**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 ради  Гринь 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 підприємців 1- низька, слабкий 2 - середня, відчутний 3 - висока, сильний | Стійкість (тривалість) впливу на підприємців 1- нестійкий, тривалий 2 - часткова стійкість, середня тривалість 3 - стійкий та тривалий | Відповідність стратегії та SMART-спеціалізації громади 1- слабко відповідає 2 - частково відповідає 3 - 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 |