

## ФОРМАЛЬНЕ ОПИТУВАННЯ ЩОДО МОЖЛИВОСТЕЙ УТРИМАННЯ<sup>1</sup> ТА РОЗВИТКУ НАЯВНИХ КОМПАНІЙ (УРНК)

Давид Сівіттоло (David Civittolo) та Грегорі А. Дейвіс (Gregory A. Davis),  
Державний університет штату Огайо ([Ohio State University](http://www.ohio-state.edu))

### **ПРОБЛЕМА:**

В наш час швидких суспільних та економічних змін перед багатьма громадами постають проблеми, пов'язані з дедалі більшим браком відчуття згуртованості, усвідомлення себе як громади, та з необізнаністю з планами дій щодо економічного розвитку. Компанії вимагають певних умов від громад, де вони розташовані. Лідери громад намагаються створити такі умови. З одного боку, лідерам громад важко зрозуміти специфічні потреби компаній. З іншого боку, для компаній не завжди зрозумілими є особливості умов та ресурсів, що громада може їм запропонувати. Для того, щоб допомогти порозумітися місцевій владі та компаніям громада може використати формальне опитування щодо можливостей утримання та розвитку наявних компаній (УРНК). Кращі робочі стосунки між місцевою владою та діловими колами допомагатимуть утриманню та розвитку наявних компаній, а також сприятимуть поліпшенню загального бізнес-клімату.

Діалог між діловою спільнотою та органами місцевої влади забезпечує громаду системою «раннього оповіщення». Громади зазнають серйозного фінансового удару, коли існуючі роботодавці повідомляють про масові звільнення працівників або, що ще гірше, про очікуване закриття компанії. Відкритий постійно триваючий діалог дає можливість бізнес-спільноті та місцевій владі обмінюватися такою інформацією заздалегідь, а отже – мінімізувати втрати, що пов'язані з такими несподіваними повідомленнями, або взагалі уникнути негативних наслідків, завчасно підготувавшись.

Результати опитування можуть допомогти при визначенні стратегій економічного розвитку громади та у розробці комплексної програми утримання та розвитку наявних компаній, яка б включала в себе різноманітні заходи, спрямовані на покращення місцевого бізнес-середовища.

Громади можуть досягнути значного успіху в економічному розвитку, якщо їхні зусилля продумані, спираються на достовірну інформацію та є стратегічними за своєю природою. Участь у діалозі з компаніями забезпечує краще розуміння їхніх потреб і турбот, а крім того дає можливість посадовцям, що відповідають за економічний розвиток, досягнути всю здобуту багатогранну інформацію і використати її при розробці плану роботи щодо зміцнення місцевої економіки.

---

<sup>1</sup> За узгодженням з авторською англійською версією під лексемою утримання тут розуміється можливість закріплення, сприяння розвитку вже існуючих компаній на певній території та утримання їх від переміщення в інші регіони.

### Поетапний підхід до проведення УРНК-опитування

**1. Склад Робочої групи.** Першим кроком проведення циклу УРНК-опитування є створення робочої групи, яка, як правило, складається 10-20 членів. Робоча група формується з представників фінансових установ, комунальних підприємств, бізнесу, місцевої та регіональної влади, релігійних, громадських та навчальних закладів. Залучення місцевих ЗМІ може також бути корисним. До Робочої групи мають входити особи, які бажають та можуть присвятити свій час і зусилля опитуванню – від визначення його цілей, збору даних до аналізу та планування подальших кроків. Весь досвід подібних програм, наприклад, тих, де головним консультантом виступав Державний університет Огайо (Ohio State University), свідчить, що склад Робочої групи був чи не найважливішим фактором успіху УРНК-опитування (Ohio BR&E Initiative). У Додатку 1 наведена більш детальна інформація щодо створення місцевої Робочої групи УРНК та керівництва її роботою, Робоча група функціонує під керівництвом координатора Робочої групи, який, як правило, є представником громади, що відповідає за координацію зусиль з економічного розвитку.

