



**КРЕМЕНЧУЦЬКА МІСЬКА РАДА
ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ
XXIV СЕСІЯ МІСЬКОЇ РАДИ VII СКЛИКАННЯ**

РІШЕННЯ

від 20 липня 2017 року
м. Кременчук

**Про затвердження Програми
просування продукції міста
Кременчук на зовнішні ринки
на 2017-2021 роки**

У рамках укладеного Меморандуму про співпрацю щодо реалізації Проекту «Партнерство для розвитку міст» у місті Кременчуці між Федерацією канадських муніципалітетів та Кременчуцькою міською радою Полтавської, з метою вироблення місцевої політики для розвитку експортної діяльності в м. Кременчук, керуючись ст. 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Кременчуцька міська рада Полтавської області

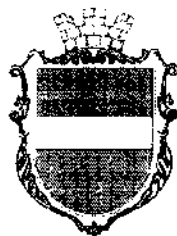
вирішила:

1. Затвердити Програму просування продукції міста Кременчук на зовнішні ринки на 2017-2021 роки (додається).
2. Фінансовому управлінню виконавчого комітету Кременчуцької міської ради Полтавської області внести відповідні зміни до розпису міського бюджету та передбачити кошти на виконання заходів Програми у 2017-2021 році.
3. Оприлюднити дане рішення відповідно до вимог чинного законодавства.
4. Контроль за виконанням даного рішення покласти на першого заступника міського голови Пелипенка В.М., постійну депутатську комісію міської ради з питань бюджету, фінансів, соціально-економічного розвитку та інвестиційної політики (голова комісії Плескун О.В.), постійну депутатську комісію з питань промисловості, будівництва, підприємницької діяльності, побутового, торгівельного обслуговування та регуляторної політики (голова комісії Шевченко М.І.) та постійну депутатську комісію з питань житлово-комунального господарства, управління комунальною власністю, енергозбереження, транспорту, зв'язку та ІТ-технологій (голова комісії Котляр В.Ю.).

Міський голова



В.О. МАЛЕЦЬКИЙ



Проект Програми просування продукції міста Кременчук на зовнішні ринки станом на 07 червня 2017 р (ФКМ) за фінансової підтримки Уряду Канади. Зміст документу є виключною думкою авторів та не обов'язково відображає офіційну позицію Уряду Канади.



FCM

Canada

Проект ПРОМІС спрямовано на зміцнення муніципального сектору в Україні, впровадження ефективного демократичного управління та прискорення економічного розвитку шляхом підвищення спроможності українських міст у сфері демократизації врядування та місцевого економічного розвитку; створення сприятливого середовища для розвитку малого та середнього бізнесу; підтримки процесу децентралізації та інтегрованого планування розвитку на місцевому, регіональному та національному рівнях.



**Програма просування продукції
міста Кременчук на зовнішні ринки**

Кременчук 2017

Документ розроблено за підтримки проєкту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС), який впроваджує Федерація канадських муніципалітетів

ЗМІСТ

ВСТУП	6
1. БАЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МСН МІСТА	7
2. СТАН РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ В МІСТІ	8
2.1 Діагностика зовнішньої торгівлі міста	8
2.2 Аналіз місцевого експортного клімату	9
2.3 Аналіз місцевої інфраструктури для розвитку експорту	10
3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ МСН	12
3.1 Покращання експортного клімату в місті	12
3.2 Надання послуг для інтернаціоналізації бізнесу	13
3.3 Популяризація підприємливості та підприємництва	15
4. ПЛАН ДІЙ	16
5. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ МСН	22
5.1 Координація діяльності у рамках Програми	22
5.2 Моніторинг та оцінка виконання	22

Паспорт програми

Назва програми	Програма просування продукції міста Кременчук на зовнішні ринки на 2017-2021 роки
Замовник Програми	Кременчуцька міська рада Полтавської області
Головний розробник Програми	Грошкет міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» ПРОМІС Комунальне підприємство «Кременчуцький центр міжнародних зв'язків та економічного розвитку міста «Кременчук Інвест»
Термін реалізації Програми	2017-2021 роки
Основні джерела фінансування заходів Програми	Місцевий бюджет
Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми	522,0 тис. грн
Система організації контролю за виконанням Програми	Контроль за виконанням заходів Програми здійснюють: 1) перший заступник міського голови 2) постійна депутатська комісія з питань бюджету, фінансів, соціально-економічного розвитку та інвестиційної політики
Головний розпорядник коштів	Виконавчий комітет Кременчуцької міської ради Полтавської області

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНОЛОГІЯ

АТЕС – форум Азійсько-Тихоокеанського економічного співробітництва

ВЗД – виробничо-збутові ланцюжки

МВК – виконавчий комітет Кременчуцької міської ради Полтавської області

МГ – міський голова

МСП – мале та середнє підприємництво

МФК – Міжнародна фінансова корпорація

НПА – нормативно-правовий акт

СПД – суб'єкт підприємницької діяльності

ОДА – обласна державна адміністрація

ОМС – органи місцевого самоврядування

ОЕСР – Організація економічного співробітництва та розвитку

СОГ – Світова організація торгівлі

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

ВСТУП

В умовах не зовсім несприятливої ринкової кон'юнктури на внутрішньому ринку для продукції малих та середніх підприємств міста Кременчук розвиток експорту може значною мірою забезпечити збереження існуючих та створення нових робочих місць.

