

Avsedd för  
**Sveriges kommuner och landsting**

Dokumenttyp  
**Rapport**

Datum  
**April 2014**

# FAKTORER SOM SPELAR ROLL FÖR FÖRETAGSKLIMATET I SVENSKA KOMMUNER



# FAKTORER SOM SPELAR ROLL FÖR FÖRETAGSKLIMATET I SVENSKA KOMMUNER

Ramböll  
Krukmakargatan 21  
Box 17009  
SE-104 62 Stockholm  
T +46 (0) 8 568 494 40  
F +46 (0) 10 615 20 00  
[www.ramboll.se](http://www.ramboll.se)

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>1.</b>	<b>Om uppdraget att mäta företagsklimat</b>	<b>1</b>
1.1	Inledning	1
1.2	Disposition	1
<b>2.</b>	<b>Bakgrund</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>Metod</b>	<b>3</b>
3.1	Urval av företag	3
3.2	Metaanalysens tillvägagångssätt	3
<b>4.</b>	<b>Vad säger företagen och vilket betyg ger RMC:s företagsklimatindex?</b>	<b>8</b>
4.1	Kompetensförsörjning	8
4.2	Infrastruktur och kommunikationer	11
4.3	Företagsstödande aktiviteter	12
4.4	Eget bidrag till företagsklimatet	14
4.5	Framtid	15
4.6	Företagsklimatindex	16
<b>5.</b>	<b>Avslutning</b>	<b>19</b>

## FIGURER

Figur 1	Andel sektorer i företagsklimatet.....	4
Figur 2	Respektive sektors indelning i områden och källor.....	5
Figur 3	Den kommunala delen av företagsklimatet.....	5
Figur 4	Den icke-kommunala offentliga delen av företagsklimatet .....	6
Figur 5	Företagens samverkan.....	6
Figur 6	Vilka aktörer kommer vara viktigast i att leverera tjänster i framtiden? .....	16
Figur 7	RMC:s Företagsklimatindex resultat i genomsnitt för de tolv kommunerna i studien.....	16
Figur 8	Andel vad respektive sektor består av .....	17
Figur 9	Kommunernas NKI värde Insikt och RMC:s Företagsklimatindex .....	18

## BILAGOR

### Bilaga 1 Resultat per kommun

### Bilaga 2 Internationell utblick

# 1. OM UPPDRAGET ATT MÄTA FÖRETAGSKLIMAT

## 1.1 Inledning

En viktig fråga för Sveriges Kommuner och Landsting (SKL) är att verka för att företagsklimatet i svenska kommuner är så bra som möjligt och att förstå vilka faktorer som påverkar företagsklimatet. Ett bra företagsklimat främjar kommunens tillväxt och attraktivitet men den återkommande frågan består - vad och vem som påverkar företagsklimatet? I strävan att bättre förstå vad som skapar ett bra företagsklimat, respektive orsakar ett sämre, producerar SKL och många andra aktörer regelbundna mätningar som på olika sätt mäter delar av företagsklimatet. Frågan är om mätningarna tillsammans kan ge förklaringar till varför det ser ut på ett visst sätt i en viss kommun?

Som ett led i SKL:s arbete att skaffa sig en fördjupad bild över vad som påverkar företagsklimatet har Ramböll Management Consulting (RMC) haft uppdraget att analysera faktorer som spelar roll för att främja företagsklimatet i svenska kommuner. Studien gör inte anspråk på att mäta hela företagsklimatet. Den har istället främst fokuserat på hur servicen ser ut till företagen. En förutsättning har varit att det funnits en kontaktyta mellan företagen och de som utfört servicen. Servicen utgör en slags leverans till företagen, levererad av flera olika aktörer som verkar inom både det offentliga och privata. En typ av service utgörs också av den samverkan som sker mellan företagen lokalt. Denna service, inklusive den samverkan som sker mellan företagen, utgör i denna studie förutsättningarna för graden av nöjdhet avseende företagsklimatet.

Kommunen står för en viktig del i att leverera tjänster för ett fungerande företagsklimat. Exempel på sådana kan vara tjänster inom kompetensförsörjning, infrastrukturell service m.m. Denna studie har tittat på hur servicen ser ut till företagen i ett bredare aktörsperspektiv. Det kan konstateras att trots mångfalden av mätningar på området finns det inte någon mätning på marknaden som fångar de faktorer som påverkar hur företagaren upplever servicen gällande olika tjänster hos andra än kommunen. För att få en ökad förståelse varför företagen upplever det de säger sig uppleva behöver man jämföra och lägga samman en rad resultat från olika befintliga mätningar och även utveckla befintliga indexmodeller. Denna rapport baseras på befintligt material i form av dels SKL:s mätning Insikt som är en servicemätning av kommunernas myndighetsutövning och andra relevanta mätningar. Dessutom har en egen modell för företagklimatindex modulerats fram och intervjuer med företag har legat till grund för data som använts i ett både kvantitativt index och redovisning i kvalitativ form.

## 1.2 Disposition

I kapitel 2 ges en kortare bakgrund till frågan om företagsklimat. I kapitel 3 förklaras metodiken och hur analysen genomförs för att skapa ett företagsklimatindex som fångar de aktuella perspektiven på service. I kapitel 4 berättar företagen om företagsklimatet och det totala företagsklimatindexet, som RMC tagit fram, presenteras. Rapporten avslutas i kapitel 5 med en sammanfattande diskussion. I rapportens bilaga 1 redogörs resultaten på kommunnivå för de tolv kommuner som valts ut i undersökningen. I bilaga 2 presenteras en internationell utblick.

## 2. BAKGRUND

SKL har tagit fram rapporten "Räkna räkna ranka" (SKL, 2010) som jämför nio av de viktigaste undersökningarna som görs på företagsklimatområdet. Rapporten reder bland annat ut vad olika undersökningar säger och rankar undersökningarna utifrån kvalitet och hur väl resultaten i undersökningen återspeglar kommunernas insatser.

Företag har kontakt med en mängd andra aktörer än kommunen. Det kan konstateras att dessa möten är en del i det lokala företagsklimatet men det perspektivet har aldrig blivit belyst. Syftet med denna rapport är försöka öka förståelsen för i vilken utsträckning företagen är beroende av bra service och bemötande även från t.ex. banker, försäkringsbolag, ALMI, arbetsförmedling, mobil- och teleoperatörer etc. Till exempel handlar det om hur bra och effektiva dessa kontakter är och hur företagen uppfattar denna icke-kommunala offentliga service. Denna studie utgår från resultatet i Insikts mätning genom att använda Insikts resultat som jämförande mått och urvalsinstrument för populationen, men även utifrån resultat från andra relevanta mätningar.

Företagens egna initiativ och engagemang har visat sig vara viktigt för det lokala företagsklimatet. Kommuner där näringslivet engagerar sig utöver det som man egentligen kan kräva av dem har ofta ett väldigt gott samarbetsklimat och de presterar bra i olika mätningar om företagsklimatet, vilket utgör en viktig del i analysen. Vi förutsätter att det har betydelse om företagen engagerar sig i både service och närsamhället runtomkring sitt företag. Företaget kan vara mer eller mindre aktivt att själv uppsöka service, ge input på förbättringar, stå för nätverkskapande och/eller ha andra engagemang för lokalsamhället.

Såsom har nämnts ovan görs många olika typer av mätningar. Genom att lägga samman resultat av några olika studier som bedöms vara möjliga att inkludera i denna studie, går det att analysera faktorer som till exempel företagens egna initiativ till att bidra till ett bättre företagsklimat. Fokus är att få reda på faktorer som drivs från både företagarnas sida, men även från den icke-kommunala aktören, som kan representeras dels av en icke-kommunal offentlig aktör (t.ex. statlig verksamhet) eller dels av en rent privat aktör (t.ex. privatägt företag). Genom att jämföra ett antal redan genomförda studier i kombination med intervjuer möjliggörs ett nytt sätt att analysera det lokala företagsklimatet.

## 3. METOD

### 3.1 Urval av företag

Studien har genomförts genom en kvalitativ undersökning baserad på intervjuer med företag runt om i landet. Resultaten av den kvalitativa undersökningen har kunnat användas i en kvantitativ beräkningsmodell (se nedan). Förutsättningen att bli intervjuad som företag är att man har besvarat Insikt-enkäten<sup>1</sup>.

I syfte att skapa en tillräckligt substantiell bas för att fånga alla de olika aspekterna på service till företagen och förstå avgränsningen mellan vad företagen uppfattar som kommunal leverans av service och övriga sektorers service till företagen har antalet intervjuade företag behövt vara tillräckligt representativa avseende på både antal och spridning runt om i landet. Dock utgör antalet intervjuade företag i undersökningen en mycket begränsad andel som endast syftar till att ge en fingervisning om väntat resultat.

Tre kommuner ur varje grupp av kommuner som fått ett NKI-värde mellan 70+, 68-69, 64-68 och under 64 har valts ut, vilket gett tolv kommuner i vilka antal företag har intervjuats. Kommunerna har valts ut för att fånga in både kommunstorlek och urbaniseringsgrad.

