

1. Титульний аркуш

Назва проекту регіонального розвитку	«Обирай місце» - система підтримки виробників регіону «центр-захід»
Регіони, території або міста, що отримають вигоду від реалізації проекту	<i>Міста Хмельницький, Львів, Вінниця, Івано-Франківськ, Кам'янець-Подільський, Кропивницький, Луцьк, Полтава, Тернопіль, Ужгород, Черкаси, Чернівці та відповідні області</i>
Ініціатор проекту	<i>Хмельницька обласна державна адміністрація, 29005, Хмельницька область, м. Хмельницький, майдан Незалежності, Будинок Рад, код згідно з ЄДРПОУ 22985083</i>
Замовник проекту	<i>Департамент економічного розвитку, промисловості та інфраструктури Хмельницької обласної державної адміністрації 29005, Хмельницька область, м. Хмельницький, майдан Незалежності, Будинок Рад, код згідно з ЄДРПОУ 39924423</i>
Номер заяви про участь у конкурсному відборі проектів	

Контактна інформація

Ініціатор проекту	<i>Хмельницька обласна державна адміністрація, 29005, Хмельницька область, м. Хмельницький, майдан Незалежності, Будинок Рад, тел.: +38 (0382) 76-50-24, факс: +38 (0382) 76-51-72, електронна пошта: regadm@adm-kt.gov.ua, адреса веб-сайту: www.adm-kt.gov.ua, код згідно з ЄДРПОУ 22985083</i>
Керівник ініціатора проекту	<i>Корнійчук Олександр Олександрович, голова Хмельницької обласної державної адміністрації</i>
Замовник проекту	<i>Департамент економічного розвитку, промисловості та інфраструктури Хмельницької обласної державної адміністрації 29005, Хмельницька область, м. Хмельницький, майдан Незалежності, Будинок Рад, тел. +38(0382)76-51-52, факс +38(0382)79-53-42, електронна пошта: kht_econ@adm-kt.gov.ua, адреса веб-сайту: http://www.adm-kt.gov.ua, код згідно з ЄДРПОУ 39924423</i>
Керівник замовника проекту	<i>Гриневич Юрій Валентинович, директор Департаменту економічного розвитку, промисловості та інфраструктури Хмельницької обласної державної адміністрації</i>
Особа, відповідальна за проект	<i>Дідух Ірина Михайлівна, заступник директора Департаменту – начальник управління економічного розвитку Департаменту економічного розвитку, промисловості та інфраструктури Хмельницької обласної державної адміністрації, тел. +38(0382) 76-50- 97, факс +38(0382)79-53-42, електронна пошта: kht_econ@adm-kt.gov.ua</i>

I. Анотація проекту «Обирай місцеве» – система підтримки виробників регіону «центр-захід».

Зміст проекту полягає в об'єднанні зусиль органів місцевого самоврядування регіону «центр-захід» у підтримці місцевих виробників з метою створення умов для динамічного та збалансованого розвитку територій, підвищення їх конкурентоспроможності, а також формування позитивного іміджу серед різних цільових аудиторій. Прецедент об'єднання органів місцевого самоврядування регіону «центр-захід» для синергії зусиль підтримки локальних виробництв має надихнути інших на співпрацю заради економічного розвитку.

Ідея такої співпраці виникла у Хмельницької міської ради. Цю ініціативу радо підтримали 11 міських рад регіону «центр-захід»: Вінницька, Івано-Франківська, Кам'янець-Подільська, Кіровоградська, Луцька, Львівська, Полтавська, Тернопільська, Ужгородська, Черкаська, Чернівецька (листи підтримки додаються). Ці міські ради визначені основними партнерами, однак інші органи місцевого самоврядування зазначеного регіону зможуть приєднатися до проекту для просування продукції своїх виробників під спільним брендом.

Проведений аналіз поточної ситуації, а також результати SWOT-аналізу, підтвердили неабиякі резерви збільшення обсягів реалізованої продукції суб'єктів господарювання зазначеного регіону, в тому числі їх експортних поставок. Їх ефективне використання вбачається шляхом економічної інтеграції регіонів групи «центр-захід» через підтримку місцевих виробників, що є **загальною ціллю** проекту. **Конкретними цілями** визначено ідентифікацію, пізнаваність та споживчу лояльність до бренду виробників регіону «центр-захід», вихід місцевих виробників на нові ринки, в тому числі міст-партнерів, створення інформаційної системи підтримки місцевих виробників, формування позитивного іміджу регіону «центр-захід».

Проект відповідає завданням **Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року**, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 06 серпня 2014 року №385, та плану заходів на 2015-2017 роки з реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 07 жовтня 2015 року № 821, зокрема щодо підтримки інтегруючої ролі міст як центрів економічного та соціального розвитку.

Проектом передбачається проведення дослідження ринку та споживчої поведінки у містах-партнерах, брендування місцевих виробників, розробка та реалізація маркетингової стратегії, формування бази даних підприємств – учасників проекту та системи мотивації участі закладів торгівлі у проекті, робота з закладами торгівлі міст – учасників для розміщення промоматеріалів та цінників-індикаторів товарів місцевих виробників, проведення форумів місцевих виробників у кожному з міст-партнерів із залученням усієї групи виробників регіону «центр-захід», формування, оновлення і поширення каталогу підприємств місцевих виробників, представлення місцевих виробників на міжнародних та національних ярмарково-виставкових заходах, створення інформаційного порталу (з мобільним додатком), проведення промо-кампанії результатів проекту.

Очікуваними **результатами** впровадження проекту є створення системи позиціонування та просування продукції місцевих виробників, збільшення частки регіональної економіки, орієнтованої на український ринок, створення інформаційного порталу – віртуальної виставки місцевих виробників, удосконалення механізму зворотного зв'язку бізнесу та органів місцевого самоврядування, підвищення рівня привабливості регіону «центр-захід» для потенційних споживачів, партнерів, інвесторів та іншої цільової аудиторії.

Бюджетна ефективність проекту пов'язана з нарощенням обсягів реалізованої продукції суб'єктів господарювання (збільшення надходжень єдиного податку, акцизного податку), розширенням виробництв та роздрібних мереж (зростання надходжень від податку на доходи фізичних осіб, плати за землю). В середньому, в результаті впровадження проекту, очікується зростання надходжень до бюджетів міст – партнерів на рівні 10-20%.

Іншими економічними вигодами виступають: підвищення конкурентоспроможності місцевих виробників внаслідок зростання попиту на їх продукцію; розширення сегменту

споживачів та ринків збуту продукції місцевих виробників; нарощування їх обсягів виробництва та експорту у середньому на 20%; покращення якості маркетингу продукції та доступності продукції локального виробництва споживачам регіону «центр-захід»; створення нових робочих місць.

Важливим аспектом проекту є створення нових коопераційних зв'язків між регіонами, їх економічна інтеграція, зменшення асиметрії розвитку окремих територій в межах регіону «центр-захід». Крім того, проектом передбачено просування позитивного досвіду економічної інтеграції регіону «центр-захід» у інших регіонах України.

Цільовими групами проекту є населення, місцеві виробники та заклади торгівлі регіону «центр-захід», виробники інших областей, а також імпортери, представлені у закладах торгівлі міст, органи місцевого самоврядування регіону «центр-захід» та України в цілому.

Кінцевими бенефіціарами проекту виступають замовник та 12 міських рад – партнерів (отримання додаткового фінансового ресурсу для підтримки місцевого бізнесу) та місцеві виробники (промоція товарів на нові внутрішні та зовнішні ринки).

Загальна оціночна вартість проекту складає 46 млн. грн., що співпадає з обсягом державного фінансування, необхідного для його реалізації.

Фінансова сталість результатів проекту забезпечуватиметься розвитком налагодженого протягом його реалізації співробітництва міських рад – партнерів у напрямку підтримки місцевих виробників.

Вже сьогодні міські ради – партнери проекту розуміють важливість сталості результатів проекту та готові до виділення подальшого фінансування з міських бюджетів для її забезпечення. Для прикладу, Хмельницька міська рада навіть зараз передбачає фінансування заходів Програми сприяння та розвитку підприємництва міста Хмельницького на 2017-2018 роки, спрямованих на підтримку місцевих товаровиробників, у сумі 100,0 тис. грн. на 2017 рік та 200,0 тис. грн. на 2018 рік. Успішне впровадження проекту «Обирай місцеве» дозволить спрямувати цей фінансовий ресурс на підтримку сталості результатів проекту та розглянути можливість його збільшення.

Порядок, механізм та фінансова участь міських рад – партнерів проекту після завершення державної фінансової підтримки обумовлюються у Меморандумі про співробітництво, який підписується на початку реалізації проекту.

Крім того, задіяні протягом реалізації проекту місцеві виробники і заклади торгівлі, оцінивши синергійний ефект попередньої співпраці, здійснюватимуть подальшу промоцію створеного бренду, залучаючи нових учасників.

II. Опис проекту

2.1. Актуальність проекту

В умовах зовнішньої агресії та внутрішніх викликів питання єдності українського простору має неабияку значимість. Очевидною стає нагальність інтеграції регіонів, зокрема економічної, та формування на всьому українському просторі умов для міжрегіональної єдності та загальноукраїнської солідарності.

Цей проект покликаний стати успішним прикладом об'єднання органів місцевого самоврядування регіону «центр-захід» з метою створення умов для динамічного та збалансованого розвитку територій, підвищення їх конкурентоспроможності, а також формування позитивного іміджу серед різних цільових аудиторій. Прецедент об'єднання органів місцевого самоврядування регіону «центр-захід» для синергії зусиль підтримки місцевих виробників має надихнути інших на співпрацю заради економічного розвитку.

Географією проекту обрано регіон «центр-захід», тому заходи проекту охоплять Вінницьку, Волинську, Закарпатську, Івано-Франківську, Кіровоградську, Львівську, Полтавську, Тернопільську, Хмельницьку, Черкаську, Чернівецьку області та їх обласні центри, а також місто Кам'янець-Подільський. Ці обласні центри та місто Кам'янець-Подільський визначені основними партнерами, однак інші органи місцевого самоврядування зазначеного регіону зможуть приєднатися до проекту для просування продукції своїх виробників під спільним брендом.

Отже, за даними Державної служби статистики України, валовий регіональний продукт зазначених областей у 2015 році складає 532462 млн. грн., або 26,8% загальноукраїнського показника, проти 408813 млн. грн. (25,8%) у 2014 році.

У 2015 році загальна кількість підприємств регіону «центр-захід» становила 89987 одиниць або більше чверті підприємств України. У структурі підприємств найбільшу частку займають малі – 95,3% (85742 одиниці), на середні припадає 4,6% (4159 одиниць), на великі – 0,1% (86 одиниць). У цьому регіоні зосереджено 36,7% фізичних осіб-підприємців України (597747 осіб). Порівняно з 2014 роком спостерігалася незначна позитивна динаміка збільшення кількості підприємств на 0,6% та фізичних осіб-підприємців – на 3,2%. У регіоні «центр-захід» зайнято 27,4% працівників суб'єктів господарювання України або 2279,9 тис. осіб.

