

ЗВІТ

ПРО РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ПІДПРИЄМЦІВ ТЕРНОПОЛЯ

Опитування проводилося

Комітетом стратегічного планування

у співпраці з проектом

«Економічний розвиток міст»

за підтримки



Грудень 2005 р.

ВИВЧЕННЯ ДУМКИ ПІДПРИЄМЦІВ

I. ВСТУП

У листопаді 2005 року було проведене опитування роботодавців Тернополя. Це опитування є елементом процесу стратегічного планування економічного розвитку з залученням громади – проекту, який визначатиме економічне майбутнє міста. Метою опитування було отримання корисної та достовірної інформації для членів Комітету стратегічного планування (КСП) стосовно думки тих, хто здійснює інвестиції та створює робочі місця в Тернополі. Серед питань анкети були історія та статус підприємства, характер бізнесу, робоча сила та персонал, інформація про розміщення підприємства, послуги, що надаються органами влади, та стосунки з ними, а також загальна думка про місто як середовище для ведення бізнесу.

II. МЕТОДОЛОГІЯ

До 29 листопада 2005 року було заповнено 25 анкет. Серед компаній у переліку для опитування були найбільші роботодавці міста, а також вибірка малих і середніх підприємств. Десять з 25 обстежених підприємств забезпечують роботою менш ніж 50 працівників кожне. У цьому звіті містяться узагальнені відповіді всіх підприємств.

Для отримання якомога повніших і відвертіших відповідей, респондентів запевнили, що цей звіт не буде містити посилань на конкретні підприємства, а інформація в анкетах буде конфіденційною.

Були виявлені відмінності у відповідях між підприємствами, що належать до різних галузей економіки, а також між великими підприємствами та представниками малого й середнього бізнесу. Тому частину даних було проаналізовано з урахуванням цих відмінностей.

Хоча опитування 25 підприємств не може повною мірою відобразити думку всієї бізнесової спільноти Тернополя, ці підприємства, – як традиційні роботодавці, так і динамічний, зростаючий сектор малих і середніх компаній, – репрезентують значну частину місцевої економіки, і дають можливість порівняти результати цього опитування з результатами аналогічних опитувань, проведених в 15 інших містах України.

III. ОСНОВНІ ВИСНОВКИ

1. Місцева економіка виявляє ознаки консолідації після нещодавніх процесів приватизації, які супроводжувалися становленням і зростанням динамічного сектора малих і середніх підприємств. Місцеві підприємці незадоволені загальною економічною ситуацією в країні, національним законодавством, бюрократизмом, корупцією, застарілою інфраструктурою, особливо дорогами, а також роботою місцевих органів влади.
2. Загальна кількість працівників на всіх підприємствах-респондентах зараз складає понад 5500, а наступного року планується створити ще до 800 робочих місць. Промислові підприємства нещодавно пережили процес реструктуризації та скорочення, і більшість з них сьогодні, схоже, зміцнюється. Проте рушійною силою створення нових робочих місць є легка промисловість і малі та середні

підприємства у сфері торгівлі й послуг, де респонденти позитивно оцінюють перспективи на наступні роки.

3. Експортна орієнтація місцевої економіки є дуже низькою. Лише дві компанії експортують більше половини своєї продукції, і ще три – понад чверть, здебільшого до країн СНД. Природно, що малі та середні підприємства сфери послуг обслуговують переважно місцевий та регіональний ринки (тобто національний ринок). Загальний рівень експортної орієнтації становить 23 % і повністю забезпечується виробничими та транспортними компаніями. Через це, а також через низьку продуктивність праці (збут на одного працівника), приплив зовнішніх фінансових ресурсів до місцевої економіки є недостатнім.
4. Проблемою є нестача кваліфікованої робочої сили. На загал, за оцінками керівників підприємств, «задовільні» (30 %) та «погані» (5 %) працівники разом чисельно переважають «відмінних» (21 %). Утім, п'ятивідсоткова частка «поганих» працівників не віщує проблем. Середня заробітна плата в 2005 р. складає лише 718 грн. на місяць. Дуже багато підприємств або відчувають брак працівників необхідної кваліфікації, головним чином у технічних сферах, або очікують виникнення такої проблеми в майбутньому.
5. Будинки та технологічне обладнання знаходяться в поганому стані, суттєво бракує площ для бізнесу. Двадцять дві фірми з 25 мають плани модернізації чи вдосконалення своїх нинішніх потужностей з метою розширення своєї діяльності в Тернополі або на постійній основі, або в 2006-2007 рр. Загальна сума очікуваних інвестицій є досить великою – понад 167 млн. грн. При цьому підприємства планують створити значну кількість нових робочих місць (понад 2500). Шість компаній планують і вісім розглядають можливість розширення поза межами Тернополя – дуже амбітні очікування, якщо порівнювати з іншими містами, де проводилося аналогічне опитування. У той же час дві фірми планують і чотири розглядають можливість перенесення своєї діяльності до іншого міста, здебільшого в пошуках площ для розширення.
6. Загалом якість послуг, що надаються органами місцевого самоврядування, отримала посередню оцінку (в середньому 2,98 за 4-бальною шкалою, де 1 є найвищою, а 4 – найнижчою оцінкою). Утримання доріг, підтримка малих та середніх підприємств і надання ділянок і будинків для ведення бізнесу найчастіше зазначалися як послуги, що потребують поліпшення.
7. Жодна з компаній не поставила місцевій владі оцінку «відмінно», і лише сім респондентів вважають її рівень «добрим». Влада також отримала дев'ять оцінок «задовільно» та п'ять «погано». Незважаючи на непогані оцінки за комунальні послуги, ці результати мають стати тривожним сигналом низького рівня задоволення роботою органів місцевого самоврядування.
8. Дещо кращими були думки про бізнес-клімат у Тернополі. Три компанії оцінили місто як «відмінне» місце для ведення бізнесу, одинадцять – «добре», і дев'ять – «задовільне». Один респондент поставив тернопільському бізнес-клімату оцінку «погано». Серед найважливіших сильних сторін місцевого бізнес-клімату неодноразово називали потенціал для промислового зростання та диверсифіковану економіку.
9. Компанії поділяють думку, що місцева економіка поліпшиться завдяки позитивним змінам на місцевому рівні (розвиток комунальної та бізнесової інфраструктури), кращій співпраці між бізнесом і владою (розвиток малих і середніх підприємств), а також залученню зовнішніх ресурсів (прямих іноземних інвестицій).

