



# ВИВЧЕННЯ ДУМКИ ПІДПРИЄМЦІВ МІСТА МЕНА

Виконано  
Менською міською радою  
та  
Агенцією «ЧернігівІнвест»



у співпраці з

Проектом «Економічний розвиток міст»



За підтримки USAID

*Листопад-грудень 2007*

## ВИВЧЕННЯ ДУМКИ ПІДПРИЄМЦІВ

I. ВСТУП.....	2
II. МЕТОДОЛОГІЯ.....	2
III. ОСНОВНІ ВИСНОВКИ.....	3
IV. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ.....	5
1. Статус підприємств.....	5
2. Загальний стан бізнесу.....	5
3. Ринки збуту.....	8
4. Робоча сила.....	10
5. Бізнес-нерухомість та інвестиційні наміри.....	11
6. Муніципальні послуги.....	12
7. Загальні враження.....	14
8. Критичні питання.....	15
V. ПІДСУМОК.....	16

### I. ВСТУП

У листопаді-грудні 2007 р. було проведено опитування думки підприємців серед роботодавців міста Мена. Опитування є частиною дослідження середовища у процесі стратегічного планування економічного розвитку Мени. Метою опитування було отримання корисної та достовірної інформації стосовно відношення тих, хто інвестує та створює робочі місця в Мени та порівняння ситуації в місті Мена з іншими містами, що беруть участь у проекті USAID «Економічний розвиток міст» (EPM). Опитування включає в себе питання, що стосуються історії та стану бізнесу, характеру бізнесу, праці та кадрових справ, якості бізнес-інфраструктури, надання послуг органами державної влади та місцевого самоврядування. Опитування дозволило отримати загальне враження про місто як місце для ведення підприємницької діяльності.

### II. МЕТОДОЛОГІЯ

25 інтерв'ю з роботодавцями було проведено з 01 листопада по 06 грудня 2007 року. Список компаній, запропонованих для інтерв'ю, включав найбільших роботодавців міста (4 фірми, що надають від 115 до 454 робочих місць) та 21 мале підприємство з кількістю найманих працівників від 2 до 99. Зведені відповіді всіх компаній було включено до цього звіту. Працівники Менської міської ради провели всі 25 інтерв'ю.

Для забезпечення повних та чесних відповідей бізнесмени, які погодились взяти участь в опитуванні, були запевнені у абсолютній конфіденційності його результатів.

Було знайдено відмінності серед відповідей компаній, що представляють різні сектори економіки (промисловість, сільське господарство, будівництво, комунальні та інші послуги).

Хоча опитування 25 компаній не може однозначно відображати думку всієї бізнес-спільноти Мени, ці компанії – великі та малі – разом забезпечують 1518 робочих місць, що є вагомим частинкою місцевої економічно-активної робочої сили (12% постійного населення міста), та складають достовірну і репрезентативну вибірку.

### III. ОСНОВНІ ВИСНОВКИ

- 1. Економіка Мени має експортну орієнтацію, вищу за середню, і відіграє помітну роль в економіці Чернігівської області.** 24% вироблених у місті товарів та послуг реалізуються у межах Чернігівської області, 15% реалізуються в інших областях України. Більша частина (60%) йде на експорт до інших країн СНД, і лише 1% експортується до інших країн Європи. З одного боку, відносно великі обсяги експорту є позитивним моментом, однак географічна структура експорту свідчить про те, що навіть за наявності конкурентної переваги низьких цін (порівняно зі стандартами ЄС), компанії Мени не знаходять клієнтів на ринках ЄС, що, втім, зумовлено також географічним розташуванням міста та відсутністю членства України у Світовій організації торгівлі. Лише 3 (12%) з 25 опитаних компаній реалізують вироблену продукцію за межами країни. При цьому за межами області реалізують свої товари та послуги 10 підприємств (40% вибірки).
- 2. Експортна орієнтація Менської економіки залежить від роботи одного великого підприємства харчової промисловості.** Підприємство є важливим роботодавцем для жителів міста (454 працівники, що складає 30% загальної кількості зайнятих на підприємствах, що взяли участь в опитуванні). 63,1% загального обсягу реалізованих товарів і послуг підприємств-учасників опитування за 2006 рік припадає саме на цю компанію. На неї припадає 99,1% міського збуту товарів та послуг за межі за межі країни.
- 3. Продуктивність праці на підприємствах Мени є досить високою.** Збут на одного працівника склав у 2006 році біля 30,4 тис. дол. США (153,4 тис. грн.). Для порівняння, аналогічний показник по обласному центру – Чернігову – склав у 2005 році 17,4 тис. дол. США (87,9 тис. грн.). Той же показник по іншому районному центру Чернігівської області, місту Корюківка, склав у 2006 році біля 45 тис. дол. США (227,3 тис. грн.).
- 4. Загальна кількість робочих місць всіх компаній, що брали участь в опитуванні, складає 1518 осіб (12% населення міста).** Низка компаній планує створити 45 нових робочих місць (3% наявної кількості) наступного року. В той же час, значна кількість роботодавців очікує подальшого скорочення робочих місць. Загальним результатом буде зменшення кількості робочих місць на 7,6%.
- 5. Диверсифікованість місцевої економіки є невисокою.** За результатами опитування, 64% загального збуту товарів та послуг припадають на зазначене у пункті 3 підприємство харчової промисловості. 32% ділять між собою 5 компаній різних сфер діяльності (харчова галузь, рекреаційні послуги, утримання доріг, виробництво тари). Для порівняння, економіка Мени є більш диверсифікованою, ніж, наприклад, Корюківки, де на одне велике підприємство припадає 91,2% загального збуту. А за результатами аналогічного дослідження в обласному центрі – Чернігові – на дві найбільші за чисельністю працівників компанії припало відповідно 17% та 6% загального обсягу збуту товарів і послуг; 26% належали великій фірмі енергетичної галузі, 9% – мережі роздрібної торгівлі. Решта 42% майже рівномірно були розподілені між іншими 49 компаніями-учасниками опитування.
- 6. Місцеві компанії в основному задоволені працівниками, яких вони наймають.** Підприємці оцінили якість 36% їхньої робочої сили на «відмінно» та 38% на «добре», що являє собою досить високий рівень задоволеності. Кількість робітників, оцінених як «задовільні» та «погані» складає 23% та 4% відповідно. Середня заробітна плата, яку виплачують опитані роботодавці, виросла з 676 грн. (134 дол. США) на місяць у 2006 році до 818 грн. (162 дол. США) на місяць у 2007 році, тобто, на 21%. 68% компаній відчувають або очікують брак працівників технічних спеціальностей (інженери,

налагоджувальники устаткування, електротехніки, будівельники), а також юристів, бухгалтерів і товарознавців.

