

Затверджено
рішенням Тернопільської обласної ради
від 22 вересня 2016 року № 318

СТРАТЕГІЯ
розвитку малого та середнього підприємництва Тернопільської
області на 2016-2020 роки

Стратегія розвитку малого та середнього підприємництва Тернопільської області на 2016-2020 роки є першою регіональною стратегією розвитку малого та середнього підприємництва, яка розроблена у відповідності до принципів Акта з питань малого бізнесу для Європи.

Проект Стратегії розвитку малого та середнього підприємництва підготовлено на виконання доручення голови обласної державної адміністрації від 27 січня 2016 року № 3 „Про розроблення проекту Стратегії розвитку малого та середнього підприємництва в області на 2016-2020 роки”, яким утворена робоча група з означеного питання.

Стратегія відповідає пріоритетним напрямкам Стратегії розвитку Тернопільської області до 2020 року.

Сприяння у підготовці цього документа надала Програма Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) „Лідерство в економічному врядуванні” (ЛЕВ) з ініціативи Тернопільської обласної державної адміністрації, представників бізнес-об’єднань та громадськості. Мета Програми USAID „Лідерство в економічному врядуванні” (ЛЕВ) - покращення ділового клімату шляхом втілення вагомих та сталих реформ у секторі малого і середнього бізнесу на центральному і регіональному рівнях. Тернопільська область є пілотним регіоном, що реалізовуватиме Програму.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1. Мале і середнє підприємництво в Тернопільській області: особливості розвитку та потенціал.....	3
2. Мета та цілі Стратегії.....	5
3. Передумови реалізації Стратегії.....	5
4. Ризики реалізації Стратегії.....	6
5. Цілі, завдання та заходи реалізації Стратегії	7
Ціль 1. Покращення регуляторного середовища.....	7
Ціль 2. Розбудова інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва в регіоні.....	9
Ціль 3. Полегшення та розширення доступу до фінансових ресурсів.....	11
Ціль 4. Покращення якості бізнес-процесів на малому і середньому підприємстві.....	13
Ціль 5. Сприяння виходу на нові ринки.....	16
Ціль 6. Розвиток підприємницької культури та формування довіри суспільства до підприємців	19
Ціль 7. Сприяння розвитку діалогу між бізнесом та владою.....	21
Ціль 8. Активізація залучення окремих верств населення до підприємницької діяльності	23
6. Принципи реалізації Стратегії	25
7. Механізм реалізації Стратегії	26
8. Механізм моніторингу та оцінки реалізації Стратегії	26
Додаток 1. Принципи Акта з питань малого бізнесу для Європи (Small Business Act for Europe)	28
Додаток 2. Мале і середнє підприємництво Тернопільської області: SWOT-аналіз.....	29
Додаток 3. Розвиток малого і середнього підприємництва: розподіл сфер відповідальності між владою та бізнесом.....	32
Додаток 4. Індикатори досягнення мети та операційних цілей Стратегії.....	34

Вступ

Стратегія розвитку малого та середнього підприємництва є документом, який передбачає такі завдання:

1. Зробити сприяння розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва (далі - МСП) постійною, послідовною та комплексною політикою на обласному рівні: мова йде про перехід від окремих дій до розробки та „запуску” повноцінної політики сприяння розвитку та функціонуванню МСП як неперервного процесу;

2. Визначити „регуляторні орієнтири” для бізнесу. Іншими словами, мова йде про конструктивний вплив на очікування бізнесу щодо змін політики сприяння розвитку МСП шляхом забезпечення її передбачуваності та прозорості;

3. Забезпечити узгодження та координацію дій органів влади на регіональному (місцевому) рівні та ефективне використання наявних фінансових ресурсів;

4. Забезпечити спадковість та послідовність політики щодо розвитку МСП у середньостроковому та довгостроковому планах;

5. Сприяти структурованому діалогу влади та бізнесу з питань розвитку та функціонування МСП;

6. Визначити систему принципів, на яких повинні будуватись відповідні рішення органів місцевої влади в частині, що стосуються розвитку та функціонування МСП з тим, щоб залучати кошти міжнародної технічної допомоги та інвесторів для розвитку МСП та ефективно їх використовувати.

В основу Стратегії покладено принципи Акта з питань малого бізнесу для Європи (Small Business Act for Europe), які наведено в додатку 1.

1. МСП у Тернопільській області: особливості розвитку та потенціал

У 2014 році в області діяло лише 5 великих підприємств, на яких було зайнято 5,2% від загальної чисельності зайнятих на суб'єктах підприємництва, а їхня частка в обсязі реалізованої продукції становила 52,1%. Ці дані свідчать про те, що саме сектор МСП забезпечує зайнятість у регіоні, тоді як великі підприємства займають провідні позиції за показником обсягів реалізації продукції. Таким чином, розвиток МСП сьогодні є найважливішим чинником забезпечення зайнятості та створення робочих місць, а також чинником, що визначає добробут населення.

11,8% МСП в регіоні є юридичними особами, решта – мають статус фізичних осіб-підприємців. Таким чином, у секторі переважну більшість складають малі приватні підприємці. Це свідчить про те, що малі підприємства практично не розвиваються до рівня середніх та вище.

Переважає більшість суб'єктів малого підприємництва Тернопільської області (57,1%) зосереджені в сфері торгівлі. У цій сфері зайнято 42,3 тис. працівників, що становило 46,3% від усіх зайнятих в малому бізнесі. Розвиток сектору торгівлі є досить чутливим до коливань економічної активності в цілому та доходів населення зокрема. Водночас, частка МСП у сфері торгівлі є досить стабільною, що свідчить, серед іншого, про відносну легкість ведення саме цього виду діяльності та проблеми зі створенням МСП у виробничій та інших сферах.

Тернопільська область характеризується високим рівнем трудової міграції за кордон. Трудові мігранти є джерелом надходження валютних коштів, офіційний обсяг яких у 2015 році становив близько 2,6 млрд гривень. Ці ресурси, за окремими оцінками, вкладаються переважно в нерухомість (житло), сферу торгівлі та громадського харчування. Потенційно ці кошти можуть стати суттєвим джерелом фінансування розвитку МСП. Водночас, мобілізація коштів трудових мігрантів як інвестиційного ресурсу є складною інституційною проблемою, яку практично неможливо вирішити виключно на рівні громади (області).

Високий рівень трудової міграції за кордон також створює певні проблеми для розвитку бізнесу, адже кваліфіковані працівники (робітничих спеціальностей передусім) мають можливість влаштуватись за кордоном. Таким чином, національні працедавці фактично конкурують на ринку праці з іноземними працедавцями. Покращення економічної ситуації та підприємницького клімату в регіоні позитивно впливатимуть на бажання трудових мігрантів повертатись додому та займатись підприємницькою діяльністю в області.

У Тернопільській області сьогодні нараховується близько 2,7 тис. внутрішньо переміщених осіб. Суто в економічному плані вони зіштовхуються з тими ж проблемами, що й пересічні тернополяни. За таких умов зайнятість на МСП може стати одним з чинників їх соціально-економічної адаптації.

У Тернопільській області нараховується 33 вищих навчальних заклади різних типів та видів акредитації та 26 професійно-технічних навчальних закладів. Тому формально область має досить високий кадровий потенціал для розвитку підприємництва. З іншої сторони, підприємства регіону відчувають брак кадрів особливо інженерних та робітничих спеціальностей, а місцеві соціально-економічні умови не сприяють закріпленню кадрів на місцях.

Майбутнє області багато в чому визначається її спроможністю реалізувати свій потенціал у таких сферах як сільське господарство, ІТ, туризм (зелений, паломницький, подієвий) тощо. Тому МСП за певних умов можуть стати як інструментом, так і результатом реалізації зазначеного потенціалу.

