

Програма

місцевого економічного розвитку

Ніжинської МТГ

Чернігівської області

та

План дій з її впровадження

**2024**

**Про Програму місцевого економічного розвитку**

Програма місцевого економічного розвитку (МЕР) Ніжинської міської територіальної громади та План дій з її впровадження розроблені в рамках Програми «Децентралізація приносить кращі результати та ефективність» (DOBRE), що виконується міжнародною організацією Global Communities та фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID).

Цей документ призначений для представників місцевої влади, бізнесу та мешканців територіальної громади, які хочуть долучитися до створення та підтримки сприятливого економічного середовище у територіальній громаді.

Програму МЕР розроблено на основі методології Програми USAID DOBRE з планування місцевого економічного розвитку та досвіду консультантів та фахівців Програми, які працювали із 75-ма громадами під час розробки програм місцевого економічного розвитку.

Автори Програми МЕР: Роман Хімка — консультант із планування місцевого економічного розвитку Програми USAID DOBRE, члени робочої групи МЕР Ніжинської згідно затвердженого складу (Додаток 1).

**Про Програму USAID DOBRE**

Програма USAID «Децентралізація приносить кращі результати та ефективність» (DOBRE) – це п’ятирічна програма, що виконується міжнародною організацією Глобал Ком’юнітіз (Global Communities) та фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID). Програма спрямована на посилення місцевого самоврядування та створення кращих умов для розвитку територіальних громад, підвищення рівня залученості громадян до прийняття рішень та забезпечення підзвітності та прозорості в громадському управлінні. До консорціуму виконавців Програми DOBRE, на чолі з Global Communities, входять: Український кризовий медіа-центр; SocialBoost; Фонд розвитку місцевої демократії (FSLD/FRDL), Малопольська школа державного управління при Краківському університеті економіки (MSAP/UEK), Польща; Національний Демократичний Інститут (NDI).

Програма USAID DOBRE працює в 7 цільових областях: Дніпропетровській, Івано-Франківській, Харківській, Херсонській, Кіровоградській, Миколаївській та Тернопільській. Із червня 2020, Програма [розпочала свою роботу ще в трьох областях](https://nam01.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fuacrisis.org%2Fuk%2F25-gromad-dlya-uchasti-u-programi&data=02%7C01%7Cmradyshevska%40globalcommunities.org%7Cfbc169cd99624f448b3908d8144c4052%7C486fe42a87d040e2af71a9b33ea3fcd9%7C0%7C0%7C637281665007920209&sdata=nHFPLUFI0qo4fz19iBIFzxMhrcHKRq0xqhx3mO9ndLQ%3D&reserved=0): Запорізькій, Чернівецькій, та Чернігівській.

© Цей документ став можливим завдяки щирій підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). Зміст є відповідальністю Глобал Ком'юнітіз (Global Communities) і не обов'язково відображає точку зору USAID чи Уряду Сполучених Штатів.

**ЗМІСТ**

Вступ ……………………………………………………………………………………………..…………………….………………………….. ...4

Частина 1. Стратегічне бачення і - економічного розвитку …………………………………………………………...… 6

Частина 2. Проєкти місцевого економічного розвитку ………………………………………………………………….… 9

Частина 3. План дій з впровадження Програми місцевого економічного розвитку ……………….…….. 19

**ВСТУП**

Програма місцевого економічного розвитку Ніжинської міської громади та План дій з її впровадження (далі – Програма)розроблена в рамках Програми «Децентралізація приносить кращі результати та ефективність» (DOBRE), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID).

Над підготовкою Програми працювали члени Робочої групи з місцевого економічного розвитку, яка створена у громаді, і до складу якої увійшли представники різних цільових груп (Додаток 1 до Програми).

Робоча група працювала у тісній співпраці із зовнішнім незалежним експертом Романом Хімкою на всіх етапах підготовки Програми, в тому числі протягом 2 семінарів в рамках компоненту «Місцевий економічний розвиток» Програми DOBRE та під час 2 візитів експерта у громаду. Результатом спільної роботи громади і експерта також є підготовлений [Економічний профіль](https://nizhynrada.gov.ua/nmr/vikonkom/strukturni-pidrozdili-ta-vikonavchi-organi-vikonavchogo-komitetu-nizhinskoji-miskoji-radi/strukturni-pidrozdili-vikonavchogo-komitetu/viddil-mizhnarodnih-zv-yazkiv-ta-investiciynoji-diyalnosti) громади.

Економічний профіль громади містить зведену інформацію про ресурси громади: місцеве економічне середовище; населення; трудові ресурси; ринки; економічну базу; інфраструктуру; комунікації та комунальні послуги; навколишнє середовище; життя в громаді; професійні послуги; соціальний капітал; місцеве самоврядування; податки; громадські організації; природні ресурси, а також інформацію про стратегію розвитку ТГ, SWOT аналіз громади. Підтримання Профілю в актуальному стані та регулярне оновлення його даних є абсолютно необхідним, і це є завданням Робочої групи з МЕР.

Програма МЕР узгоджується з цілями Стратегії розвитку Ніжинської міської територіальної громади на 2023-2027 роки і розроблена на її виконання в частині розвитку місцевої економіки. За потреби можна вносити зміни у Програму, але ці зміни обов’язково мають відповідати Стратегії розвитку громади.

Важливим елементом процесу моніторингу та оцінювання є відповідний підбір показників та мірил, які обумовлюють ефективний моніторинг Програми МЕР та дають змогу проводити порівняльний аналіз, надають достовірну інформацію про рівень економічного розвитку громади. На етапі моніторингу та оцінювання повинні бути ідентифіковані три види показників:

1. Продукту:

* які визначають безпосередній результат реалізованого завдання;
* вимірюють ступінь виконання поставлених цілей;
* відносяться до вимірювання ефективності та дієвості;
* стосуються виключно періоду реалізації Програми, відповідають безпосереднім та негайним ефектам, які виникають внаслідок реалізації даної дії.

2. Результату:

* які надають інформацію про безпосередні зміни, що відбулися як результат реалізації конкретних дій Програми (вони можуть мати вигляд матеріальних або фінансових показників);
* відносяться до вимірювання ефективності та дієвості результатів реалізації Програми МЕР, відразу після її впровадження.

3. Впливу:

* які служать для демонстрації постійних змін, що є результатом реалізації Програми;
* відносяться до наслідків реалізації завдань для місцевої спільноти;
* вимірюють довготермінові наслідки реалізації Програми, перевірені та представлені після завершення реалізації Програми або її етапів, по відношенню до ситуації на даній території до початку реалізації Програми, та вказують на вплив на економічну ситуацію Громади у певний період після завершення реалізації Програми (зростання відсотка безробітних, які беруть участь у тренінгах).

