

Матеріали для розробки Стратегії економічного розвитку



ВИВЧЕННЯ ДУМКИ ПІДПРИЄМЦІВ селища Короп та Коропського району

Виконано
Коропською районною радою
та
Агенцією «ЧернігівІнвест»



у співпраці з

Проектом «Економічний розвиток міст»



За підтримки USAID

Травень-червень 2008

ВИВЧЕННЯ ДУМКИ ПІДПРИЄМЦІВ

I. ВСТУП.....	2
II. МЕТОДОЛОГІЯ.....	2
III. ОСНОВНІ ВИСНОВКИ.....	3
IV. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ.....	4
1. Статус підприємств.....	4
2. Ринки збуту.....	6
3. Загальний стан бізнесу.....	6
4. Місцеві переваги.....	7
5. Робоча сила.....	8
6. Нерухомість та інвестиційні плани.....	9
7. Перешкоди та можливості для розвитку.....	10
8. Муніципальні послуги.....	12
9. Загальні враження.....	15
10. Критичні питання.....	16
V. ПІДСУМОК.....	17

I. ВСТУП

У травні - червні 2008 р. проведено опитування думки підприємців серед роботодавців селища Короп та Коропського району. Опитування є частиною дослідження середовища у процесі стратегічного планування економічного розвитку цієї території. Метою опитування було отримання корисної та достовірної інформації стосовно бачення місцевими бізнесменами основних проблем громади та шляхів їхнього розв'язання, а також їхньої оцінки роботи місцевої влади. Іншою метою стало порівняння бізнес-клімату в селищі Короп та Коропському районі з бізнес-кліматом інших громад, що беруть участь у проекті USAID «Економічний розвиток міст» (ЕРМ). Опитування включає в себе питання, що стосуються статусу підприємств, кваліфікації найманих працівників, рівня розвитку бізнес-інфраструктури, якості надання послуг органами державної влади та місцевого самоврядування. Опитування дозволило отримати загальне враження про місто як місце для ведення підприємницької діяльності.

II. МЕТОДОЛОГІЯ

21 особисте або письмове інтерв'ю з роботодавцями було проведено протягом двох місяців (травень - червень 2008 року). Список компаній, які взяли участь в дослідженні, включає найбільших роботодавців громади (3 фірми, що надають більше 100 робочих місць, 5 фірм з кількістю робочих місць від 20 до 100) та 10 малих підприємств з кількістю найманих працівників до 20 осіб. 3 компанії-респонденти відмовились надати відомості щодо кількості найманих працівників. Зведені відповіді всіх компаній було включено до цього звіту.

Анкетування підприємців було проведено зусиллями Коропської районної ради. Для забезпечення повних та чесних відповідей бізнесмени, які погодились взяти участь в опитуванні, були запевнені у абсолютній конфіденційності його результатів. Аналіз даних здійснено експертами Агенції «ЧернігівІнвест» за методологічної та консультативної підтримки фахівців проекту «Економічний розвиток міст». Для порівняння використано дані аналогічних опитувань, проведених у інших містах північного регіону (Сумська та Чернігівська області).

Опитування керівників 21 підприємства не може однозначно відображати думку всієї бізнес-спільноти селища Короп та Коропського району. Однак фірми-респонденти разом забезпечують 653 робочих місця, що є вагомою частиною місцевої економічно-активної робочої сили (2,4% постійного населення району або майже 12% постійного населення селища) і за своєю структурою відповідають загальній структурі бізнесу громади. Тому підприємства-респонденти складають достовірну і репрезентативну вибірку, що дозволить місцевому Комітету стратегічного планування якнайповніше врахувати позицію місцевих підприємців при розробці стратегії економічного розвитку селища Короп і Коропського району.

III. ОСНОВНІ ВИСНОВКИ

1. **Експортний потенціал місцевої економіки є невисоким.** Абсолютна більшість товарів і послуг підприємств-респондентів (майже 97%) реалізується у межах України, і лише близько 3% експортується.
2. **Продуктивність праці підприємців-респондентів є низькою.** Середній збут в перерахунку на одного працівника склав у 2007 році близько 3,9 тис. дол. США (21,6 тис. грн.).
3. **Економіка громади є в достатній мірі диверсифікованою.** На жодну з фірм-респондентів не припадає більше 30% загального обсягу продажів.
4. **Оснoву місцевої економіки складають сільське та лісове господарство і торгівля.** Промислове виробництво не відіграє помітної ролі в економічному розвитку селища Короп та Коропського району.
5. **Головною причиною розміщення у цій місцевості для компаній-респондентів є наявність ринку збуту (62% респондентів).** Фірми також позитивно оцінюють наявність трудових та сировинних ресурсів.
6. **Попит підприємств-респондентів на робочу силу є стабільним.** Загальна кількість робочих місць, вірогідно, залишиться практично незмінною протягом найближчих років. При цьому 57,1% респондентів скаржаться на нестачу кваліфікованої робочої сили, ще 24,8% очікують зіткнутися з нестачею кадрів у найближчому майбутньому. Найбільш відчувається нестача кваліфікованих технічних спеціалістів.
7. **Рівень задоволеності місцевих підприємців найманою робочою силою є посереднім.** Респонденти оцінили 51% своїх найнятих працівників на «відмінно» та «добре», що являє собою досить низький рівень задоволеності. При цьому високою є частка працівників, оцінених як «погані» – 10%. 39%, відповідно, отримали умовну оцінку «задовільно».
8. **Високим є очікуваний у 2008-2010 роках рівень інвестиційної активності.** 58% респондентів планують інвестувати в розширення свого бізнесу, ще 37% розглядають цю можливість. При цьому 6 компанії планують розширення у інших місцевостях або обмірковують це.
9. **Деякі бізнесмени планують перенести діяльність з району.** 2 компанії заявили про готовність до цього, ще 2 знаходяться на стадії прийняття рішення. Серед причин зазначаються відсутність землі для розширення, кращий бізнес-клімат у інших громадах, низька продуктивність праці в Коропському районі тощо.
10. **Загальна оцінка роботи органів влади та самоврядування є задовільною.** 9 підприємців з 21 (43%) оцінили роботу районної ради, райдержадміністрації, селищної ради та інших органів влади і самоврядування як «добру» або «відмінну», 11 (52%) – як «задовільну».
11. **Роботодавці в основному задоволені місцевим бізнес-кліматом.** 9 компаній (43%) оцінили район як відмінне або добре місце для ведення бізнесу, 11 (52%) – як задовільне. Лише один бізнесмен назвав місцевий бізнес-клімат поганим.
12. **Місцеві компанії схвалюють реалізацію проектів, запропонованих у процесі стратегічного планування.** Серед бажаних для представників бізнесу пріоритетів – *розвиток села, розвиток бізнес-інфраструктури, підтримка малого та середнього підприємництва, розвиток туристичної галузі.*