Разом з тим, співставляючи ці показники з показником обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання зазначеного регіону у 2015 році, знаходимо неабиякі резерви та об'єктивну необхідність його підвищення, адже він складає лише 19,3% загальноукраїнського значення або 1105182,0 млн. грн., в тому числі 967345,7 млн. грн. підприємств та 137836,3 млн. грн. фізичних осіб-підприємців регіону.

Вбачаються і резерви підвищення зовнішньоекономічного потенціалу, оскільки обсяг експорту товарів регіону «центр-захід» у 2015 році склав лише 19,1% або 7,3 млрд. дол. США.

З метою визначення внутрішніх (сильні та слабкі сторони) та зовнішніх (сприятливі можливості та загрози) чинників, що впливають на реалізацію продукції місцевих виробників регіону «центр-захід», проведено SWOT-аналіз. Більш ретельні дослідження ринку і споживчої поведінки будуть проведені у рамках проекту за допомогою залучених експертів, а їх результати будуть базою для прогнозування реакції ринку на впровадження проекту, а також ефективного планування заходів проекту.

Проведений аналіз поточної ситуації вказав на недостатні обсяги реалізованої продукції суб'єктів господарювання регіону «центр-захід», в тому числі закордон. Це відкриває широкі можливості для розв'язання проблеми з боку органів місцевого самоврядування через впровадження системи підтримки місцевих виробників, основні елементи якої впливають із комплексу стратегічних дій, сформованих у ході SWOT-аналізу.

Можливості (O)	Загрози (T)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність грантової допомоги. 2. Вироблення дієвого механізму для співпраці місцевих виробників та закладів торгівлі. 3. Запровадження нових підходів до промоції місцевих виробників. 4. Розширення експортно-імпортних відносин з ЄС, використання механізмів СОТ з метою усунення торговельних бар'єрів для українських товарів і послуг. 5. Приведення рівня обслуговування споживачів до Європейських стандартів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поглиблення рецесії в економіці та зростання інфляційних процесів. 2. Відсутність послідовної грошово-кредитної політики та державних фінансових ресурсів для запровадження пільгових механізмів фінансової підтримки. 3. Наявність адміністративних бар'єрів для ведення бізнесу та відсутність стимулів його розвитку. 4. Законодавче обмеження можливостей міських рад надавати додаткові пільги для підтримки суб'єктів підприємництва. 5. Відсутність державної Стратегії підтримки місцевих виробників. 	
<p align="center">Сильні сторони (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поступовий розвиток підприємництва в регіоні. 2. Наявність промислових підприємств різних галузей. 3. Наявність наукового потенціалу. 4. Велика кількість торговельних площ (у т.ч. на ринках). 5. Прагнення органів місцевого самоврядування до співпраці з бізнесом. 	<p align="center">Стратегічні дії</p> <p>S1S201 Сформувати базу даних та залучити місцевих виробників до участі у проекті.</p> <p>S1S2010304 Провести форуми місцевих виробників. Сформувати і поширювати каталог їх продукції.</p> <p>S1S301 Залучити грантову допомогу на впровадження інноваційних підходів та технологій.</p> <p>S405 Модернізувати ринкову інфраструктуру.</p> <p>S501 Сформувати механізми економічної взаємодії та партнерства між органами місцевого самоврядування і місцевими виробниками.</p>	<p align="center">Стратегічні дії</p> <p>S1S2T1T2T3 Розробити та запровадити систему преференцій місцевим виробникам.</p> <p>S1S2T4 Співпрацювати з Антимонопольним комітетом України для погодження та трактування державної допомоги місцевим виробникам як незначної.</p> <p>S5T5 Створити прецедент та успішний пілотний проект як базис державної Стратегії підтримки місцевих виробників.</p>
<p align="center">Слабкі сторони (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність належного зв'язку між виробниками продукції та закладами торгівлі. 2. Низький рівень співпраці влади і бізнесу та міжпідприємницького співробітництва. 3. Низький рівень експортної спроможності та орієнтації бізнесу. 4. Недостатній рівень освіти з питань сучасних методів і форм організації інноваційного бізнесу. 5. Відсутність системи 	<p align="center">Стратегічні дії</p> <p>W102 Сформувати та впровадити систему мотивації участі закладів торгівлі у проекті.</p> <p>W201 Налагодити конструктивну співпрацю представників влади і бізнесу.</p> <p>W303 Представляти місцевих виробників на міжнародних виставково-ярмаркових заходах.</p> <p>W304 Сприяти виходу підприємств на міжнародний рівень та підвищувати їх експортний потенціал.</p> <p>W401 Сприяти професійному росту кадрів.</p> <p>W501 Брендувати місцевих виробників. Розробити та впроваджувати маркетингову стратегію.</p>	<p align="center">Стратегічні дії</p> <p>W1W2W4T2T4 Надавати непряму фінансову підтримку суб'єктам підприємництва у рамках проекту.</p> <p>W2W5T3 Створити інформаційний портал для промоції місцевих виробників та забезпечення зворотного зв'язку влади та бізнесу.</p> <p>W6T5 Популяризувати ідеї підприємництва та впровадити систему комплексного інформаційно-консультативного забезпечення суб'єктів підприємництва.</p>

маркетингу та промоції місцевих виробників.		
б. Наявність зайнятості.	тіньової	

Відсутність будь-яких дій, спрямованих на розв'язання зазначеної проблеми, не покращить стану розвитку підприємництва в цілому, однак поглибить недовіру бізнесу до влади, а також знизить шанси регіону «центр-захід» на перемогу у конкурентній боротьбі.

Проект відповідає завданням Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 06 серпня 2014 року №385, та плану заходів на 2015-2017 роки з реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 07 жовтня 2015 року № 821, зокрема щодо підтримки інтегруючої ролі міст як центрів економічного та соціального розвитку.

Певний досвід підготовки подібних проектів має Департамент економічного розвитку промисловості та інфраструктури Хмельницької обласної державної адміністрації. Зокрема, у 2015 році було започатковано проект «Купуй товари Хмельниччини», метою якого є підтримка та розвиток місцевого виробника, насичення ринку області товарами належної якості за доступними цінами, привернення уваги споживачів до продукції місцевого виробництва. Проект передбачає виділення (окремі цінники) продукції місцевих товаровиробників (учасників проекту) у закладах торгівлі, поширення інформації про проект у ЗМІ, налагодження співпраці місцевих товаровиробників та операторів торговельної мережі. Разом з тим, в зв'язку з обмеженістю фінансових ресурсів на реалізацію проекту, до нього долучилася досить обмежена кількість учасників – 5 торговельних мереж та 4 місцевих виробники. Збільшення географічного охоплення проекту, системність підготовки та реалізації, його ширше виконання, орієнтація в тому числі на зовнішні ринки, а також належне фінансування, дозволять досягти значно масштабніших результатів для регіону «центр-захід».

Грунтовніший досвід реалізації системи заходів з підтримки місцевих виробників має Львівська міська рада. Маркетингова стратегія «Купуй Львівське» вдало стартувала ще у 2009 році. Керівництво Львівської міської ради надало згоду всебічної підтримки імплементації подібного досвіду на рівні регіону «центр-захід».

Цільовими групами проекту виступають:

- місцеві виробники, щодо яких будуть застосовані нові практики підтримки їх діяльності, що, в свою чергу, дозволить підвищити їх конкурентоздатність, збільшити обсяги виробництва продукції, розширити ринки збуту та підсилити іміджеву складову. До участі у проекті допускаються товаровиробники регіону «центр-захід»;

- заклади торгівлі регіону, вплив на яких буде здійснено через залучення до співпраці із місцевими виробниками, застосовуючи мотиваційні важелі. Станом на 1 січня 2016 року кількість підприємств роздрібною торгівлі у регіоні «центр-захід» склала 3243 одиниці, у тому числі, що торгують переважно продовольчими товарами 1865 одиниць (відповідно 333 та 1532 у спеціалізованих та неспеціалізованих магазинах), непродовольчими товарами – 1360 одиниць (відповідно 1245 та 115 у спеціалізованих та неспеціалізованих магазинах), з лотків і на ринках – 5 та поза магазинами – 13. Партнерами проекту буде прикладено максимум зусиль для якомога повнішого охоплення зазначених торговельних підприємств в ході реалізації проекту;

- населення регіону – безпосередні споживачі продукції, які завдяки покращенню системи маркетингу та промоції місцевих виробників відкриють для себе нові товари та матимуть змогу підтримати розвиток регіону, висловивши лояльність до бренду. Станом на 1 липня 2017 року чисельність наявного населення регіону «центр-захід» становила 14635240 осіб (майже 35% населення України). Ціллю проекту є досягнення максимальної взаємодії з цією цільовою аудиторією задля формування споживчої лояльності до бренду місцевого виробника;

- виробники інших регіонів, а також імпортери, представлені у закладах торгівлі міст, перед якими постануть певні загрози звуження ринків збуту;

- органи місцевого самоврядування, вплив на які буде здійснено або через впровадження нових практик роботи з бізнесом (для регіону «центр-захід»), або через надання нових знань для подальшої імплементації позитивного досвіду (для інших регіонів України).

Кінцевими бенефіціарами проекту виступають замовник та 12 міських рад – партнерів (отримання додаткового фінансового ресурсу для підтримки місцевого бізнесу) та місцеві виробники (промоція товарів на нові внутрішні та зовнішні ринки).

Бюджетна ефективність проекту пов'язана з нарощенням обсягів реалізованої продукції суб'єктів господарювання (збільшення надходжень єдиного податку, акцизного податку), розширенням виробництв та роздрібних мереж (зростання надходжень від податку на доходи фізичних осіб, плати за землю). В середньому, в результаті впровадження проекту, очікується зростання надходжень до бюджетів міст – партнерів на рівні 10-20%.

Іншими економічними вигодами виступають: підвищення конкурентоспроможності місцевих виробників внаслідок зростання попиту на їх продукцію; розширення сегменту споживачів та ринків збуту продукції місцевих виробників; нарощування їх обсягів виробництва та експорту у середньому на 20%; покращення якості маркетингу продукції та доступності продукції локального виробництва споживачам регіону «центр-захід»; створення нових робочих місць.

Важливим аспектом проекту є створення нових коопераційних зв'язків між регіонами, їх економічна інтеграція, зменшення асиметрії розвитку окремих територій в межах регіону «центр-захід». Крім того, проектом передбачено просування позитивного досвіду економічної інтеграції регіону «центр-захід» у інших регіонах України.

2.2. Цілі та результати проекту

Загальна ціль. Сприяння економічній інтеграції регіонів групи «центр-захід» через підтримку місцевих виробників.

Конкретна ціль 1. Ідентифікація, пізнаваність та споживча лояльність до бренду виробників регіону «центр-захід».

Результат 1.1. Створено систему позиціонування та просування продукції місцевих виробників.

Конкретна ціль 2. Вихід місцевих виробників на нові ринки, в тому числі міст-партнерів.

Результат 2.1. Збільшено частку регіональної економіки, орієнтованої на український ринок.

Конкретна ціль 3. Створення інформаційної системи підтримки місцевих виробників.

Результат 3.1. Створено інформаційний портал – віртуальну виставку місцевих виробників.

Результат 3.2. Удосконалено механізм зворотного зв'язку бізнесу та органів місцевого самоврядування.

Конкретна ціль 4. Формування позитивного іміджу регіону «центр-захід».