Візуалізована презентація (слайди) цієї Програми МЕР знаходиться на [сайті](https://nizhynrada.gov.ua) громади.

**Метою Програми місцевого економічного розвитку є:**

* + - Підтримати діючий в громаді бізнес;
    - Стимулювати до підприємницької діяльності та появи нового бізнесу, підтримати їх розвиток;
    - Розвивати людський капітал та трудові ресурси, в тому числі серед місцевої молоді;
    - Залучати новий бізнес та інвестиції, враховуючи екологічні стандарти та підвищення конкурентоздатності громади.

**Класифікація окремих інструментів МЕР:**

* + - Підтримка діючого бізнесу — інструменти, що допомагають покращувати якість робочих місць і підвищувати інноваційність бізнесу.
    - Сприяння розвитку підприємництва — інструменти, що створюють сприятливі умови для започаткування нового бізнесу, збільшення кількості підприємців і компаній.
    - Залучення нового бізнесу та інвестицій — інструменти, що створюють сприятливі економічні та інфраструктурні умови для залучення нового бізнесу на територію та залучення інвестицій для компаній.
    - Розвиток людського капіталу — інструменти, націлені на підвищення рівня компетентності працівників, професійну орієнтацію молоді, розвиток їх навичок і зменшення міграції робочої сили.

**Програма МЕР складається із:**

* Стратегічного бачення і цілей економічного розвитку громади, визначених у Стратегії;
* Набору конкретних проєктів місцевого економічного розвитку, реалізація яких дозволить досягти цілей економічного розвитку громади, визначених у Стратегії розвитку громади;
* Плану дій із впровадження Програми місцевого економічного розвитку.

Кожен проєкт – це логічно та хронологічно узгоджений комплекс заходів, реалізація яких призводить до досягнення поставленої мети у встановлений термін, із залученням визначених людських, матеріальних і фінансових ресурсів.

Програма містить перелік конкретних проєктів, які реалізовуватиме громада протягом 2024 – 2026 років. Цей перелік не є вичерпний. Члени Робочої групи з місцевого економічного розвитку у будь-який момент можуть прийняти рішення додатково включити у Програму декілька проєктів.

Реалізація даної Програми покладається на членів Робочої групи з місцевого економічного розвитку та осіб, відповідальних за виконання конкретного проєкту, із можливим залученням всіх заінтересованих сторін.

**Частина 1.**

**Стратегічне бачення і цілі економічного розвитку**

**Стратегічне бачення розвитку Ніжинської міської територіальної громади**  – Економічно розвинута та фінансово стабільна громада з розвинутою інфраструктурою, екологічно чистою територією, забезпеченням населення робочими місцями, якісними послугами, високою культурою і свідомістю мешканців та мешканок.

Для досягнення стратегічного бачення, у Стратегії розвитку громади, серед інших, визначено наступні стратегічні та операційні цілі економічного розвитку ТГ:

СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ 1. Економічний розвиток громади, що базується на місцевих ресурсах. Операційна ціль 1.1. Розвиток МСП. Операційна ціль 1.2. Залучення інвестицій в розвиток громади.

Операційна ціль 1.3. Зовнішнє позиціонування громади.

Операційна ціль 1.4 Розвиток туристичного потенціалу громади.

Відповідно до Стратегії розвитку Ніжинської МТГ на 2023 – 2027 рр., візія реалістичного сценарію економічного розвитку Ніжинської МТГ, визначена за участю громади, містить наступні ознаки, які характеризуватимуть її після втілення стратегії:

* Громада поступово формує свій новий імідж інвестиційно-привабливої території: високотехнологічний та екологічний. Внаслідок ефективної політики місцевої та регіональної влади громада залучає стратегічних інвесторів у пріоритетні галузі економіки, логістику та безпеку.
* Громада здійснює інвентаризацію земель та формує портфель привабливих інвестиційних пропозицій, активно просуваючи їх на інвестиційні ринки.
* Набуває нового імпульсу розвиток промислового виробництва на основі новітніх технологій та інновацій.
* Громада поступово підвищує ефективність системи надання комунальних послуг, у тому числі транспортно-логістичні, енерго-, водо-, теплопостачання, поводження з ТПВ та благоустрою.
* Підвищуються доходи малого та середнього бізнесу, проте динаміка має незначні позитивні показники.
* Поступово зростає рівень доходів населення, що стимулює внутрішній ринок.
* В громаду поступово заходять інвестори, зокрема у галузі з високою доданою вартістю, а також у сферу туризму, в тому числі й «зеленого» (активно розвивається туристично-рекреаційна галузь, включаючи садиби зеленого туризму, туристичні маршрути вихідного дня тощо).
* Продовження процесів децентралізації забезпечує можливість більш ефективно залучати кошти державного і місцевих бюджетів у розвиток виробничої і невиробничої інфраструктури, зокрема житлово-комунального, дорожнього господарства, транспортних та інформаційних комунікацій.
* Залучення державних субвенції та коштів з ДФРР разом з планом модернізації інженерної та соціальної інфраструктури в середньостроковій перспективі дозволять підвищити рівень комфорту та покращити стан логістичної інфраструктури громади.
* В громаді створено умови для ефективної роботи бізнес-інкубаторів, модернізації системи освіти, залучення інвестицій у стартапи, тощо.
* Активність мешканців громади підвищується, формуються нові громадські організації, в т.ч. що реалізують соціальні проєкти у галузі прав людини та гендерної рівності, які додатково залучають позабюджетні кошти для розвитку громади та активізації громадянського суспільства.

Із урахуванням всіх вищевказаних пріоритетів, формулювання візії місцевого економічного розвитку Ніжинської МТГ має наступний вигляд:

Ніжинська міська ТГ – економічно розвинута та фінансово стабільна громада з розвинутою інфраструктурою, екологічно чистою територією, забезпеченням населення робочими місцями, якісними послугами, високою культурою і свідомістю мешканців.

Економічний компонент – стратегічної цілі 1 – економічний розвиток громади, що базується на місцевих ресурсах передбачає диверсифікацію місцевої економіки, завдяки формуванню інвестиційно-привабливого іміджу її території, створення інфраструктурного, інституційного, кадрового забезпечення притоку інвестицій та підтримка перспективних напрямків економічного розвитку громади.

