

Kamer van koophandel Zuid-Limburg

**Behoeftenonderzoek 2001
Regiostimulering**

Rapportage op hoofdlijnen

**Maastricht, jan./febr. 2002
drs. R.J.A.M. Verhoeven**

1. Aanleiding

In de wet kamers van koophandel 1997 is bepaald dat de kamer jaarlijks een activiteitenplan dient op te stellen. De kamer dient over de voorgenomen activiteiten het regionale bedrijfsleven te raadplegen. Het was vooral de bedoeling van de wetgever de betrokkenheid van het ongeorganiseerde bedrijfsleven bij de activiteiten van de kamer te vergroten.

De kamers van koophandel hebben sinds 1998 op diverse manieren invulling gegeven aan de verplichting tot raadpleging. Dit liep uiteen van publicaties met antwoordcoupon in de kamerkrant tot informatie- en discussiebijeenkomsten. De ervaringen van de kamers in de afgelopen 4 jaren zijn door de VVK medio 2001 gebundeld in een rapportage.

Uit deze rapportage valt te concluderen dat intensivering van de inspanningen niet evenredig leidt tot een grotere betrokkenheid van het ongeorganiseerde bedrijfsleven.

Dit was voor Kamer Zuid-Limburg aanleiding te kijken of een behoeftenonderzoek een zinvol alternatief is om het regionale bedrijfsleven te peilen over wensen/behoefte op het gebied van de regionale economie en de rol van de kamer hierbij.

In 2000 is in opdracht van de VVK een klantentevredenheidsonderzoek (KTO) uitgevoerd onder de klanten van de kamers, op het gebied van de regiostimulering.

Naar aanleiding van dit onderzoek is door de Kamer Zuid-Limburg gesteld dat er eerst inzicht dient te bestaan in de behoeften/wensen van ondernemers op het gebied van regiostimulering, alvorens er onderzocht wordt of klanten tevreden zijn. Tevredenheid is immers gerelateerd aan verwachtingen.

2. Opzet

Door het dagelijks bestuur van de kamer is op 7 juni 2001 besloten een behoeftenonderzoek te houden onder de regionale ondernemers. Uitgangspunten voor dit behoeftenonderzoek:

- ✍ aandachtsgedebieden regiostimulering cfm. strategisch plan 2002-2005.
- ✍ snelle methode van gegevens vergaring: via internet/e-mail.
- ✍ korte doorlooptijd.

In samenspraak met het onderzoeksbureau is een vragenlijst opgesteld waarbinnen de volgende thema's zijn onderscheiden:

1. bedrijventerreinen
2. kantoorlocaties
3. winkelcentra
4. toerisme en recreatie
5. transport en logistiek
6. infrastructuur en parkeren
7. milieu en energie
8. onderwijs en arbeidsmarkt
9. ICT en technologie

Aan de bedrijven is gevraagd aan te geven welke thema's voor hen van belang zijn en vervolgens per thema aan te geven in welke mate aspecten prioriteit hebben voor het bedrijf en of ze in enige mate problematisch worden ervaren.

3. Onderzoekspopulatie en respons

De totale populatie voor het onderzoek bestaat uit de geregistreerde bedrijven in het handelsregister Zuid-Limburg (aantal medio 2001 = 36.909).

Op basis van geregistreerde e-mailadressen in het handelsregister is een enquête uitgezet bij 4.118 bedrijven. Dit is 11,2% van de totale populatie. Hiervan zijn er 823 retour gekomen wegens een foutieve adressering (20% van het gemailde bestand). Het bruikbare bestand omvat derhalve 3.295 bedrijven.

De respons bedraagt 678 bedrijven (20,6%). De overgrote meerderheid van de respondenten betreft kleine bedrijven (88%), d.w.z. heeft minder dan 5 werkzame personen. Dit is een lichte oververtegenwoordiging t.o.v. de totale populatie (86,2%). De grote bedrijven daarentegen zijn in de respons iets ondervertegenwoordigd.