Frågorna som har ställts har generellt varit upplagda enligt följande: initialt har några kortare övergripande frågor ställts om företagsklimatet och om vilka aktörer som är viktiga för att leverera tjänster till företaget. Företagen har själva fått identifiera aktörer och tjänster som är viktiga. Frågeställaren har sedan kategoriserat svaren och gått in på flertalet delområden för att nå fram till en betygssättning av de olika diskuterade aktörernas tjänsteleveranser. Antal företag som kontaktats var 202 stycken under perioden oktober-december 2013. 46 företag har slutligen kunnat ligga till grund för denna studie.

### 3.2 Metaanalysens tillvägagångssätt

Den metaanalys som använts i denna studie består av följande källor:

1. **Insikt.** Frågan om kommunernas service till företagen får illustreras av SKL:s undersökning Insikt.
  - a. Totala NKI-värdet för varje kommun har valts.
2. **Lokalt företagsklimat:** Från Svenskt näringsliv har information om:
  - a. Företagens egna initiativ för att förbättra företagsklimatet
  - b. Hur tillgången är på arbetskraft med relevant kompetens
  - c. Infrastruktur med Tele- och IT-nät samt Vägnät, tåg- och flygförbindelser

---

<sup>1</sup> Datainsamling februari-april 2013

3. **RMC:s egna intervjuer** har gett följande information:

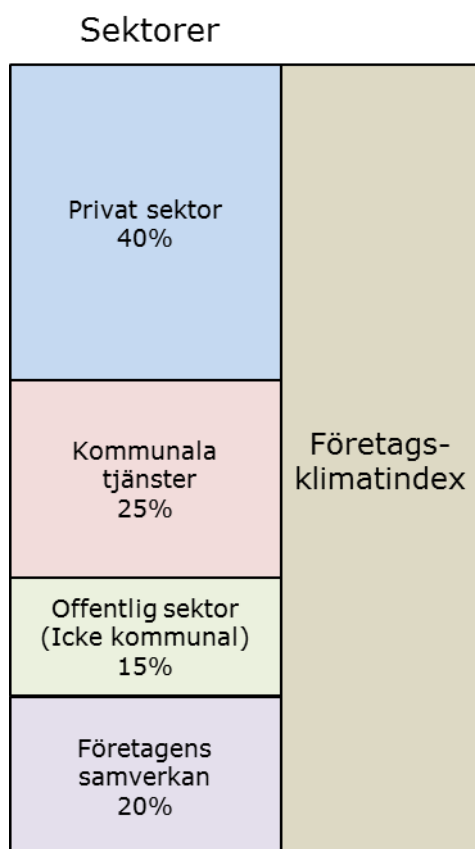
- a. Kompetensförsörjning i privat eller icke-kommunal offentlig regi
- b. Infrastruktur i privat eller icke-kommunal offentlig regi
- c. Företagsstöd i privat eller icke-kommunal offentlig regi

4. **Företagens villkor och verklighet.** Från Tillväxtverkets studie hämtas information om:

- a. Andelen företag som samverkar med andra företag

Ovanstående källor är de som finns tillgängliga på en kommunal eller regional nivå. Det finns andra källor med fördel som skulle kunna användas i en liknande studie, såsom t.ex. SKI:s mätning av Företagstjänster eller kommunal service. Det som gjort att dessa inte ingår i denna studie är en avsaknad av regional redovisning av resultaten.

I de intervjuer som genomförts i RMC:s regi har dessutom företagarna fått ange hur stor andel av den service som ges till företagen som utgörs av Privat sektor (40 %), Kommunal sektor (25 %), Icke-kommunal offentlig sektor (15 %) samt Företagens samverkan (20 %). Samverkan kan ses som egen producerad service som företagen ger till varandra. Dessa andelar har använts som en fördelningsnyckel vid framräknandet av företagsklimatindexet.



**Figur 1 Andel sektorer i företagsklimatet**

Nedan redovisas respektive sektors indelning i områden och vilka källor som använts i respektive mått.

**Privat sektor**

Den privata sektorns del av företagsklimatet utgörs av:

- Företagsstöd (RMC:s intervjuer)
- Kompetensförsörjning (2/3 Svenskt näringsliv och 1/3 RMC:s intervjuer)
- Infrastruktur (2/3 Svenskt näringslivs Tele- och IT-nät och 1/3 RMC:s intervjuer)

Källor	Områden	Sektor
<b>RMC Intervjuer</b> 100% av Företagsstöd	<b>Företagsstöd</b> 33% av Privat sektor	<b>Privat sektor</b> 40% av Företagsklimatindex
<b>Svenskt Näringsliv</b> (Hur är tillgången på arbetskraft...) 67% av Kompetensförsörjning	<b>Kompetensförsörjning</b> 33% av Privat sektor	
<b>RMC Intervjuer</b> 33% av Kompetensförsörjning		
<b>Svenskt Näringsliv</b> (Tele- och IT-nät) 67% av Infrastruktur	<b>Infrastruktur</b> 33% av Privat sektor	
<b>RMC Intervjuer</b> 33% av Infrastruktur		

Figur 2 Respektive sektors indelning i områden och källor

**Kommunala tjänster**

Den kommunala delen av företagsklimatet utgörs av:

- Insikts totala NKI-värde

Källa	Sektor
<b>SKL NKI Insikt</b> 100% av Kommunala tjänster	<b>Kommunala tjänster</b> 25% av Företagsklimatindex

Figur 3 Den kommunala delen av företagsklimatet



### Offentlig sektor (icke kommunal)

Den icke-kommunala offentliga sektorns del av företagsklimatet utgörs av:

- Företagsstöd (RMC:s intervjuer)
- Kompetensförsörjning (2/3 Svenskt näringsliv och 1/3 RMC:s intervjuer)
- Infrastruktur (2/3 Svenskt näringslivs Väg, tåg- och flygförbindelser och 1/3 RMC:s intervjuer)

Källor	Områden	Sektor
<b>RMC Intervjuer</b> 100% av Företagsstöd	<b>Företagsstöd</b> 33% av Offentlig sektor	<b>Offentlig sektor (icke kommunal)</b> 15% av Företagsklimatindex
<b>Svenskt Näringsliv</b> (Offentliga sektorns stöd i kompetensförsörjningsfrågor ...) 67% av Kompetensförsörjning	<b>Kompetensförsörjning</b> 33% av Offentlig sektor	
<b>RMC Intervjuer</b> 33% av Kompetensförsörjning		
<b>Svenskt Näringsliv</b> (Vägnät, tåg- och flygförbindelser) 67% av Infrastruktur	<b>Infrastruktur</b> 33% av Offentlig sektor	
<b>RMC Intervjuer</b> 33% av Infrastruktur		

Figur 4 Den icke-kommunala offentliga delen av företagsklimatet

### Företagens samverkan

Företagens samverkan utgörs av:

- Företagens egna initiativ (2/3 Svenskt näringsliv, 1/3 Företagens villkor och verklighet)

Källor	Sektor
<b>Svenskt Näringsliv</b> (Företagens egna initiativ för att förbättra företagsklimatet) 67% av Företagens samverkan	<b>Företagens samverkan</b> 20% av Företagsklimatindex
<b>Tillväxtverket</b> <b>Företagens villkor och verklighet</b> (Omindexerad andel företag som samverkar) 33% av Företagens samverkan	

Figur 5 Företagens samverkan

Genomsnitt för respektive sektor räknades fram för respektive kommun och vägdes sedan samma till Företagsindexet med hjälp av de av företagen angivna andelarna.

Eftersom de olika datakällorna har olika skalor har samtliga resultat beräknats om till en skala från 1-100. När det gäller frågan från Företagens villkor och verklighet så utgörs resultatet av en andel av företagen som uppger att de samverkar med andra företag och detta resultat har nivåreglerats med en faktor på 1,523 för att matcha den andra företagssamverkansfrågan från Svenskt näringslivs studie om företagsklimat så att de två datakällorna har samma genomsnitt.

Anledningen till att data från Svenskt näringsliv utgör 2/3 av resultaten och RMC:s 1/3 beror på att endast ett fåtal företag har intervjuats i RMC:s intervjuer och för att minska de fluktuationer som litet stickprov orsakar har denna viktning använts.

Fokus i studien ligger på vilka kontaktytor enskilda företag har med andra aktörer lokalt och vilken service dessa levererar till företagen samt på företagens samverkan med varandra. De områden vi tittat närmare på är den service som ges till företagare inom områdena kompetensförsörjning, infrastruktur och företagsstöd.

Vi är medvetna om t.ex. skolornas betydelse för kompetensförsörjningen och betydelsen av investeringar i vägar samt tåg- och flygtrafik för infrastrukturen. Det är faktorer som visserligen har en stark inverkan på företagsklimatet men där det inte uppstår någon direkt kontaktyta mellan leverantören av dessa tjänster och företagen. Dessa områden är därför inte inkluderade i denna studie.

Vårt syfte med studien har varit att ge ett nytt perspektiv på företagsklimatet i svenska kommuner, inte att ta fram ett heltäckande mått.

