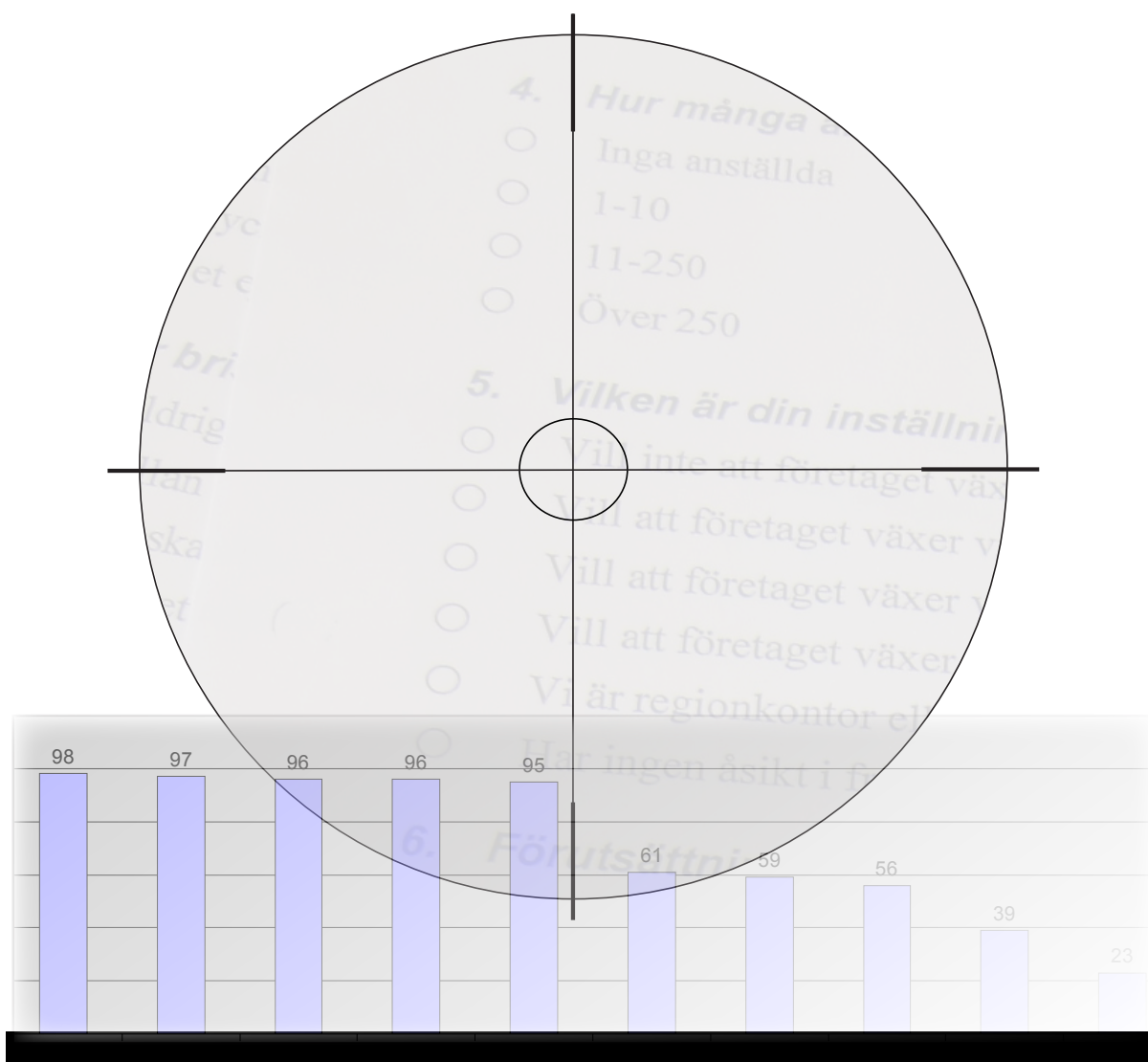




SUNDSVALL
BUSINESS
REGION

Företagskartläggning

-En genomlysning av företags behov av näringslivsservice i Sundsvalls kommun



En rapport från
Sundsvall Business Region
2010:1

Sundsvall Business Region

Den framtida lotsen till rätt näringslivsservice

Sundsvall Business Regions verksamhetsidé är att, från och med 1 januari 2011, erbjuda en enkel och smidig väg in till all näringslivsservice. Med näringslivsservice menas service till nya företagare, befintliga företagare samt företag som önskar etablera sin verksamhet eller investera i Sundsvallsregionen.

För att lyckas med sjösättandet av organisation Sundsvall Business Region har vi genomfört vissa betydande aktiviteter för att skapa bästa möjliga förutsättningar för att kunna leverera en bra verksamhet. Inspiration har bland annat hämtats från Business Region Göteborg, Stockholm Business Region och Skåne Business Region.

Vi har genomfört en omfattande kartläggning av företag verksamma i Sundsvalls Kommuns, behov av näringslivsservice. Dessutom pågår en årslång process bland många av de organisationer som levererar service till företag idag där alla dessa proffs får tycka till om hur Sundsvall Business Region ska se ut och innehålla. Vi arbetar utifrån en verksamhetsidé där Sundsvall Business Region ska bestå av tre väsentliga delar:

Nätverket Sundsvall Business Region samlar alla s.k. service providers (verksamheter som levererar service till företag) som väljer att ingå i den bank av service som företag kommer att lotsas vidare till.

Lotsen är entrén i Sundsvall Business Region och den funktion som hanterar inkommande samtal, e-post, besök från företag med behov av företagsservice. Det kan gälla finansieringsfrågor, marknadsfrågor, företagsrådgivning, personalfrågor med mera. Företagen lotsas sen vidare till den service provider som är bäst lämpad att hantera ärendet.

Mötesplatsen Sundsvall Business Region är den fysiska plats där vi anordnar aktiviteter som svarar mot delar av de behov som företag gett uttryck för i den stora företagskartläggning som genomförts under hösten 2009/vår 2010.

På Sundsvall Business Region delar idag följande aktörer kontor: •**Arbetsförmedlingen – Starta eget** ger rådgivning i starta eget ärenden •**Fiber Optic Valley** arbetar för att Sverige skall bli ledande inom utveckling av produkter och tjänster baserade på fiberoptik •**Företagslotsen** samordnar och förenklar för företag att verka och växa i Sundsvall •**Investera i Sundsvall AB** erbjuder konsultservice och stöd vid etableringar och investeringar i Sundsvallsregionen •**Maqs Advokatbyrå AB** - en av Sveriges mest snabbväxande advokatbyråer med kontor i Göteborg, Malmö och Stockholm •**Nyföretagarcentrum** ger kostnadsfri konsultation, personlig och konfidentiell rådgivning inför en företagsstart •**Stenstan i Sundsvall AB** skapar en levande stadskärna genom olika aktiviteter och ett stort engagemang för Stenstans näringsidkare. •**VisitSundsvall – Norrlands huvudstad** jobbar strategiskt med att marknadsföra Sundsvall till privat- och affärsturister •**Åkroken Science Park** Sundsvallsregionens arena för innovation, entreprenörskap och tillväxt.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SAMMANFATTNING	3
1. INLEDNING & BAKGRUND	5
2. RAPPORTENS UPPLÄGG	6
3. TEORIER OM TILLVÄXT	7
3.1 KUNSKAPSDRIVEN TILLVÄXT	7
3.2 VIKTIGA INDIKATORER PÅ TILLVÄXT.....	7
3.3 KAPITALFÖRSÖRJNING	10
4. UTFORMNINGEN AV ENKÄTENS FRÅGOR	11
4.1 FRÅGESTÄLLNINGAR	11
4.2 AVGRÄNSNING, KATEGORISERING OCH "RESAN" TILL EN PROJEKTSTART.....	12
4.3 KATEGORISERING	13
5. SAMMANSTÄLLNING AV FRÅGORNA	14
5.1 FÖRETAGEN	14
5.2 FÖRETAGENS INSTÄLLNING TILL STRUKTURELLA SAMHÄLLSFRÅGOR.....	15
5.2.1 Inställning till frågor om infrastruktur	15
5.2.2 Myndigheters inställning till företagande	17
5.2.3 I en jämförelse	21
5.3 TILLVÄXT, FINANSIERING OCH RISKKAPITAL.....	23
5.3.1 Tillgång och behov av kompetens.....	26
5.4 BEHOVET AV STÖD TILL UTVECKLING.....	27
5.4.1 Export & Import	28
5.4.2 Politikerkontakter	28
5.4.3 Innovationer	29
5.4.4 Kommunkontakter.....	29
5.4.5 Entreprenörskap	30
5.4.6 Företagsrådgivning.....	30
5.4.7 Kunskapsnätverk	31
5.4.8 Regelverk	31
5.4.9 Branschkontakter.....	32
5.4.10 Vem vill företagen helst träffa?.....	32
5.5 BEHOV AV STÖD TILL PRODUKTUTVECKLING.....	33
5.5.1 Testmiljö/Lab	34
5.5.2 Design.....	34
5.5.3 Teknologi	35
5.5.4 Finansiering	35

5.5.5 Mittuniversitetet	36
5.6 GENERATIONSSKIFTESPROBLEMATIKEN	37
5.6.1 Generationsskifte av personal	37
5.6.2 Generationsskifte av ägande.....	39
5.7 ETT GENDERPERSPEKTIV	40
5.7.1 Tillväxt ur ett genderperspektiv	41
5.7.2 Genderfrågan och kapitalet	43
<u>6. SAMMANFATTANDE DISKUSSION.....</u>	<u>45</u>
6.1 BEHOVEN	45
6.1.1 Några frågor som sticker ut i kartläggningen	45
6.1.2 Staten och Kapitalet	46
6.1.3 Två problem som inte uppfattas som problem	46
6.2 STRUKTURMEDEL, STRUKTUR OCH REGIONENS NÄRINGSLIV	47
6.3 UNIVERSITET SOM DRIVMOTOR I NÄRINGSLIVSUTVECKLING?	49
6.4 KNYTA IHOP SÄCKEN	49
<u>7. KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING.....</u>	<u>51</u>
<u>BILAGOR.....</u>	<u>52</u>

Sammanfattning

- 2344 företag är kartlagda. Av dessa ägs större delen av män. Fler kvinnor än män driver enskilda firmor och den grova slutsatsen man kan dra är att ju större företag desto mer sannolikt är att en man äger det.
- De minsta företagen, soloföretag och företag med mellan 1-10 anställda står för flest behov. MEN det är företag med mellan 1-10 anställda och 11-250 anställda som är mest lika i sina behov av stöd och hjälp. De största företagen (över 250 anställda) har få behov och de behov de har skiljer sig från de hos de mindre företagen.
- Mycket tid och engagemang har lagts ner på att skapa branschnätverk och kluster. Många kluster- och branschnätverksansvariga vittnar dock om att engagemanget från företagen oftast är litet. Frågan är om företags behov är lika för att de kommer från samma bransch. Resultatet från vår kartläggning tyder på att företag tenderar att likna varandra mer på basis av storlek än bransch. Om det har eller bör ha bäring på satsningar är svårt att säga, däremot är det definitivt en faktor som bör vägas in.
- Fysisk infrastruktur, bilvägar, järnvägar och flyg är ett problem företrädesvis för de större företagen, dock är det dessa som är de största arbetsgivarna.
- Företagens uppfattning om olika myndigheters inställning till företagande talar om för oss att kommunens politiker och tjänstemän får sämre omdöme än andra myndigheters. Andra myndigheter som exemplifieras i intervjuer är skatteverket, bolagsverket och kronofogdemyndigheten.
- Få företag i antal säger sig ha problem med generationsväxling, både vad gäller pensionsavgångar och ägande. Få företag i antal ställt till totalpopulationen, men frågan är vilken effekt det skulle få om man inte lyckas med generationsväxlingen. I ett räkneexempel skulle ett misslyckande i generationsväxling av ägande bland de företag som säger att generationsväxling av ägande är ett problem få en effekt att cirka 700 arbetstillfällen försvinner från Sundsvall. Är problemet då stort eller litet?
- Få företag omfattas av frågan om riskkapital. Bland de 91 företag som svarat att de sökt riskkapital på 2000-talet är det flera som gett svar på frågan hos vem, bank, Almi, familj och Länsstyrelsen i Västernorrland. Dessa är per definition inte riskkapitalaktörer (riskkapital är alltså tillskott av ägarkapital). Av detta har vi dragit slutsatsen att det finns en bristande kunskap bland många företag om vad riskkapital faktiskt är. Vi har även dragit slutsatsen att det kan finnas anledning att tro att fler skulle söka riskkapital som tillväxtmetod om kunskapen om vad riskkapital är vore större.
- Behov av stöd till utveckling: 1893 av de 2344 kartlagda företagen svarar att de är i behov av något stöd. Dessa 1893 företag representerar 7138 olika behov. Detta innebär således att ett och samma företag kunnat välja fler alternativ.

- Behov av stöd till produktutveckling: 370 av de 2344 kartlagda företagen säger sig ha behov av något stöd till produktutveckling. Dessa 370 företag representerar tillsammans 611 olika behov (ett företag har således kunnat välja fler alternativ). På denna fråga följer de tillfrågade företagen samma mönster som frågan om behov av (allmänt)stöd, ju större företag (i antal anställda) desto färre är behoven. Flest behov i denna kategori har företag med mellan 11-250 anställda.

1. Inledning & Bakgrund

Sundsvall Business Region befann sig under försommaren 2009 i ett utvecklingsstadium där det å ena sidan fanns ett antal intressenter i form av företag och organisationer som har som uppgift att stötta företag i sin utveckling. Å andra sidan fanns ett antal företag, cirka 8 400 företag registrerade i Sundsvalls kommun. Ett stort antal av dessa har mer eller mindre regelbunden kontakt med någon företagsorganisation eller företagsnätverk, men av företagsorganisationers medlemsregister att döma så har det stora antalet företag i kommunen inte några sådana kontakter. Som en viktig plattform i formationen av Sundsvall Business Region beslutades att göra en genomgripande kartläggning av företags uttalade behov och åsikter i ett antal olika frågor. Som fond fanns Svenskt Näringslivs ranking av företagsklimat i Sveriges kommuner, en ranking där Sundsvalls kommuns position blivit allt sämre de senaste åren för att 2009 sjunka från plats 174 till plats 200.

Syftet med att göra en kartläggning är tvådelat. För det första, att få en så med verkligheten överensstämmande bild av vilka behov, om några, företagen i kommunen har av stöd och hjälp. Det andra är att så många av kommunens företag som möjligt får känna att deras åsikter behövs och att de fått en personlig kontakt med Sundsvall Business Region.

Detta är en redovisning av företagsinventeringen/behovsinventeringen. Det bör påpekas att detta inte är en vetenskaplig studie/undersökning utan en verksamhetsfunktionell studie. Målsättningen är att kartläggningen skall vara ett arbetsredskap för Sundsvall Business Regions interna utvecklingsarbete. Vissa delar kommer att publiceras och spridas men återigen inte som ett vetenskapligt resultat.

Denna rapport är en sammanställning av den kartläggning som Sundsvall Business Region genomfört under hösten 2009 och våren 2010.

Pernilla Berg
Vd, Investera i Sundsvall AB
Sundsvall Business Region

2. Rapportens upplägg

Rapporten är uppbyggd i fyra huvuddelar. Första delen beskriver och berättar om själva projektet, val och konstruktion av frågeenkäten. Den andra delen redovisar några teorier om hur man skapar förutsättningar för tillväxt, ur ett regionalt perspektiv. Detta för att ge en djupare förståelse för de frågor som kartläggningen prioriterat att ställa till företagen/företagarna. Den tredje delen är en sammanställning och redovisning av enkätfrågorna och den fjärde delen är en sammanfattande diskussion.

Det bör ytterligare förtydligas att detta inte är en vetenskaplig undersökning eller rapport, detta kan understrykas om inte annat än av ansatsen i den sista delen av rapporten. Kartläggningens syfte är att vara ett grundmaterial för den egna verksamhetens utveckling, och ett intressant diskussionsmaterial för policyutveckling¹ hos ledning och ägare.

¹ Med policy avses här de direktiv politiker och tjänstemän beslutar om som skapar ramverk för hela organisationen.

3. Teorier om tillväxt

3.1 Kunskapsdriven tillväxt

”...måste trygghet sökas genom människors omställningsförmåga snarare än via skydd för ett visst jobb på en viss plats.”

(Ds 2007:38)

Tittar man på Sverige i stort finns ett antal punkter som ger goda förutsättningar för en långsiktig tillväxt. Till dessa kan räknas att vi har ett stabilt politiskt system med en befolkning med relativt små klassklyftor samt få sociala- och politiska motsättningar. Sverige har en öppen utbildningsstruktur med ett bra system för livslångt lärande och ett socialförsäkringssystem som underlättar arbetskraftsomvandling. Rörligheten på högkompetenta människor är hög och stora delar av befolkningen har en god förmåga att kommunicera på det största världsspråket, engelska. Vi har förhållandevis många stora företag med global verksamhet och globala nätverk och kvaliteten på systemet med så kallade service-providers (revision, juridik och annan specialistkunskap) är relativt hög.

Sedan finns även ett antal faktorer som starkt hindrar svensk tillväxt. Trots en lång period av hög tillväxt så understiger näringslivets investeringar sparandet som är cirka 7% av BNP. Detta innebär att betydande investeringar görs utomlands och vi har en hög kapitalexport. Det privata tjänsteföretagande har haft en svag tillväxt i en internationell jämförelse och små företag har svårt att växa. Exempelvis så är antalet anställda i små företag lägst bland OECD-länderna. Svensk forskning är eftersatt och svenska universitet fortsätter att halka efter i världsrankingen. Utbildningen ger inte samma resultat och allt fler lämnar utbildningssystemet utan adekvata kunskaper. Sveriges förmåga att ta hand om nya svenskar blir allt sämre och kunskapen om Sverige i andra länder är svag.

I sin rapport ”Kunskapsdriven tillväxt” lämnar globaliseringsrådet övergripande policyförslag hur tillväxten skall stimuleras. Det rör främst utbildningssystemet, stimulering av entreprenörskap samt villkoren för att globala företag skall ha kvar och placera sina huvudkontor i Sverige (Ds 2007:38). Förekomsten av stora företag på en ort är en betydande förutsättning för all form av företagstillväxt (Forslid, 2008).

3.2 Viktiga indikatorer på tillväxt

När Sundsvall Business Region diskuterar verksamheten för framtiden blir den centrala frågan vilka etablerade teorier och tankar om hur man arbetar strategiskt och långsiktigt med tillväxt man skall luta sig emot? Har företagen några förväntningar? Eller mer relevant för detta arbete, vilka frågor bör ställas för att få reda på vilka förväntningar företagen har på arbetets inriktning?