Проблемою для регіону є соціально-економічна адаптація учасників АТО, яка набуватиме особливої гостроти у зв'язку з демобілізацією. За таких умов МСП може стати важливим чинником створення нових робочих місць для

демобілізованих з лав Збройних Сил України, а можливість особисто зайнятись підприємницькою діяльністю є інструментом соціальної адаптації колишніх військовослужбовців.

SWOT-аналіз сектора МСП Тернопільської області наведено в додатку 2.

2. Мета та цілі Стратегії

Розвиток малого та середнього підприємництва є одним із важливих інструментів реалізації цілей розвитку, визначених Стратегією розвитку Тернопільської області на період до 2020 року, а саме: досягнення стабільного зростання якості життя населення області на основі збалансованого та узгодженого розвитку регіональної економіки, базованої на інноваціях, ощадливому ставленні до природного середовища, збереженні природної системи розселення в області, а також з урахуванням стратегічних інтересів держави.

Метою Стратегії є створення умов для сталого розвитку МСП, результатом якого буде зростання зайнятості та збільшення добробуту населення.

Стратегія має наступні операційні цілі:

- 1) покращення регуляторного середовища;
- 2) розбудова інфраструктури підтримки МСП в регіоні;
- 3) полегшення та розширення доступу МСП до фінансових ресурсів;
- 4) покращення якості бізнес-процесів на МСП;
- 5) сприяння виходу МСП на нові ринки;
- 6) розвиток підприємницької культури та формування довіри суспільства до підприємців;
- 7) активізація діалогу між бізнесом та владою;
- 8) активізація залучення окремих верств населення до підприємницької діяльності.

3. Передумови реалізації Стратегії

Успішна реалізація Стратегії розвитку МСП можлива за наявності цілої низки передумов загальнонаціонального та регіонального (обласного) рівня, а саме:

1) макроекономічна стабілізація як один з найважливіших чинників поліпшення національного бізнес-середовища як такого;

2) глибокі структурні та інституційні реформи, результатом яких є радикальне поліпшення регуляторного клімату, розбудова дієвої системи місцевого самоврядування, посилення захисту прав власності, створення ефективних державних інституцій тощо;

3) відновлення довіри бізнесу до держави та держави до бізнесу, що приведе до становлення реальних партнерських стосунків між бізнесом та державою заради процвітання суспільства в цілому та Тернопільської області зокрема;

4) послідовність та неперервність (спадковість) політики сприяння розвитку МСП;

5) адекватне інституційне, інтелектуальне та фінансове забезпечення політики сприяння розвитку МСП на центральному і місцевому рівнях та ефективна координація відповідних дій органів центральної і місцевої влади;

6) послідовна імплементація Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року, яка серед іншого передбачає розвиток людського капіталу, фізичної інфраструктури та інвестиційної привабливості регіону як необхідних чинників економічної активності в цілому та розвитку МСП зокрема;

7) проактивний творчий підхід місцевої влади до розвитку МСП та активний діалог з центральними органами виконавчої влади щодо покращення регуляторного режиму в цілому та регуляторного середовища для МСП зокрема.

4. Ризики реалізації Стратегії

Успішній реалізації Стратегії потенційно загрожують наступні ризики:

1) неврегульованість політичної кризи в країні та загострення військово-політичного конфлікту на сході України;

2) суперечливість політики поліпшення підприємницького клімату в цілому та регуляторного середовища МСП зокрема;

3) відставання Тернопільської області від інших регіонів (областей) України в плані соціально-економічних перетворень, що буде означати зниження інвестиційної привабливості регіону для місцевих підприємців, інвесторів з інших регіонів України та з-за кордону;

4) різкі коливання економічної активності в країні та в регіоні, що негативно впливає на їхню інвестиційну привабливість, а також функціонування МСП зокрема;

5) посилення міграційних процесів, наслідком чого є втрата регіоном людського потенціалу;

6) невирішеність проблем вищої та професійно-технічної освіти в частині оновлення навчальних програм відповідно до сучасних вимог, забезпечення викладацькими кадрами та фінансування (особливо тих закладів, які передаються на баланс місцевих громад) тощо;

7) неефективний фінансовий менеджмент на рівні області та громад.

5. Цілі, завдання та заходи реалізації Стратегії

Ціль 1. Покращення регуляторного середовища

Досягнення цієї цілі є практичним втіленням наступних принципів Акта з питань малого бізнесу для Європи:

- створити умови, за яких підприємці та сімейний бізнес можуть процвітати, а підприємництво винагороджується (принцип № 1);
- забезпечити умови, за яких чесні підприємці, яким загрожує банкрутство, можуть швидко отримати другий шанс (принцип № 2);
- розробляти правила відповідно до принципу „спочатку подумай про малих підприємців” (принцип № 3).

Високий регуляторний тиск сьогодні є одним із бар'єрів розвитку підприємницької діяльності. Так, за результатами дослідження АВСА-2015, на цю проблему вказав кожен п'ятий представник МСП. Заходи, спрямовані на його зниження, мають як національний, так і регіональний виміри.

Створення об'єднаних територіальних громад є інструментом розвитку нової системи практик регулювання. Кінцевою метою покращення регуляторного середовища має бути перетворення регіону на „регуляторний рай” для МСП.

Завдання 1.1. Зменшення регуляторних бар'єрів для підприємницької діяльності

Дерегуляція господарської діяльності є стратегічним напрямком створення сприятливого підприємницького клімату. Це завдання реалізується переважно на центральному рівні, однак багато що буде зроблено на регіональному (місцевому). Зокрема, це стосується спрощення процедур отримання підприємцями нормативно-правових документів (передусім документів дозвільного характеру), видача яких належить до компетенції місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

Оптимізація таких процедур та зменшення рівня їх забюрократизованості є інструментом зниження регуляторного тиску на регіональному рівні.

Іншим напрямком зменшення регуляторних бар'єрів є перегляд чинних нормативно-правових актів на предмет їх впливу на бізнес з метою їх зміни або скасування тих із них, які реально перешкоджають нормальному розвитку підприємницької діяльності.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 1.1:

- 1) перегляд чинних нормативно-правових актів на предмет їх лояльності бізнесу, впливу на бізнес з метою внесення змін або скасування тих із них, які реально перешкоджають нормальному розвитку підприємницької діяльності;

2) моніторинг ефективності роботи місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, відповідальних за видачу зазначених документів;

3) вдосконалення процедур отримання документів, видача яких належить до повноважень місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування у сфері регулювання господарської діяльності;

4) здійснення моніторингу змін законодавчо-нормативної бази, що регулює розвиток підприємництва, та надання пропозицій щодо її удосконалення центральним органам виконавчої влади;

5) створення центрів надання адміністративних послуг (ЦНАП) в об'єднаних територіальних громадах;

6) організація навчання та підвищення кваліфікації адміністраторів ЦНАП;

7) запровадження електронного документообігу між ЦНАП та суб'єктами надання адміністративних послуг;

8) запровадження системи надання електронних послуг для бізнесу.

Завдання 1.2. Створення нових практик регулювання, які враховують інтереси малого бізнесу

15 березня 2016 року набула чинності постанова Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 р. № 1151 „Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 11 березня 2004 р. № 308”, відповідно до якої частиною оцінки впливу регуляторних актів став М-тест (вітчизняний аналог європейського SME-тесту) як інструмент визначення впливу заходів регуляторної політики на суб'єкти малого підприємництва. Застосування М-тесту є потужним інструментом попередження появи регуляторних актів, які створюють бар'єри для підприємницької діяльності. Його адекватне використання потребує спеціальних навичок як з боку представників влади, так і бізнесу.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 1.2:

1) навчання представників місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування та бізнес-асоціацій використанню методики М-тесту;

2) моніторинг фактичного проведення аналізу регуляторного впливу (включно з М-тестом) місцевими органами виконавчої влади та органами

місцевого самоврядування включно з об'єднаними територіальними громадами;

3) обмін досвідом розробки та запровадження нових практик регулювання підприємницької діяльності в цілому та застосування М-тесту, зокрема з іншими регіонами.