## 4. VAD SÄGER FÖRETAGEN OCH VILKET BETYG GER RMC:S FÖRETAGSKLIMATINDEX?

I detta kapitel presenteras resultatet av de intervjuer som genomförts med företagare runt om i Sverige. Resultatet är uppdelat i de områden som valts ut för analys: kompetensförsörjning, infrastruktur och kommunikationer samt företagsstödjande aktiviteter. I redovisningen presenteras företagens syn på de privata aktörernas tjänsteutbud samt de offentliga icke-kommunala aktörernas tjänsteutbud. Efter det sammanfattas hur företagen ser på det egna bidraget till företagsklimatet samt hur de ser på framtiden. Kapitlet avslutas med det kvantitativa resultatet där företagens svar har omarbetats i RMC:s föreslagna modell för företagsindex där det totala betyget för företagsklimatet anges.

### 4.1 Kompetensförsörjning

Området för kompetensförsörjning fokuserar på möjligheterna att hitta rätt personal till sitt företag och möjligheter till att utbilda sin personal. När det gäller möjligheterna att hitta rätt personal, det vill säga hjälp och stöd i att anställa personal till sitt företag så finns det en rad privata aktörer som företagen är i kontakt med: Adecco, Poolia, Skill och Prime. Bland de offentliga icke-kommunala aktörer är det uteslutande Arbetsförmedlingen som företagen har kontakt med.

När det kommer till möjligheterna att utbilda sin personal så utbildar en del företag sina anställda och använder sig främst av privata aktörer, bland annat kan nämnas Fastighetsägarna, Sveriges Campingvärdar och Byggkeramikrådet. Bland de offentliga icke-kommunala aktörerna så nämns Länsstyrelsen som den aktör som håller i utbildningar för personal.

Det finns en rad positiva bilder av möjligheten till stöd i frågor som rör kompetensförsörjningsfrågor men även en rad hinder. Det är en jämn fördelning mellan de företag RMC pratat med hur de ser på möjligheterna att erhålla rätt personal. De företag som upplever att det finns hinder för att hitta personal och rätt utbildad personal finns främst i relativt små kommuner med traditionella branscher. En företagare säger:

*”Få som vill komma till lilla Ljungby, traditionell industrikommun, väldigt svårt att rekrytera”*

Dock upplevs frågan av en del företag som inte just specifik för deras kommun utan att det är ett problem som finns över stora delar av landet. När det gäller utbildning av personal eller vidareutbildning av den egna personalen så upplever företagen att det finns stora möjligheter till detta. Som nämns inledningsvis så är det framförallt privata aktörer som företagen vänder sig till. Anledningen till varför företagen utbildar egen personal eller vidareutbildar sin personal beror på att många företag idag upplever det som svårt att hitta rätt utbildad personal och att detta därför sköts internt.

Det finns en kommun där samtliga intervjuade företag anser att det finns stora hinder att hitta rätt personal. De företag RMC pratat med i Härjedalen verkar inom turismnäringen och dessa

företag driver sin verksamhet säsongsbetonat. Att hitta personal med rätt bakgrund och kompetens upplevs som en stor svårighet. En företagare säger:

*”Det är inte så lätt att hitta personal här. Vår personal behöver ingen högskoleutbildning men det är ändå svårt att hitta med rätt bakgrund. Vi har mycket säsongsbaserat arbete och en del i företaget går bara säsongsvis, för de tjänsterna är det många som söker från hela Sverige och då får vi mycket kompetent personal. Inom kommunen är det däremot svårt. Då är det ofta genom privata kontakter”.*

Ett företag i Härjedalen hittar personal enbart via kontakter eller kollegor och använder inte privata eller icke-kommunala aktörer för det syftet. Företagen upplever även utmaningar i att få personal till orten då infrastruktur och kommunikationer inte fungerar tillfredsställande.

I Luleå anser tre av fyra företag att det finns hinder kopplade till att hitta rätt personal. Detta handlar framförallt om att hitta personal som är utbildade. En företagare säger:

*”Ett hinder är att få engagerad och kunnig personal. Vidareutbildning är a och o”.*

De kommuner RMC pratat med som är lite större till befolkning och som har nära tillgång till högskola eller universitet, till exempel Jönköping, upplever inte i lika hög grad en problematik kring att hitta rätt och utbildad personal. Här upplever företagen att möjligheten till att hitta rätt personal och utbildad personal är stor och att det framförallt finns en bredd och ett stort utbud bland privata aktörer att nyttja deras tjänster. En företagare säger:

*”Vi har en teknisk högskola och handelshögskola i stan’, ganska populär. Finns en del intressanta människor”.*

Vissa företag upplever även att mycket är kopplat till inom vilken bransch företaget verkar och att det branschspecifikt finns utmaningar i att säkra rätt personal till företagen. Företagen upplever att det oftast också saknas rätt utbildningar till just deras bransch. En företagare i Ängelholm säger:

*”Vi vill hitta de som har de kompetenser vi behöver, den är svår i branschen vi befinner oss i”.*

En annan företagare i Ängelholm säger:

*”Det är väldigt svårt att hitta folk till vår bransch, det finns mekanisk skola men det är inte inom vår bransch så man får försöka hitta mer erfarna människor själv”.*

Det finns en rad företag som även lyfter problematiken kring att få ungdomar att utbilda sig, att de hittar rätt utbildning och att de stannar på orten. En företagare säger:

*”Även yrkesmannasidan att få in yngre personer som har en vilja och grundkunskap”.*

En annan företagare i Avesta säger:

*”Ja det finns utmaningar, att få ungdomarna och inse vilken typ av utbildning som krävs och som är attraktivt”.*

När det gäller förhållningssättet till de privata aktörerna respektive de offentliga icke-kommunala aktörer, hur de stöttar företagen i att hitta rätt personal grundar sig åsikterna om tillhandahållandet av tjänster och service på hur väl kontakten med aktörerna faller ut, det vill säga vad resultatet av kontakter och nyttjandet av tjänsterna blir. Bland de som är positivt inställda till både de privata aktörerna samt de offentliga icke-kommunala är de företag som har haft bra kontakt med aktören samt att aktörerna har lyckats att hitta rätt personer med rätt kompetens som tillfört något till företagen. En företagare säger:

*”Bra men inte perfekt, de är aktiva i sitt deltagande och håller kontakten med mig, dom ser samma problem som jag gör med kompetensen. Dom försöker aktivt och syns, de visar sig”.*

En annan företagare säger:

*”Vi har precis gått den vägen när det gäller att anställa en administratör, fått tag i en tjej via Adecco Örnsköldsvik. Mycket bra, jag har ju kontakt med dem sen tidigare”.*

Bland de företag som inte är nöjda med de privata aktörerna så är främsta anledningen att företagen inte upplever att bemanningsföretagen har den kompetens som krävs för att få fram rätt personal. Företagen upplever också att bemanningsföretagen inte har den förståelse för de specifika företagen för att kunna rekrytera personal samt att de inte har kunskap om den bransch företaget verkar inom. Företagen upplever också att rekrytera via bemanningsföretag tar mycket tid och resurser och det är inte alltid detta fungerar för ett litet företag. En företagare säger:

*”De har inte den rätta kompetensen för att matcha oss, oftast hittar vi inte de personer vi behöver via dem”.*

De företag som upplever att de får dålig service pekar ut svårigheter i det aktörs segment som tillhör det icke-kommunala offentliga aktörerna. I det segmentet finns Arbetsförmedlingen som upplevs bland många av de företag som RMC pratat med, som en aktör som saknar den kunskap och kompetens som krävs för att kunna hitta rätt personal till företagen. Myndigheten upplevs som byråkratisk och i vissa fall svår att både få och ha kontakt med. Företagen ger flera berättelser om hur Arbetsförmedlingen upplevs fokusera på kvantitet snarare än kvalitet där de skickar personer på intervjuer bara för att de måste och att det ska se bra ut i statistiken. En företagare säger:

*”Arbetsförmedlingen finns ju, men de siktar fel. Känns lite som att deras uppgift är att få personer att söka så många jobb som möjligt, i mängd istället för kvalitet”.*

Företagare upplever även att handläggare på Arbetsförmedlingen i vissa fall har låg kompetens och att administrationen är tung.

#### 4.2 Infrastruktur och kommunikationer

För området infrastruktur och kommunikationer så är service och tjänster fokuserade på framförallt fyra delområden:

- Mobiltelefoni
- Bredband
- Varutransporter
- Kommunikationer

Företagen nyttjar tjänster inom dessa områden av en rad privata aktörer. När det gäller mobiltelefoni och bredband så nämns Telia, Telenor, Conio och NetOn. När det gäller varutransporter så nämns Schenker, privata bussbolag, Posten, taxibolag, Svensk Cater, Martin Cervera, Forslund, Menigo, Tingsta och Rinova och Rangells. Bland de icke-kommunala offentliga aktörerna så nämns Länstrafiken och Länsstyrelsen.