Tabel 1: verdeling respons en populatie naar klasse werkzame personen

klasse wp	respons		populatie	
	absoluut	procentueel	absoluut	procentueel
1 wp	434	64	21.905	59,3
2-4 wp	163	24	9.947	27
5-9 wp	39	5,8	2.645	7,2
10-49 wp	34	5	1.969	5,3
50+ wp	8	1,2	443	1,2
totaal	678	100	36.909	100

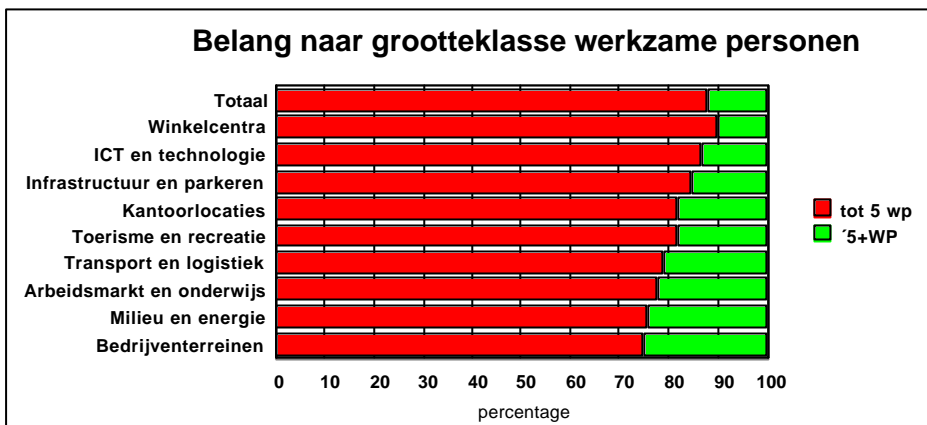
4. Algemene uitkomsten

De antwoorden van de respondenten zijn geordend in basistabellen. In deze basistabellen is per aspect gekeken naar prioriteit en mate van problematiek, voor zover het bedrijfsleven een bepaald thema van belang vindt.

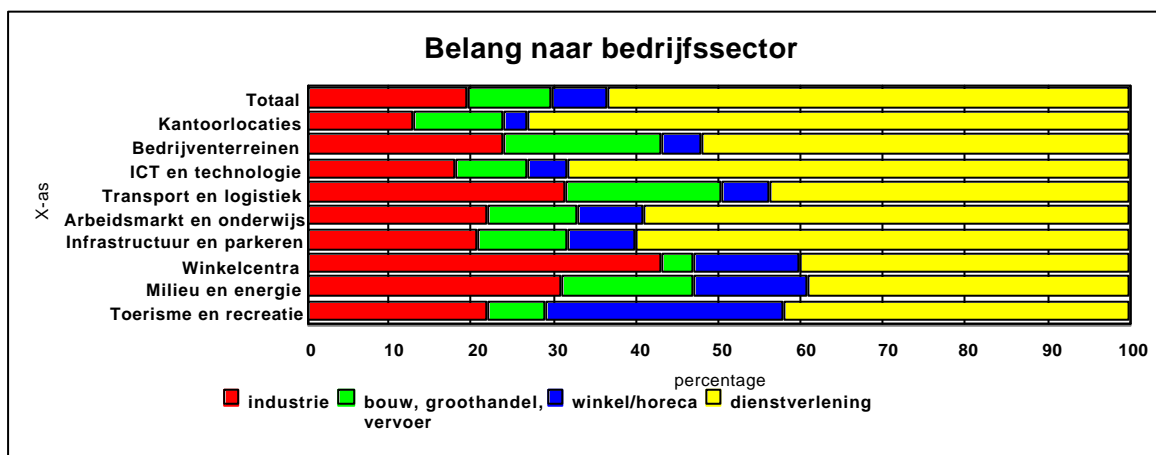
Tabel 2: belang van thema's

	<i>absoluut</i>	<i>procentueel</i>
ICT en technologie	360	53,1
Infrastructuur en parkeren	309	45,6
Arbeidsmarkt en onderwijs	232	34,2
Kantoorlocaties	209	30,8
Milieu en energie	166	24,5
Transport en logistiek	133	19,6
Bedrijventerreinen	129	19,0
Toerisme en recreatie	92	13,6
Winkelcentra	84	12,4