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

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

Подолання або мінімізація цих викликів повинно стати спільною справою органів влади усіх рівнів, що опираються економічною політикою, об'єднань експортерів та інших організацій підтримки бізнесу.

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

Програма містить 5 розділів та 1 додаток. У першому розділі розглянуто перспективи розвитку експорту суб'єктами МСП. У другому розділі проаналізовано стан розвитку експорту в місті, визначено послуги міської ради та інших зацікавлених сторін щодо підтримки експорту. Третій розділ охоплює стратегічні напрями розвитку експортної діяльності МСП. Четвертий розділ містить конкретні проєкти щодо нарощування експорту місцевого МСП. У п'ятому розділі розкрито питання координації виконання та моніторингу Програми.

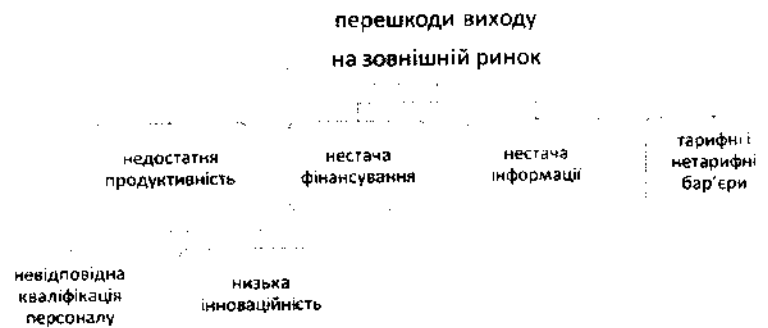
1. БАЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ЦІЛЬНОСТІ МСН МІСТА

Позитивним чинником експортного потенціалу Кременчука є відносна галузева і товарна диверсифікація, що дозволяє деякою мірою адаптуватися до зміни ринкової кон'юнктури та створює додаткові можливості розвитку інноваційних продуктів.

Проблемною є слабка географічна диверсифікація. Експортна діяльність місцевих компаній приваблив час була зорієнтована на пострадянський ринок, порівняна легкість доступу до якого стала чи не головним обмежуючим чинником для освоєння інших більш конкурентних ринків.

Запровадження торговельних обмежень з боку РФ, зокрема призупинення з 1 січня 2016 року застосування положень ЗЗГ ЄПД стосовно українських товарів (ставка ввізних мит на рівні режиму найбільшого сприяння), заборона на ввезення сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства, а також призупинення транзиту української продукції через свою територію кардинально вплинули на більшість експортерів міста.

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



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

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

Ефективна експортна політика не можлива без урахування сучасних тенденцій щодо інтернаціоналізації бізнесу, застосування електронної комерції, доступності фінансування, інклюзивного розвитку, в т.ч. завдяки вирівнюванню торговельних умов для МСН.

2. СТАН РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ В МІСТІ

За підсумками 2016 року у м. Кременчуці близько 100 компаній здійснювало експортно-імпортні операції. Поряд з МСН до них були залучені й великі компанії-експортери, а саме ПАТ "Кривенький вагонобудівний завод", ПАТ "АвтокраС", ПАТ "Кременчуцький колесний завод". Крім того, більшість експортерів належать до категорії середніх підприємств.

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

- Виробництво готових харчових продуктів;
- Виробництво засобів наземного транспорту;
- Виробництво хімічної продукції;
- Виготовлення текстильних виробів;
- Виробництво мінеральних продуктів;
- Виробництво машин, обладнання та механізмів, електротехнічного обладнання;
- Вироби з каменю, гіпсу, цементу;
- Недоробочинні метали та вироби з них.

Протягом 2012-2015 років основними партнерами експортерів міста були підприємства з таких країн, як Російська Федерація, Узбекистан, Вірменія, Азербайджан, Єгипет, Угорщина, Німеччина, Франція, Румунія, Казахстан, Канада, Ірландія, Таджикистан, Фінляндія. З аналізу даних, отриманих в ході опитування підприємств-експортерів, в середньому 70% експортних поставок спрямовується до Російської Федерації, 20% - до країн ЄПД, 7% - до країн Європейського Союзу.

У 2016 році середньомісячна заробітна плата в компаніях, що здійснювали експортну діяльність, становила 170 американських доларів, що на 15% нижче, ніж у 2012 році.

За результатами опитування частка жінок серед співробітників компаній експортерів складає 43%.

2.1 Динаміка зовнішньої торгівлі міста

Протягом 2012-2015 рр. відбулося значне зниження обсягів зовнішньої торгівлі товарами та послугами підприємств міста, а саме з 3348 млн. дол. США у 2012 році до 955 млн. дол. США в 2015 році (-71%).