Majoriteten av de företag som RMC pratat med upplever att det inte finns några hinder när det gäller infrastruktur och kommunikationer. Detta ter sig specifikt i de kommuner som geografiskt ligger bra till i landet, nära motorväg och i relativt stora kommuner såsom Uppsala, Norrköping och Jönköping. Företag som upplever att deras kommun har bra infrastruktur när det gäller frågor kring mobiltelefoni, bredband och fiber är också nöjda. Företagen upplever en bra kommunikation med både de privata och icke-kommunala offentliga aktörerna. En företagare i Lerum säger:

*”Fungerar väldigt bra, har inte haft några problem alls med det”.*

En annan företagare i Ängelholm säger:

*”Här är det inga problem med telekommunikationer, bredband eller mobil funkar bra. Sen har man åsikter om prissättningar och så där. Transporter funkar bra, nära motorvägen så det är lätt för större lastbilar att komma hit och lasta på och av”.*

De företag som upplever ett hinder är framförallt de mindre kommunerna och de kommuner som geografiskt inte ligger nära kusten samt de som finns i norra delen av Sverige. Det största hindret upplevs vara brist på kommunikationer. Bland annat nämner företagen i Härjedalen problematiken att det inte finns tillgång till tågtrafik. Hit kan endast människor ta sig med bil vilket bland annat påverkar turismen negativt. I de norrländska kommunerna Gällivare och Luleå är tillgången till nätverk dålig och detta lyfts fram som ett stort hinder. Det är dåliga master och långa avstånd mellan dessa. Nätet är inte heller utbyggt i kranskommunerna vilket skapar stora problem. Ett företag i Härjedalen kan inte använda mobiltelefoni eller bredband för sitt företag eftersom de inte har en telemast nära. När det är mycket folk på orten som använder nätet så fungerar inte heller deras kortläsare för att belastningen blir för stor. En företagare säger:

*”Digitalt diskriminerad, fullständigt värdelöst”*

Majoriteten av företagen har inte kontakt med icke-kommunala offentliga aktörer när det gäller infrastruktur och kommunikationer. De få företag som har kontakt med dessa upplever att tillhandahålllet av tjänster och genomförandet av dessa är lite varierande. En företagare som inte är nöjd säger:

*”Länets transporter fungerar inte, det går en buss på morgonen och en på eftermiddagen. Använder inte, det är uteslutet. Är helt beroende av egna bilar”.*

En företagare som är nöjd säger:

*”Lokaltrafiken fungerar bra. Men jag åker väldigt lite själv”.*

Dock vill RMC poängtera att trots att företagen inte har samma kontakt med de icke-kommunala offentliga aktörerna när det gäller infrastruktur och kommunikationer som med de privata aktörerna så är de viktiga för företagsklimatet i kommunerna, framförallt måste infrastrukturen fungera för att människor ska ta sig till kommunerna. En företagare säger:

*”Konsekvens: Då väljer inte folk de vägarna (i närheten av kommunen och företaget) för att resa”.*

### 4.3 Företagsstödande aktiviteter

Området företagsstödande insatser fokuserar framförallt på möjligheter att få finansiering, försäkringsfrågor och juridisk rådgivning. Företagarna nämner själva framförallt kontakter med banker, jurister och försäkringsbolag som viktiga aktörer i företagsklimatet. Dessa aktörer är således privata aktörerna. Bland dessa nämns: Trygghansa, Nordea, Länsförsäkringar, Sparbanken Nord, IF, STF, Norrlandsfond, Teknikföretagen och Sparbanken Alingsås. Bland de icke-kommunala offentliga aktörerna nämns Almi, Länsstyrelsen och Tillväxtverket. För dessa aktörer så har företagen haft kontakt med dessa främst för olika stödformer till exempel landsbygdsstöd.

När det kommer till direkt företagsstödande aktiviteter såsom möjligheter att få tillgång till finansiering så ser företagen generellt sett inga hinder i de tjänster som erbjuds av till exempel bankerna. De privata aktörer upplevs i mångt och mycket som bra och får höga betyg. Detta gäller även den juridiska rådgivningen som en del företag utnyttjar. Företagen upplever att dessa aktörer ger en bra service, har bra kontakter och har stor kompetens att hjälpa till.

Bland de företag som upplever att det finns hinder så nämns bland annat svårigheten för företagare att få lån från bankerna både vid uppstart men även när det kommer till att utveckla sitt befintliga företag. En företagare säger:

*”Det finns ett forum för business men de utgår från kommun och ej från personen. Behövs att man ska stimulera personer att skapa företag, då måste man ta tag i personer när de gror”.*

Ett företag upplever att bankerna enbart hjälper de företag där de själva kan tjäna pengar.

Denne säger:

*”Tror inte att det är särskilt många banker som fungerar för små företag. Banken utgår från om man kan låna pengar eller ej, de hjälper ej om det inte finns någon ekonomisk vinning för dem själva. De vill ju bara sälja för att tjäna pengar, finns ingen coachning”.*

Ett annat hinder som nämns är även de höga kostnaderna som tas för service och tjänster av bankerna. En företagare säger:

*”Bankerna är katastrof. De gör så lite som möjligt för så mycket pengar som möjligt, de tjänar pengar på oss. Hantering av fakturering tjänar de massa pengar på, vi gör jobbet”.*

Det finns även ett företag som anser att det finns ett alltför litet utbud av banker idag och att det krävs konkurrens på området. Företaget säger:

*”Banken till exempel är ett problem. Vi upplever att det finns för få banker. Vore positivt om de fanns till exempel fler utländska aktörer som kan komma in, alltså utländska banker. De sitter på sina kunder, skulle vara bra att ha fler och konkurrens på området”.*

För nyttjandet av tjänster gällande försäkringsbolagen så anser majoriteten av företagen som använder sig av deras tjänster att de är bra. Det är RMC:s bild att återigen handlar det om det personliga bemötande företagen får samt hur tillmötesgående försäkringsbolaget är. En företagare som är nöjd säger:

*”Jättebra, villkoren är glasklara, en gång om året följs det upp, man ska ha en trygghet och det har vi.”*

En företagare som inte är nöjd med sitt försäkringsbolag säger:

*”De är inte tillräckligt flexibla. Har man en säsongsverksamhet så måste man ändå betala för hela året”.*

Det förekommer även här, likt ovan för bankerna, en kritik mot att försäkringsbolagen endast är ute efter att tjäna pengar på de tjänster och service som erbjuds företagen. En företagare säger:

*”Om de tjänar pengar så får man service. Man använder sig av försäkringsmäklare, direkt av försäkringsbolag får man ingen hjälp, de försöker komma undan det de har åtagit sig”.*

Många av de företag RMC pratat med har ingen kontakt med icke-kommunala offentliga aktörerna när det kommer till direkt företagsstödande aktiviteter. De som har kontakt med dessa aktörer upplever detta återigen varierat. En företagare upplever svårigheter i att förstå hur bedömningen av tilldelning av bidrag går till. Denne säger:



*”Hur de gör sina bedömningar när de skulle betala ut sina bidrag är svårt att förstå. Vi har under hösten blivit uppmuntrade av Näringslivskontoret att söka stöd, skickade in före sista datum, fick ett preliminärt ja. Fick sen avslag. Det fanns inga pengar kvar. De stora företagen som är mer etablerade får pengar, men inte vi som är små. Näringslivskontoret borde hjälpa i det här fallet. Men det gör de inte. Måste göra allt själv. De borde ha koll på vilka pengar som finns, och inte säga att det finns pengar om det inte finns”.*

En annan företagare som är nöjd och har fått bra hjälp säger:

*”Tillväxtverket var där på plats på företaget och analyserade om vi hade rätt till stöd. Hjälpte på plats med ansökan om finansiering”.*

Återigen är det hur väl resultatet av kontakten med aktören blir samt det individuella bemötandet som avgör hur företagen ser på aktörens tjänster och service.

#### **4.4 Eget bidrag till företagsklimatet**

För området hur företagen själva bidrar till företagsklimatet förekommer det en rad olika initiativ och engagemang runt om i kommunerna. I stort sett bidrar alla de företagare som RMC pratat med på olika sätt till företagsklimatet i sin kommun. Det förekommer delaktighet i både kommunala, icke-kommunala och privata initiativ.

När det kommer till de kommunala initiativen så handlar det bland annat om att delta på träffar och frukostmöten som kommunerna anordnar med företagen, där de har möjlighet att diskutera idéer samt utbyta erfarenheter med andra företag. Detta anses av många som värdefullt och viktigt i förhållande till sitt eget företagande. Det finns även en del kommittéer i kommunen som vissa företagare deltar i.

Företagarna deltar även i forum som till exempel är branschspecifika. En företagare i Luleå säger:

*”Ja alltså det händer ju, det är ju både nätverk och föreningar, mer på fritidsnivå. Nätverket är inom branschen”.*

En företagare i Ljungby nämner specifikt ett forum för turistföretag där syftet handlar om att diskutera hur turismen kan öka och hur orten ska framställas. Detta forum är privat och här lyfts bland annat en avsaknad av kommunens engagemang i frågan. Inom dessa grupperingar förekommer det även att företagare tillsammans anordnar föreläsningar och bidrar på så vis till företagsklimatet. Det upplevs att dessa fora skapar en möjlighet att påverka företagsklimatet. I Härjedalen så nämns bland annat en hotellförening, där ett antal hotell inom ett område har gått tillsammans för att gemensamt göra upphandlingar och bevaka hotellen och restaurangernas intressen gentemot politiker, kommunala tjänstemän och mot turistbyråer. Detta genererar inte bara att föreningen håller frågor aktuella utan det bidrar även till kompetensutveckling.

