



У К Р А Ї Н А
О Д Е С Ь К А О Б Л А С Н А Р А Д А

Р І Ш Е Н Н Я

**Про внесення змін до рішення обласної ради від 2 листопада 2010 року
№ 1229-V «Про затвердження Програми освоєння зовнішніх ринків
виноробними підприємствами Одеської області на 2011-2013 роки»**

Відповідно до п. 16 ч. 1 ст. 43 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», з метою забезпечення економічного розвитку регіону, враховуючи ситуацію у сфері зовнішньої торгівлі, а також діяльність потенційних стратегічних партнерів регіону, обласна рада

ВИРІШИЛА:

1. Викласти Програму освоєння зовнішніх ринків виноробними підприємствами Одеської області на 2011-2013 роки, затверджену рішенням обласної ради від 2 листопада 2010 року № 1229-V (далі – Програма), у новій редакції (додається).

2. Контроль за виконанням рішення покласти на постійну комісію Одеської обласної ради з питань економіки, промисловості, розвитку підприємництва та регуляторної політики.

Голова обласної ради

М.В. Пундик

28 жовтня 2011 року
№ 266-VI

Додаток
до рішення обласної ради
від 2 листопада 2010 року
№ 1229-V

(У редакції рішення обласної ради
від 28 жовтня 2011 року
№ 266-VI)

**Програма освоєння зовнішніх ринків виноробними
підприємствами Одеської області
на 2011-2013 роки**

1. Визначення проблеми, на розв'язання якої спрямована Програма

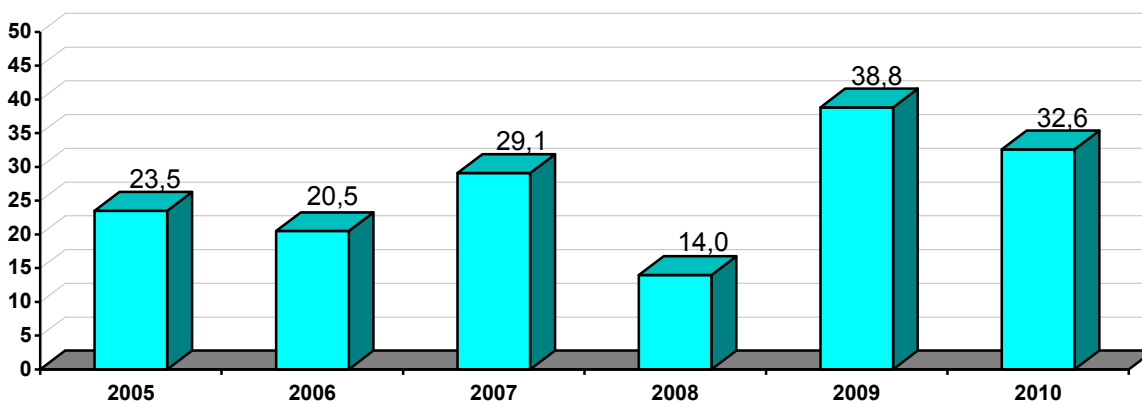
Успішний досвід освоєння зовнішніх ринків напряду залежить від багатьох зовнішніх та внутрішніх чинників. Для мінімізації впливу зазначених чинників необхідно обрати достатньо сильну галузь, в якій існує потреба змінити слабку зовнішньоекономічну складову на агресивну політику освоєння світових ринків під протекторатом органів місцевого самоврядування та місцевих органів влади.

Проведений фахівцями органів місцевого самоврядування та місцевої влади аналіз динаміки розвитку зовнішньої торгівлі підприємств та організацій Одеської області протягом останніх п'яти років дозволив зробити такі висновки.

За питомою вагою в обсязі товарного експорту підприємств та організацій Одеської області до країн світу серед основних галузей промисловості в п'ятірці лідерів незмінно присутня галузь продукції сільського господарства та харчової промисловості, про це свідчать показники *діаграми 1*. Крім того, фізичні та грошові обсяги реалізації продукції зазначеної галузі постійно зростають з року в рік, про що свідчать показники *діаграми 2*. Це не дивно, тому що сільське господарство – одна з провідних за обсягом виробництва і зайнятості трудових ресурсів галузь матеріального виробництва. В ній зайнято 17% населення, зосереджено понад половину виробничих фондів, частка продукції сільського господарства у загальному випуску у фактичних цінах становить 6,8%, частка сільського господарства у загальному обсязі валової доданої вартості становить 7,1%.