7. **Сумарний показник запланованої на наступні роки інвестиційної діяльності, задекларованої в рамках опитування, є достатньо високим і складає близько 26,6 млн. грн. або майже 5,3 млн. дол. США (11,9% збуту у 2006 році).** В перерахунку на одного працівника це складає близько 17,5 тис. грн. або майже 3,5 тис. дол. США. *Для порівняння, цей показник на 2006-2007 роки по обласному центру – Чернігову – склав, за результатами аналогічного опитування (2006 рік) біля 20% обороту компаній, або 3,3 тис. дол. США в перерахунку на одного працівника. За результатами дослідження економіки Корюківки аналогічний показник склав 2,2 млн. дол. США (2,3% збуту у 2006 році). 72% опитаних компаній планують інвестувати у розширення своєї діяльності у Мені або розглядають цю можливість. 6 підприємств мають плани розширення поза межами Мени або міркують над таким варіантом.*
8. **Якість послуг, що надаються міською владою, оцінена посередньо** (в середньому 2,8 бали з 4-х можливих, де «1» – найкращий результат, «4» – найгірший). *Для порівняння, аналогічний середній показник обласного центру – Чернігова – склав у 2006 році 3,61 бали. Показник Корюківки у 2007 році склав 2,24 бали. Серед галузей, що вимагають уваги та поліпшення, найчастіше згадуються громадський транспорт (40% опитаних), утримання доріг (36% опитаних), житлове будівництво (24%), розвиток комунальної інфраструктури (24%).*
9. **Загальна оцінка роботи міської влади є досить високою.** 16 з 25 компаній (64%) оцінили роботу міського голови, міської ради та міськвиконкому як «добру» або «відмінну», 8 (32%) – як «задовільну». Вищою за середній рівень є також оцінка підприємцями якості контактів з представниками органів місцевої влади та місцевого самоврядування міста Мена.
10. **Роботодавці Мени в основному задоволені місцевим бізнес-кліматом.** 14 компаній (56%) оцінили місто як добре місце для ведення бізнесу, 8 (32%) – як задовільне. 2 підприємства оцінили менський бізнес-клімат як поганий. Серед сильних сторін місцевого бізнес-клімату найчастіше згадується вдале географічне розташування. Крім того, перевагами для ведення бізнесу підприємці вважають наявність земельних ділянок промислового і сільськогосподарського призначення, автомобільного шляху та залізниці. До негативних аспектів підприємці відносять недостатність підтримки з боку місцевої влади, низький промисловий розвиток, невисоку платоспроможність населення та обмежену кваліфікацію робочої сили тощо.
11. **Місцеві компанії схвалюють реалізацію проектів, запропонованих у процесі стратегічного планування.** Серед пріоритетів – *будівництво житла, комунальна інфраструктура, розвиток малого та середнього бізнесу, підготовка та перепідготовка робочої сили, розвиток села.*

#### IV. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ

##### 1. Статус підприємств

З 25 підприємств 14 (56%) компаній були засновані після 1990 року, 11 (44%) – до 1990 року. Однак до другої групи (засновані до 1990 року) належать найбільші роботодавці міста Мена. Отже, місто можна вважати таким, що має давні промислові традиції. 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 (13) є власністю українських фізичних осіб. 2 підприємства знаходяться повністю у власності держави (або у комунальній власності району). Юридичним особам повністю належить 3 підприємства, а також частка власності ще у 3-х компаніях. Іноземну власність не зазначила жодна фірма. 2 компанії з опитаних відмовились надати дані щодо структури акціонерів.

Розподіл робочої сили за формою власності підприємств у вибірці є наступним:

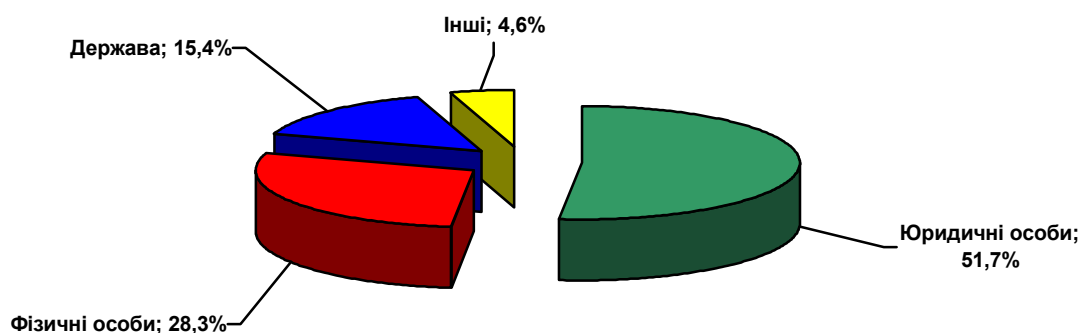


Схема 1. Розподіл робочої сили за формою власності підприємств

##### 2. Загальний стан бізнесу

Економіка Мени у значній мірі орієнтована на експорт, однак рівень її диверсифікованості є не досить високим. Одне велике підприємство харчової промисловості є важливим роботодавцем, виробником та експортером, який обслуговує український ринок (за межами області) та ринок країн СНД. Крім нього, лише 2 компанії реалізують продукцію та послуги за межами України. 15 підприємств з опитаних обслуговують виключно місцевий та обласний ринки.

Економіка Мени, відповідно до результатів опитування, складається з: (1) чотирьох середніх та малих підприємств харчової галузі; (2) трьох компаній, що займаються виробництвом тари, металопластикових виробів та поліграфічної продукції; (3) чотирьох будівельних підприємств, що динамічно розвиваються; (4) сільськогосподарського підприємства, яке займається тваринництвом; (5) чотирьох компаній, які працюють в енергетичній галузі та надають житлово-комунальні послуги; (6) низки торговельних підприємств, деякі з яких також надають населенню різноманітні послуги; (7) великого оздоровчо-лікувального закладу. З галузевої точки зору, якщо не брати до уваги задекларовані в рамках опитування обсяги збуту, економіка Мени є достатньо диверсифікованою, хіба що помітною є недостатній рівень розвитку сфери послуг. Однак слід пам'ятати, що з цих 25 підприємств 64% загального збуту товарів та послуг припадають на одне підприємство харчової промисловості.