Результат 4.1. Підвищено рівень привабливості регіону «центр-захід» для потенційних споживачів, партнерів, інвесторів та іншої цільової аудиторії.

2.3. Детальний опис діяльності за проектом

Результат 1.1	Створено систему позиціонування та просування продукції місцевих виробників
Вид діяльності 1.1.1	Провести дослідження ринку та споживчої поведінки у містах-партнерах
Орієнтовна тривалість	3 місяці

<p><i>Опис</i></p>	<p>Дослідження ринку та споживчої поведінки має на меті визначення місткості ринку та його окремих сегментів, динаміки та стійкості розвитку, оцінку кон'юнктури ринку, конкурентного середовища, а також вивчення споживчих переваг, можливостей збуту та реакції споживачів на товари, ефективності рекламних звернень.</p> <p>Географією проекту обрано регіон «центр-захід», тому дослідження охоплять Вінницьку, Волинську, Закарпатську, Івано-Франківську, Кіровоградську, Львівську, Полтавську, Тернопільську, Хмельницьку, Черкаську, Чернівецьку області та їх обласні центри, а також місто Кам'янець-Подільський.</p> <p>Результати дослідження будуть базою для прогнозування реакції ринку на впровадження проекту, а також ефективного планування заходів проекту.</p>
<p><i>Цільова група (групи)</i></p>	<p>Залучені експерти, міські ради – партнери проекту</p>
<p>Вид діяльності 1.1.2</p>	<p>Провести «круглий стіл» міст-партнерів для презентації результатів дослідження, їх обговорення та формування технічного завдання брендування проекту</p>
<p><i>Орієнтовна тривалість</i></p>	<p>1 день</p>
<p><i>Опис</i></p>	<p>Метою проведення «круглого столу» передусім виступає опрацювання спільного бачення бажаного результату процесу брендування, врахування побажань та рекомендацій міст-партнерів на основі результатів проведеного дослідження ринку та споживчої поведінки.</p> <p>Предметом заходу буде також конкретизація плану-графіку діяльності за проектом, формування деталізованого робочого плану впровадження проекту містами-учасниками.</p> <p>У рамках заходу буде підписано Меморандум про співробітництво міст – партнерів.</p> <p>«Круглий стіл» відбудеться у м. Хмельницькому за участі керівництва та відповідальних за реалізацію проекту міст-партнерів.</p> <p>Орієнтовна кількість учасників – 30 осіб (по 2 особи з 12 міст-партнерів, а також представники Офісу впровадження проекту).</p>
<p><i>Цільова група (групи)</i></p>	<p>Хмельницька міська рада, інші міські ради – партнери проекту, Офіс впровадження проекту, залучені експерти</p>
<p>Вид діяльності 1.1.3</p>	<p>Брендувати місцевих виробників</p>
<p><i>Орієнтовна тривалість</i></p>	<p>3 місяці</p>
<p><i>Опис</i></p>	<p>Цей етап передбачає залучення експертів для брендування місцевих виробників регіону «центр-захід», що включає визначення ключової ідеї і цінності бренду місцевих виробників, формування його концепції, створення бренд-буку.</p>

	Метою заходу є полегшення популяризації продукції місцевих виробників шляхом її ідентифікації.
<i>Цільова група (групи)</i>	Залучені експерти, міські ради – партнери проекту у якості розробників технічного завдання
Вид діяльності 1.1.4	Розробити маркетингову стратегію
<i>Орієнтовна тривалість</i>	1 місяць
<i>Опис</i>	Користуючись послугами залучених експертів, напрацьовується комплексна маркетингова стратегія просування бренду місцевих виробників регіону «центр-захід» на вітчизняному та міжнародних ринках, в тому числі у розрізі каналів комунікації для кожної цільової аудиторії.
<i>Цільова група (групи)</i>	Залучені експерти
Вид діяльності 1.1.5	Провести промо-кампанію із залученням ЗМІ, інструментів SMM
<i>Орієнтовна тривалість</i>	Протягом 30 місяців
<i>Опис</i>	На основі розробленої маркетингової стратегії проводиться масштабна промо-кампанія, орієнтована, в тому числі, і на міжнародний ринок, для підвищення пізнаваності та формування споживчої лояльності до бренду виробників регіону «центр-захід». Промо-кампанія передбачає залучення національних і місцевих ЗМІ, Інтернет-ресурсів, використання інструментів SMM, проведення різноманітних промо-заходів та подій в Україні та закордоном.
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту із залученням ЗМІ, промо-агенцій
Результат 2.1	Збільшено частку регіональної економіки, орієнтованої на український ринок
Вид діяльності 2.1.1	Сформувати базу даних підприємств – учасників проекту
<i>Орієнтовна тривалість</i>	2 місяці з її подальшою постійною актуалізацією
<i>Опис</i>	На основі результатів досліджень ринку та споживчої поведінки, а також враховуючи стратегічні напрямки розвитку міст-партнерів, Офіс впровадження проекту спільно з відповідальними за реалізацію проекту міських рад – партнерів проводять роботу з потенційними учасниками проекту – місцевими виробниками. До участі у проекті у якості неосновних партнерів можуть долучатися інші органи місцевого самоврядування Вінницької, Волинської, Закарпатської, Івано-Франківської, Кіровоградської, Львівської, Полтавської, Тернопільської, Хмельницької, Черкаської, Чернівецької областей. Їхня роль у реалізації проекту полягає у роботі з місцевими

	виробниками відповідних територій, їх долученні до загальної бази даних підприємств – учасників проекту для подальшого просування їх продукції під спільним брендом. Така робота здійснюється у співпраці з обласним центром відповідного регіону.
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, інші органи місцевого самоврядування регіону «центр-захід», місцеві виробники
Вид діяльності 2.1.2	Сформувати систему мотивації участі закладів торгівлі у проекті
<i>Орієнтовна тривалість</i>	1 місяць
<i>Опис</i>	<p>Передбачається формування концепції роботи з закладами торгівлі міст-партнерів з опрацюванням мотиваційних чинників для стимулювання їх участі у проекті.</p> <p>Дана система мотивації базуватиметься на взаємовигідності участі у проекті як виробників, так і реалізаторів місцевої продукції через промоцію як безпосередньо товарів, так і магазинів, які їх продаватимуть.</p>
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, заклади торгівлі міст-партнерів
Вид діяльності 2.1.3	Провести роботу з закладами торгівлі міст-учасників для розміщення промо-матеріалів та цінників-індикаторів товарів місцевих виробників
<i>Орієнтовна тривалість</i>	Півроку для встановлення співпраці з основною базою закладів торгівлі, ще 24 місяці для підсилення та розширення співробітництва
<i>Опис</i>	<p>Цей етап включає встановлення партнерських зв'язків з закладами торгівлі міськими радами – партнерами проекту за підтримки Офісу впровадження проекту.</p> <p>Співробітництво встановлюється з врахуванням інтересів закладів торгівлі міст у спільній промоції, а також спирається на свідомій позиції учасників по відношенню до власного вкладу у сталий розвиток території.</p> <p>Діяльність передбачає не лише розміщення промо-матеріалів та цінників-індикаторів товарів місцевих виробників у закладах торгівлі, але й опрацювання можливості представлення цих закладів у промо-кампанії проекту.</p> <p>Окрім використання логотипів партнерських закладів торгівлі у промо-кампанії проекту, заплановано проведення низки акцій та подій безпосередньо в торгових мережах.</p>
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, заклади торгівлі міст-партнерів
Вид діяльності 2.1.4	Провести форуми місцевих виробників у кожному з міст-партнерів із залученням усієї групи виробників регіону

	«центр-захід»
<i>Орієнтовна тривалість</i>	2-денні форуми, що проводитимуться щоквартально в кожному з міст-партнерів
<i>Опис</i>	<p>В кожному з 12 міст-партнерів орієнтовно раз на квартал проводитимуться форуми місцевих виробників із залученням представників влади та бізнесу усіх міст регіону «центр-захід», а також посольств, міжнародних організацій, іноземних партнерів та потенційних інвесторів.</p> <p>Фокус форумів співпадатиме з напрямками економічного розвитку міст.</p> <p>Концепт форумів визначається міською радою, що приймає захід. Однак уніфікованими рекомендаціями до організаторів є його тривалість (дводенний), охоплення (орієнтовно 500 учасників), високий рівень підготовки та якісний контент. Форуми повинні супроводжуватись виставково-ярмарковими заходами місцевих виробників, а також можливістю B2B-переговорів. Важливим є залучення представників торговельних закладів з усіх міст-партнерів для налагодження взаємозв'язків з виробниками на місцях.</p> <p>Форуми мають проводитись під єдиним розробленим брендом місцевих виробників регіону «центр-захід».</p> <p>Міста, що приймають захід, на власний розсуд формують організаційний комітет, однак відповідальними за їх якісну організацію є міські голови. Офіс впровадження проекту за потребою надаватиме консультаційні послуги містам-партнерам.</p>
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники та заклади торгівлі, різні категорії споживачів
Вид діяльності 2.1.5	Сформувати, оновлювати і поширювати каталог підприємств місцевих виробників
<i>Орієнтовна тривалість</i>	1 місяць з подальшим щорічним оновленням
<i>Опис</i>	<p>За результатами роботи з місцевими виробниками, закладами торгівлі міст-партнерів проекту формується каталог підприємств для поширення серед дипломатичних представництв України за кордоном, профільних міжнародних асоціацій, а також під час виставково-ярмаркових заходів, інвестиційних форумів, бізнес-зустрічей, ділових візитів тощо.</p> <p>Каталог розробляється англійською мовою для промоції та виходу місцевих виробників регіону «центр-захід» на зовнішні ринки.</p> <p>Тираж каталогу складає 500 примірників на першому етапі з подальшим щорічним друком 500 примірників оновленого варіанту.</p>
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту,

	місцеві виробники та заклади торгівлі
Вид діяльності 2.1.6	Представляти місцевих виробників на міжнародних та національних ярмарково-виставкових заходах
<i>Орієнтовна тривалість</i>	В середньому 4 дні
<i>Опис</i>	<p>Передбачається періодична участь делегацій місцевих виробників регіону «центр-захід» у виставково-ярмаркових заходах за кордоном.</p> <p>За рахунок бюджету проекту делегаціям покриваються витрати на участь у заходах, оренду виставкових площ (єдиний брендований майданчик), трансфер, транспортування обладнання та зразків продукції, проживання та харчування членів делегації.</p> <p>Відбір місцевих виробників для участі у делегації регіону здійснюється місцевими радами – партнерами проекту з врахуванням пріоритетів їх стратегічного розвитку. Разом з тим, для забезпечення рівномірності участі усіх партнерів, для кожної міської ради встановлюється бюджет у 1,0 млн. грн. для представлення місцевих виробників на важливих для міста міжнародних заходах протягом проектного періоду (36 місяців).</p> <p>Офіс впровадження проекту буде здійснювати постійний моніторинг та інформування міських рад – партнерів проекту про різноманітні доступні для участі заходи за кордоном, а також організацію та супровід делегацій безпосередньо на виставково-ярмаркових заходах, включаючи послуги перекладу.</p>
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники
Результат 3.1	Створено інформаційний портал – віртуальну виставку місцевих виробників
Вид діяльності 3.1.1	Створити інформаційний портал (з мобільним додатком), сформувати та підтримувати на ньому віртуальну виставку товарів місцевих виробників
<i>Орієнтовна тривалість</i>	1 місяць з подальшим оновленням
<i>Опис</i>	<p>Ґрунтуючись на базі даних підприємств – учасників проекту, передбачається проведення роботи щодо оформлення їх пропозицій товарів (якісна фотозйомка, переклад інформації на англійську мову та ін.) за уніфікованим зразком для розміщення на окремому інформаційному порталі.</p> <p>Інформаційний портал буде оформлений у брендovanому унікальному дизайні з використанням корпоративних кольорів і стилів. При адаптивній верстці сайту планується використання framework Bootstrap. Для інформаційного порталу буде розроблений SEO модуль для отримання</p>