**2. Ролі, відповідальність та очікування.** Слід обговорити та донести до розуміння кожного члена Робочої групи завдання УРНК-опитування, оскільки вони визначатимуть галузі економіки, які будуть задіяні в опитуванні, характер запитань, які буде включено до опитувальника, та перелік інших організацій та осіб, яких, можливо, доведеться залучити (щодо подальшої інформації, як організувати цю роботу, див. Додаток II). Можливо, також буде доцільно ознайомитися з загальними принципами УРНК-опитування як методу економічного розвитку перед тим, як розпочати роботу групи.

**3. Методика проведення опитування.** Методика проведення опитування є важливою, тому варто ретельно продумати всі її аспекти. Наприклад: чи є інтерв'ю віч-на-віч найефективнішим способом досягнення цілей опитування? Якщо інтерв'ю віч-на-віч буде частиною методики, чи потрібно членам Робочої групи проходити навчання для проведення таких інтерв'ю? Чи буде достатньо провести опитування поштою? Як можна використовувати Інтернет в процесі збору даних та для подальшого контакту з тими, хто не дав відповіді? Хто буде задіяний в опитуванні? Іншими словами, чи потрібно робити вибірку, чи всі підприємства будуть опитані?

Метод збору даних допоможе координатору Робочої групи та її членам краще окреслити конкретні завдання, над яких слід зосередитися. Вибір методики впливає на вартість програми: витрати на папір та пошту при опитуванні поштою, затрачений час членів Робочої групи у випадку, якщо відбуваються персональні зустрічі тощо.

*Дейвід Сівіттоло та Грегорі А. Дейвіс*  
**ФОРМАЛЬНЕ ОПИТУВАННЯ ЩОДО МОЖЛИВОСТЕЙ УТРИМАННЯ  
ТА РОЗВИТКУ НАЯВНИХ КОМПАНІЙ (УРНК)**

---

**4. Визначення кола опитуваних.** Робоча група має вирішити, хто даватиме відповіді на УРНК-опитування та як проводити опитування. Наприклад, чи можна отримати список поштової розсилки? Якщо ні, чи можна його скласти, використовуючи наявні списки? Чи можна отримати адреси електронної пошти для розсилки подальших повідомлень?

**5. Графік опитування.** Графік змушує Робочу групу бути відповідальною і скеровує напрями роботи, та допомагає координатору групи дотримуватися плану. Звичайно, прискорений графік, як і більш розтягнутий у часі має свої переваги та недоліки. Хоч пройти весь процес опитування від створення Робочої групи, збору даних до їх аналізу, узагальнення, розробки рекомендацій можливо за 4 місяці, все ж більш реально виконати таке завдання за 6-7 місяців (для допомоги у розробці опитування див. Додаток III). Робочий графік визначає різні етапи та складові опитування, надаючи можливість членам Робочої групи побачити, де і яка їх участь необхідна.

**6. Анкета для опитування.** Якщо можливо, слід використовувати вже розроблені та випробувані анкети. Якщо необхідно внести певні зміни, краще надати попередню версію на розгляд Робочої групи, ніж намагатися змінити або розробити нову анкету всім складом групи. Щоб збільшити кількість повернутих заповнених анкет з відповідями слід пересвідчитися, що анкета містить оптимальну кількість запитань і збирає лише ту інформацію, яка необхідна для досягнення цілей опитування (зразки типових запитань УРНК-опитування подаються у Додатку IV).

**7. Оголошення про опитування.** Опитування має бути оголошено і активно прорекламовано в громаді. Якщо в Робочій групі буде представник від ЗМІ, то це допоможе у розповсюдженні інформації про програму опитування. Така інформаційна кампанія переслідує декілька цілей. По-перше, оголошення надають опитуванню легітимності в бізнесових колах. Коли підприємства знатимуть про УРНК-опитування, більш ймовірно, що вони візьмуть ньому участь, коли до них звернуться. По-друге, такі оголошення створюють енергетичний потенціал в громаді і змушують компанії очікувати оголошення результатів опитування і включатися в громадську активність. Крім того, поширення інформації про наміри УРНК-програми допоможе розпізнати членів Робочої групи. (Для допомоги у розробці стратегії зв'язків з громадськістю див. Додаток V).