Найбільше зниження обсягів торгівлі зафіксовано в 2013: на 43% у порівнянні з попереднім роком, після чого темпи зростання зовнішньої торгівлі дещо уповільнилися (у 2014 році - на 38%, в 2015 - на 19%). Хоча темпи зниження експорту й імпорту були майже однаковими, у 2014 році відбулося перевищення обсягів імпорту над експортом, і сформувалося негативне сальдо у розмірі 2 млн. дол. США, а в 2015 році воно зросло до 255 млн. дол. США.

В структурі зовнішньої торгівлі товарами та послугами провідне місце займає торгівля товарами: за підсумками 2015 року обсяги торгівлі товарами склали 895 млн. дол. США (або 95% загального обсягу), відповідно обсяги торгівлі послугами становили 47 млн. дол. США (5%). Подібні тенденції характерні також для експорту послуг.

В товарній структурі експорту міста помітний тренд заміщення частки засобів наземного транспорту (засоби автомобільного та залізничного транспорту) товарною групою готових харчових продуктів.

За підсумками I кварталу 2016 року товарну структуру експорту складають наступні товарні розділи:

- Готові харчові продукти (31%);
- Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби (26%);
- Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості (15%);
- Текстильні матеріали та текстильні вироби (9%);
- Мінеральні продукти (9%);
- Машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання (7%);
- Вироби з каменю, гіпсу, цементу (1%);
- Недорогоцінні метали та вироби з них (1%)

Найбільше на зниження експорту вплинуло зниження обсягів експорту засобів наземного транспорту (залізничного і автомобільного), в основному в Росію. При цьому за даними Міжнародного торговельного центру ринкова часта Російської Федерації серед усіх імпортерів засобів наземного транспорту становить лише 1% та демонструє постійне зниження. Тоді як ринки США, Європейського Союзу, Китаю та Канади мають тенденцію до зростання і поглинають близько 70% відповідної продукції.

Основу імпортерських поставок формують мінеральні продукти (40%).

За підсумками I кварталу 2016 року товарну структуру імпорту складають наступні товарні розділи:

- Мінеральні продукти – 48%;
- Готові харчові продукти – 14%;
- Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості – 12%;
- Машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання – 7%;
- Текстильні матеріали та текстильні вироби – 6%;
- Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів – 5%;
- Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби – 3%.

2.2 Аналіз місцевого експортного клімату

З метою підвищення ефективності співпраці з зарубіжними партнерами міською владою укладено 5 угод та 3 меморандуми про співробітництво з такими містами:

- м. Бидгощ (Польща);
- Свіштов (Болгарія);
- Битола (Македонія);
- Сліна (Словаччина);
- Борисов (Білорусь);
- Міхаловце (Словаччина);
- Веньяжоу (КНР);
- Цзяоцзянь (КНР).

Всі документи укладені на безстроковий термін дії.

На сьогодні програмні документи міської ради з розвитку експортної діяльності МСП міста відсутні.

За результатами опитування, проведеного проектом ПРОМІС, жоден з респондентів не вважає місто відмінним місцем для виходу на зовнішні ринки. 43% визнали місто добрим місцем для виходу на зовнішні ринки. 43% дали місту задовільну оцінку, 14% – "погано".

Роботу влади по сприянню у виході на зовнішні ринки 43% опитаних оцінили як задовільну, 29% експортерів оцінили "добре", 14% – "відмінно" та 14% – "погано".

Найменш ефективною визнана робота влади щодо покращення доступу до капіталу для підприємств-експортерів, розвитку інфраструктури, співробітництва з іншими регіонами. Лише 29% респондентів оцінили її як "добре".

Найвищу оцінку отримали послуги із доступу до необхідної інформації та забезпечення прозорості митних та податкових процедур - 57% респондентів дали оцінку "добре", 43% експортерів оцінили "добре" надання дозволів та погоджень, необхідних для виходу на зовнішні ринки, надання адміністративних послуг, пов'язаних з виходом на зовнішні ринки та забезпечення доступу до необхідної інформації.

На думку експортерів, роль влади в розвитку експортного потенціалу полягає в забезпеченні прозорості механізмів у митній сфері - 86% опитаних погодилися з таким формулюванням, а також у підтримці діалогу з іншими регіонами/ країнами, консультативному супроводі та на данні якісних адміністративних послуг - 72% респондентів погодилися.

Необхідними умовами успішного започаткування ведення експортної діяльності респондентами було відзначено:

- наявність покупця;
- наявність конструкторської документації та відповідних сертифікатів;
- своєчасне повернення ПДВ у повному обсязі;
- наявність надійного бізнес-партнера;
- механізми державної підтримки експорту;
- програми гарантування позик для експортерів;
- розбудова бізнес-інфраструктури;
- промоція місцевих виробників

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

- підвищення рівня органів у сфері експорту;
- залучення іноземних делегацій;
- інструменти підтримки бізнесу.