IV. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ

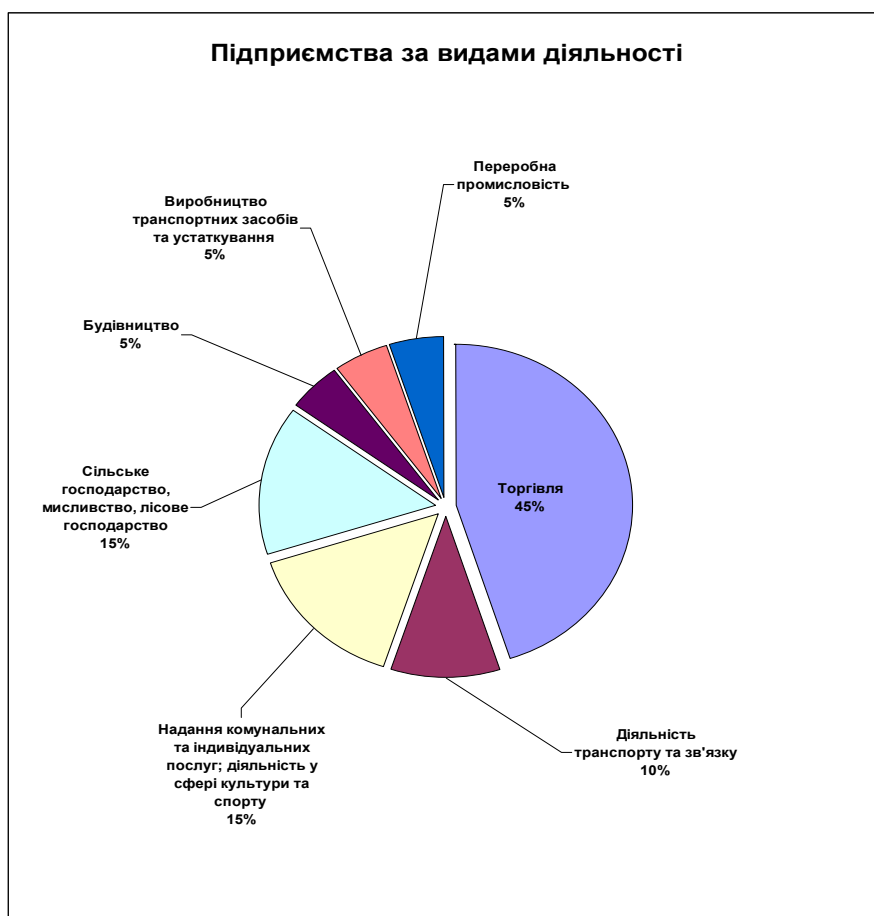
1. Статус підприємств

З 21 підприємства 18 (85,7%) компаній були засновані після 1990 року, 3 (14%) – до 1990 року. До підприємств, заснованих після 1990 року, належать в основному малі та середні підприємства, які працюють у харчовій галузі, торгівлі і будівництві, а також декілька виробничих фірм.

Більшість компаній (18, або 85,7% вибірки) є власністю українських фізичних осіб. У опитуванні також взяли участь компанії державної форми власності, фірма, що належить юридичним особам та підприємство комунальної власності. Іноземну власність не зазначила жодна фірма. Стосовно розподілу робочої сили за підприємствами з різною формою власності, найбільша кількість робочих місць (58%) створена фірмами, що належать фізичним особам. 24% робочих місць забезпечує компанія у власності юридичних осіб, 18% – державне підприємство.



Що стосується структури підприємств-респондентів в галузевому розрізі, вона відображена на наступних діаграмах. Як видно, найбільша кількість підприємств (45%) займається торгівлею. Однак ці 45% підприємств забезпечують лише близько 12,5% робочих місць. Найбільша ж кількість найманих працівників (60,3%) зайнята у сільському та лісовому господарстві, які складають основу економіки району.



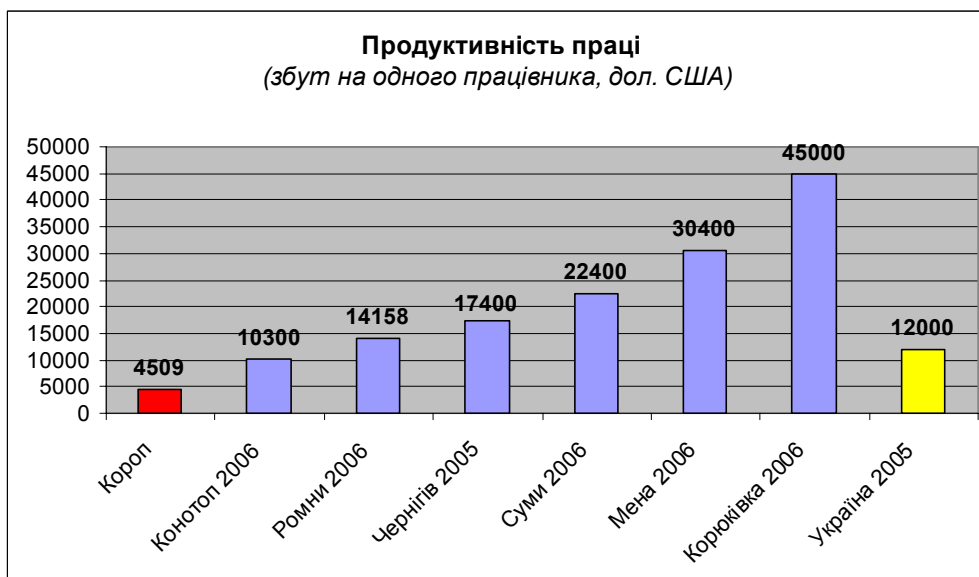
2. Ринки збуту

16 підприємств надали інформацію про географічний розподіл своїх клієнтів. Економіка селища та району, за результатами опитування, орієнтована в основному на внутрішніх клієнтів. 14 підприємств (42,9%) обслуговують лише місцевий ринок, 6 фірм – також ринки інших областей України. Тільки одна компанія експортує частину своєї продукції за межі України. Що стосується географічного розподілу загального обсягу реалізованої продукції (послуг), 51,2% збуту припадає на Чернігівську область, 46,3% – на інші області України, по 1,2% – на країни СНД та європейських клієнтів.

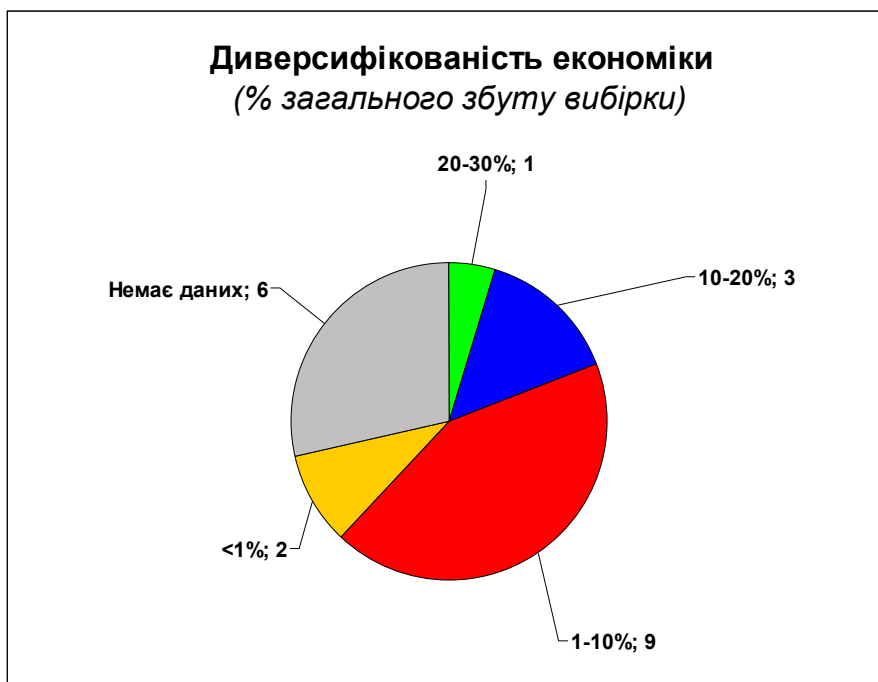


3. Загальний стан бізнесу

15 підприємств погодились надати дані про обсяги своїх продажів у 2007 році. На основі аналізу цих даних було отримано відомості про середній рівень продуктивності праці у межах вибірки (середній обсяг продажів в перерахунку на одного працівника). При цьому слід урахувати, що дані про кількість найманих працівників у 2007 році надали 18 компаній. Середній показник збуту на одного працівника склав 3 935 дол. США (21 645 грн.). Такий рівень продуктивності праці є низьким і значно відстає від середньоукраїнського показника, а також від показників більшості громад-конкурентів. Найвищий рівень продуктивності праці (близько 100 тис. грн. на працівника) зафіксовано у оптовій торгівлі. У 2008 році збут, за очікуваннями підприємців, має в середньому зрости на 30,4%. При очікуваному зменшенні загальної кількості робочих місць це може свідчити про поступове підвищення рівня продуктивності праці.