Meer dan de helft van de ondernemers kent belang toe aan (de toepassing van) ICT en technologie. Aan infrastructuur en parkeren wordt door bijna de helft belang toegekend en aan arbeidsmarkt en onderwijs door een op de drie ondernemers. Deze drie thema's zijn generiek voor het bedrijfsleven. Het belang van de overige thema's dient gezien te worden in relatie tot aard van het bedrijf en de locatie (kantoorlocaties, bedrijventerreinen, winkelcentra) of bijvoorbeeld de branche (transport en logistiek, toerisme en recreatie), alsook naar grootteklasse werkzame personen.



Ruim een op de acht respondenten heeft 5 of meer werkzame personen. 88% Behoort tot de categorie 1 werkzame persoon dan wel 2 t/m 4 werkzame personen. Deze groep wordt in deze rapportage aangeduid als "klein". De groep 5+ werkzame personen wordt aangeduid als "groter".



Het thema winkelcentra is relatief van meer belang voor de kleine bedrijven. Dit hangt deels samen met de sector van bedrijvigheid.

Voor de industrie zijn vooral de thema's bedrijventerreinen, transport en logistiek en milieu en energie van belang. De hoge score voor het thema winkelcentra is een vertekening die verklaarbaar is door het relatief grote aandeel in de categorie "overige industrie", waaronder ambachtelijke bedrijven vallen, direct gericht op de consument. Bovendien is het absoluut aantal bedrijven dat een belang toekent aan het thema winkelcentra relatief geringer ten opzichte van de absolute aantallen bij de overige thema's.

Indien aan een aspect (hoge) prioriteit wordt toegekend en dat aspect als (zeer) problematisch wordt ervaren, kan dit getypeerd worden als een knelpunt. Op basis hiervan is een zogenaamde knelpunten Top 10 opgesteld. Deze knelpunten top 10 is gebaseerd op de absolute scores. Dit wil zeggen het aantal malen dat de bedrijven aangeven aan het aspect een (hoge) prioriteit toe te kennen en het aspect als (zeer) problematisch te ervaren, gerelateerd aan het totaal aantal respondenten.

Tabel 3: Knelpunten top 10 (absoluut)

		<i>absoluut</i>	<i>procentueel</i>
1	beschikbaarheid parkeervoorzieningen	159	23,5
2	stadstraverse A2 Maastricht	151	22,3
3	capaciteit wegennet	142	20,9
4	kwaliteit van het personeel	129	19,0
5	werving nieuw personeel	120	17,7
6	aansluiting van het onderwijs op de arbeidsmarkt	105	15,5
7	parkeertarieven	103	15,2
8	flexibiliteit personeel	88	13,0
9	verkeersontsluiting Parkstad	87	12,8
10	kosten van afvalverwijdering	77	11,4

Het regiostimuleringsbeleid van de kamer richt zich op het vestigingsklimaat. Dit is het geheel van condities dan van invloed is op het functioneren van een onderneming, maar waar de onderneming zelf geen directe invloed op kan uitoefenen. In feite gaat het om de bedrijfsomgeving, die een materiële en een immateriële component kent. In het strategisch plan 2002-2005 en het activiteitenplan 2002 van de kamer is aangegeven dat het bij de immateriële infrastructuur gaat om ruimte en bereikbaarheid en bij de immateriële infrastructuur om kennis en de arbeidsmarkt.

De belangrijkste knelpunten blijken allemaal, met uitzondering van de kosten voor afvalverwijdering, betrekking te hebben op ruimte, bereikbaarheid en arbeidsmarkt. Daarbij is de score van 2 specifieke knelpunten in de wegeninfrastructuur, de stadstraverse A2 te Maastricht en de verkeersontsluiting in Parkstad, opmerkelijk.

De arbeidsmarkt knelpunten zijn zowel kwantitatief als kwalitatief van aard. Bijna één op de zes ondernemers heeft moeite om aan nieuw personeel te komen, terwijl één op de vijf ondernemers de kwaliteit van het personeel als problematisch ervaart.