Діаграма 1

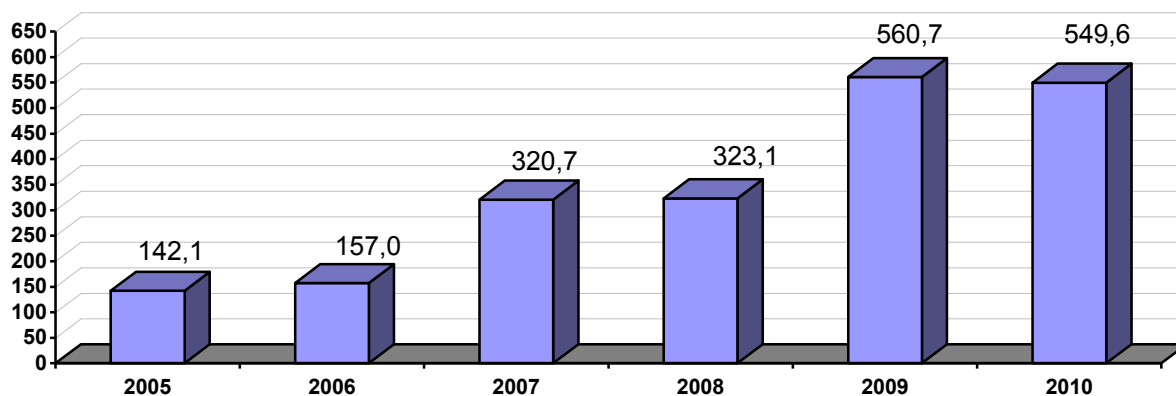
**Питома вага експорту продовольчих товарів та сировини для їх виробництва в товарному експорті Одеської області у 2005-2010 рр.
(%)**



Діаграма 2

Обсяги експорту продовольчих товарів та сировини для їх виробництва з Одеської області у 2005-2010 рр.

(млн. дол. США)

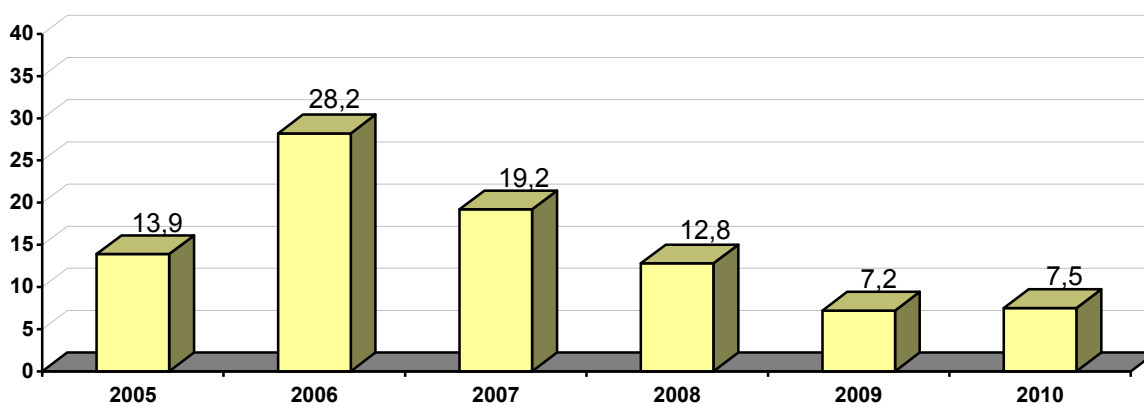


Як видно з *діаграми 3*, незважаючи на стійкі тенденції до зростання у експорті продовольчих товарів та сировини для їх виробництва, питома вага експорту алкогольних і безалкогольних напоїв постійно зменшується.

Діаграма 3

Питома вага експорту алкогольних та безалкогольних напоїв в експорті продовольчих товарів та сировини для їх виробництва Одеської області у 2005-2010 рр.