Цілі економічного розвитку:

Програма економічного розвитку громади повинна сформувати та утримувати інституційну базу економічного розвитку, яка включає в себе як традиційні для території громади види аграрного бізнесу, промисловості, торгівлі, так і інші роботи, використання місцевого потенціалу для створення доданої вартості продуктів та послуг ТГ, які зроблять ТГ привабливою громадою. Такий задум реалізовуватимуть через поєднання таких чинників:

* привабливість диверсифікованого бізнесу;
* наявні можливості розвитку бізнесу та допомоги з його утримання й розширення;
* посилення інституційної та технічної спроможності місцевих органів влади та комунального підприємства у сфері поводження з ТПВ;
* всебічний розвиток та відновлення громади;
* зменшення трудової міграції;
* співпраця місцевих органів влади з мешканцями та суб’єктами підприємницької діяльності;
* формування привабливого інвестиційного клімату на території громади та залучення інвесторів;
* активна промоція виробництва та залучення зовнішніх фондів, які посилюють ефективність промислових підприємств та сільськогосподарського виробництва, посилення національних та міжнародних торгівельних шляхів.

**Частина 2.**

**Проєкти місцевого економічного розвитку**

**ПРОЄКТ МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ №1**

**ПІДВИЩЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ ПІДПРИЄМЦІВ НІЖИНСЬКОЇ МТГ ПРО ВИКОРИСТАННЯ ОГІРКА ЯК ГАСТРОБРЕНДУ У СВОЄМУ БІЗНЕСІ, СТВОРЕННЯ УМОВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГАСТРОБРЕНДУ У НІЖИНСЬКІЙ ТГ.**

**LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT ACTION PLAN/ПЛАН ДІЙ З МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **RelatedGoals /Цілі розвитку, до яких має відношення цей проект**  Проєкт спрямований на підтримку економічного розвитку Ніжинської територіальної громади через підвищення обізнаності підприємців про використання Ніжинського огірка як гастрономічного бренду. Це включає:   * **Підтримку місцевих підприємців у розвитку бізнесу через бренд Ніжинського огірка** Підвищення обізнаності підприємців громади щодо можливостей використання Ніжинського огірка у своїх продуктах допоможе збільшити конкурентоспроможність місцевого бізнесу. Це сприятиме розширенню асортименту продукції, посилить лояльність споживачів і підтримає виробників. * **Покращення економічної ситуації через розвиток гастрономічного туризму** Популяризація Ніжинського огірка як бренду приверне увагу туристів і потенційних покупців з інших регіонів. Це допоможе залучити більше відвідувачів до громади, стимулюючи розвиток супутніх сфер, як-от готельний та ресторанний бізнес, і збільшить надходження до місцевого бюджету. * **Створення умов для співпраці між підприємцями та підтримка нових ініціатив** Проєкт стимулює взаємодію підприємців, обмін досвідом і сприяє виникненню нових бізнес-ініціатив, пов’язаних із виробництвом продукції, що базується на бренді Ніжинського огірка.   **Цілі розвитку громади, на які спрямовано проект:**  Реалізація проекту дасть змогу сприяти розвитку підприємницького сектору як невід’ємної частини економіки, створенню умов для виробничого процесу, збільшенню виробництва переробленої продукції, а також збільшення зацікавленості та туристичної привабливості регіону завдяки промоції гастробренду .  **Цілі розвитку громади, на які спрямовано проєкт:**  Цільовою групою проєкту є близько 20 місцевих підприємців, які отримають можливість розвивати свої бізнеси шляхом використання бренду Ніжинського огірка в продукції.  **Якісні результати проєкту:**  Реалізація проєкту сприятиме розвитку підприємницької активності в громаді, створенню умов для виробничих процесів і розширенню асортименту продукції, що базується на використанні Ніжинського огірка. Проєкт дозволить підприємцям покращити якість і конкурентоспроможність продукції, що виготовляється в громаді, та привертатиме увагу покупців з різних регіонів.  **Кількісні результати реалізації проєкту:**   * **Кількість підприємців**, які скористаються можливістю розвитку продукції за допомогою бренду огірка, — 5-10 на місяць. * **Кількість організованих заходів** — щотижневі презентації продукції, інформаційні зустрічі з підприємцями. * **Кількість нових продуктів на основі бренду огірка** — не менше 20 на рік. * **Залучення відвідувачів до заходів** — не менше 1000 осіб на рік. * **Збільшення надходжень до місцевого бюджету** — близько 50 000 – 60 000 грн на рік через активне використання бренду в продукції підприємців.   Проєкт спрямований на закріплення Ніжинського огірка як унікального гастрономічного бренду, що підтримує розвиток економіки громади. | | | | | |
| **BackgroundInformation / Довідкова інформація**  Метою проєкту є підвищення обізнаності підприємців Ніжинської громади про можливості використання бренду Ніжинського огірка у своїй діяльності, сприяння створенню конкурентоспроможної продукції та зміцнення гастрономічної ідентичності регіону. | | | | | |
| **MajorActionStepsand Schedule / Ключові етапи дій та графік** | | | | | |
| **ActionSteps / Етапи дій** | | | | | **Schedule / Графік** |
| 1. Проведення інформаційної кампанії для підприємців | | | | | **ІI квартал 2024 року** |
| 2. Організація тренінгів та майстер-класів | | | | | **ІІI квартал 2024 року** |
| 3. Створення маркетингових матеріалів для розвитку бренду | | | | | **ІV квартал 2024 року** |
| 4. Налагодження виробничої бази для створення гастрономічної продукції | | | | | **І квартал 2025 року** |
| 5. Проведення фестивалю гастробренду «Ніжинський огірок» | | | | | **ІІ квартал 2025 року** |
| **Responsibility / Відповідальність** | | | | | |
| **Primary: / Основні:**  **Initiation: / Ініціювання:**  Робоча група з питань місцевого економічного розвитку Ніжинської ТГ.  **Implementation: / Впровадження:**  Басак Тетяна Федорівна –управління, культури Ніжинської міської ради | | | **Support: / Підтримка:**  USAID DOBRE | | |
| **ResourcesNeeded / Необхідні ресурси** | | | | | |
| **Funding: / Фінансування:**  **615** тис. грн | **Item / Назва** | **Amount / Сума** | | **PossibleSources / Можливі джерела** | |
| 1.Інформаційна кампанія  2.Організація тренінгів та навчань | 200,00 тис.грн.  415,00 тис.грн. | | 1. USAID (придбання обладнання) | |
| **Other: / Інші ресурси:** | - | | | | |
| **PerformanceMeasures/Milestones / Показники продуктивності / Ключові етапи (віхи)**   1. • Розробка програми тренінгів   Затвердження структури та тематики тренінгів із гастробрендингу.  Підготовка навчальних матеріалів та презентацій.   1. • Організація тренінгів   Проведення щонайменше 5 тренінгів (запланованих на визначені дати).  Участь 20 підприємців (з врахуванням гендерного розподілу).   1. • Залучення експертів   Проведення двох сесій з успішними кейсами від фахівців у сфері гастрономічного брендингу.   1. • Розробка нових продуктів   Щонайменше 10 прототипів продуктів із використанням Ніжинського огірка, представлених учасниками.   1. • Бізнес-плани для розвитку   Розробка 3 бізнес-планів на основі ідей, запропонованих під час тренінгів.   1. • Підсумкова презентація   Організація заключного заходу, де підприємці представлять свої нові продукти, ідеї та бізнес-плани.   1. • Моніторинг результатів   Оцінка змін у діяльності учасників через 6 місяців після завершення проєкту (кількість нових продуктів, збільшення продажів, реалізація бізнес-планів).   1. • Популяризація результатів   Публікація матеріалів про успіхи учасників у локальних медіа та соціальних мережах. | | | | | |
| **Timeframe / Часові рамки**  **Thisprojectis: / Цей проект є:**   |  | | --- | | * ShortTerm / Короткостроковий   (1 – 2 years)  Tocreateandbeginproject / Створити і почати проект | | | | | | |