Traditionell neoklassisk tillväxtteori hävdar att ökning av BNP bygger på ökad produktivitet och att tillväxt som uteslutande handlar om kapitalinvesteringar leder till en kortsiktig uppgång men långsiktig stagnation. De endogena teorierna bygger på att det finns ett nära samband mellan forskning och innovation å ena sidan och långsiktig tillväxt å den andra. Den

mest centrala delen i dessa teorier handlar om vikten av den geografiska lokaliseringen av företag eftersom de leder till positiva *spill-over* effekter. En större företagsetablering av ett eller flera globala företag leder till att ett system av andra företag kan växa upp runt och bidra till nya arbetstillfällen och ny kunskap. I sin rapport ”Du sköna nya globaliserade värld? – Starka kluster och svaga regioners betydelse för ekonomisk tillväxt” skriver Rikard Forslid att den långsiktiga tillväxten bestäms av mängden humankapital, kunskapskapital och kunskapsöverföring som sker mellan företag (Forslid, 2008).

I Sundsvall har det diskuterats mycket om sårbarheten i exempelvis IT-branschen kopplat till att branschens fortlevnad är avhängig några få större beställare. Enligt endogena tillväxtteorier skulle alltså denna ”sårbarhet” snarare betraktas som en förutsättning för en långsiktig tillväxt av branschen kopplat till regionen.

I Tillväxtverkets rapport från april 2010 ”Tillväxtfakta – Så växer Sverige och dess regioner” lyfts fyra viktiga nyckelfaktorer för starka lokala- och regionala miljöer:

- Kunskap, teknik och innovationer
- Näringslivsdynamik och entreprenörskap
- Internationalisering och stordrift
- Fungerande nätverk

Man omnämner även särskilt transport och logistik för både gods och människor som en förutsättning för funktionella arbetsmarknadsregioner. Dessa nyckelfaktorer är främst lokala och regionala policyfrågor och därmed inget som man med framgång kan fråga enskilda företag om. Så den uppenbara frågan: ”Hur tycker du att Sundsvalls kommun lyckas skapa förutsättningar för ditt företag runt dessa faktorer” är svår att ställa på ett trovärdigt sätt. Kartläggningsenkäten i sig kommer alltså inte direkt att svara på frågan om hur framgångsrika vi är som kommun eller region i dessa viktiga nyckelfrågor. Vad kartläggningen däremot kan svara på är hur företagen förhåller sig till utvecklingsfrågor som tangerar dessa faktorer. Det går att analysera dessa företag och hur deras behovsbild ser ut och därmed skapa ett kunskapsunderlag.

Syftet med att skapa bredare och djupare kunskap om företagen i Sundsvalls kommuns behov är att på ett bättre och mer insiktsfullt sätt kunna diskutera förändringar i den lokala stödstrukturen runt näringsliv. Detta i sin tur bygger på tesen att vår region behöver fler företag som växer, fler företag som anställer och fler företag som utvecklar möjligheten att ha en marknad utanför regionen. Generellt för Sverige för att klara intäkter och sysselsättning är: *alla skall ut*. Det vill säga, fler företag måste exportera sina varor och tjänster utanför regionen och utanför landets gränser.

EuroFutures rapport från oktober 2006 ”Tillväxtförutsättningar och regional attraktivitet” fokuserar tillväxtföretagande. De som intervjuats är de hundra mest snabbväxande företagen i varje län. Generellt skiljer sig svaren inte mycket mellan länen. 18 faktorer utkristalliserades som viktiga för företagens lokaliseringsbeslut och som avgjorde om orten och regionen var attraktiv. Dessa är indelade i hårda och mjuka faktorer.

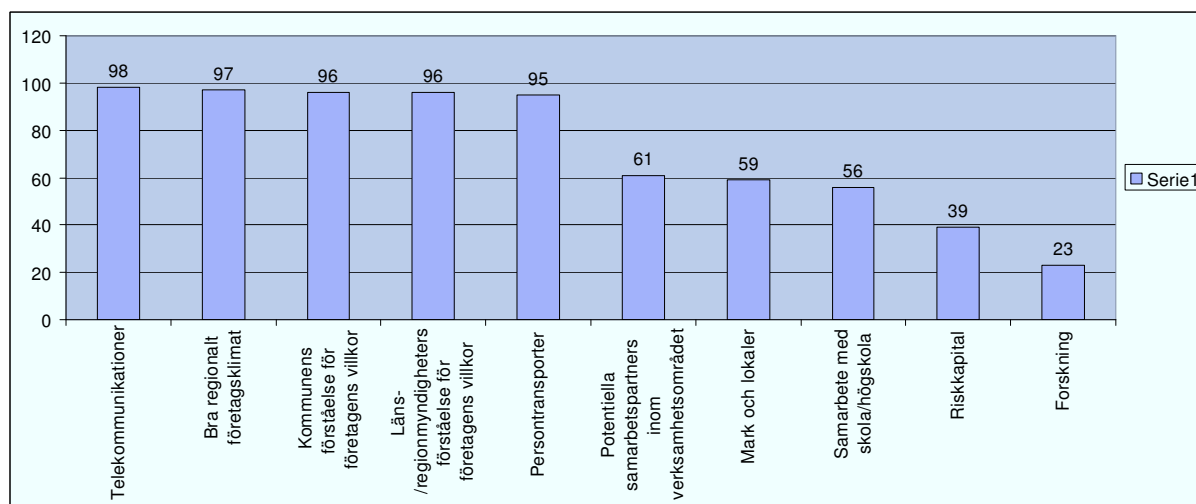
Hårda Faktorer	Mjuka Faktorer
1. Stabilitet och Förtroende	1. Nisch-utveckling
2. Produktivitet	2. Livskvalitet
3. Kostnader	3. Kompetens
4. Fastighetskoncept och priser	4. Kultur
5. Lokalt nätverk av supporttjänster	5. Personal
6. Kommunikation	6. Management
7. Den nya strategiska alliansen	7. Flexibilitet och Dynamik
8. "Incentive schemes" eller bidrag	8. Professionalism i kontakt med marknaden
	9. Entreprenörskap
	10. Den osakliga saktligheten

Källa: EuroFutures

Figur 1: Nyckelfaktorer för tillväxtföretag

Får företagen prioritera olika nyckelfaktorer ser det ut som tabellen nedan:

(Diagrammet redovisas i procent)



Källa: EuroFutures

När företagen fick prioritera nyckelfaktorer i olika tabeller i undersökningen placerade sig telekommunikationer högt upp på listan i samtliga. Värt att notera är att majoriteten anser att nätverk och kunskapsöverföring är en viktig faktor, ett behov som vi kan se i vår egen kartläggning (61 procent av de kartlagda företagen). Även värt att notera är att samverkan med högskola, riskkapital och forskning är de lägst prioriterade faktorerna. Detta är dock inget märkvärdigt resultat. Vi kan se från vår kartläggning att detta omfattar få företag, men företagen är stora arbetsgivare på orten. Huruvida dessa faktorer är viktiga för snabbväxande företag är ett antagande som ofta görs. Riskkapital och FoU är faktorer som berör ett fåtal företag, men utifrån rapporter från riskkapitalbranschen går det att säga att riskkapital och forskning är en viktig faktor för många tillväxtföretag (SVCA, 2010).

3.3 Kapitalförsörjning

Frågan om kapitalförsörjning kräver en extra omnämning eftersom den länge har varit ett prioriterat inslag i Västernorrland (och mittsverige), inte minst i en prioritering av regionalfondsmedel (EU). Karlläggningen innehåller även flera inslag av kapitalförsörjningsfrågor.

Svenska Riskkapitalföreningen (SVCA) sammanställer årligen en rapport som behandlar riskkapitalbolagens portföljbolag². Svenska riskkapitalfinansierade bolag (bolag med huvudkontor i Sverige) omsätter cirka 250 miljarder kronor och växer snabbare i både omsättning och årsanställda än exempelvis bolagen på OMX. Svenska riskkapitalbolag äger idag cirka 500 bolag som tillsammans har cirka 12 600 årsanställda. Sverige ligger högt upp på listan av länder i Europa vad gäller riskkapitalmarknadens andel i BNP 0,67%. Högst ligger Storbritannien på 0,74%, Europasnittet ligger på 0,40%. Svenska riskkapitalbolag har även ägande i utländska bolag, 160 stycken med cirka 670 000 anställda (SVCA, 2010).

Riskkapital berör endast en liten del av företagen i Sverige som har planer och potential att växa. Ofta föreligger vissa missförstånd om vad riskkapital egentligen är. Skillnaden på ägarkapital (riskkapital), riskvilligt lånekapital och bidrag. Att tillgången till riskkapital är viktig för företag som växer och för nya idéer att gå från idé till tillväxtbolag är ingen diskussion som är kontroversiell. Den stora frågan är sett till Västernorrland och Sundsvall är vilka företag som säger sig vara behov av riskkapital, vilka som söker riskkapital och hur kunskapen runt riskkapitalfrågor ser ut bland företagen.

² Det privata riskkapitalet (affärsänglar/private investors) är inte medräknade.

4. Utformningen av enkätens frågor

4.1 Frågeställningar

De fyra delvis kommun/offentligfinansierade företagen /organisationerna ”Investera i Sundsvall”, ”Åkroken SciencePark”, ”Visit Sundsvall” (länsprojekt) och den helt kommunfinansierade ”Företagslotsen” har valt ut ett antal frågor och frågeställningar de anser centrala för Sundsvall Business Regions fortsatta utveckling som näringslivsservice- och utvecklingsorganisation i framtiden.

Den övergripande och öppna frågan som ställdes till samtliga organisationer: **Vad har företagen för behov?**

Nedan redovisas de svaren som inkom från Investera i Sundsvall, Åkroken Sciencepark samt Företagslotsen/Sundsvalls kommun. Frågorna/frågeställningarna redovisas såsom de inkom, utan förklaringar eller tillägg.

1. Kompetensförsörjning och rekrytering?
2. Lokalen
3. Anställa eller avveckla, personal?
4. Behov av lokalkännedom.
5. Vilka är dina säljkanaler?
6. Bransch verkar du i/vad gör du?
7. Grunduppgifter
8. Saknar ni någon bransch/leverantör i stan/regionen? Underleverantörer eller kompetenser?
9. Stöd till utveckling av idéer. Behöver ni stöd för utveckling av idéer?
10. Hur ser era nätverk ut och vill ni vara med i något nätverk?
11. Mötesplatser? Vad vill ni ha för slags mötesplatser? Frullemöten, lunchmöten, cocktail etc?
12. Kan ditt företag ta emot praktikanter?
13. Hur ser ni på dagens arbetskraft, kunskapsnivå?
14. Vill du/ditt företag växa?
15. Vad krävs för att ni skall växa?
16. Kan ni ha guidade turistvisningar?
17. Generationsväxling?
18. Externa styrelsemedlemmar?
19. Vilka näringslivsinriktade frågor vill ditt företag vara med och utveckla?
20. Kan ett nätverkbaserat diskussionsforum för näringslivsfrågor vara intressant för ditt företag?
21. Har ditt företag haft kontakt med MIUN?
22. Om ja, har kontakten varit värdefull?
23. Önskar ditt företag kontakt och samverkan med MIUN?
24. Vad skulle du rekommendera att turister ser när de besöker Sundsvall?

25. Är Sundsvall en bra konferensstad?

26. Hur ofta rekommenderar du Sundsvall som konferens/turiststad?

Det bör påpekas att frågor runt besöksnäring och turism inte kommer att sammanställas eller på annat sätt behandlas i denna rapport utan kommer att behandlas i en särskild rapport.

Vi valde att anlita statistiker från Mittuniversitetet att formulera frågorna i enkäten (se bilaga 1). För att få en så funktionell enkät som möjligt utelämnades en del frågor, exempelvis frågan om företagen har för avsikt att varsla personal. Dels för att det är en fråga vi misstänker att företagen inte kommer att vilja svara på och dels för att det i en vagare formulering än ”kommer du.../har du för avsikt att...” kan avfärdas som rent spekulativ och därmed inte lika tillförlitligt fakta som de övriga frågorna.

Besöksnäringens frågor tangerar den privata sfären. Vi vill att respondenten skall svara på enkäten i sin helhet med sig själv som företagare eller företagsrepresentant så att fråga om privatturism kan förvirra. Därför valde vi att ställa alla besöksnäringensfrågorna ur ett affärsperspektiv och understryka affärsturism och affärskonferenser.

Ett annat exempel är frågan om arbetskraftsomvandling. Arbetskraftsomvandling, eller hur snabbt det moderna samhället klarar av att styra om humankapital/kompetens genom exempelvis kortare yrkesutbildningar, fortbildning och livslångt lärande är ett viktigt mått på ett lands förutsättning för långsiktig tillväxt. Frågan om humankapital är även en av de frågor som Sundsvall Business Region har med i sina frågeställningar. Vi har dock gjort bedömningen att ett företag inte kan förväntas kunna svara på hur väl Sundsvalls kommun eller regionens utbildningssystem kan tillhandahålla detta och än svårare hur kvaliteten på utbildningssystemet ser ut.

Vi valde att samla in enkäten genom att utföra telefonintervjuer. Detta för att mängden svar i detta fall var intressant för upprättandet av Sundsvall Business Regions kunddatabas. I september 2009 anställde projektet genom projekt ”e-länet” fem telefonintervjuare.

Vi gjorde två tester på ett mindre antal bolag och hade seminarier mellan för att ändra och utveckla frågebatteriet.

4.2 Avgränsning, kategorisering och ”resan” till en projektstart

Vi valde att göra ett urval och/eller avgränsning av respondenter för att dels få en relevant population och dels minska antalet respondenter. Första urvalet var företag som har en årsomsättning på över 1 miljon kronor. Tanken var att med en omsättning på över en miljon kronor har åtminstone ägaren sin huvudsakliga utkomst från bolagets verksamhet. (Återigen så är kartläggningen framför allt en verksamhetsutvecklande åtgärd och syftet är alltså inte att göra en vetenskaplig studie varför denna diskussion inte kommer att föras i omfattande grad här.) Efter ett uttag av listor hos ”Upplysningscentralen” (UC) utkristalliserades en population på cirka 1400 bolag, en allt för liten population ansåg vi eftersom där fanns ett antal företag/organisationer som inte är aktuella för kartläggningen, exempelvis dotterbolag till kommunala bolag, bostadsrättsföreningar, pastorsexpeditioner etc. Efter några sökningar och slagningar beslutade vi oss för att ha ambitionen att karlägga samtliga bolag med en

årsomsättning över 300 000 sek. Av de 8 372 företag som fanns registrerade i Sundsvalls kommun i juni 2009, genomföres en manuell selektering där vi tog bort just pastorsexpeditioner, bostadsrättsföreningar och holdingbolag. Kvar i en s.k. rådatalista hade vi då 4 716 företag med en årsomsättning på över 300 000 sek.

Av dessa 4 716 företag visade det sig att ytterligare 1 444 företag var irrelevanta för kartläggningen, där siffrorna från UC visade sig inaktuella eller felaktiga. Av de 3 272 kvarvarande bolagen föll även 928 företag bort (ville ej delta/svarade aldrig) och slutresultatet gav vid handen 2 344 företag vars svar utgör underlaget för denna rapport.

4.3 Kategorisering

För att underlätta att kunna göra generaliseringar och se mönster har en del av arbetet varit att dela in företag i kategorier, dels efter storlek och dels efter måttet branschkode. I denna rapportering har SNI-kodning valts. SNI bygger på Statistiska Centralbyråns (SCB) kategorisering som i sin tur är en EU-standard. I denna enkät har vi förenklat dessa och slagit ihop kategorier. Fullständigt SNI-register kan återfinnas på SCB:s hemsida www.scb.se.

5. Sammanställning av frågorna

Eftersom syftet med kartläggningen har varit att få mer information och kunskap om vad företagets behov är det just det som är perspektivet för sammanställningen av frågorna. I vissa fall kan det anses som mer intressant att se vad företagen inte vill i vissa frågor, men det perspektivet lämnar vi över till någon annan part att analysera.

5.1 Företagen

Bland de 2344 företagen vi kartlagt med en omsättning över 300 000 sek är majoriteten (1471) aktiebolag, 704 enskild firma, 141 handelsbolag och 27 kommanditbolag. Ett företag vill/har inte svarat på frågan. 1111 av företagen ägs av män, 639 har fler än en ägare och 316 företag ägs av en kvinna. 154 bolag ägs publikt (börsbolag) och 117 ägs av andra konstellationer eller vill inte svara på frågan.

Den största numerären 1053 bolag har mellan 1-10 anställda och av dem är det stora flertalet aktiebolag. 915 av de kartlagda bolagen är soloföretag och bland dem är majoriteten 545 enskilda näringsidkare. Av de 360 bolagen som har mellan 11 och 250 anställda är majoriteten 355 aktiebolag, och ingen är enskild firma. Bland de 13 bolagen som har fler än 250 anställda är 9 publikt ägda och 2 har fler än en ägare, samtliga aktiebolag.

Genderperspektivet (könsperspektivet) som ett horisontalt kriterier kommer att behandlas i ett särskilt kapitel längre fram (se kapitel 5.6).

Ägarbilden kopplat till hur många anställda företaget har i regionen

(Tabellen redovisas i absoluta tal)

ANTAL ANSTÄLLDA						
	Inga anställda	1-10 anställda	11-250 anställda	Över 250 anställda	Totalt	
ÄGAR BILD	Kvinna	202	104	10	-	316
	Man	544	490	77	-	1111
	Fler ägare (ej publikt)	161	349	127	2	639
	Publikt bolag	2	53	90	9	154
	Vet ej/ej tillämpligt	-	17	5	-	22
	Annat	6	38	49	2	95
	Totalt	915	1051	358	13	2337*

* 7 av företagen svarade inte på frågan

Värt att notera är att 9 av de 13 bolag som har fler än 250 anställda har sitt ägande utanför regionen (eftersom vi inte har några huvudkontor för börsbolag i Sundsvallsregionen), samt att 90 av 358 bolag som har mellan 11-250 anställda även de har ägande utanför regionen.