	<p>більшого охоплення зацікавленої аудиторії.</p> <p>Планується використання системи управління контентом на базі wordpress для легкого управління нею менеджером Офісу впровадження проекту.</p> <p>Збір інформації про місцевих виробників для розміщення на інформаційному порталі здійснюватиме менеджер Офісу впровадження проекту за підтримки міських рад – учасників проекту.</p>
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники
Результат 3.2	Удосконалено механізм зворотного зв'язку бізнесу та органів місцевого самоврядування
Вид діяльності 3.2.1	Забезпечити зворотній зв'язок на створеному інформаційному ресурсі
<i>Орієнтовна тривалість</i>	1 місяць з подальшим супроводом
<i>Опис</i>	<p>З метою формування механізму зворотного зв'язку на інформаційному ресурсі створюється «особистий кабінет користувача», авторизація якого буде здійснюватись через соціальні мережі або e-mail.</p> <p>Адміністратори portalу (менеджер Офісу впровадження проекту та відповідальні міських рад – партнерів проектів) матимуть функціонал особистого кабінету, в який будуть потрапляти всі пропозиції учасників. Також в особистому кабінеті буде розділ модерації коментарів на сторінках товарних пропозицій.</p>
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники
Результат 4.1	Підвищено рівень привабливості регіону «центр-захід» для потенційних споживачів, партнерів, інвесторів та іншої цільової аудиторії
Вид діяльності 4.1.1	Провести заходи з поширення досвіду реалізації проекту у інших регіонах України
<i>Орієнтовна тривалість</i>	Одноденні семінари в різних регіонах України
<i>Опис</i>	<p>Для популяризації позитивного досвіду економічної інтеграції регіону «центр-захід», його імплементації у інших регіонах України планується проведення низки інформаційних семінарів про результати впровадження проекту та історію успіху об'єднання міст для одержання синергічного ефекту в інших регіонах України.</p> <p>Організацією заходів займатиметься Офіс впровадження проекту, а спікерами виступатимуть представники міських</p>

	рад – партнерів. Орієнтовно планується проведення 6 інформаційних семінарів із залученням до проведення кожного з них по дві міські ради – партнери проекту.
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, представники місцевих виробників, органи місцевого самоврядування інших регіонів України
Вид діяльності 4.1.2	Провести промо-кампанію результатів проекту на національних каналах поширення інформації
<i>Орієнтовна тривалість</i>	1 рік
<i>Опис</i>	Передбачається участь у телепрограмах, зйомка та просування відео-роликів про результати проекту на національних каналах поширення інформації. Прецедент об'єднання обласних центрів регіону «центр-захід» для синергії зусиль підтримки місцевих виробників має надихнути інші органи місцевого самоврядування на співпрацю заради економічного розвитку.
<i>Цільова група (групи)</i>	Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, представники місцевих виробників, національні канали поширення інформації

2.4. Календарний план-графік впровадження діяльності за проектом

Проектний період триває 36 місяців.

Рік 1													
<i>Місяці</i>	<i>Перше півріччя</i>						<i>Друге півріччя</i>						<i>Орган, що забезпечує виконання</i>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<i>Види діяльності</i>													
Підготовка Вид діяльності 1.1.1. Провести дослідження ринкової кон'юнктури та споживчої поведінки у містах-партнерах													Хмельницька міська рада, Офіс впровадження проекту

<p>Підготовка Вид діяльності 2.1.5. Сформувати, оновлювати і поширювати каталог підприємств місцевих виробників</p>													<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники та заклади торгівлі</p>
<p>Реалізація Вид діяльності 2.1.5. Сформувати, оновлювати і поширювати каталог підприємств місцевих виробників</p>													<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту</p>
<p>Підготовка Вид діяльності 2.1.6. Представляти місцевих виробників на міжнародних та національних ярмарково-виставкових заходах</p>													<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники</p>
<p>Реалізація Вид діяльності 2.1.6. Представляти місцевих виробників на міжнародних та національних ярмарково-виставкових заходах</p>													<p>Офіс впровадження проекту, місцеві виробники</p>
<p>Підготовка Вид діяльності 3.1.1. Створити інформаційний портал (з мобільним додатком), сформувати та підтримувати на ньому віртуальну виставку товарів місцевих виробників</p>													<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники</p>

Реалізація Вид діяльності 3.1.1. Створити інформаційний портал (з мобільним додатком), сформувавши та підтримувати на ньому віртуальну виставку товарів місцевих виробників												Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники
Підготовка Вид діяльності 3.2.1. Забезпечити зворотній зв'язок на створеному інформаційному ресурсі												Офіс впровадження проекту, місцеві виробники
Реалізація Вид діяльності 3.2.1. Забезпечити зворотній зв'язок на створеному інформаційному ресурсі												Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники
Для наступних років												
Види діяльності	Півріччя 3	Півріччя 4	Півріччя 5	Півріччя 6	Орган, що забезпечує виконання							
Реалізація Вид діяльності 1.1.5. Провести промо-кампанію із залученням ЗМІ, інструментів SMM					Міські ради – партнери проекту							
Реалізація Вид діяльності 2.1.3. Провести роботу з закладами торгівлі міст-учасників для розміщення промо-матеріалів та цінників-індикаторів товарів місцевих виробників					Міські ради – партнери проекту, заклади торгівлі							

<p>Підготовка Вид діяльності 2.1.4. Провести форуми місцевих виробників у кожному з міст-партнерів із залученням усієї групи виробників регіону «центр-захід»</p>					<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники, заклади торгівлі</p>
<p>Реалізація Вид діяльності 2.1.4. Провести форуми місцевих виробників у кожному з міст-партнерів із залученням усієї групи виробників регіону «центр-захід»</p>					<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники, заклади торгівлі</p>
<p>Підготовка Вид діяльності 2.1.5. Сформувані, оновлювати і поширювати каталог підприємств місцевих виробників</p>					<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники та заклади торгівлі</p>
<p>Реалізація Вид діяльності 2.1.5. Сформувані, оновлювати і поширювати каталог підприємств місцевих виробників</p>					<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту</p>
<p>Підготовка Вид діяльності 2.1.6. Представляти місцевих виробників на міжнародних та національних ярмарково-виставкових заходах</p>					<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники</p>

<p>Реалізація Вид діяльності 2.1.6. Представляти місцевих виробників на міжнародних та національних ярмарково-виставкових заходах</p>					<p>Офіс впровадження проекту, місцеві виробники</p>
<p>Реалізація Вид діяльності 3.1.1. Створити інформаційний портал (з мобільним додатком), сформувавши та підтримувати на ньому віртуальну виставку товарів місцевих виробників</p>					<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники</p>
<p>Реалізація Вид діяльності 3.2.1. Забезпечити зворотній зв'язок на створеному інформаційному ресурсі</p>					<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, місцеві виробники</p>
<p>Підготовка Вид діяльності 4.1.1. Провести заходи з поширення досвіду реалізації проекту у інших регіонах України</p>					<p>Офіс впровадження проекту</p>
<p>Реалізація Вид діяльності 4.1.1. Провести заходи з поширення досвіду реалізації проекту у інших регіонах України</p>					<p>Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, органи місцевого самоврядування інших регіонів України</p>

Підготовка Вид діяльності 4.1.2. Провести промо-кампанію результатів проекту на національних каналах поширення інформації					Офіс впровадження проекту
Реалізація Вид діяльності 4.1.2. Провести промо-кампанію результатів проекту на національних каналах поширення інформації					Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, представники місцевих виробників, національні канали поширення інформації

2.5. Можливі ризики, пов'язані із впровадженням проекту

Ризики		Ймовірність	Стратегія мінімізації ризиків
Внутрішні	<i>Вища, ніж очікувана, вартість впровадження проекту</i>	<i>Середня</i>	<i>Ретельне вивчення і підготовка бюджету проекту Врахування непередбачуваних витрат та інфляційних ризиків у бюджеті проекту</i>
	<i>Залучені наймані експерти виконують дослідження та інші послуги (брендування, розробка маркетингової стратегії) низької якості та / або порушують строки виконання завдань</i>	<i>Середня</i>	<i>Обов'язкове визначення високої кваліфікації та досвіду реалізації подібних проектів у тендерних умовах Чітке визначення вимог та обов'язків сторін, передбачення відповідальності (санкцій) у контракті Ретельна юридична перевірка зазначеної документації</i>
	<i>Міста – партнери працюють неузгоджено, «перетягуючи ковдру на себе»</i>	<i>Висока</i>	<i>Створення Офісу впровадження проекту для координації дій міст – учасників Проведення «круглих столів» для обговорення та узгодження дій</i>
	<i>Підрядники надають послуги неякісно або з порушенням термінів</i>	<i>Середня</i>	<i>Чітке визначення вимог та обов'язків сторін, передбачення відповідальності (санкцій) у контракті</i>

	<i>виконання</i>		<i>Ретельна юридична перевірка зазначеної документації</i>
	<i>Недотримання термінів виконання проекту</i>	<i>Висока</i>	<i>Розробка календарного плану-графіку впровадження проекту з врахуванням незапланованих втрат часу</i>
	<i>Низька мотивація місцевих виробників та закладів торгівлі до участі у проекті</i>	<i>Висока</i>	<i>Потужна інформаційна кампанія Активна співпраця міських рад – партнерів проекту з місцевими виробниками та закладами торгівлі Дієва система зворотного зв'язку</i>
	<i>Можливість відмови участі у проекті певних міських рад з політичних або інших причин</i>	<i>Середня</i>	<i>Активна інформаційна робота на підготовчому етапі Акцент на аполітичності цього проекту Підписання меморандуму про співпрацю Формування переліку потенційних міст – партнерів у випадку виходу наявних учасників</i>
Зовнішні	<i>Відсутність фінансування з державного бюджету</i>	<i>Середня</i>	<i>Пошук альтернативних джерел фінансування проекту</i>
	<i>Посилення антимонопольного законодавства щодо заборони підтримки суб'єктів господарювання</i>	<i>Середня</i>	<i>Юридичний супровід проекту, постійні консультації з Антимонопольним комітетом України для отримання погодження підтримки місцевих товаровиробників або трактування її як незначної допомоги</i>

2.6. Сталість результатів проекту

Фінансова сталість проекту забезпечуватиметься розвитком налагодженого протягом реалізації проекту співробітництва міських рад – партнерів у напрямку підтримки місцевих виробників.

Вже сьогодні міські ради – партнери проекту розуміють важливість сталості результатів проекту та готові до виділення подальшого фінансування з міських бюджетів для її забезпечення.