(%)

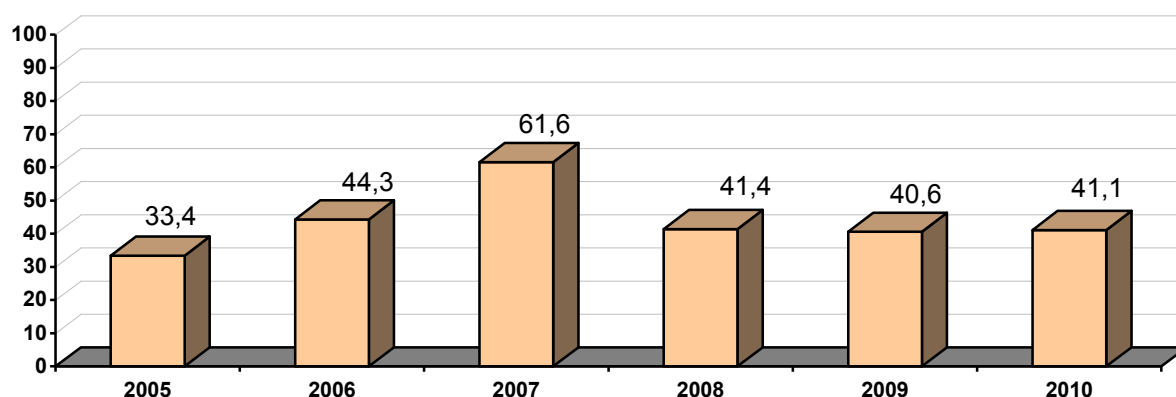


Діаграма 4

Починаючи з 2008 року, скорочуються обсяги реалізації алкогольної продукції на ринки зарубіжних країн, і тільки у 2010 році ця негативна тенденція починає вирівнюватися (*Діаграма 4*). Це при тому, що тільки питома вага області в загальному обсязі виробництва винограду по Україні перевищує 45%.

Обсяги експорту алкогольних та безалкогольних напоїв з Одеської області у 2005-2010 рр.

(млн. дол. США)



Впродовж останніх років і до цього часу основним партнером Одеського регіону серед країн імпортерів алкогольної продукції залишається Російська Федерація, а також деякі з країн пострадянського простору. Проте, досвід та події останніх кількох років підтверджують, що російський уряд дуже оперативно реагує на прохання російських виробників встановити чергові бар'єри для української продукції. Тому виникає об'єктивна необхідність у диверсифікації ринків збуту, освоєнні більш стабільних та надійних європейських ринків, на яких діють прозорі механізми роботи.

Аналізуючи місце Одеської області в структурі виноробних регіонів, слід відзначити наступне.

Вирощуванням винограду в Україні займається приблизно 494 аграрні підприємства, у тому числі 199 підприємств в Одеській області, 161 - у Криму, 48 - у Закарпатській області, 33 - у Херсонській, 28 - у Миколаївській, 12 - у Запорізькій, 6 - у Вінницькій, 3 - у Черкаській, 2 - у Донецькій і по 1 - в Івано-Франківській і Чернівецькій областях. Одеська область має найбільшу питому вагу за площами виноградників в Україні - 39,8 %; Крим - 39,1 %; Миколаївська область - 7,5 %; Херсонська - 6,6%; Закарпатська - 4,9 %.

Площі плодоносних виноградників у виноградарських районах Одеської області наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Площі плодоносних виноградників у виноградарських районах Одеської області, тис. га

Район	Загальна площа плодоносних виноградників	Площа виноградників у сільських господарствах
Взагалі по області	30,662	23,482
Арцизький	1,734	1,567
Білгород-Дністровський	3,006	2,493
Болградський	5,633	4,957

Ізмаїльський	0,875	0,534
Кілійський	1,289	0,401
Овідіопольський	1,782	1,725
Роздільнянський	1,052	0,901
Ренійський	1,412	0,932
Саратський	4,480	3,738
Тарутинський	4,767	4,361
Татарбунарський	1,921	1,413

На території Одеської області зосереджена третя частина виноробних підприємств, п'ята частина заводів шампанських вин і чверть коньячних заводів України (Таблиця 2).

Таблиця 2

Чисельність заводів виноробства України й Одеської області.

Показники	Україна	Одеська область	Одеська область у % до України
1. Чисельність заводів виноробства, усього:			
- одиниць	256	87	34,0
- питома вага від загальної кількості, %	100,0	100,0	х
2. у т.ч. виноробних			
- одиниць	228	81	35,5
- питома вага від загальної кількості, %	89,1	93,2	х
3. шампанських:			
- одиниць	16	3	18,7
- питома вага від загальної кількості, %	6,2	3,4	х
4. коньячних:			
- одиниць	12	3	25,0
- питома вага від загальної кількості, %	4,7	3,4	х

Таким чином, основна проблема, на розв'язання якої спрямована Програма – постійне зменшення питомої ваги експорту виноробної продукції, незважаючи на стійкі тенденції зростання експорту продовольчих товарів та сировини для їх виробництва.