IV. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ

1. СТАТУС ПІДПРИЄМСТВ

Переважну більшість обстежених підприємств було засновано після 1990 року, проте багато з них є «продовжувачами справи» традиційних галузей. Найбільша частка новостворених компаній належить малим підприємствам у сфері торгівлі та послуг, тоді як у сфері виробництва та серед великих роботодавців переважають традиційні підприємства радіотехнічної та харчової промисловості, виробництва будівельних матеріалів і текстильної галузі. Присутність іноземного капіталу, якщо вимірювати її відповідною часткою працівників (0,25 %), є вкрай низькою навіть для України. У той же час частка державної власності сягає 24 відсотків.

2. ЗАГАЛЬНИЙ СТАН БІЗНЕСУ

Економіка Тернополя є добре диверсифікованою, але її головним сектором залишається промисловість. Промисловість продовжує бути головним роботодавцем, незважаючи на втрату в останні роки кількох сотень робочих місць, та основним експортером. Обстеження виявило досить стабільну галузь будівництва та виробництва будівельних матеріалів. Ринки збуту будівельних підприємств знаходяться, природно, у Тернопільській області та інших регіонах України, але ці підприємства ще мають потужності для експорту певної частини своєї продукції. Новим явищем у місцевій економіці є розвиток малих і середніх підприємств після 1990 р.; ці компанії здебільшого задовольняють різноманітні потреби регіональних галузей, домогосподарств і населення.

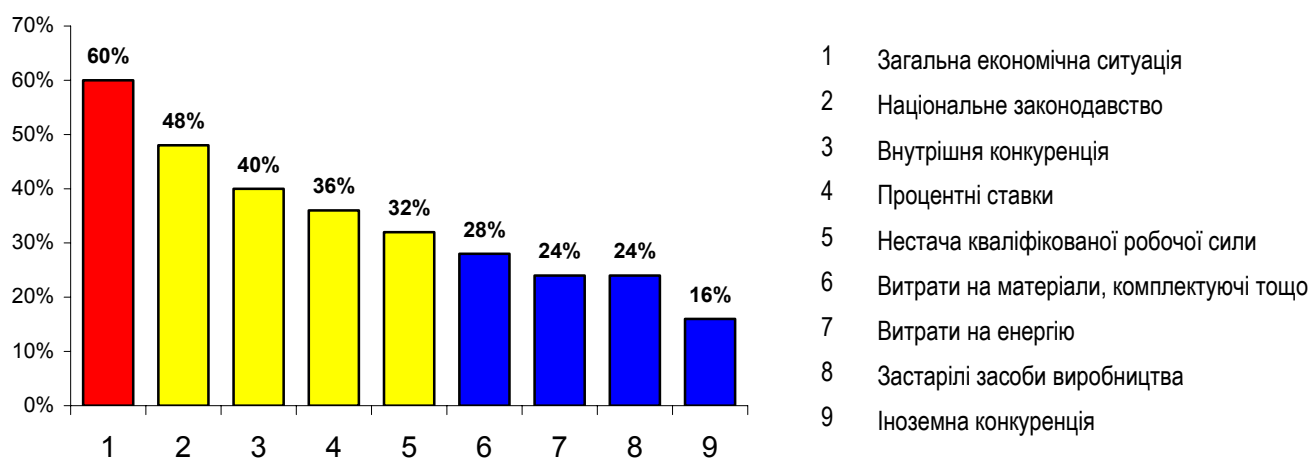


Рис. 1. Перешкоди для подальшого розвитку

Респонденти мали назвати чинники негативного впливу на поточний і майбутній розвиток своєї продукції чи послуг (див. рис. 1). До чільної групи чинників увійшли: (1) загальна економічна ситуація – згадувалася 60 відсотками всіх респондентів і 88 відсотками представників великих підприємств; (2) національне законодавство – 48 відсотків (особливо промислові підприємства); і (3) внутрішня конкуренція – 40 %. Процентні ставки стримують подальший розвиток переважно великих компаній (80 %), а нестача кваліфікованої робочої сили заважає здебільшого малому й середньому бізнесу. З іншого боку, такі питання, як обмеження, пов'язані із захистом довкілля, віддаленість ринків, вартість робочої сили, недоступність фінансування, втрата ринків колишнього СРСР та ставлення місцевої влади, турбують не більше трьох підприємств кожне.

Очікування, пов'язані з більш тісним співробітництвом України з ЄС чи вступом до цієї організації, є швидше позитивними, хоча підприємства передбачають і негативні

наслідки. Стабільніший бізнес-клімат (64 %), кращий правовий захист підприємців (44 %), доступ до великого ринку (40 % – саме для промислових компаній) і стабільний ринок капіталу (40 % – здебільшого для сектора малого й середнього бізнесу) є, на думку респондентів, головними вигодами від початку процесу інтеграції та показують нам, чого цим підприємствам найбільше бракує в сьогоденній Україні.

З іншого боку 60 відсотків підприємств з острахом очікують на втрату переваги, яку вони мають через дешевизну робочої сили, послуг і товарів, а також на сильну конкуренцію; 44 відсотки лякає більш висока вартість робочої сили. Ще одним чинником, який на думку респондентів може негативно вплинути на позицію чи результати діяльності місцевих підприємств, є додаткові витрати для пристосування до нових умов (40 %).

Якщо розглядати вибірку в розрізі окремих секторів, експортно-орієнтовані підприємства найбільш оптимістично налаштовані на співпрацю з ЄС, тоді як малі й середні підприємства та будівельна галузь значно більшої уваги приділяють негативним наслідкам.

