## **Практична робота**

## **Тема: Розробка індикаторів сталого розвитку для місцевої громади**

**Мета:** навчитися розробляти та застосовувати вимірювані показники сталого розвитку.

**Теоретичні відомості:**

Набір індикаторів - це інструменти, які дозволяють органам місцевого самоврядування оцінити поточну ситуацію, зрозуміти їх природну еволюцію та оцінити вплив вибраних рішень. Отже, предметом аналізу індикаторів є послуги, які надає орган місцевого самоврядування (ОМС), їх якість та доступність, а також комплексність і ефективність.

Громадянина цікавлять досягнуті результати діяльності ОМС як для усвідомлення правильності обраного курсу соціального та економічного розвитку, так і для прийняття особистого рішення в період виборів. Об’єктом аналізу є не орган місцевого самоврядування, а результат діяльності та ефективність управління. Орган управління є тільки організаційною структурою, що забезпечує отримання необхідного результату діяльності. Тому тут можна застосувати дві характеристики в підходах. Це - компетентністний та ресурсний підходи, тобто наскільки ефективно працює сама структура управління ОМС і наскільки ефективно використовується потенціал, яким ОМС може користуватися. Компетентність органів місцевого самоврядування визначається у якісному наданні громадських послуг місцевому населенню (задоволеність роботою органів місцевого самоврядування). Ресурсний же потенціал є наявністю ресурсів матеріальних, технічних, природних, інформаційних тощо з можливістю їх перетворення на продукт (послуги для населення) та ступінь задоволення цими послугами від мешканців громади.

Результатом якісного планування економічного розвитку громади є ефективно діюча модель МЕР (місцевий економічний розвиток).

МОДЕЛЬ МЕР – це: набір різноманітних дій, способів та інструментів залежно від стратегії розвитку громади, направлений на: покращення добробуту та проживання мешканців; збільшення доходів місцевого бюджету та розвиток економічної привабливості території.

Шляхи реалізації: залучення додаткових інвестицій; використання коштів із проектів МТД (міжнародної технічної допомоги); зростання економічної активності мешканців; розвиток туристичного потенціал; брендування територій.

Якісний економічний розвиток громади можливий лише в трикутнику: влада, громада, бізнес з урахуванням інтересів кожної із сторін процесу. Основні методологічні принципи розробки плану економічного розвитку: врахування інтересів, пропозицій, цілей та завдань від усіх зацікавлених сторін на основі партнерства з приватним сектором та сектором громадянського суспільства; зосередження на тих напрямах економічного розвитку громади, які матимуть найвищу результативність у майбутньому; участь громадян та консультації щодо розробки документу; розуміння представниками місцевої спільноти рішень та завдань, які приймаються в рамках стратегії;

АНАЛІЗ МІСЦЕВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРУКТУРИ: Характерні особливості та тенденції (географія, економічні та регіональні переваги, які суб’єкти господарювання та бізнеси переважають);

Економічний профіль території (включаючи податкові надходження, формування доходів місцевого бюджету по видах економічної та функціональної класифікацій і т.д., доступ до фінансування, рівень міжбюджетних трансфертів та цільових дотацій);

Основні «точки зростання» (бюджетоутворюючі підприємства, ключові природні ресурси, особливості географії);

Міжсекторальне співробітництво і взаємодія на місцевому рівні (економічний розвиток, молодіжна політика, благоустрій, культурний розвиток, потреби людей поважного віку, взаємодія з громадськими активістами та організаціями, впровадження органів самоорганізації населення тощо); Інвестиції в розвиток територій (приватні, закордонні, ДФРР);

Земельні ресурси та інфраструктури (включаючи наявність вільних ділянок Greenfield та Braunfeld, наявність газорозподільчих станцій, ж/д, водопостачання, високовольтні лінії та дороги державного значення);

Кваліфіковані трудові ресурси, інклюзивність (доступність до інфраструктури людей з обмеженими можливостями, наявність професійних кадрів. Прикладів, коли після побудови та запуску підприємства виявляється, що інвестору треба звозити людей майже із сусідніх районів, є багато);

Маркетинг та промоція території (проведення масових заходів, брендування території, інформаційна політика, наявність домовленостей з місцевим бізнесом про промоційні кампанії тощо).

Механізм застосування та реалізації інструменту:

Прийняття рішень місцевими радами щодо виділення коштів на компенсацію відсотків за кредитами;

Надання цільових амортизаційних, податкових і кредитних пільг;

Сприяння участі суб’єктів підприємництва в державних програмах;

Здійснення партнерства між ОМС та бізнесом шляхом укладання договорів пайової участі забудовників на розвиток соціальної та інженерно-транспортної інфраструктури населених пунктів;

Створення умов для розвитку малих та середніх підприємств;

Участь у міжнародних програмах розвитку бізнесу;

Укладання договорів міжмуніципального співробітництва із сусідніми громадами.

ЗАЛУЧЕННЯ ЗОВНІШНІХ РЕСУРСІВ

Залежно від способу залучення ресурсів, виокремлюють такі джерела фінансування місцевого соціально-економічного розвитку:

Бюджетні;

Інвестиційні. Одним із дієвих інституційних інструментів залучення інвестицій є створення індустріальних (промислових) парків. Основні типи індустріальних (промислових) парків: грінфілд (greenfield). Індустріальний парк типу «Грінфілд» – парк, створюваний на новій відведеній незабудованій земельній ділянці, як правило, не забезпеченій інфраструктурою; браунфілд (brownfield). Парк типу браунфілд – парк, створюваний на основі раніше існуючих виробничих майданчиків, як правило, забезпечених будівлями, спорудами та інфраструктурою, щодо яких проводиться реконструкція і (або) капітальний ремонт, відповідно до спеціалізації парку і потреб його резидентів.