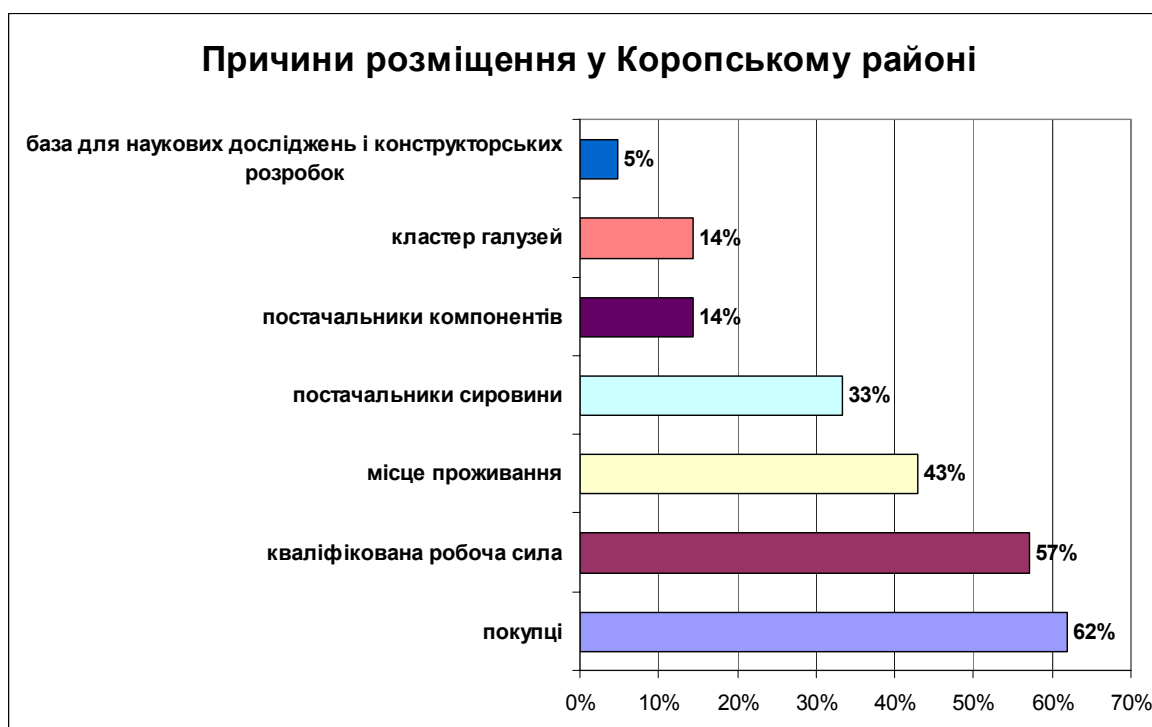


Рівень диверсифікованості місцевої економіки є досить високим. На жодну з 15 компаній не припадає більше, ніж 24,5% загального обсягу збуту (у деяких інших українських громадах на окремі великі підприємства припадає більше 90% загального збуту). 3 компанії забезпечують від 10% до 20% загального збуту вибірки, 9 фірм – від 1 до 10%. На 2 малі підприємства припадає менш, ніж 1% загального обсягу збуту.



4. Місцеві переваги

Компанії-респонденти визначили основні причини їхнього розташування в цій місцевості. Більша частина респондентів (представники 13 фірм) наголошують на наявності тут **важливого ринку збуту**. Ще 12 респондентів вважають важливою місцевою перевагою **наявність кваліфікованої робочої сили**. 9 підприємців пов'язують розташування свого бізнесу саме тут з тим, що це місце їхнього проживання. **Наявність сировинної бази** є важливою для 7 респондентів.

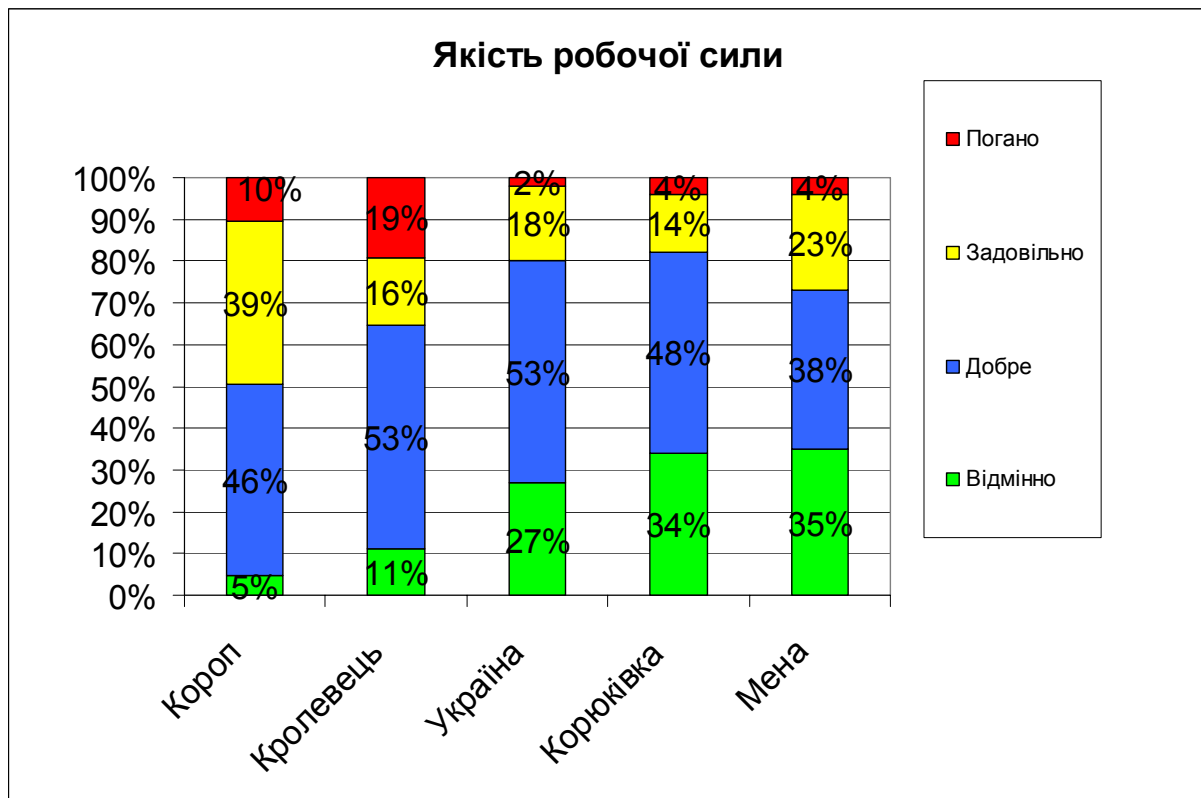


5. Робоча сила

18 підприємств надали дані про кількість найманих працівників. Загальна чисельність їхнього персоналу складає 653 працівники (близько 12% постійного населення селища Короп та близько 2,4% населення Коропського району). Респонденти очікують, що у 2008 році кількість зайнятих на їхніх підприємствах зменшиться на 10% і у 2009 році складе 588 осіб. Щоправда, слід врахувати, що своїми очікуваннями про кількість найманих працівників у 2009 році поділилися лише 16 респондентів. Звернувши також увагу на наміри деяких підприємців щодо створення нових робочих місць у загальній кількості 47 у 2008 – 2009 роках, можна прогнозувати відносну стабільність загальної кількості робочих місць.

Середньомісячна зарплата, що виплачується у 2008 році на 16 підприємствах, складає 738 грн. У порівнянні з попереднім роком вона зросла на 33,1%.

Для процесу стратегічного планування особливу цінність має **оцінка підприємцями якості місцевої робочої сили**. Згідно з результатами опитування, досить високим виявився рівень незадоволення місцевих роботодавців наявною робочою силою. Це певним чином суперечить даним попереднього розділу, адже на другому місці серед місцевих переваг знаходиться наявність кваліфікованої робочої сили. При співставленні цих даних можна зробити висновок, що тільки 51% підприємців оцінюють місцеві трудові ресурси як відмінні або добрі. Це значно нижче за середньоукраїнський показник, а також за показники громад-конкурентів. Занепокоєння викликає значна частка робітників, оцінених як погані – 10%. Це означає, що громада має значний простір для розвитку місцевої робочої сили як важливого ресурсу покращення бізнес-клімату та залучення інвестицій.