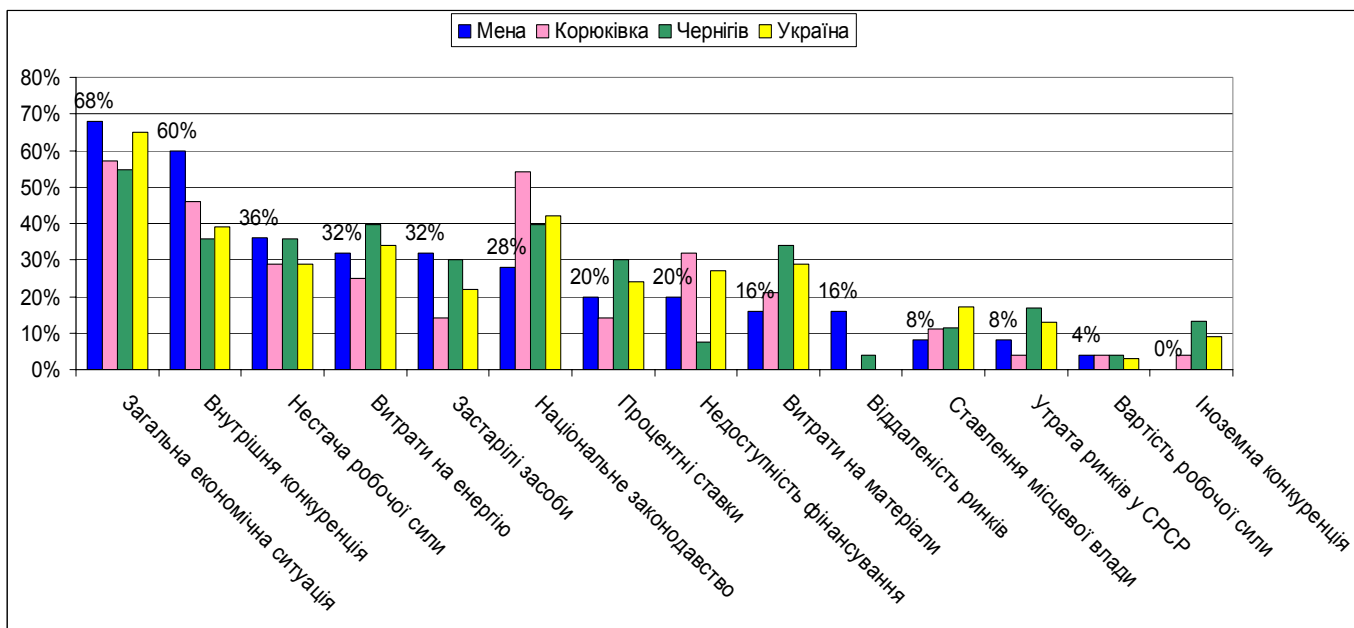


Схема 2. Бар'єри для подальшого розвитку

Компанії попросили назвати фактори, що мають негативний вплив на сучасний та майбутній розвиток (Схема 2) їх товарів та послуг. Темно-синя (ліворуч) колонка показує результати для Мени, жовта колонка (праворуч) показує результат, отриманий від 300 компаній, що брали участь в опитуванні у 20 інших містах України у 2006 році. Крім того, тут і далі для порівняння наводяться результати дослідження бізнес-клімату обласного центру – Чернігова, та міста-конкурента – Корюківки.

Черга пріоритетів виглядає наступним чином:

- (1) загальну економічну ситуацію згадують 68% компаній, що на 3% більше загальноукраїнського показника та помітно більше показника по Чернігову та Корюківці;
- (2) внутрішня конкуренція є одним з ключових бар'єрів для 60% підприємств (з них 40% – малі приватні компанії, що працюють у сфері торгівлі, 13% – підприємства харчової галузі, 13% – будівельні фірми). Внутрішня конкуренція згідно з результатами опитування є для менських підприємців значно більшою проблемою, ніж в середньому по Україні (39%), у Корюківці (46%) та Чернігові (36%);
- (3) нестача кваліфікованої робочої сили відзначається 36% підприємців-учасників опитування, що теж перевищує середній показник по Україні (29%). Найбільш помітним є брак робочої сили на малих торговельних підприємствах, у промисловості та енергетичній галузі.
- (4) витрати на енергію є проблемою для 32% компаній, 50% з яких є промисловими підприємствами (показник по Україні – 34%, по Корюківці – 25%, по Чернігову – 40%).
- (5) застарілі засоби виробництва турбують 32% опитаних підприємців, зокрема, 2 компанії енергетичної галузі, а також найбільше промислове підприємство та торговельні фірми. Цей показник є вищим, ніж загальноукраїнський (22%) та корюківський (14%), і практично співпадає з чернігівським (30%).

Компанії скаржаться також на високі процентні ставки, недоступність фінансування, ставлення з боку місцевої влади, однак важливість цих факторів оцінюється менськими підприємцями нижче, ніж бізнесменами інших українських міст. Лише по одному разу респондентами згадуються висока вартість робочої сили та обмеження, пов'язані із захистом довкілля.

Оцінка менськими бізнесменами наявних бар'єрів для розвитку має наступні особливості. Недоліки національного законодавства за результатами опитування зайняли лише 6 місце серед

бар'єрів для розвитку бізнесу, набравши 28% (Україна – 42%, Корюківка – 54%, Чернігів – 40%). Це свідчить про прагматичність місцевих бізнес-кіл та небажання визначати в якості перешкод фактори, на які неможливо вплинути на місцевому рівні. Хоча перше місце у переліку перешкод традиційно займає загальна економічна ситуація, на яку місцева влада теж ніяк не може вплинути. Те ж саме стосується і внутрішньої конкуренції. Те, що місцевий бізнес бачить у внутрішній конкуренції другу за значенням перешкоду для розвитку, свідчить про непоганий бізнес-клімат та наявність рівних можливостей для започаткування та просування власної справи. Що стосується наступних трьох бар'єрів – нестача робочої сили, високі витрати на енергію та застарілі засоби виробництва, їх повністю або частково можна усунути, доклавши зусиль на місцевому рівні (включивши до Стратегічного плану економічного розвитку пункти щодо створення професійно-технічного навчального закладу, впровадження енергозберігаючих технологій, стимулювання оновлення підприємствами засобів виробництва тощо).

Досить високою є незадоволеність місцевих підприємців *віддаленістю ринків* (16%). Це свідчить, з одного боку, про високий рівень насиченості місцевого ринку, з іншого боку, про низьку купівельну спроможність місцевих споживачів.

Іншим цікавим моментом є те, що жодна з компаній не згадала *іноземну конкуренцію* в якості перешкоди для ведення бізнесу. Це свідчить про орієнтацію Менської економіки в основному на внутрішній ринок.