2.3 Аналіз місцевої інфраструктури для розвитку експорту

З метою сприяння експортній

КП "Кременчук Інвест" здійснює такі функції:

- реалізація заходів у сфері місцевого економічного розвитку;
- розробка, реалізація та супровід інвестиційних проектів;
- популяризація та маркетинг території;
- розвиток міжнародного співробітництва та зміцнення іміджу міста.

Існує загальна веб-платформа, яку певною мірою можна використовувати для просування місцевих експортерів та їхньої продукції, розповсюдження інформації щодо ведення експортної діяльності – сайт КП "Кременчук Інвест" (<http://kremenchukinvest.com.ua/>).

У м. Кременчуці функціонують митний пост «Кременчук» та Кременчуцька ОДПІ.

З недержавних інституцій у сфері сприяння експорту діє Кременчуцьке відділення Полтавської торгово-промислової палати.

Протягом 2012-2016 років компанії міста були представлені на низці виставкових заходів. Так, у 2014 році відбулася презентація міста в ППІ України із супроводом залученням бізнесу (ПАТ "Кредмап", ПАТ "Крюківський вагонобудівний завод", ПАТ "АвтоКраз", ГОВ АВМ АМІЕР, ГОВ НВФ "Техніонмаш", ПАТ "Кременчуцький хлібний завод", ПАТ "Укркваринг", ПП "Балашов", ГОВ "Фабрика рукавних фільтрів", ГОВ "BOR'D CERAMIC").

У 2016 році в місті проведено виставковий захід міжнародного характеру - фестиваль "Солодкий Кременчук" для презентації промислово-економічного, освітньо-наукового та інвестиційного потенціалу міста. Фестиваль відвідали делегації міст-побратимів та низки іноземних делегацій.

Загалом у 2012-2016 роках місто відвідало 19 іноземних делегацій різнопланового характеру, здебільшого для загального знайомства з містом.

Делегації з міста брали участь у міжнародних візитах до міста-побратима Бидлоц (Польща) для вивчення досвіду житлово-господарчого та водо-каналізаційного господарства. Делегації складалися, як правило, з числа посадовців міської ради, представники бізнесу до делегацій включені не були.

В місті проводилися конференції, тренінги з експортної тематики:

- Декларування товарів. Митне оформлення та митні формальності (2012).
- ВКСПЕРМС 2010. Правила МПІ з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі (2012).
- "Стан та перспективи торгово-економічних відносин між підприємствами України та країнами Африки". Крутий стіл (2014).
- Аналітика вимог ринку ЄС для товарів харчових груп (2015).
- Експорт до ЄС: процес, філософія, можливості (2015).

У Кременчуцькому інституті ННБІЗ "Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля" готують спеціалістів за спеціальністю міжнародна економіка та маркетинг. Кожного року диплом отримують в середньому 25 спеціалістів.

Транспортна інфраструктура є розвинутою: місто є крупним залізничним вузлом Південної залізниці, річковий порт на Дніпрі та аеропорт.

Присутність місцевих компаній в мережі Інтернет є недостатньою. Наявні сайти окремих підприємств, деякі містять інформацію українською та російською мовами, але з обмеженою інформацією про продукцію, ціни, умови постачання в інші регіони/країни. Здебільшого інформація розрахована на внутрішнього покупця.

3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ МСТ

3.1 Покращання експортного клімату в місті

Важливим чинником розвитку експорту у м. Кременчуці є географічна диверсифікація ринків збуту продукції. Характерною для місцевих експортерів, як і для багатьох вітчизняних експортерів, є значна орієнтація на російський ринок, який доцільним був відносно владним напрямом збуту через спільні стандарти якості, але тепер є викритим внаслідок збройної агресії.

На сьогодні одним з основних завдань розвитку експорту у місті є забезпечення місцевими експортерами необхідних іриційного для ринків розвинутих країн рівня якості продукції, а також сприяння створенню суттєвої доданої вартості.

Враховуючи поточний рівень розвитку та потенціал місцевих компаній, регіональні та національні пріоритети, а також європейські ринкові тренди перспективними для експорту МСТ міста є продукції харчової промисловості, у т.ч. органічна, продукції транспортного та сільськогосподарського машинобудування на основі енергоефективних та екологічно чистих технологій, виготовлення одягу, у т.ч. натуральних тканин.

Для прискорення включення місцевих підприємств харчової промисловості та «зеленого» бізнесу до глобальних виробничо-збутових ланцюжків, доцільно сприяти створенню відповідних кластерів, які сприятимуть трансферу технологій, здійсненню послуг сертифікації продукції та стандартизації виробництва, а також розвитку кадрового потенціалу.

Харчова промисловість наразі є найбільшим за обсягами експортером у місті, а отже має досвід і ресурс для акселерації.

Згідно з даними Trade Map, найбільшими імпортерами харчових продуктів є високо розвинуті країни, з високими стабільними доходами населення і передбачуваною зовнішньою політикою, тоді як російський ринок не входить до першої десятки.