5.2 Företagens inställning till strukturella samhällsfrågor

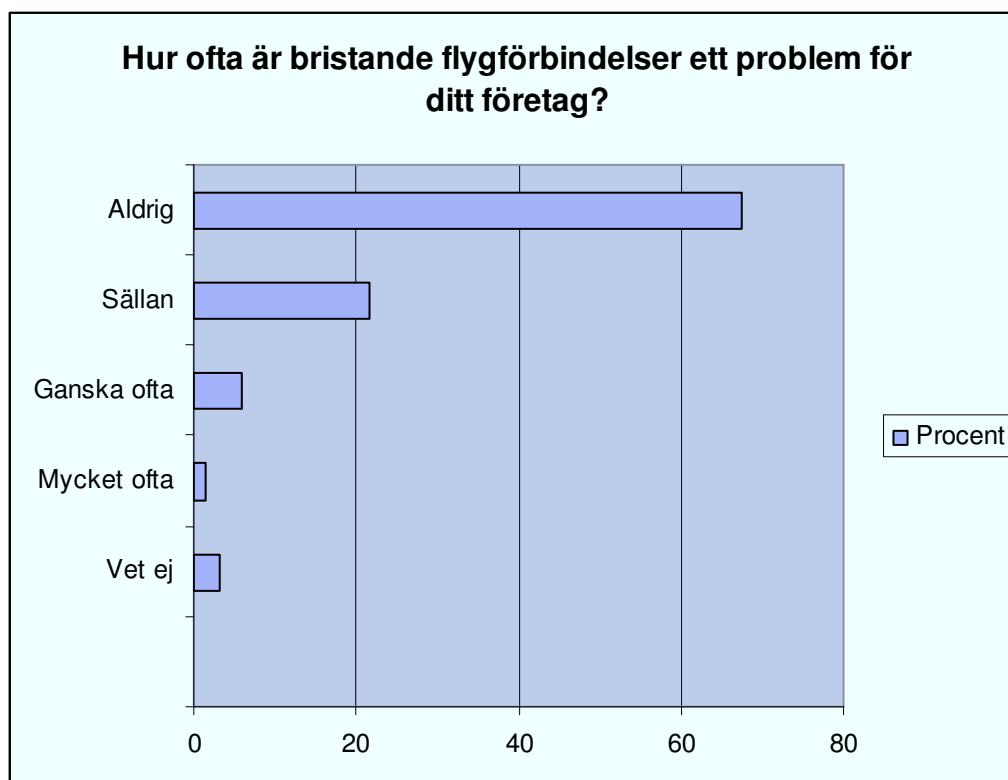
Den fysiska infrastrukturen betraktas nästan alltid som en nyckelfaktor för en regions förutsättningar att skapa tillväxt. Som exempel kan nämnas import- och exportverksamhet, affärsresor och persontransporter (pendling). Sundsvalls kommun och Västernorrlands län satsar stora pengar på att förbättra infrastrukturen, inte minst E4:a satsningen och Botniabanan.

Sundsvalls kommun har fått låga rankingsiffror ibland annat Svenskt Näringslivs ranking på företagsklimat i Sveriges kommuner. Mycket av det handlar om attityder, och som de 100 mest snabbväxande företagen vittnar om är kommunens (politiker och tjänstemän) attityder viktiga faktorer för företagens villkor.

Kommande kapital är uppdelat i två delar. Ett som handlar om infrastrukturen och ett som handlar om attityder runt företagens villkor.

5.2.1 Inställning till frågor om infrastruktur

(Tabellen redovisas i procent)

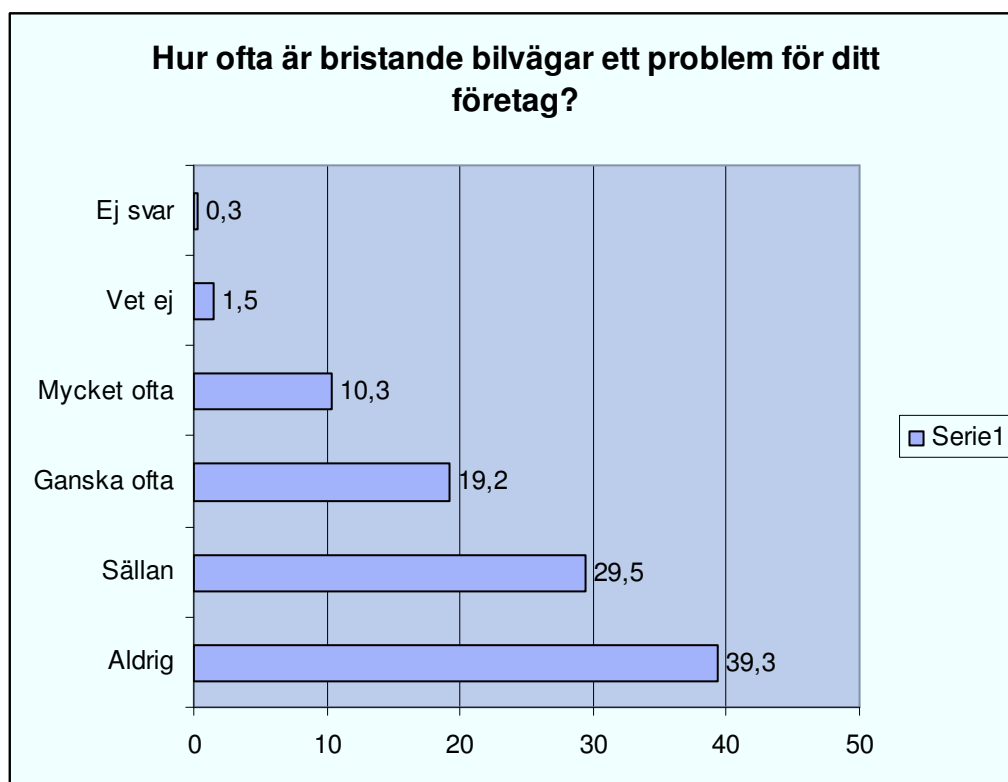


Om man tittar på tabellen ovan kan man konstatera att 89% av företagen i Sundsvalls kommun *sällan* eller *aldrig* har problem med bristande flygförbindelser. Drygt 7% av

företagen säger att de *ganska ofta* eller *mycket ofta* har problem med brister i flygförbindelser.³ Vilka företag är det som tycker vad?

Vid en närmare betraktelse över vilka företag som beskriver nuvarande flygförbindelser som ett problem så är det företrädesvis företag som har fler än 250 anställda samt de som har mellan 11-250 anställda. Minsta problemet är bristande flygförbindelser för soloföretagen. Av de 34 företagen som säger att det mycket ofta är ett problem återfinns några av de största arbetsgivarna i Sundsvall, men framför allt företag som har sitt ägande utanför regionen. Det är framför allt IT-branschen, byggindustri och den tekniska delen av servicebranschen som har problem, men även detaljhandel.

(Tabellen redovisas i procent)

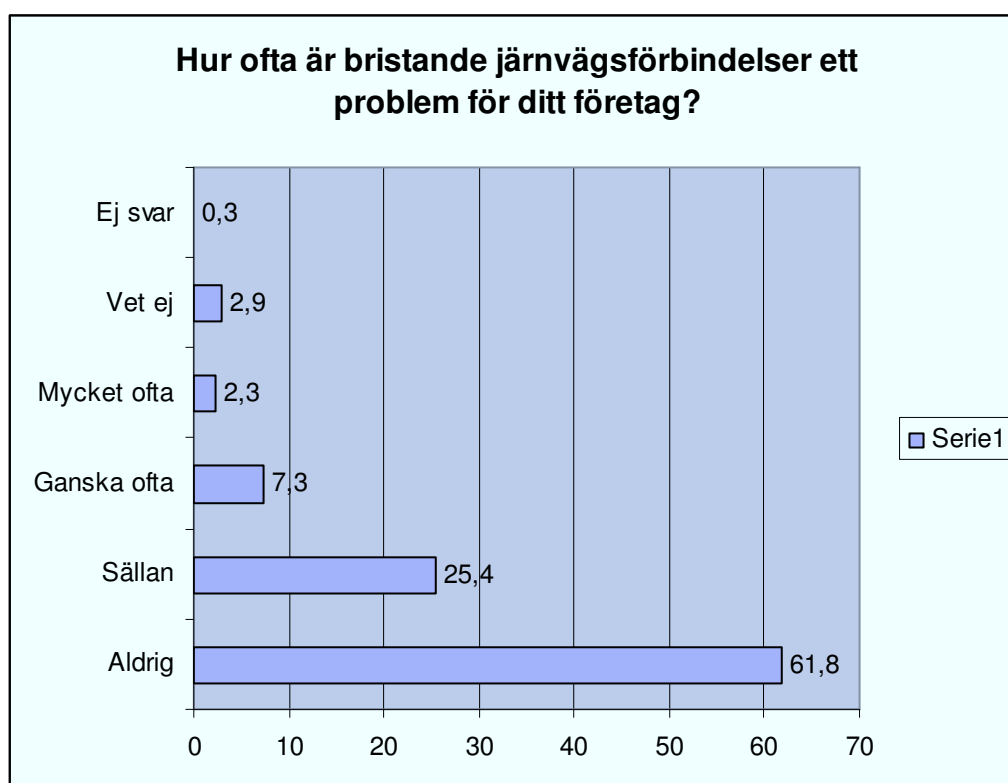


När det kommer till bristande bilvägar är det företag med över 250 anställda som sticker ut. Här hävdar 39% att de *ganska ofta* eller *mycket ofta* har problem med bristande bilvägar. För övriga företag (soloföretag, 1-10 anställda samt 11-250 anställda) anser 30% att de *ganska ofta* eller *mycket ofta* har problem.

De branscher som förefaller ha störst problem med bilvägar återfinns transport- och logistikföretag, detalj- och partihandel, byggindustri (bygg & anläggning) samt teknisk service.

³ 7 företag har inte svarat på frågan och 77 företag säger sig inte veta. Dessa 77 företag finns mestadels bland soloföretagen (33) och hos de som har mellan 1-10 anställda (37). Det finns inget företag representerat bland de som har över 250 anställda.

(Tabellen redovisas i procent)



Samma princip gäller här som för flygförbindelser. Majoriteten av de som tycker att bristande tågförbindelser *ganska ofta* eller *mycket ofta* är ett problem har fler än 250 anställda, tätt följd av företag med mellan 11 och 250 anställda, soloföretagen berörs minst.

Bristande tågförbindelser förefaller vara ett tämligen litet problem, endast 225 företag uppger att det föreligger ett problem (171 *ganska ofta* och 54 *mycket ofta*). Här är det ingen särskild företagskategori som sticker ut.

5.2.2 Myndigheters inställning till företagande

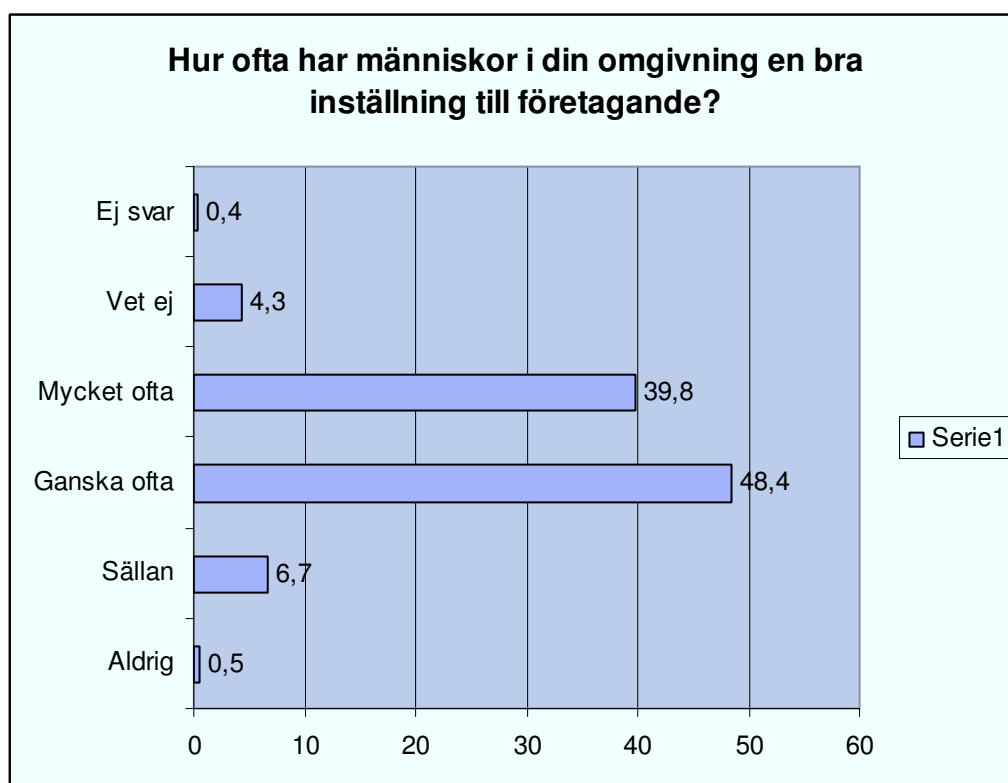
Det finns ett tydligt samband mellan en kommuns dynamik, skatteintäkter, befolkningsökning, sysselsättningsgrad och placering på Svenskt Näringslivs företagsranking. Samtidigt sker en inflyttning till vissa kommuner oavsett näringslivsklimat, ett fenomen främst i storstadskommuner och kommunerna runt dessa. Dessa kommuner kännetecknas av en hög grad pendlare in och ut från kommunerna och skapar därmed en hög sysselsättningsdynamik. Befolkningsökning beskrivs ofta i modern tillväxtforskning som den viktigaste nyckelfaktorn till ett dynamiskt näringsliv och tillväxt. Det är en komplex fråga, om vad som kommer först, företagsklimat eller kommunens utveckling, de torde finnas en hög grad av interdependens mellan de två.

I en rapport för Svenskt Näringsliv från 2009 (*Företagsklimatets betydelse för kommunal utveckling*, Kreicbergs) utreds sambandet mellan det lokala företagsklimatet och tillväxten i

befolkning, skatteintäkter och jobb. Kreicbergs skriver att det finns ett påvisat samband mellan företagsklimat och befolkningsutveckling. Om vi tittar på Sundsvall ser vi att den genomsnittliga befolkningstillväxten årligen är 0,3% (medel bland bottenkommuner, det vill säga de kommuner med sämst befolkningstillväxt är 0,5%) medan siffran för de topprankade kommunerna ligger på cirka 1%. Skulle Sundsvall ligga topplacerad skulle det innebära en ökning på cirka 1500 invånare årligen.

Sundsvalls kommun (och Västernorrlands län) har de senaste åren sjunkigt på den ranking Svenskt Näringsliv producerar av näringslivsklimat i Svenska kommuner. Diskussionerna har varit många runt studiens trovärdighet och vetenskapliga validitet och reliabilitet. Kvarstår gör dock det faktum att det är ett riktmärke för många kommuner att mäta sin attraktivitet. Vad händer om ungefär samma frågor ställs till en större population? En fråga vi vill utforska är hur kommunens tjänstemän, politiker, andra myndigheter (som jobbar med företagsfrågor) och människor i allmänhet jämförs med varandra i frågan om inställning till företagande.

(Tabellerna redovisas i procent)

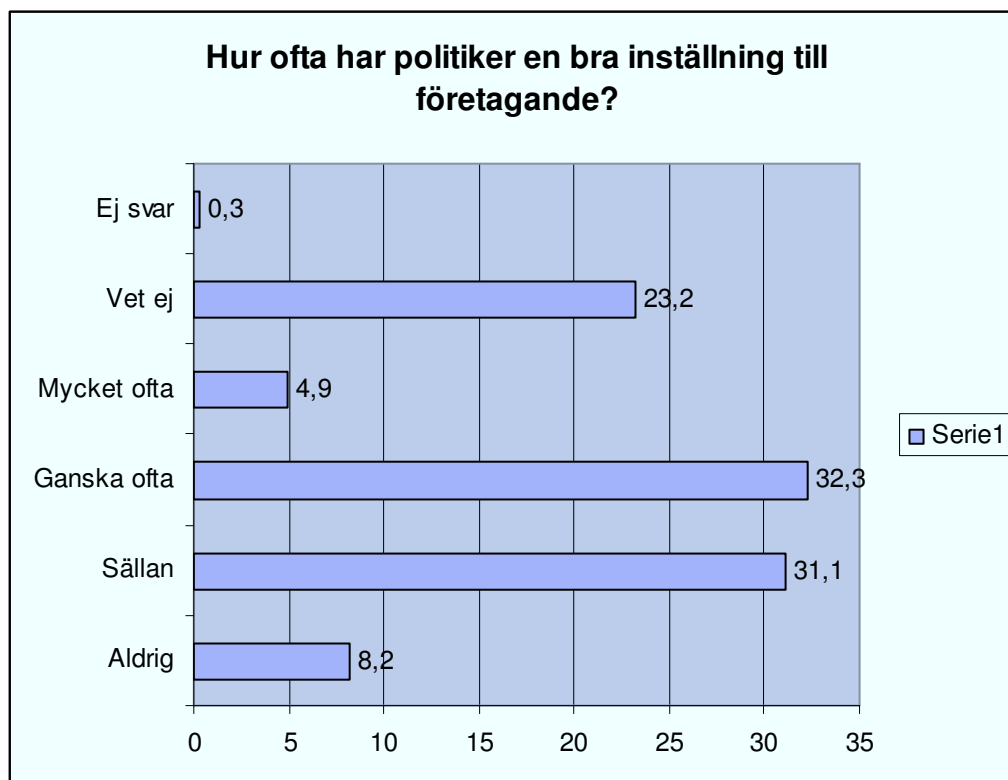


Här uppger 2066 eller 88 procent av tillfrågade företag att de anser att människor i allmänhet *ganska ofta* eller *mycket ofta* har en bra inställning till företagande. Generellt kan man säga att ju större företag man har desto mer välvilligt inställd upplever man att allmänheten är. För företag med över 250 anställda anser 100 procent att allmänheten *ganska ofta* eller *mycket ofta* har en bra inställning, siffran är 91 procent bland företag med mellan 11-250 anställda. Minst positiva anser soloföretagen att allmänheten är, här är motsvarigheten 87 procent.

Med ett grovt penseldrag kan man säga att företag som representerar mer tekniskt inriktade branscher såsom skoglig verksamhet, tillverkningsindustri och IT/teknik upplever

allmänheten som mest positiv. Inom olika servicebranscher uppstår flest företag som sällan eller aldrig tycker att allmänheten har en bra inställning till företagande, detsamma gäller fastighetsbranschen.