Для того, щоб при підготовці Стратегічного плану урахувати ставлення підприємців до гіпотетичного вступу України до ЄС, респондентів попросили оцінити можливі переваги для українського бізнесу в разі такого варіанту розвитку подій. (Схема 3). 60% компаній вбачають позитивним результатом стабілізацію бізнес-клімату, інші 60% вказують на кращий правовий захист підприємців. Доступ до великого ринку без митниць та інших перешкод хотіли б отримати 20% підприємств. 16% високо оцінюють кращу пропозицію робочої сили та вищий рівень захисту економічної конкуренції, 12% позитивних оцінок припадають на доступ до стабільного ринку капіталу, єдину валюту та участь у програмах ЄС.

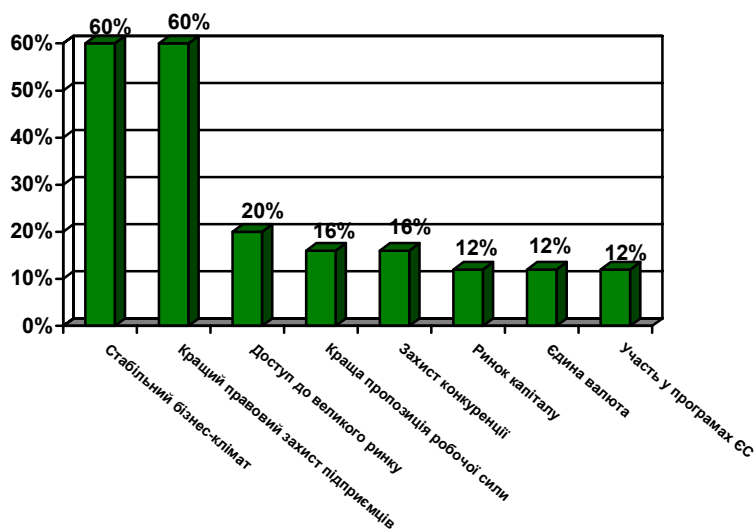


Схема 3. Позитивні наслідки гіпотетичного вступу України до ЄС

Разом з тим, підприємства дуже добре розуміють негативні аспекти можливого вступу до Європейського Союзу (Схема 4). Перше місце у рейтингу негативних очікувань посідає сильна конкуренція (60% респондентів). Подорожчання послуг і товарів та додаткові витрати, необхідні для пристосування до нових умов, турбують 48% опитаних підприємців. 20% занепокоєні більш високим рівнем захисту споживачів та високою вартістю робочої сили. 8% підприємців стурбовані вищими вимогами до етики ведення бізнесу та суворими правилами

сприяння бізнесу з боку держави. 4% вважають негативним фактором суворі природоохоронні норми Європейського Союзу.

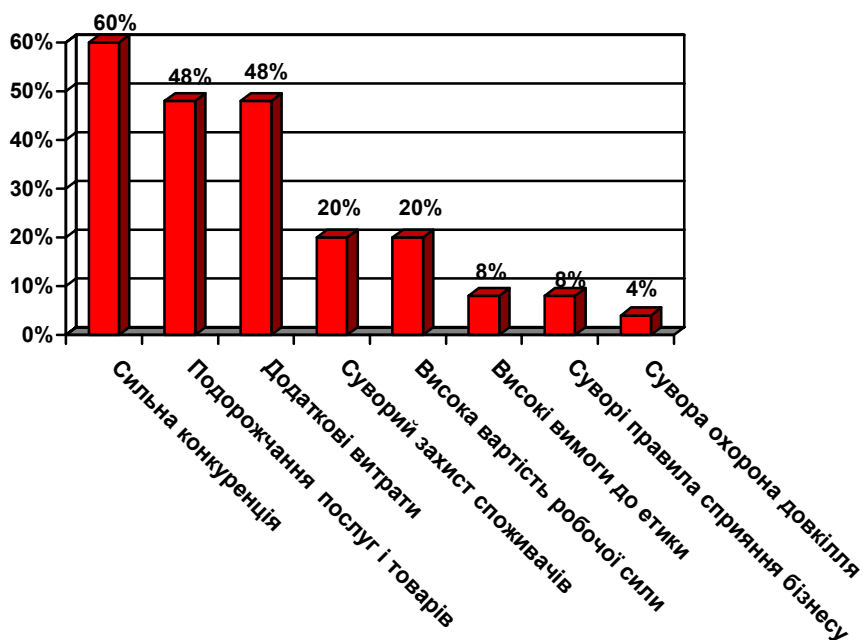


Схема 4. Негативні наслідки гіпотетичного вступу України до ЄС

Однією з особливостей відповідей менських респондентів є занепокоєння вищими вимогами до дотримання бізнесової етики (8%). Для порівняння, жодна з компаній-респондентів у Чернігові або Корюківці не згадала цей фактор серед ключових. Крім того, вищим є рівень занепокоєності сильною конкуренцією (Мена – 60%, Корюківка – 39%, Чернігів – 45%) та суворим захистом споживачів (Мена – 20%, Корюківка – 11%, Чернігів – 17%). Це вказує на досить низьку конкурентоспроможність місцевої економіки, яка існує в основному за рахунок низьких операційних витрат, а не підвищення якості товарів та послуг або продуктивності праці.

### 3. Ринки збуту

Більшість опитаних фірм надали інформацію про географічний розподіл своїх клієнтів (Схема 5). Лише 3 компанії доповіло про те, що експортують свою продукцію за межі України (95%, 5% та 1% загального збуту кожної фірми). Ще 10 фірм реалізують частину своєї продукції (від 2% до 80%) в інших областях України. 15 підприємств реалізують вироблені продукцію та послуги виключно в межах Чернігівської області. Більша частина збуту (від 85% до 97%) ще 4-х компаній припадає також на місцевий ринок. 2 компанії експортують свою продукцію до інших країн СНД, та лише 1 – до інших країн Європи.