12 компаній (57,1%) відчують брак конкретних професій, які важливі для подальшого розвитку, а інші 5 (23,8%) очікують зіткнутись з цією проблемою в майбутньому. Найпомітнішою є нестача технічних спеціальностей (зварювальники, електрики, слюсарі, механіки).

Лише на двох підприємствах наявні відділи наукових досліджень та розробки нової продукції. Такий рівень інноваційних структур в компаніях є досить низьким, однак він зумовлений особливостями бізнесу опитаних компаній. Малі підприємства торгівлі та сфери послуг не

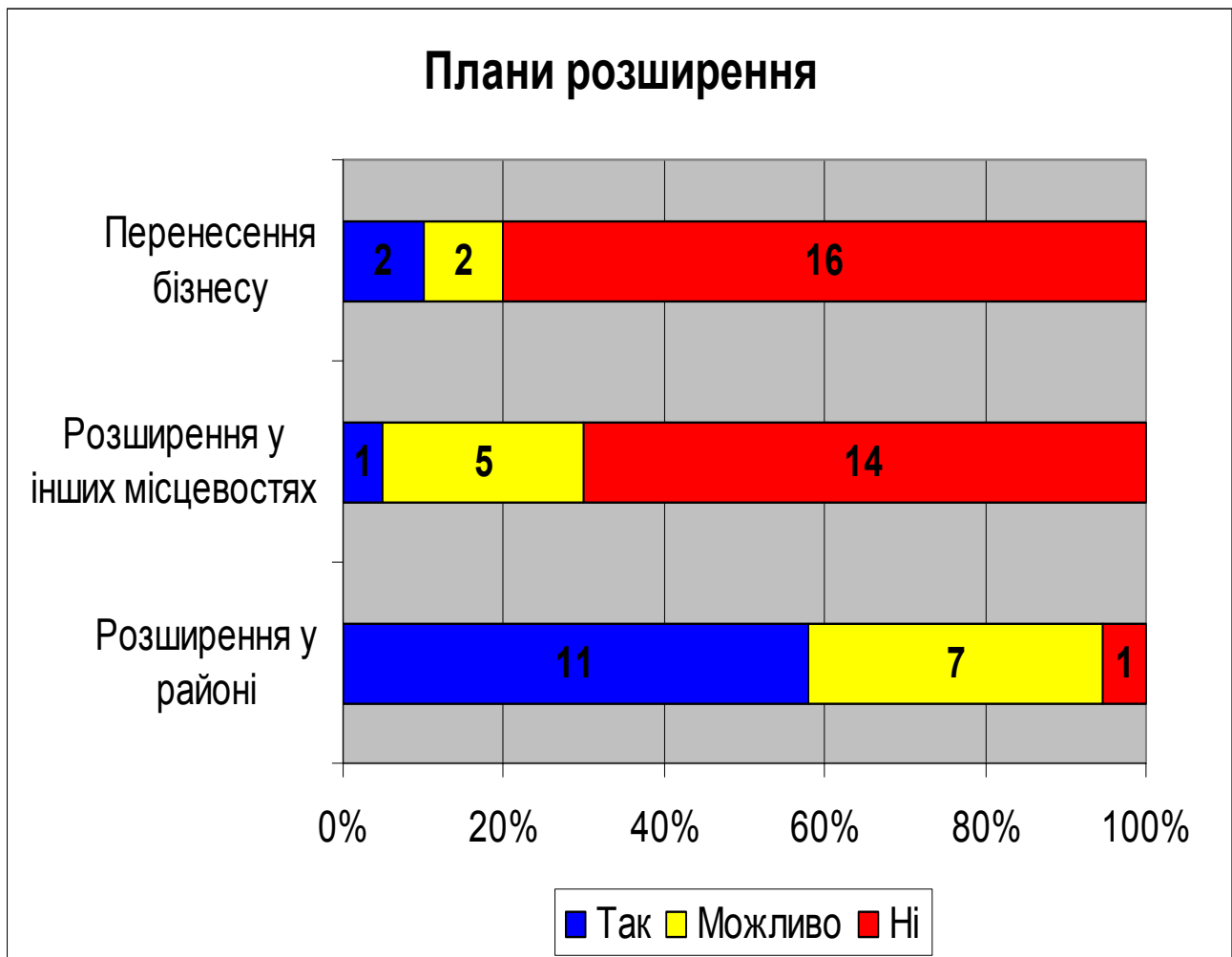
потребують створення таких структур, у той час як вони життєво необхідні для успішного розвитку середніх та великих промислових компаній.

6. Нерухомість та інвестиційні плани

Більшість респондентів відповіли на запитання, пов'язані з бізнес-нерухомістю. 55% респондентів володіють нерухомістю, 25% – орендують, 20% частину нерухомості орендують, ще частиною володіють. Половині респондентів (10 компаній) не вистачає нерухомості для розширення. При цьому здати в оренду чи продати частину своєї нерухомості планують лише 2 фірми. Це може призвести до диспропорції попиту і пропозиції бізнес-нерухомості і стати фактором, що стримуватиме інвестиційну активність у громаді.

Тим не менш, очікуваний рівень інвестиційної активності фірм-респондентів є високим. 58% респондентів планують інвестувати у розширення свого бізнесу в теперішньому місцезнаходженні. Ще 37% міркують над цим. 9 компаній поділилися своїми інвестиційними планами. У сукупності вони планують інвестувати близько 4,7 млн. гривень, що становить 33,3% від загального обсягу продажів у 2007 році і є високим показником. При цьому протягом наступних років (2008-2010) планується створити 47 нових робочих місць.

Одна фірма планує освоєння нових ринків збуту шляхом розширення діяльності у інших адміністративно-територіальних одиницях. Ще 5 розглядають таку можливість. 2 фірми заявили про свою готовність до перенесення свого бізнесу в іншу місцевість, ще 2 розмірковують над такою можливістю.



Серед основних причин можливого перенесення бізнесу до іншої території фігурують нарікання на нестачу землі для розширення, низьку продуктивність праці в цій місцевості та недосконалий місцевий бізнес-клімат.