Для прикладу, Хмельницька міська рада навіть зараз передбачає фінансування заходів Програми сприяння та розвитку підприємництва міста Хмельницького на 2017-2018 роки, спрямованих на підтримку місцевих товаровиробників, у сумі 100,0 тис. грн. на 2017 рік та 200,0 тис. грн. на 2018 рік. Успішне впровадження проекту «Обирай місьцеве» дозволить спрямувати цей фінансовий ресурс на підтримку сталості результатів проекту та розглянути можливість його збільшення.

Порядок, механізм та фінансова участь міських рад – партнерів проекту після завершення державної фінансової підтримки обумовлюються у Меморандумі про співробітництво, який підписується на початку реалізації проекту.

Зокрема, у Меморандумі зазначається співвідношення розподілу витрат на актуалізацію та реалізацію маркетингової стратегії (включаючи промо-кампанії, виготовлення промо-матеріалів та цінників-індикаторів товарів), підтримку інформаційного порталу, співфінансування участі місцевих виробників у виставково-ярмаркових заходах за кордоном.

Крім того, задіяні протягом реалізації проекту місцеві виробники і заклади торгівлі, оцінивши синергійний ефект попередньої співпраці, здійснюватимуть подальшу промоцію створеного бренду, залучаючи нових учасників.

Інституційна сталість проекту буде досягнута завдяки координованій співпраці міст – партнерів. Існують два варіанти забезпечення цієї координації. Першим варіантом є продовження діяльності Офісу впровадження проекту за умови співфінансування його функціонування з місцевих бюджетів партнерів проекту або залучення грантової допомоги. Другим варіантом є координація співпраці Хмельницькою міською радою з прийняттям на баланс обладнання Офісу впровадження проекту. В свою чергу, Хмельницька міська рада готова забезпечити проектного менеджера для координації та узгодження дій міст – партнерів. Варіант координації співпраці міст – партнерів обирається в останньому півріччі реалізації проекту керівництвом цих міських рад.

Політична сталість проекту буде забезпечена шляхом поширення досвіду реалізації проекту на національному рівні (види діяльності 4.1.1 та 4.1.2). Позитивний приклад економічної інтеграції регіону «центр-захід» для синергії зусиль підтримки місцевих виробників має надихнути інші органи місцевого самоврядування на співпрацю заради економічного розвитку.

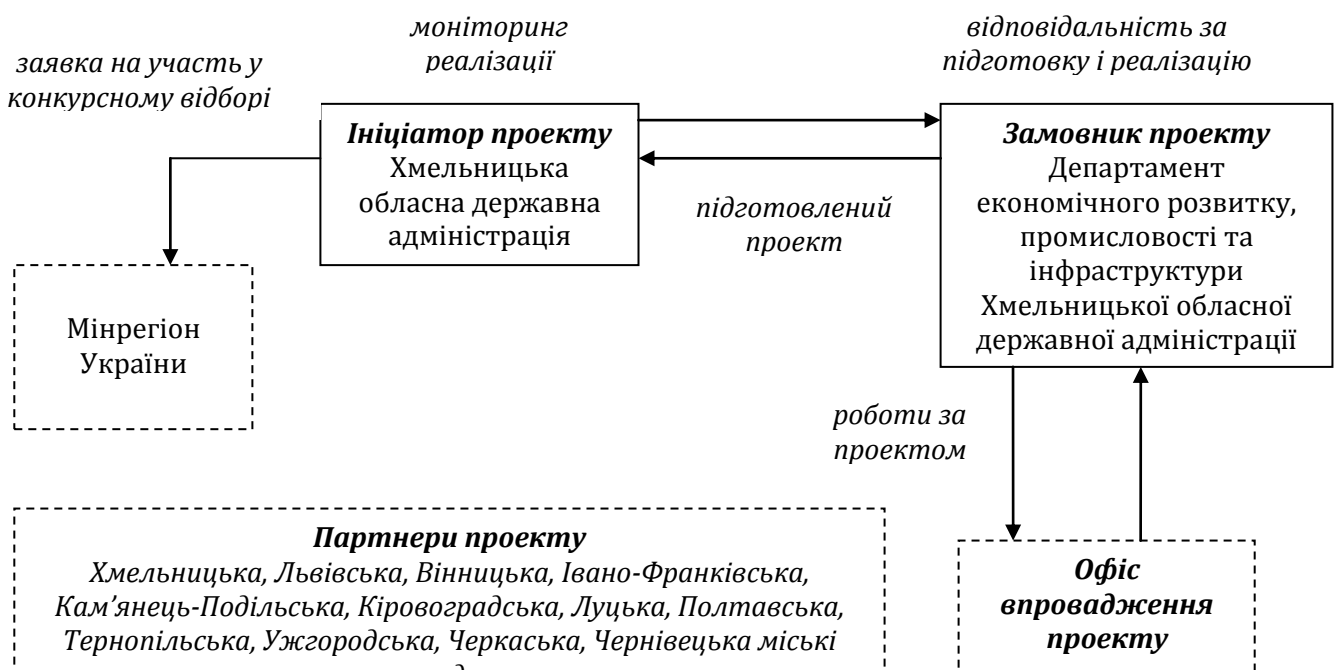
Успішний, дієвий та ефективний алгоритм підтримки місцевих виробників, апробований міськими радами регіону «центр-захід», дозволить створити методичну базу для використання органами місцевого самоврядування інших регіонів України.

Екологічна сталість проекту буде забезпечена економічним розвитком регіонів, якому сприятиме реалізація даного проекту, що безумовно підвищить здатність міст – партнерів бути відповідальними перед навколишнім середовищем. Зростаючі муніципальні доходи дозволять поліпшити стан наявної інфраструктури, зокрема пов'язаної з переробкою відходів, дорожнім покриттям, розвитком екологічного транспорту, створенням паркових зон тощо.

Досягнення конкретної цілі 4 «Формування позитивного іміджу регіону «центр-захід» передбачатиме врахування під час проведення заходів партнерами проекту, в тому числі, екологічної складової, вирівнювання та зниження техногенно-екологічного навантаження на довкілля зазначеного регіону.

2.7. Структура управління проектом

Організаційна структура проекту, а також розподіл функцій ініціатора та замовника у реалізації проекту схематично подано нижче.





координація дій
партнерів

Ініціатором проекту виступає Хмельницька обласна державна адміністрація. Ініціатор проекту має досвід у реалізації подібних проектів на регіональному рівні.

Хмельниччина стала чи не першим регіоном в Україні, де під загальним методологічним супроводом проекту Європейського Союзу «Підтримка сталого регіонального розвитку в Україні» було підготовлено та затверджено Стратегію регіонального розвитку Хмельницької області на 2011-2020 роки (далі –Стратегія). Стратегія розроблялася в контексті реформи регіонального розвитку із використанням кращого європейського та українського досвіду робочою групою із розробки Стратегії, до складу якої входили представники структурних підрозділів Хмельницької обласної державної адміністрації.

Однією з цілей цього процесу було налагодження партнерства між Хмельницькою обласною державною адміністрацією, Хмельницькою обласною радою, районними адміністраціями, міськими та районними радами, освітніми закладами, а також широким колом організацій громадянського суспільства для забезпечення реалізації найефективніших регіональних проектів та вирішення завдань сталого соціально-економічного розвитку регіону.

Ще одним прикладом успішної реалізації проектів на Хмельниччині є дія спільного проекту ЄС/ПР ООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду», започаткованого у 2008 році. Протягом 2008-2017 років за сприяння Хмельницької обласної державної адміністрації в рамках проекту вдалося реалізувати 143 мікропроекти на загальну суму понад 31 млн. гривень. Найбільше мікропроектів впроваджено у сфері енергозбереження – 102, охорони здоров'я – 18, водопостачання – 9, шкільних автобусів – 5. Важливим аспектом Проекту є обов'язкова участь громади, що забезпечує згуртованість жителів, починаючи з визначення нагальних проблем, завершуючи спільним виконанням робіт.

У 2014 році підписано Угоду про партнерство між Хмельницькою обласною радою, Хмельницькою облдержадміністрацією і Програмою розвитку ООН у рамках третьої фази Проекту ЄС/ПРООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду». Пріоритетним напрямом третьої фази Проекту стало впровадження економічного компоненту – створення сільськогосподарських кооперативів. Чотири сільськогосподарські кооперативи, що були створені у Хмельницької області, реалізували вже 9 мікропроектів. Загальна вартість впроваджених мікропроектів 4 млн. 393 тис. грн, з них внесок ПРООН – 3 млн. 486 тис. грн, внесок місцевого бюджету – 180 тис. грн та внесок сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів – 726 тис. гривень.

Також Департаментом соціального захисту населення Хмельницької обласної державної адміністрації за фінансової підтримки Європейського Союзу впроваджується проект міжнародної технічної допомоги «Створення сучасної моделі управління регіональним розвитком ринку праці в Хмельницькій області». Проект створено з метою сприяння суспільному, економічному та територіальному згуртуванню країни. Реалізація проекту дасть можливість підвищити потенціал українських органів державної влади та інших зацікавлених сторін щодо розробки та впровадження ефективної політики регіонального розвитку.

Замовником проекту виступає Департамент економічного розвитку, промисловості та інфраструктури Хмельницької обласної державної адміністрації, який бере на себе відповідальність за підготовку і реалізацію проекту, визначає основні аспекти та масштаб проекту, керує процесом взаємодії між усіма партнерами проекту (через Офіс впровадження проекту).

Департамент економічного розвитку, промисловості та інфраструктури Хмельницької обласної державної адміністрації має досвід підготовки і реалізації подібного проекту. Зокрема, у 2015 році Департаментом економічного розвитку, промисловості та

інфраструктури Хмельницької обласної державної адміністрації започатковано проект «Купуй товари Хмельниччини», метою якого є підтримка та розвиток місцевого виробника, насичення ринку області товарами належної якості за доступними цінами, привернення уваги споживачів до продукції місцевого виробництва. Проект передбачає виділення (окремі цінники) продукції місцевих товаровиробників (учасників проекту) у закладах торгівлі, поширення інформації про проект у ЗМІ, налагодження співпраці місцевих товаровиробників та операторів торговельної мережі.

Разом з тим, в зв'язку з обмеженістю фінансових ресурсів на реалізацію проекту, до нього долучилася досить обмежена кількість учасників – 5 торговельних мереж та 4 місцевих виробники. Збільшення географічного охоплення проекту, системність підготовки та реалізації, його ширше виконання, орієнтація в тому числі на зовнішні ринки, а також належне фінансування, дозволять досягти значно масштабніших результатів для регіону «центр-захід».

Хмельницька міська рада, як учасник проекту, теж має певний досвід підготовки подібних проектів. Зокрема, Планом дій з реалізації Стратегії розвитку міста Хмельницького на 2017-2020 роки передбачено проект «Купуй Хмельницьке!», який має на меті налагодження діалогу та довіри бізнесу через реалізацію заходів з підтримки місцевих товаровиробників. У рамках проекту заплановано проведення виставково-ярмаркових заходів з підтримки місцевих товаровиробників, розроблення логотипу продукції товаровиробників міста «Купуй Хмельницьке!». На проведення заходів з підтримки місцевих товаровиробників, в т.ч. виставки-ярмарки «Купуй Хмельницьке!» із залученням суб'єктів підприємницької діяльності міста, тематичних фестивалів, створення віртуальної виставки продукції товаровиробників міста Програмою сприяння та розвитку підприємництва міста Хмельницького на 2017-2018 роки виділено 100,0 тис. грн. на 2017 рік та передбачено 200,0 тис. грн. на 2018 рік.