**8. Збір даних.** Як правило, незалежно від того, чи опитування ведеться через пошту, чи за допомогою Інтернету, воно триває приблизно 4-6 тижнів (Ohio BR&E Initiative, 2007). Якщо вибирається формат зустрічей віч-на-віч, час на проведення може різнитися залежно від кількості підприємств, які потрібно відвідати, та від кількості членів команди. Треба також врахувати час необхідний для комп'ютеризації даних та виправлення помилок.

**9. Результати.** Координатор Робочої групи вивчає результати опитування з метою визначення найбільш нагальних, першочергових проблем. Першочерговими є ті питання, що потребують негайної реакції з боку посадових осіб громади. Наприклад, якщо учасник опитування, який зазначає, що його підприємство неминуче закриється протягом наступних 6-12 місяців, це повинно послужити сигналом для розгляду цієї проблеми як першочергової. На цьому етапі координатор Робочої групи може згрупувати та визначити пріоритетність інших проблем та питань, що були зазначені певними підприємствами. Крім того необхідно забезпечити професійність та надійність у роботі з конфіденційною інформацією від підприємств. Більш типова інформація, отримана від підприємств, може бути представлена в узагальненій формі. Робоча група повинна зустрітися для обговорення та інтерпретації результатів дослідження. Що робити для того, щоб подальші дії були добре організованими див. Додаток VI.

**10. Повторення циклу.** УРНК-опитування можна повторювати регулярно. Проте, перед тим, як повторювати, фахівці з місцевого економічного розвитку повинні пересвідчитися, що відповідні особи, організації та установи належним чином зреагували на проблеми та питання, що були виявлені в ході попереднього опитування. Важливо також в разі необхідності провести реорганізацію Робочої групи, щоб її менш зацікавлені члени вийшли зі складу, а нові приєдналися до групи.

### **Розповсюдження результатів опитування**

Аудиторія, яка може бути зацікавлена в отриманих результатах опитування, складається з різних груп. Такі групи слід ретельно визначити й надати їм результати опитування в такій формі щоб вони несли цінну та корисну інформацію і викликали певну зацікавленість. Наприклад, результати щодо потреб у робочій силі, мають бути проаналізовані та надані представникам місцевих навчальних закладів для того, щоб вони могли започаткувати підготовку тих фахівців, потребу в яких відчувають місцеві підприємства. Аналогічно, фінансовим установам і службам консалтингової підтримки бізнесу необхідно надавати інформацію про фінансові потреби підприємств. Інші дані можуть бути найбільш корисними для керівників комунальних підприємств, які можуть, наприклад, розглянути питання тарифів на комунальні послуги або співпрацювати з посадовцями у транспортній сфері, скажімо, щодо розширення під'їзних шляхів.

### **Які основні складові успішного проведення УРНК-опитування?**

Перш за все, проведення формального УРНК-опитування має сенс тільки в тому випадку, якщо лідери громади справді бажають активно підтримувати місцевий бізнес. Громади, які беруться за програму УРНК без справжнього бажання допомоги, досягають досить обмежених результатів. Вирішальним

**Дейвід Сівіттоло та Грегорі А. Дейвіс**  
**ФОРМАЛЬНЕ ОПИТУВАННЯ ЩОДО МОЖЛИВОСТЕЙ УТРИМАННЯ**  
**ТА РОЗВИТКУ НАЯВИХ КОМПАНІЙ (УРНК)**

---

фактором успішного проведення опитування є наявність місцевих лідерів, які бажають та можуть:

- залучитися до постійного спілкування з бізнесовою спільнотою з метою кращого розуміння таких питань, як кількість працівників, потреби у навчанні працівників, потреби у сировині, випуск продукції, плани на розширення тощо;
- розповсюджувати інформацію щодо допомоги, яка може бути надана бізнесовій спільноті;
- працювати з бізнесовими колами та іншими зацікавленими сторонами для визначення допомоги, яка потрібна, але поки що не надається.