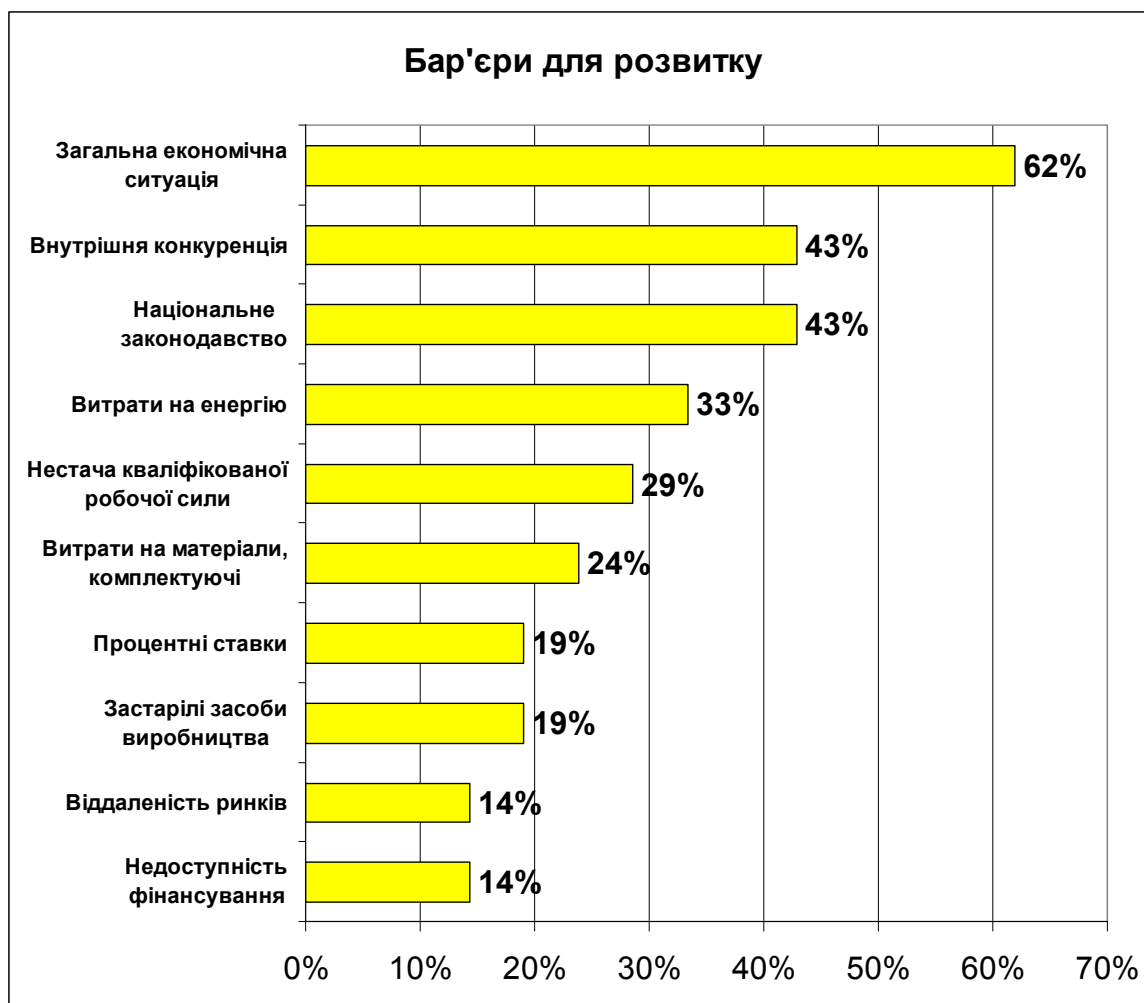


7. Перешкоди та можливості для розвитку

Респондентів попросили визначити основні перешкоди, які, на їхню думку, гальмують розвиток бізнесу. Черга пріоритетів виглядає наступним чином:

- (1) загальну економічну ситуацію згадують 62% компаній;
- (2) внутрішня конкуренція є одним з ключових бар'єрів для 43% підприємств;
- (3) національне законодавство турбує інші 43% опитаних бізнесменів;
- (4) витрати на енергію є проблемою для 33% компаній;
- (5) нестача кваліфікованої робочої сили відзначається 29% підприємців-учасників опитування.

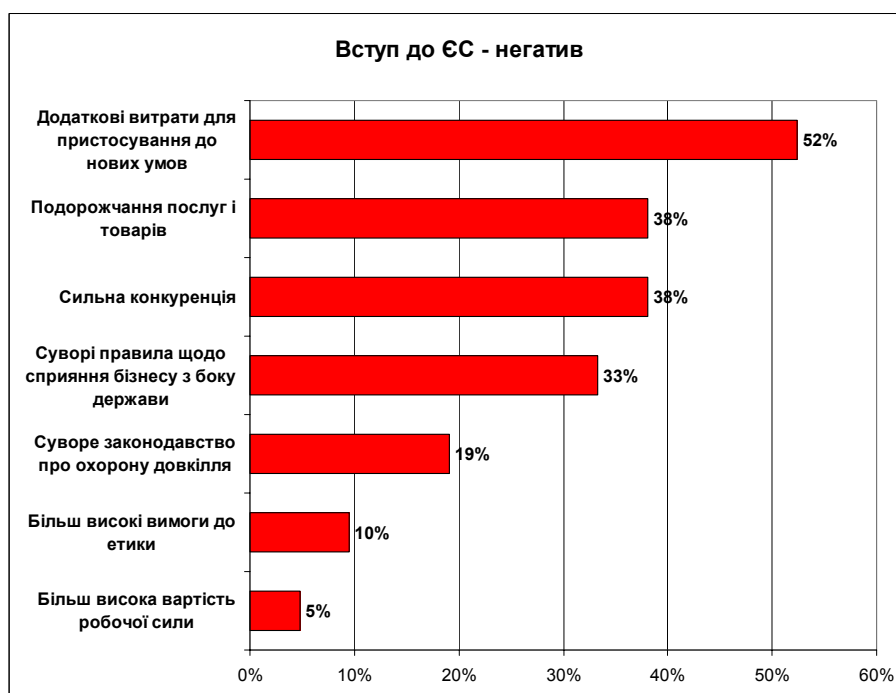
Компанії скаржаться також на високі витрати на матеріали та комплектуючі і процентні ставки, застарілі засоби виробництва, віддаленість ринків та недоступність фінансування тощо. Ставлення місцевої влади жодного разу не згадується у якості перешкоди для розвитку підприємництва, що з позитивного боку характеризує роботу органів місцевого самоврядування та виконавчих органів влади.



Для того, щоб при розробці стратегії розвитку врахувати сильні та слабкі сторони місцевої економіки, респондентів попросили оцінити можливі переваги для українського бізнесу в разі гіпотетичного вступу України до Європейського Союзу. 43% компаній вказують на кращий правовий захист підприємців країн-членів ЄС. 29% вбачають позитивним результатом стабілізацію бізнес-клімату, 19% хотіли б взяти участь в програмах ЄС, вважають позитивним для розвитку бізнесу моментом наявність єдиної валюти, стабільність ринку капіталу та доступ до великого ринку без митниць та інших перешкод.



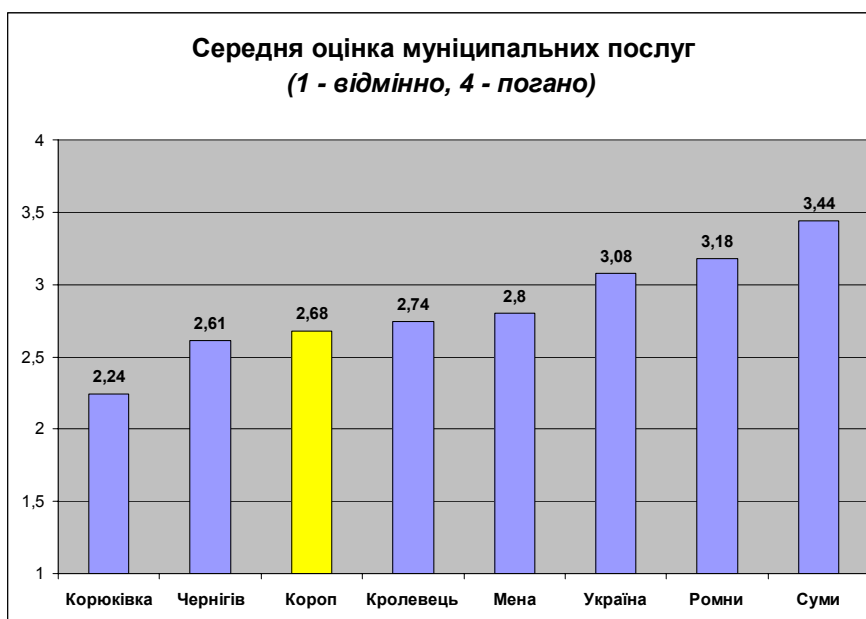
Разом з тим, підприємства дуже добре розуміють негативні аспекти можливого вступу до ЄС. Перше місце у рейтингу негативних очікувань посідають додаткові витрати, необхідні для пристосування до нових умов (52%). 38% хвилює можливе подорожчання послуг і товарів та сильна конкуренція. Третє місце посіли побоювання щодо суворих правил сприяння бізнесу з боку держави. Такі відповіді підтверджують, що економіка Коропського району, як і більшості інших українських громад, базується на відносно низьких витратах і має невисокий рівень конкурентоспроможності.