Індикатори досягнення Цілі 1:

- вартість ведення бізнесу в регіоні (джерело даних: опитування АВСА);
- оцінка бізнес-клімату в регіоні (джерело даних: опитування АВСА);
- оцінка сприйняття корупції (джерело даних: опитування МСП та населення).

Ціль 2. Розбудова інфраструктури підтримки МСП в регіоні

Досягнення цієї цілі є практичним втіленням принципу Акта з питань малого бізнесу для Європи, а саме адаптувати інструменти публічної політики до потреб малих та середніх підприємств (принцип № 5).

За офіційними даними, в Тернопільській області нараховується понад 100 об'єктів інфраструктури підтримки суб'єктів малого і середнього підприємництва. Натомість, за оцінками підприємців, діяльність цих установ носить формальний характер. Також понад 60% респондентів опитування, проведеного в рамках дослідження АВСА-2015, серед основних потреб бізнесу в Тернопільській області вказали необхідність створення єдиного інформаційного ресурсу, який міститиме інформацію про чинні правила та умови ведення бізнесу, а також дозволить оперативно відслідковувати зміни у законодавстві.

Завдання 2.1. Вдосконалення системи інформаційного забезпечення діяльності МСП

Створення єдиного інформаційного ресурсу про правила та умови ведення бізнесу для МСП є важливим інструментом підтримки розвитку сектора. Цю ідею підтримують двоє з трьох опитаних в рамках дослідження АВСА-2015 представників МСП.

Важливим елементом забезпечення інформаційної підтримки діяльності МСП є також консультаційна допомога як чинним підприємцям, так і тим, хто тільки збирається відкрити свій бізнес. В основу розвитку системи консультаційної допомоги буде покладено принцип державно-приватного партнерства.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 2.1:

1) створення єдиного інформаційного ресурсу (веб-сайту) для чинних та майбутніх підприємців, який міститиме необхідну інформацію про заснування та

ведення бізнесу, оперативну інформацію про зміну відповідних нормативно-правових актів тощо;

2) створення мережі консультаційних пунктів, у тому числі на базі ЦНАП на рівні об'єднаних територіальних громад;

3) залучення успішних підприємців до надання безкоштовних професійних консультацій та порад щодо відкриття та ведення власної справи.

Завдання 2.2. „Перезапуск” наявної інфраструктури підтримки МСП

За офіційними даними формально в Тернопільській області діє 77 фінансово-кредитних установ (кредитні спілки, установи взаємного кредитування тощо) та 24 інформаційно-консультативні установи, які в тій чи іншій формі надають відповідні послуги МСП. Зважаючи на нові економічні та адміністративні реалії, буде проведена переоцінка діяльності відповідних об'єктів інфраструктури та сформульовані конкретні заходи, спрямовані на її модернізацію та підвищення ефективності. Цей процес здійснюватиметься на основі принципу державно-приватного партнерства.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 2.2:

1) аналіз діяльності об'єктів інфраструктури підтримки МСП та вироблення відповідних рекомендацій;

2) аналіз потреб мікро-, малого та середнього бізнесу в окремих елементах інфраструктури;

3) створення регіонального центру розвитку підприємництва та налагодження його співпраці з усіма зацікавленими сторонами;

4) розробка плану модернізації об'єктів інфраструктури підтримки МСП та підвищення її ефективності, який передбачатиме участь у розбудові інфраструктури представників влади та бізнесу;

5) обмін досвідом щодо розвитку інфраструктури підтримки МСП з іншими регіонами України.

Індикатори досягнення Цілі 2:

- кількість створених об'єктів інфраструктури підтримки МСП, в тому числі консультаційних пунктів на базі ЦНАПів (джерело даних: Тернопільська облдержадміністрація);

- кількість створених об'єктів інфраструктури підтримки МСП, які функціонують із залученням приватних коштів (джерело даних: Тернопільська облдержадміністрація);
- кількість наданих консультацій (державними та приватними організаціями/установами/уповноваженими особами та представниками бізнесу) (джерело даних: Тернопільська облдержадміністрація, звітність суб'єктів, які надають послуги);
- кількість унікальних відвідувань веб-сайту для діючих та потенційних підприємців (джерело даних: відповідний сайт);
- оцінка корисності наданих консультацій (джерело даних: опитування МСП, яким надавались відповідні послуги).

Ціль 3. Полегшення та розширення доступу до фінансових ресурсів

Досягнення цієї цілі є практичним втіленням принципів Акта з питань малого бізнесу для Європи, а саме:

- полегшити доступ малих та середніх підприємств до фінансових ресурсів та розвивати правове та ділове середовище, яке сприятиме своєчасним розрахункам за комерційними операціями (принцип № 6);
- забезпечити умови, за яких чесні підприємці, яким загрожує банкрутство, можуть швидко отримати другий шанс (принцип № 2).

Доступ до фінансових, у тому числі кредитних ресурсів є одним із найважливіших чинників розвитку МСП. Разом з тим, за результатами дослідження AVCA-2015, кожен п'ятий представник МСП в регіоні вказує на низьку доступність кредитів, а кожен шостий – на занадто високі кредитні ставки. Крім того, одним з найбільш затребуваних підприємцями інструментів у сфері фінансової підтримки є компенсація державою відсотків за кредитами. Враховуючи стан української банківської системи, пошук та використання альтернативних джерел фінансування набуває особливого значення.

Завдання 3.1. Підвищення обізнаності підприємців про можливості залучення фінансових ресурсів

На сьогоднішній день в Україні діє значна кількість грантових програм (зокрема, COSME, Horizon 2020), спрямованих на потреби МСП, але вітчизняні підприємці не мають належного досвіду та навичок для участі в таких програмах. В Україні також реалізується низка проектів міжнародних фінансових інституцій, які передбачають фінансову (кредитну) та консультаційну підтримку МСП (зокрема, Програма енергоефективності в Україні Європейського Банку

Реконструкції та Розвитку, Програма кредитування МСП та установ із середньою капіталізацією Європейського Інвестиційного Банку, Проект з енергоефективності Світового Банку тощо). Інформування про наявні можливості та допомога у підготовці грантових та кредитних заявок є важливим інструментом залучення відповідних коштів та ресурсів для фінансування виробничо-комерційної діяльності українських МСП.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 3.1:

- 1) інформування підприємців про грантові та кредитні можливості;
- 2) проведення тренінгів для місцевих МСП з підготовки грантових та кредитних заявок.

Завдання 3.2. Мобілізація фінансових ресурсів на рівні регіону для підтримки МСП

З метою підтримки розвитку підприємництва на рівні області та громад будуть створені дієві механізми мобілізації фінансових ресурсів. При цьому акцент буде зроблено на створенні спеціальних фондів, які надаватимуть фінансову підтримку підприємцям шляхом компенсації відсотків за кредитами тощо.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 3.2:

- 1) вивчення можливостей фінансування розвитку МСП на рівні області та об'єднаних територіальних громад, зокрема шляхом розробки відповідних програм;
- 2) розробка типового положення про створення фондів підтримки МСП на рівні окремих об'єднаних територіальних громад;
- 3) відновлення роботи Тернопільського обласного фонду підтримки підприємництва та створення відповідних фондів в окремих об'єднаних територіальних громадах;
- 4) проведення тренінгів для представників місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування з питань мобілізації коштів для підтримки МСП.

Завдання 3.3. Залучення коштів діаспори та трудових мігрантів до фінансування регіональних МСП

Тернопільська область характеризується високим рівнем трудової міграції та міцними зв'язками з українською діаспорою. Залучення фінансових ресурсів діаспори повинно стати суттєвим альтернативним джерелом фінансування розвитку малого та середнього підприємництва.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 3.3:

- 1) проведення інформаційно-агітаційної кампанії, спрямованої на позиціонування регіону як інвестиційного та „регуляторного раю” для МСП;
- 2) вивчення міграційних процесів та аналіз грошових потоків трудових мігрантів з метою визначення потенційного обсягу коштів, який може бути використаний на розвиток МСП;
- 3) розробка та реалізація цільової програми по роботі з діаспорою та трудовими мігрантами.