3. Клієнти

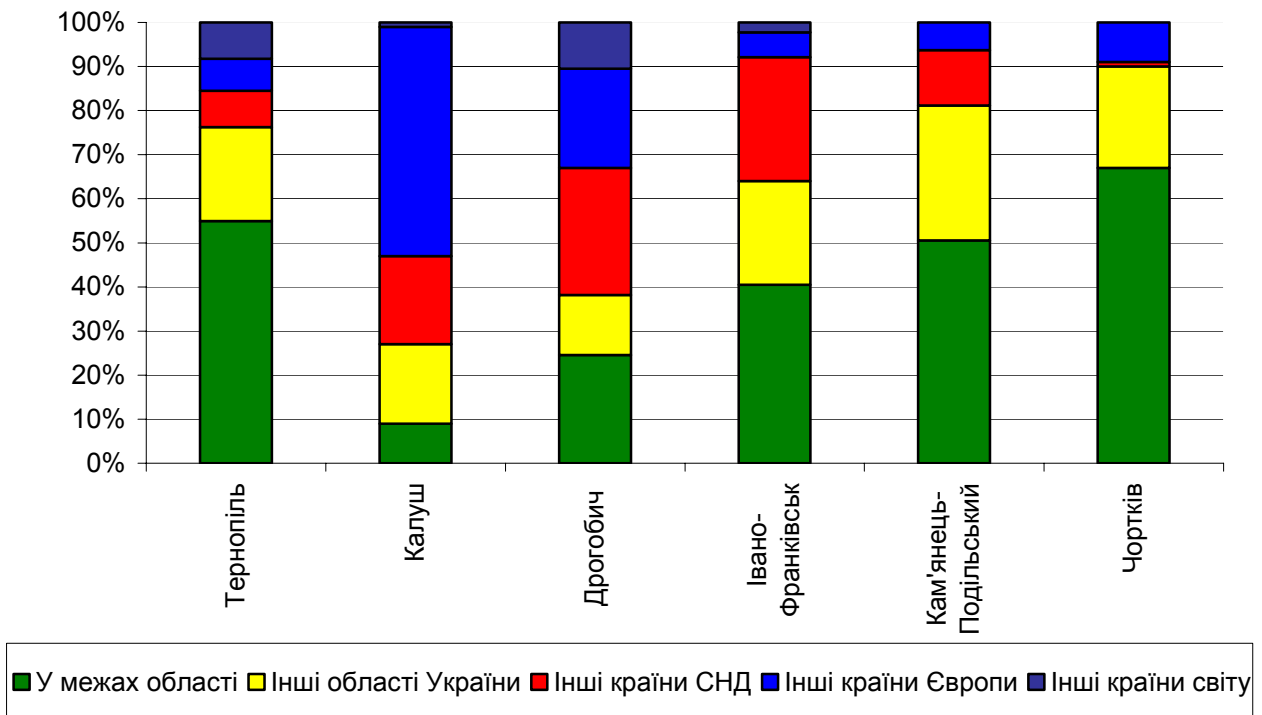


Рис. 2. Ринки збуту місцевої економіки – рівень експортної орієнтації

Усі компанії з готовністю надали інформацію про географічний розподіл своїх клієнтів (рис. 2). Лише кілька з них повідомили, що вони експортують значну частину своїх товарів і послуг (до інших країн СНД – 8 %, до Європи – 7 % і до країн решти світу – 8 %). До 55 % сумарного збуту припадає на Тернопільську область, і 21 % – на інші регіони України. Ці цифри ілюструють відносно низький рівень експортної орієнтації економіки Тернополя – у тому числі промисловості та транспорту. Будівельна галузь та сфера послуг обслуговують виключно місцевий ринок.

Усі респонденти сподіваються на стале збільшення обсягів збуту в 2005 році порівняно з попереднім роком (у середньому більш ніж на 25 %). Однак середній збут на одного працівника знаходиться на рівні близько 39,7 тис. грн. (більш-менш подібно в усіх

секторах), а отже досі існує нагальна потреба підвищити продуктивність праці (див. також рис. 4).

Для 20 підприємств однією з основних причин розміщення в Тернополі є наявність кваліфікованої робочої сили. Наявність клієнтури в області також зазначили 19 підприємств. Дванадцять фірм серед таких причин назвали наявність постачальників сировини, і 14 – постачальників комплектуючих. Важливо, що 12 підприємств зазначили існування кластера подібних компаній як причину розміщення в Тернополі (в основному в будівельній, харчовій та деревообробній галузях).

4. ПИТАННЯ ПРАЦІ ТА ЗАЙНЯТОСТІ

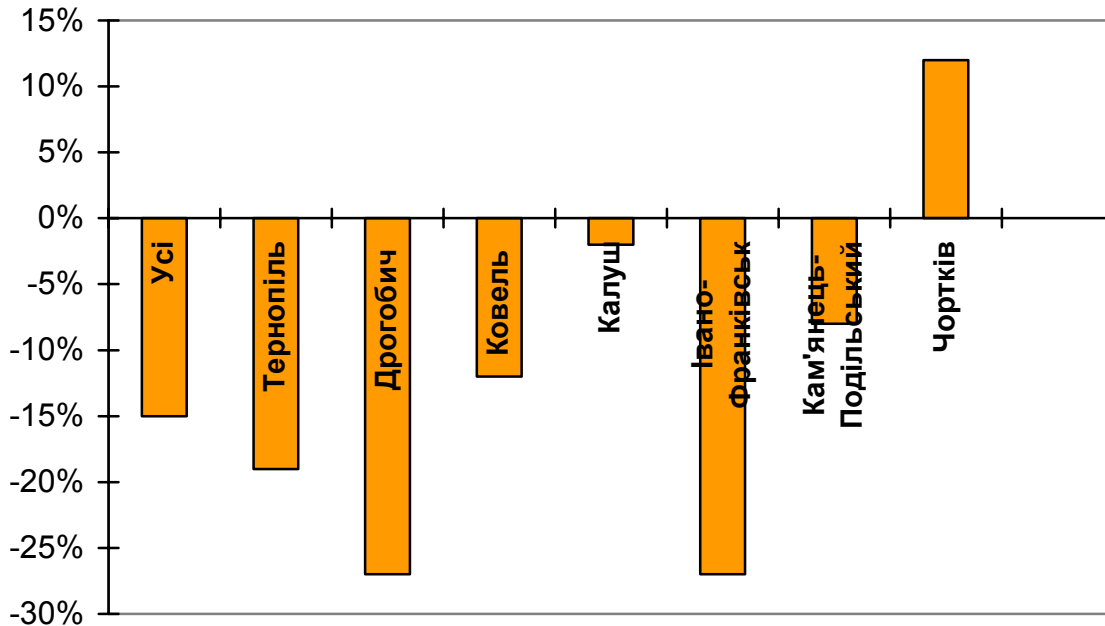


Рис. 3. Рівень задоволення якістю робочої сили

Загальна чисельність працівників з повним робочим днем на всіх підприємствах, що брали участь в обстеженні, становить 5647. П'ять років тому на цих підприємствах разом працювало 5547 працівників, а торік – 5310. Кілька великих роботодавців скоротили виробництво й втратили сотні робочих місць, але у той самий час створювалися нові робочі місця.