**ПРОЄКТ МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ №2**

**МАРКЕТПЛЕЙС ДЛЯ ПІДТРИМКИ ТА ПРОСУВАННЯ МІСЦЕВИХ КРАФТОВИХ ВИРОБНИКІВ НІЖИНСЬКОЇ ТГ.**

**LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT ACTION PLAN/ПЛАН ДІЙ З МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **RelatedGoals /Цілі розвитку, до яких має відношення цей проект**  Сприяння розвитку підприємництва в Ніжинській громаді через підтримку локальних крафтових виробників.  Створення умов для розширення доступу підприємців до ринків збуту.  Зміцнення гастрономічного бренду Ніжина через популяризацію унікальних продуктів та товарів.  Забезпечення соціальної інтеграції внутрішньо переміщених осіб через участь у виробництві та продажах.  **Цілі розвитку громади, на які спрямовано проект:**  Цілі розвитку громади, на які спрямовано проект:  Проект створення маркетплейсу для підтримки та просування місцевих крафтових виробників сприяє досягненню кількох ключових цілей сталого розвитку громади Ніжина:  **Підтримка місцевих підприємців:** проект створює платформу для об’єднання та розвитку малого бізнесу, що дозволяє місцевим виробникам розширити свої ринки збуту, залучити нових клієнтів і розвивати свої ремесла.  **Створення нових робочих місць***:* маркетплейс сприятиме появі нових робочих місць для майстрів та місцевих підприємців, особливо в сферах ремесел, маркетингу та логістики.  **Популяризація місцевої культури**: проект допомагає популяризувати автентичні та оригінальні товари, підкреслюючи високу якість та майстерність місцевих виробів, що також позитивно впливає на імідж громади.  **Розвиток сталого бізнесу:** проект сприяє розвитку відповідального бізнесу, заохочуючи використання екологічно чистих матеріалів і технологій у виробництві.  **Цільовими групами проекту є:**  **Місцеві майстри та підприємці:** Платформа буде доступною для майстрів різних галузей, що дозволить їм представити свою продукцію на одному майданчику.  **Мешканці Ніжина:** Мешканці громади зможуть не тільки придбати автентичні вироби, але й підтримати місцевих виробників.  **Молодь і діти:** Проект надасть молодим людям та дітям можливість ознайомитися з ремеслами та традиціями Ніжина, заохочуючи їх до участі в майстер-класах та навчальних заходах.  **Туристи:** Платформа стане важливим інструментом для залучення туристів, які хочуть придбати унікальні місцеві товари як сувеніри.  **Якісні результати проекту:**  **Підвищення обізнаності:** підвищення рівня обізнаності громадян про місцеві крафтові товари та їх високу якість через просування продукції на платформі.  Інтеграція місцевих підприємців: збільшення кількості місцевих виробників, які активно використовують платформу для продажу своїх товарів.  **Розвиток бізнес-навичок:** підтримка майстрів через навчальні курси та майстер-класи з маркетингу, продажу та виробництва, що допоможе підвищити їх конкурентоспроможність.  **Розширення ринків збуту:** збільшення числа клієнтів як на місцевому, так і на міжнародному рівнях через онлайн-платформу.  **Кількісні результати реалізації проекту:**  Запуск платформи: створення та запуск онлайн-платформи для підтримки місцевих виробників.  Залучені майстри: участь 50+ місцевих майстрів і підприємців, які зареєструються на платформі і почнуть продавати свої вироби.  Підвищення продажів: досягнення збільшення продажів місцевих виробників на 30% завдяки новим каналам збуту.  Навчання та майстер-класи: проведення 20+ майстер-класів, семінарів та тренінгів для місцевих майстрів.  Покращення якості послуг: надання 100% підтримки учасникам платформи щодо розширення їхнього бізнесу та маркетингової стратегії.  Проект сприятиме розвитку економіки Ніжина через підтримку місцевих майстрів, популяризацію місцевих товарів і створення нових можливостей для бізнесу та працевлаштування. | | | | | |
| **BackgroundInformation / Довідкова інформація**  Метою проекту – є популяризувати автентичні товари, зроблені з майстерністю, показати їхню високу якість і оригінальність, а також дати можливість покупцям знайти справжні скарби Ніжина.  **Об'єднання майстрів різних галузей**  Платформа створює простір для майстрів з різних сфер ремесел, таких як ткацтво, вишивка, кераміка, ручне виробництво меблів, текстиль, авторські вироби, сувеніри та багато інших. Це дозволяє залучити творчих людей з різних секторів та регіонів громади, сприяючи розвитку багатогалузевої економіки.  **Популяризація автентичних товарів**  Платформа робить акцент на товарах, виготовлених за традиційними методами, з використанням локальних матеріалів, що підкреслює унікальність кожного виробу. Такі товари стають частиною культурної спадщини громади і можуть стати привабливими як для місцевих покупців, так і для туристів чи колекціонерів.  **Показ високої якості та оригінальності**  Для підвищення престижу товарів на платформі, акцент робиться на високу якість виготовлення. Продавці мають можливість демонструвати свої вироби за допомогою високоякісних фотографій, відео, а також вказувати процеси виготовлення, що підкреслює їх оригінальність і майстерність.  **Можливість покупцям знайти справжні скарби Ніжина**  Платформа надає покупцям зручний доступ до ексклюзивних товарів, що не мають аналогів на інших ринках. Це дає змогу покупцям знайти унікальні подарунки, декоративні предмети або елементи побуту, які несуть у собі дух Ніжина. Також важливо, що покупці можуть підтримувати місцевих виробників і отримувати задоволення від покупок, знаючи, що вони купують справжній, а не масовий продукт. | | | | | |
| **MajorActionStepsand Schedule / Ключові етапи дій та графік** | | | | | |
| **ActionSteps / Етапи дій** | | | | | **Schedule / Графік** |
| 1. Розробка концепції маркетплейсу | | | | | **І квартал 2025 р** |
| 2. Технічна розробка платформи та її запуск | | | | | **ІІ квартал 2025 р** |
| 3. Навчання виробників роботи з платформою | | | | | **ІІІ квартал 2025 р** |
| 4. Проведення промокампанії для залучення покупців | | | | | **ІІІ квартал 2025 р** |
| 5. Проведення онлайн-ярмарків | | | | | **IV кварталу 2025 р** |
| **Responsibility / Відповідальність** | | | | | |
| **Primary: / Основні:**  **Initiation: / Ініціювання:**  Робоча група з питань місцевого економічного розвитку Ніжинська МТГ.  **Implementation: / Впровадження:**  Кумінов Антон – начальник відділу інформатизації | | | **Support: / Підтримка:**  USAID DOBRE | | |
| **ResourcesNeeded / Необхідні ресурси** | | | | | |
| **Funding: / Фінансування:**  **600,0** тис. грн | **Item / Назва** | **Amount / Сума** | | **PossibleSources / Можливі джерела** | |
| 1. Технічна розробка платформи та її запуск  2. Проведення промокампанії для залучення покупців | 450,00 тис.грн.  150,00 тис.грн. | | 1. USAID (придбання обладнання) | |
| **Other: / Інші ресурси:** | - | | | | |
| **PerformanceMeasures/Milestones / Показники продуктивності / Ключові етапи (віхи)**   * + - 1. Засідання робочої групи       2. Проведені зустрічі (протокол засідань) із зацікавленими сторонами       3. Заповнена проектна заявка для отримання фінансування та розпочата робота над складанням проекту       4. Навчання персоналу       5. Працевлаштування персоналу       6. Проведення майстер-класів для дітей та молоді       7. Урочисте відкриття       8. Проведення регулярного моніторингу результатів, зокрема, за рахунок аудиту надходжень до місцевого бюджету та економії бюджетних коштів | | | | | |
| **Timeframe / Часові рамки**  **Thisprojectis: / Цей проект є:**   |  | | --- | | * ShortTerm / Короткостроковий   (1 – 2 years)  Tocreateandbeginproject / Створити і почати проект | | | | | | |