Законодавчі підстави для виконання регіональної цільової програми: закони України «Про стимулювання розвитку регіонів», «Про місцеве самоврядування в Україні» та «Про виноград та виноградне вино».

2.Визначення мети Програми

Основною метою Програми є поширення інформації про виноробний потенціал регіону за кордоном та сприяння виходу підприємств-товаровиробників виноробної продукції на ринки країн Європейського Союзу, де продукція виноробів Одеської області згідно з попередніми дослідженнями може користуватись попитом і скласти гідну конкуренцію зарубіжним зразкам.

3. Пріоритетні напрями діяльності, заходи Програми, шляхи розв'язання існуючих проблем

Одним з пріоритетних завдань виноробства Одеської області є вихід на ринки країн Європейського Союзу. Найбільш привабливими для експорту є ринки Польської Республіки, Чеської Республіки та Королівства Швеції.

До переваг експорту в Польщу відносяться:

- велика ємність ринку алкогольної продукції та зростання споживання вина;
- висока купівельна спроможність місцевого населення;
- відсутність традицій виноградарсько-виноробної країни, внаслідок чого імпортом винам на доводиться конкурувати з місцевими;
- вдале географічне розташування:

Що стосується Чеської республіки, то тут виноградарська продукція, що виробляється на внутрішньому ринку, покриває приблизно 45% цього споживання, 55% вина, що споживається – забезпечують імпорتنі поставки. Останнім часом переважає попит на червоне вино, а оскільки темних сортів в насадженнях винограду мало, імпортується більше червоного вина. У 1999 році було скасовано акцизний податок на вино. Також в Чехії та Польщі не існує повного обмеження на рекламу алкоголю - дозволене алкогольне спонсорство спортивних подій та музичних концертів або інших масових заходів, але тільки якщо цей алкоголь від 8% до 18% міцності.

Швеція відноситься до країн так званого «горілчаного поясу». Роздрібна торгівля алкоголем у Швеції здійснюється через монопольну мережу SYSTEMBOLAGET, яка існує з 30-х років минулого століття. В силу північного розташування Швеції ні первинного, ні вторинного виробництва винної продукції на території Швеції не представлено. Практично увесь асортимент винної продукції країна імпортує.

Основними експортерами винної продукції до Швеції є країни Євросоюзу (Франція, Іспанія, Італія, Німеччина, Греція, Болгарія, Португалія), а також Чилі, Австралія, США, ПАР. Серед нових експортерів винної продукції до Швеції слід відзначити Румунію, Молдову, Грузію. На даний час продукція виноробної галузі України в Швеції не представлена.

Політика Швеції щодо реалізації продукції виноробства полягає в існуванні високих податків та ввізного мита на вказану продукцію. У разі просування

продукції українського виробництва слід орієнтуватись на 3-4% у сегменті даної винної продукції. В то й же час, слід взяти до уваги консервативність та інерційність шведського ринку алкогольних напоїв.

На даний момент виноробні підприємства таких країн, як Грузія, Молдова та Румунія за державної підтримки активно освоюють ринки європейських країн, досвід такої роботи досить успішний. У даній ситуації конкурентною перевагою вітчизняних підприємств має стати помірна ціна та висока якість такої продукції.

Не слід також забувати про традиційні ринки збуту. На сьогоднішній день на ринку Російської Федерації спостерігається така ситуація:

- об'єм споживання вина на душу населення в рік - 7 літрів;
- ємність ринку столових вин в 2009 році - 5,17 млрд. дол. США;
- доля імпорту – близько 30%;
- основні імпортери: Франція (20%), Молдова (17%) та Болгарія;
- прогнозоване зростання попиту на вино - на 3-4%.

На даний момент в Росії найбільш перспективним та швидко зростаючим є ринок вина в картонній упаковці (в 2009 році об'єм споживання вина у картонній упаковці склав 21,1%).

Для подолання проблем з реалізацією продукції сільського господарства (в даному випадку продукції виноробства) на зовнішніх ринках, зокрема на ринках розвинених країн, необхідний комплексний підхід, що належить до сфери регіонального управління.

На підставі досвіду стимулювання експорту розвинутих країн було розроблено Програму, в якій застосовано комплексний підхід до напрямів і шляхів її реалізації. Тобто одночасне вивчення (аналіз) ринку, обраного для освоєння товаровиробниками «пілотної» галузі, спільне відпрацювання механізмів освоєння і подальшої роботи у новому середовищі та підготовка самих товаровиробників до функціонування в нових умовах.