Респонденти оптимістично дивляться в майбутнє: на їхнє переконання, негативні тенденції зайнятості в 2005 році зміняться, і в наступному році вони додатково працевлаштують близько 800 людей. Відповідаючи на запитання про нові інвестиції, учасники опитування повідомили, що протягом наступних трьох років планують створити близько 2500 нових робочих місць. Як ілюструє рис. 6, такі цифри в сьогоднішній Україні є неординарними. Середня чисельність працівників на обстежених підприємствах становить 226 у 2005 році проти 222 у 2000 р. Тенденція наступного року – підвищення до 259.

Жінки складають лише 32,5 відсотка працівників у вибірці, що логічно з огляду на «чоловічий» характер домінуючих секторів (будівництво, транспорт). У той же час до вибірки не потрапили важливі роботодавці жінок – сфери освіти й охорони здоров'я. Частка працівників з вищою освітою сягнула в цьому році дуже високого рівня 23 відсотки, однак наслідком цього позитивного явища не стало аналогічне зростання зайнятості в науково-дослідній роботі. Підрозділи досліджень і розробок функціонують на десяти підприємствах, але в сукупності над упровадженням нових технологій та

розробкою інноваційних продуктів працює лише 80 людей – близько півтора відсотка працівників у вибірці.

Задоволення роботодавців якістю свого персоналу знаходиться на середньому рівні. У цілому, за словами респондентів, 21 відсоток працівників є відмінними, 44 відсотки – добрими, 30 відсотків – задовільними і лише п'ять відсотків – поганими. Якщо виразити рівень задоволення робочою силою як різницю між відмінними працівниками та працівниками, яким виставлені оцінки «задовільно» і «погано» (останні рахуються двічі), то в Тернополі цей показник буде дещо нижчим за середній для всіх західноукраїнських міст, де проводилося аналогічне опитування – див. рис. 3.

Місячна фактична заробітна плата на обстежених підприємствах становить у середньому 718 грн. (у 2004 р. – 512 грн.). Найнижчими є середньомісячні заробітки на малих і середніх підприємствах. Загалом диференціація заробітної плати в місцевій економіці відбувається в діапазоні від 350 грн. до 1500 грн. на місяць.

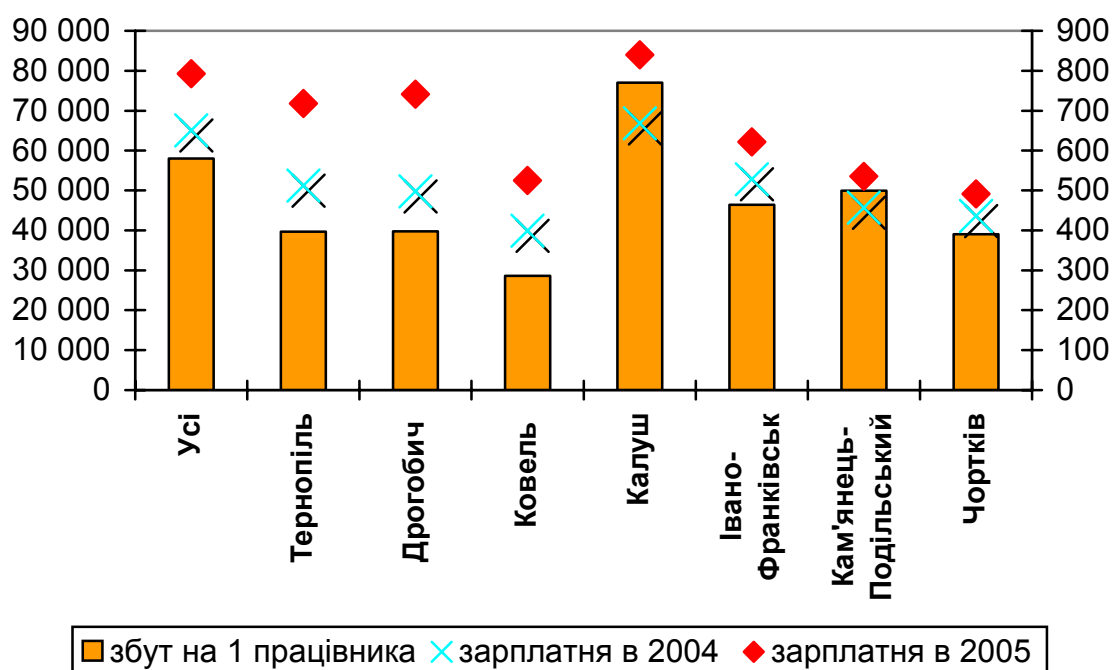


Рис. 4. Заробітна плата та збут

Нестача кваліфікованої робочої сили стає дедалі більшою проблемою. Її вже сьогодні відчувають 14 підприємств з опитаних, а три очікують виникнення кадрових труднощів у майбутньому. Найчастіше згадували брак чи потенційний брак працівників технічних професій, як з вищою освітою (інженерів), так і висококваліфікованих професіоналів (електриків, зварювальників тощо, в основному спеціалістів «середніх і низових ланок»), а також продавців.