Індикатори досягнення Цілі 3:

- кількість тренінгів та інформаційних заходів, присвячених грантовим та кредитним можливостям, а також кількість представників МСП, які взяли участь у цих заходах (джерело даних: Тернопільська облдержадміністрація, звітність суб'єктів, які надають послуги);
- кількість МСП, які отримали фінансування з альтернативних (небанківських) джерел (джерело даних: опитування МСП).

Ціль 4. Покращення якості бізнес-процесів на МСП

Досягнення цієї цілі є практичним втіленням наступних принципів Акта з питань малого бізнесу для Європи:

- сприяти підвищенню кваліфікації представників малих та середніх підприємств та розвитку всіх форм інновацій (принцип № 8);
- сприяти розвитку можливостей малих та середніх підприємств, трансформувати екологічні виклики в можливості (принцип № 9);
- забезпечити умови, за яких чесні підприємці, яким загрожує банкрутство, можуть швидко отримати другий шанс (принцип № 2).

Окрім створення зовнішніх умов, сприятливих для розвитку підприємництва, не менш важливо підвищувати внутрішню спроможність МСП

до ефективного ведення бізнесу, впровадження інновацій та покращувати їх кадрове забезпечення. За результатами дослідження АВСА-2015, третина представників МСП в регіоні відзначили потребу в консультаціях та тренінгах з питань започаткування та ведення бізнесу. Крім того, практично кожен п'ятий представник МСП зіштовхується з проблемою недостатньої кваліфікації працівників.

Завдання 4.1. Посилення спроможності підприємців ефективно організовувати та імплементувати сучасні бізнес-процеси

Підвищення навичок підприємців у сфері менеджменту, маркетингу тощо є одним із важливих чинників розвитку МСП Тернопільщини. Крім того, зміни нормативно-правової бази вимагають від підприємців оперативного внесення змін у бізнес-процеси на своїх підприємствах.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 4.1:

- 1) проведення тренінгів для МСП з менеджменту, маркетингу, планування діяльності у сфері управління витратами, податками, бухгалтерського обліку тощо;
- 2) надання бізнес-консультацій з питань організації та імплементування сучасних бізнес-процесів;
- 3) поширення інформації про успішні бізнес-практики та типові помилки в процесі здійснення виробничо-комерційної діяльності.

Завдання 4.2. Створення умов для впровадження інновацій на МСП

Впровадження інновацій є основою конкурентоспроможності будь-якого бізнесу. Розробка та запровадження інновацій вимагає створення ефективного механізму взаємодії між науково-освітніми закладами Тернопільщини та бізнесом. Важливим елементом цього механізму є інформування підприємців щодо наукових розробок, виконання науково-дослідними та освітніми установами конкретних замовлень бізнесу.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 4.2:

- 1) проведення семінарів та тренінгів з питань впровадження інновацій на підприємствах, у тому числі у сфері енергозаощадження та екологічної безпеки;
- 2) налагодження інформаційного обміну між науково-освітніми установами області та інших регіонів України та бізнесом;

3) організація науково-освітніми установами ярмарків ідей та пропозицій для бізнесу.

Завдання 4.3. Сприяння покращенню кадрового забезпечення МСП

Труднощі розвитку МСП багато в чому зумовлені розривом між кваліфікацією та навичками, які майбутні фахівці отримують у процесі навчання, та реальними потребами бізнесу в цілому та МСП зокрема. За результатами дослідження АВСА-2015, брак кваліфікованих кадрів входить в десятку перешкод для розвитку МСП в Тернопільській області.

Вирішення даної проблеми можливе за умови розвитку партнерських зв'язків між освітніми установами області та бізнесу. Українські вищі навчальні заклади мають право самостійно змінювати навчальні програми, тому включення до них дисциплін, що стосуються розвитку підприємницької діяльності, належить до сфери компетенції вищих навчальних закладів, а конкретний зміст навчання має визначатись на основі консультацій з зацікавленими представниками бізнесу.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 4.3:

- 1) корегування навчальних програм вищих та професійно-технічних навчальних закладів з точки зору їх відповідності потребам бізнесу;
- 2) проведення „Днів відкритих дверей” на успішних підприємствах Тернопільщини;
- 3) проведення рекламної кампанії з метою заохочення підприємців брати на практику студентів вищих навчальних закладів та професійно-технічних навчальних закладів;
- 4) проведення спільних заходів, на яких студенти вищих навчальних закладів матимуть змогу ознайомитись з кращими практиками ведення бізнесу, а підприємці – підібрати потенційні кадри для своїх підприємств.

Індикатори досягнення Цілі 4:

- кількість тренінгів та семінарів з менеджменту, маркетингу, планування діяльності у сфері управління витратами, податками, бухгалтерського обліку тощо (проведених державними та приватними організаціями/установами/уповноваженими особами та представниками бізнесу), а також кількість представників МСП, які взяли у них участь; (Джерело даних: облдержадміністрація, звітність суб'єктів, які надають послуги);

- питома вага інноваційних підприємств (джерело даних: Головне управління статистики в області)
- типи інновацій, впровадження на МСП (джерело даних: опитування АВСА);
- кількість проектів, реалізованих у співпраці між науковими та освітніми установами і бізнесом (джерело даних: Головне управління статистики в області);
- кількість розробок наукових і освітніх установ, впроваджених МСП (джерело даних: вищі навчальні заклади та професійно-технічні навчальні заклади, опитування МСП);
- кількість студентів, які пройшли виробничу практику на підприємствах області (джерело даних: вищі навчальні заклади та професійно-технічні навчальні заклади);
- кількість студентів, які залишились працювати на підприємствах після проходження практики (джерело даних: опитування МСП).

Ціль 5. Сприяння виходу на нові ринки

Досягнення цієї цілі є практичним втіленням наступних принципів Акта з питань малого бізнесу для Європи, а саме:

- адаптувати інструменти публічної політики до потреб малих та середніх підприємств (принцип № 5);
- допомогти малим та середнім підприємствам більш повно скористатись можливостями спільного ринку ЄС (принцип № 7);
- заохочувати та підтримувати малі та середні підприємства отримувати зиск на ринках, які зростають (принцип № 10).

Вихід на нові ринки є інструментом розширення попиту на продукцію та послуги, які надаються МСП. Брак попиту посідає друге місце серед перешкод ведення бізнесу за результатами дослідження АВСА-2015. Вихід на нові ринки реалізується в двох основних формах, а саме: вихід підприємств на ринки суміжних галузей або сфер та вихід на ринки інших регіонів та/або країн.

Завдання 5.1. Залучення МСП до участі в державних закупівлях

Активізація участі МСП Тернопільської області в державних закупівлях є важливим інструментом розширення можливостей реалізації відповідних товарів та послуг. Доступ МСП до державних закупівель посідає сьоме місце в рейтингу інструментів державної підтримки за результатами дослідження АВСА-2015. На ринку державних послуг, у тому числі на регіональному рівні, конкуренція між місцевими МСП та підприємцями з інших регіонів буде постійно зростати.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 5.1:

- 1) проведення семінарів та тренінгів з питань успішних практик участі МСП у державних закупівлях;
- 2) підготовка та оприлюднення коротких звітів про державні закупівлі в регіоні;
- 3) проведення інформаційної кампанії з метою заохочення МСП до участі в державних закупівлях;
- 4) створення системи інформування підприємців про державні закупівлі в регіоні та за його межами.

Завдання 5.2. Галузева диверсифікація виробничо-комерційної діяльності МСП

Високий рівень концентрації МСП в сфері торгівлі робить сектор МСП вразливим до різного роду економічних шоків і не дозволяє повною мірою реалізувати економічний потенціал підприємців. Тому важливою проблемою є галузева диверсифікація виробничо-комерційної діяльності на основі використання конкурентних переваг Тернопільської області.