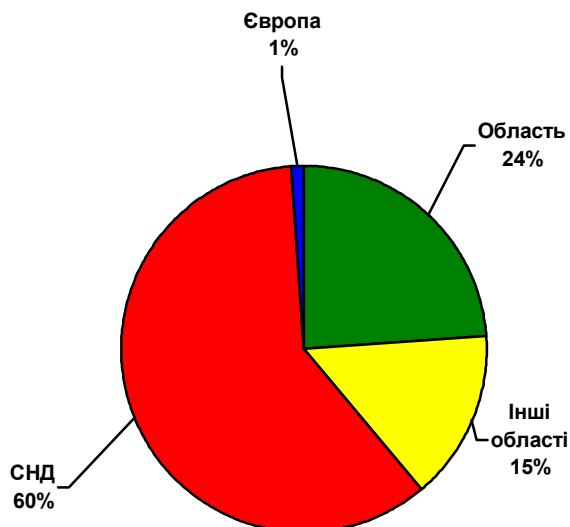


Схема 5. Експортна орієнтація місцевої економіки

Оскільки одним з небагатьох експортерів Мени є велике підприємство харчової промисловості, 61% загального збуту йде за межі країни, в основному, до країн СНД. Ще 15% реалізується у межах України, але поза межами Чернігівської області.

Експортує свою продукцію за межі країни в основному згадане підприємство харчової промисловості, а також компанія, що виробляє тару. На експорт також йде 1% послуг приватного підприємця, що займається торгово-посередницькою діяльністю та ремонтом автомобілів. Вихід на ринки інших областей України мають 4 підприємства харчової промисловості та одне тваринницьке підприємство, а також компанія-виробник тари, рекреаційний заклад, поліграфічна фірма та два торгових підприємства. Решта компаній обслуговують виключно місцевий ринок.

Більшість опитаних компаній очікують збільшення збуту у 2007 році порівняно з попереднім роком. Середній показник очікуваного зростання збуту є досить високим (31,3%) в основному завдяки позитивним очікуванням одного з приватних підприємців (300% зростання збуту), одного з підприємств харчової промисловості (80%) та компанії, що займається обслуговуванням доріг (70%). Найбільший експортер Мени очікує 25% зростання обсягів збуту своєї продукції. 3 компанії очікують скорочення обсягів збуту, при цьому найбільш значного скорочення очікує будівельне підприємство (-37%). 6 підприємств відмовились надати дані щодо обсягів збуту у 2006 році та очікуваних обсягів його зростання або скорочення.

Що стосується причин розташування опитаних підприємств у місті Мена, 60% респондентів позитивно оцінюють місцевий ринок збуту та вказують на наявність кваліфікованої робочої сили. 44% називають наявність постачальників сировини, 28% – наявність кластеру галузей, 24% – постачальників компонентів. Жодне з підприємств не вважає, що Чернігівська область має належну базу для конструкторських розробок і наукових досліджень. Розташування у Мені заводу, що виробляє мінеральну воду, а також рекреаційного закладу зумовлене природними особливостями місцевості (наявність джерела мінеральної води та лікувальних грязей).

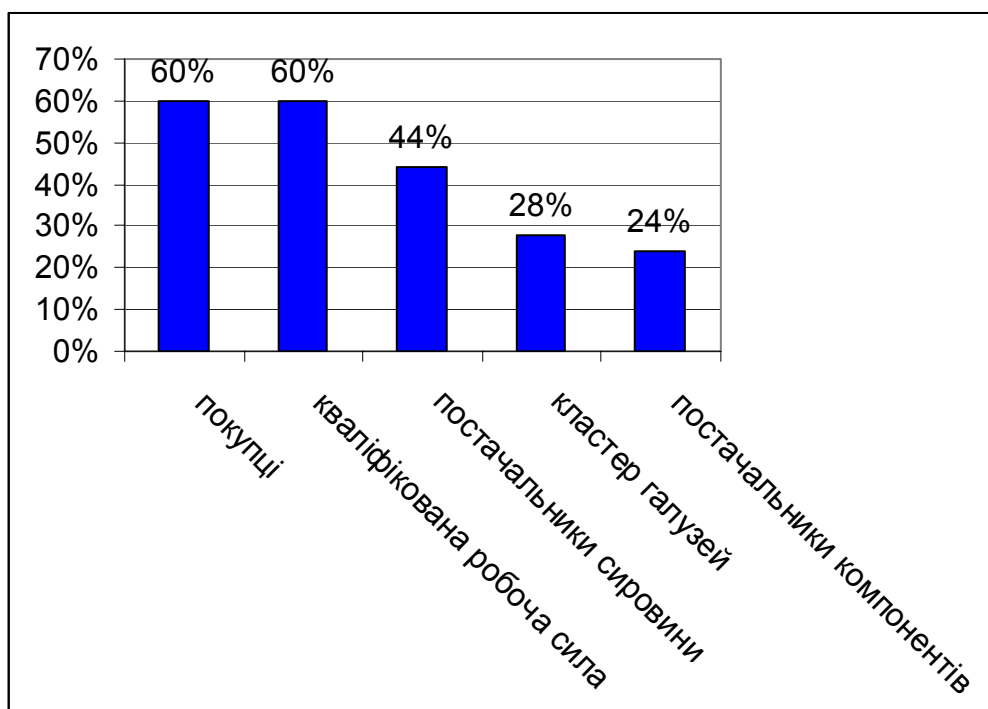


Схема 6. Причини розміщення у Мені

#### 4. Робоча сила

Загальна кількість постійних працівників 25 компаній складає 1518 осіб порівняно із 1450 особами минулого року та 1153 особами п'ять років тому. Майже вдвічі зросла з 2002 року кількість зайнятих на найбільшому підприємстві харчової промисловості міста. Значну кількість нових робочих місць протягом 2002-2006 років створено малими та середніми підприємцями. Компанії відмітили, що планують створити 45 нових робочих місць протягом 2007-2008 років (3% теперішньої кількості зайнятих). Частка зайнятих жінок складає 40,8%. Частка працівників із вищою освітою становить 10,9% (для порівняння, в Чернігові та у Корюківці ця частка перевищує 13%).

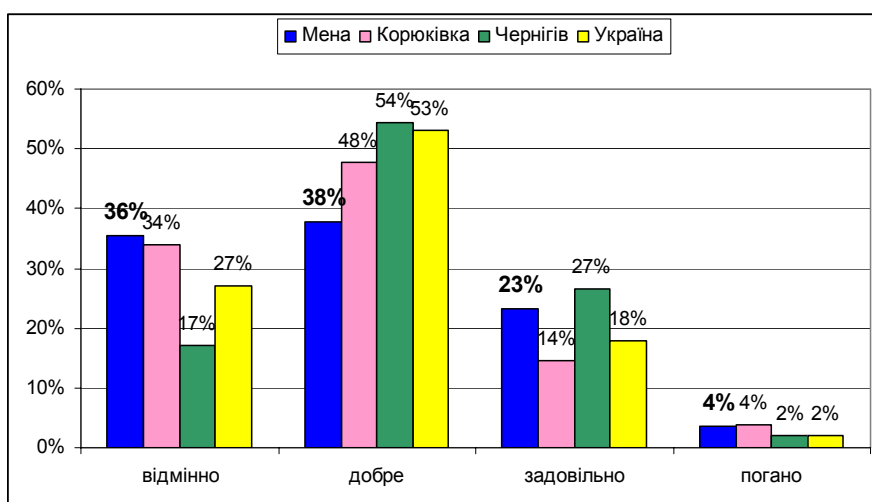


Схема 7. Задоволеність якістю робочої сили

Що стосується якості робочої сили, роботодавці оцінили 73% своїх працівників на «відмінно» або «добре», що трохи нижче, ніж загальноукраїнський показник (80%). Помітною є різниця в кількості робітників, оцінених як «добрі» (38% проти 53% по Україні). (Схема 7).