5. НЕРУХОМІСТЬ

У цьому питанні ситуація в Тернополі має як позитивні, так і негативні сторони (див. рис. 5), але, якщо порівнювати з іншими містами, виглядає дещо гіршою. Як правило, підприємства є власниками будівель, в яких вони розміщені, і мають право на користування землею, але тільки 40 відсотків з них також мають достатні площі для розширення. У той же час є лише одна значна компанія, потенційно готова надати в оренду або продати частину своїх приміщень, що свідчить про невеликий потенціал приватного сектору щодо покращення ситуації з наявністю ділянок для бізнесу. З іншого

боку, у Тернополі, схоже, існує високий потенціал розширення бізнесу – шість компаній планують розширюватися в інших адміністративно-територіальних одиницях, і вісім розглядають таку можливість. Ще два підприємства оголосили, що залишають місто, а чотири – розглядають можливість перенесення діяльності з Тернополя. Одна з названих причин такого кроку – брак площ для розширення та відносно висока вартість оренди майна, що знаходиться в комунальній власності.

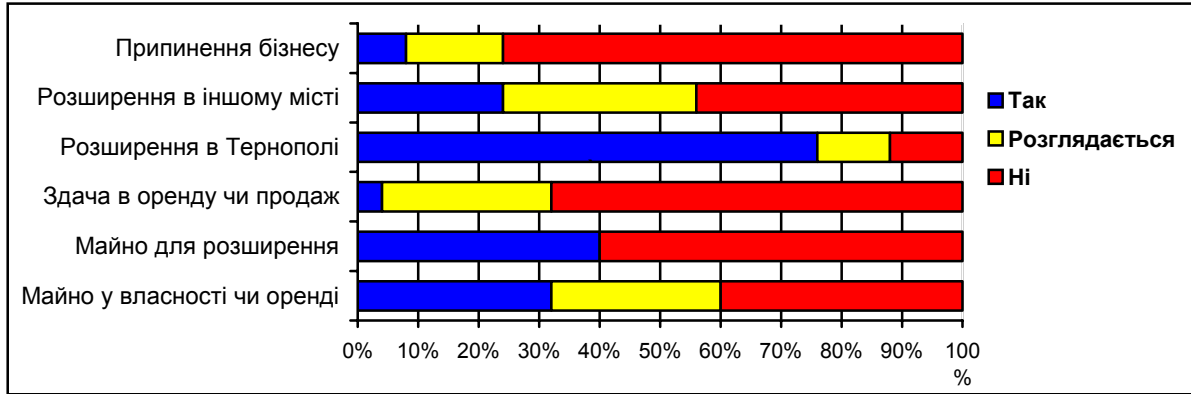


Рис. 5. Інформація про нерухомість і можливості для розширення

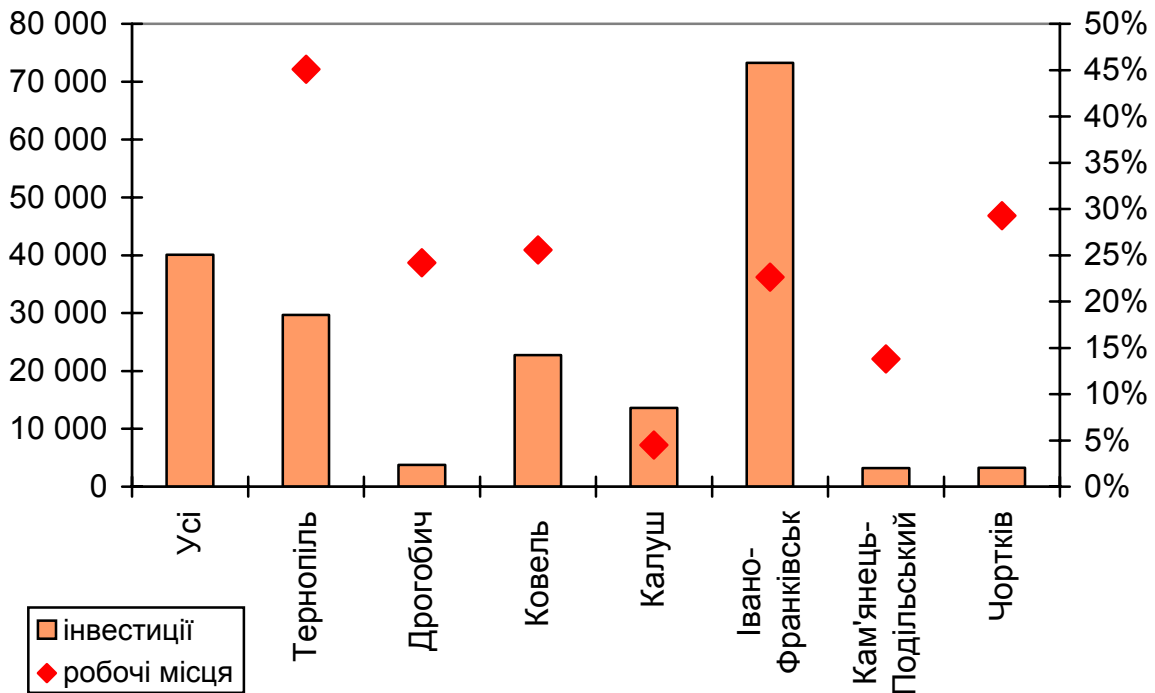


Рис. 6. Інвестиції на одного працівника і створені нові робочі місця

Нинішній стан будівель та рівень технологій не видається найкращим, тому багато компаній планує здійснення суттєвих інвестицій у вдосконалення потужностей (див. рис. 6). Дев'ятнадцять підприємств планують модернізацію або вдосконалення існуючих споруд та/або технологій, здебільшого на постійній основі чи протягом цього й кількох наступних років. Планується вкласти 167 млн. грн. і створити понад 2500 нових робочих місць. Якщо ці цифри виявляться реальними, це, безперечно, допоможе зростанню місцевої економіки. Обсяг планованих інвестицій є досить великим порівняно з іншими

містами, а очікувана кількість новостворених робочих місць – надзвичайно великою. Найбільша частка планованих нових робочих місць та інвестицій припадає на легку промисловість і будівництво.