Вирішення цієї проблеми потребує імплементації Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року та інформування підприємців про нові сфери діяльності. Такими сферами діяльності можуть бути сільське господарство та переробка сільськогосподарської продукції, туризм (зокрема, зелений, паломницький туризм, подієвий), ІТ, надання логістичних послуг тощо.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 5.2:

- 1) розробка та проведення інформаційної кампанії для МСП області з метою ознайомлення підприємців з можливостями виходу на ринки суміжних та нових галузей;
- 2) організація ярмарків та конкурсів бізнес ідей.

Завдання 5.3. Сприяння виходу МСП області на ринки інших регіонів України

За результатами дослідження АВСА-2015, понад 60% МСП реалізують свою продукцію в межах Тернопільської області. Вихід на ринки інших регіонів є інструментом вирішення проблеми реалізації товарів та послуг.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 5.3:

- 1) проведення міжрегіональних бізнес-форумів;
- 2) сприяння участі МСП Тернопільщини в бізнес-форумах та інших промоційних заходах, які проводяться в інших регіонах;
- 3) інформування про можливості взаємодії з підприємствами в інших регіонах України;
- 4) формування інформаційної бази товарів (послуг), виготовлення (надання) яких здійснюється підприємствами регіону, а також поширення цієї інформації за його межами;
- 5) створення постійно діючої виставки продукції МСП Тернопільської області;
- 6) розробка та проведення інформаційної кампанії з просування товарів та послуг, вироблених підприємствами Тернопільщини, елементом якої є розробка бренду регіональних виробників (наприклад, „Вироблено в Тернопільщині – спожито в світі”, „Купуй якісне – купуй Тернопільське” тощо).

Завдання 5.4. Сприяння експорту

Вихід на зовнішні ринки є інструментом підвищення конкурентоспроможності МСП та збільшення обсягів реалізації товарів та послуг, які виробляються підприємствами Тернопільщини. МСП дуже слабо представлені на міжнародних ринках. За результатами дослідження АВСА-2015, 4% МСП регіону є експортерами і лише 9,3% опитаних підприємців планують виходити на ринки ЄС, а 5,3% на інші міжнародні ринки. При цьому третина підприємців вказують на потребу в тренінгах та консультаціях з просування товарів та послуг на зовнішні ринки.

Просування товарів та послуг підприємців Тернопільщини на зовнішні ринки вимагає як зусиль самих виробників (випуск конкурентоспроможної продукції), так і активного сприяння з боку місцевої влади та реалізації Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 5.4:

- 1) розробка регіональної програми сприяння виходу МСП на зовнішні ринки;

- 2) розробка експортного профілю регіону;
- 3) проведення тренінгів з питань виходу МСП на зовнішні ринки, зокрема використовуючи можливості Угоди про асоціацію України з ЄС.

Індикатори досягнення Цілі 5:

- кількість МСП області, які беруть участь у державних закупівлях (джерело даних: Тернопільська облдержадміністрація);
- обсяги товарів та послуг, поставлених МСП в рамках державних закупівель (джерело даних: Тернопільська облдержадміністрація);
- кількість МСП, які функціонують в сфері туризму, а також зайнятість на них (джерело даних: Головне управління статистики в області);
- кількість МСП, які функціонують в сфері сільського господарства та харчової промисловості, а також зайнятість на них (джерело даних: Головне управління статистики в області);
- кількість МСП, які функціонують в сфері ІТ, а також зайнятість на них (джерело даних: Головне управління статистики в області);
- частка МСП, які збувають свою продукцію в інших регіонах України (джерело даних: опитування АВСА);
- кількість експортерів серед МСП (джерело даних: опитування АВСА).

Ціль 6. Розвиток підприємницької культури та формування довіри суспільства до підприємців

• Досягнення цієї цілі є практичним втіленням наступного принципу Акта з питань малого бізнесу для Європи, а саме створити умови, за яких підприємці та сімейний бізнес можуть процвітати, а підприємництво винагороджується (принцип № 1).

Паралельно зі створенням сприятливого регуляторного клімату важливою складовою розвитку підприємництва є формування довіри до МСП в громаді. Інструментом цього є покращення іміджу підприємництва. Громада має сприймати підприємництво як важливий чинник створення робочих місць, забезпечення потреб суспільства в товарах та послугах, а також наповнення місцевих бюджетів.

Формування позитивного іміджу підприємництва вимагає самоорганізації підприємців та дотримання ними принципів соціальної відповідальності бізнесу.

Завдання 6.1. Покращення іміджу підприємництва

Покращення іміджу підприємництва здійснюватиметься за допомогою системи інформаційно-просвітницьких заходів, спрямованих на роз'яснення важливості розвитку підприємництва та адвокацію соціальної відповідальності бізнесу.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 6.1:

- 1) розробка та проведення інформаційної кампанії з покращення іміджу підприємництва, спрямованої на різні верстви населення;
- 2) розробка та проведення інформаційної кампанії щодо етики ведення бізнесу та соціальної відповідальності підприємців;
- 3) проведення щорічного конкурсу „Підприємець року Тернопільщини”;
- 4) щорічне проведення тижня підприємництва, програма якого передбачає організацію круглих столів, виставок, семінарів та конкурсів з питань підприємництва;
- 5) проведення факультативних уроків підприємництва в школах та ПТНЗ Тернопільської області.

Завдання 6.2. Сприяння створенню умов для цивілізованого просування інтересів МСП

Створення та розвиток ефективних бізнес-асоціацій в регіоні є одним із чинників підвищення підприємницької культури, розбудови інфраструктури МСП та цивілізованого просування інтересів підприємців.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 6.2:

- 1) сприяння створенню рад підприємців у новостворених об'єднаних територіальних громадах;
- 2) сприяння залученню проектів технічної допомоги, спрямованих на посилення спроможності бізнес-асоціацій;
- 3) вивчення та поширення успішного іноземного досвіду створення та функціонування бізнес-об'єднань МСП;
- 4) розробка та проведення інформаційної кампанії зі створення бізнес-асоціацій та популяризація участі підприємців у них;

5) створення ефективної системи зворотного зв'язку між бізнесом та владою.

Індикатори досягнення Цілі 6:

- ставлення жителів регіону до підприємців та підприємницької діяльності (джерело даних: опитування жителів);
- кількість МСП регіону, які є членами бізнес-асоціацій регіонального чи загальнонаціонального рівня (джерело даних: опитування МСП, дані бізнес-асоціацій);
- кількість заходів, спрямованих на покращення іміджу підприємців (джерело даних: Тернопільська облдержадміністрація).

Ціль 7. Сприяння розвитку діалогу між бізнесом та владою

Досягнення цієї цілі є практичним втіленням наступних принципів Акта з питань малого бізнесу для Європи, а саме:

- розробляти правила відповідно до принципу „спочатку подумай про малих підприємців” (принцип № 3);
- домагатись від уряду бути чутливим до потреб малих та середніх підприємств (принцип № 4).

Значна кількість перешкод, які стримують розвиток МСП в регіоні тією чи іншою мірою стосуються регуляторного середовища, яке формується, у тому числі в результаті прийняття та реалізації відповідних рішень органів влади на різних рівнях.

Створення дієвих механізмів діалогу влади та бізнесу дозволить формувати регіональну політику з врахуванням інтересів бізнесу, а також залучати його до спільної реалізації певних проектів. Крім того, такий діалог є передумовою зменшення корупції та відновлення взаємної довіри. За результатами дослідження АВСА-2015, кожен п'ятий представник МСП вказує на проблему корупції в регіоні як одну з основних перешкод розвитку.