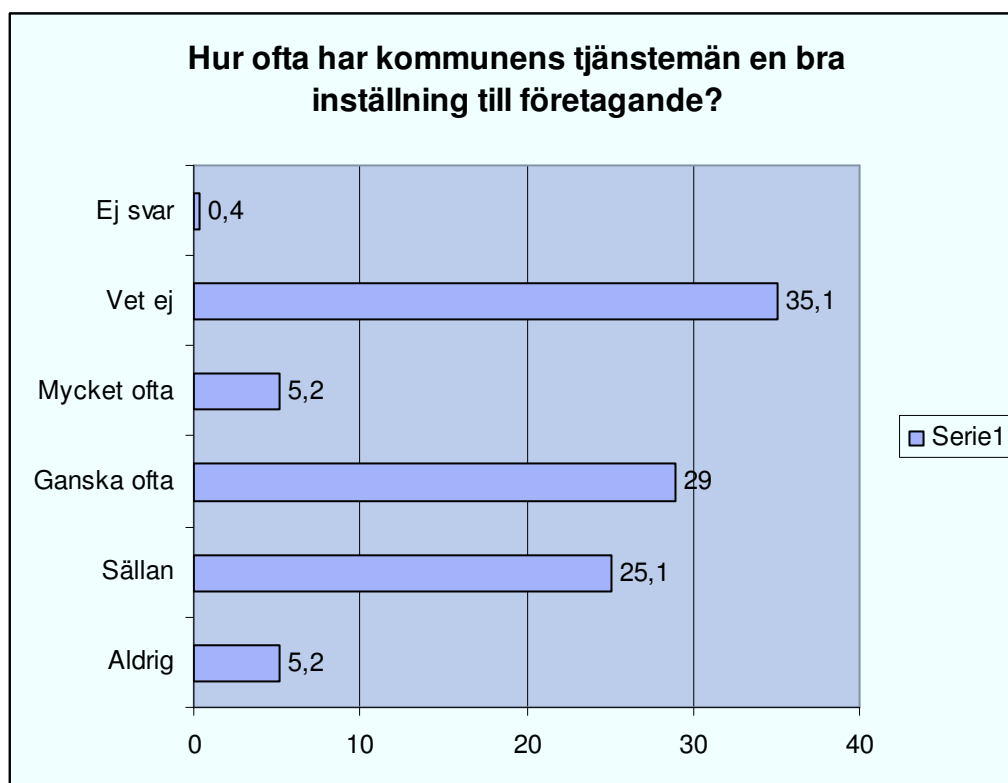
(Tabellen redovisas i procent)



Upplevelsen bland de kartlagda företagen är att 920 av de 2335 svarande (på frågan) eller 39% anser att politiker *aldrig* eller *sällan* har en bra attityd till företagande. 871 företag eller 37% anser att politiker *ganska ofta* eller *mycket ofta* har en bra attityd till företagande. Värt att notera är att 23% av de tillfrågade, alltså 544 företag inte vet vad politiker har för inställning till företagande. Det är inte en fråga om att de inte kan svara på frågan, endast 0,3% (8 företag) har valt att inte svara på frågan.

Samma princip som hos allmänheten applicerar på denna fråga. Ju större företaget är desto bättre inställning upplever man att politiker har. Det mönster man kan skönja är att branscher där man har mycket myndighetskontakt anser oftare att politiker aldrig eller sällan har en bra attityd, exempelvis café och restaurang, fastighetsbranschen, byggbranschen samt detalj- och partihandel. Bland de företag som säger sig inte veta vad politiker har för inställning återfinns flest företag inom jordbruk, service och transport/logistik. Mest anmärkningsvärt är kanske det sista, hela 26 av 134 företag inom transport och logistik säger sig inte veta vad politiker har för inställning till företagande. Detta trots den ökade kommunikationen mot företag i samband med ut- och ombyggnaden av E4:an

(Tabellen redovisas i procent)



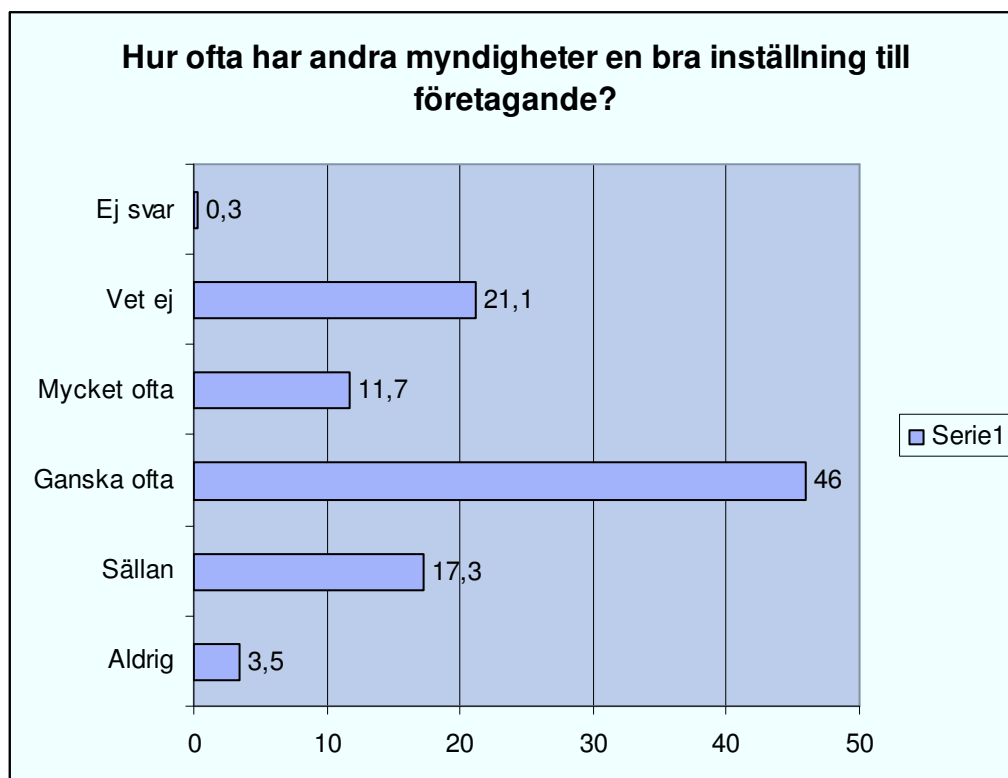
Till sakens natur hör att om man inte driver ett företag som behöver ha kontakt med kommunala tjänstemän kan det vara svårt att uttala sig om kommunala tjänstemäns inställning till företagande. Hela 822 företag eller 35% av de kartlagda företagen säger sig inte veta vilken inställning kommunala tjänstemän har till företagande. Det är den största numerären i en jämförelse mellan allmänheten, politiker, kommunala tjänstemän och andra myndigheter.

Här tycker företagarna oavsett företagets storlek ganska lika. 802 företag, eller 35% av respondenterna anser att kommunala tjänstemän *ganska ofta* eller *mycket ofta* har en bra inställning till företagande. 710 företag, eller 30% av respondenterna anser att kommunala tjänstemän *aldrig* eller *sällan* har en bra inställning. Kommunens tjänstemän får således ett bättre betyg i sin inställning än de kommunala politikerna. En intressant frågan blir då vems policy⁴ som efterlevs.

Tittar man på fördelningen på bransch kan man generellt säga att de företag som tycker att kommunala tjänstemän har en mindre bra inställning är just de som har mycket med kommunens verksamhet att göra, exempelvis fastighetsbolag, jordbruk, serviceföretag och detalj- och partihandel

⁴ Policy i detta fall handlar om övergripande ramverk för organisationens verksamhet.

(Tabellen redovisas i procent)



De myndigheter vi valt att exemplifiera med är skatteverket, bolagsverket och kronofogdemyndigheten.

Den stora merparten 1353 (58%) av respondenterna uppger här att de anser att dessa myndigheter *ganska ofta* eller *mycket ofta* har en bra inställning till företagande. 488 eller 21% tycker anser att myndigheterna *aldrig* eller *sällan* har en bra inställning till företagande, 495 eller 21% vet inte. Det är ingen större skillnad på vad företagen anser sett till storleken på företaget. Dock har inget av de största företagen svarat *aldrig* eller *sällan*.

Det finns ingen bransch som står ut i denna fråga. Möjligtvis så kan det nämnas att branschen parti- och detaljhandel här inte är anmärkningsvärt störst i numerären trots att de är störst i numerären i kartläggningen.

5.2.3 I en jämförelse

I en jämförelse kan alltså sägas att varken myndigheter eller politiker i sitt utövande speglar allmänhetens inställning till företagande. Företagen oavsett storlek tycker rätt så lika, särskiljer gör sig ibland de största företagen. De tycks kunna hantera sina kommunkontakter med både tjänstemän och politiker utan att behöva ytterligare stöd från någon näringslivsorganisation. Resultatet av kartläggningen visar även på att de betydligt oftare än mindre företag har uppfattningen om att kommunens politiker och tjänstemän har en bra

inställning till företagande. Slutsatsen man kan dra av det är att stora företag själv kan hantera de externa kontakter de behöver ha för sin verksamhet. Detta torde kunna bero på att de har organisationen och resurserna för att professionellt kunna hantera kontakter. Detta bör inte ses som ett anmärkningsvärt resultat. Sverige är stordriftsvänligt och har historiskt sätt lång erfarenhet av stora företag.

5.3 Tillväxt, Finansiering och Riskkapital

En vanlig bild av företag och kapital är att kapital oftast är en bristvara. Vi har valt att ställa frågan om finansiering och riskkapital tämligen öppen. Det är därför svårt att fördjupa sig mycket i när det är ett problem för företaget, eller vilken form av finansiering som utgör själva problemet. Det vill säga, handlar det om riskkapital, lånefinansiering, bidragsfinansiering eller likviditetsproblem. Vad man får genom att ställa den generella och direkta frågan om hur ofta finansiering är ett problem är endast en bild av reaktionen på själva frågan. Nedan finns svaren på frågan redogjord ställt tillsammans med frågan vilken attityd företaget har till tillväxt. Merparten av företagen 1385 vill att företaget växer medan en betydande del faktiskt inte vill att företaget växer (816).

Företagets inställning till tillväxt ställt till hur ofta företaget har problem med finansiering.

(Tabellen redovisas i absoluta tal)

PROBLEM MED FINANSIERING							
	Aldrig	Sällan	Ganska ofta	Mycket ofta	Vet ej	Totalt	
INSTÄLLNING TILL TILLVÄXT	Vill att företaget växer	523	552	189	57	64	1385
	Vill inte att företaget växer	448	271	60	23	14	816
	Har ingen åsikt	64	30	5	6	5	110
	Totalt	1035	853	254	86	83	2311⁵

Med fokus på de 1385 företagen som säger sig vilja växa är det 248 företag som säger sig *ganska ofta* eller *mycket ofta* ha problem med finansiering. På tabellen nedan kan utläsas att 178 företag vill växa genom sammanslagning/uppköp eller via finansiellt tillskott (ofta går dessa två hand i hand men respondenterna har blivit ombedda att prioritera). Av dessa 178 är det 44 företag som *ganska ofta* eller *mycket ofta* har problem med finansiering. Över huvud taget är det 344 bolag som *ganska ofta* eller *mycket ofta* säger sig ha problem med finansiering.

⁵ Observera att det är 2311 av 2344 som svarat på frågan.

Frågan om företaget vill växa ställt till hur de helst vill växa

(Tabellen redovisas i absoluta tal)

		HUR FÖRETAGET HELST VILL VÄXA				
		Samman- slagning/ uppköp	Finansiellt tillskott	Organiskt	Annat	Totalt
VILJA ATT VÄXA	Vill att företaget växer	97	81	1096	104	1378
	Vill inte att företaget växer	2	1	6	12	21
	Har ingen åsikt	0	0	1	5	6
	Totalt	99	82	1103	121	1405⁶

127 företag tror att de kommer att söka riskkapital under 2009 eller 2010, men i åtminstone 181 fall kan riskkapital komma på frågan. Man skulle kunna dra en snabb slutsats att det finns luckor i kunskapen om hur man finansierar och bygger tillväxt hos många företag.

91 av de kartlagda företagen uppger att de sökt riskkapital under 2000-talet. På frågan vart företagen sökt riskkapital ser svaren ut som följer:

Bolag	Antal
Annat ⁷	38
Affärsänglar/private investors	19
Västernorrlandsfonden	13
SamInvest	9
Investa företagskapital	8
Vill inte uppge	4
Totalt	91

Frågan är vilka företag som skulle kunna vara de regionala riskkapitalfondernas potentiella kunder. Nedan redovisas i en tabell de företag som säger sig vara intresserade av att söka riskkapital samt den primära tillväxtstrategin de har.

Tabellen redovisar hur företaget helst växer ställt till hur sannolikt det är att de kommer att söka riskkapital de närmaste åren.

(Tabellen redovisas i absoluta tal)

		HUR SANNOLIKT DET ATT FÖRETAGET SÖKER RISKKAPITAL					
		Ja, mycket sannolikt	Ja, ganska sannolikt	Nej, ganska osannolikt	Nej, mycket osannolikt	Vet inte	Totalt
HUR FÖRETAGET VILL VÄXA	Sammanslagning/ uppköp	5	5	15	58	16	99
	Finansiellt tillskott	7	8	11	50	6	82
	Organiskt	22	39	112	806	117	1096
	Annat	5	13	21	73	8	120
	Totalt	39	65	159	987	147	1397

⁶ Observera att det är 1405 av 2344 som svarat på frågan.

⁷ Se bilaga 3

Här om någonstans blir det tydligt att begreppet riskkapital och dess innebörd är svårt att förstå. Exempelvis så uppger 65 av de 1096 företagen som säger sig främst vilja växa organiskt att de förmodligen kommer att söka riskkapital under de kommande två åren. Reservationen är att de fått prioritera tillväxtstrategi så det innebär ingen direkt motsägelse, men det är definitivt en fråga värd att fundera över. Ett mer anmärkningsvärt resultat är att av de 99 företagen som angivit att de vill växa genom sammanslagning och uppköp endast är 10 stycken som anser att riskkapital är strategin att välja. Två huvudslutsatser kan dras av det. Den ena är att många företag faktiskt saknar kunskap om vad riskkapital faktiskt är och vilka möjligheter som kan öppna sig att ha riskkapital som ägare. Eller så är frågan om riskkapital inte viktig för merparten av Sundsvalls företagare.

Frågan är om det går att skapa sig större kunskap om vilken slags finansiering som oftast saknas genom att titta på vilka branscher som upplever svårigheter och inte, samt om företagens storlek har betydelse. Fördelat på branscher ser det ut följande:

Ganska ofta	Antal	Mycket ofta	Antal
Detalj- och partihandel	42	Detalj- och partihandel	20
Café & Restaurang	28	Transport & Logistik	8
Service - övrig ⁸	22	Jordbruk – djurhållning	
Byggindustri – bygg & anläggning	16	Service – övrigt	5
Transport & Logistik	15	Scenkonst & Kultur	5
Fastighet	14	Byggindustri – bygg & anläggning	4
Jordbruk – djurhållning	11	Café & Restaurant	4
Service - teknik ⁹	11		
Friskvård & Hälsa	10		

Det är 1911 företag som *aldrig* (1048) eller *sällan* (863) uppger att de har problem med finansiering (84 vet inte och 5 företag har inte svarat på frågan). Generellt kan man säga att företagen i Sundsvalls kommun inte har problem med finansiering. På just frågan hur ofta finansiering är ett problem svara mellan 69-100% av företagen i de olika branscherna att de *aldrig* eller *sällan* har problem med finansiering. Medelvärde i procent av företag som svarat *aldrig* eller *sällan* är 87,9% och medelvärdet hos de som svarat *ofta* eller *mycket ofta* ligger mellan 0-27% och medelvärdet är 15%.¹⁰ Storleken på företaget tycks inte ha någon större inverkan. Svaren *aldrig* eller *sällan* ligger på mellan 80-92% och *ganska ofta* eller *mycket ofta* mellan 11-16%. Av dem som svarat vet ej så har 74 av 84 företag mellan 1-10 och 11-250 anställda. Detta skulle kunna förklaras av att frågorna ibland ställts till dem som har ansvar men inte budget- och ekonomiansvar.

De som uppgivit *annat* hade möjlighet att uppge hos vilket annat bolag de sökt riskkapital, de svar som inkom redovisas i bilaga 3. Av svaren att döma finns vissa luckor i kunskap bland företag om vad riskkapital faktiskt är, det vill säga, ägarkapital. Almi, Bank, länsstyrelse, Norrlandsfonden och även familj är inte att betrakta som riskkapital.

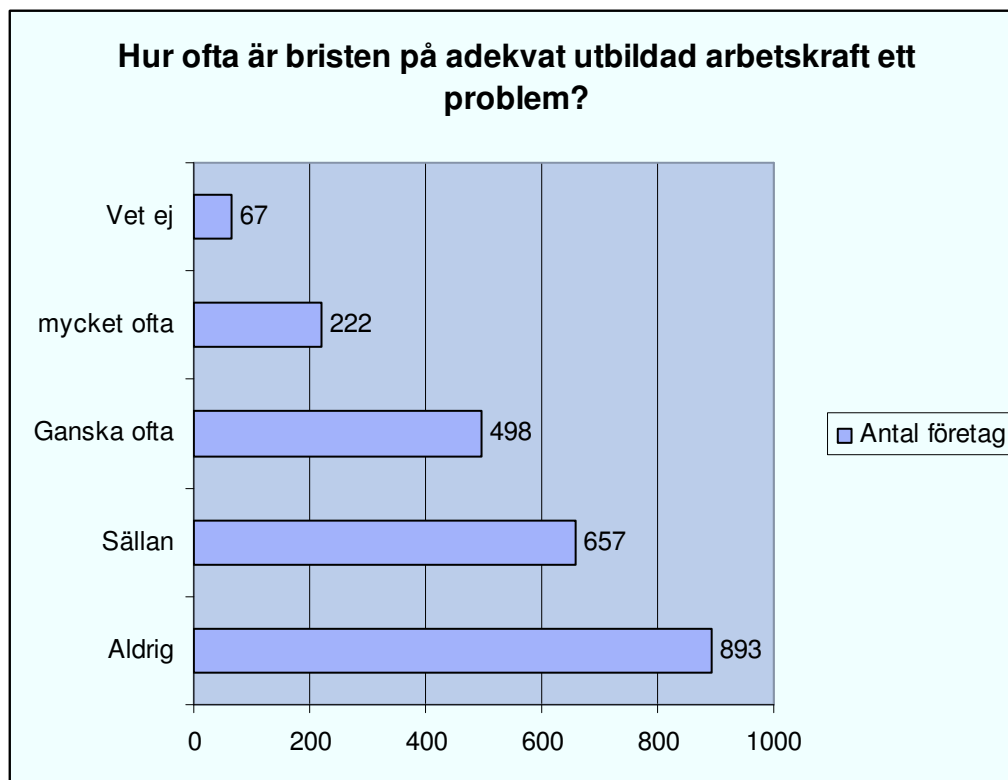
⁸ Under rubriken "service – övrigt" finns exempelvis skomakare, frisörer, plåtslagerier och spaverksamheter.

⁹ Under rubriken "service – teknik" finns exempelvis vvs-firmor, el-firmor och ljudfirmor.

¹⁰ De 84 företagen som svarat "vet ej" påverkar procentsatsen så till vida att de utgör 3,6% av svaren.