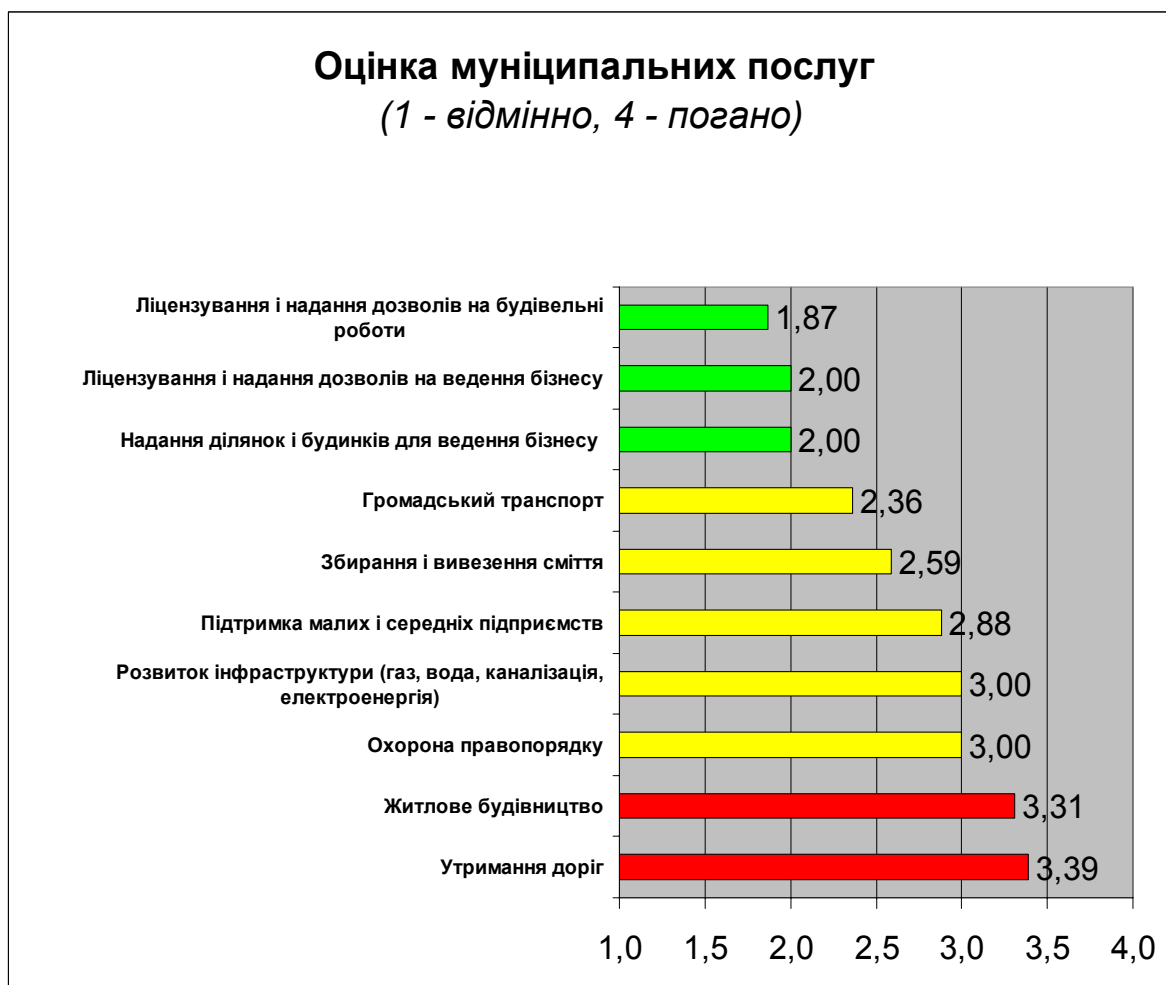
8. Муніципальні послуги

Компанії-респонденти оцінили 10 муніципальних послуг за 4-бальною шкалою (1 = «відмінно», 4 = «погано»). Загальна якість їхнього надання була оцінена як «задовільна» (середній бал склав 2,68). Загальний рівень задоволеності якістю надання муніципальних послуг серед підприємців

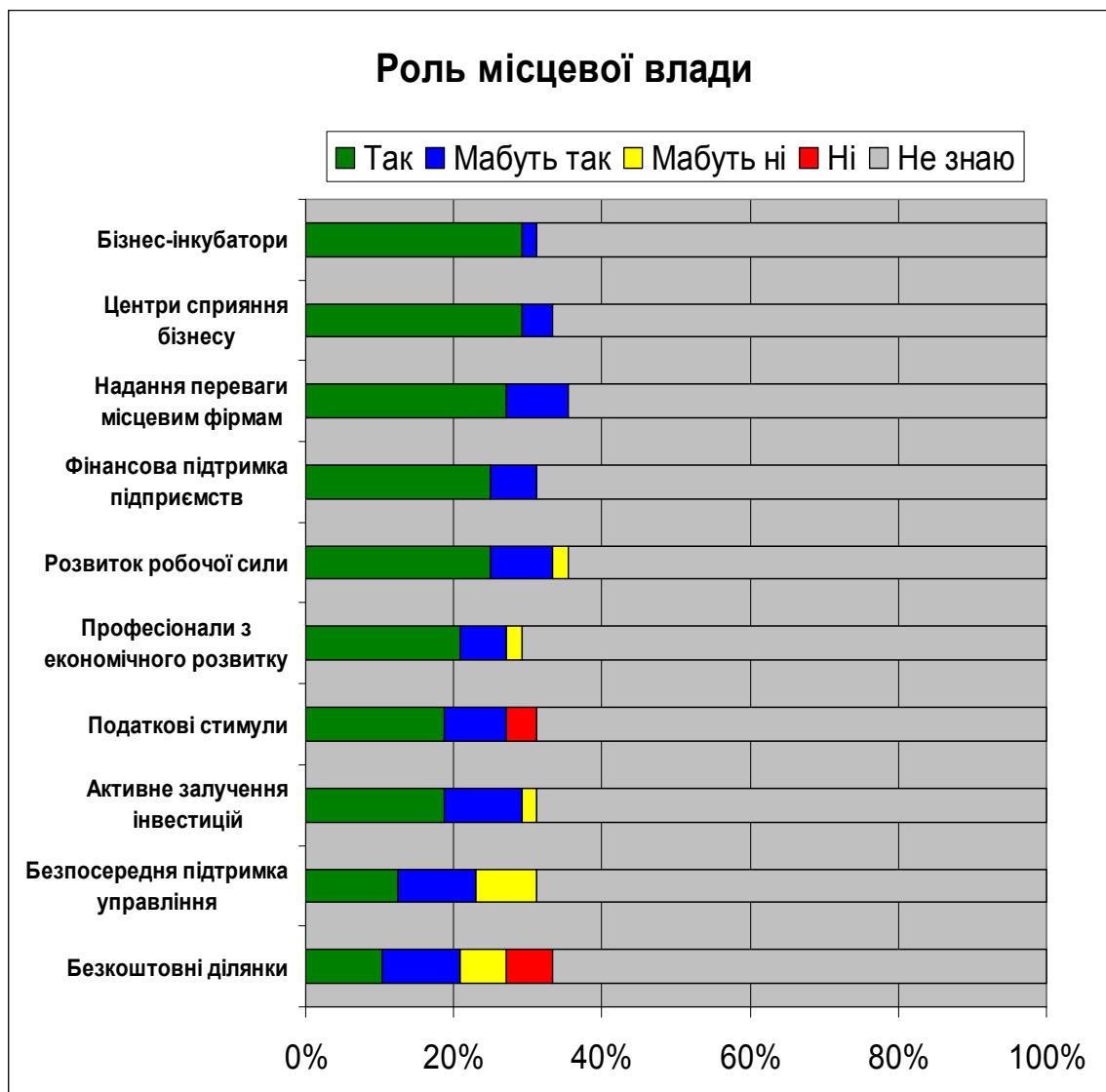
селища Короп та Коропського району дещо вищий, ніж в середньому по Україні та у деяких громад-конкурентів.