Завдання 7.1. Забезпечення відкритості (прозорості), підзвітності та передбачуваності діяльності влади

Забезпечення відкритості (прозорості), підзвітності та передбачуваності діяльності влади є одним з інструментів покращення бізнес-середовища в регіоні, індикатором ефективності діалогу влади і бізнесу та, в свою чергу, інструментом подолання корупції.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 7.1:

- 1) регулярне оприлюднення органами влади звітів та іншої інформації про свою діяльність з розвитку МСП;
- 2) проведення аналізу ефективності наявних інструментів зворотного зв'язку між владою та бізнесом („телефонів довіри”, „гарячих ліній” тощо) та формування рекомендацій щодо їх вдосконалення.

Завдання 7.2. Підвищення ефективності механізмів консультацій між бізнесом та владою

Наявні механізми консультацій між бізнесом та владою потребують удосконалення з тим, щоб така діяльність повною мірою відповідала потребам обох сторін.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 7.2:

- 1) залучення представників бізнесу та бізнес-асоціацій до публічного обговорення рішень, що стосуються діяльності МСП та перспективних напрямків розвитку області;
- 2) створення механізму регулярних консультацій між бізнесом та регіональною владою (щоквартальні обговорення у форматі „круглий стіл”, на яких дискутуються гострі питання діяльності МСП та обговорюються перспективні напрямки розвитку області);
- 3) удосконалення практики реагування на рекомендації громадських слухань різного рівня, пов'язаних з розвитком МСП та перспективними напрямками розвитку області.

Індикатори досягнення Цілі 7:

- оцінка підприємцями відкритості та передбачуваності діяльності місцевої влади (джерело даних: опитування МСП);
- оцінка бізнесом ефективності наявних механізмів взаємодії між бізнесом та владою (джерело даних: опитування МСП);
- оцінка представниками органів влади наявних механізмів взаємодії між бізнесом та владою (джерело даних: опитування представників органів влади);

- кількість проведених громадських слухань, круглих столів тощо з питань розвитку МСП в регіоні та перспективних напрямків розвитку області (джерело даних: Тернопільська облдержадміністрація, дані бізнес-асоціацій);
- кількість рекомендацій громадських слухань, круглих столів тощо з питань розвитку МСП в регіоні та перспективних напрямків розвитку області, які були враховані регіональними (місцевими) органами влади (джерело даних: Тернопільська облдержадміністрація, дані бізнес-асоціацій).

Ціль 8. Активізація залучення окремих верств населення до підприємницької діяльності

Досягнення цієї цілі є практичним втіленням наступних принципів Акта з питань малого бізнесу для Європи, а саме:

- створити умови, за яких підприємці та сімейний бізнес можуть процвітати, а підприємництво винагороджується (принцип № 1);
- сприяти підвищенню кваліфікації представників малих та середніх підприємств та розвитку всіх форм інновацій (принцип № 8).

Підприємництво є важливим чинником розвитку економіки, яке також виконує суттєву соціальну функцію. Розвиток МСП є інструментом сприяння зайнятості серед окремих категорій населення (зокрема, жінок, молоді, учасників АТО та внутрішньо переміщених осіб).

Завдання 8.1. Сприяння розвитку жіночого підприємництва

Розвиток жіночого підприємництва дозволить жінкам реалізувати власний особистісний потенціал, а також підвищити фінансову незалежність, що є одним із важливих факторів забезпечення гендерної рівності.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 8.1:

- 1) налагодження системи збору статистичної інформації про жіноче підприємництво;
- 2) розробка дорожньої карти залучення міжнародної технічної допомоги для фінансування заходів, спрямованих на розвиток жіночого підприємництва;
- 3) проведення семінарів, тренінгів та навчальних курсів для жінок, які планують розпочати свою справу;
- 4) проведення щорічного конкурсу „Жінка - підприємець року Тернопільщини”.

Завдання 8.2. Сприяння розвитку молодіжного підприємництва

Сприяння розвитку молодіжного підприємництва є інструментом вирішення проблеми молодіжного безробіття в регіоні, яка є доволі гострою: молодь становить понад 40% від загальної кількості безробітних у регіоні. Залучення молоді до підприємницької діяльності є одним із інструментів самореалізації молоді в економічній сфері.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 8.2:

- 1) сприяння розвитку бізнес-інкубаторів та інших елементів інфраструктури МСП на базі навчальних закладів регіону;
- 2) поширення інформації про успішні практики молодіжного підприємництва;
- 3) проведення відкритих лекцій та інформаційних подій для молоді за участі успішних підприємців Тернопільщини, відомих українських та іноземних бізнесменів;
- 4) проведення молодіжних бізнес-змагань серед студентів вищих та професійно-технічних навчальних закладів Тернопільської області;
- 5) розробка програми факультативних занять з підприємництва та її запровадження в навчальних закладах регіону;
- 6) залучення великих українських та міжнародних компаній до проведення різних заходів з метою розвитку молодіжного підприємництва в рамках відповідних інформаційно-просвітницьких проектів, які реалізуються цими компаніями.

Завдання 8.3. Залучення учасників АТО та внутрішньо переміщених осіб до підприємницької діяльності

Розвиток підприємництва є інструментом соціально-економічної адаптації учасників АТО та внутрішньо переміщених осіб.

Заходи, спрямовані на реалізацію завдання 8.3:

- 1) ідентифікація можливостей та механізмів залучення учасників АТО та внутрішньо переміщених осіб до підприємницької діяльності в Тернопільській області;
- 2) проведення спеціалізованих семінарів та тренінгів для учасників АТО

та внутрішньо переміщених осіб з питань розвитку підприємництва;

3) залучення міжнародної технічної допомоги для розробки відповідних програм та інструментів залучення учасників АТО та внутрішньо переміщених осіб до підприємницької діяльності;

4) залучення коштів національних та іноземних благодійних фондів для розвитку соціального підприємництва;

5) проведення семінарів та тренінгів для представників громад з питань розвитку соціального підприємництва;

6) обмін досвідом з іншими регіонами щодо адаптації учасників АТО та внутрішньо переміщених осіб.

Індикатори досягнення Цілі 8:

- кількість підприємств, які управляються жінками (джерело даних: опитування АВСА, Державний реєстр);

- кількість створених жінками підприємств після участі в тренінгах (джерело даних: Державний реєстр, опитування МСП).

- кількість підприємств, створених молоддю після участі в тренінгах (джерело даних: опитування МСП);

- кількість тренінгів, проведених для окремих груп населення та кількість учасників, які взяли в них участь (джерело даних: Тернопільська ОДА, звітність суб'єктів, які надають послуги);

- кількість учасників АТО та внутрішньо переміщених осіб, які почали займатись підприємницькою діяльністю після участі в тренінгах (джерело даних: Тернопільський обласний центр зайнятості, Тернопільська облдержадміністрація, опитування МСП).

6. Принципи реалізації Стратегії

Реалізація Стратегії здійснюється на основі наступних принципів:

1) чіткого розподілу сфер відповідальності між місцевою владою та бізнесом. Стратегія та План дій з її імплементації побудовані на основі чіткого розподілу сфер відповідальності між місцевою владою та бізнесом у тому, що стосується розвитку підприємництва в цілому та сектору МСП зокрема. Такий розподіл означає бачення виключної відповідальності місцевої влади, виключної відповідальності бізнесу та сфери спільної відповідальності місцевої влади та бізнесу (додаток 3);

2) державно-приватного партнерства в сфері розбудови сприятливих умов для розвитку МСП, який передбачає, що Стратегія є спільним документом бізнесу і влади у сфері розвитку МСП, інструментом моніторингу діяльності влади з боку громади, а окремі заходи Стратегії можуть бути спільно профінансовані бізнесом та відповідними органами влади;

3) фіскальної відповідальності, який полягає в забезпеченні ефективності використання бюджетних коштів на всіх рівнях, виходячи з врахування довгострокових наслідків поточної політики місцевих органів влади;

4) безумовного дотримання принципів Акта з питань малого бізнесу для Європи, який дозволяє забезпечити відповідність регіональної політики розвитку МСП кращим міжнародним підходам;

5) прозорості та передбачуваності економічної політики в цілому та політики розвитку МСП зокрема, які є запорукою ефективної взаємодії між владою, бізнесом та жителями регіону, а реалізація цього принципу робить регіональну політику зрозумілою для всіх учасників відповідних відносин.