Вирішення існуючих проблем та реалізація завдань Програми є можливою через наступні заходи:

- підтримка асоціації експортерів виноробної продукції Одеського регіону;
- виготовлення єдиного стенду для участі експортерів Одеської області у виїзних заходах;
- підготовка експозиції, розробка та друк презентаційних матеріалів;
- випуск електронної версії каталогу експортерів та каталогу виноробних підприємств одеського регіону на компакт-дисках;
- організація виїзних презентацій на міжнародні виноробні виставки, в рамках яких відбудеться підписання конкретних договорів про наміри, контрактів на поставку вітчизняної продукції;
- організація спеціалізованих міжнародних виставкових заходів на території області із залученням міжнародних спеціалістів з виноробства та зарубіжних імпортерів;
- виготовлення відеоролику «Виноробство Одещини» з метою розповсюдження в ефірі та на закордонних телеканалах;

- поширення інформації про виноробний потенціал регіону на міжнародних телеканалах, Інтернет - порталах та у спеціалізованих міжнародних друкованих виданнях;
- сприяння відкриттю експозиції «Історія виноробства півдня України» в постійно діючому музеї-виставці «Винополіс» в м. Лондон (Великобританія);
- відкриття виноробних експозицій в музеях інших країн світу.

4. Очікуваний результат виконання Програми

Реалізація Програми дозволить:

- посилити позиції регіональних експортерів на зовнішніх ринках;
- здобути цінний досвід виходу на ринки розвинених країн світу, а також в умовах світової конкуренції і відповідно до законодавства зазначених країн зайняти свою нішу на цих ринках;
- досягти збільшення питомої ваги у товарному експорті та експорті харчових продуктів виноробства на 10-15%;
- за результатами проведеної роботи по входженню на ринки розвинених країн забезпечити підписання щонайменше п'ятнадцяти угод на експортні поставки продукції виноробства з партнерами кожної з обраних країн;
- здобути досвід роботи на ринках високорозвинених країн (зокрема країн членів ЄС) і тим самим підвищити рівень конкурентоспроможності;
- збільшити обсяги надходжень валютної виручки до країни від реалізації товарів на зовнішніх ринках;
- покращити показник сальдо зовнішньоторговельного обороту області з країнами світу.
- збільшити обсяги виробництва та асортимент продукції, що, в свою чергу, сприятиме розвитку суміжних пов'язаних виробництв, збільшенню робочих місць, відрахувань до бюджетів усіх рівнів, покращення добробуту населення та регіону в цілому;
- підвищити рівень конкурентоспроможності товаровиробників в умовах інтеграції країни у міжнародні інституції.

5. Фінансове забезпечення та строки виконання Програми

Фінансове забезпечення виконання Програми здійснюється за рахунок коштів обласного бюджету в межах наявного фінансового ресурсу, а також за рахунок інших джерел, що не заборонені чинним законодавством.

Виходячи з цього, джерелами фінансового забезпечення реалізації Програми передбачаються кошти обласного бюджету орієнтовно у сумі **895,00 тис. грн.**

Фінансування із обласного бюджету буде здійснюватись на підтримку асоціації експортерів виноробної продукції Одеського регіону, розробку та випуск інформаційної рекламної та презентаційної продукції для подальшого розповсюдження у міжнародних ділових колах, організацію та проведення виїзних закордонних презентацій, поширення інформації про виноробний

потенціал регіону за допомогою засобів масової інформації за кордоном, сприяння популяризації Одеської області як виноробного регіону шляхом відкриття експозицій у відомих світових музеях виноробства за кордоном, проведення маркетингових досліджень, підготовчих візитів, здійснення юридичного супроводу та підготовки необхідної документації, виготовлення інформаційних матеріалів, стендів, проведення представницьких заходів за участю вітчизняних експортерів та їх потенційних партнерів, проведення навчальних семінарів.

Строком виконання Програми є **2011 – 2013 роки**.

Орієнтовне ресурсне забезпечення регіональної цільової програми наведено у Додатку 1.

6. Координація та контроль за ходом виконання Програми

Координація виконання Програми покладається на Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції Одеської обласної державної адміністрації.

Одеська обласна державна адміністрація двічі на рік звітує перед Одеською обласною радою про результати виконання Програми.