Що стосується окремих послуг, найвищий рівень задоволеності було виявлено щодо ліцензування і надання дозволів на будівельні роботи (1,87 бали – «добре»), ліцензування ведення бізнесу (2,00 бали – «добре») та надання ділянок і будинків для ведення бізнесу (2,00 бали – «добре»). Компанії найменш задоволені **утриманням доріг** (3,39 бали – «задовільно») та **житловим будівництвом** (3,31 бали – «задовільно»).

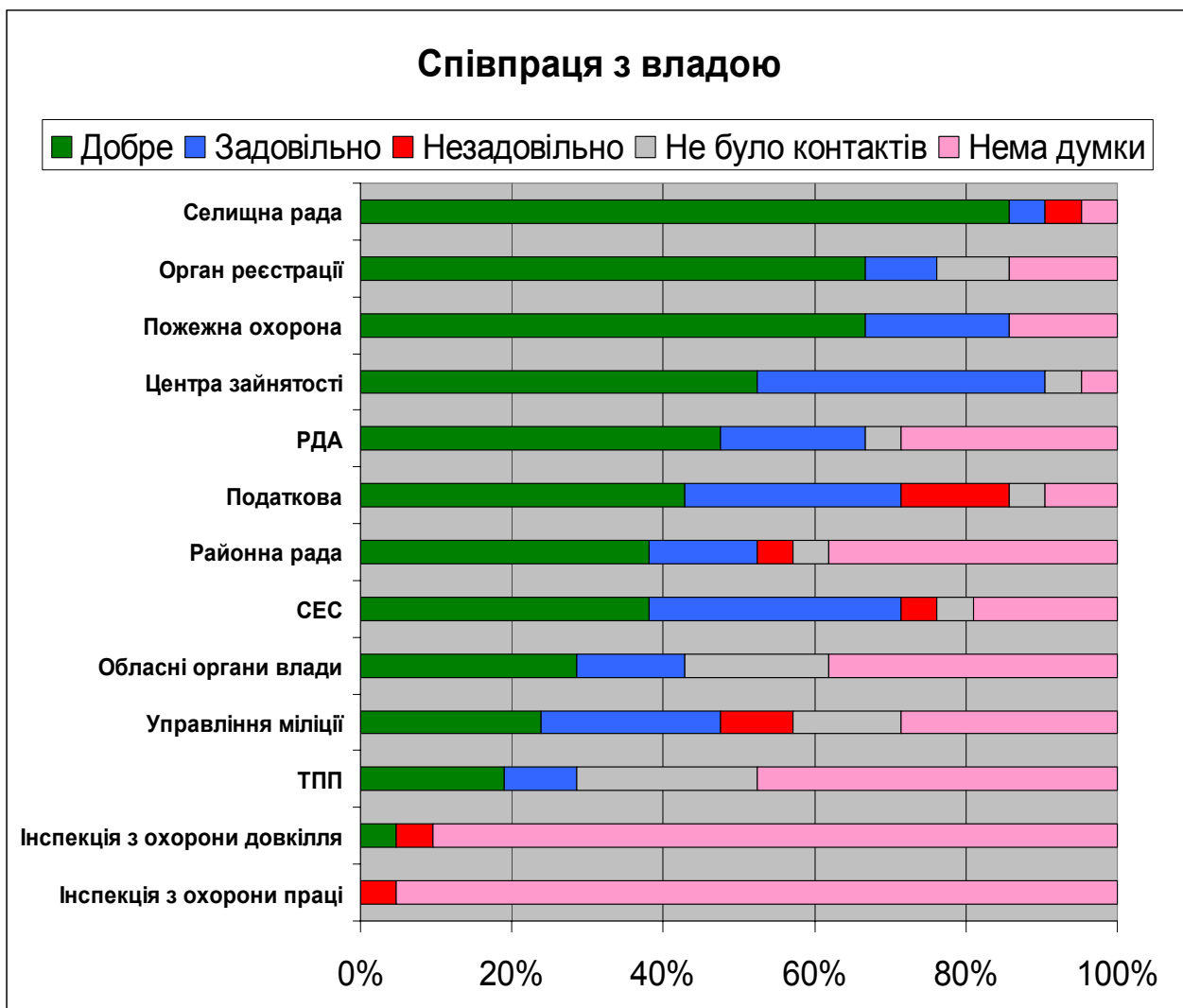


Деякі підприємці також висловили свою точку зору щодо ролі місцевої влади в економічному розвитку. На перших місцях серед побажань бізнесу знаходиться **надання переваги місцевим фірмам, створення бізнес-інкубаторів та центрів сприяння бізнесу, фінансова підтримка підприємств та розвиток робочої сили.**



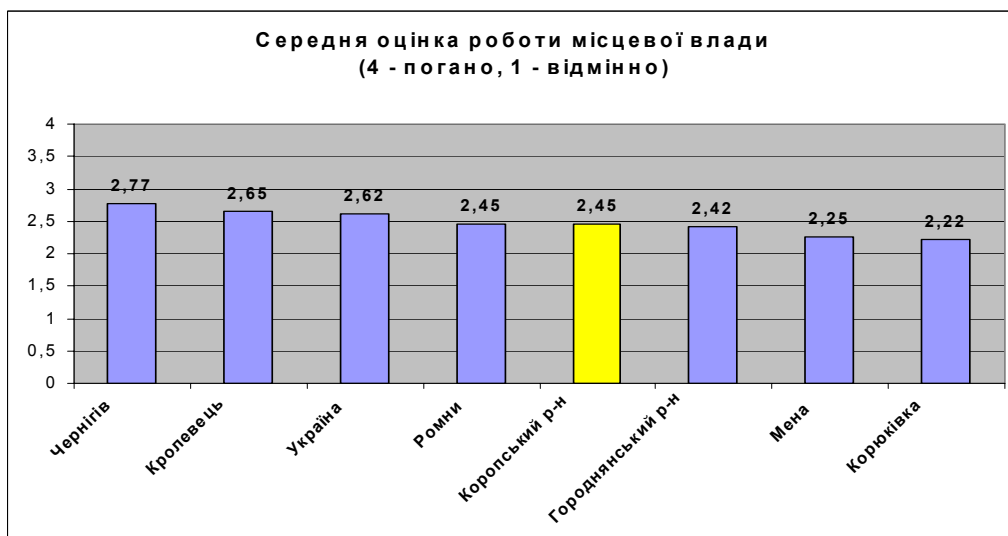
Підприємці дали оцінку контактам з представниками місцевого самоврядування, органів державної влади та інших установ і організацій. Найвищу оцінку отримала селищна рада. 18 респондентів (85,7%) повністю задоволені співробітництвом з цим органом місцевого самоврядування, один підприємець поставив оцінку «задовільно», ще один висловив своє незадоволення. Серед лідерів також орган реєстрації бізнесу, пожежна охорона та центр зайнятості. Найбільше негативних оцінок отримали податкова інспекція та управління міліції. Що стосується районної ради, 8 підприємців (38% опитаних) мають позитивний досвід співробітництва з нею, ще 3 бізнесмени (14,3%) задоволені співпрацею. Один підприємець висловив своє незадоволення, ще один жодних контактів з районною радою не мав, інші респонденти утримались від відповіді.

Серед негативних коментарів стосовно роботи перерахованих установ та організацій слід навести наступні: *надто довгі терміни опрацювання питань та видачі дозволів, бюрократизм, відсутність розуміння проблем підприємців* тощо.