Середня заробітна плата, яку виплачують опитані роботодавці, виросла з 676 грн. (134 дол. США) на місяць у 2006 році до 818 грн. (162 дол. США) на місяць у 2007 році, тобто, на 21%. Найвищу заробітну плату зафіксовано у сфері дорожнього господарства (1062 грн. або 210 дол. США), найнижчу – у роздрібній торгівлі (340 грн. або 67 дол. США). Лише 2 підприємства виплачують зарплату вищу за 1000 грн. (198 дол. США) на місяць. Середня зарплата на інших 8 підприємствах менша за 500 грн. (99 дол. США). 6 компаній відмовились надавати дані щодо розміру середньої заробітної плати.

14 компаній (56%) відчують брак конкретних професій та навичок, які важливі для подальшого розвитку, а інші 3 (12%) очікують зіткнутись з цією проблемою в майбутньому. Найпомітнішою є нестача технічних спеціальностей (інженери, налагоджувальники устаткування, електротехніки, будівельники, зварювальники, автослюсарі, майстри, трактористи та машиністи), а також юристів, бухгалтерів і товаровзнавців. Згадуються також медичні професії (лікар-невропатолог, терапевт, провізор), менеджери, продавці-консультанти.

Лише на 1-му підприємстві наявний відділ наукових досліджень та розробки нової продукції, ще 2 підприємства розглядають можливість створення такого відділу. Такий рівень інноваційних структур в компаніях є досить низьким, однак він зумовлений особливостями бізнесу опитаних компаній. Так, дрібні 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. 5 з 6 виробничих підприємств, які взяли участь в дослідженні, не мають такого відділу.

## **5. Бізнес-нерухомість та інвестиційні наміри**

Ситуація з бізнес-нерухомістю у Мені відображена на *Схемі 8*. 10 фірм з 25 є власниками нерухомості, інші 7 компаній орендують приміщення. Ще 7 підприємств частиною нерухомості володіють, а частину – орендують. Одна фірма відмовилась надати відповідну інформацію.

18 компаній мають достатньо нерухомості для розширення, іншим 7 фірмам наявної нерухомості недостатньо. Потребують нових площ для розширення в основному малі підприємства торгівлі та сфери послуг, які орендують приміщення або є власниками приміщення недостатнього розміру.

На сьогоднішній день лише 3 фірми готові здати в оренду або продати частину своєї нерухомості. Ситуація на ринку нерухомості може дещо покращитись, якщо ще 5 компаній, серед яких середнє промислове підприємство, запропонують частину своїх невикористаних приміщень на продаж чи в оренду (на разі вони лише розглядають це питання).

8 фірм (32%) планують інвестувати кошти у розширення свого бізнесу у Мені. 10 компаній (40%) розглядають таку можливість, 5 підприємств (20%) дали негативну відповідь. Ще дві фірми відмовилися поділитися своїми планами. Рівень очікування інвестицій є достатньо високим. Підприємства повідомили про наміри інвестувати протягом найближчих років 26,6 млн. грн. або майже 5,3 млн. дол. США (12% збуту у 2006 році).

2 торгових підприємства планують розширення поза межами Мени, ще 4 фірми (торгівля та будівництво) розглядають таку можливість. Одна з зазначених фірм планує перенести діяльність з Мени до іншого районного центру Чернігівської області, ще 2 розмірковують над таким варіантом. Серед причин, які спонукають до пошуку кращого місця для ведення бізнесу, підприємці називають зміну ринкової кон'юнктури, кращий бізнес-клімат у іншому місті, а також відсутність землі для розширення у Мені. Очевидно, що саме земельне питання є одним з найбільш актуальним, адже на питання «Що можна зробити, щоб заохотити Вас залишитися» підприємець, який планує перенесення бізнесу, дав відповідь «Надати можливість розширення

земельної ділянки». Крім того, один з підприємців згадує низьку продуктивність праці серед причин, що спонукають його думати про перенесення діяльності.

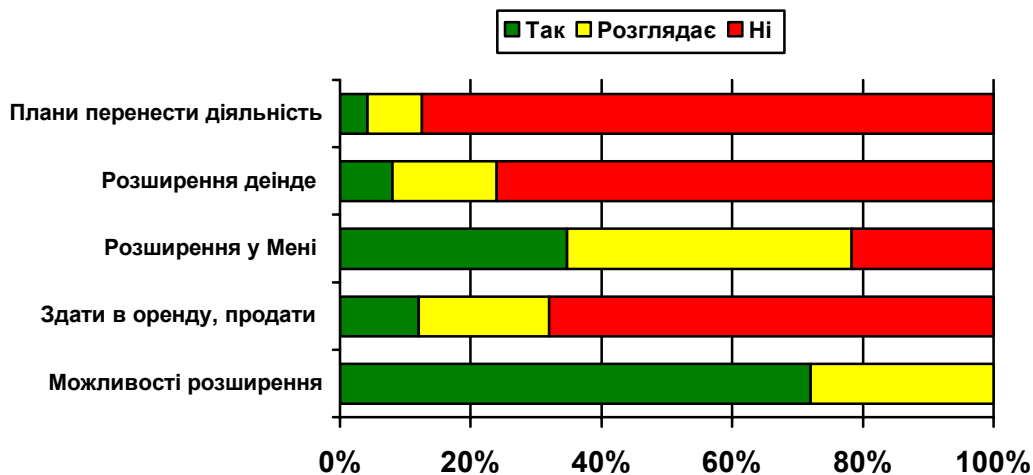


Схема 8. Інформація про бізнес-нерухомість та інвестиційні наміри

### 6. Муніципальні послуги

Компанії-респонденти оцінили 10 муніципальних послуг за 4-бальною шкалою (1 = відмінно, 4 = погано). Якість їхнього надання була оцінена як «задовільна» (середній бал склав 2,8). Загальний рівень задоволеності якістю надання муніципальних послуг серед підприємців Мени дещо вищий, ніж в середньому по Україні. Це відображено на Схемі 9.