Контроль за виконанням Програми здійснює Одеська обласна рада, в особі постійної комісії обласної ради з питань економіки, промисловості, розвитку підприємництва та регуляторної політики.

Ресурсне забезпечення програми

Обсяг коштів, які пропонується залучити на виконання програми	2011 рік (тис. гривень)	2012 рік (тис. гривень)	2013 рік (тис. гривень)	Усього витрат на виконання програми (тис. гривень)
Обсяг ресурсів, усього, у тому числі:	137,35	1959,65	1838,00	3935,00
обласний бюджет	137,35	434,65	323,00	895,00
кошти не бюджетних джерел	0,00	1525,00	1515,00	3040,00

**Напрями діяльності та заходи Програми освоєння зовнішніх ринків виноробними підприємствами
Одеської області на 2011-2013 роки
на 2011-2013 роки**

№ з/п	Назва напрямку діяльності (пріоритетні завдання)	Перелік заходів програми	Строк виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансуван ня	Орієнтовні обсяги фінансування (вартість), тис. гривень			Очікував- ний результат
						2011р	2012р	2013р	
I.	Підтримка асоціації експортерів виноробної продукції Одеського регіону та товарного знаку якості	1. Підтримка асоціації експортерів виноробної продукції Одеського регіону	2012-2013 роки	Головне управління зовнішньоеконо мічної діяльності та європейської інтеграції облдержадмініст рації	Обласний бюджет	19,00	47,00	25,00	Асоціація експортерів виноробної продукції Одеського регіону об'єднає усі великі виноробні підприємст- ва регіону, та дозволить вирішити проблеми,
					Інші джерела, не заборонені законодавст вом	-	70,00	70,00	

									пов'язані з популяризацією виноробної продукції регіону та реалізацією продукції за кордоном
II.	Розробка та випуск інформаційної рекламної та презентаційної продукції для подальшого розповсюдження у міжнародних ділових колах	1. Виготовлення єдиного стенду для участі експортерів Одеської області у виїзних заходах	2011 рік	Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції облдержадміністрації	Обласний бюджет	45,00	--	--	Поширення інформації та створення позитивного іміджу Одеського регіону в світовому економічному середовищі
		2. Підготовка експозиції, розробка та друк презентаційних матеріалів	2012-2013	Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції облдержадміністрації	Обласний бюджет	13,35	46,65	35,00	
					Інші джерела, не заборонені законодавством	-	40,00	30,00	

		3. Випуск електронної версії каталогу експортерів та каталогу виноробних підприємств Одеського регіону на компакт-дисках	2012-2013 роки	Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції облдержадміністрації	Обласний бюджет	-	27,00	27,00	
III.	Організація та проведення виїзних закордонних презентацій та сприяння участі підприємств-експортерів у спеціалізованих міжнародних виставкових заходах на території області	1. Організація виїзних презентацій на міжнародні виноробні виставки, в рамках яких відбудеться підписання конкретних договорів про наміри, контрактів на поставку вітчизняної продукції	2012-2013 роки	Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції облдержадміністрації	Обласний бюджет	-	150,00	150,00	Посилення позицій регіональних експортерів на зовнішніх ринках. Освоєння нових ринків збуту
					Інші джерела, не заборонені законодавством	-	250,00	250,00	
		2. Організація спеціалізованих міжнародних виставкових заходів на території області, із залученням міжнародних	2012-2013 роки	Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції	Обласний бюджет	-	-	-	Поширення інформації про Одеський регіон, залучення міжнародних
					Інші джерела, не заборонені законодавством	-	200,00	200,00	

		спеціалістів з виноробства та зарубіжних імпортерів		облдержадмініст рації	вом				фахівців
IV.	Поширення інформації про виноробний потенціал регіону за допомогою засобів масової інформації за кордоном	1. Виготовлення відеоролику «Виноробство Одещини» з метою розповсюдження в ефірі та на закордонних телеканалах	2012 рік	Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції облдержадмініст рації	Обласний бюджет	-	78,00	-	Поширення інформації та створення позитивного іміджу Одеського регіону в світовому економічному середовищі за допомогою засобів масової інформації
		2. Поширення інформації про виноробний потенціал регіону на міжнародних телеканалах, Інтернет порталах та у спеціалізованих друкованих виданнях	2012-2013 роки	Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції облдержадмініст рації	Обласний бюджет	-	55,00	55,00	
					Інші джерела, не заборонені законодавством	-	165,00	165,00	
V.	Сприяння популяризації Одеської області як виноробного	1. Сприяння відкриттю експозиції «Історія виноробства півдня	2012-2013 роки	Головне управління зовнішньоекономічної	Обласний бюджет	-	31,00	-	Популяризація Одеської області як виноробного
					Інші	-	400,00	400,00	