**ПРОЄКТ МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ №3**

**ПІДТРИМКА ТА ПРОМОЦІЯ СУБ’ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ НІЖИНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ: СУПРОВІД ПРОЄКТІВ, ОРГАНІЗАЦІЯ ЯРМАРКІВ ТА МІЖНАРОДНЕ ПРОСУВАННЯ**

**LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT ACTION PLAN/ПЛАН ДІЙ З МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Related Goals / Цілі розвитку, до яких має відношення цей проект**  Повномасштабна війна Російської Федерації проти України суттєво вплинула на економіку Ніжинської громади. Серед основних викликів:   * значна міграція населення; * зниження ділової активності місцевого бізнесу; * ускладнення логістичних ланцюгів через руйнування інфраструктури; * зростання витрат на енергоресурси та транспорт.   Цей проєкт має на меті створення сприятливих умов для розвитку місцевого підприємництва та його просування як всередині країни, так і за кордоном. Особливу увагу приділено:   1. Організації регулярних ярмарків і виставок для представлення місцевих товарів і послуг. 2. Навчанню підприємців сучасним методам маркетингу та експорту продукції. 3. Створенню онлайн-інструментів для збуту та популяризації локальних продуктів. 4. Участі у всеукраїнських і міжнародних виставках для розширення ринків збуту.   **Цілі розвитку громади, на які спрямовано проект:**   1. Зміцнення місцевого підприємництва через покращення умов для виробництва та збуту продукції. 2. Розширення можливостей для збуту продукції місцевих виробників як в Україні, так і за кордоном. 3. Створення нового іміджу Ніжинської громади як центру крафтових і гастрономічних виробів. 4. Залучення нових інвестицій для розвитку бізнесу та інфраструктури.   Реалізація цього проєкту допоможе створити економічно вигідні умови для суб’єктів господарювання, підвищить конкурентоспроможність місцевих продуктів і сприятиме зростанню доходів громади. | | | | | |
| **BackgroundInformation / Довідкова інформація**  Метою проєкту є створення умов для підтримки та розвитку місцевих суб’єктів господарювання, розширення ринків збуту та популяризації продукції Ніжинської громади.  Серед основних завдань проєкту:   1. Організація регулярних ярмарків місцевої продукції для популяризації товарів громади серед мешканців та гостей. 2. Підтримка підприємців у впровадженні сучасних маркетингових інструментів для виходу на нові ринки. 3. Розробка та запуск онлайн-платформи для просування локальних продуктів та послуг. 4. Сприяння участі місцевих виробників у всеукраїнських та міжнародних виставках, з метою підвищення впізнаваності громади. 5. Забезпечення співпраці з торговельними та інвестиційними організаціями для стимулювання економічного зростання. | | | | | |
| **MajorActionStepsand Schedule / Ключові етапи дій та графік** | | | | | |
| **ActionSteps / Етапи дій** | | | | | **Schedule / Графік** |
| 1. Проведення аналізу та планування | | | | | **І квартал 2026** |
| 1. Організаційно-правова підготовка | | | | | **І квартал 2026** |
| 3. Розробка інструментів підтримки підприємців | | | | | **І-ІІ квартал 2026** |
| 4. Проведення тренінгів для місцевих підприємців | | | | | **І-ІІ квартал 2026** |
| 5. Організація ярмарків місцевих виробників | | | | | **ІІ квартал 2026** |
| 6. Маркетинг і міжнародне просування | | | | | **ІІ квартал 2026** |
| 7. Урочистий старт кампанії | | | | | **ІІ квартал 2026** |
| 1. Моніторинг і оцінка результатів | | | | | **ІІІ квартал 2026** |
| 1. Здійснити моніторинг результатів виконання проекту | | | | | **Постійно** |
| **Responsibility / Відповідальність** | | | | | |
| **Primary: / Основні:**  **Initiation: / Ініціювання:**  Робоча група з питань місцевого економічного розвитку Ніжинська МТГ.  **Implementation: / Впровадження:**  Відділ економіки – Ярош Ярослава | | | **Support: / Підтримка:**  USAID DOBRE | | |
| **ResourcesNeeded / Необхідні ресурси** | | | | | |
| **Funding: / Фінансування:**  **700,0** тис. грн | **Item / Назва** | **Amount / Сума** | | **PossibleSources / Можливі джерела** | |
| 1.Промоція та підтримка  3.Організація ярмарків | 300,0 тис.грн.  400,0 тис.грн. | |  | |
| **Other: / Інші ресурси:** | - | | | | |
| **PerformanceMeasures/Milestones / Показники продуктивності / Ключові етапи (віхи)**  **Основні заходи:**   1. **Ярмарки місцевої продукції:**    * Організація щоквартальних ярмарків місцевих виробників у Ніжині, зокрема з акцентом на унікальні продукти, такі як гастрономічні та крафтові вироби.    * Залучення місцевих підприємців для презентації продукції. 2. **Навчальні сесії для бізнесу:**    * Проведення тренінгів щодо методів ефективного міжнародного маркетингу.    * Розробка освітніх програм для підвищення рівня знань з експорту. 3. **Створення брендованих стендів:**    * Участь у всеукраїнських та міжнародних виставках.    * Презентація громади через бренд "Ніжинський огірок" та інші локальні символи. 4. **Співпраця з торговими представництвами:**    * Налагодження зв’язків з українськими представництвами за кордоном.    * Встановлення партнерських відносин із торговими палатами та бізнес-асоціаціями. 5. **Розробка онлайн-платформи для продажу продукції:**    * Включення крафтових виробників у єдиний маркетплейс громади.    * Активна реклама у соціальних мережах і через тематичні спільноти.   **Очікувані результати:**   * Розширення ринків збуту продукції. * Створення позитивного іміджу громади. * Збільшення доходів місцевих підприємців. | | | | | |
| **Timeframe / Часові рамки**  **Thisprojectis: / Цей проект є:**   |  | | --- | | * ShortTerm / Короткостроковий   (1 – 2 years)  Tocreateandbeginproject / Створити і почати проект | | | | | | |