7. Механізм реалізації Стратегії

Стратегія розробляється на п'ять років, кожного року департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації звітує про її виконання. На третьому році Стратегія переглядається з метою уточнення та коригування її цілей та заходів, а на п'ятому році починається розробка нової Стратегії.

Також наприкінці п'ятого року оцінюються підсумки реалізації чинної Стратегії, які враховуються у новій Стратегії.

Інструментом реалізації Стратегії є план дій, який розробляється на два роки.

Реалізація Стратегії здійснюється шляхом розробки та виконання відповідних цільових програм (проектів).

8. Механізм моніторингу та оцінки реалізації Стратегії

В основі моніторингу та оцінки результатів реалізації Стратегії лежить система кількісних та якісних індикаторів, які характеризують яким чином реалізовані завдання та який вплив це має на умови розвитку МСП.

Інструментом моніторингу та оцінки реалізації Стратегії є щорічна підготовка департаментом економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації профілю МСП, за допомогою якого відслідковуються зміни, що відбулись в секторі МСП під впливом зовнішніх (незалежних від регіональної влади) чинників та в результаті реалізації заходів, передбачених даною стратегією. Джерелами інформації для профілю будуть дані державної статистики, результати опитувань представників МСП в регіоні, а також звіти представників органів влади про заходи, спрямовані на покращення середовища, сприятливого для розвитку малого та середнього підприємництва в регіоні. Також профіль міститиме дані щодо

індикаторів, передбачених Стратегією, що дозволить оперативно відслідковувати ефективність її реалізації.

Стратегією передбачено оприлюднення органами влади регулярних звітів про свою діяльність з розвитку МСП, а також проведення інших заходів моніторингу та оцінки реалізації Стратегії.

Індикатори, які дозволяють відслідкувати результативність заходів політики сприяння розвитку МСП, представлені в додатку 4.

**Керуючий справами
виконавчого апарату
Тернопільської обласної ради**

І.Г.БАБІЙЧУК

Воляник Г.М.

**Принципи Акта з питань малого бізнесу для Європи
(Small Business Act for Europe)**

1. Створити умови, за яких підприємці та сімейний бізнес можуть процвітати, а підприємництво винагороджується (*Entrepreneurial environment*).
2. Забезпечити умови, за яких чесні підприємці, яким загрожує банкрутство, можуть швидко отримати другий шанс (*Second chance*).
3. Розробляти правила відповідно до принципу „спочатку подумай про малих підприємців” (*Think Small First*).
4. Домагатись від Уряду бути чутливим до потреб малих та середніх підприємств (*Administration for SMEs*).
5. Адаптувати інструменти публічної політики до потреб малих та середніх підприємств (*Tools adapted to SMEs*).
6. Полегшити доступ малих та середніх підприємств до фінансових ресурсів та розвивати правове та ділове середовище, яке сприятиме своєчасним розрахункам за комерційними операціями (*Financing*).
7. Допомогти малим та середнім підприємствам більш повно скористатись можливостями спільного ринку ЄС (*Single Market*).
8. Сприяти підвищенню кваліфікації представників малих та середніх підприємств та розвитку всіх форм інновацій (*Upgrading of skills*).
9. Сприяти розвитку можливостей малих та середніх підприємств трансформувати екологічні виклики в можливості (*Opportunities in environmental challenges*).
10. Заохочувати та підтримувати малі та середні підприємства отримувати зиск на ринках, які зростають (*Internationalisation*).

**Керуючий справами
виконавчого апарату
Тернопільської обласної ради**

І.Г.БАБІЙЧУК

Мале і середнє підприємництво Тернопільської області: SWOT-аналіз

Для формування цілей, завдань та заходів Стратегії було проведено SWOT-аналіз МСП Тернопільської області. Джерелом даних SWOT-аналізу стали: статистичні дані, Стратегія розвитку Тернопільської області на період до 2020 року та інші стратегічні документи, що стосувалися соціально-економічного розвитку області, результати фокус-групи з підприємцями (дослідження АВСА-2015), групових дискусій членів робочої групи з розроблення проекту Стратегії розвитку малого та середнього підприємництва в області на 2016-2020 роки, інтерв'ю з експертами (дослідження АВСА-2015), дискусії з представниками об'єднаних територіальних громад, письмові коментарі та рекомендації членів робочої групи.

**Відповідність цілей Стратегії сильним та слабким сторонам
МСП Тернопільської області**

Сильні сторони МСП	Цілі Стратегії	Слабкі сторони МСП	Цілі Стратегії
Значна динаміка створення нових бізнесів	1	Недостатньо розвинений сектор МСП	1
здатність адаптуватись до змін економічного середовища	1,4	чутливість до змін в економіці в цілому та до змін попиту на місцевому ринку	5
використання, в основному, місцевих (не імпортих) ресурсів	1, 4	низький технологічний рівень та випуск продукції з низьким ступенем переробки	4,6
започаткування МСП потребує порівняно невеликого стартового капіталу	3	недостатня поінформованість МСП про сучасні методи підприємницької діяльності, низький рівень правових знань та менеджменту	4
більшість МСП можуть використовувати спрощену систему оподаткування	1	низький рівень співпраці МСП з навчальними закладами	1, 4, 6

більшість МСП можуть використовувати спрощену систему звітності та обліку	1	недостатній рівень кваліфікації робочої сили	1
більшість МСП підпадають під дію мораторію на перевірки	1	частина діяльності МСП перебуває в тіні	1,4, 6
низькі витрати на робочу силу	4	обмежений доступ до банківського фінансування	3
частина МСП має додаткові джерела небанківського фінансування (зокрема, кошти трудових мігрантів)	3	більшість МСП працюють в торгівлі	1, 3, 4, 5, 6, 8
		низька активність бізнесу у відстоюванні власних інтересів у діалозі з владою	1, 6, 7
		ринок більшості МСП обмежений власним регіоном	5

Відповідність цілей Стратегії можливостям та загрозам розвитку МСП Тернопільської області

Можливості для розвитку МСП	Цілі Стратегії	Загрози для розвитку МСП	Цілі Стратегії
Відновлення економічної активності	1	Активізація військових дій на сході країни, що погіршить загальноекономічну ситуацію в країні в цілому	1
успішна реалізація реформ на національному та регіональному рівнях (судова реформа, дерегуляція тощо)	1	стагнація або поглиблення економічної кризи, в тому числі збільшення рівня інфляції	1
збільшення фінансових ресурсів громад у процесі децентралізації	3	зменшення обсягів надходжень міжнародної фінансової допомоги в результаті невиконання Україною своїх зобов'язань	3

ефективна імплементація Угоди про асоціацію між Україною та ЄС	5	зменшення обсягу надходжень до державного та місцевих бюджетів	3
поглиблення співпраці МСП з навчальними закладами області та країни	4	неспроможність бізнесу скористатись потенціалом виходу на зовнішні ринки	4, 5
подолання корупції на всіх рівнях державної влади	1	часті зміни законодавства	1, 7
сприятливе географічне розташування регіону	8	втручання органів влади в діяльність МСП	1, 7
туристична привабливість регіону	8	подорожчання енергоносіїв	4, 5
		курсова нестабільність	1, 3
		низький рівень фінансового забезпечення підтримки МСП на рівні регіону	3
		нерозвинена інфраструктура підтримки МСП	2
		неспроможність МСП створювати сильні бізнес-асоціації	6, 7
		низький рівень довіри МСП до державної політики	7

**Керуючий справами
виконавчого апарату
Тернопільської обласної ради**

І.Г.БАБІЙЧУК

Воляник Г.М.