5.3.1 Tillgång och behov av kompetens

(Diagrammet redovisas i absoluta tal)



Som kan utläsas av tabellen ovan så är frågan om adekvat (rätt för uppgiften) utbildad arbetskraft ett inte helt oväsentligt problem för många företag. 31 procent av de kartlagda företagen uppger att de ”ganska ofta” eller ”mycket ofta” har problem att besätta sina tjänster med rätt kompetens.

De branscher som uppger att de har svårast är byggindustrin, både på anläggningssidan och konsultverksamheter. Nästan hälften av bolagen i byggbranschen uppger att de ”ganska ofta” eller ”mycket ofta” har problem med att rekrytera rätt kompetens (236 företag). Inom detalj- och partihandel är det 126 företag som uppger att de ”ganska ofta” eller ”mycket ofta” har problem med rekryteringen, men i procent i förhållande till antalet företag representerade är det 26 procent. Inom IT och teknisk service säger 42 respektive 40 procent att de har problem. Även inom tillverkningsindustrin uppger över 40 procent (46 företag) att de har svårt med att attrahera rätt kompetens.

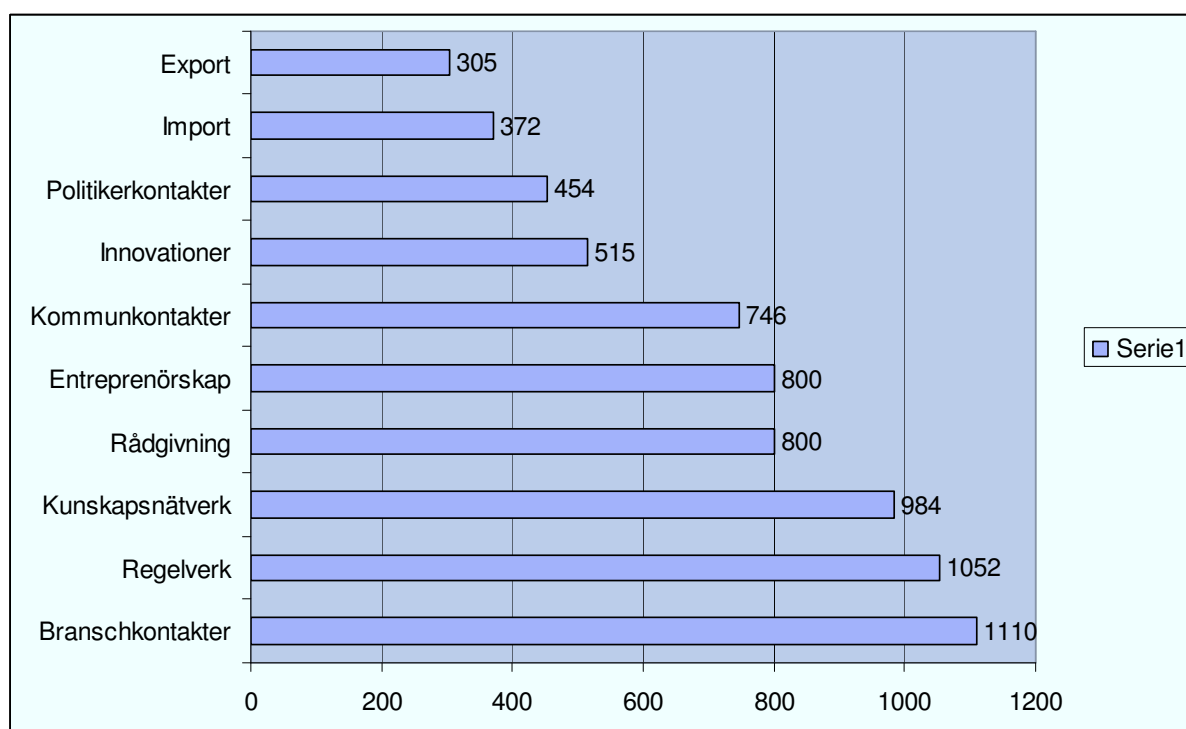
Ser man till storleken på företagen så är det företag med mellan 11-250 anställda som har svårast med att attrahera rätt kompetens 47 procent eller 170 av 360 företag uppger att de ”ganska ofta” eller ”mycket ofta” har problem. Bland företag med mellan 1-10 anställda är siffran 36 procent och hos företag med fler än 250 anställda är den siffran 31 procent eller 4 av 13 företag. Även soloföretag uppger att de har problem med rekrytering 165 av 912 företag eller 18 procent. Frågan är om det är den främsta anledning till att företaget inte har några

anställda eller om det är så att företagaren främst tänkt i form av kompetenspartners. (Tabell på vilka soloföretag som säger sig ha svårigheter att rekrytera adekvat utbildad personal återfinns i bilaga 2.)

5.4 Behovet av stöd till utveckling

Eftersom kartläggningens främsta syfte är att utgöra en kunskapsgrund för att kunna skapa en bra näringslivsservice beredd på stort utrymme till vad företagen kan tänkas behöva hjälp med och/eller stöd med. Om företagen anger att de exempelvis är i behov av rådgivning bör det inte tolkas som att de inte får hjälp idag, endast att företaget har behov av rådgivning.

(Tabellen redovisas i absoluta tal)



1893 av de 2344 kartlagda företagen svarar att de är i behov av något stöd. Dessa 1893 företag representerar 7138 olika behov. Detta innebär således att ett och samma företag kunnat välja fler alternativ.

5.4.1 Export & Import

Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och Partihandel (96 som behöver stöd med import och 64 med export av 486 svarande)
- b. Byggindustri – Bygg & Anläggning (31 som behöver stöd med import och 25 med export av 178 svarande)
- c. Café & Restaurang (25 som behöver hjälp med import och 12 med export av 105 svarande)
- d. Service – Teknisk service (24 som behöver hjälp med import och 17 med export av 157 svarande)
- e. Service – Övrigt (23 som behöver hjälp med import och 14 med export av 154 svarande)
- f. IT-branschen (endast export 23 av 106 svarande)

Samman mönster följer de som vill ha hjälp med både export och import. Detta är inte en särskilt angelägen fråga om vi jämför med exempelvis allmän rådgivning eller nätverkande¹¹. Generellt för en region kan detta betraktas som oroande med tanke på att Sverige behöver fler företag som exporterar. Det är klart att slutsatsen går att dras att alla är så insatta i frågorna runt export och import att de inte behöver hjälp eller rådgivning. Dock är sannolikheten större att företagen inte är, eller anser sig vara export/importmogna.

5.4.2 Politikerkontakter

Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och Partihandel (84 av 486 svarande)
- b. Byggindustri – Bygg & Anläggning (32 av 178 svarande)
- c. Café & Restaurang (28 av 105 svarande)
- d. Fastighet (27 av 90 svarande)
- e. Service – Övrigt (23 av 154 svarande)

Generellt kan sägas att de branscher som främst vill ha hjälp med kontakt med politiker är mindre företag, soloföretag och företag med mellan 1-10 anställda, som befinner sig i branscher där den lokala politiken har stor påverkan på företagets villkor. De största företagen och företag med mellan 11-250 anställda är inte välrepresenterade i denna fråga och vissa branscher som exempelvis skoglig verksamhet, tillverkningsindustri eller friskvård/hälsovård är inte representerade över huvud taget.

¹¹ Begreppet ”nätverka” existerar inte som ord men är ett vedertaget praktiskt begrepp och åsyftar att möta och skapa relationer, kontrakt, förbindelser med andra människor och/eller företag.

5.4.3 Innovationer

(upppfinningar, utveckling och förnyelse)

Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och partihandel (90 av 486 svarande)
- b. Service – Teknisk service (37 av 157 svarande)
- c. Service – Övrig service (36 av 154 svarande)
- d. Byggindustri – Bygg & Anläggning (39 av 178 svarande)
- e. Konsulting – IT & Teknik (26 av 106 svarande)

Utifrån detta svar kan man dra slutsatsen att det kan föreligga olika syn på vad innovation och innovationskraft är.

Om man tittar på vilka företag som är mest intresserade av innovationer är det företag som har över 250 anställda och företag utan anställda som är mest intresserade i procent ställt till antalet företag i undersökningen. Detta torde heller inte vara någon större överraskning.

Bland de minsta företag kan nya företag vara välrepresenterade, kanske företag med innovativa nya idéer, tjänster och produkter. De största bolagen har oftast starka FoU-strategier.

5.4.4 Kommunkontakter

Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och Partihandel (150 av 486 svarande)
 - b. Byggindustri – Bygg & Anläggning (65 av 178 svarande)
 - c. Service – Teknisk service (46 av 157 svarande)
 - d. Service – Övrig service (45 av 154 svarande)
 - e. Fastighet (38 av 90 svarande)
- Intressant att det är fler företag (i procent) inom jordbrukssektorn som är sysselsatta med odling än med djurhållning som är intresserade av kontakt med kommunen 40% mot 26%.
 - Konsultföretagen är tämligen ointresserade, likaså tillverkningsindustrin.
 - En stor numerär av serviceföretagen 91 st, men sett i procent till antalet svarande företag så är det 29% av branschen. Detta kan jämföras med 13 av 18 företag, dvs 72% inom branschen vandrarhem, pensionat och hotell.
 - Annars är det de branscher som har ofta samverkar med kommunen som önskar kontakt med kommunen, byggfirmor, arkitektkontor, restauranger etc.

5.4.5 Entreprenörskap

(Stöd i rollen som företagare, förnyelse, utveckling)

Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och Partihandel (137 av 486 svarande)
- b. Byggindustri – Bygg & Anläggning (74 av 178 svarande)
- c. Service – Teknisk service (48 av 157 svarande)
- d. Konsulting – IT & Teknik (40 av 106 svarande)
- e. Transport & Logistik (37 av 134 svarande)

Här syns ingen större skillnad beroende på hur stort företaget är. Intressant är att endast 530 företag av de 1405 som säger sig vilja växa har behov av stöd med sitt entreprenörskap. Än mer intressant är att de företagen (i procent) som säger sig ha mest behov av stöd med entreprenörskap är företag med över 250 anställda. 46% mot mellan 33-35% för övriga kategorier (inga anställda, mellan 1-10 anställda, mellan 11-250 anställda).

5.4.6 Företagsrådgivning

(Traditionell företagsrådgivning)

Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och Partihandel (143 av 486 svarande)
- b. Byggindustri – Bygg & Anläggning (65 av 178 svarande)
- c. Service – Övrigt (60 av 154 svarande)
- d. Service – Teknisk service (53 av 157 svarande)
- e. Café & Restaurang (40 av 105 svarande)

- Här är det de små företagen som dominerar behovet (i procent). 37% av företagen som har mellan 1-10 anställda och 36% av soloföretagen säger sig ha behov av företagsrådgivning. Jämfört med mellan 21-23% för de större företagen.
- De branscher som sagt att de inte är intresserade av rådgivning är: Bank, finans och försäkring, offentlig verksamhet, Skogsföretag (konsulting och teknik), tillverkningsindustri (maskiner och montage).
- Många företag uppger i fritextfält i enkäten att de saknar mer traditionell rådgivning och att de känner sig eftersatta i jämförelse med hur de uppfattar stödet till nya företag och innovatörer.

5.4.7 Kunskapsnätverk

(exempelvis gemensamma utbildningar och utbildningsseminarier)

Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och partihandel (198 av 486 svarande)
 - b. IT-branschen (61 av 106 svarande)
 - c. Service – Övrig (59 av 159 svarande)
 - d. Byggindustri – Bygg & Anläggning (53 av 178 svarande)
- Om man grupperar branscherna är det konsultverksamheter, bank/finans och tillverkningsindustrin som dominerar i antalet företag som vill vara med i kunskapsnätverk i procent av antalet företag som är representerade.
 - Det är ingen större skillnad på företagens storlek. Generellt gäller att ju större företaget är desto mer intresserade är de av kunskapsnätverk. Detta är inget anmärkningsvärt resultat. Det torde vara så att ju större företaget är desto större möjlighet har man att finansiera och framför allt att kunna avsätta personal till utbildningar och kunskapsutveckling.

5.4.8 Regelverk

Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och Partihandel (193 av 486 svarande)
- b. Byggindustri – Bygg & Anläggning (88 av 178 svarande)
- c. Service – Teknisk service (77 av 157 svarande)
- d. Service – Övrig (74 av 154 svarande)
- e. Jordbruk – Djurhållning (51 av 89 svarande)

Begreppet ”regelverk” innehåller en bredd som är fri för tolkning hos respondenten. Frågan kan tolkas gälla allt från stöd att förstå alkohollagarna till en detaljhandel som har svårt med personalrotation och är osäker på de fackliga spelreglerna till ett stort företag som behöver stöd att tolka miljölagstiftningen. Det innebär återigen inte heller att företagen inte får hjälp i dessa frågor. Vad det däremot indikerar är att hälften av de kartlagda företagen är i behov av någon form av stöd med regelverk för att deras affärer skall flyta på.

Störst (i antal) är behoven hos de minsta företagen och minst bland de största företagen. Värt att notera är att företag med mellan 11-250 anställda svarar 169 av 191 att de är i behov av stöd och hjälp med regelverk.

5.4.9 Branschkontakter

(kontakter som kan utveckla företaget i sitt sammanhang)

Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och Partihandel (204 av 486 svarande)
- b. Byggindustri – Bygg & Anläggning (82 av 178 svarande)
- c. Service – Övrig (79 av 154 svarande)
- d. Service – Teknisk service (74 av 157 svarande)
- e. Transport & Logistik (62 av 134 svarande)

Av alla behov är behovet av branschkontakter det som står ut mest. 1116 av 2344 företag säger sig vilja ha hjälp med branschkontakter. Exempelvis vill hela 54 procent eller 7 av 13 företag med fler än 250 anställda säga sig vilja ha hjälp. Vi har tidigare sett att kontakt med företag i den egna branschen och få utvecklas genom kunskapsnätverk är en mer angelägen fråga än att möta nya kunder. Åtminstone vad gäller de företagen vill ha hjälp med.

5.4.10 Vem vill företagen helst träffa?

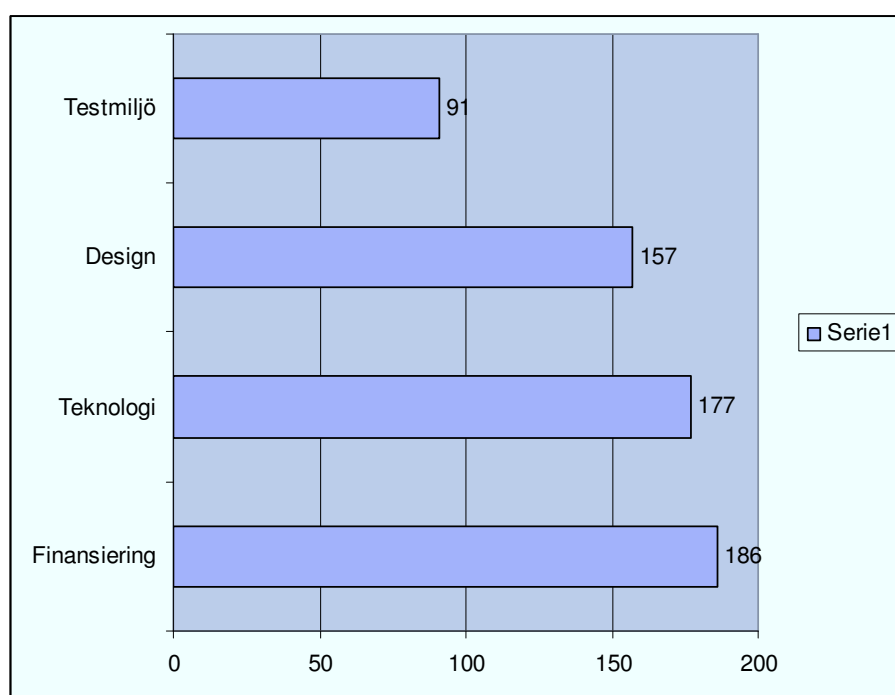
Från de frågor som ställts i kapitel 5.4 (kapitlet ovan) vet vi att totalt 749 företag vill ha kontakt med någon eller några av kommunens tjänstemän. Vi vet även att 457 företag vill ha kontakt med en eller flera politiker. Vad vi även vet är att 985 företag vill ingå i någon form av kunskapsnätverk och att 1116 av de kartlagda företagen är intresserad av branschkontakter.

När vi sammanställer frågan med *vem* företagen helst vill nätverka eller skapa kontakter med blir svaret något överraskande företag inom den egna branschen. Något som skulle stödja den närbesläktade frågan om företagen behöver hjälp med branschkontakter. Hela 886 företag vill träffa och nätverka med företag i den egna branschen, medan 850 företag helst nätverkar med företag från andra branscher. Värt att notera, eller till och med anmärkningsvärt är att endast 798 företag vill nätverka med kunder. Ett sätt att se på det resultatet är att frågan tolkats som att det handlar om att nätverka med redan befintliga kunder, något som förmodligen är angeläget men inget man behöver hjälp med. Ytterligare ett sätt att tolka svaret på frågan är att kunder är något man hittar själv och är inget man behöver hjälp med.

Ytterligare intressant blir frågan om man korstabulerar, det vill säga tar en fråga och lägger ytterligare en fråga ovanpå som ett filter, frågan om företaget behöver stöd med kunskapsnätverk med frågan *vem* man vill nätverka med. Svaret på frågan om vilka man tror är bäst att kunskapsnätverka med är svaret på frågan andra företagare. 578 företagare väljer helst den egna branschen medan 575 företag väljer företag i andra branscher. Anmärkningsvärt kommer även här kunder som minst populära eller angelägna alternativ, 525 företag.

5.5 Behov av stöd till produktutveckling

Västernorrlands län och Sundsvalls kommun har arbetat strategiskt och målmedvetet under många år för att skapa ett bra innovationssystem för företag, blivande företag, entreprenörer och innovatörer som vill utveckla befintliga och/eller nya tjänster och produkter. Initiativ som Åkroken Sciencepark, Design i Västernorrland och Miun Innovation syftar alla till att skapa en bra infrastruktur för förnyelse och utveckling. Att öka kontaktytan mot företag som är nyfikna eller har behov av hjälp och stöd är viktig. I kartläggningen är frågan om behov av stöd generell och det är svårt att säga att de företag som svarat att de har behov av stöd är företag som lämpar sig för den sorts innovationssystem som finns att tillgå. Diagrammet nedan är den samlade bilden av behov hos respondenterna.



370 av de 2344 kartlagda företagen säger sig ha behov av något stöd till produktutveckling. Dessa 370 företag representerar tillsammans 611 olika behov (ett företag har således kunnat välja fler alternativ). På denna fråga följer de tillfrågade företagen samma mönster som frågan om behov av (allmänt)stöd, ju större företag (i antal anställda) desto färre är behoven. Flest behov i denna kategori har företag med mellan 11-250 anställda.