Для досягнення максимальної ефективності місцевим лідерам потрібно краще ознайомитися з:

- наявними можливостями щодо надання послуг в громаді;
- конкретними потребами бізнесу в послугах, які надаються громадою;
- сприйняттям бізнесовою спільнотою міської громади та її лідерів;
- загальною оцінкою привабливих сторін громади.

Нарешті місцеві лідери повинні бути готовими сприймати критику та бути відданими справі зміцнення стосунків між муніципалітетом та бізнесовою спільнотою.

Програма УРНК-опитування може бути найбільш ефективною, коли до неї залучають широкі верстви громади. Посадовці, які відповідають за місцевий розвиток, можуть відігравати роль лідера в цій роботі, але залучення до цієї роботи інших організацій, навчальних закладів, фінансових структур та, наприклад, духівництва може значно підсилити цю програму. Крім цього, залучення представників громади до Робочої групи не лише розподіляє навантаження програми УРНК-опитування, але і дає можливість краще виявити здатність громади діяти.

**Які інші заходи можуть доповнити програму опитування УРНК для досягнення її найбільшої ефективності?**

УРНК-опитування слід розглядати лише як частину більш широкої програми утримання та розвитку місцевих компаній. Громада може посприяти діалогу в межах УРНК шляхом організації регулярних форумів або дискусій за круглим столом, направлених на бізнесову спільноту. Щоквартальні форуми «за сніданком», що включають обговорення важливих для бізнесових кіл питань, можуть бути ефективним способом зміцнення стосунків і створення відчуття взаємопов'язаності бізнесу та громади. В результаті такого діалогу громада має розробити план, який визначає напрямки стратегічного розвитку.

На додачу до планування свого економічного розвитку громади мають розуміти інші найважливіші складові, необхідні для економічного розвитку, які включають:

- створення відділу економічного розвитку для підтримки процесу розвитку;
- наявність альтернативних джерел фінансування для різноманітних потреб розвитку бізнесу;
- фінансування заходів для розвитку фізичної інфраструктури громади, яка необхідна для утримання наявних та залучення нових компаній;
- наявність закладів для професійної підготовки робочої сили, такі як коледжі та програми професійно-технічного навчання.

В ідеалі, лідери громад проводять УРНК-опитування лише як складову частину більш широкого завдання з економічного розвитку громади.

### **Як громади Огайо використовували програму формального УРНК-опитування в?**

Формат УРНК-опитування, описаний в цьому матеріалі, набув популярності в середині 1980-х років (Morse, 1990) і широко використовувався в Сполучених Штатах. В Огайо він застосовувався під керівництвом Державного університету штату Огайо, і протягом останніх 20 років участь у ньому взяло понад 140 громад (Ohio BR&E Initiative, 2007).

Останні результати програм УРНК у штаті Огайо, як правило, висвітлюють задоволення послугами поліції та пожежників. Нижчий рейтинг задоволення мають стан утримання доріг та дозвільні процедури місцевих органів влади. Крім цього, наявність кваліфікованої робочої сили є проблемою в багатьох громадах, особливо тих, де розвиваються виробничі галузі, що потребують працівників з особливими навичками. В районах з дуже низьким рівнем безробіття проблемою є також наявність кваліфікованих працівників у сфері роботи з клієнтами.

В сільських районах органи місцевої влади використовували УРНК-опитування для визначення потреб в основних складових інфраструктури громади, таких як поточний стан утримання доріг і будівництво транспортних розв'язок. Одна з сільських громад визначила для себе потребу в створенні культурного центру. В результаті знайшовся місцевий донор, який профінансував багатомільйонний проект будівництва такого закладу. Інші громади, наприклад, визначили потреби підприємств щодо навчання персоналу, фінансування, експорту, та знайшли шляхи вирішення цих питань. Таким чином громади змогли допомогти своїм підприємствам стати більш продуктивними та розвинутими.

