху інших громад, де кооперація відбувається добре\* організація бізнес-візитів та виїздів в інші громади чи закордон\* посилення відчуття приналежності до громади та її цінностей\* інформування підприємців про реальні виклики та можливості при кооперації\* проведення робочих груп для рішення окремих проблематик\* впровадження ініціатив у школах, що потребують командної роботи |
| **49. Очікування щодо ціни комерційної нерухомості та земельних ділянок**Ціна продажу та оренди комерційних приміщень та земельних ділянок у нашій громаді протягом наступного року буде зростати чи падати? | \* формування та поширення порівняльної інформації ціни на нерухомість в інших регіонах чи країнах\* розробка бізнес-ідей та інвестиційних пропозицій на базі доступної комерційної нерухомості чи земельних ділянок\* покращення доступу до комунікацій\* покращення соціальної інфраструктури громади\* поширення оптимістичних наративів\* інформування щодо покращень у бізнес-середовищі громади\* сприяння в доступі до грантів та фінансових інструментів\* сприяння в доступі до консультантів \* поглиблення кооперації та SMART спеціалізація громади\* заходи з підвищення ділової активності \* розвиток агро-туристичних маршрутів\* нові можливості для зайнятості молоді в громаді |
| **50. Очікування щодо ціни житлової нерухомості**Ціна продажу та оренди житлової нерухомості у нашій громаді протягом наступного року буде зростати чи падати? |

|  |
| --- |
| **Економічні показники** |
| **Показники** | **Інструменти / рекомендації для покращення показників** |
| **1. Офіційна зайнятість загалом**% офіційно працевлаштованих працівників серед працездатного населення у будь-яких юридичних особах та у статусі ФОП, які сплачували податки у громаді протягом минулого року. | **Збільшення кількості та розміру бізнесів у громаді**\* розробка інвестиційних пропозицій, залучення внутрішніх та зовнішніх інвесторів\* передача інвестиційних об'єктів інвесторам лише разом із їх зобов'язаннями реалізувати бізнес-проєкт\* сприяння в залученні грантів локальними підприємцями\* реалізація навчальних, інкубаційних та акселераційних програм для підприємців\* сприяння в переході від найманого працівника до самозайнятої особи\* розвиток агро-туристичних маршрутів\* сприяння розвитку крафтового та сімейного бізнесу**Зменшення сезонності підприємництва**\* аналіз сезонності діючих бізнесів, які формують суттєву частку зайнятості населення \* розробка SMART-спеціалізації громади, що враховуватиме сезонність бізнесів\* розробка ідей та інвестиційних пропозицій, які можуть зрівноважити сезонність зайнятості у громаді\* сприяння в залученні локальних мешканців на дистанційні роботи (онлайн) **Підвищення кваліфікації працівників**\* неформальна освіта для дорослих (профільні курси, тренінги, вебінари тощо)\* програми перекваліфікації\* програми підвищення кваліфікації працівників на базі підприємств\* доступ до безкоштовних онлайн заходів та курсів\* доступ до ділових книг (друкованих, онлайн)\* заходи зі зменшення потреби в працівниках через автоматизацію, цифровізацію та роботизацію**Легалізація бізнесу**\* надання доступу до інструментів сприяння лише для офіційних юросіб\* надання доступу до інструментів сприяння лише для офіційних юросіб із середньою ЗП не менше ХХ грн та з кількістю персоналу не менше ХХ осіб\* інформування підприємців щодо статистики зібраних податків та статтей їх витрат\* запровадження туристичного збору, 100% якого може використовуватись на розвиток туристичної інфраструктури\* стимулювання здійснення оплат електронними засобами платежу\* популяризація аутсорсингових бухгалтерських послуг |
| **2. Офіційна зайнятість у підприємницьких організаціях**% офіційно працевлаштованих працівників серед працездатного населення у підприємницьких юридичних особах (ТзОВ, ПП тощо) та у статусі ФОП, які сплачували податки у громаді протягом минулого року. |