Про готовність влади міста розробляти та впроваджувати комплексні механізми сприяння економічному зростанню і створенню робочих місць, а також налагодження партнерських відносин з бізнесом свідчить приєднання Хмельницького до Ініціативи Європейського Союзу «Мери за Економічне Зростання» (M4EG). В рядах перших, 31 травня 2017 року на сесії міської ради було прийнято рішення №3 про приєднання міста до Ініціативи «Мери за Економічне Зростання».

Парламентська Асамблея Ради Європи (ПАРЕ) оцінила зусилля Хмельницького щодо роботи в напрямку євроінтеграції, розвитку економіки, енергоменеджменту та міжнародного співробітництва та присудила Хмельницькому Прапор Честі (FLAGS OF HONOUR).

Хмельницька міська рада активно працює над реалізацією проектів шляхом залучення коштів міжнародних фінансових та донорських організацій. Перелік проектів, що реалізуються, та короткий опис до них подано нижче.

Партнерами проекту виступають Львівська, Вінницька, Івано-Франківська, Кам'янець-Подільська, Кіровоградська, Луцька, Полтавська, Тернопільська, Ужгородська, Черкаська, Чернівецька міські ради, які надали відповідні листи підтримки Хмельницькій міській раді як розробнику і учаснику проекту (додаються).

Львівська міська рада має успішний досвід у реалізації подібного проекту – маркетингової стратегії «Купуй Львівське», що вдало стартувала ще у 2009 році. Керівництво Львівської міської ради надало згоду всебічної підтримки імплементації подібного досвіду на рівні регіону «центр-захід».

Партнери проекту забезпечують безпосередню реалізацію його заходів, а також здійснюють їх конкретизацію і планування на короткострокову перспективу.

До завдань партнерів відноситься долучення до участі у проекті якомога більшої кількості місцевих виробників, а також закладів торгівлі, в тому числі шляхом використання можливостей приєднання неосновних партнерів – органів місцевого самоврядування відповідних областей, проведення роботи з закладами торгівлі міст-учасників для розміщення промо-матеріалів та цінників-індикаторів товарів місцевих виробників, якісна

організація та проведення форумів місцевих виробників, відбір місцевих виробників для

Назва проекту	Загальний бюджет проекту	Опис проекту	Термін реалізації проекту
---------------	--------------------------	--------------	---------------------------

участі у міжнародних та національних ярмарково-виставкових заходах.

Таблиця 1. – Досвід Хмельницької міської ради у реалізації проектів за грантові кошти

Зміцнення місцевої фінансової ініціативи в Україні (ЗМФІ - II)	4 711 130 дол. США	Впровадження бюджетування за участю громадян, зокрема, з розподілу бюджетних коштів на реалізацію пріоритетних проектів	2011 – 2017
Розвиток громад	≈ 34 800 дол. США	Відповідно до Угоди між Корпусом Миру США в Україні та Хмельницькою міською радою про співпрацю в рамках проекту «Розвиток громад», з 15 червня 2016 року в міській раді працює доброволець Корпусу Миру США в Україні, який надає допомогу у розробці та реалізації проектів соціального, економічного, культурного, екологічного спрямування, які орієнтовані на розвиток територіальної громади міста Хмельницького, покращення співпраці між міською радою, громадськими організаціями та бізнесом.	2013–2018
Муніципальна енергетична реформа в Україні	13 496 928 дол. США	В рамках проекту Хмельницькою міською радою спільно з консультантами проекту підготовлено План дій зі сталого енергетичного розвитку міста Хмельницького на 2015-2025 роки, який затверджено рішенням сесії міської ради 18 травня 2016 року. В грудні 2016 року ПДСЕР успішно пройшов аналіз в Об'єднаному дослідницькому Центрі Європейської комісії та прийнятий в рамках Європейської ініціативи «Угода Мерів».	2013 – 2017
Електронне врядування задля підзвітності влади та участі громади (EGAP)	4 273 467 швейцарських франків	На офіційному сайті Хмельницької міської ради впроваджено єдину систему місцевих електронних петицій	2015 – 2019
Портал «Відкритий бюджет»	-	На офіційному сайті Хмельницької міської ради створено портал «Відкритий бюджет»	2016-2017
Проект «Відкрите місто: посилення участі громадян у розвитку місцевої громади»	-	В рамках проекту в місті Хмельницькому впроваджено інтерактивну веб-платформу «Відкрите Місто»	Необмежений
Підвищення енергетичної ефективності закладів бюджетної сфери міста Хмельницького	200 000 євро	27 грудня 2016 року укладено договір про грант між НЕФКО (в якості виконавчої агенції Фонду Е5Р) та Хмельницькою міською радою, відповідно до якого НЕФКО надає міській раді грант на загальну суму 200000 євро.	2016-2017
Проект «Посилення місцевої демократії та урбаністичного розвитку за допомогою підходу SymbioCity»	-	Тренінгова програма для представників українських муніципалітетів, якою передбачено участь команди від міста в 5 тренінгових сесіях і підготовка комплексного проекту для впровадження стратегії сталого розвитку міста за системою SymbioCity.	2016-2018

З метою забезпечення координації дій між замовником та партнерами проекту планується створення Офісу впровадження проекту. Офіс впровадження проекту складатиметься з 4 осіб: керівник офісу, бухгалтер, спеціаліст з комунікацій, спеціаліст з організації заходів.

Керівник офісу здійснюватиме функції загального керівництва, координації та контролю за виконанням діяльності за проектом, налагодження взаємодії з міськими радами – партнерами проекту, відповідатиме за пошук та залучення експертів для проведення досліджень, брендування, створення каталогу місцевих виробників, інформаційного порталу тощо, формуватиме загальну концепцію мотивації участі закладів торгівлі у проекті, здійснюватиме консультативний супровід проекту, а також проміжний моніторинг реалізації проекту.

Бухгалтер забезпечуватиме ведення бухгалтерського обігу, оформлення та проведення звірок взаєморозрахунків з контрагентами, оформлення та контроль за підзвітними операціями, функціонування банківського рахунку, проведення інвентаризації, братиме участь у підготовці та проходженні моніторингу виконання проекту.

До завдань спеціаліста з комунікацій належать якісна організація промо-кампанії місцевих виробників, а також результатів проекту, налагодження контактів з провідними національними та локальними ЗМІ, промо-агенціями, поширення каталогу місцевих виробників, підтримка інформаційного порталу.

Спеціаліст з організації заходів відповідальний за формування бази даних підприємств – учасників проекту, координацію та допомогу міським радам у якісній організації форуму місцевих виробників, періодичних зустрічей представників міст-партнерів, заходів з поширення досвіду реалізації проекту, а також моніторинг та забезпечення участі місцевих виробників у міжнародних та національних ярмарково-виставкових заходах.

2.8. Механізм моніторингу та оцінки проекту

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 16.11.2016 року №827 «Деякі питання фінансування програм та проектів регіонального розвитку» моніторинг реалізації проекту здійснює його ініціатор (Хмельницька обласна державна адміністрація) в порядку, затвердженому Мінрегіоном.

Моніторинг за підсумками реалізації проекту здійснюватиметься із залученням зовнішніх експертів, його результати будуть представлені на розгляд громадськості.

Проміжний моніторинг проекту здійснюється щорічно Офісом впровадження проекту шляхом збору та аналізу інформації про результати проекту. Щорічний звіт презентується на загальних зборах міських рад – партнерів проекту для його затвердження або належного реагування – коригування плану дій, у разі значних відхилень від планових показників.

Внутрішній моніторинг та координація дій за проектом проводитиметься за різними формами: від безпосередньо особистих контактів і телефонних переговорів, оперативної звітності та представлень вартісних показників у вигляді таблиць, графіків у вигляді гістограм до складання графіків руху витрат, представлень у системі контролю виконання контрактів.

Оцінка проекту здійснюється за допомогою визначення фактичних результатів, що характеризують процес виконання кожного виду діяльності за проектом, та порівняння їх з прогнозними показниками. Основою для отримання даних, необхідних для проведення оцінки, є показники, визначені у логіко-структурній матриці проекту.

III. Бюджет проекту

Витрати	Усі роки				Рік 1			
	одиниця	кількість одиниць	вартість одиниці (грн.)	Загальна вартість (грн.)	одиниця	кількість одиниць	вартість одиниці (грн.)	Загальна вартість (грн.)
1. Людські ресурси:								
винагорода за угодами цивільно-правового характеру (в тому числі податки та інші пов'язані збори)								
- керівник Офісу впровадження проекту	на місяць	1/36 міс.	22200	799200	на місяць	1/12 міс.	22200	266400
- спеціалісти за напрямками	на місяць	2/36 міс.	16500	1188000	на місяць	2/12 міс.	16500	396000
- бухгалтер	на місяць	1/36 міс.	8000	288000	на місяць	1/12 міс.	8000	96000
добові для відряджень								
- закордонні	на день	50	2000	100000	на день	10	2000	20000
- місцеві	на день	90	500	45000	на день	30	500	15000
Разом людські ресурси	-	-	-	2420200	-	-	-	793400
2. Транспортні витрати (поїздки):								
Міжнародні	за квиток у дві стор.	12	6000	72000	Квиток у дві стор.	3	6000	18000
Місцеві	за квиток у дві стор.	36	600	21600	Квиток у дві стор.	8	600	4800
Разом транспортні витрати	-	-	-	93600	-	-	-	22800
3. Обладнання та витратні матеріали:								
меблі, комп'ютерна та офісна техніка	за робоче місце	4	25000	100000	за робоче місце	4	25000	100000

Разом обладнання та витратні матеріали	-	-	-	100000	-	-	-	100000
4. Утримання офісу проекту:								
витратні офісні матеріали	на місяць	36	1200	43200	на місяць	12	1200	14400
комунікаційні послуги (Інтернет, стільниковий зв'язок)	на місяць	36	300	10800	на місяць	12	300	3600
Разом утримання офісу проекту	-	-	-	54000	-	-	-	18000
5. Послуги та інші витрати:								
дослідження ринку та споживчої поведінки	за послугу	1	300000	300000	за послугу	1	300000	300000
брендування та маркетингова стратегія	за послугу	1	400000	400000	за послугу	1	400000	400000
промоція на національних ЗМІ	за хвилину	180	1500	270000	за хвилину	60	1500	90000
SMM	на день	900	400	360000	на день	180	400	72000
промо-заходи	за захід	120	100000	12000000	за захід	20	100000	2000000
поліграфічні витрати	за комплект	12	200000	2400000	за комплект	4/12 комп.	200000	66667
виготовлення іміджевої продукції	за комплект	12	100000	1200000	за комплект	4/12 комп.	100000	33333
переклад та друк каталогу	за примірник	1500	500	750000	за примірник	500	500	250000
створення інформаційного порталу та мобільного додатку	за послугу	1	200000	200000	за послугу	1	200000	200000
витрати на міжрегіональні заходи	за захід	10	70000	700000	за захід	1	70000	70000
витрати на проведення форумів місцевих виробників	за захід	12	1000000	12000000	за захід	2	1000000	2000000