Ett flertal företagare nämner också specifikt att de sponsrar idrottsklubbar i kommunen. Detta genererar bra marknadsföring. En företagare i Jönköping säger:

*”Vi är med i Svensk Ventilation (branschorganisation).  
Är bland de största i Sverige. Sponsrar HV71”.*

Två företagare nämner också specifikt att de deltar i nätverk och grupper för att främja kvinnors företagande. En företagare i Gällivare är även mentor för unga kvinnor som funderar på att starta företag.

Specifika kontakter såsom kontakter med universitetsvärlden framställs också som mycket positivt. Här finns det möjligheter till ökade samarbeten. Det finns även de företag som deltar aktivt i Företagarna, Branschråd för arbetsgivarorganisationer, Rotary och Svenska turistföreningen.

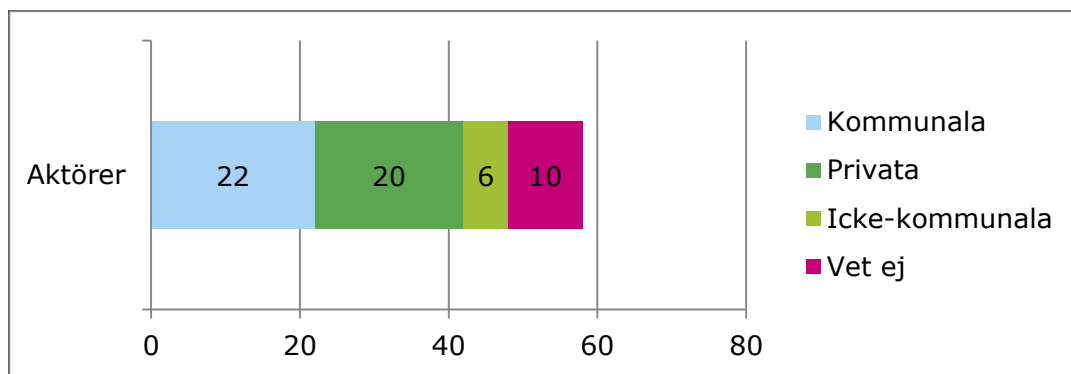
De flesta företagare upplever att de har stort inflytande över företagsklimatet genom ovannämnda insatser. För framtiden ser företagarna främst att deras inflytande över företagsklimatet är detsamma. Detta grundar sig framförallt i förhoppningen att de ska ha samma möjligheter som idag. Det är även många företagare som hoppas att det egna inflytande ska öka i och med att den bransch de verkar i växer. Syftet med att öka inflytandet handlar även att få folk att stanna i kommunerna och i förlängningen bidra till en bättre kompetensförsörjning.

#### **4.5 Framtid**

Den framtida aspekten av vilka tjänster och service som kommer att vara prioriterade samt vilka aktörer som förväntas leverera dessa bäst så finns det ett antal viktiga tjänster som lyfts fram som viktiga för framtiden för att företagarna ska kunna driva företag i sina kommuner. Bland annat nämns:

- Sjukvård
- Barnomsorg
- Utbildning
- Finansiering
- IT-tjänster/mobiltelefoni/bredband
- Infrastruktur
- Kommunikationer/tillgänglighet
- Varutransporter
- Elförsörjning
- Tillgång till personal

Företagen anser att det är kommunen som kommer vara viktigast i att se till att dessa tjänster levereras. Tätt efter följer de privata aktörerna. Nästan alla anser dock att det krävs en samverkan och gemensamma målsättningar för alla aktörer som verkar inom kommunerna för att företagsklimatet ska vara bra.

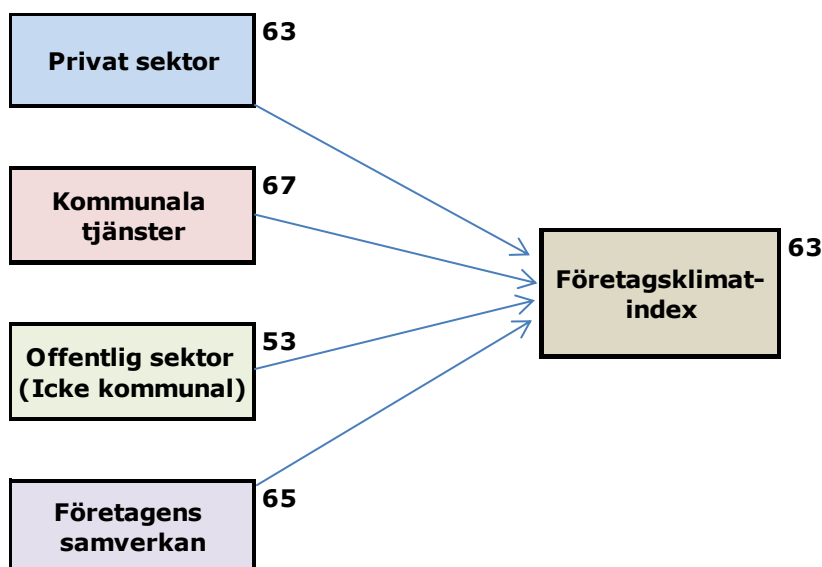


Figur 6 Vilka aktörer kommer vara viktigast i att leverera tjänster i framtiden?

#### 4.6 Företagsklimatindex

Baserat på intervjuerna då företagen har betygsatt tjänsterna från de olika aktörerna återfinns nedan det totala resultat för företagsklimatet.

Modellen (se figuren nedan) visar alltså att de fyra sektorerna bidrar till det totala företagsklimatet. Angivet i direkt anslutning till sektorerna återfinns respektive kommuns betyg. Denna modell finns återgiven i appendix för respektive kommuns datablad.



Figur 7 RMC:s Företagsklimatindex resultat i genomsnitt för de tolv kommunerna i studien

I exemplet ovan som är det genomsnittliga betygen för de tolv kommunerna har Företagsklimatet beräknats enligt följande:

$$\text{Företagsklimatindex} = (63 \cdot 40\%) + (67 \cdot 25\%) + (53 \cdot 15\%) + (65 \cdot 20\%) = 63$$

#### **Privat Sektor (40 % av Företagsklimatindex)**

Den privata sektorns del av företagsklimatet utgörs av:

- Företagsstöd (RMC:s intervjuer)
- Kompetensförsörjning (2/3 Svenskt näringsliv och 1/3 RMC:s intervjuer)
- Infrastruktur (2/3 Svenskt näringslivs Tele- och IT-nät och 1/3 RMC:s intervjuer)

#### **Kommunala tjänster (25% av Företagsklimatindex)**

Den kommunala delen av företagsklimatet utgörs av:

- Insikts totala NKI-värde

#### **Offentlig sektor (icke kommunal) (15 % av Företagsklimatindex)**

Den icke-kommunala offentliga sektorns del av företagsklimatet utgörs av:

- Företagsstöd (RMC:s intervjuer)
- Kompetensförsörjning (2/3 Svenskt näringsliv och 1/3 RMC:s intervjuer)
- Infrastruktur (2/3 Svenskt näringslivs Väg, tåg- och flygförbindelser och 1/3 RMC:s intervjuer)

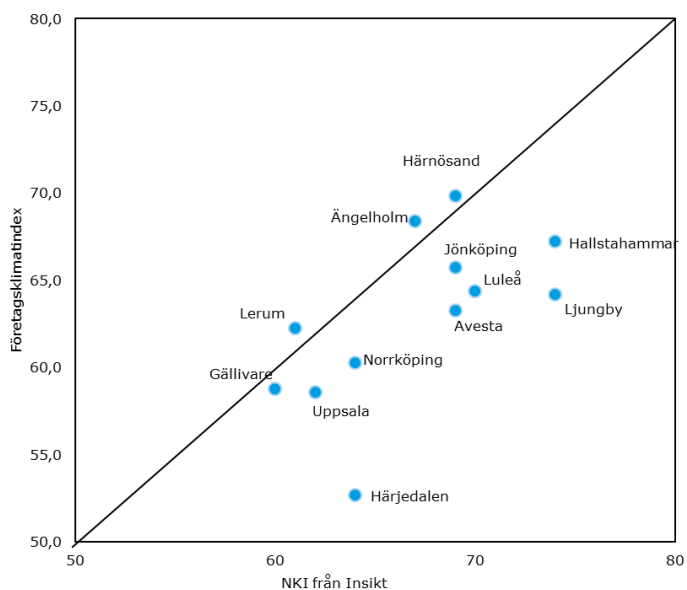
#### **Företagens samverkan (20 % av Företagsklimatindex)**

Företagens samverkan utgörs av:

- Företagens egna initiativ (2/3 Svenskt näringsliv, 1/3 Företagens villkor och verklighet)

#### **Figur 8 Andel vad respektive sektor består av**

För att jämföra resultatet från Insikt för kommunen och det i metaanalysen framräknade företagsklimatsindexet ska i detta fall värdet på kommunala tjänster (NKI=67) jämföras med Företagsklimatindexet på 63. I figur 9 har kommunernas NKI-värde från Insikt plottats in på x-axeln och studiens företagsklimatindex på y-axeln. De kommuner som ligger nedanför den diagonala linjen uppvisar ett högre NKI än Företagsklimatindex. I Härjedalens fall så har de ett relativt bra NKI-värde medan företagsklimatet får ett lågt värde.