	регіону шляхом відкриття експозицій у відомих світових музеях виноробства за кордоном	України» в постійно діючому музеї-виставці «Винополіс» в м. Лондон (Великобританія)».		діяльності та європейської інтеграції облдержадмініст рації	джерела, не заборонені законодавст вом				о регіону є однією з пріоритетни х задач програми, створення експозиції «Історія виноробства Одещини» допоможе представити культурний потенціал регіону та поширити виноробну продукцію за кордоном
		2. Відкриття виноробних експозицій в музеях інших країн світу	2012-2013 роки	Головне управління зовнішньоеконо мічної діяльності та європейської інтеграції облдержадмініст рації	Обласний бюджет	-		31,00	
					Інші джерела, не заборонені законодавст вом	-	400,00	400,00	
VI.	Організація та проведення навчальних семінарів	1. Семінар «Система управління безпекою харчових продуктів. Керівні принципи щодо впровадження НАССР (Аналіз Ризиків у Критичних Контрольних	2011 рік	Головне управління зовнішньоеконо мічної діяльності та європейської інтеграції облдержадмініст рації	Обласний бюджет	15,00	-	-	Детальне вивчення вимог концепції НАССР та ISO 22000 дає можливість виявити основні критичні

		Точках)», (3 дні)							точки та оцінити відповідність інфраструктури підприємства
VII	Організація юридичної підтримки, інформаційно-консультативної допомоги та проведення маркетингових досліджень при виході на зовнішні ринки	1. Проведення маркетингових досліджень перспективних ринків розвинених країн в разі просування вітчизняної продукції на зазначені ринки	2011 рік	Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції облдержадміністрації	Обласний бюджет	20,00	-	-	Надання регіональним товаровиробникам аналітичних даних щодо виходу виноробної продукції на нові ринки збуту
		2. Організація юридичного супроводу в підготовці необхідної дозвільної документації, сертифікації продукції	2011 рік	Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції облдержадміністрації	Обласний бюджет	25,0	-	-	Забезпечення високої якості при розробці галузевої технічної документації, яка відповідає

		відповідно до вимог законодавства України та країн імпортерів							вимогам Європейсь- кого Союзу
	Всього:					137,3 5	1959,6 5	1838,0 0	

Загальна сума: 3935,00

Обласний бюджет: 895,00

Інші джерела: 3040,00

Паспорт
Програма освоєння зовнішніх ринків виноробними підприємствами
Одеської області на 2011-2013 роки

1. - 018 Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції облдержадміністрації

(КПКВ ДБ)

(найменування головного розпорядника)

2. - 018 Головне управління зовнішньоекономічної діяльності та європейської інтеграції облдержадміністрації

(КПКВ ДБ)

(найменування відповідального виконавця)

3. – 180410 Програма освоєння зовнішніх ринків виноробними підприємствами Одеської області на 2011-2013 роки

(КФК) (КПКВ ДБ)

(найменування бюджетної програми)

4. Прогнозний обсяг бюджетного фінансування – 895,00 тис. гривень, у тому числі із загального фонду обласного бюджету:

2011 рік – 137,35 тис. грн.,

2012 рік – 434,65 тис. грн.,

2013 рік – 323 ,00 тис. грн.

5. Законодавчі підстави для виконання регіональної цільової програми: Закони України «Про стимулювання розвитку регіонів» та «Про місцеве самоврядування в Україні», постанова Кабінету Міністрів України від 21 липня 2006 року №1001 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року».

6. Мета Програми: підготовка підприємств-товаровиробників конкретної пілотної галузі (в даному випадку галузі виноробства) до роботи на ринках розвинених країн та організація їх успішного входження на ринки країн Європейського Союзу де продукція виноробів Одеської області згідно з попередніми дослідженнями може користуватись попитом і скласти гідну конкуренцію зарубіжним зразкам.