Так, найбільшими імпортерами ковбас та аналогічних виробів є Велика Британія (13,1% у загальному обсязі імпорту у 2015 р.), Німеччина (11,1%), Франція (5,7%), Канада (5,0%), бразильських консервних виробів - США (13,5% у загальному обсязі імпорту у 2015 р.), Велика Британія (8,1%), Франція (6,8%), Німеччина (6,8%).

Розвинуті ринки потребують також продукції, що сприяє збереженню навколишнього середовища та здоров'я людей. Наприклад, найбільшими імпортерами обладнання для фільтрування води є США (14,7% у загальному обсязі імпорту у 2015 р.), Китай (5,9%), Канада (4,0%), Німеччина (3,3%).

В місті функціонують компанії з виробництва фільтрувальних матеріалів, електротехнічного обладнання, насосів, надавачі послуг з монтажу опалювального обладнання тощо, які здатні запропонувати комплексні взаємодоповнюючі еко-товари та еко-послуги, що створюють низку екологічних і соціальних вигод.

Сприятиме інноваційним розробкам у цих сферах наявність закладів освіти, де навчається понад 18 тисяч студентів професіям як технічного, так і економічного спрямування (Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Кременчуцький інститут Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля, Кременчуцький інститут економіки та нових технологій, низка коледжів).

Покращення експортного клімату у місті має стати системним на основі постійної комунікації бізнесу і влади, спрощення складних та зарегульованих процедур, запровадження доступу до актуальної інформації щодо провадження експортної діяльності.

Перешкодою до напрацювання та реалізації дієвої експортної політики є невідповідність системи збору статистичної інформації щодо ЗЕД, що унеможливає достовірну оцінку поточного стану розвитку.

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

Першочерговим завданням всіх інституцій, дотичних до здійснення експорту, має стати напрацювання дорожньої карти, яка б визначала перші кроки експортера-початківця, а також надання фахових он-лайн консультацій.

Слід зазначити, що чимало недоліків експортного клімату, визначених у ході опитування, перебуває поза межами регулювання місцевої влади. Основними з них є такі важливі питання, як своєчасне і в повному обсязі відшкодування ПДВ, захист прав власності, зарегульованість митних процедур, підвищення пропускну здатності портів тощо. Вирішення таких проблем перебуває у компетенції центральних органів влади, тому необхідно надавати пропозиції щодо їх вирішення.

Крім того, для просування експорту товарів і послуг недостатнім є використання можливостей українських дипломатичних представництв закордоном та економічних місій іноземних країн в Україні. Об'єднання експортерів спільно з місцевою владою мають напрацювати відповідні звернення щодо сприяння експорту, в тому числі щодо залучення до віртуальних і реальних бізнес-місій.

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

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

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

Також слід запровадити проведення тематичних семінарів серед зацікавлених МСП щодо започаткування бізнесу, зовнішньоекономічної діяльності МСП, митних процедур, оподаткування, сертифікації тощо.

3.2 Надання послуг для інтернаціоналізації бізнесу

Сприяння інтернаціоналізації бізнесу, залучення місцевих компаній до глобальних виробничо-збутових ланцюжків полягає в нівелюванні низки перелон, притаманних не лише вітчизняним МСП, але й багатьом зарубіжним МСП.

Значними перешкодами для інтернаціоналізації МСП є складність доступу до кредитування, відсутність економії на масштабі, інформаційна асиметрія, нестача висококваліфікованих кадрів, обмежене використання електронних сервісів.

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

Тому формування та надання послуг спрямовано на забезпечення доступу до фінансових ресурсів, подолання нетарифних бар'єрів, зростання спроможності МСП щодо пошуку бізнес-партнерів, підготовку кваліфікованих кадрів.

Обмеженість доступу і висока вартість кредитних ресурсів для МСП є значними перепонами для розвитку експортної діяльності, та вимагають упровадження нових підходів до пошуку ресурсів. Крім того, враховуючи необхідність ефективного і відповідального використання ресурсів, найбільш прийнятним є формування механізму спільного фінансування експортних проектів власне МСП, міжнародними проектами та міською владою.

На сьогодні в Україні функціонує велика кількість міжнародних проектів, діяльність яких спрямована на забезпечення сталого розвитку, в т.ч. зайнятості, збільшення спроможності МСП, інновацій, «зеленого» бізнесу, започаткування бізнесу жінками, ВПО, молоддю. Одним з напрямів діяльності таких проектів є співфінансування.

Серед таких проектів COSME, Horizon 2020, Western NIS Enterprise Fund, GIZ тощо.

Вбачається важливим залучення МСП міста до участі у проекті ЄС "Підвищення конкурентоспроможності малого та середнього бізнесу (COSME)" з бюджетом для всіх країн на період 2014-2020 роки в розмірі 2,3 млрд. євро. Співфінансування здійснюється за такими напрямками: полегшення виходу на зовнішні ринки; поліпшення умов для конкурентоспроможності; формування культури ведення бізнесу. Програма наукових досліджень та інновацій ЄС Horizon 2020 (80 млрд. євро має 2014-2020 роки для всіх країн). Програма націлена на здійснення інновацій та винаходів, в тому числі шляхом трансферу нових технологій з лабораторій на ринок. Western NIS Enterprise Fund (WNISEF) – фонд із капіталом у розмірі 150 мільйонів доларів США, що інвестує у підприємства малого та середнього бізнесу в Україні та Молдові.