6. ПОСЛУГИ ТА ВІДНОСИНИ З ОРГАНАМИ МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ

Респондентам було запропоновано оцінити дев'ять видів муніципальних послуг за шкалою від 1 до 4 (1 = відмінно, 4 = незадовільно). У середньому ці послуги отримали оцінку 2,98, що відповідає загальній середній оцінці інших міст, але рейтинг послуг відрізняється (див. рис. 7, де праві стовпчики – середні значення інших міст). Досить високий рівень задоволення (порівняно з іншими містами) висловлено житловим будівництвом і розвитком інфраструктури (відповідно 2,67 і 2,72) – суттєвими проблемами на думку респондентів з інших міст, а також збиранням і вивезенням сміття (2,87).

Компанії були дуже незадоволені утриманням доріг (3,60), підтримкою малих і середніх підприємств (3,30) і ліцензуванням будівництва (3,06, тоді як в інших містах це не становить проблеми й належить до послуг, які оцінюються добре).

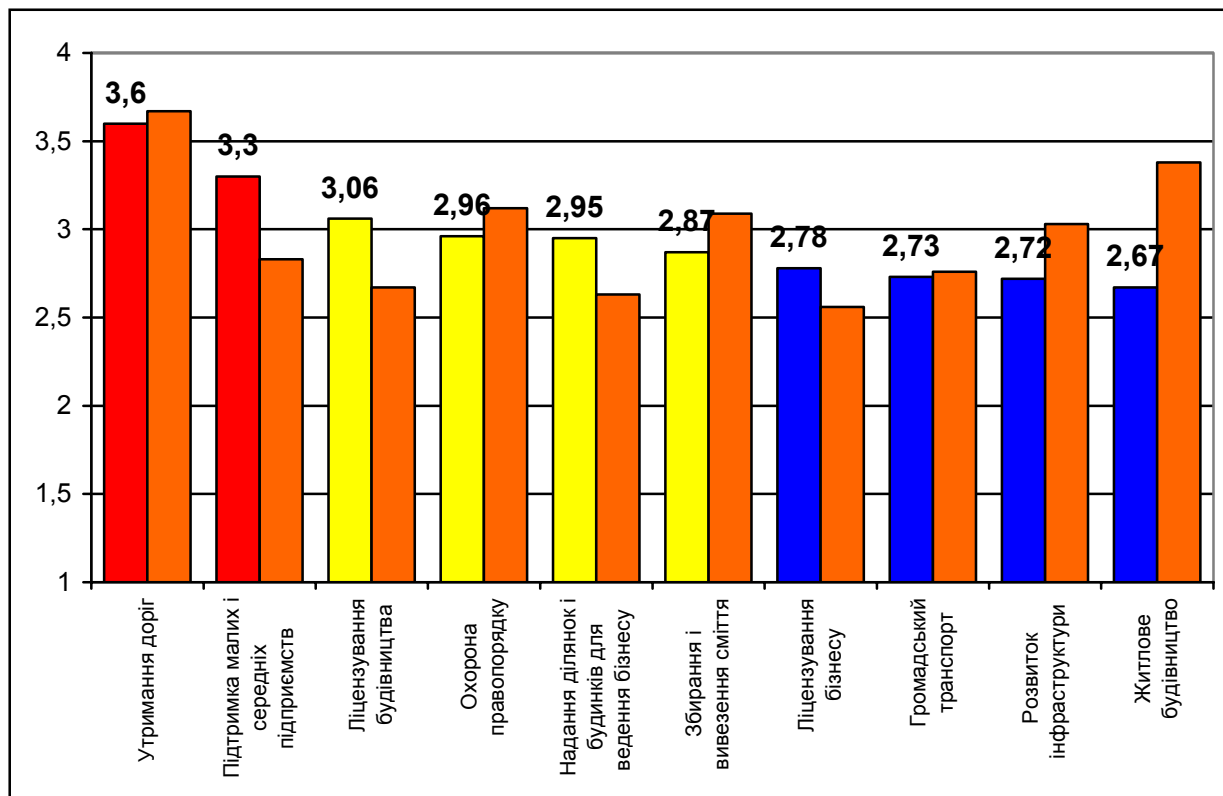


Рис. 7. Послуги органів влади

На думку 16 респондентів, місто в першу чергу має почати з покращення доріг, 13 вважають найбільш нагальним питанням для міської влади підтримку малого й середнього бізнесу, і 11 воліли б перш за все побачити швидке поліпшення ситуації з наданням ділянок і будинків для ведення бізнесу.

Підприємства також запитували про послуги, які мають надаватися міською владою (зокрема підрозділом з економічного розвитку) представникам бізнесу Тернополя. Як демонструє рис. 8, підприємства активно підтримують всі з запропонованих послуг. Найбільшою популярністю серед респондентів користувалися ідеї надання переваги місцевим фірмам, допомоги міста в розвитку робочої сили, створення центрів сприяння бізнесу та активного залучення інвестицій.