витрати на участь місцевих виробників у виставках за кордоном	за учасника	240	50000	12000000	за учасника	60	50000	3000000
витрати на аудит проекту	за послугу	1	300000	300000	за послугу	1	300 000	300000
Разом послуги та інші витрати	-	-	-	42880000	-	-	-	8782000
6. Будівельні роботи	-	-	-	-	-	-	-	-
Разом будівельні роботи	-	-	-	-	-	-	-	-
7. Разом прями витрати за проектом	-	-	-	45547800	-	-	-	9716200
8. Непрямі (адміністративні)	-	-	-	452200	-	-	-	58200
9. Разом витрати за проектом	-	-	-	46000000	-	-	-	9774400
10. Внески в натуральній формі	-	-	-	-	-	-	-	-
11. Разом загальні витрати за проектом	-	-	-	46000000	-	-	-	9774400

IV. Логіко-структурна матриця проекту

Цілі проекту	Логіка реалізації	Об'єктивні показники	Джерела перевірки	Припущення
<p style="text-align: center;">Загальні цілі</p>	<p>Сприяння економічній інтеграції регіонів групи «центр-захід» через підтримку місцевих виробників</p>	<p>Збільшення коопераційних зв'язків між містами, місцевими виробниками та закладами торгівлі щонайменше вдвічі до 2021 року</p>	<p>Меморандум про співпрацю між містами, звіти про його виконання Щорічні статистичні збірники «Роздрібна торгівля України» Комплексні щорічні звіти Офісу впровадження проекту Результати опитування бізнесу Публікації в ЗМІ та мережі Інтернет</p>	
<p style="text-align: center;">Конкретні цілі</p>	<p>1.1. Ідентифікація, пізнаваність та споживча лояльність до бренду виробників регіону «центр-захід»</p>	<p><i>Показник 1</i> NPS (Net Promoter Score) – індексу клієнтської лояльності <i>Задана величина</i> 60 у 2021 році</p>	<p>Результати вибіркового опитування покупців, організованого Офісом впровадження проекту</p>	<p><i>Припущення</i> Брендування та промо-кампанія проведені результативно <i>Ризик</i> Низька кваліфікація залучених до брендування експертів</p>
	<p>1.2. Вихід місцевих виробників на нові ринки, в тому числі міст-партнерів</p>	<p><i>Показник 1</i> Збільшення обсягів реалізованої продукції суб'єктів господарювання <i>Задана величина</i> на 25% до 2021 року <i>Показник 2</i> Збільшення експорту продукції суб'єктів господарювання <i>Задана величина</i> на 20% до 2021 року</p>	<p>Щорічні статистичні збірники «Діяльність суб'єктів господарювання», «Зовнішня торгівля України» Комплексні щорічні звіти Офісу впровадження проекту Результати опитування бізнесу Публікації в ЗМІ та мережі Інтернет</p>	<p><i>Припущення</i> Сильна мотивація місцевих виробників та закладів торгівлі до участі у проекті <i>Ризик</i> Відсутність довіри між учасниками проекту</p>

	1.3. Створення інформаційної системи підтримки місцевих виробників	<p><i>Показник 1</i> Частка місцевих виробників – учасників проекту, представлені на порталі <i>Задана величина</i> 80% у 2021 році</p> <p><i>Показник 2</i> Охоплення інтернет-аудиторії <i>Задана величина</i> місячне охоплення 10% у 2021 році</p>	Моніторинг даних інформаційної системи Комплексні щорічні звіти Офісу впровадження проекту Дослідження інтернет-аудиторії України компанії Factum Group Ukraine	<p><i>Припущення</i> Створена система приваблює велику кількість відвідувачів</p> <p><i>Ризик</i> Низька відвідуваність сайту цільовою аудиторією</p>
	1.4. Формування позитивного іміджу регіону «центр-захід»	<p><i>Показник 1</i> % респондентів, які вважають, що муніципальна влада (міські ради – партнери проекту) покращує імідж міст <i>Задана величина</i> середнє значення по містам – партнерам 55% у 2021 році</p>	Результати муніципального опитування IRI «Рейтинги міст України»	<p><i>Припущення</i> Міста – партнери працюють системно та злагоджено, не зважаючи на економічні диспропорції, соціально-політичні відмінності</p> <p><i>Ризик</i> Міста – партнери працюють неузгоджено, «перетягуючи ковдру на себе»</p>
Очікувані результати	R.1. Створено систему позиціонування та просування продукції місцевих виробників	<p><i>Показник 1</i> Охоплення промо-кампанією цільової аудиторії <i>Задана величина</i> не менше 40% вже на перших етапах її проведення</p> <p><i>Показник 2</i> Рівень активної популярності <i>Задана величина</i> до 25% вже у 2018 році</p>	Дані каналів поширення інформації Результати опитувань споживачів, спостережень за споживчою поведінкою Комплексні щорічні звіти Офісу впровадження проекту Публікації в ЗМІ та мережі Інтернет Фотозвіти з проведених подій	Якісне та вчасне виконання послуг з дослідження ринку та брендування, розробки маркетингової стратегії Ефективна промо-кампанія Злагоджена робота стейкхолдерів

	<p>R.2. Збільшено частку регіональної економіки, орієнтованої на український ринок</p>	<p><i>Показник 1</i> Охоплення місцевих виробників та закладів торгівлі участю у проекті <i>Задана величина</i> 10% у 2021 році <i>Показник 2</i> Кількість учасників регіональних форумів місцевих виробників <i>Задана величина</i> Щонайменше 5000 представників бізнесу за роки реалізації проекту</p>	<p>Комплексні щорічні звіти Офісу впровадження проекту Публікації в ЗМІ та мережі Інтернет Фотозвіти з проведених подій</p>	<p>Активність стейкхолдерів у впровадженні заходів проекту Готовність закладів торгівлі до участі у проекті Належна організація форумів місцевих виробників</p>
	<p>R.3.1. Створено інформаційний портал – віртуальну виставку місцевих виробників</p>	<p><i>Показник 1</i> Частка представлення місцевих виробників – учасників проекту на інформаційному порталі <i>Задана величина</i> 80% у 2021 році</p>	<p>Дані інформаційного порталу Комплексні щорічні звіти Офісу впровадження проекту</p>	<p>Зацікавленість місцевих виробників підтримувати контент порталу Висока відвідуваність порталу цільовою аудиторією</p>
	<p>R.3.2. Удосконалено механізм зворотного зв'язку бізнесу та органів місцевого самоврядування</p>	<p><i>Показник 1</i> Частка опрацьованих звернень суб'єктів господарювання через новостворений інформаційний портал <i>Задана величина</i> 100% з перших днів створення</p>	<p>Дані інформаційного ресурсу Звіти Офісу впровадження проекту</p>	<p>Оперативна обробка звернень бізнесу з інформаційного порталу завдяки злагодженій роботі Офісу впровадження проекту з органами місцевого самоврядування</p>

	R.4. Підвищено рівень привабливості регіону «центр-захід» для потенційних споживачів, партнерів, інвесторів та іншої цільової аудиторії	<p><i>Показник 1</i> Кількість регіонів, охоплених заходами з поширення досвіду реалізації проекту <i>Задана величина</i> 6 регіонів в останній рік реалізації проекту</p> <p><i>Показник 2</i> Охоплення промо-кампанією цільової аудиторії <i>Задана величина</i> не менше 40% в останній рік реалізації проекту</p>	Звіти Офісу впровадження проекту Дані каналів поширення інформації Публікації в ЗМІ та мережі Інтернет Фотозвіти з проведених подій	Готовність міст – партнерів ділитись досвідом реалізації проекту Ефективна промо-кампанія Готовність інших регіонів до імплементації нових знань та практик
Діяльність	<p>A.1.1. Провести дослідження ринку та споживчої поведінки у містах-партнерах</p> <p>A.1.2. Провести «круглий стіл» міст-партнерів для презентації результатів дослідження, їх обговорення та формування технічного завдання брендування проекту</p> <p>A.1.3. Брендувати місцевих виробників</p> <p>A.1.4. Розробити маркетингову стратегію</p> <p>A.1.5. Провести промо-кампанію із залученням ЗМІ, інструментів SMM</p> <p>A.2.1. Сформуванати базу даних підприємств – учасників проекту</p> <p>A.2.2. Сформуванати систему мотивації участі закладів торгівлі у проекті</p> <p>A.2.3. Провести роботу з закладами торгівлі міст-учасників для розміщення промоматеріалів та цінників-</p>	<p><i>Засоби:</i> Офіс впровадження проекту, міські ради – партнери проекту, залучені експерти на тимчасовій основі Аналітичні дослідження, брендування, маркетингова стратегія Заходи з промоції місцевих виробників</p>	<p><i>Джерела:</i> Тендерна документація, протоколи міжрегіональних заходів, звіти про події, акти наданих послуг, щоквартальні звіти Офісу впровадження проекту, аудиторський висновок</p> <p><i>Витрати:</i> Загальний бюджет проекту: 46000000 грн. Внесок з державного бюджету: 46000000 грн.</p> <p><i>Класифікація витрат:</i> Дія A.1.1. = 300000 грн. Дії A.1.2., A.4.1. = 700000 грн. Дії A.1.3., A.1.4. = 400000 грн. Дії A.1.5., A.4.2. = 12630000 грн. Дія A.2.2. = 1200000 грн. Дія A.2.3. = 2400000 грн. Дія A.2.4. = 12000000 грн. Дія A.2.5. = 750000 грн. Дія A.2.6. = 12000000 грн. Дії A.3.1., A.3.2. = 200000 грн.</p>	<p><i>Передумови:</i> Стійка націленість міських рад – партнерів проекту на підтримку місцевих виробників Отримання фінансової підтримки з державного бюджету</p>

	<p>індикаторів товарів місцевих виробників</p> <p>А.2.4. Провести форуми місцевих виробників у кожному з міст-партнерів із залученням усієї групи виробників регіону «центр-захід»</p> <p>А.2.5. Сформувати, оновлювати і поширювати каталог підприємств місцевих виробників</p> <p>А.2.6. Представляти місцевих виробників на міжнародних та національних ярмарково-виставкових заходах</p> <p>А.3.1. Створити інформаційний портал (з мобільним додатком), сформувати та підтримувати на ньому віртуальну виставку товарів місцевих виробників</p> <p>А.3.2. Забезпечити зворотній зв'язок на створеному інформаційному ресурсі</p> <p>А.4.1. Провести заходи з поширення досвіду реалізації проекту у інших регіонах України</p> <p>А.4.2. Провести промо-кампанію результатів проекту на національних каналах поширення інформації</p>		<p>Управління проектом = 2667800 грн.</p> <p>Аудит проекту = 300000 грн.</p> <p>Непрямі витрати = 452200 грн.</p>	
--	--	--	---	--

Голова Хмельницької обласної державної адміністрації

О.О. Корнійчук

ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА

проекту регіонального розвитку, який може реалізовуватися за рахунок коштів державного бюджету, отриманих від Європейського Союзу