Naast een knelpunten top 10 op basis van absolute scores is het ook mogelijk te kijken naar een top 10 op basis van relatieve scores. De uitkomst is daarbij gerelateerd aan de respondenten die hebben aangegeven of een thema van belang is. De relatieve knelpunten top 10 ziet er als volgt uit.

Tabel 4: Knelpunten top 10 (relatief)

		<i>absoluut</i>	<i>procentueel</i>
1	kwaliteit van het personeel (4)	129	56
2	werving nieuw personeel (5)	120	52
3	beschikbaarheid parkeervoorzieningen (1)	159	51
4	stadstraverse A2 Maastricht (2)	151	49
5	capaciteit wegennet (3)	142	46
6	kosten van afvalverwijdering (10)	77	46
7	aansluiting van het onderwijs op de arbeidsmarkt (6)	105	45
8	parkeren	36	43
9	criminaliteit	35	42
10	kwaliteit van de omgeving	32	38

De samenstelling van de top 5 knelpunten is, behoudens de volgorde, zowel absoluut (score absolute ranking tussen haakjes) als relatief identiek. Omdat er evenwel door een groter deel van het regionale bedrijfsleven belang wordt toegekend aan infrastructuur en parkeren (46%) dan aan arbeidsmarkt en onderwijs (34%), krijgen de knelpunten op het gebied van arbeidsmarkt en personeel in de relatieve rangschikking een hogere plaats.

De knelpunten parkeren, criminaliteit en kwaliteit van de omgeving zijn specifiek gerelateerd aan het thema winkelcentra. Dit thema wordt door 12% van het totaal aantal respondenten van belang gevonden.

Per aspect is een kruistabel opgesteld, waarin wordt weergegeven wat de rol van de kamer van koophandel dient te zijn volgens de bedrijven die aan een bepaald aspect (hoge) prioriteit toekennen en dat aspect als (zeer) problematisch ervaren. Voor de top 10 knelpunten wordt door de respondenten de volgende rol van de kamer verwacht.

Tabel 5: Knelpunten top 10 en verwachte rol kamer van koophandel

		<i>procentueel</i>
1	beschikbaarheid parkeervoorzieningen	
	advies aan overheden	75
	lobby bij overheden	70
	overleg met bedrijfsleven	63
2	stadstraverse A2 Maastricht	
	advies aan overheden	72
	lobby bij overheden	70
	overleg met bedrijfsleven	61
3	capaciteit wegennet	
	advies aan overheden	72
	lobby bij overheden	68
	overleg met bedrijfsleven	66
4	kwaliteit van het personeel	
	overleg met bedrijfsleven	78
	advies aan overheden	64
	initiatieven nemen	64
5	werving nieuw personeel	
	overleg met bedrijfsleven	78
	advies aan overheden	64
	initiatieven nemen	60
6	aansluiting van het onderwijs op de arbeidsmarkt	
	overleg met bedrijfsleven	81
	advies aan overheden	70
	initiatieven nemen	65
7	parkeertarieven	
	advies aan overheden	74
	lobby bij overheden	73
	overleg met bedrijfsleven	63
8	flexibiliteit personeel	
	overleg met bedrijfsleven	76
	advies aan overheden	69
	initiatieven nemen	67
9	verkeersontsluiting Parkstad	
	advies aan overheden	76
	overleg met bedrijfsleven	72
	lobby bij overheden	69
10	kosten van afvalverwijdering	
	overleg met bedrijfsleven	74
	advies aan overheden	62
	voorlichting en informatie aan ondernemers	60

Ten aanzien van de knelpunten rondom het thema's ruimte en bereikbaarheid verwachten bedrijven vooral van de kamer van koophandel het adviseren van overheden en het voeren van lobby's.

Voor de oplossing van knelpunten op het vlak van de arbeidsmarkt wordt vooral gedacht aan het voeren van overleg met bedrijven en op basis hiervan adviseren van overheden en het nemen van initiatieven.