**Розвиток малого і середнього підприємництва: розподіл сфер
відповідальності між владою та бізнесом**

Сфера виключної відповідальності місцевої влади	Сфера спільної відповідальності	Сфера виключної відповідальності бізнесу
<p>1. Імплементация Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року, яка серед іншого передбачає розвиток людського капіталу, фізичної інфраструктури та інвестиційної привабливості регіону як необхідних чинників економічної активності в цілому та розвитку МСП зокрема.</p>	<p>1. Формування іміджу регіону в Україні та за кордоном як інвестиційного та регуляторного „раю”.</p>	<p>1. Готовність функціонувати у висококонкурентному середовищі на регіональному (місцевому) та зовнішніх (в інших регіонах та за кордоном) ринках.</p>
<p>2. Активний діалог місцевої влади з ЦОВВ стосовно політики розвитку МСП.</p>	<p>2. Формування позитивного іміджу підприємництва в регіоні та залучення до підприємництва окремих верств населення.</p>	<p>2. Бажання інвестувати у розбудову власної конкурентоздатності, готовність підвищувати свій рівень знань та навичок, впроваджувати інновації.</p>
<p>3. Забезпечення ефективного надання адміністративних послуг, у тому числі оптимізація та зменшення бюрократизованості процедур отримання підприємцями</p>	<p>3. Постійний та конструктивний діалог між владою та бізнесом з питань формування сприятливого бізнес-середовища в регіоні в цілому та розвитку МСП зокрема.</p>	<p>3. Активний пошук нових ринкових можливостей та партнерів, формування мереж та кластерів виробничо-комерційного характеру задля зміцнення взаємовигідної</p>

нормативно-правових документів (передусім дозвільного характеру).

4. Навчання державних службовців кращим практикам сприяння розвитку підприємництва в цілому та МСП зокрема

4. Створення дієвих механізмів залучення альтернативних джерел фінансування МСП.

5. Становлення функціональної інфраструктури підтримки МСП відповідно до поточних потреб бізнесу, в тому числі, інфраструктури сприяння експорту.

6. Розбудова інформаційно-консультаційної системи забезпечення потреб влади та бізнесу в сфері розвитку МСП.

7. Розбудова системи підготовки кадрів для підприємницької діяльності, зміцнення зв'язків між наукою та бізнесом задля спільної вигоди.

співпраці та підвищення експортних спроможностей

4. Розробка та імплементація про-активних бізнес-стратегій, включаючи стратегію географічної та галузевої диверсифікації.

5. Остаточна відповідальність за бізнес-рішення та результати виробничо-комерційної діяльності в цілому.

**Керуючий справами
виконавчого апарату
Тернопільської обласної ради**

І.Г.БАБІЙЧУК

Воляник Г.М.

Індикатори досягнення мети та операційних цілей Стратегії**Індикатори досягнення мети Стратегії:****Сталість розвитку МСП:**

- зайнятість в секторі МСП;
- обсяг реалізованої МСП продукції.

Задоволеність умовами ведення бізнесу:

- оцінка бізнес-клімату в регіоні;
- вартість ведення бізнесу в регіоні;
- зменшення рівня перешкод для розвитку МСП.

Індикатори досягнення операційних цілей Стратегії:

№ з/п	Операційна ціль	Індикатор досягнення цілі	Джерело даних	Періодичність даних
1.	Покращення регуляторного середовища	• вартість ведення бізнесу в регіоні	опитування АВСА	щороку
		• оцінка бізнес-клімату в регіоні	опитування АВСА	щороку
		• оцінка сприйняття корупції	опитування МСП та населення	щокварталу
2.	Розбудова інфраструктури	• кількість створених об'єктів інфраструктури підтримки МСП, в тому числі	Тернопільська облдержадміністрація	щороку

підтримки МСП в регіоні	<ul style="list-style-type: none"> • консультаційних пунктів на базі ЦНАПів • кількість створених об'єктів інфраструктури підтримки МСП, які функціонують із залученням приватних коштів • кількість наданих консультацій (державними та приватними організаціями/установами/уповноваженими особами та представниками бізнесу) • кількість унікальних відвідувань веб-сайту для діючих та потенційних підприємців • оцінка корисності наданих консультацій 	Тернопільська облдержадміністрація	щороку
		Тернопільська облдержадміністрація, звітність суб'єктів, які надають послуги	щороку
		відповідний сайт	щороку
		опитування МСП, яким надавались відповідні послуги	щороку
3. Полегшення та розширення доступу до фінансових ресурсів	<ul style="list-style-type: none"> • кількість тренінгів та інформаційних заходів, присвячених грантовим та кредитним можливостям, а також кількість представників МСП, які взяли участь у цих заходах • кількість МСП, які отримали фінансування з альтернативних (небанківських) джерел 	Тернопільська облдержадміністрація, звітність суб'єктів, які надають послуги	щороку
4. Покращення якості бізнес-процесів на МСП	<ul style="list-style-type: none"> • кількість тренінгів та семінарів з менеджменту, маркетингу, планування діяльності у сфері управління витратами, податками, бухгалтерського обліку тощо (проведених державними та приватними організаціями/установами/уповноваженими особами та представниками бізнесу), а 	Тернопільська облдержадміністрація, звітність суб'єктів, які надають послуги	щороку

також кількість представників МСП, які взяли у них участь

	<ul style="list-style-type: none"> • питома вага інноваційних підприємств 	Головне управління статистики в області	щороку
	<ul style="list-style-type: none"> • типи інновацій, впровадження на МСП 	опитування АВСА	щороку
	<ul style="list-style-type: none"> • кількість проектів, реалізованих у співпраці між науковими та освітніми установами і бізнесом 	Головне управління статистики в області	щороку
	<ul style="list-style-type: none"> • кількість розробок наукових і освітніх установ, впроваджених МСП 	Джерело даних: ВНЗ та ПТНЗ, опитування МСП	щороку
	<ul style="list-style-type: none"> • кількість студентів, які пройшли виробничу практику на підприємствах області 	ВНЗ та ПТНЗ	щороку
	<ul style="list-style-type: none"> • кількість студентів, які залишились працювати на підприємствах після проходження практики 	опитування МСП	щороку
5. Сприяння виходу на нові ринки	<ul style="list-style-type: none"> • кількість МСП області, які беруть участь державних закупівель 	Тернопільська облдержадміністрація	щороку
	<ul style="list-style-type: none"> • обсяги товарів та послуг, поставлених МСП в рамках державних закупівель 	Тернопільська облдержадміністрація	щороку
	<ul style="list-style-type: none"> • кількість МСП, які функціонують в сфері туризму, а також зайнятість на них 	Головне управління статистики в області	щороку
	<ul style="list-style-type: none"> • кількість МСП, які функціонують в сфері сільського господарства та харчової промисловості, а також зайнятість на них 	Головне управління статистики в області	щороку

8. Активізація залучення окремих верств населення до підприємницької діяльності	<p>слухань, круглих столів тощо з питань розвитку МСП в регіоні та перспективних напрямків розвитку області, які були враховані регіональними</p> <ul style="list-style-type: none"> • кількість підприємств, які управляються жінками • кількість створених жінками підприємств після участі в тренінгах • кількість підприємств, створених молоддю після участі в тренінгах • кількість тренінгів, проведених для окремих груп населення та кількість учасників, які взяли в них участь • кількість учасників АТО та внутрішньо переміщених осіб, які почали займатись підприємницькою діяльністю після участі в тренінгах 	дані бізнес-асоціацій	щороку
		опитування АВСА, Державний реєстр	щороку
		Державний реєстр, опитування МСП	щороку
		опитування МСП	щороку
		Тернопільська облдержадміністрація, звітність суб'єктів, які надають послуги Тернопільський обласний центр зайнятості, Тернопільська облдержадміністрація, опитування МСП	щороку

**Керуючий справами
виконавчого апарату
Тернопільської обласної ради**

І.Г.БАБІЙЧУК

Волянник Г.М.