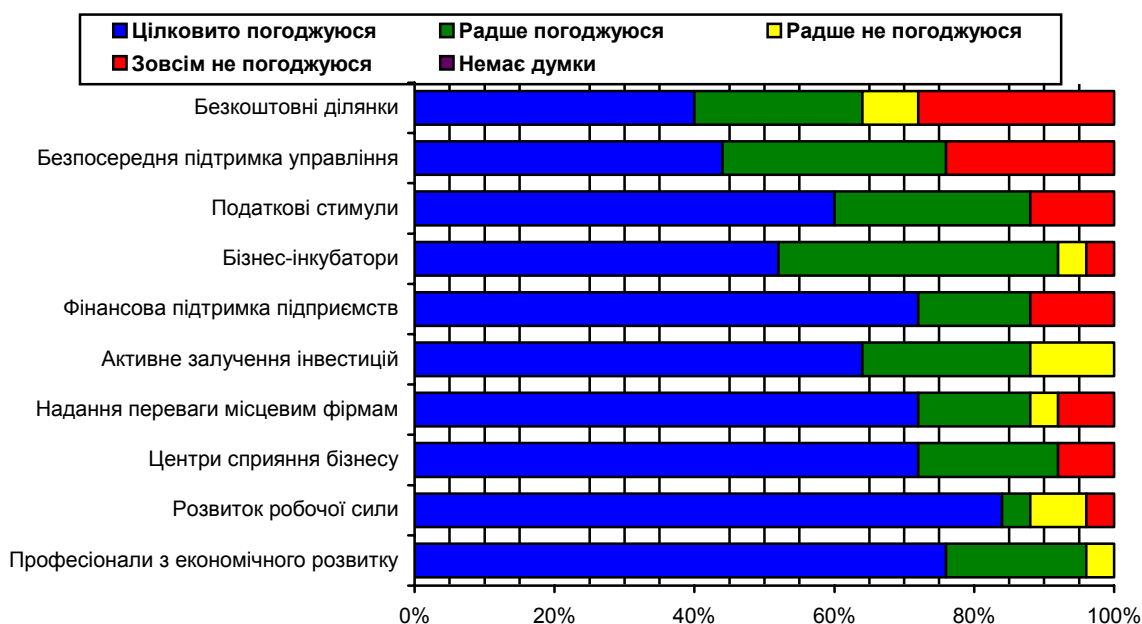


Рис. 8. Послуги підрозділу з економічного розвитку

Проте на відміну від компаній в інших країнах Східної Європи, респонденти меншою мірою підтримують ідею надання міською владою за символічну ціну приватним підприємствам вільних ділянок, які забезпечені інфраструктурою – схоже, вони не бачать гарантії, що ті, хто отримає таку форму субсидії, насправді почне створювати робочі місця. Тому така потенційна послуга опинилася на останньому місці за популярністю, хоча за неї висловився відносно більший відсоток респондентів порівняно з іншими містами, де, очевидно, легше знайти належне майно для ведення бізнесу.

Безпосередню підтримку управління часто сприймають як неналежне втручання місцевої влади в діяльність підприємств. Більш справедливими вважаються податкові стимули, і разом з фінансовою підтримкою бізнесу (кредитні гарантії) вони були би більш бажаними.

Підприємства-респонденти оцінили контакти з владними структурами та посадовцями. Рівень отриманих результатів є середнім, як це видно з рис. 9. Міський голова, його заступник, фінансовий підрозділ, Торгівельно-промислова палата, підрозділ з питань промисловості та пожежна охорона були єдиними інститутами, що отримали позитивні середні оцінки. Респонденти не мали численних контактів з підрозділом з питань підтримки і розвитку бізнесу, промисловим та інвестиційним підрозділами, районними та обласними органами влади. Податковий орган, міліція, санепідемстанція та Центр зайнятості сприймаються як установи, з якими найважче мати справи.

Численні коментарі менеджерів можна об'єднати в одне речення: надто високий рівень бюрократизму, брак компетентності, забагато зайвої звітності, тривалі процедури, через які марнується час, невідповідне ставлення з боку цих установ до підприємства як до клієнта (та платника податків), хабарництво, недосконале законодавство.

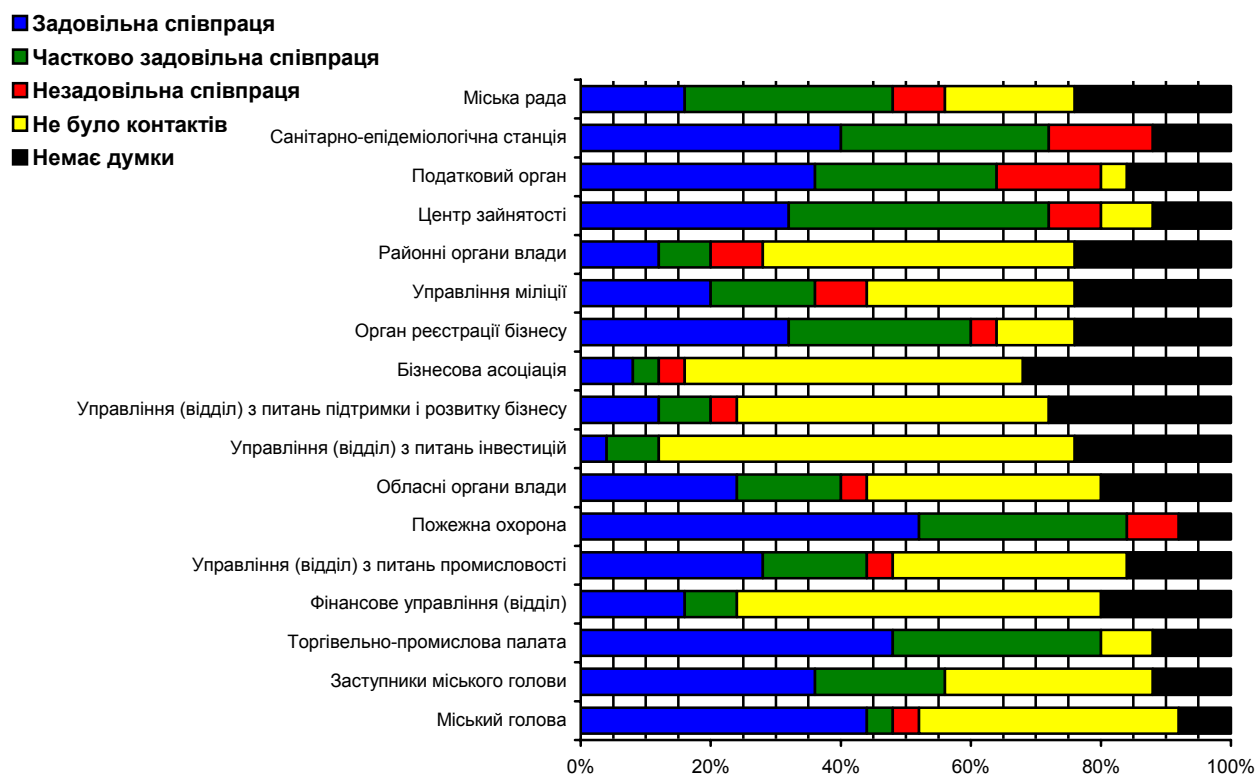


Рис. 9. Контакти з органами влади та управління

7. КРИТИЧНІ ПИТАННЯ

Респонденти дали такі відповіді на запитання щодо трьох найбільш важливих напрямків, які мають бути відображені в стратегічному плані (див. рис. 10):

- Інфраструктура для бізнесу – 48 % респондентів;
- Розвиток малих і середніх підприємств – 40 % голосів (логічно, що найбільш активно це питання підтримали представники малого й середнього бізнесу);
- залучення прямих іноземних інвестицій – 36 % з усіх секторів;
- комунальна інфраструктура – 32 % (в основному рекомендували великі підприємства);
- Розвиток туризму – по 28 % (найбільша підтримка з боку сфери послуг – 71 %).