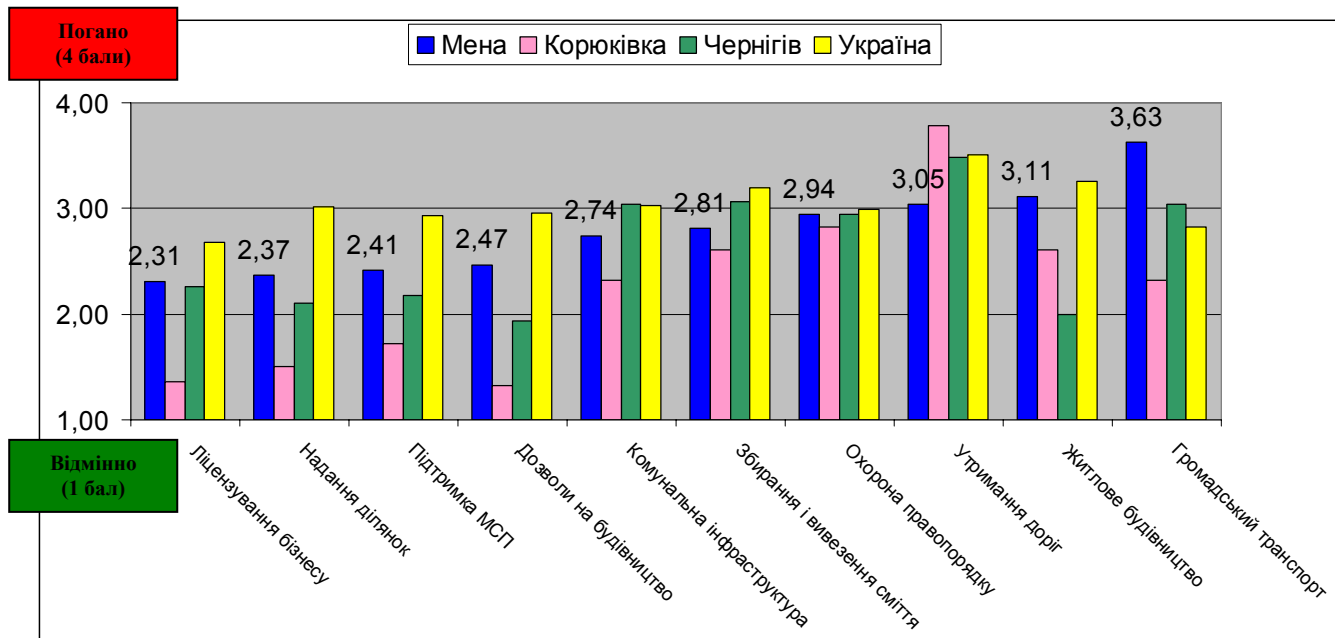


Схема 9. Муніципальні послуги

Найвищий рівень задоволеності було виявлено щодо ліцензування для здійснення підприємницької діяльності (2,31 бали проти 2,68 по Україні) та надання ділянок для ведення бізнесу (2,37 проти 3,02 по Україні). Компанії не задоволені громадським транспортом (3,63), житловим будівництвом (3,11), утриманням доріг (3,05) та охороною правопорядку (2,94). В той час, як у більшості міст-партнерів проекту ЕРМ найгірше оцінюється стан утримання доріг, у Мені підприємці більше уваги приділили відсутності громадського транспорту.

Серед основних рекомендацій щодо поліпшення якості надання послуг слід зазначити створення міського громадського транспорту, заходи для забезпечення правопорядку, розвиток комунальної інфраструктури.

Компанії висловили свою точку зору щодо послуг, які місцева влада повинна надавати підприємствам, що розташовані у Мені.

Схема 10 демонструє, що фірми охоче сприймуть майже будь-які дії, що можуть бути їм запропоновані. 20 підприємств (80%) з опитаних 25 підтримують ідею створення центру сприяння бізнесу («єдиного вікна»), виступають за надання переваг місцевим компаніям, хотіли б мати фінансову підтримку з боку місцевої влади (гарантії по позиках, субсидовані позики, прямі гранти на створення робочих місць) та вважають необхідним розвиток робочої сили. 76% висловилися на підтримку надання податкових стимулів, 64% вважають доцільним активне залучення інвестицій та безпосередню підтримку управління (пошук нових ринків, нових стратегічних партнерів для підприємств). Ідею створення бізнес-інкубаторів підтримали 56% респондентів, надання місцевим підприємцям безкоштовних земельних ділянок – 48%. Найбільше заперечень викликали такі пункти, як створення у структурі міської ради відділу економічного розвитку (3 респонденти категорично проти), активне залучення інвестицій (2 проти), надання безкоштовних земельних ділянок (2 проти), податкові стимули (1 проти).



Схема 10. Послуги для бізнесу

Підприємці також дали оцінку контактам з представниками місцевого самоврядування, органів державної влади та інших організацій (зокрема, торгово-промислової палати) – всього 12 посадових осіб та інституцій (Схема 11). Якість цих контактів оцінена бізнесменами достатньо високо – не менше 50% респондентів оцінюють співробітництво з майже усіма перерахованими установами та організаціями як добре або задовільне. Виключенням є лише торгово-промислова палата, контакти з якою мали лише 5 підприємств (4 промислові компанії та торгівельна фірма), а також обласні органи влади, з якими контактували тільки 11 підприємств. Більшість місцевих підприємців, особливо малих, ринок збуту яких охоплює лише місто або район, просто не має потреби або бажання звертатися до обласних органів влади чи брати участь у бізнесових об'єднаннях регіонального рівня.

Найвищу оцінку отримала санітарно-епідеміологічна станція – 96% респондентів (24 фірми) оцінили співпрацю з нею як добру або задовільну. Наступні позиції у рейтингу займають податкова інспекція та районні органи влади (96% та 92% відповідно). 88% респондентів оцінюють як добру або задовільну роботу пожежної охорони та центру зайнятості, а також міського голови.

Найбільший негативний досвід спостерігається в контактах з райвідділом міліції (2 незадоволених підприємця), торгово-промисловою палатою та депутатами міської ради (по одному незадоволеному респонденту).

Серед негативних коментарів стосовно роботи перерахованих установ та організацій слід навести наступні: *надто довгі терміни опрацювання питань, бюрократизм, необхідність оформлення великої кількості документів, завищена вартість оренди земельних ділянок, жорсткі вимоги пожежного нагляду* тощо.