**Частина 3.**

**План дій з впровадження**

**Програми місцевого економічного розвитку**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **План дій і графік впровадження проєктів місцевого економічного розвитку** | **Рік** | | | | | | | | | | | | **Тип заходу з МЕР**  для створення сприятливого економічного середовища в ТГ | | | |
| **2024** | | | | **2025** | | | | **2026** | | | | 1  Підтримка діючого бізнесу | 2  Заохочення до підприємництва | 3  Залучення та робота з інвесторами | 4  Розвиток робочоїсили, профорієнтація для молоді, школярів |
| **Квартал** | | | | **Квартал** | | | | **Квартал** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Проект місцевого економічного розвитку №1: ПІДВИЩЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ ПІДПРИЄМЦІВ НІЖИНСЬКОЇ МТГ ПРО ВИКОРИСТАННЯ ОГІРКА ЯК ГАСТРОБРЕНДУ У СВОЄМУ БІЗНЕСІ, СТВОРЕННЯ УМОВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГАСТРОБРЕНДУ У НІЖИНСЬКІЙ ТГ.** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 1. Підготовчий** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 1. Інформаційна кампанія   2. Організація тренінгів та майстер-класів   3. Створення маркетингових матеріалів |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 2. Організаційний** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.1. Подати Голові ТГ на затвердження склад Робочої групи з реалізації проєкту |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.2. Подати Голові ТГ на затвердження відповідальну особу з реалізації проєкту |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.3. Підготувати із програмним спеціалістом DOBRE проєктну заявку на реалізацію проєкту |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 3. Громадські обговорення** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3.1. Провести громадські обговорення з метою роз’яснення мети, завдань та перспектив проєкту |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3.3. Провести засідання Робочої групи з місцевого економічного розвитку, на якому підготувати робочий план із його створення та розподілити завдання між членами |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 4. Завершальний** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4.2. Проведення фестивалю |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 8. Моніторинг та оцінка проекту** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8.1. Здійснити моніторинг результатів виконання проекту |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Проєкт місцевого економічного розвитку №2: Маркетплейс для підтримки та просування місцевих крафтових виробників** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 1. Підготовчий** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Розробка концепції маркетплейсу**   * Засідання робочої групи для формування концепції платформи. * Затвердження основних функціональних вимог. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 2. Технічна розробка платформи та її запуск** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Розробка технічного завдання  Формування вимог до розробки.    Узгодження технічного опису з підрядником. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.2. Розробка платформи  Створення базового функціоналу: кабінети для продавців, каталог товарів, модуль оплати. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.3. Тестування та запуск платформи |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 3: Навчання виробників роботи з платформою** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3.1. Тренінги для виробників  Проведення 2-3 сесій навчань щодо використання платформи. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 4: Промокампанія для залучення покупців** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4.1. Підготовка рекламних матеріалів  Розробка відео, постів для соцмереж, інформаційних буклетів. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 5: Проведення онлайн-ярмарків** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5.1. Організація онлайн-ярмарків  Запрошення місцевих виробників.  Проведення презентацій продукції в реальному часі через платформу. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5.2. Забезпечити навчання мешканців швейній індустрії |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 6: Моніторинг та оцінка результатів** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6.1. Збір статистики  Оцінка кількості користувачів платформи (покупців та продавців).  Аналіз обсягів продажів через платформу. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6.2. Внесення змін  Поліпшення функціоналу на основі зворотного зв’язку.  Регулярні звіти про ефективність. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Проект місцевого економічного розвитку №3: Підтримка та промоція суб’єктів господарювання Ніжинської громади** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 1. Підготовчий** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Аналіз та планування**   * Проведення аналізу місцевих суб’єктів господарювання, їх потреб та можливостей. * Формування концепції проєкту та плану реалізації. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 2. Розробка інструментів підтримки підприємців** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 1. **Розробка освітніх програм**   + Навчальні модулі з маркетингу, міжнародного продажу та експорту.   1. **Створення онлайн-інструментів**   Розробка та запуск платформи для популяризації локальних продуктів.  Залучення фахівців для технічної реалізації. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 3 Проведення тренінгів для місцевих підприємців** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3.1. Організація навчальних заходів  Проведення серії тренінгів з маркетингу, брендингу та виходу на міжнародні ринки. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3.2. Інформаційна підтримка підприємців  Надання консультацій та практичних рекомендацій. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 4. Організація ярмарків місцевих виробників** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4.1. Підготовка ярмарків  Залучення місцевих виробників до участі.  Розробка брендованих стендів та промо-матеріалів. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4.2. Проведення подій  Щоквартальні ярмарки, включаючи тематичні заходи, такі як гастрономічні та крафтові виставки. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 5. Маркетинг і міжнародне просування** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5.1. Промоція громади  Участь у всеукраїнських та міжнародних виставках.  Створення брендованої продукції для представлення на заходах. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5.2. Реклама  Кампанії в соціальних мережах, місцевих та національних медіа.  Активна робота з міжнародними партнерами для налагодження каналів збуту. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 6. Урочистий старт кампанії** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Етап 7. Моніторинг результатів виконання проекту** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7.1. Моніторинг виконання проєкту  Оцінка кількості учасників ярмарків та навчань.  Аналіз продажів і нових ринків збуту. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8.2. Коригування заходів  Внесення змін до стратегії на основі отриманих даних. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**ДОДАТОК 1**