5.5.1 Testmiljö/Lab

Av de 91 företagen som svarat att de behöver hjälp med testmiljö. Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och Partihandel
- b. Konsulting – IT & Teknik
- c. Byggindustri – Bygg & Anläggning
- d. Tillverkningsindustri – Konsumentprodukter

Inget företag med över 250 anställda säger sig behöva hjälp med testmiljö. Bland företag med mellan 1-10 anställda uppger 42 stycken (4%) att de behöver stöd med just testmiljö/lab. Bland soloföretagen är den siffran 32 (3,5%) och bland företag med mellan 11-250 anställda 17 (4,9%). De grupperingar som utmärker sig är 9 soloföretag från kategorin detalj- och partihandel som uppger att de har behov av stöd. Självklart använder sig detalj- och partihandelsföretag av test- och laboratoriemiljöer, kanske främst för att testa produkter på nya kund- och konsumentgrupper. Däremot är det oftast inte den form av stöd regionens innovationssystem kan erbjuda hjälp och stöd med. Det går även att uppskatta svårigheter i att ekonomiskt bära testmiljöer för ett soloföretag. Mer intressant för frågan är två grupperingar företag som säger att de vill ha stöd med testmiljöfrågor är 6 stycken företag inom IT och teknik med mellan 1-10 anställda som säger sig ha behov av stöd samt 5 företag i kategorin tillverkningsindustri (konsumentprodukter), även de med mellan 1-10 anställda.

Det är i kategorin IT och teknik som 3 ytterligare företag med mellan 11-250 anställda återfinns.

5.5.2 Design

Av de 157 företagen som säger sig vara i behov av hjälp och stöd med design. Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj & Partihandel
- b. Tillverkningsindustri – Konsumentprodukter
- c. Fastighet
- d. Byggindustri – Bygg & Anläggning
- e. Café & Restaurang

Inget av företagen som har fler än 250 anställda säger sig ha behov av hjälp med design. Många av dessa företag köper design idag eller har kompetensen 'inhouse.' Att inget av de största företagen är intresserad av eller ha behov av hjälp kan inte anses som ett anmärkningsvärt resultat. Större företag har ofta resurser att själv söka det de behöver för sin egen utveckling. Återigen återfinns den största numerären bland detalj- och partihandlare (35 stycken), där merparten av de svarande är små företag, soloföretagare eller företag med mellan 1-10 anställda. En annan intressant gruppering är restauranger och caféer, 6 stycken.

Det går inte att avfärda att dessa skulle vara i ett behov av hjälp med design, men då förmodligen inte i produktutvecklingshänseende. En intressant gruppering är de 8 företag med mellan 1-10 anställda som befinner sig inom tillverkningsindustrin (konsumentprodukter.)

5.5.3 Teknologi

Av de 177 företagen som säger sig vara i behov av hjälp och stöd med teknologi. Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- & Partihandel
- b. Konsulting – IT & Teknik
- c. Byggindustri – Bygg & Anläggning
- d. Service – Teknik
- e. Tillverkningsindustri – konsumentprodukter
- f. Tillverkningsindustri – Övrigt

Bland företag som säger sig behöva hjälp med teknologi återfinns ett stort företag inom konsulting - IT & teknik. I övrigt finns över hälften av företagen (47 procent) i storleken 1-10 anställda. Några tydliga grupperingar kan skönjas, detalj- och partihandel, byggindustri – bygg och anläggning, tillverkningsindustri – konsumentprodukter. Även här kan man dra slutsatsen att många företag förmodligen är i behov av någon sorts teknologisk hjälp, men inte i den bemärkelsen som frågan är ställd i kartläggningen under rubriken ”produktutveckling.” Exempelvis är det tveksamt att de sex företag inom juridik är i behov av varken laboratoriemiljöer eller tekniköverföring, heller inte hotell- och vandrarhemsmiljöer. Det tyder snarare på ett behov av effektivisering eller kvalitetsutveckling med hjälp av teknik. Det skulle kunna röra sig om digitala bokningssystem eller ärendehanteringssystem (CRM). Detta är dock bara ett antagande.

5.5.4 Finansiering

Av de 186 företagen som säger sig vara i behov av hjälp och stöd med finansiering. Nedan redovisas den största numerären, det vill säga de branschgrupper där flest antal företag svarat ja på frågan om de behöver stöd och hjälp.

- a. Detalj- och Partihandel
- b. Byggindustri – Bygg & Anläggning
- c. Konsulting – IT & Teknik
- d. Service – Övrigt
- e. Café & Restaurang

Även här återfinns ett företag inom konsulting – IT & teknik som har över 250 anställda. I övrigt är det ungefär samma bild inom området finansiering som de övriga kategorierna under rubriken ”produktutveckling.” Detalj- och partihandel dominerar som företagsgrupp,

konsulting – it och teknik, café och restaurang samt tillverkningsindustri. Störst är behovet hos de mindre företagen och då främst hos företag med mellan 1-10 anställda (47 procent.)

5.5.5 Mittuniversitetet

391 av de 2344 kartlagda företagen uppger att de haft kontakter med Mittuniversitetet. Merparten av dessa säger att det har varit *ganska värdefullt* eller *mycket värdefullt*, 146 respektive 101 företag. Nedan åskådliggörs detta i relation till företagets storlek.

Mittuniversitetet har målmedvetet arbetat för att öppna sina dörrar för företag att ta del av både forskning och undervisning. Ändå är det relativt få företag som haft kontakt med universitetet i något ärende, ett faktum som inte är överraskande. Att förvalta exempelvis forskningsresultat är vanligtvis både kostsamt i tid och pengar.

Företagets storlek ställt i relation till hur företaget värderar/värderat kontakten med Mittuniversitetet.

(Tabellen redovisar absoluta tal)

	Utan värde	Begränsat värde	Ganska värdefull	Mycket värdefull	Vet inte / Osäker	Totalt
Inga anställda	3	18	33	26	9	89
1-10	11	39	52	43	18	163
11-250	4	32	60	27	7	130
Över 250	0	2	1	5	1	9
Totalt	18	91	116	101	35	391

De branscher som varit mest i kontakt med Mittuniversitetet ställt till hur välrepresenterad branschen är i kartläggningen är:

- Information, PR & Reklambyråverksamhet
- Friskvård & Hälsa
- Scenkonst & Kultur
- Konsulting – IT & Teknik
- Tillverkningsindustri – Konsumentprodukter, Övrigt
- Konsulting – Management, projekt/projektledning
- Service – Teknisk

De flesta har tyckt att kontakten varit *ganska värdefull*, men särskilt inom IT/teknik och Information/PR/Reklambyråverksamhet anser man att den varit *mycket värdefull*. Något fler av de större företagen värderar hjälpen från Mittuniversitetet som något mer värdefull, än de mindre företagen. Tre grupper som anser att kontakten med Mittuniversitetet varit *utan värde* eller av *begränsat värde* som särskilt utmärker sig i antal är Service – övrig, detalj- och partihandel samt fastighet (ställt till branschrepresentation i kartläggningen.)

5.6 Generationsskiftesproblematiken

Så mycket som en tredjedel av personalen i vissa branscher kommer under de kommande åren att lämna arbetsmarknaden. Det är de så kallade fyrtiotalisterna (det vill säga personer födda på 1940-talet.) Det är första gången i modern historia som så många människor lämnar arbetsmarknaden samtidigt. Samtidigt växer antalet unga utanför arbetsför ålder och äldre utanför arbetsför ålder, vilket sätter stor press på den arbetande generationens kapacitet. Cirka 20 procent av onoterade aktiebolag sägs stå inför en generationsväxling av ägande. Dessa företag, skriver Nordin och Rengensjö utgör största delen av Sveriges BNP eller 2,6 biljoner kronor årligen (Nordin & Rengensjö, 2010).

5.6.1 Generationsskifte av personal

Drygt 80 procent av de svarande eller 1889 företag uppger att de inte har något problem med pensionsavgångar. 380 företag eller drygt 16 procent säger sig ha problem, men över 9 procent eller 226 företag säger sig kunna hantera problemet. Om vi tar en närmare titt på de 380 företag som säger att de har problem kan vi se tre branscher framträda tydligare än andra. Det är parti- och detaljhandeln, byggindustrin samt servicebranschen (teknisk service samt hantverksbetonad service). De största företagen uppger att de inte har några problem alls med generationsskifte relaterat till pensionsavgångar, och störst problem är det för de små företagen med 1-10 anställda, tätt följt av företag med mellan 11-250 anställda.

Nedan redovisas två tabeller. Den första åskådliggör frågan om pensionsavgångar är ett problem ställt till frågan om inställning till företagets tillväxt. Den andra tabellen åskådliggör hur företaget uppfattar problem runt pensionsavgångar ställt till eventuella problem idag att rekrytera adekvat utbildad personal.

Generationsskifte (pensionsavgångar) ställt till inställningar till tillväxt i företaget.

(Tabellen redovisas i absoluta tal)

UPPFATTNING OM PROBLEM VID GENERATIONSSKIFTE						
	Nej, inga problem	Ja, men vi kan hantera det	Ja, svårhanterligt problem	Vet inte/osäker	Totalt	
INSTÄLLNING TILL TILLVÄXT	Vill att företaget växer	1104	151	92	35	1382
	Vill inte att företaget växer	683	61	51	18	813
	Har ingen åsikt i frågan	84	10	8	7	109
	Totalt	1871	222	151	60	2304

Av de 2304 företag som svarat på frågan kan vi konstatera att frågan om generationsskifte/pensionsavgångar torde vara en svår fråga för åtminstone 92 företag. Dessa företag säger att generationsskiften är ett svårhanterligt problem samtidigt som de vill växa.

Man skulle kunna anta att företag som har problem med pensionsavgångar och vill växa skulle uppfatta pensionsavgångar som ett extra stort problem.

Generationsskifte (pensionsavgångar) ställt till problem med att rekrytera adekvat utbildad personal

(Tabellen redovisas i absoluta tal)

FÖRETAGS UPPFATTNING OM EVENTUELLA PROBLEM VID GENERATIONSSKIFTE						
	Nej, inga problem	Ja, men vi kan hantera det	Ja, svårhanterligt problem	Vet inte/osäker	Totalt	
PROBLEM MED ATT REKRYTERA ADEKVAT UTBILDAD PERSONAL	Aldrig	826	32	19	10	887
	Sällan	533	71	26	27	657
	Ganska ofta	341	84	61	9	495
	Mycket ofta	138	33	44	6	221
	Vet ej	48	6	4	9	67
	Totalt	1886	226	154	61	2327

Den intressanta gruppen företag är de 105 företag som uppger att de *ganska ofta* eller *mycket ofta* har problem med att rekrytera adekvat utbildad personal och som samtidigt uppger att pensionsavgångarna utgör ett svårhanterligt problem.

Av de företag som uppger att de både har svårt att rekrytera adekvat utbildad personal samt uppger att pensionsavgångarna är ett svårhanterligt problem är de flesta företagen så kallade SME (Small and medium sized companies) med 1-10 anställda och 11-250 anställda. För SME-företag är det ungefär lika många företag som uppger att pensionsavgångar är ett problem, fördelat på företagens storlek. 83 företag i storleken 1-10 anställda och 11-250 anställda säger att pensionsavgångar är svårhanterliga och att rekrytering av adekvat utbildad personal *ganska ofta* eller *mycket ofta* är ett problem. Den siffran för företag som tycker att pensionsavgångar är ett problem men de kan hantera det är 92 företag. Det finns två företag som har över 250 anställda som säger att de *ganska ofta* har problem med att rekrytera adekvat utbildad personal och som har problem med pensionsavgångar. Dessa uppger dock att de själva kan hantera problemet.

5.6.2 Generationsskifte av ägande

2328 företag har svarat på frågan om generationsväxling av ägande är ett problem för deras företag. Här har 214 företag svarat att detta utgör ett problem, medan 1975 uppgivit att detta inte är ett problem och 139 företag uppger att frågan inte är tillämplig på deras företag.¹² Ej tillämplig är exempelvis företag som är publikt ägda (börsbolag), stiftelseägda eller kommunägda. De branscher som 'står ut' i en sortering av dem som svarat att de har problem är servicebranschen, jordbruk, detalj- och partihandel samt byggbranschen.

Nedan redovisas två tabeller. En som åskådliggör företags inställning till tillväxt ställt till om generationsväxling av ägande är ett problem. Den andra tabellen företag som har svårt att rekrytera adekvat utbildad personal ställt till om företaget har problem med generationsväxling av ägande.

Inställning till tillväxt hos företaget ställt till om generationsväxling av ägande är ett problem

(Tabellen redovisas i absoluta tal)

PROBLEM VID GENERATIONSVÄXLING AV ÄGANDE					
	Nej	Ja	Ej tillämpligt	Totalt	
INSTÄLLNING TILL TILLVÄXT	Vill att företaget växer	1180	104	97	1381
	Vill inte att företaget växer	693	97	22	812
	Har ingen åsikt i frågan	87	10	12	109
	Totalt	1960	211	131	2302

Av tabellen ovan kan man konstatera att frågan om generationsväxling av ägande kan vara ett svårhanterligt problem. Om vi antar att det är svårt att sälja ett företag som har svårt att rekrytera adekvat utbildad personal är det åtminstone 104 företag som kommer att finna sin generationsväxling svår. Inget av dessa 104 företag tillhör de allra största, 27 är soloföretag, 58 har mellan 1-10 anställda och 19 mellan 11-250 anställda. Eftersom soloföretagen inte har anställda och de som äger företaget går i pension så återstår då 77 företag som vill växa och har problem med generationsväxling av ägande. Om vi leker med siffran att de minsta företagen har i snitt 5 anställda och de större företagen i snitt 20 anställda (lågt räknad snittsiffra) skulle misslyckandet att göra en generationsväxling påverka cirka nära 700 arbetstillfällen i Sundsvalls kommun. Poängen med det är att 104 företag kan uppfattas som lite i jämförelse med antal kartlagda företag (2344), men 700 arbetstillfällen är ändå ett väsentligt antal i en kommun med cirka 95 000 invånare.

¹² 16 företag har inte svarat på frågan.

Problem med att rekrytera adekvat utbildad arbetskraft ställt till problem med generationsskifte av ägande

(Tabellen redovisas i absoluta tal)

PROBLEM VID GENERATIONSVÄXLING AV ÄGANDE					
	Nej	Ja	Ej tillämpligt	Totalt	
PROBLEM MED ATT REKRYTERA ADEKVAT UTBILDAD PERSONAL	Aldrig	788	64	33	885
	Sällan	562	49	46	657
	Ganska ofta	399	51	45	495
	Mycket ofta	174	35	12	221
	Vet ej	49	15	3	67
	Totalt	1972	214	139	2325

Av tabellen ovan kan man se att 86 företag *ganska ofta* eller *mycket ofta* har problem med att rekrytera adekvat utbildad personal. Att dessa även uppger att de har problem med generationsskifte av ägande torde inte öka deras attraktivitet som säljobjekt/köpobjekt. Enligt Nordin & Rengensjörs rapport "Guldklockan klämtar – en studie om kompetensbevaring i samband med generationsskifte" redovisas att 20 procent av alla aktiebolag berörs av generationsskifte. I vår kartläggning frågar vi aldrig om företagen påverkas, utan om de upplever det som ett problem. 9,1 procent av företagen i vår kartläggning säger att de upplever det kommande generationsskiftet som ett problem och en stor del av dessa har både tillväxtambitioner och svårt att rekrytera personal. Dessa 9,1 procent står för en väsentlig del av arbetstillfällena i Sundsvall, det är ett problem som uppfattats och som bekräftats.

5.7 Ett genderperspektiv

Kartläggningen har inte haft någon ambition att med särskilt intresse studera genderfrågan, men eftersom det alltid är en aktuell fråga och ett ämne för debatt så kommer följande kapitel att redovisa några tankar runt frågan kopplat till kartläggningen.

Som kunde utläsas tidigare i rapporten så ägs 316 av de 2344 företagen av en kvinna. 639 ägs av fler än en person och kan därmed även de ha en kvinna i ägarkonstellationen. 154 företag är publikt ägda (börsbolag) men kan styras av en kvinna. Dock har ingen fråga ställts om företagets ledning ur ett genderperspektiv därför kan den parametern inte vägas in i denna rapport.

Om man jämför de företag som ägs av en man eller en kvinna så är det 1111 företag som ägs av en man och 316 som ägs av en kvinna. Det mönster vi kan se är att fler kvinnor än män är soloföretagare (i procent) och att ju större företagen är desto mer sannolikt är det att ägaren är en man.

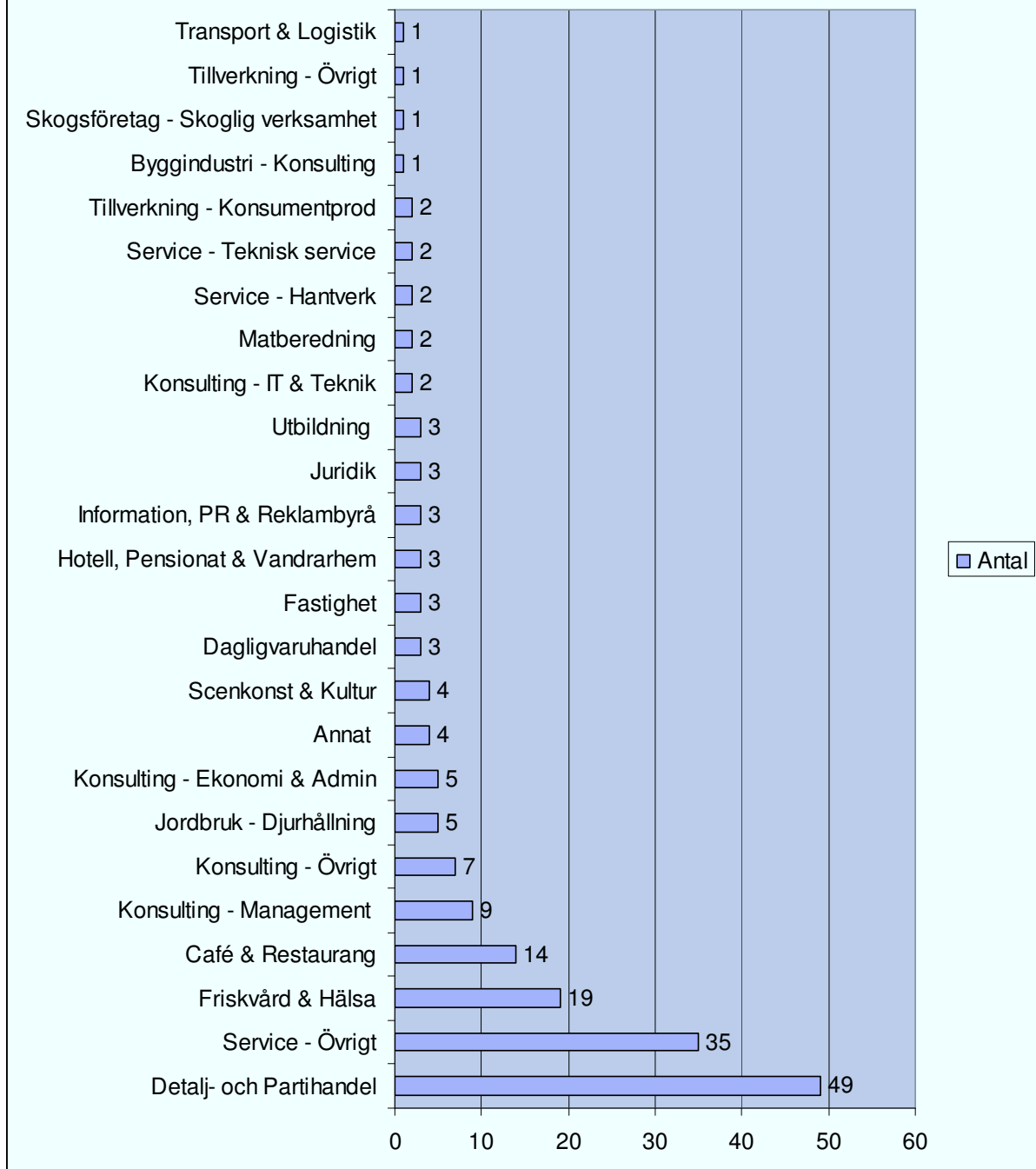
5.7.1 Tillväxt ur ett genderperspektiv

I frågeställningarna har ingen djupdykning gjorts i exakt vad respondenterna menar med tillväxt. Frågor har dock ställts om inställningen till tillväxt och förhållande till kapital.