Березень, 2008 р.

**Дейвід Сівіттоло та Ґреґорі А. Дейвіс**  
**ФОРМАЛЬНЕ ОПИТУВАННЯ ЩОДО МОЖЛИВОСТЕЙ УТРИМАННЯ**  
**ТА РОЗВИТКУ НАЯВИХ КОМПАНІЙ (УРНК)**

---

**Список літератури**

Morse, George W. "A Conceptual Model of Retention and Expansion Business Visitation Programs," In *The Retention and Expansion of Existing Businesses: Theory and Practice in Business Visitation Programs*, ed. George W. Morse (Iowa: Iowa State University Press, 1990), 3-16.

The Ohio State University Business Retention & Expansion Initiative. "Welcome to the Ohio BR&E Initiative." The Ohio State University.  
<http://localecon.osu.edu/BRnE/> (accessed May 4, 2007).

**ДОДАТОК І**

**Робоча група УРНК і контрольний листок  
координатора Робочої групи**

Використання цього контрольного листка допоможе визначити потенційних членів Робочої групи УРНК. Він також допоможе уточнити, яким чином Робоча група буде задіяна в проведенні УРНК-опитування і яку роль відіграватиме (-уть) координатор (-и) Робочої групи.

**А. Робоча група**

Уточнити склад членів Робочої групи їхні ролі та обов'язки.

1) Представлений прошарок (-рки) громади:

\_\_\_ а) Місцеве самоврядування \_\_\_\_\_

\_\_\_ б) Регіональна влада \_\_\_\_\_

\_\_\_ в) Суб-національний рівень влади \_\_\_\_\_

\_\_\_ г) Економічний розвиток \_\_\_\_\_

\_\_\_ г') Бізнес \_\_\_\_\_

\_\_\_ д) Освіта \_\_\_\_\_

\_\_\_ е) Інше \_\_\_\_\_

2) Відповідальність:

\_\_\_ а) Встановити процедуру та основні правила УРНК

\_\_\_ б) Встановити цілі, які є досяжними, керованими та вимірюваними

\_\_\_ в) Брати участь у зустрічах Робочої групи

\_\_\_ г) Розробити та затвердити інструментарій проведення опитування

\_\_\_ г') Керувати процесом опитування

\_\_\_ д) Зібрати, описати та проаналізувати дані

\_\_\_ е) Розробити та втілити пункти, що піддаються реалізації

\_\_\_ є) Розробити план інформаційних зв'язків з громадою

\_\_\_ ж) Заносити дані в базу даних та адмініструвати її

\_\_\_ з) Робити кроки для вирішення «гарячих» питань

\_\_\_ і) Зберігати конфіденційність

\_\_\_ і') Зробити оцінку програми і визначити відповідальність

\_\_\_ й) Інше \_\_\_\_\_

## **ДОДАТОК II**

### **Контрольний листок плану**

Використання цього контрольного листка допоможе вибрати учасників опитування УРНК, конкретизувати цілі та вимірювані результати програми, та розробити стратегію збору даних та управління. Перевірка пунктів цього контрольного листка допоможе донести до членів Робочої групи УРНК загальний підхід до програми.

#### **A. Зацікавлені сторони УРНК**

Визначити та розподілити за категоріями зацікавлені сторони.

- 1. Громадський сектор
  - а. Місто
  - б. Регіон
  - в. Суб-національний рівень
  - г. Інше \_\_\_\_\_
- 2. Приватний сектор
  - а. Торгова палата
  - б. Місцевий бізнес
  - в. Професійні спілки
  - г. Недержавні організації
  - г. Інше \_\_\_\_\_
- 3. Мешканці
- 4. Інше \_\_\_\_\_

#### **B. Вимірювані параметри програми**

Визначити, як вимірюватиметься вплив вашої роботи з УРНК.