**Склад Робочої групи з МЕР - консультативно-дорадчий орган з МЕР**

Затверджено

рішенням Ніжинської міської ради VIII скликання від 11.06.2024

№47-38/2024

**СКЛАД РОБОЧОЇ ГРУПА З МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ** **НІЖИНСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **П.І.Б.** | **Цільова група** | **Посада** | **Електронна пошта** | **Телефон** |
| 1. | Вовченко Федір Іванович | В | голова робочої групи, перший заступник міського голови з питань діяльності виконавчих органів ради | vfi7701@gmail.com | +380676223866 |
| 2. | Хоменко Юрій  Юрійович | В | депутат Ніжинської міської ради VIII скликання | optskladd@gmail.com | +380674088803 |
| 3. | Тараненко Геннадій  Петрович | В | заступник голови робочої групи, начальник відділу економіки виконавчого комітету Ніжинської міської ради | depar.econ.nizhyncity@gmail.com | +380679655565 |
| 4. | Бут Оксана | Г | ВПО, проєктна менеджерка швейного виробництва | oksanabut77@ukr.net | +380508211158 |
| 5. | Бутенко Світлана  Василівна | М, Г | представник молоді, член ГО «ЛІМ» | svetabutenko01@gmail.com | +380971429896 |
| 6. | Гавриленко Валерій Петрович | Б, Г | Підприємець, голова Ради підприємців Ніжинської міської ради | -- | +380675063027 |
| 7. | Гуторка Катерина Олександрівна | В, Г | Головний спеціаліст відділу міжнародних зв’язків та інвестиційної діяльності виконавчого комітету Ніжинської міської ради | nizhyn\_invest@ukr.net | +380971733304 |
| 8. | Давиденко Юрій Миколайович | О, Г | доцент кафедри всесвітньої історії та міжнародних відносин Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя | davidenko\_yuri@ukr.net | +380673955547 |
| 9. | Козубенко Ангеліна | Б, Г | Підприємець (продаж непродовольчих товарів) | -- | +380671862741 |
| 10. | Кузьменко Юлія Володимирівна | В, Г | Начальник відділу міжнародних зв’язків та інвестиційної діяльності виконавчого комітету Ніжинської міської ради | nizhyn\_invest@ukr.net | +380688138996 |
| 11. | Писаренко Людмила  Віталіївна | В, Г | начальник фінансового управління Ніжинської міської ради | finupravlinna@gmail.com | +380681070276 |
| 12. | Світлова Марина Юріївна | В, Г | головний спеціаліст сектору розвитку підприємництва, споживчого ринку та захисту прав споживачів відділу економіки | businesshubnizhyn@gmail.com | +38067397 03 33 |
| 13. | Сімкіна Олександра Вікторівна | В, Г | головний спеціаліст Управління культури і туризму Ніжинської міської ради | cultura\_nizhyn@ukr.net | +380683866713 |
| 14. | Тимошик Анна Олександрівна | Г, Б | член ГО «МІСТО Н», підприємець | [stem.center.idea@gmail.com](mailto:stem.center.idea@gmail.com) | [+380634330501](tel:+380634330501) |
| 15. | Ярош Ярослава  Миколаївна | В, Г | начальник сектора розвитку підприємництва, споживчого ринку та захисту прав споживачів відділу економіки виконавчого комітету Ніжинської міської ради | nizhynekonomika@gmail.com | +380968228420 |
| 16. | Охонько Сергій  Миколайович | Б, В | депутат Ніжинської міської ради VIII скликання | 0978888857@ukr.net | +380978888857 |

**Примітка: цільова**

**група:**

Літера, яка відповідає типу цільової групи, до якої входить представник:

В – представник влади

Б – представник бізнесу

Г – представник громадськості

М – представник Молодіжної ради (в разі її утворення) або активної молоді

О - освіта

**ДОДАТОК 2**

**ПОЛОЖЕННЯ**

**Про робочу групу з місцевого економічного розвитку**

**Ніжинської міської ради Чернігівської області**

**До рішення Ніжинської міської ради VIII скликання**

**від 26 лютого 2021 року № 22-7/2021**

**Про внесення змін до складу робочої групи з місцевого економічного розвитку Ніжинської міської ради Чернігівської області**

1. Загальні засади

1.1. Робоча група з місцевого економічного розвитку Ніжинської міської ради (далі робоча група) є постійним консультативно-дорадчим органом Ніжинської міської ради, що утворюється та діє при Ніжинській міській раді з метою планування, виконання та регулярного перегляду заходів місцевого економічного розвитку у громаді.

1.2. У своїй діяльності робоча група керується Конституцією України, чинним законодавством України, рішеннями Ніжинської міської ради, її виконавчого комітету, розпорядженнями міського голови міста Ніжина та цим Положенням.

1.3. Місцевий економічний розвиток (далі — МЕР) — партисипативний процес, до якого залучені зацікавлені сторони громади та метою якого є стале економічне зростання на місцевому рівні та підвищення якості життя мешканців.

1.4. Програма місцевого економічного розвитку – це документ, розроблений робочою групою, який містить набір конкретних проєктів, реалізація яких дозволить досягти цілей економічного розвитку громади, визначених у Стратегічному плані розвитку громади. Програма МЕР є багаторічною на термін від 3 років. Програма МЕР містить не менше трьох проєктів з детально описаними заходами, що необхідно виконати, переліком та вартістю необхідних матеріалів/обладнання/послуг, які необхідно придбати, та відповідальними особами, закріпленими за координацію виконання кожного з проєктів.

1.5 Проєкт — логічно та хронологічно узгоджений комплекс заходів, виконання яких призводить до досягнення поставленої мети у встановлений строк, із залученням визначених людських, матеріальних і фінансових ресурсів.

2. Мета, завдання та повноваження робочої групи

2.1. Метою діяльності робочої групи є координація діяльності Ніжинської міської ради, суб’єктів підприємницької діяльності та громадянського суспільства задля досягнення сталого економічного розвитку громади.

2.2. Основною метою робочої групи є створення сприятливого інвестиційного бізнес клімату в громаді в залежності від пріоритетів розвитку громади:

- Підтримки наявного бізнесу;

- Сприяння розвитку підприємництва;

- Розвитку трудових ресурсів;

- Залучення нового бізнесу та інвестицій.

Завдання робочої групи з МЕР є:

▪ виявлення викликів для розвитку громади та підбір інструментів для їх розв’язання;

▪ підготовка та впровадження проєктів економічного розвитку в громаді;

▪ координація та моніторинг виконання заходів, визначених в економічному блоці Стратегії розвитку громади;

▪ пошук можливостей для фінансування заходів Стратегії;

▪ пошук партнерів для проєктів;

▪ попередній розгляд проєктів рішень сесії та виконавчого комітету, які стосуються економічного розвитку;

▪ регулярний перегляд (принаймні один раз на рік) запланованих заходів щодо їх релевантності та відповідності умовам громади.