Додатковим способом стимулювання експортної діяльності може бути часткове відшкодування відсотків за кредитами під окремі експортні проекти, при чому також відбуватиметься конкурсний відбір.

З метою залучення іноземних інвесторів, у тому числі з міст-побратимів, міською владою також доцільно надавати подібні репутаційні гарантії компаніям-експортерам з числа МСП.

Суттєвою перепорою на шляху до зовнішніх ринків є необізнаність МСП щодо визнання відповідності якості продукції закордонним стандартам. Для нівелювання цієї проблеми слід провести ознайомлення щодо загальних вимог квотування, ліцензування, відповідності стандартам при здійсненні ЗЕД як шляхом проведення очних семінарів, так і через поширення інформації на веб-порталі. Для якомога швидшого включення місцевих МСП в міжнародну торгівлю доцільно на засадах державно-приватного партнерства здійснити сертифікацію продукції та системи управління якістю окремих компаній, обраних за конкурсом. У зв'язку з тим, що найбільшим торговельним партнером є ЄС, а також зважаючи на високу купівельну спроможність, варто підтвердити відповідність якості продукції стандартам ЄС.

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

Доцільним є сприяння у проведенні дослідження закордонного ринку для обраних компаній на конкурсній основі на засадах співфінансування із залученням місцевих ВНЗ, а також розробка стратегій виходу на зовнішній ринок.

Нагальним є створення та просування сайтів, використання соціальних мереж для рекламування продукції місцевих МСП.

Важливим аспектом просування місцевого експорту є здійснення цільових бізнес-місій до міст-партнерів за участю МСП щодо включення до ВЗЛ, підвищення інноваційності,

Проект Програми просування продукції міста Кременчук на зовнішні ринки станом на 07 червня 2017 р. енергоефективності бізнесу. Цей формат має переваги у тому, що присутність представників влади з обох боків може знизити сприйняття ризику співпраці.

Широко розповсюдженням закордонним способом стимулювання експорту є відшкодування частини витрат МСП від участі у виставкових заходах, а також організаційна допомога для участі.

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

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

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

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

3.3 Популяризація підприємливості та підприємництва

Розвиток підприємливості як базової навички успішно започатковувати та здійснювати підприємницьку діяльність потребує особливої уваги з боку місцевої влади, особливо в умовах просування продукції міста на зовнішні ринки.

Тривале застосування засад планової економіки на великих підприємствах міста є не зовсім сприятливим підґрунтям для розвитку не лише експортної діяльності, але й підвищенню продуктивності, впровадженню інновацій, «зеленого» бізнесу. Тому важливою складовою поступального розвитку експорту в місті є формування позитивного ділового образу підприємця шляхом популяризації історій успіху експортноорієнтованих, інноваційних, енергоефективних МСП, в т.ч. через електронні та друковані місцеві ЗМІ, зовнішню рекламу.

Широкий доступ до джерел інформації щодо започаткування експортної діяльності, в т.ч. завдяки використанню он-лайн ресурсу, сприятиме привабливості експортної діяльності як такої.

І соціально, й економічно значущим є включення якомога ширшого кола мешканців міста до здійснення підприємницької діяльності, зокрема жінок, ВПО, ветеранів АТО, молоді.

Варто змістити акценти викладання економічних дисциплін у ВНЗ шляхом посилення практичного компоненту, організації зустрічей з МСП, що мають успішний досвід експорту, інновацій, енергоефективності, а також представниками державних органів, що регулюють ЗЕД.

Стратегічно важливим для формування когорти молодих підприємців є розвиток зацікавленості учнівської молоді до ЗЕД шляхом ознайомлення з успішними практиками на уроках економіки.

Важливим етапом популяризації інклюзивного розвитку експортної діяльності має стати поширення інформації про позитивні результати, досягнуті МСП, що брали участь у цій програмі, в т.ч. жінок, ВПО, ветеранів АТО, молоді.