**Figur 9 Kommunernas NKI värde Insikt och RMC:s Företagsklimatindex**

Det ska påpekas att den diagonala linje endast är en illustration om relationerna mellan de två värdena och då det handlar om två olika mätningar och det enda som egentligen kan utläsas i denna graf är att det finns många fler faktorer än kommunernas tjänster som påverkar det lokala företagsklimatet. Sambandet mellan de två måtten är dock starkt positivt.

## 5. AVSLUTNING

Det finns ingen officiell definition om vad ett lokalt företagsklimat är. Ofta kopplas det lokala företagsklimatet ihop med kommunens ansvarsområden, som t.ex. myndighetsutövningen i kommunen, kommunens upphandling, kommunalskatt, vilka attityder som politiker och tjänstemän har till företagande och entreprenörskap etc. Ibland inkluderas även områden där hela den offentliga sektorn har ett ansvar som t.ex. sysselsättning, utbildning, infrastruktur, IT etc. Således består företagsklimatet av många olika beståndsdelar och de som bidrar till företagsklimatet utgörs av flertalet olika aktörer. Dock är det oftast endast den offentliga sektorns bidrag till företagsklimatet som studeras.

Denna rapport är ett försök till att ge en ny och breddad bild av vilka aktörer det är som bidrar till det lokala företagsklimatet. Vi vet att kommunen utgör en viktig komponent men det kan även antas att företagsklimatet är beroende av olika typer av service som levereras av olika typer av aktörer. Studien har koncentrerats på hur servicen ser ut till företagen och hur företagen samverkar med varandra. En förutsättning för att kunna bedöma servicen har varit att det funnits en kontaktyta mellan företagen och de som utfört servicen. Servicen utgör en slags leverans till företagen, levererad av flera olika aktörer som verkar inom både det offentliga och privata. Denna service utgör i denna studie förutsättningarna för graden av nöjdhet avseende företagsklimatet. Undersökningen visar varifrån leveranser av service till företagen kommer ifrån och hur leveransen av denna service fördelar sig mellan olika typer av aktörer, såväl offentliga som privata. Den samverkan som sker mellan företagen lokalt kan också ses som en typ av service som företagen ger till varandra.

Denna studie är att betrakta som en konceptstudie som har genomförts på en mycket begränsad andel kommuner och företag i Sverige. Alla variabler som har betydelse för företagsklimatet är inte inkluderade i studien och antalet intervjuade företag i undersökningen är få. Dock har urvalet handlat om att försöka fånga de olika aspekterna som företagsklimatet omfattar och förstå avgränsningen mellan vad företagen uppfattar som kommunal leverans och övriga sektors påverkan på företagsklimatet. Antalet intervjuade företag har trots få till antalet varit representativa avseende både antal och spridning runt om i landet. Det ska dock understrykas att de statistiska resultaten i undersökningen enbart ger en fingervisning av väntat resultat. Syftet har istället varit att ge ett nytt perspektiv på vad ett lokalt företagsklimat är och hur det kan mätas. Därmed ska denna studie betraktas som ett koncept som kan ligga till grund för en mätning av större mått.

Tillvägagångssättet har inneburit att RMC har skapat en modell som ligger till grund för ett index som väger samman hur företagen ser på den service som levereras till dem. Detta index kan då betygsätta inte bara olika typer av service utan även vilka aktörer som levererar servicen.

Resultatet av denna studie är baserad på SKL:s servicemätning Insikt, frågor om företagsstöd, kompetensförsörjning och infrastruktur hämtade från Svenskt Näringslivs undersökning om det

lokala företagsklimatet. Vidare har RMC genomfört intervjuer på ett begränsat antal företag i tolv kommuner runt om i Sverige. Företagen anger att den privata sektorns betydelse för leverans av service är 40 procent, kommunerna står för 25 procent, företagens samverkan med varandra står för 20 procent och den icke-kommunala offentliga sektorn står för 15 procent. Företagens tillgång till kontakter med och service från banker, jurister, försäkringsbolag (företagsstöd), rekryteringsföretag, företag som utbildar personer (kompetensförsörjning) samt företag inom mobiltelefoni, bredband, varutransporter (infrastruktur och kommunikationer) etc. har enligt företagarnas egna uppfattningar stor betydelse för det lokala företagsklimatet. Särskilt utmärkande i intervjuerna är att den personliga kontakten ofta är avgörande för hur företaget ser på aktörens kompetens och hur bra service de ger. Detta gäller framförallt de kommunala och privata aktörer som företagen har kontakt med.

När det gäller service avseende kompetensförsörjning saknar de privata aktörerna som oftast kompetens avseende företagets behov. Bemanningsföretagen kan upplevas som att de inte förstår de specifika företagets bransch. Å andra sidan finns det företag som upplever samma sak hos det offentliga, såsom Arbetsförmedlingen. Det kan konstateras att service avseende kompetensförsörjning hanterad av såväl det privata som det offentliga icke-kommunala är en viktig variabel i att skapa ett bra företagsklimat.

En annan viktig service i leveransen av ett bra företagsklimat är bankernas roll i det företagsstödande systemet. De som i undersökningen ställer sig negativa till bankerna som varande goda aktörer i det företagsstödande systemet är de som anser att konkurrensen mellan bankerna är för liten. Man upplever att de finns för få banker och de står för ett monopol med icke konkurrenskraftiga avgifter och priser.

Det förekommer även stora skillnader i landet särskilt avseende infrastrukturella frågor. Framförallt är det de mindre kommunerna och kommuner i Sveriges norra inland som upplever brist på service avseende infrastruktur och kommunikationer. Majoriteten av de tillfrågade företagen har dock inte kontakt med icke-kommunala offentliga aktörer när det gäller service avseende infrastruktur och kommunikation men samtliga menar på att dessa är viktiga faktorer för företagsklimatet.

Denna studie visar att det är mycket mer än bara den kommunala servicen till företagen som spelar roll för det lokala företagsklimatet. Utifrån gjorda intervjuer med företag visade det sig att den privata sektorns andel av den service som levereras till företagen anges till 40 procent. Det är således en mångfald av aktörer som bidrar till graden av nöjdhet avseende det lokala företagsklimatet.

Frågeställningar att fundera över framöver föreslås bland annat vara kommunens roll i detta sammanhang. Många gånger ska kommunen implementera beslut fattade på nationell nivå i till exempel tillämpningen av lagar och regler vilket sedan kan ge uttryck av att kommunen får kritik av företagen på ett område de till stor del inte är med och kan påverka. Det vill säga den nationella nivån påverkar kommunerna både i form av att man som företag möter dem samt att

man som företagare påverkas av beslut tagna ovanför kommunen. På samma sätt spelar den privata sektorns utformning i en kommun in på hur företag i kommunen kan starta, växa och utvecklas. Det vill säga levereras det t.ex. tjänster från andra företag som företaget kan använda sig av? Företagen egna initiativ till att förbättra företagsklimatet är också en viktig pusselbit för att företagsklimatet ska bli bättre. Här kan säkert mycket göras på orten med kommunen som mottagare ibland men samtidigt finns det säkert luckor "i systemet" i frågor som regleras på nationell nivå. I andra fall löser företagen problem tillsammans via samverkan vilket också är viktigt att beakta.

Ser man till de två största undersökningarna på området idag, Svenskt Näringslivs företagsklimatundersökning och SKL:s servicemätning Insikt så kan det konstateras att det till viss del kompletterar varandra. Svensk Näringslivs mätning är bred och fokuserar främst på uppfattningar och upplevelsen av kommunens attityder, service, infrastruktur etc. men även en del hård fakta som arbetslöshet och nyföretagande, medan Insikt mer djupgående studerar kommunernas service kopplad till myndighetsutövningen. Det som båda utesluter är dock de kontaktytor och den service som företagen har med respektive får från andra lokala aktörer än kommunerna. Hur denna service ser ut vad gäller tillgång och kvalitet är också viktiga delar av det lokala företagsklimatet. Återigen - syftet med denna studie har inte varit att komma med en färdig metod för att mäta företagsklimatet, utan att ge ett nytt perspektiv på vad ett lokalt företagsklimat egentligen består av. Studien har visat att företagen upplever att andra aktörer än kommunerna bidrar med väl så stor del vad gäller servicen inom de här studerade områdena kompetensförsörjning, infrastruktur och företagsstöd.

Det index som föreslås i denna rapport skulle med fördel kunna kompletteras med bland annat bearbetningar på om ett företag är nytt eller gammalt, hur stort det är samt vilken bransch det tillhör vilket med säkerhet hör ihop med vilken relation man har till de olika aktörerna i kommunen. Genom att se branschskillnader i hur man uppfattar företagsklimatet till exempel genom att konstatera att ju större ett företag är desto bättre anser man att företagsklimatet är hjälper kommunerna i analysen att adressera sina insatser till olika företagsgrupper tydligare.

I bilaga 2 återfinns även inspiration från hur dessa typer av mätningar görs i andra länder. I Tyskland finns särskilt en spännande modell att studera avseende relationen hur man uppfattar kvalitet på en indikator och hur viktig den är.