- 1. Збільшення податкових надходжень
- 2. Публікації в пресі
- 3. Кількість вакансій
- 4. Збережені робочі місця
- 5. Створені робочі місця
- 6. Розроблені промоційні матеріали
- 7. Інше \_\_\_\_\_

#### **C. Використання інформації**

Визначити, як будуть використовуватися дані УРНК.

- 1. Збільшення та збереження робочих місць

- \_\_\_ 2. Налагодити чи покращити стосунки з бізнесом
  - \_\_\_ а. Визначити компанії, з якими в першу чергу слід налагодити та підтримувати стосунки
- \_\_\_ 3. Розробити програму для бізнесу
  - \_\_\_ а. Задовольнити потреби наявних підприємств
  - \_\_\_ б. Підтримувати підприємництво
  - \_\_\_ в. Залучати нові компанії
- \_\_\_ 4. Покращити чи змінити імідж громади (зовнішній та внутрішній)
- \_\_\_ 5. Покращити чи зберегти рівень життя
- \_\_\_ 6. Оцінка програми
- \_\_\_ 7. Планування громади
- \_\_\_ 8. Інше \_\_\_\_\_

**D. Типи інформації – Тематичні сфери**

Що вам потрібно знати, щоб працювати з питаннями, зазначеними в розділі «С» вище?

- \_\_\_ 1. Прогноз інвестицій у бізнес: компанії планують скорочувати свої об'єми виробництва, продаватися, переїжджати чи розширюватися.
- \_\_\_ 2. Сприйняття рівня:
  - \_\_\_ а. Освіти
  - \_\_\_ б. Охорони здоров'я
  - \_\_\_ в. Інфраструктури
  - \_\_\_ г. Послуг органів влади
  - \_\_\_ ґ. Рекреаційних можливостей
  - \_\_\_ д. Робочої сили
  - \_\_\_ е. Роздрібною торгівлі та послуг
  - \_\_\_ є. Житла
  - \_\_\_ ж. Якості життя
  - \_\_\_ з. Інше \_\_\_\_\_
- \_\_\_ 3. Зв'язки компаній з
  - \_\_\_ а. Клієнтами
  - \_\_\_ б. Постачальниками
- \_\_\_ 4. Функціонування підприємств
  - \_\_\_ а. Зміни в асортименті продукції
  - \_\_\_ б. Зміни в обсягах продажу та кількості працівників
  - \_\_\_ в. Маркетинг
  - \_\_\_ г. Робочі години
  - \_\_\_ ґ. Плани передачі у власність іншій особі чи у спадок

**Дейвід Світтоло та Ґреґорі А. Дейвіс**  
**ФОРМАЛЬНЕ ОПИТУВАННЯ ЩОДО МОЖЛИВОСТЕЙ УТРИМАННЯ**  
**ТА РОЗВИТКУ НАЯВИХ КОМПАНІЙ (УРНК)**

---

- д. Фінансовий стан
- е. Інше \_\_\_\_\_
- 5. Умови ведення бізнесу
  - а. Законодавство
  - б. Зміни технології
  - в. Конкуренція
  - г. Економіка
  - ґ. Клієнти
  - д. Інше \_\_\_\_\_
- 6. Робоча сила
  - а. Навчання
  - б. Кількість/якість/наявність
  - в. Наймання
  - г. Житло
  - ґ. Інше \_\_\_\_\_
- 7. Інше \_\_\_\_\_

**Е. Джерело (-а) інформації**

Звідки можна взяти інформацію, щоб дати відповіді на питання, вміщені в розділі «D» вище?