Найрідше згадувалися освіта (двічі) та навколишнє середовище (один респондент). Якість життя не згадувалася жодного разу.

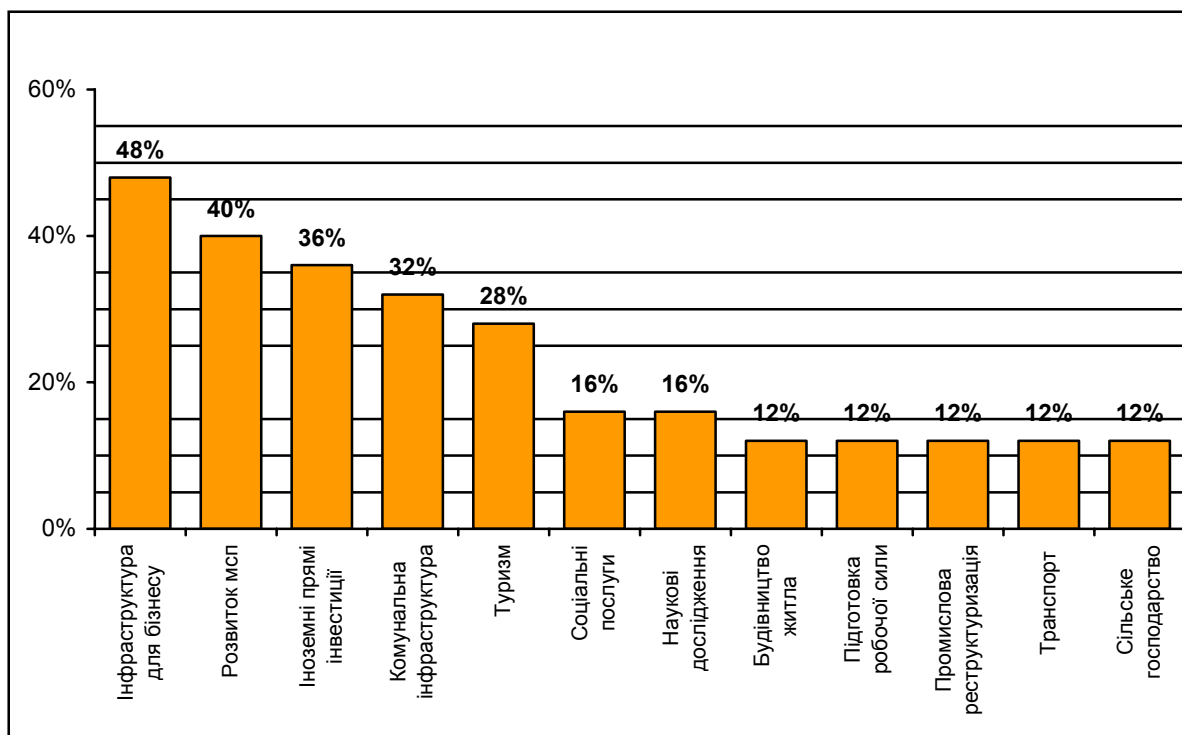


Рис. 10. Критичні питання

8. ЗАГАЛЬНІ ВРАЖЕННЯ

Респондентам запропонували висловити свої загальні враження про органи влади в Тернополі. Відповіді на це запитання також віддзеркалюють загальне відчуття, що міській владі слід працювати краще. Жодний з 25 респондентів не оцінив якість місцевої влади як відмінну, і сім відгукнулися про неї як про добру. Тернопільське самоврядування також отримало дев'ять оцінок «задовільно» і п'ять – «погано». Також було запропоновано висловити думку про бізнес-клімат у місті. Цього разу оцінки були дещо більш позитивними. Три респонденти назвали Тернопіль відмінним місцем для ведення бізнесу, одинадцять оцінили місцевий бізнес-клімат як добрий, і дев'ять поставили оцінку «задовільно». Загалом подібні оцінки є характерними для промислових міст Східної Європи з хорошими умовами для бізнесу та поганою співпрацею між публічним та приватним секторами.

Позитивними прикладами елементів бізнес-клімату Тернополя, відзначеними респондентами, як правило, були такі:

- Промислові традиції та потенціал для зростання;
- Зручне географічне розташування;
- Диверсифікована економіка;
- Наявність вищих навчальних закладів;
- Розширення сфери бізнесу, зростання платоспроможності населення;
- Непогана екологічна ситуація, вдале розташування в регіоні;
- Європейське місто;
- Місто, що оновлюється, розбудовується.

Негативні чинники, визначені респондентами, головним чином стосуються якості доріг і технічної інфраструктури. Ряд згаданих проблем (наприклад, високі процентні ставки, надмірний бюрократизм) можна вирішити на місцевому рівні лише частково. Респонденти також згадували таке:

- Нестача кваліфікованої робочої сили;
- Відсутність належного зв'язку між владою та бізнесом;
- Відсутність інфраструктури для бізнесу.
- Високі ціни на житло
- Відсутність фінансової підтримки, інвестицій, прогресивного управлінського персоналу;
- Немає плану розвитку міста, немає вільних економічних зон, мала інформаційна база про місто;
- Провінційне місто.

V. УЗАГАЛЬНЕНИЙ ВИСНОВОК

Цей звіт про результати опитування підприємців відображає узагальнені думки бізнесової спільноти Тернополя. Їхнє спільне ставлення до міської влади значною мірою визначатиме, яким буде економічне майбутнє міста – зростання, застій чи занепад. Звіт допоможе Комітету стратегічного планування в його роботі і буде корисним для міської влади в роботі над підтримкою та поліпшенням бізнесового клімату в місті.

Проект «Економічний розвиток міст» висловлює вдячність усім представникам підприємств, котрі поділилися своїми думками та надали корисну інформацію Комітету стратегічного планування, а також усім членам КСП, які присвятили свій час проведенню опитування.