Jämförelse mellan NKI från Insikt och i denna rapport föreslagna koncept till Företagsklimatindex bör göras med försiktighet eftersom det är två olika mätningar och skillnader i absoluta tal för en kommun bör undvikas. Det som kan göras är att se att för kommuner med högt NKI från Insikt inte automatisk är de kommuner som har bäst företagsklimatsindex. Med denna rapport föreslagna modell finns möjlighet att öka möjligheterna till att återspegla det totala företagsklimatet i kommunen.



## **BILAGA 1 RESULTAT PER KOMMUN**

## Avesta kommun

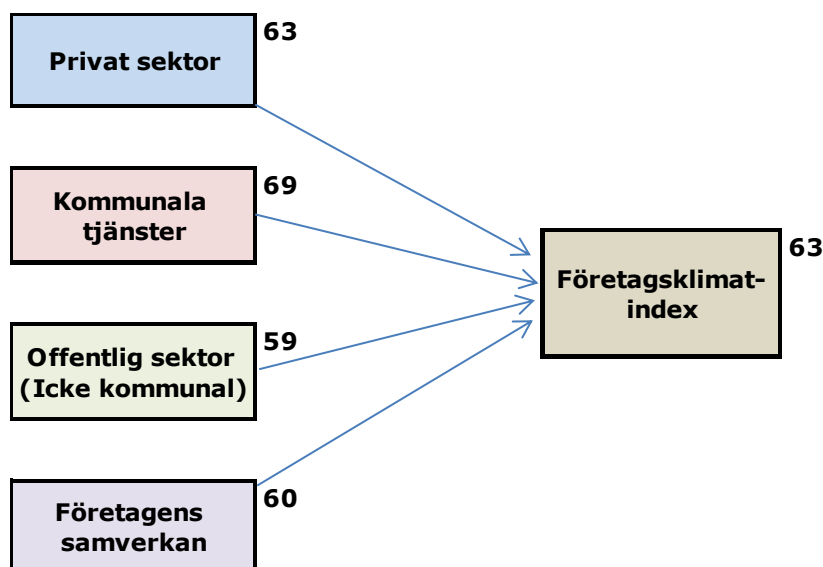
Län: Dalarnas län

Folkmängd: 21 870 (2014-06-30)

Centralort: Avesta



Arbetsstillfällena: Tillverkning och utvinning 32,0%, Vård och omsorg 15,7%



### Sammanfattning av företagens reflektioner

Generellt anser de intervjuade företagen att det är ett bra företagsklimat i Avesta kommun med välfungerande offentliga tjänster. Företagen nämner den undermåliga kommunikationen som en utmaning.

Gällande kompetensförsörjning anser hälften av de intervjuade företagen att detta är ett problem. Endast ett av företagen ser dock att detta är ett avgränsat lokalt problem.

Telefoni och bredband anses undermåliga av samtliga företag utom ett. Täckning och 3G måste förbättras anser de övriga företagen.

Kontakten med finansiella institutioner fungerar väl.

Intrycket av offentliga tjänster var begränsade men bra. Skola, barnomsorg och den allmänna livsmiljön anses viktig och välfungerande.

Alla företag utom ett är aktiva i olika nätverk såsom rotary, svenskt näringslivs lokalorganisation eller i kommunens frukostmöten för företag. Överlag anser företagen att de privata aktörerna är viktigare än offentliga aktörer för att skapa ett gynnsamt företagsklimat.

I framtiden anses samspelet mellan privata och offentliga aktörer vara viktigt. Tillgång till skola, bra detaljplaner och digital kommunikation nämns som exempel.

# Gällivare kommun

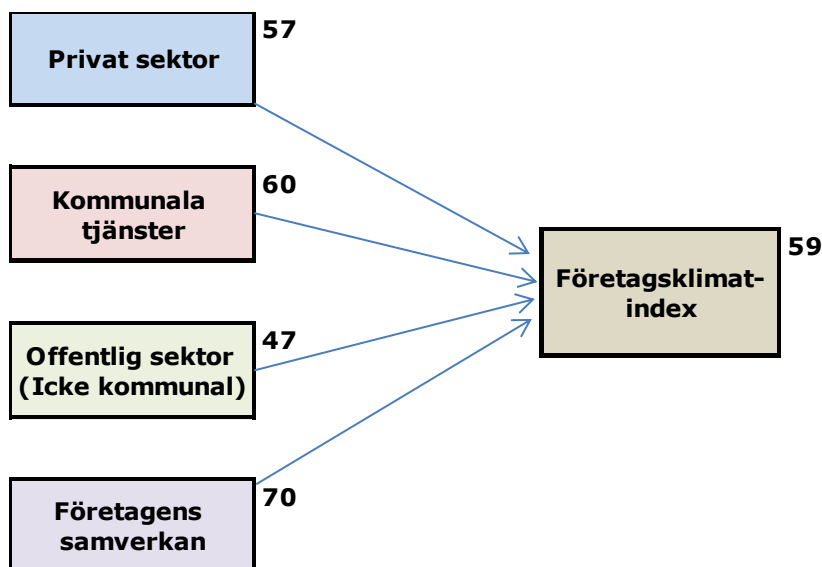
Län: Norrbottens län

Folkmängd: 18 338 (2014-06-30)

Centralort: Gällivare



Arbetsstillfällen: Tillverkning och utvinning 29,1%, Vård och omsorg 18,2%



## Sammanfattning av företagens reflektioner

De intervjuade företagen i Gällivare kommun ser många utmaningar för att skapa ett gott företagsklimat. Utmaningar återfinns i samtliga undersökta områden.

Samtliga företag anser att kompetensförsörjning är ett problem. Privata bemanningsföretag får dåliga betyg, men intrycken av Arbetsförmedlingen är generellt goda.

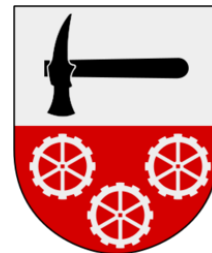
Kommunikationer och telefoni anses undermåliga. Budtjänster och taxi anses fungera bra. Offentliga tjänster som är icke-kommunala gällande kommunikationer får mycket låga betyg, men tillståndsgivning och offentligt företagstagsstöd anses fungera mycket väl.

Endast ett av företagen säger att de inte själva kan förbättra det lokala företagsklimatet genom. Aktiviteter som nämns inkluderar deltagande arbetsgivarorganisation och aktiviteter i föreningslivet. Kommunen och privata aktörer anses lika viktiga för det lokala företagsklimatet.

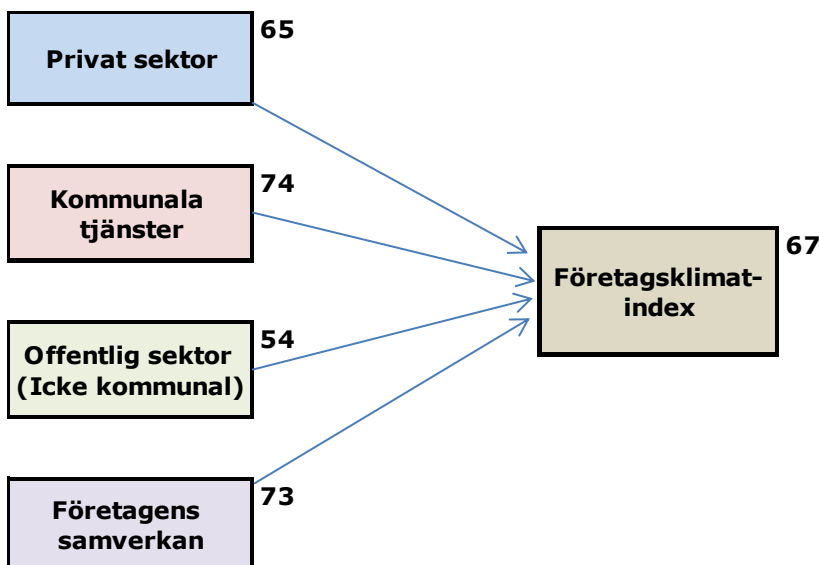
Samtliga företag anser att utbyggnad av digitala kommunikationer är viktiga för att gynna företagsklimatet framgent.

# Hallstahammar kommun

Län: Västmanlands län  
Folkmängd: 15 550 (2014-06-30)  
Centralort: Hallstahammar



Arbetsstillfällena: Tillverkning och utvinning 28,9%, Vår och omsorg 15,7%,



## Sammanfattning av företagens reflektioner

I Hallstahammar nämner två företag utmaningen att hitta rätt personer till just sina branscher. Två av företagen ger de privata aktörerna gott betyg. Alla fyra företagen är negativt inställda till Arbetsförmedlingen och anser inte att de levererar service och tjänster som är till nytta för företagen.

Tre av företagen upplever hinder med infrastruktur och kommunikationer i kommunen. Två av företagen nämner specifikt att det finns dålig tillgång till kommunikationer och att det främst är bil som måste användas. De privata aktörerna är bra på att leverera tjänster kopplat till mobiltelefoni, bredband och varutransporter. Alla fyra företagen upplever trots små hinder i kommunikationer att de icke-kommunala aktörerna, främst länstrafiken och tågen levererar bra tjänster och får bra betyg.

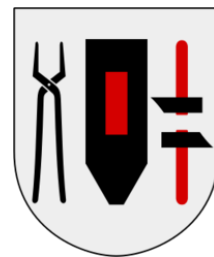
Inget av de intervjuade företagen har någon kontakt med varken privata aktörer eller icke-kommunala aktörer vad gäller företagsstödande aktiviteter. Detta sköts centralt inom företagen.