På den första frågan: Vad är din inställning till tillväxt hos företaget? Med svarsalternativen *vill att företaget växer, vill inte att företaget växer* samt *har ingen åsikt i frågan*, kan vi konstatera något överraskande. Betydligt fler kvinnor 183 stycken eller 59% vill att företaget växer. Detta kan ställas mot 545 eller 49% av manliga företagare. Givetvis kan den redovisningen kritiseras för att vara snedvriden eftersom populationen av manliga företagare är betydligt större, men den ger ändå en intressant ingång i frågan om kvinnor och tillväxtföretagande. Bär gärna med i tanken från tidigare kapitel att 59% av de tillfrågade företagen vill att företaget växer, därmed ligger de kvinnliga företagen närmare genomsnittet av de kartlagda företagen än de manliga företagen.

Frågan om kvinnor och företagande i allmänhet och kvinnor och tillväxtföretagande i synnerhet har länge varit ett populärt ämne för forskare. Grundtesen i genderforskningen är att det finns fundamentala skillnader mellan att vara kvinna och driva företag och vara man och driva företag. Många forskare har ägnat särskild uppmärksamhet vid kvinnor som driver tillväxtföretag eftersom de är betydligt färre i procent än män som driver tillväxtföretag, ställt i relation till hur många som driver företag över huvud taget. Många forskare menar att det handlar om hur vi förhåller oss till begreppen företagande, entreprenörskap och tillväxt. Att tillväxtföretagande har typiskt manliga attribut som riskbenägenhet och kapital. Mycket av den moderna forskningen om kvinnor och företagande menar på att kvinnor ofta driver företag för att det ofta medger en hög flexibilitet mellan jobb och familj. Det finns även tydliga branscher där det finns många kvinnor och att kvinnor drivs av medgivande och erkännande av andra kvinnor och därmed anser sig framgångsrik och kunnig. Kvinnor skulle således vara mindre benägna än män att starta och/eller driva företag i en bransch de inte har bekräftade kunskaper och erfarenheter av. Forskningen visar på att kvinnor som bryter mot normen för vad som anses är kvinnligt har svårt att få erkännande. För många kvinnor är även tidigare erfarenheter och kunskaper avgörande i om hon startar företag eller inte (Rosenqvist, 2003). I en undersökning av skånska kvinnor som driver tillväxtföretag påvisas att kvinnor som haft en karriär tenderar att värdera framgång högre och ha högre tillväxtambitioner för sitt företag (Friberg & Rosenqvist, 2003). Tabellerna nedan är ett försök att se hur de kvinnliga företagen i Sundsvall stämmer in på och förhåller sig till tillväxt och tillväxtföretagande.

Kvinnor som vill att företaget växer fördelat på bransch



Vad man kan konstatera är att de största grupperingarna av kvinnliga företagare finns i branscher där kvinnor är överrepresenterade. Att dessa skulle ha ambition att växa skulle således kunna tolkas som "normalt" i modern teoribildning.

5.7.2 Genderfrågan och kapitalet

Om vi skulle välja ut några branscher som ofta uppfattas som typiskt manliga skulle det innebära enligt modern teoribildning att dessa företag har mindre benägenhet att svara ”ja” på frågan om de vill växa än typiskt kvinnligt dominerande branscher. Transport & logistik; tillverkning; skogsföretag; teknisk service; fastighet och jordbruk jämförs med detalj- och partihandel; service; friskvård/hälsa och café/restaurangverksamhet. Statistiskt kan inte skönjas någon skillnad mellan ”manliga” och ”kvinnliga” branscher. Låt oss lägga på ytterligare ett filter och addera riskbenägenhet, dvs. kapital som en tillväxtvariabel.

Om man antar att tillskott av kapital är nära sammanlänkat med att växa via sammanslagning och/eller uppköp är det något fler kvinnor än män som kan tänka sig det som tillväxtstrategi 13 procent mot 12. Isolerar vi att växa genom finansiellt tillskott är det 8 procent av de kvinnliga företagen och 6 procent av de manliga som kan tänka sig att växa genom finansiellt tillskott. Av de 91 företag som uppgett att de sökt riskkapital på 2000-talet är 7 kvinnor och 27 män, det ger nästan exakt samma procentsats (2%) ställt till antalet svarande. På frågan om de tror att de kommer att söka riskkapital (*ja, mycket sannolikt*) de närmaste åren skiljer sig siffran 0,1 procentenheter mellan manliga och kvinnliga företagare (1,3 för män och 1,2 för kvinnor).

Om man räknar bort felmarginalen att företagare ofta missförstår vad riskkapital är för något så kan vi ändå dra slutsatsen att de kvinnliga företagen i Sundsvall är lika benägna som de manliga att tänka i termer av traditionell manliga tillväxtvariabler. Innebär detta att Sundsvalls kvinnliga företagare är unika, eller innebär det helt enkelt att det finns förhärskande förlegade föreställningar om att kvinnor inte är lika risk- eller tillväxtbenägna företagare?

Nedan redovisas tankar runt riskkapital som tillväxtverktyg fördelat på ägande. Frågan som besvaras är om företagaren tror att de kommer att söka riskkapital de kommande två åren.

Företagets ägandestruktur ställt till hur sannolikt det är att de kommer att söka riskkapital

SANNOLIKHET ATT FÖRETAGET KOMMER ATT SÖKA RISKKAPITAL						
	Ja, mycket sannolikt	Ja, ganska sannolikt	Nej, ganska osannolikt	Nej, mycket osannolikt	Vet inte	Totalt
Kvinna	4	9	21	254	23	311
Man	17	42	99	898	48	1104
Fler ägare	18	25	69	471	52	635
Börsbolag	2	3	13	97	38	153
Vet ej/ ej tillämpligt	0	1	2	8	11	22
Annat	4	2	8	66	15	95
Totalt	45	82	212	1794	187	2320

ÄGANDESTUKTUR

Vi kan konstatera att intresset för riskkapital som tillväxtverktyg är relativt litet. Slår man ihop de båda ja-svarsalternativen så skiljer sig den kvinnliga företagaren inte markant från den manliga. 4,2 procent av kvinnliga företagare har riskkapital med i sin planering/strategi och 5,3 procent av de manliga företagarna. Siffran är lite högre för bolag med fler ägare. Om man skulle dra en snabb slutsats skulle det vara att ägarspridning är en viktigare faktor i avgörandet om riskkapital är ett lämpligt tillväxtverktyg än könet på bolagets ägare.

6. Sammanfattande diskussion

Den sammanfattande diskussionen plockar upp några av de mest intressanta resultaten från kartläggningsenkäten och diskuterar dessa utifrån redan känd kunskap (teori) för att koppla ihop företags faktiska behov och inställningar till strukturella förutsättningar för tillväxt. Målsättningen med det är att skapa en djupare förståelse av skillnaden mellan företagens vardag och önskemål å ena sidan och samhällets behov av näringslivsutveckling, för att tillgodose samhällets behov av ekonomisk utveckling och finansiering av välfärdssystemet å den andra.

6.1 Behoven

Ju större företag desto färre behov skulle man kunna sammanfatta lärdomarna av företagskartläggningen med. Företag med mellan 11-250 och över 250 anställda skiljer sig i behov från gruppen soloföretag eller företag med mellan 1-10 anställda, som är mer lika varandra i sina behov. Vad innebär det för verksamhetsplaneringen?

Vi kan se i kartläggningen att det är samma kategorier företag som svarat "ja" på de flesta behovsfrågor. Det har inneburit att bolag som befinner sig inom hantverk har svarat att de är intresserade av en test- och laboratoriemiljö. Det är inte osannolikt men kan även uppfattas som anmärkningsvärt.

I kartläggningen framgår det att merparten av bolagen i kartläggningen är små företag, företag med en omsättning på runt 300 000 sek. Vi vet även att de är de mindre företagen, soloföretag och företag med mellan 1-10 anställda som representerar flest behov. Vad sammanställningen av enkäten även talar om för oss är att det är SME (small- och medium sized enterprises) som är mest lika i sina behov medan de största företagen (över 250 anställda) har få behov, och de behov de har liknar ingen annan grupperings.

6.1.1 Några frågor som sticker ut i kartläggningen

Sundsvalls kommun (och riket) har satsat mycket tid och resurser åt branschnätverk och/eller klusterbildningar. Dessa initiativ är förenliga med de nationella strukturmedlen för näringslivsutveckling och teorier om hur man bygger infrastruktur för tillväxt. Det är dock visat sig att den nationella strategin om att skapa innovationssystem och kluster följer tillväxtens logik och det forskande näringslivets geografi, vilket inneburit att nationella investeringar företrädesvis hamnat i storstadsområdena (SOU, ansvarskommittén, 2006).

Om det är så som kartläggningen indikerar att företags behovsbild är mer lik om man ser till företagets storlek än till bransch. Genom kartläggningen, attityder och behov ser vi vissa grupperingar, men ställt till totalpopulationen är dessa grupperingar så små att man i en vanliga statistisk undersökning förmodligen skulle anse det ligga i 'felmarginalen.' Alla regioner i Sverige som har investerat i klusterutveckling vittnar om svårigheter att få ett riktigt

engagemang i gemensamma aktiviteter och frågor. En intressant aspekt av detta är dock att på den direkta frågan om vilka företag vill nätverka med är det företag i den egna branschen som är det vanligaste svaret, vanligare än med kunder. Detta skulle i så fall gå stick i stäv med erfarenheten att det är svårt att få deltagare till klusterarbeten. Eller också är det så att den formen av samarbete som ett kluster eller innovationssystem bidrar med är svåra för företag att delta i. Kan möjligtvis en del i förklaringen ligga i att företagens behov trots allt inte följer bransch tydligt, utan att de största likheterna går att göras kopplat till företagens storlek? En fråga som kan ställas är om universitetets forskningsmiljöer för svaga för att bära ett forskande näringsliv, eller är vårt näringsliv för svagt för att bära FoU-satsningar? Med resultatet av de kartlagda företagens erfarenheter och intresse för Mittuniversitetet, ställt i relation till snabbväxande företags prioritering av FoU. Finns det fog för att på allvar föra diskussionen om klusterbildning och ett forskande näringsliv verkligen är ett kostnadseffektivt sätt för en mindre region att skapa tillväxt?

6.1.2 Staten och Kapitalet

...Sitter uppenbarligen inte i samma båt som företagen. Det kartläggningen visar på är att företag generellt har en svag tillväxtstrategi sett ur ett finansiellt perspektiv. Frågan om ett företag vill växa kan anses vara något av en alibifråga, trots att många svarat att de inte vill växa. Vänder man och vrider på frågorna om tillväxt, tillväxtstrategier och finansiering statistiskt är det svårt att se mönster annat än att företag i allmänhet inte har penetrerat begreppen. Har de det så framgår de inte av svaren i enkäten.

Företag generellt har en dålig kännedom om vad riskkapital egentligen är och få ser riskkapital som en prioriterad tillväxtmetod. Det framgår om inte annat av att en väsentlig del av de företag som säger sig sökt riskkapital på 2000-talet de facto inte allas sökt riskkapital utan lån, både traditionella lån och riskvilliga lån. Västernorrland har idag en tämligen utbyggd infrastruktur vad gäller både finansiering och riskkapital. Den uppenbara frågan är om samhället spenderar merparten av sin budget på att bygga räls i en region där de flesta fortfarande föredrar att åka i en Fiat Punto med handvevad sollucka.

6.1.3 Två problem som inte uppfattas som problem

Ser vi till de redovisade behoven i denna rapport kan vi konstatera att det finns två områden som 'sticker ut' vad gäller satsningar regionen gjort/gör och vilka behov företagen säger att de har. Det ena rör riskkapital och det andra rör generationssiftesproblematiken. I båda fallen finns en noterbar skillnad mellan företagens verklighet (eller uppfattade verklighet) och samhället/myndigheters insatser. Det kan givetvis vara så att företagen inte varit sanningsenliga i sin uppgiftsutlämning, eller att de helt enkelt inte vet tillräckligt mycket om ämnet. Hur stort är egentligen problemet, inte så stort kan tyckas i jämförelse med antalet kartlagda företag. Den egentliga frågan ju dock, hur stort är ett problem innan det får kallas stort?

Ytterligare ett sådant ämne är riskkapital. Riskkapital, eller tillskott av ägarkapital (ofta aktivt ägarkapital) är ett fenomen som påverkar få bolag men som ofta är viktigt och till och med

avgörande för ett tillväxtföretagande. Att skapa regionalt riskkapital kan vara ett sätt att så långt som möjligt skapa ett lokalt/regionalt ägande och bygga kunskap och service runt företaget på orten. Detta i sin tur skapar bättre förutsättningar för att även den fortsatta expansionen äger rum på orten. Vi kan utläsa av sammanställningen av enkäten att bland de fåtal företag som relaterar till begreppet genom våra frågor är det fler som inte faktiskt vet vad riskkapital egentligen är. En intressant fråga är om intresset för riskkapital skulle öka om kunskapen bland företagen var högre.

Just frågorna om generationsväxling/generationsskifte (av både ägande och personal via pensionsavgångar) och frågan om riskkapital är väletablerade problem i dagens debatt om företag och företags villkor. Detta är frågor Västernorrlands län och därmed även Sundsvall har adresserat genom en rad insatser och projekt. Det är klart att det är möjligt att Sundsvalls kommuns företag är ett undantag som bekräftar regeln att vi under de kommande åren står inför en arbetskraftsbrist. Det kan hända att de beräknade 77 företagen som kommer att sakna ägare och där företaget säger att de har problem med generationsskifte av ägande kommer att lösa sig via fusioner och uppköp, och att detta kommer att ske så smidigt att ingen kommer märka av att något ägarbyte skett. Det kan hända att ingen som köper ett företag eller växer snabbt kommer att behöva tillskott av ägarkapital, det vill säga riskkapital. Det kan hända att det inte kommer att uppkomma ett enda tillväxtföretag som är i behov av att söka riskkapital lokalt. Det kan även hända att det aldrig mer kommer att uppkomma ett tillväxtföretag i Sundsvalls kommun igen. Allt detta kan hända, det är inte osannolikt, men nästan. Det är en komplex fråga hur mycket det offentliga bör lyssna på företagens behov och hur mycket man genom analys och egna bedömningar vågar skapa en samhällsstruktur som gynnar flera, inte bara de som finns idag utan det som kommer att komma. För att exemplifiera, i kapitel 3.2 ”Viktiga indikatorer för tillväxt” refereras till några punkter som ofta lyfts fram som viktiga nyckelfaktorer för starka lokala -och regionala miljöer. Att ett samhälle skall arbeta med att stimulera entreprenörskap och innovationer är idag nästan en självklarhet. Sverige behöver fler företag, fler företag som startar, växer och anställer. Skulle man dock be befintliga företag vikta hur viktigt det är att skapa en infrastruktur för företag som inte har startat kontra företag som idag existerar är förmodligen svaret givet. Ändå satsas de största strukturmedlen i Sverige på nya idéer och innovationer (i och för sig även i befintliga företag). Ett samhällsbygge är betydligt mer komplext att orkestrera än att fylla ett antal behov, hur viktiga och hur angelägna de än är.

Det är svårt att säga att det är varken rätt eller fel att skapa insatser för ett behov som inte är identifierat av företagen, åtminstone problem som är svåra att identifiera som stora. Nej, de är inte uttalade eller uppfattade behov men det är angelägna frågor för att skapa framgångsrika regioner, åtminstone i teorin.

6.2 Strukturmedel, struktur och regionens näringsliv

I inledningen nämndes att ett av incitamenten till att ta reda på mer om företagens behov och inställning till olika frågor är Sundsvall kommuns försämrade placering på Svenskt Näringslivs ranking av företagsklimat i Svenska kommuner. Sundsvall föll 26 placeringar mellan åren 2008-2009, från plats 174 till plats 200. Behovet av att veta mer om sina ’kunder’, deras önsknings, inställningar och behov diskuterades både i kommunen och bland de organisationer och företag i kommunen vars affärsidé/verksamhet är att stötta företag, vad

är det man missar? Eftersom kartläggningen inte haft som ambition att ta reda på om företagen får de behov de säger sig ha tillfredställda eller hur nöjda de är med den hjälp de får vet vi som redan nämnts bara att många företag har behov och många företag har fler än ett behov av stöd och hjälp. Vi vet att 1893 företag tillsammans representerar 7138 olika behov av mer generell stöd och att 370 företag tillsammans har 611 olika behov kopplat till produktutveckling. Vi kan även säga utifrån enkätens resultat att många fler företag inte vet vad kommunens politiker och tjänstemän har för inställning till företagande, och att de som vet oftare tycker att dessa *sällan* eller *aldrig* har en bra attityd till företagande. Det går att dra slutsatsen utifrån resultatet att politiker och tjänstemäns attityd/inställning till företagande inte speglar det omgivande samhällets bild av företagande eftersom företagare uppfattar att allmänheten *ganska ofta* eller *mycket ofta* har en bra inställning till företagande. Jämför vi resultatet vad företagen anser om politiker och kommunala tjänstemäns attityder med andra myndigheter som avger företagservice så får kommunens politiker och tjänstemän ett betydligt sämre resultat. De myndigheter som exemplifierades i enkäten är Bolagsverket, Skatteverket och Kronofogdemyndigheten.