- 1. Другорядне
  - а. Загальнодоступне
    - 1. Місце
  - б. Платні звіти
  - в. Інше
- 2. Основне
  - а. Наявні підприємства
  - б. Мешканці
  - в. Робоча сила
  - г. Працівники
  - ґ. Клієнти
  - д. Інше \_\_\_\_\_
- 3. Наявні підприємства
  - а. Цільові галузі економіки
    - 1) Сільське господарство
    - 2) Промисловий сектор
    - 3) Роздрібна торгівля

## ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТ

- \_\_\_ 4) Послуги
- \_\_\_ 5) Подорожі та туризм
- \_\_\_ 6) Інше \_\_\_\_\_

### \_\_\_ б. Тип бізнесу

- \_\_\_ 1) Розмір (доходи, кількість працівників, виробничі потужності)
- \_\_\_ 2) Власність (приватна, філія, франчайзинг, корпоративна)
- \_\_\_ 3) Як давно працює
- \_\_\_ 4) Інше \_\_\_\_\_

### \_\_\_ с. Географія

- \_\_\_ 1) Міжрегіональна \_\_\_\_\_
- \_\_\_ 2) Регіональна \_\_\_\_\_
- \_\_\_ 3) Суб-регіональна \_\_\_\_\_
- \_\_\_ 4) Інше \_\_\_\_\_

## **F. Методологія**

В який спосіб збирати і використовувати дані?

### 1. Тип опитування

- \_\_\_ а. Відвідування
- \_\_\_ б. Поштою
- \_\_\_ в. Через Інтернет
- \_\_\_ г. Факсом
- \_\_\_ ґ. Телефонном
- \_\_\_ д. Поєднанням різних способів \_\_\_\_\_

### 2. Частотність опитувань

- \_\_\_ а. Одноразове
- \_\_\_ б. Щомісячне
- \_\_\_ в. Раз на квартал
- \_\_\_ г. Двічі на рік

### 3. Управління даними

	Відповідальна особа (-и)
а. Внесення даних	
б. Табуляція даних	
в. Аналіз даних	
г. Збереження даних	

### ДОДАТОК III

#### Робочий графік

Використання цього робочого листка допоможе спланувати та виконувати графік програми УРНК. Цей контрольний листок також допоможе донести до розуміння членів Робочої групи УРНК та головних зацікавлених осіб основні віхи на шляху здійснення програми УРНК.

<b>Основні віхи</b>	<b>Запланована дата</b>
Утворити Робочу групу УРНК	
Провести інструктаж для членів Робочої групи, обговорити цілі та методологію	
Визначити цільові галузі економіки та сфери для дослідження	
Розробити опитувальник	
Надати попередню версію опитувальника Робочій групі на розгляд	
Доопрацювати опитувальник	
Доопрацювати список підприємств для проведення опитування	
Розробити план поширення інформації	
Опублікувати опитування	
Запустити програму з прес-релізами	
Почати збір даних	
Завершити збір даних	
Проаналізувати та дати інтерпретацію даних	
Вирішити «гарячі» питання	
Донести результати до відповідних структур, комітетів та установ	
Підготувати комплексний «План дій»	

ДОДАТОК IV

ТИПОВІ ПИТАННЯ ДЛЯ ОПИТУВАННЯ УРНК

1. Яка Ваша загальна думка про (назва громади) як місце ведення бізнесу?

(Виберіть лише одну відповідь.)

- |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Відмінно                 | Добре                    | Посередньо               | Погано                   | Дуже погано              |

2. Назвіть три найголовніші причини, що спонукали Вас розмістити своє підприємство в (назва громади)?

(Виберіть три.)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Наближеність до аеропорту       | <input type="checkbox"/> Доступ до міських послуг  |
| <input type="checkbox"/> Наближеність до магістралей     | <input type="checkbox"/> Місцева влада   |
| <input type="checkbox"/> Доступ до клієнтів              | <input type="checkbox"/> Доступ до послуг підтримки бізнесу (наприклад, друк, реклама, фінансові послуги, готелі тощо) |
| <input type="checkbox"/> Доступ до постачальників        | <input type="checkbox"/> Можливості для відпочинку та розваг   |
| <input type="checkbox"/> Близькість до місця проживання  | <input type="checkbox"/> Якість житла  |
| <input type="checkbox"/> Витрати на бізнесову діяльність | <input type="checkbox"/> Рівень життя  |
| <input type="checkbox"/> Наявність робочої сили          | <input type="checkbox"/> Безпека   |
| <input type="checkbox"/> Фінансові стимули               | <input type="checkbox"/> Інше: _____   |

3. Будь-ласка, опишіть Вашу найголовнішу потребу чи застереження, яка може бути вирішена місцевими органами влади чи приватними структурами.