| **3. Офіційна зарплата відносто середньої в Україні**Рівень офіційної зарплати у нашій громаді відносно середньої в Україні у минулому році. | \* надання доступу до інструментів сприяння лише для легалізованих бізнесів із середньою ЗП не менше ХХХ грн\* просвітницька робота для підготовки локальних підприємців до роботи за європейськими стандартами на шляху до ЄС\* сприяння в доступі до грантових та кредитних ресурсів (часто передбачають "відбілювання" бізнесу)\* популяризація дистанційної роботи \* підвищення управлінських навиків керівників бізнесів\* публікація статистики платників податків у громаді\* посилення внутрішньої конкуренції за працівників у громаді, в т.ч. через залучення нових інвесторів |
| **4. Рівень офіційного безробіття**% осіб серед працездатного населення, які отримують соціальну допомогу по безробіттю | \* створення можливостей для перекваліфікації та підвищення компетенцій\* сприяння працевлаштуванню\* сприяння створенню власного бізнесу\* сприяння в залученні грантів на запуск власного бізнесу\* сприяння легалізації бізнесу |
| **5. Власний дохід громади на 1 мешканця відносно середнього в Україні**Середній власний річний дохід громади на 1 мешканця відносно середнього в Україні. | \* сприяння збільшенню кількості та розміру локальних бізнесів\* легалізація доходів бізнесу і працівників\* сприяння поглибленню переробки\* ефективне використання інвестиційних об'єктів (земля, нерухомість, ресурси) із зобов'язаннями інвесторів\* розвиток агро-туристичних маршрутів та сфери гостинності\* розвиток подієвих бізнесів (фестивалі, ярмарки, ділові події)\* стимулювання збуту локальних виробників\* збільшення ділової активності загалом\* посилення потоку людей через громаду\* сприяння розвитку бізнесу через залучення грантів |
| **6. Власні надходження громади**% доходу громади, що формується за рахунок власних надходжень загалом. | \* зменшення залежності громади від бюджетних трансферів\* збільшення податкових надходжень від бізнесу\* збільшення неподаткових надходжень |
| **7. Дохід громади від ключових податків підприємницьких організацій**% доходу громади, що формується за рахунок основних податків (податок та збір на доходи фізичних осіб, єдиний податок, податок на прибуток підприємств) підприємницьких організацій. | \* зменшення залежності громади від податкових надходжень комунальних та державних установ\* збільшення частки податкових надходжень від бізнесу |
| **8. Дохід громади від ключових податків підприємницьких організацій мікро та малого розміру**% доходу громади, що формується за рахунок основних податків (Податок та збір на доходи фізичних осіб, Єдиний податок) від підприємницьких організацій мікро та малого розміру (ФОП та юрособи 0-49 працівників). | \* зменшення залежності громади від податкових надходжень від середнього та великого бізнесу\* збільшення частки податкових надходжень від мікро та малого бізнесу |
| **9. Бюджет на сприяння бізнесу в громаді**% від власних надходжень громади, направлений на сприяння бізнесу в громаді (спеціалістів, ініціативи тощо). | \* встановлення певного % від власних надходжень громади на фінансування спеціалістів та інструментів сприяння бізнесу\* передача частини завдань на аутсорсинг приватним організаціям сприяння бізнесу\* фокусування спеціалістів громади на завданнях сприяння бізнесу в громаді\* впровадження показників ефективності спеціалістів громади із прив'язкою до системи винагороди\* розумний відбір найбільш ефективних інструментів сприяння бізнесу |
| **10. Кількість бізнесів у громаді**Кількість активних ФОПів та підприємницьких юридичних осіб на 1000 осіб населення нашої громади. | \* сприяння розвитку мікро та малого підприємництва\* сприяння молодіжному підприємництву\* сприяння розвитку крафтового та сімейного бізнесів |