4. ПЛАН ДІЙ Операційна шість	Заходи/ Проекти	Терми реалізації	Фінансування з місцевого бюджету (тис. грн.)					Виконавець/ Партнери	Індикатори виконання
			2017	2018	2019	2020	2021		
Визначення перспективних експортноорієнтованих галузей	Проведення аудиту експортноорієнтованих галузей	2017-2018						МВК, КП "Кременчук Інвест", ініціативна група з числа МСП, проект ПРОМІС	Звіт щодо залучення МСП до ЗЕД
	Визначення експортної готовності міста	2017-2018						МВК, КП "Кременчук Інвест", управління розвитку підприємства, торгівлі, побуту та регуляторної політики, ініціативна група з числа МСП, проект ПРОМІС	2-3 розроблені галузеві стратегії
Запровадження ефективного діалогу влади і бізнесу щодо розвитку експорту	Створення об'єднання малих експортерів	2017-2018						КП "Кременчук Інвест", Управління економіки, Управління розвитку підприємства, торгівлі, побуту та регуляторної політики, ініціативна група з числа МСП, МВК, проект ПРОМІС	Створення об'єднання експортерів
Інституціоналізація місцевого регулювання експорту	Створення міжвідомчої комісії з питань розвитку експорту при міській раді	2017						МВК, КП "Кременчук Інвест", органи ДФС (митниця і податкова інспекція), органи санітарно-епідеміологічного, ветеринарно-санітарного, фітосанітарного, екологічного, радіологічного	Створення міжвідомчої комісії

Розширення економічних партнерств між бізнесом	Конфіденційний моніторинг наявних проблем МСП при здійсненні експорту, надправлення пропозицій щодо їх усунення	2017-2021	1,5	1,5	1,5	1,5	МВК, КП "Кременчук Інвест", об'єднання експортерів, МСП, міжвідомча комісія проект ПРОМІС	Проведення нарад для необхідності до розширення між. ринку
	Організація до «Скритих» зустрічей	2017-2021	0,5	0,5	0,5	0,5	МВК, КП "Кременчук Інвест", об'єднання експортерів, МСП	Проведення семінарів не менше ніж 1 раз на тиждень
	Проведення роз'яснювальних семінарів для суб'єктів господарювання, проведення конгресу повноти та своєчасності сплати податків та інших обов'язкових платежів							
	Здійснення цільових бізнес-місій до місц. партнерів з метою ознайомлення з можливостями і потребами бізнесу, укладення попередніх угод про співпрацю	2018-2019	50,0	30,0	30,0		МВК, КП "Кременчук Інвест", Управління розвитку підприємства	2 show toots
	Сприяння відкриттю дистрибуційних центрів (show toots) в містах-побратимках для							

розширення продукції МСП Кременчука	Розробка презентації експортного потенціалу міста	2017-2021	15,0	15,0	15,0	15,0	МВК, КП "Кременчук Інвест", об'єднання експортерів, МСП	Розробка та поширення каталогу продукції МСП
	Організація щорічних бізнес-вистав	2017-2021	20,0	20,0	20,0	20,0	МВК, КП "Кременчук Інвест", об'єднання експортерів, МСП	3-4 місяці на рік, 2-3 учасники
	Організація міжнародних виставок експортних можливостей міста «Кременчук інвест» та експорт»	2019		40,0			МВК, КП "Кременчук Інвест", об'єднання експортерів, МСП	Проведення виставки
	Укладення угод з громадами-побратимками щодо просування експорту	2019-2021	20,0	30,0	20,0	20,0	МВК, КП "Кременчук Інвест", об'єднання експортерів, МСП, проект ПРОМІС	1-2 угоди
розширення продукції МСП Кременчука	Організація проведення форуму «Бізнес-тематичне» Проведення щорічного форуму Кременчуцького бізнесу (до Дня підприємця)	2018-2021	2,0	2,0	2,0	2,0	МВК, КП "Кременчук Інвест", об'єднання експортерів, МСП, проект ПРОМІС	Проведений форум
	Організація тренінгів щодо участі МСП в міжнародних тендерах	2017-2021	1,0	1,0	1,0	1,0	МВК, КП "Кременчук Інвест", об'єднання експортерів, МСП	Результати опитування щодо

Абсолютный прирост доходов от валютных операций и поддержки экспорта	Проведения онлайн-опитушки экспортеров щодо проблемних питань при здійсненні експорту	2018-2021	0,5	0,5	0,5	0,5	проект ПРОМІС МВК КН "Кримський Інвест" об'єднання експортерів МСП міжвідомча комісія проект ПРОМІС	об'єднання: Проведення парад і разна широкі, укладання результатів
	Презентація місцевих експортерів на міжнародних ринках	2018-2021	5,0	5,0	5,0	5,0	МВК КН "Кримський Інвест" об'єднання експортерів МСП	Не менше ніж 1 презентація широкі
	Розробка портфоліо карт для експортерів-початківців	2017-2018	-	-	-	-	МВК КН "Кримський Інвест" міжвідомча комісія проект ПРОМІС	Напрацювання карт
	Створення довгострокової бази даних експортерів	2018	10,0	1,0	3,0	3,0	МВК КН "Кримський Інвест" об'єднання експортерів міжвідомча комісія проект ПРОМІС	Фундаментальна база даних ресурсів
	Проведення тематичних семінарів щодо наповнення МСП питань промисловості, охорони праці, сертифікації	2017-2021	-	-	-	-	МВК КН "Кримський Інвест" органи ДФС (митниця), податкова інспекція, органи санітарно-епідеміологічного, ветеринарно-санітарного, фітосанітарного, екологічного контролю, об'єднання експортерів МСП органи підтримки бізнесу ЕНД, проект ПРОМІС	Проведення 1 раз на широкі відповідних семінарів