2.3. Повноваження робочої групи полягають у:

- моніторингу стану МЕР у громаді,

- створенні та вдосконаленні програми МЕР,

- проведенні громадських обговорень та інших публічних заходів,

- залученні зацікавлених осіб та експертів до діяльності робочої групи,

- отриманні в установленому порядку від посадових осіб органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій інформацію, необхідну для виконання покладених на неї завдань;

- наданні органам та посадовим особам місцевого самоврядування пропозицій щодо покращення МЕР.

3. Формування складу робочої групи

3.1. Робоча група складається з голови, заступника, секретаря та інших членів. Склад робочої групи затверджується рішенням Ніжинської міської ради.

3.2. Робоча група формується із представників:

- Міської ради та її виконавчих органів;

- Бізнесу;

- Інститутів громадянського суспільства;

- Молодіжних організацій або активних представників молоді,

- освіти.

Персональний склад робочої групи оприлюднюється на офіційному сайті Ніжинської міської ради упродовж п’яти робочих днів з дня його затвердження.

3.3. Члени робочої групи мають право виносити на розгляд робочої групи будь-які питання, що стосуються її діяльності.

3.4. Члени робочої групи виконують свої обов’язки на громадських засадах.

3.5.Зміни у складі робочої групи затверджуються рішенням Ніжинської міської ради на підставі протоколу засідання робочої групи з МЕР. Відомості про зміни у складі робочої групи оприлюднюються на офіційному сайті Ніжинської міської ради упродовж трьох робочих днів з моменту затвердження.

4. Організація роботи робочої групи

4.1. Формою роботи робочої групи є засідання, які проводяться за необхідності, але не рідше одного разу на три місяці.

4.2. Голова робочої групи здійснює загальне керівництво та забезпечує організацію роботи органу, скликає засідання та головує на них. У разі відсутності голови, засідання проводить заступник голови за його дорученням.

4.3. Члени робочої групи беруть персональну участь у її засіданнях. Засідання вважається правоможним, якщо на ньому присутні більш як половина її членів. За рішенням робочої групи та за наявності технічних засобів засідання Ради може бути проведено дистанційно в режимі відеоконференції. Засідання проводяться відкрито.

4.4. На своїх засіданнях робоча група розробляє пропозиції та рекомендації з питань, що належать до її компетенції, і виконує, але не обмежуючись, наступні дії та заходи:

- розробляє, публікує на офіційному сайті Ніжинської міської ради та оновлює (не рідше одного разу на рік, не пізніше 31 травня) Економічний профіль громади;

- розробляє проєкти, проводить громадське обговорення, та моніторить (не рідше ніж двічі на рік) впровадження Програми МЕР;

- публікує звіти про виконання Програми МЕР на сайті громади;

- розробляє заходи щодо залучення і роботи з інвесторами;

- бере участь у засіданнях сесії місцевої ради (щонайменше двічі на рік).

У порядку денному кожного засідання повинні бути присутні питання, пов’язані із виконанням Програми МЕР. Робоча група щорічно звітує перед Ніжинською міської радою про свою діяльності. Звіт містить аналіз виконання Програми МЕР, пропозиції до її оновлення, а також аналіз перспектив для МЕР на наступний рік. У звіті окремо висвітлюється діяльність стосовно стимулювання підприємницької діяльності серед молоді, жінок, та/або ветеранів, та/або інших вразливих груп населення громади.

Робоча група готує інформацію для використання у щорічну публічному звіті голови громади. Звіт містить окремий розділ, присвячений місцевому економічному розвитку на основі Програми МЕР. Зокрема, наведено дані про виконані проєкти, стану впровадження поточних проєктів МЕР та щодо розробки нових проєктів МЕР.

Пропозиції та рекомендації вважаються схваленими, якщо за них проголосувало більш як половина присутніх на засіданні членів робочої групи. У разі рівного розподілу голосів вирішальним є голос головуючого на засіданні.

4.5. Пропозиції та рекомендації робочої групи оформлюються протоколом засідання, який підписується головуючим на її засіданні та секретарем і надсилається всім членам робочої групи та публікується на сайті громади. Член робочої групи, який не підтримує пропозиції та рекомендації, може викласти в письмовій формі свою окрему думку, що додається до протоколу засідання.

4.6. Підготовку матеріалів до розгляду робочою групою, повідомлення всім членам робочої групи про час і дату чергового засідання, ведення протоколу засідання робочої групи та його надсилання членам робочої групи забезпечує секретар. Про дату проведення засідання та порядок денний члени робочої групи інформуються не пізніше ніж за три робочих дні до дати проведення засідання.

4.7. Виконавчий комітет, при якому утворено робочу групу, здійснює організаційне, інформаційне та матеріально-технічне забезпечення діяльності робочої групи, створює належні умови для її роботи, у тому числі забезпечує робочу групу приміщенням для робочих зустрічей, засобами зв'язку.

**Список використаних джерел інформації та проєкти, згадані як приклади:**

* 1. У Житомирі презентували платформу місцевих брендів «ДоБре»: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3796073-u-zitomiri-prezentuvali-platformu-miscevih-brendiv-dobre.htm>
  2. В Україні запустили маркетплейс з українськими товарами для дітей: <https://shotam.info/v-ukraini-zapustyly-marketpleys-z-ukrainskymy-tovaramy-dlia-ditey/>
  3. «Всі. Свої»: як створити найбільший маркетплейс українських брендів: <https://donttakefake.com/vsi-svoi-yak-stvoriti-najbilshij-marketplejs-ukrayinskih-brendiv/>
  4. «UKRAINIAN GASTRO SHOW»: <https://gastro.show/>
  5. Гастробренди України: <https://babel.ua/texts/76142-jili-spravzhnyu-guculsku-brinzu-ta-karpatskiy-shovdar-upiznayete-spravzhniy-nizhinskiy-ogirok-teper-ce-neskladno-pro-mayzhe-vtracheni-ta-vidnovleni-avtentichni-ukrajinski-produkti-rozpovidayut-babel-i>
  6. Підтримка місцевих виробників: https://myrhorodportal.com.ua/pidtrymka-misczevyh-vyrobnykiv-ta-nalagodzhennya-spivpraczi-zaporuka-ekonomichnoyi-stijkosti-gromady/
  7. «Місцевий економічний розвиток в територіальних громадах: корисні поради та кращі практики. Посібник для місцевої влади та бізнесу», Програма USAID DOBRE, квітень 2021