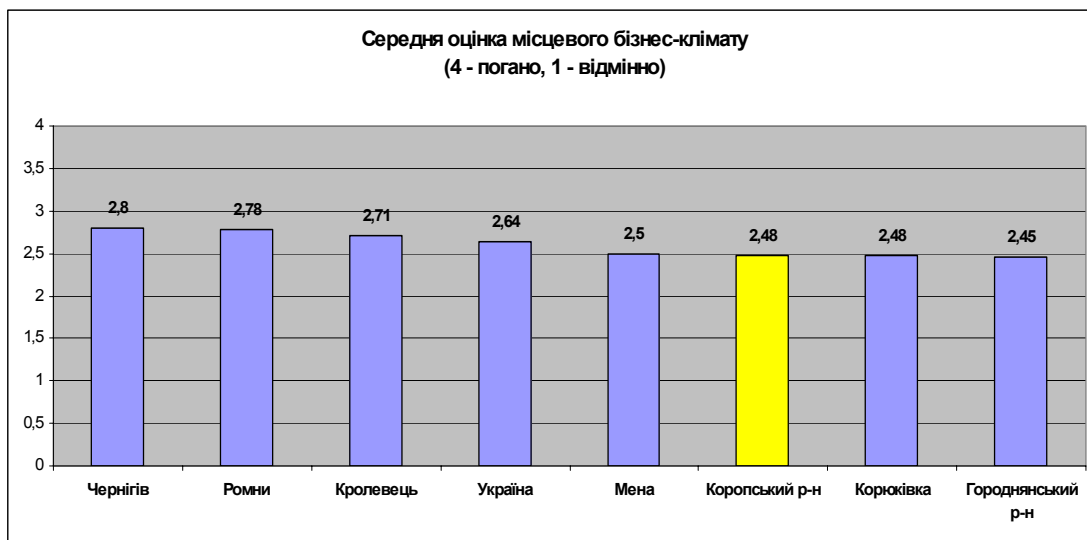


9. Загальні враження

Компанії висловили свої загальні враження про міську владу та бізнес-клімат селища Короп та Коропського району. 2 респонденти оцінили роботу місцевої влади як відмінну, 7 – як добру, 11 – як задовільну. Жодна компанія не виставила негативної оцінки, один респондент утримався від відповіді. Середня оцінка роботи місцевої влади складає 2,45 бали, що наближається до оцінки «добре» (за 4-бальною шкалою, де 1 – «відмінно», 2 – «добре», 3 – «задовільно», 4 – «погано»).



Місто як місце для ведення бізнесу отримало дещо гіршу середню оцінку – 2,48 бали за тією ж шкалою. 3 фірми дали місцевому бізнес-клімату оцінку «відмінно», 6 – «добре», 11 – «задовільно». Погану оцінку виставив один респондент. В порівнянні з аналогічними оцінками по Україні та по громадах-конкурентах Коропський район займає непогані позиції.



Серед **позитивних особливостей** ведення бізнесу у Коропі та Коропському районі підприємці назвали:

- добре ставлення з боку місцевої влади;
- розуміння владою проблем розвитку бізнесу (зокрема, аграрного);
- відсутність штучно створених перешкод для розвитку бізнесу.

До **негативних моментів** деякі респонденти, тим не менш, відносять:

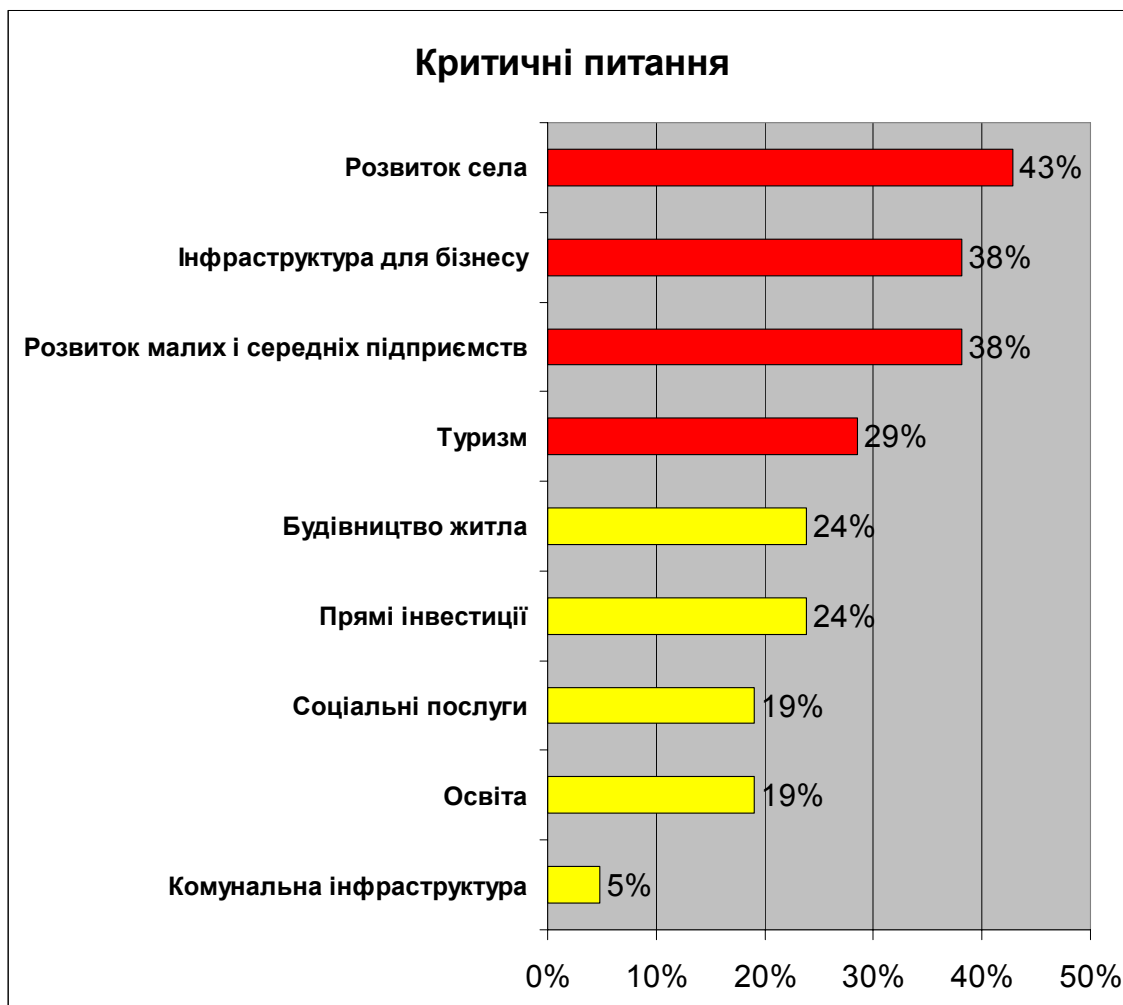
- відсутність зацікавленості місцевої влади у розвитку бізнесу, інтерес лише до забезпечення планових показників соціально-економічного розвитку;
- постійне зростання штату чиновників та витрат на його утримання.

10. Критичні питання

Компанії-респонденти дали наступні відповіді на запитання щодо трьох найбільш критичних питань, на яких повинна сфокусуватись стратегія економічного розвитку:

- **Розвиток села** посів перше місце (43% голосів);
- Друге місце поділили **інфраструктура для бізнесу та розвиток малого і середнього підприємництва** (по 38% голосів);
- Третє місце належить **розвитку туризму** (29% голосів).

Ці позиції в достатній мірі взаємопов'язані між собою. Адже туристична галузь – це сфера діяльності малих і середніх підприємств. Відповідно, стимулюючи розвиток підприємництва у сфері туризму, зокрема, зеленого, можна підвищити рівень зайнятості сільського населення та сприяти покращенню демографічної ситуації. На підставі аналізу результатів опитування доцільно рекомендувати Комітету стратегічного планування зосередити майбутню стратегію економічного розвитку селища Короп та Коропського району саме на цих стратегічних напрямках.



V. ПІДСУМОК

Цей звіт узагальнює думку підприємців селища Короп та Коропського району щодо основних пріоритетів розвитку цієї території. Відношення бізнесу до розвитку громади має значний вплив на економіку. Цей звіт допоможе Комітету стратегічного планування в роботі з підготовки стратегії економічного розвитку селища Короп та Коропського району і матиме цінність для місцевої влади в її прагненні підтримувати та покращувати бізнес-клімат громади.

Проект «Економічний розвиток міст» та Агенція «ЧернігівІнвест» висловлюють щире подяку всім підприємцям, які поділилися своїми думками та надали корисну інформацію.