7. Напрями діяльності:

№ з\п	Напрями діяльності
	Напрями діяльності, що здійснюються у межах загального фонду обласного бюджету
1.	Підтримка асоціації експортерів виноробної продукції Одеського регіону та товарного знаку якості.
2.	Розробка та випуск інформаційної рекламної та презентаційної продукції для подальшого розповсюдження у міжнародних ділових колах.
3.	Організація та проведення виїзних закордонних презентацій та сприяння участі підприємств-експортерів у спеціалізованих міжнародних виставкових заходах на території області.
4.	Поширення інформації про виноробний потенціал регіону за допомогою засобів масової інформації за кордоном

5.	Сприяння популяризації Одеської області як виноробного регіону шляхом відкриття експозицій у відомих світових музеях виноробства закордоном.
6.	Організація та проведення навчальних семінарів.
7.	Організація юридичної підтримки, інформаційно-консультативної допомоги та проведення маркетингових досліджень при виході на зовнішні ринки.

8. Категорії економічної класифікації:

КЕКВ	Найменування
1131	Предмети, матеріали обладнання та інвентар
1134	Оплата послуг (крім комунальних)
2410	Капітальні видатки

9. Результативні показники, що характеризують виконання регіональної цільової програми:

№ з/п	Показники	Одиниця виміру	Джерело інформації	Загальний фонд			Разом
				2011 рік	2012 рік	2013 рік	
1.	затрат						
1.1	Підтримка асоціації експортерів виноробної продукції Одеського регіону та товарного знаку якості.	тис. грн.	Розпорядження ОДА, звіт	19,00	47,00	25,00	91,00
1.2	Розробка та випуск інформаційної рекламної та презентаційної продукції для подальшого розповсюдження у міжнародних ділових колах.	тис. грн.	Розпорядження ОДА, звіт	58,35	73,65	62,00	194,00
1.3	Організація та проведення виїзних закордонних презентацій та сприяння участі підприємств-експортерів у спеціалізованих міжнародних виставкових заходах на території області.	тис. грн.	Розпорядження ОДА, звіт	-	150,00	150,00	300,00
1.4	Поширення інформації про виноробний потенціал регіону за допомогою засобів масової інформації за кордоном.	тис. грн.	Розпорядження ОДА, звіт	-	133,0	55,00	188,00
1.5	Сприяння популяризації Одеської області як виноробного регіону шляхом відкриття експозицій у відомих світових музеях виноробства закордоном.	тис. грн.	Розпорядження ОДА, звіт	-	31,00	31,00	62,00
1.6	Організація та проведення навчальних семінарів.	тис. грн.	Розпорядження ОДА, звіт	15,00	-	-	15,00
1.7	Організація юридичної підтримки, інформаційно-консультативної допомоги та проведення маркетингових досліджень при виході на зовнішні ринки.	тис. грн.	Розпорядження ОДА, звіт	45,00	-	-	45,00
2.	продукту						

2.1	Кількість проведених виїзних презентацій до країн – потенційних імпортерів	одиниць	звіт	-	4	4	8
2.2	Кількість виданих інформаційних, рекламних та презентаційних матеріалів	одиниць	Бухгалтерська звітність	1000	4200	4200	9400
2.3	Кількість візитів щодо сприяння популяризації Одеської області як виноробного регіону шляхом відкриття експозицій у відомих світових музеях виноробства закордоном.	одиниць	звіт	-	2	2	4
2.4	Кількість проведених маркетингових досліджень	одиниць	звіт	1	0	0	1
3.	ефективності						
3.1	Коефіцієнт використання коштів обласного бюджету	відношення факт/план	Розпорядження ОДА, рішення обласної ради	1,0	1,0	1,0	-
3.2	Кількість підписаних угод на експортні поставки продукції	одиниць	звіт	-	15	20	45
4.	якості						
4.1	Рівень зростання обсягу експорту товарів Одеської області до країн близького та далекого зарубіжжя	%	дані статистичної звітності	-	-	35-45	35-45
4.2	Рівень покращення негативного сальдо зовнішньоторговельного обороту	%	дані статистичної звітності	-	-	15-20	15-20
4.3	Загальна сума на яку було підписано контракти	млн. дол. США	моніторинг	-	-	100-150	100-150
4.4	Збільшення питомої ваги експорту алкогольних та безалкогольних виробів в експорті продуктів харчової промисловості Одеської області до країн світу	%	дані статистичної звітності	-	-	10-15	10-15

**Перший заступник начальника Головного управління
зовнішньоекономічної діяльності та європейської
інтеграції облдержадміністрації**

В.І. Бондарук

**Погоджено: Начальник Одеського
головного фінансового управління облдержадміністрації**

М.А. Зінченко