Схема 11. Контакти з владою

## 7. Загальні враження

Компанії висловили свої загальні враження про міську владу Мени. 64% респондентів (16 підприємців) оцінили роботу міського голови, міськради та міськвиконкому як «відмінну» або «добру», 32% (8 підприємців) – як «задовільну». Жодна компанія не виставила негативної оцінки, один респондент утримався від відповіді. Середня оцінка роботи міської влади складає 2,25 бали (за 4-бальною шкалою, де 1 – «відмінно», 2 – «добре», 3 – «задовільно», 4 – «погано»).

Місто як місце для ведення бізнесу отримало трохи нижчу оцінку – 2,5 бали за тією ж шкалою. 56% респондентів (14 фірм) дали місцевому бізнес-клімату оцінку «відмінно» або «добре», 32% – «задовільно». На *Схемі 12* наведено порівняння цих результатів із загальноукраїнськими за 2006 рік, а також із аналогічними результатами по Чернігову та Корюківці.

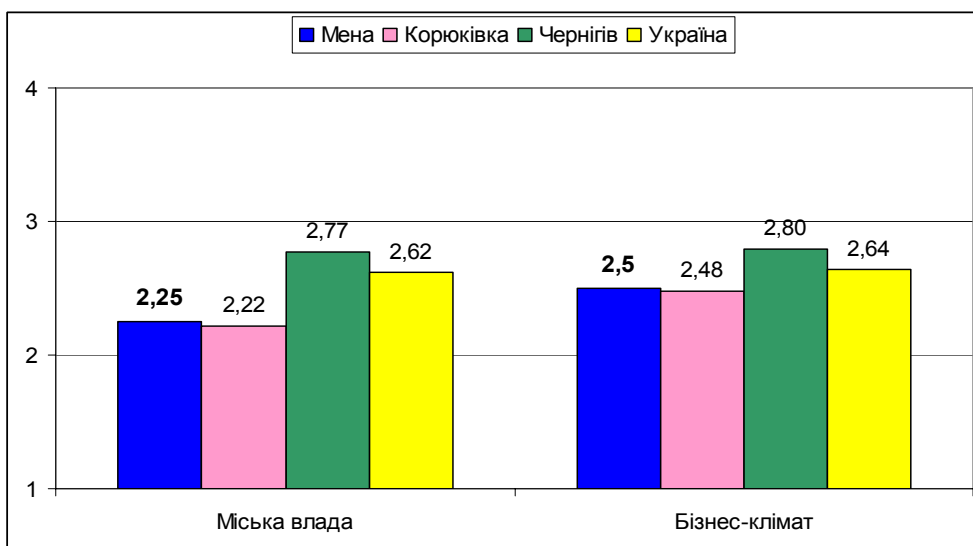


Схема 12. Загальна оцінка міської влади та бізнес-клімату

Приклади позитивних елементів бізнес-клімату Мени, що були згадані компаніями, наступні:

- свобода вибору виду бізнесу;
- вдале розташування;
- наявність ресурсів бізнес-нерухомості (ділянки збанкрутілих підприємств);
- статус районного центру;
- наявність автошляхів та залізничної станції.

Серед негативних факторів, визначених респондентами, слід відзначити наступні:

- недостатня підтримка з боку місцевої влади;
- обмеженість ринків збуту;
- обмеженість кваліфікації робочої сили;
- низька платоспроможність населення;
- мала кількість виробничих підприємств;
- відсутність професійних навчальних закладів;
- негативне ставлення з боку депутатів міської ради.

## 8. Критичні питання

Компанії-респонденти дали наступні відповіді на запитання щодо трьох найбільш критичних питань, на яких повинен сфокусуватись Стратегічний план економічного розвитку:

- **Будівництво житла** посіло перше місце з 60% голосів;
- На другому місці **комунальна інфраструктура** (44% голосів);
- Третє місце поділили між собою **розвиток малого і середнього підприємництва, розвиток робочої сили та освіта, сільський розвиток** (32% голосів).

Жодний з респондентів не згадав в якості критичного питання розвиток туризму, незважаючи на наявність певних атракцій для залучення відвідувачів (зоологічний парк, джерело мінеральних вод, лікувальні грязі, страусова ферма, розташована у Менському районі тощо).

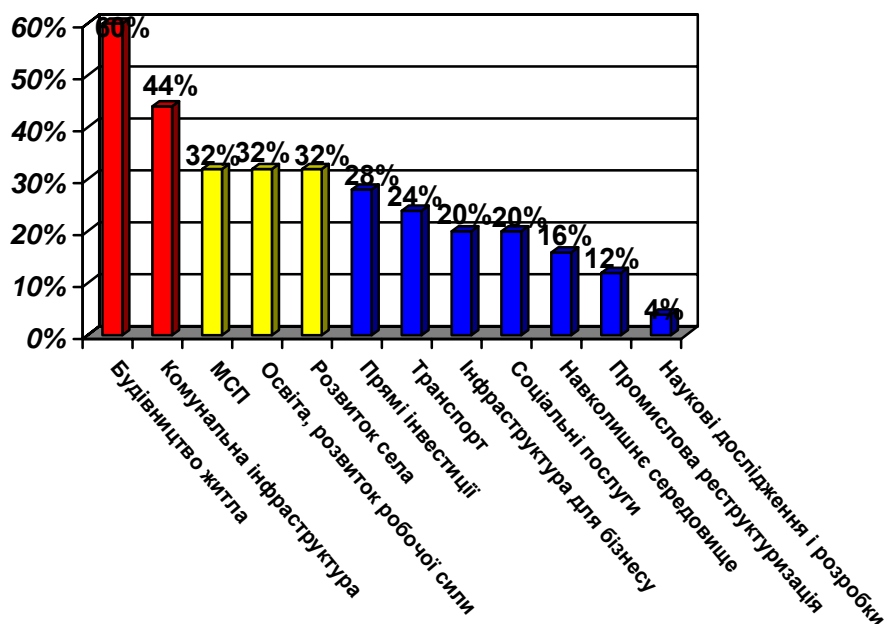


Схема 13. Критичні питання

## V. ПІДСУМОК

Це вивчення думки підприємців узагальнює думку головних роботодавців міста Мена. Їхнє відношення до розвитку міста має сильний вплив на економіку. Цей звіт допоможе Експертному комітету стратегічного планування міста Мена в роботі з підготовки Стратегічного плану економічного розвитку міста Мена та матиме цінність для місцевої влади в її прагненні підтримувати та покращувати бізнес-клімат міста.

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