Кредитні;

Альтернативні (грантові). Враховуючи специфічні ознаки альтернативних джерел, можна надати таке визначення: альтернативні джерела фінансування розвитку ОМС – це сукупність фінансових ресурсів, які безповоротно надаються на конкурсній основі на чітко визначені цілі щодо вирішення потреб соціально-економічного розвитку місцевої громади (проєктів) у формі міжнародної технічної допомоги, грантів міжнародних донорських організацій, благодійних внесків та пожертв, а також в межах проєктів корпоративної соціальної відповідальності.

Механізм застосування та реалізації інструменту:

кошти проєктів міжнародної технічної допомоги;

створення інвестиційних паспортів громади; наявність і доступність до Greenfield та Braunfeld громади;

супровід інвестора («інвестиційна няня» в ОМС);

постійна робота з донорськими організаціями;

інвестиційні та логістичні парки; використання географічного положення в економічних цілях.

Рекомендації:

Головними умовами реалізації грантової допомоги є:

чітке окреслення проблем і потреб розвитку Громади;

обґрунтування напрямів їх перспективного вирішення;

визначення очікуваних результатів та необхідних обсягів фінансування (потреби в ресурсах). Ключові завдання, які постають перед Громадою для втілення ідей розвитку, є розширення можливостей залучення різних джерел фінансування, в т.ч. альтернативних.

ЗАЛУЧЕННЯ ЗОВНІШНІХ РЕСУРСІВ брендування території, фестивалі, конкурси, місця відпочинку, майданчики, легенди, туристичні локації, промоція територій.

Механізм застосування та реалізації інструменту: Основною складовою інструменту створення іміджу громади в успішності індикатору місцевого економічного розвитку є брендинг території. За допомогою «бренду» тієї чи іншої території можна розвивати туристичний напрям, сформувати внутрішню та навіть регіональну розважальну індустрію, поринути у простір місцевих промислів та розвинути сферу послуг. Варто сказати, що кожна територія (село, селище, місто, область, регіон) має свої унікальні місця або ознаки, які можна зробити привабливими. Якщо з якихось причин їх немає, їх можна створити.

Наприклад, якась громада може славитись майстрами (наприклад, гончарне мистецтво), хтось — піснярами чи танцюристами, а в якійсь здійснюють діяльність талановиті художники. В Україні та і у світі в цілому є маса прикладів успішного брендингу територій. Бренд громади - це не лише графічне зображення (логотип, картинка), що формується на базі поширення про нього інформації, реальних аргументів щодо його функціонування i можливостей для відвідувачів. Для створення потужного бренду й ефективного брендингу потрібно використовувати сучасні інструменти, тобто такі, які б базувались на новітніх технологіях і засобах комунікацій. До інструментів створення бренду громад у традиційному розумінні належать комплекс засобів маркетингових комунікацій: реклама, зв’язки з громадськістю, продажі (поштою і за каталогами), телемаркетинг, електронна торгівля, відгуки відвідувачів тощо. Не менш важливими інструментами створення бренду міста є айдентика та івентмаркетинг. Формуючи бренд громади, потрібно визначити його унікальність і чим вона буде корисним майбутнім туристам (історія, архітектура, клімат, природні джерела, вигідне географічне розташування, промислові об’єкти). Розташування міста й історико-культурна спадщина роблять місто особливим, при цьому головним акцентом бренду є історія і культура (Львів, Чернівці); туризм (Львів); духовний центр (Київ, Почаїв); освітній простір (Харків, Київ, Дніпро); промисловий центр (Кривий Ріг); зона відпочинку і розваг (Одеса); місто лиха чи катастроф (Чорнобиль). Кожне місто є автентичним і тому досить важко надати поради щодо поліпшення бренду міста. Основними складовими бренду є місце або територія, товари та послуги, які виробляють місцеві підприємства, фінансові ресурси, забезпечення правопорядку і безпеки громадян, відпочинок і навчання, просування власне самого бренду.

**Практичне завдання**

1. Оберіть конкретну територіальну громаду для аналізу.
2. Проведіть аналіз економічної структури обраної громади за такими напрямками:
	* Географічні, економічні та регіональні переваги
	* Основні суб'єкти господарювання та їх внесок у місцеву економіку
	* Економічний профіль території (податкові надходження, формування доходів місцевого бюджету)
	* Потенційні "точки зростання" (бюджетоутворюючі підприємства, ключові ресурси)
	* Земельні ресурси та інфраструктура
	* Трудові ресурси та можливості інклюзивного розвитку
	* Наявні інструменти маркетингу та промоції території розвитку
3. На основі проведеного аналізу та Національних цілей сталого розвитку України оберіть 3 стратегічні напрямки, найбільш актуальні для вашої громади. Наприклад:
	* Сприяння інклюзивному економічному зростанню
	* Забезпечення доступу до економічно прийнятних джерел енергії
	* Сталий розвиток агропромислового комплексу
	* Інші напрямки з документу про Національні цілі сталого розвитку
4. Для кожного обраного напрямку виберіть 2-3 операційні цілі та обґрунтуйте свій вибір.