Svenskt Näringslivs ranking ställer fler frågor än vi gjort i kartläggningen som är mer specifika vad gäller samhällsservice, som kulturutbud och barnomsorg. Skulle dock en kommuns samlade näringslivsservice, eller snarare utbud av näringslivsservice kunna förklara en del i varför Sundsvalls kommun sjunker på företagsrankingen kan man börja dra slutsatser. Är det så att företagens uttalade behov av näringslivsservice blir tillfredställd men att den service som avges är undermålig? Är den service näringslivsorganisationer och företag som har näringslivsutveckling som affärsidé felaktigt ställt till företagens behov? Är anledningen till varför så många företag behöver hjälp med kommunkontakter att kommunens politiker och tjänstemän inte uppfattas förstå företagen och vad de vill? Eller är det svårt att få kontakt med kommunen? Saknas arenor för dialog mellan kommun och företag? Saknas arena för kontakt med näringslivsservice, och i så fall är den rumslig/geografisk eller förekommer annan otydlighet i vilket utbud som finns? Frågorna som går att ställa är många och det enda vi faktiskt vet är det som redovisats och det faktum att 746 företag säger sig ha behov av hjälp med kontakt till kommunen. 454 företag säger att de vill ha hjälp med kontakt med politiker och 730 företag säger att de vill ha kontakt med Sundsvall Business Region.

Det svenska samhället är tämligen teknikfokuserat. Det kan vi se även i kartläggningen. Frågan om allmänhetens inställning till företagande visar att människor i allmänhet har en bra inställning till företagande, och då i synnerhet till teknikföretagande. Ser vi till de frågor kartläggningen ställer och de organisationer som ingår i Sundsvall Business Region så är dessa tämligen teknikfokuserade, i alla fall sett till innovationssystembyggande organisationernas frågor.

Den sektoriella politiken har under ett flertal år varit en svårstörd fråga på det nationella planet. Inom regionerna finns liten samordning av sektorpolitiken och olika offentliga myndigheter med tillväxtpolitik som uppdrag finner svårt att både prioritera och samordna sina resurser. Detta kan till viss del sägas hämma den regionala (och nationella) utvecklingen.

6.3 Universitet som drivmotor i näringslivsutveckling?

Att få använda sig av forskning -och utvecklingsresurser (FoU) som regionens universitet kan bistå med borde anses som ganska normalt och inte särskilt anmärkningsvärt. Minns gärna hur de 100 mest snabbväxande företagen i länet från teoriavsnittet och hur de värderade FoU. Över hälften av företagen värderade tillgången till FoU som viktig, dock en av de minst viktiga frågorna. Detta kan givetvis bero på att företagen själva hanterar FoU-frågor, eller att de förser sig med de resurser de behöver och är inte beroende av att dessa resurser finns i regionen. När man kategoriserar regioner i nationella undersökningar (och internationella) särskiljer man ofta regioncentra (exempelvis Sundsvall) som har universitet eller högskola från dem som inte har det. De två senaste årtiondenas regeringar har arbetat målmedvetet för att högre utbildning och forskning skall göras så tillgänglig som möjligt oberoende bostads/verksamhetsort.

Universitet/högskolor är även ålagda med den så kallade tredje uppgiften, samverkan med näringsliv och samhälle. Detta till trots så har utväxlingen på dessa satsningar haft marginell påverkan på ökningen av FoU i SME-företag. Lite bättre är resultatet av en ökad tillgänglighet till högutbildad arbetskraft (SOU, ansvarskommittén, 2006). En viktig fråga att hantera är vilka förväntningar näringsliv och samhälle har på kontakten med Mittuniversitetet. Ser vi på svaret på frågan om kontakten med Mittuniversitetet och hur företagen som varit i kontakt värderar denna kan vi generellt säga att ju större företagen är desto mer nöjda är de. FoU-insatser är kostsamma för företag både i tid och pengar, vilket gör att det logiska blir att ju större företaget är desto mer sannolikt är det att det har förmåga, kompetens och kapital att förvalta och utveckla samarbeten med grundforskning (och tillämpad forskning). Universitet och högskolor är inte regionala utan nationella (med internationella ambitioner), något som många ofta tenderar att glömma bort när universitet/högskolor som motorer i regioner diskuteras.

6.4 Knyta ihop säcken

Tidigt i rapporten nämns att Svenskt Näringslivs ranking över företagsklimat i Sveriges kommuner har agerat fond till beslutet att ta reda på mer om företagens behov (i Sundsvalls kommun). Om man grupperar kommunerna i FA-regioner (funktionella arbetsmarknadsregioner) kan man konstatera att de regioner som ligger topp 100 ofta befinner sig på pendlaravstånd till storstadsregionerna eller tillhör en regionsammanslagning so exempelvis Västra Götalands län (undantag finns givetvis). Nästan samtliga är lokaliserade i södra Sverige. Detta skulle kunna styrka teorin om att det är tillgängligheten av arbetskraft och hur rörlig den kan vara geografiskt som är en av de styrande variablerna till tillväxt.

I kapitel 3 redogörs för några teorier om tillväxt och några variabler som modern forskning- och utveckling anser avgörande för en regions tillväxt. Vad som även framgår är att åsikterna om vad som driver tillväxt ofta går isär, vilket gör bilden att skapa en bra samhällsstruktur för näringslivsutveckling och tillväxt mer komplex än att tillfredställa befintliga företags behov.

Det är alltid svårt att skapa något, en vara, en tjänst/service som är så allmän att den passar alla och så kvalificerad att den hjälper alla. Alla frågor går att vrida och vända på och fler kan även hittas i och mellan de frågor som ställts i enkäten. Denna rapport har/hade som målsättning att sammanställa och åskådliggöra ett antal fakta och samband om företagen i Sundsvalls kommuns behov av service, stöd och hjälp. Den har/hade även som ambition att redogöra om företags inställning till ett antal frågor som är viktiga för den regionala tillväxten.

7. Käll- och Litteraturförteckning

Elektroniska källor

- www.scb.se
- <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Rapporter, Uppsatser & Litteratur

- Ds 2007:38 *Kunskapsdriven tillväxt – En första rapport från globaliseringsrådet*. Utbildningsdepartementet.
- Rengensjö, C & Nordin, J (2010) *Guldklockan klämtar – En studie om kompetensbevaring i samband med generationsskifte*. Högskolan i Borås.
- SOU 2007:10 Ansvarskommitténs slutbetänkande.
- Tillväxtfakta. *Så växer Sverige och dess regioner*. Tillväxtverket, april 2010.

Bilagor

Bilaga 1

Vi undrar om vi får spara era kontaktuppgifter för internt bruk, detta för att kunna skicka inbjudningar och erbjudanden till er från Sundsvall Business Region. Era uppgifter kommer inte att säljas eller på annat sätt överlåtas till kommersiella aktörer.

- Ja
- Nej

E-postadress:

1. Vilken typ av företag representerar du?

- Aktiebolag
- Handelsbolag
- Kommanditbolag
- Enskild firma

Företagets SNI Bransch koppling

- Tillverkningsindustri – Process och mekanik
- Tillverkningsindustri – Montering
- Tillverkningsindustri – Maskiner
- Tillverkningsindustri – Konsumentprodukter
- Tillverkningsindustri – Övrigt
- Detalj- och partihandel
- Dagligvaruhandel
- Byggindustri – Bygg&Anläggning
- Byggindustri – Konsulting
- Skogsföretag – Skoglig verksamhet
- Skogsföretag – Konsulting och teknik

- Kemi&Laboratorier
- Jordbruk – Djurhållning
- Jordbruk – Odling
- Café&Restaurang
- Matberedning
- Vårdföretag
- Friskvård&Hälsa
- Scenkonst&Kultur
- Hotell, Pensionat&Vandrarhem
- Offentlig verksamhet (Kommun, landsting&Stat)
- Konsulting – IT&Teknik
- Konsulting – Ekonomi&Administration
- Konsulting – Management&Projekt/Projektledning
- Konsulting - Övrigt
- Inforamtion, PR&Reklambyråverksamhet
- Bank, Finans&Försäkring
- Transport&Logistik
- Juridik
- Fastighet
- Service – Teknisk service
- Service – Hantverk
- Service – Övrigt
- Arkitekt&Design
- Annat
- Utbildning

2. Inom vilken bransch verkar ni huvudsakligen?

- Tillverkningsindustri
- Detaljhandel

- Dagligvaruhandel
- Byggindustri
- Skogsföretag
- Jordbruk
- Cafe&Restaurang
- Vårdföretag
- Scenkonst/Kultur
- Hotell, Pensionat&Vandrarhem
- Offentlig verksamhet
- Konsulting - Teknik/IT
- Konsulting - Ekonomi&Administration
- Konsulting - Management
- Transport
- Bank/Finans/Försäkring
- Juridik
- Fastighet
- Service (städ/frisör/skomakare/elektriker etc.)
- Friskvård&Hälsa
- Annat

3. Hur ser huvudägarskapet ut i ditt företag?

- Kvinna/Kvinnor
- Man/Män
- Fler ägare - ej börsbolag
- Börsbolag (Publikt bolag)
- Vet ej/ej tillämpligt
- Annat

4. Hur många anställda har ni (i regionen)?

- Inga anställda

- 1-10
- 11-250
- Över 250

5. Vad är din inställning till tillväxt hos företaget?

- Vill att företaget växer
- Vill inte att företaget växer
- Har ingen åsikt i frågan

6. Hur vill du framför allt att företaget växer?

- Via sammanslagning/uppköp
- Via finansiellt tillskott
- Organiskt
- Annat

Nu följer ett antal påståenden där du utifrån din erfarenhet ska göra en bedömning mellan Aldrig, Sällan, Ganska ofta och Mycket ofta.

8. Hur ofta är finansiering ett problem för ditt företag?

- Aldrig
- Sällan
- Ganska ofta
- Mycket ofta
- Vet ej

9. Hur ofta är brister i flygförbindelser ett problem för ditt företag?

- Aldrig
- Sällan
- Ganska ofta
- Mycket ofta
- Vet ej

10. Hur ofta är bristande kvalitet på bilvägar ett problem?

- Aldrig
- Sällan
- Ganska ofta
- Mycket ofta
- Vet ej

11. Hur ofta är bristande järnvägsförbindelser ett problem?

- Aldrig
- Sällan
- Ganska ofta
- Mycket ofta
- Vet ej

12. Hur ofta är brist på rätt utbildad arbetskraft ett problem?

- Aldrig
- Sällan
- Ganska ofta
- Mycket ofta
- Vet ej

14. Hur ofta är bristen på tillgång till forskningsmiljöer ett problem?

- Aldrig
- Sällan
- Ganska ofta
- Mycket ofta
- Vet ej

15. Hur ofta har människor i din närhet en positiv inställning till företagande?

- Aldrig
- Sällan
- Ganska ofta

- Mycket ofta
- Vet ej

16. Hur ofta har politiker en positiv attityd till företagande (politiker i allmänhet, gör en skattning)?

- Aldrig
- Sällan
- Ganska ofta
- Mycket ofta
- Vet ej

17. Hur ofta har kommunens tjänstemän en positiv inställning till företagande?

- Aldrig
- Sällan
- Ganska ofta
- Mycket ofta
- Vet ej

18. Hur ofta har andra myndigheter du stöter på en positiv inställning till företagande? (Exempelvis bolagsverket, skatteverket och kronofogdemyndigheten)

- Aldrig
- Sällan
- Ganska ofta
- Mycket ofta
- Vet ej

19. Yttre påverkansfaktorer

Nu kommer ett antal frågor som behandlar servicen runt ditt företag.

20. Har ditt företag sökt riskkapital någon gång på 2000-talet?

- Ja
- Nej

- Vet ej

21. Om du svarat "nej" eller "vet ej" på fråga 20, hoppa direkt till fråga 22.

På denna fråga kan du välja fler alternativ.

- Västenorrlandsfonden
- Investa företagskapital
- Saminvest
- Affärsänglar
- Annat

22. Tror du att ditt företag kommer att söka riskkapital under 2009 eller 2010?

- Ja, mycket sannolikt
- Ja, ganska sannolikt
- Nej, ganska osannolikt
- Nej, mycket osannolikt
- Vet inte

23. Behöver du stöd med något av följande? (Här kan du kryssa i fler alternativ)

- Kunskapsutbyte via nätverkande
- Hantering av lagar och regelverk
- Stöd med innovationer (exempelvis patentrådgivning eller stöd att söka medel för produktutveckling)
- Stöd med entreprenörskap
- Import av varor/tjänster
- Export av varor/tjänster
- Kontakt med kommunen
- Kontakt med politiker
- Företagsrådgivning
- Kontakt med andra företag i din bransch
- Nej, behöver ingen hjälp

24. Behöver du hjälp med produktutveckling genom något eller några av följande? (Här kan du välja flera av alternativen)

- Design
- Teknologi
- Finansiering
- Testmiljö/lab
- Nej

25. Under några år framöver kommer många yrkeskunniga och välutbildade att lämna arbetsmarknaden på grund av ålder. Skapar detta ett problem för ditt företag?

- Nej, inga problem
- Ja, men vi kan hantera dessa problem
- Ja, det är ett svårhanterligt problem
- Vet inte/osäker

26. För familjeföretag kan generationsbyte av ägande vara ett problem. Är det ett problem för ditt företag?

- Nej, inget problem
- Ja, det är ett problem
- Inte tillämpligt

27. Har du intresse av att nätverka för erfarenhetsutbyte eller andra kontaktskapande aktiviteter? Med vilka i så fall?

(Här kan du välja flera alternativ)

- Kunder
- Företagare i egna branscher
- Företagare i olika branscher
- Inte intresserad

28. Har ditt företag kontakt med Mittuniversitetet?

- Ja
- Nej
- Vet inte/osäker

29. Om du svarat "nej" eller "vet ej" på fråga 28, gå direkt till fråga 30.

Har kontakten varit värdefull?

- Utan värde
- Av begränsat värde
- Ganska värdefull
- Mycket värdefull
- Vet inte/osäker

Några frågor om Sundsvall

Du kommer nu avslutningsvis att få svara på några frågor som rör hur du ser på Sundsvall som affärsturiststad.

30. Hur många gånger de senaste sex (6) månaderna har du rekommenderat någon affärskontakt eller kund att besöka Sundsvall som turist?

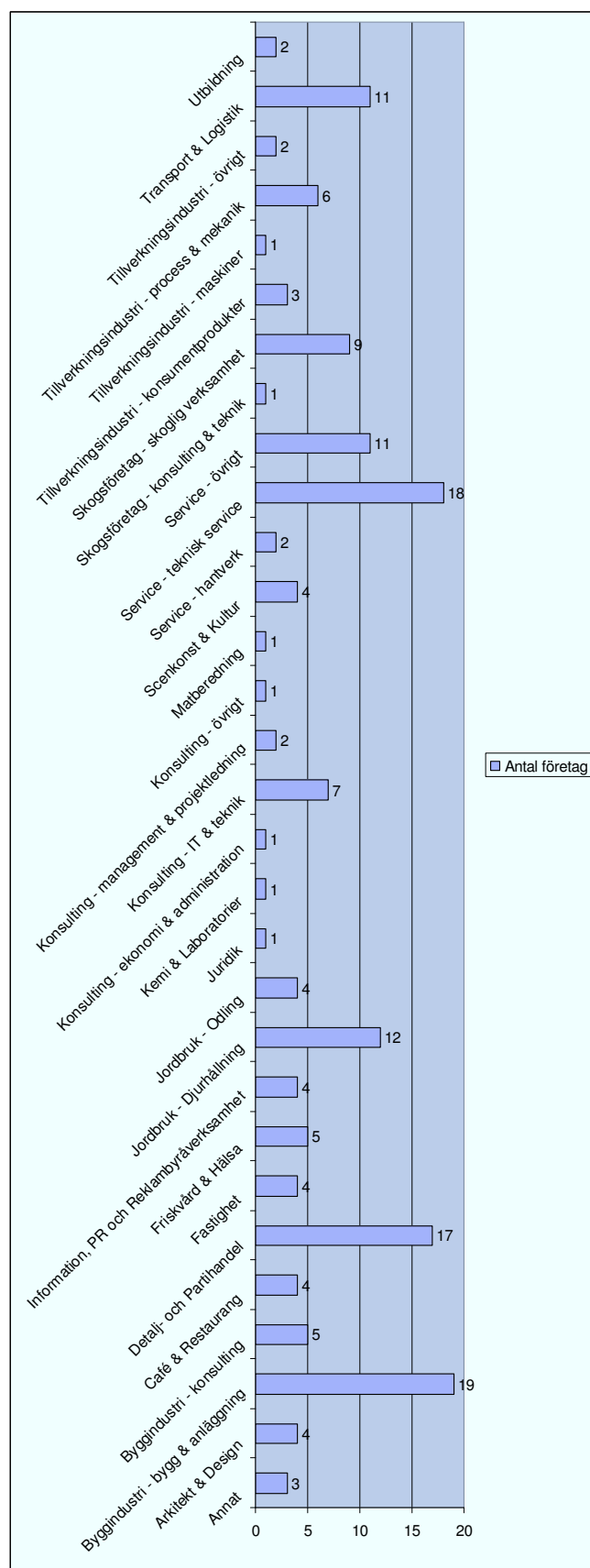
- 1 gång
- 1-3
- 4-7
- Fler än 7 gånger
- Ingen gång

31. Vad i Sundsvall väljer du oftast att framhäva när du talar med någon affärskontakt eller kund från annan ort eller land? (Välj ett alternativ)

- Naturen&Skogen
- Hav&Skärgård
- Stadsbergen
- Stenstan
- Birsta
- Gatufesten
- Sundsvall Open Trot
- Casino Cosmopol
- Annat

32. Senast du var på konferens, vart var den förlagd?

Bilaga 2



Bilaga 3

Företag/organisationer som företagen i kartläggningen sökt ”riskkapital” hos.

Bolag	Antal
Almi Mitt	6
Bank	4
Utländska riskkapitalbolag	3
Vill inte avslöja	3
Vet ej	2
Nordic Capital	1
Cegula	1
Norrlandsfonden	1
Provider Solutioner	1
Ågarna	1
Öresund	1
Framfab	1
Länsstyrelsen	1
Familjen	1
Totalt	26