Стратегічна ціль 2: Надання послуг для інтернаціоналізації бізнесу									
Забезпечення доступу до фінансових ресурсів	Організація проведення зустрічей щодо можливостей проектів міжнародного фінансування членів МСП	2018-2021					МВК КН "Кримський Інвест" об'єднання експортерів МСП проект ПРОМІС міжвідомча комісія	Проведення 1 зустрічі поквартально, 2 практичних поквартально	
	Надання допомоги МСП для знаходження контрагентів і складання графіку експортних операцій	2019-2021					МВК КН "Кримський Інвест" об'єднання експортерів МСП проект ПРОМІС міжвідомча комісія	Графік для 3 експортних бізнес-планів	
Сприяння підключенню підприємств до ринку	Проведення семінарів щодо комунікації з партнерами, виходу на міжнародні ринки свого виробництва, надання послуг стандартам при здійсненні ВД	2018-2021	2,0	2,0	2,0	2,0	МВК КН "Кримський Інвест" ЕНД	Проведення 1 раз на широкі відповідних семінарів	
	Організація проведення тренінгів «Перші кроки експортера бізнесу»	2018-2021	5,0	5,0	5,0	5,0	МВК КН "Кримський Інвест" ЕНД	Проведення 1 раз на широкі відповідних семінарів	
Конкурсна сертифікація	Проведення конкурсів між малими та середніми підприємствами Криму на сертифікацію продукції	2019-2021		10,0	10,0	10,0	МВК КН "Кримський Інвест" об'єднання експортерів МСП екстерній орган сертифікації проект ПРОМІС	Проведення сертифікації продукції 3 компаній	

Конкурс на сертифікацію

Будівництво спроможності МСП щодо покращення бізнес-інтерну	Проведення конкурсів між майданими та середніми підприємствами на сертифікацію системи управління якістю компанії Кременчука	2019-2021	10,0	10,0	10,0	МВК, КІП «Кременчук Інвест», об'єднання експортерів, МСП, європейський орган сертифікації, проект ПРОМІС	Проведення сертифікації СУЯЗ компанії
	Організація системи консульгаційної підтримки підприємств	2018-2021	2,0	2,0	2,0	МВК, КІП «Кременчук Інвест», ППІІ, проект ПРОМІС	Проведення 3-х раундів інформаційно-консультаційних семінарів
Розвиток кадрових ресурсів МСП	Організація проведення дослідження діяльності господарного ринку	2019-2021				МВК, КІП «Кременчук Інвест», МСП, ППІІ, проект ПРОМІС	Проведення дослідження для 3-х раундів МСП
	Навчання пацієнтів експортерів	2018-2021				МВК, КІП «Кременчук Інвест», об'єднання експортерів, освітня діяльність, міждержавні зв'язки	Проведення тренінгів щоквартально
Популяризація серед широких кіл	Стратегічна ціль 3: Популяризація підприємств та ЗЕД серед потенційних МСП						
	Історія експортного успіху	2019-2021	5,0	5,0	5,0	МВК, КІП «Кременчук Інвест», об'єднання експортерів, ЗМІ	Публікації в ЗМІ щомісяця
	Посилення зацікавленості уніфікованими методами до ЗЕД. Ознайомлення з успішними практиками на зовнішніх економічних	2017-2021					Проведення тематичних лекцій щоквартально
ВСЬОГО			134,5	142,5	142,5	102,5	522,0

21

5. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ МСП

5.1 Координація діяльності у рамках Програми

Координація виконання плану дій покладається на КІП «Кременчук Інвест» та виконавчі органи міської ради.

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

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

5.2 Моніторинг та оцінка виконання

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

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

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

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

Звітні дані про хід виконання Програми

Індикатор		Періодичність		
		Базис	Цілі	План
Індикатор 1	Базове значення (базис), за наявності			
	Цільове значення (план)			
	Досягнуте значення (факт)			
	Відхилення, +/-, факт від плану			
Індикатор...	Відхилення, +/-, факт від бази			

Для забезпечення ефективної реалізації програми розвитку експорту КІП «Кременчук Інвест» здійснюватиме щоквартальний моніторинг її виконання.

Проект Програми просування продукції міста Кременчук на зовнішні ринки станом на 07 червня 2017 р.

З метою визначення ступеня досягнення цілей КНП «Кременчук Інвест» готуватиме щоквартальні звіти про хід реалізації, щороку здійснюватиметься опитування МСП щодо умов ведення експортної діяльності, у тому числі за допомогою можливостей веб-порталу та соціальних мереж. Результати моніторингу мають бути представлені на засіданні міжвідомчої комісії.

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

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

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

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

Остаточна оцінка проводиться після завершення програми для того, щоб визначити, наскільки вдалося досягти поставлених цілей. Підсумкова оцінка по своїй суті є вихідними даними для розробки наступної програми розвитку експорту МСП у місті.