---

---

4. Скільки працівників працює на Ваших підприємствах (назва громади)?

(Виберіть лише одну відповідь.)

- |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Менше 10                 | 11-20                    | 21-50                    | 51-100                   | Понад 100                |

5. Позначте ті сфери, в яких, на Вашу думку, потрібне навчання для працівників у (назва громади).

(Виберіть всі, які вважаєте необхідними)

- Наявним працівникам не потрібне навчання
- Загальні навички (базова математика, читання та письмо, логіка, тощо)

**Дейвід Сівіттоло та Ґреґорі А. Дейвіс**  
**ФОРМАЛЬНЕ ОПИТУВАННЯ ЩОДО МОЖЛИВОСТЕЙ УТРИМАННЯ**  
**ТА РОЗВИТКУ НАЯВИХ КОМПАНІЙ (УРНК)**

- Управлінські навички (фінанси, бізнес-планування, керівництво персоналом та стосунки з ним, тощо)
- Професійні навички (продаж, маркетинг, облік, тощо)
- Навички обслуговування клієнтів (міжособистісне спілкування, товарознавство, тощо)
- Навички роботи з комп'ютером (текстовий редактор, робота з базами даних, інсталяція комп'ютерних систем та їх обслуговування, тощо)
- Інші професійні навички
- Навички роботи з обладнанням
- Технічні навички
- Спеціальні навички (медичні, юридичні тощо)
- Інше: \_\_\_\_\_

**6. Який вид модернізації, оптимізації чи розширення діяльності свого підприємства Ви плануєте?**

**(Виберіть всі, які вважаєте необхідними.)**

- Складські приміщення
- Виробничі приміщення
- Офісні приміщення
- Місце для паркування
- Відкриття нового відділу, поділ підприємства
- Розширення на суміжну територію
- Розширення на суміжне приміщення в тій самій будівлі
- Розширення шляхом викупу нових приміщень
- Інше: \_\_\_\_\_

**7. Чи стикаєтесь Ви з проблемами при розширенні виробництва?**

**(Виберіть всі, які вважаєте необхідними.)**

- Немає проблем
- Є потреба у фінансовій допомозі
- Потрібна інформація про податкові пільги, які надаються містом або державою
- Потрібна допомогу у просторовому плануванні
- Недостатньо місця в наявних будівлях
- Недостатньо землі для розширення підприємств
- Проблеми з паркуванням
- Зонування та будівельний кодекс
- Інше: \_\_\_\_\_

**ДОДАТОК V**

**План поширення інформації про програму УРНК**

Дата: \_\_\_\_\_

Відповідальний за роботу: \_\_\_\_\_

Основні тези:

Цільова аудиторія/Події	ЗМІ	Запланована дата	Відповідальна особа (-и)

---

**ДОДАТОК VI**

**План дій УРНК**

Номер п/п: \_\_\_\_\_

Категорія опитування: \_\_\_\_\_

Опис проблеми: \_\_\_\_\_

Ступінь терміновості:



**ЧЕРВОНИЙ**  
(негайно)



**ЖОВТИЙ**  
(3-6 місяців)



**СИНІЙ**  
(понад 6 місяців)

Відповідальна організація чи особа (-и): \_\_\_\_\_

Дата запиту: \_\_\_\_\_

Запропонована дія: \_\_\_\_\_

Стан питання та дата вирішення: \_\_\_\_\_