Назва проекту	«Обирай місцеве» - система підтримки виробників регіону «центр-захід»			
Ініціатор проекту	Хмельницька обласна державна адміністрація, 29005, Хмельницька область, м. Хмельницький, майдан Незалежності, Будинок Рад, код згідно з ЄДРПОУ 22985083			
Замовник проекту	Департамент економічного розвитку, промисловості та інфраструктури Хмельницької обласної державної адміністрації 29005, Хмельницька область, м. Хмельницький, майдан Незалежності, Будинок Рад, код згідно з ЄДРПОУ 39924423			
Програма регіонального розвитку	Програма регіонального розвитку «Загальноукраїнська солідарність» Напрямок «Сприяння економічній інтеграції регіонів та у регіонах»			
Назва завдання Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, якому відповідає проект	Підтримка інтегруючої ролі міст як центрів економічного та соціального розвитку			
Регіони, території або міста, що отримують вигоду від реалізації проекту	Міста Хмельницький, Львів, Вінниця, Івано-Франківськ, Кам'янець-Подільський, Кропивницький, Луцьк, Полтава, Тернопіль, Ужгород, Черкаси, Чернівці та відповідні області			
Тривалість проекту	36 місяців			
Загальний бюджет проекту	46000000 грн.			
Очікуваний обсяг фінансування проекту:	Разом	1 рік	2 рік	3 рік
з державного бюджету	46000000 грн.	9774400 грн.	18112800 грн.	18112800 грн.
з інших джерел	-	-	-	-
Загальна та конкретні цілі проекту	Загальна ціль. Сприяння економічній інтеграції регіонів групи «центр-захід» через підтримку місцевих виробників. Конкретна ціль 1. Ідентифікація, пізнаваність та споживча лояльність до бренду виробників регіону «центр-захід». Конкретна ціль 2. Вихід місцевих виробників на нові ринки, в тому числі міст-партнерів. Конкретна ціль 3. Створення інформаційної системи підтримки місцевих виробників. Конкретна ціль 4. Формування позитивного іміджу регіону «центр-захід».			
Цільові групи проекту та кінцеві бенефіціари проекту	Цільовими групами проекту виступають населення, місцеві виробники та заклади торгівлі регіону «центр-захід», виробники інших областей, а також імпортери, представлені у закладах торгівлі міст, органи місцевого самоврядування регіону «центр-захід» та України в цілому. Кінцевими бенефіціарами проекту виступають			

	замовник, 12 міських рад – партнерів та місцеві виробники.
Очікувані результати проекту	<p>Результат 1.1. Створено систему позиціонування та просування продукції місцевих виробників.</p> <p>Результат 2.1. Збільшено частку регіональної економіки, орієнтованої на український ринок.</p> <p>Результат 3.1. Створено інформаційний портал – віртуальну виставку місцевих виробників.</p> <p>Результат 3.2. Удосконалено механізм зворотного зв'язку бізнесу та органів місцевого самоврядування.</p> <p>Результат 4.1. Підвищено рівень привабливості регіону «центр-захід» для потенційних споживачів, партнерів, інвесторів та іншої цільової аудиторії.</p>
Економічна та/або бюджетна ефективність реалізації проекту	<p>Бюджетна ефективність проекту пов'язана з нарощенням обсягів реалізованої продукції суб'єктів господарювання (збільшення надходжень єдиного податку, акцизного податку), розширенням виробництв та роздрібних мереж (зростання надходжень від податку на доходи фізичних осіб, плати за землю).</p> <p>В середньому, в результаті впровадження проекту, очікується зростання надходжень до бюджетів міст-партнерів на рівні 10-20%.</p>
Інші економічні вигоди	<p>Іншими економічними вигодами виступають: підвищення конкурентоспроможності місцевих виробників внаслідок зростання попиту на їх продукцію; розширення сегменту споживачів та ринків збуту продукції місцевих виробників; нарощування їх обсягів виробництва та експорту у середньому на 20%; покращення якості маркетингу продукції та доступності продукції локального виробництва споживачам регіону «центр-захід»; створення нових робочих місць.</p> <p>Важливим аспектом проекту є створення нових коопераційних зв'язків між регіонами, їх економічна інтеграція, зменшення асиметрії розвитку окремих територій в межах регіону «центр-захід».</p> <p>Крім того, проектом передбачено просування позитивного досвіду економічної інтеграції регіону «центр-захід» у інших регіонах України. Прецедент об'єднання обласних центрів регіону «центр-захід» для синергії зусиль підтримки місцевих виробників має надихнути інші органи місцевого самоврядування на співпрацю заради економічного розвитку.</p>
Соціальний вплив	Розширення виробництв та роздрібних мереж передбачає створення додаткових робочих місць, зростання кількості працівників, зайнятих у сфері підприємництва, підвищення соціальних стандартів.
Екологічний вплив	Економічний розвиток регіону, якому сприятиме реалізація даного проекту, безумовно підвищить здатність міст – партнерів бути відповідальними перед

	<p>навколишнім середовищем. Зростаючі муніципальні доходи дозволять поліпшити стан наявної інфраструктури, зокрема пов'язаної з переробкою відходів, дорожнім покриттям, розвитком екологічного транспорту, створенням паркових зон тощо.</p>
<p>Основна діяльність за проектом</p>	<p>A.1.1. Провести дослідження ринку та споживчої поведінки у містах-партнерах. A.1.2. Провести «круглий стіл» міст-партнерів для презентації результатів дослідження, їх обговорення та формування технічного завдання брендування проекту. A.1.3. Брендувати місцевих виробників. A.1.4. Розробити маркетингову стратегію. A.1.5. Провести промо-кампанію із залученням ЗМІ, інструментів SMM. A.2.1. Сформуванати базу даних підприємств – учасників проекту. A.2.2. Сформуванати систему мотивації участі закладів торгівлі у проекті. A.2.3. Провести роботу з закладами торгівлі міст-учасників для розміщення промо-матеріалів та цінників-індикаторів товарів місцевих виробників. A.2.4. Провести форуми місцевих виробників у кожному з міст-партнерів із залученням усієї групи виробників регіону «центр-захід». A.2.5. Сформуванати, оновлювати і поширювати каталог підприємств місцевих виробників. A.2.6. Представляти місцевих виробників на міжнародних та національних ярмарково-виставкових заходах. A.3.1. Створити інформаційний портал (з мобільним додатком), сформуванати та підтримувати на ньому віртуальну виставку товарів місцевих виробників. A.3.2. Забезпечити зворотній зв'язок на створеному інформаційному ресурсі. A.4.1. Провести заходи з поширення досвіду реалізації проекту у інших регіонах України. A.4.2. Провести промо-кампанію результатів проекту на національних каналах поширення інформації.</p>
<p>Актуальність проекту: обґрунтування необхідності, соціально-економічної спрямованості та реалістичності виконання проекту</p>	<p>Цей проект покликаний стати успішним прикладом об'єднання органів місцевого самоврядування регіону «центр-захід» з метою створення умов для динамічного та збалансованого розвитку територій, підвищення їх конкурентоспроможності, а також формування позитивного іміджу серед різних цільових аудиторій. У 2015 році загальна кількість підприємств регіону «центр-захід» становила 89987 одиниць або більше чверті підприємств України. У цьому регіоні зосереджено 36,7% фізичних осіб-підприємців України (597747 осіб). Порівняно з 2014 роком спостерігалася незначна позитивна динаміка збільшення кількості</p>

	<p>підприємств на 0,6% та фізичних осіб-підприємців – на 3,2%. У регіоні «центр-захід» зайнято 27,4% працівників суб'єктів господарювання України або 2279,9 тис. осіб.</p> <p>Разом з тим, співставляючи ці показники з показником обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання зазначеного регіону у 2015 році, знаходимо неабиякі резерви та об'єктивну необхідність його підвищення, адже він складає лише 19,3% загальноукраїнського значення або 1105182,0 млн. грн., в тому числі 967345,7 млн. грн. підприємств та 137836,3 млн. грн. фізичних осіб-підприємців регіону.</p> <p>Вбачаються і резерви підвищення зовнішньоекономічного потенціалу, оскільки обсяг експорту товарів регіону «центр-захід» у 2015 році склав лише 19,1% або 7,3 млрд. дол. США.</p> <p>Це відкриває широкі можливості для розв'язання проблеми з боку органів місцевого самоврядування через впровадження системи підтримки місцевих виробників, основні елементи якої впливають із комплексу стратегічних дій, сформованих у ході SWOT-аналізу.</p>
<p>Спроможність забезпечити стійкий результат реалізації проекту</p>	<p>Стійкий результат реалізації проекту забезпечуватиметься розвитком налагодженого протягом реалізації проекту співробітництва міських рад – партнерів у напрямку підтримки місцевих виробників.</p> <p>Вже сьогодні міські ради – партнери проекту розуміють важливість сталості результатів проекту та готові до виділення подальшого фінансування з міських бюджетів для її забезпечення.</p> <p>Для прикладу, Хмельницька міська рада навіть зараз передбачає фінансування заходів Програми сприяння та розвитку підприємництва міста Хмельницького на 2017-2018 роки, спрямованих на підтримку місцевих товаровиробників, у сумі 100,0 тис. грн. на 2017 рік та 200,0 тис. грн. на 2018 рік. Успішне впровадження проекту «Обирай місцеве» дозволить спрямувати цей фінансовий ресурс на підтримку сталості результатів проекту та розглянути можливість його збільшення.</p> <p>Порядок, механізм та фінансова участь міських рад – партнерів проекту після завершення державної фінансової підтримки обумовлюються у Меморандумі про співробітництво, який підписується на початку реалізації проекту.</p> <p>Зокрема, у Меморандумі зазначається співвідношення розподілу витрат на актуалізацію та реалізацію маркетингової стратегії (включаючи промо-кампанії, виготовлення промо-матеріалів та цінників-індикаторів товарів), підтримку інформаційного порталу, співфінансування участі місцевих виробників у виставково-ярмаркових заходах закордоном.</p>

	Крім того, задіяні протягом реалізації проекту місцеві виробники і заклади торгівлі, оцінивши синергійний ефект попередньої співпраці, здійснюватимуть подальшу промоцію створеного бренду, залучаючи нових учасників.
Очікувані витрати на закупівлю товарів, робіт і послуг національного виробника, які використовуються під час реалізації проекту (тис. гривень, відсотків)	Визначаються за результатами тендерних процедур.
Очікувані витрати на закупівлю товарів, робіт і послуг іноземного виробника, які використовуються під час реалізації проекту (тис. гривень, відсотків)	Визначаються за результатами тендерних процедур.
Експертний звіт до проекту будівництва (ким, коли виданий)	Проект не передбачає будівництва об'єктів.
Потреба та наявність необхідної дозвільної документації для реалізації проекту	Реалізація проекту не потребує отримання дозвільної документації.
Телефон, факс, електронна пошта ініціатора (замовника) проекту	Ініціатор: тел.: +38 (0382) 76-50-24, факс: +38 (0382) 76-51-72, електронна пошта: regadm@adm-km.gov.ua. Замовник: тел. +38(0382)76-51-52, факс +38(0382)79-53-42, електронна пошта: khm_econ@adm-km.gov.ua.

**Голова Хмельницької обласної
державної адміністрації**

О.О. Корнійчук