Alla företag är överens om att det är viktigt för företagsklimatet att det finns faktorer såsom skola, restauranger och barnomsorg.

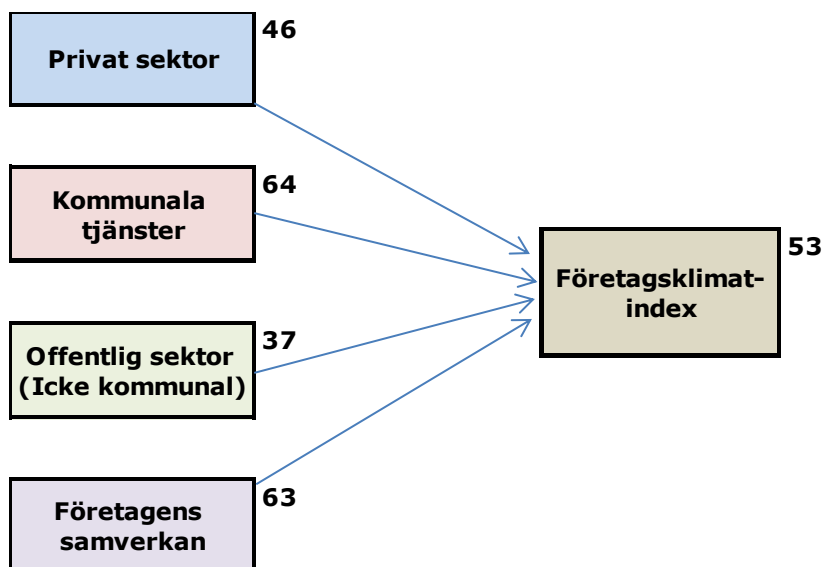
För framtiden så är det både viktigt att de privata aktörerna och de offentliga aktörerna levererar tjänster inom alla de områden som varit med i RMC:s undersökning, det vill säga, kompetensförsörjning, infrastruktur och kommunikationer och företagsstödande insatser.

## Härjedalen kommun

Län: Jämtlands län/Dalarnas län  
Folkmängd: 10 254 (2014-06-30)  
Centralort: Sveg



Arbetsstillfällena: Vård och omsorg 17,5%, Företagstjänster 10,1%



### Sammanfattning av företagens reflektioner

De intervjuade företagen är kritiska mot kommunikationer och de offentliga tjänster som erbjuds inom detta område. Företagen har olika uppfattningar vad gäller de offentliga tjänster som erbjuds från Länsstyrelsen. Kommunens tjänster är det bara ett företag som nämner.

Tillgången till kompetens är en utmaning och Arbetsförmedlingen får något under medelbetyg av företagen.

Kommunikationerna är ett problem och telefoni och transporter kritiserar som undermåliga.

3 av 4 företag är nöjda med de finansiella tjänster som erbjuds. Ett företag tycker att finansieringsfrågan är en utmaning.

Samtliga företag anser att de själva bidrar till att förbättra företagsklimatet. Ett av företagen anser att det bidrar genom sitt eget företag på så sätt att företaget tillhandahåller företagsfrämjande tjänster. De tre övriga är aktiva i olika nätverk. Företagen anser att de privata aktörerna påverkar företagsklimatet i högre utsträckning än offentliga aktörer.

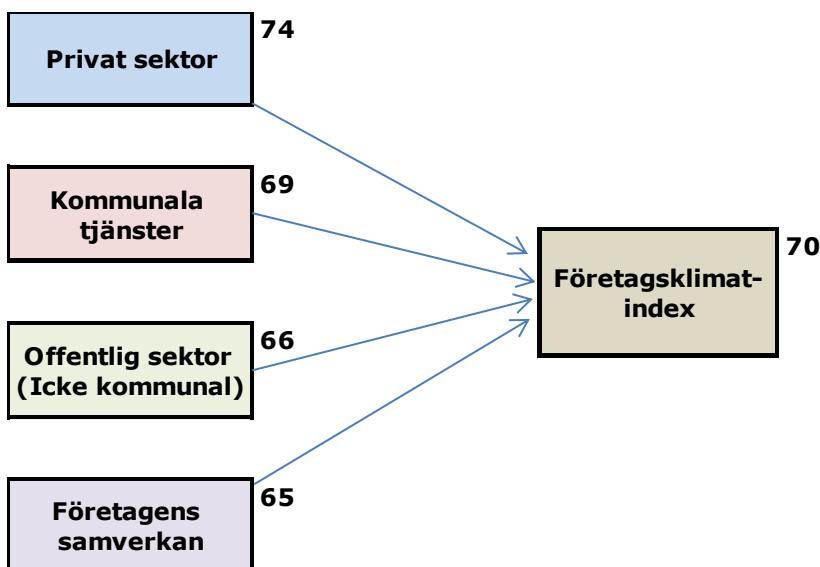
Utmaningar framöver är kommunikationer och tillgång till telefoni. Ett av företagen anser att kommunens roll i besöksnäringen är avgörande.

# Härnösands kommun

Län: Västernorrlands län  
Folkmängd: 24 629 (2014-06-30)  
Centralort: Härnösand



Arbetsstillfällena: Vård och omsorg 18,1%, Offentlig förvaltning och försvar 16,7%



## Sammanfattning av företagens reflektioner

De intervjuade företagen i Härnösands kommun upplever ett mycket bra företagsklimat i kommunen. De privata aktörerna samt de icke-kommunala aktörerna får högt betyg i samtliga områden. De företag som RMC pratat med nyttjar privata tjänster i högre grad än icke-kommunala offentliga tjänster.

De intervjuade företagen är nöjda med de privata aktörerna, i detta fall bemanningsföretagen när det kommer till möjligheterna att hitta rätt och kompetent personal. Ett företag är inte nöjd med Arbetsförmedlingen och ger dem dåligt betyg.

Generellt sett så är företagen nöjda med kommunikationer och infrastruktur i kommunen och de tjänster som erhålls av privata aktörer vad gäller mobilband och telefoni upplevs som mycket bra. De icke-kommunala offentliga aktörerna får också högt betyg inom området.

Gällande direkta företagsstödande insatser är betyget för både de privata aktörerna och de icke-kommunala aktörerna också mycket höga.

Tre av fyra företag upplever att företagsklimatet gynnas av att det finns skola, barnomsorg och liknande faktorer som skapar livsmiljö och attraktion. Två av fyra företag deltar i nätverk eller olika föreningar t.ex. Härnösands Industrigrupp.

I framtiden är både de privata och offentliga aktörerna viktiga i leveranser av olika tjänster.

# Jönköpings kommun

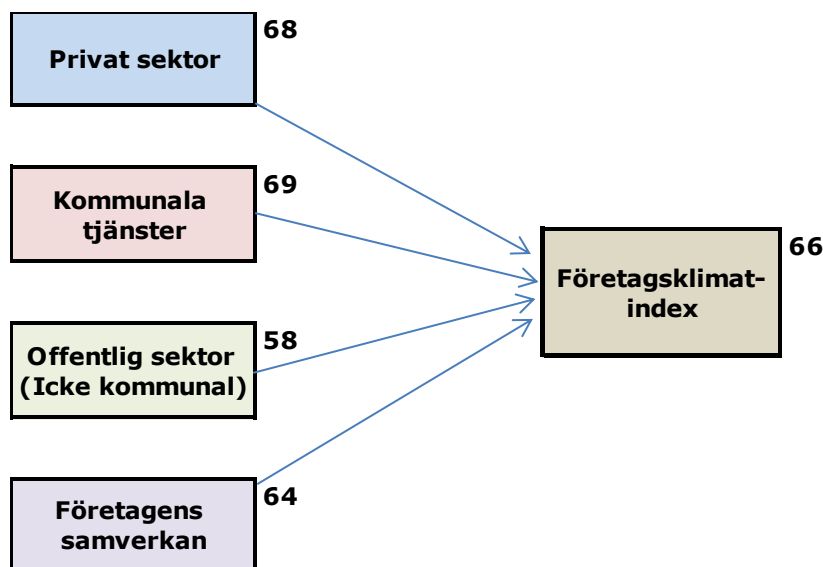
Län: Jönköpings län

Folkmängd: 131 150 (2014-06-30)

Centralort: Jönköping



Arbetsstillfällen: Vård och omsorg 18,4% Handel 13,8%,



## Sammanfattning av företagens reflektioner

De intervjuade företagen i Jönköping utmärker sig jämfört med företag i de flesta andra kommuner i den mån att de anser att tillgången på kompetent personal inte är en stor utmaning. Detta kan, enligt företagen själva, förklaras av att det finns en välfungerande privat bemanningsmarknad och närheten till högskolan. Det företag som har haft kontakt med Arbetsförmedlingen är nöjt.

Kommunikationerna fungerar bra och alla företag utom ett är nöjda med de telekommunikationer som erbjuds. Lokal- och länstrafik får medelbetyg.

Samtliga företag är nöjda med de finansiella tjänster som erbjuds. Företagen är också nöjda med de offentliga tjänster som finns. Inget av företagen nämner att detta är en utmaning.

Företagen är alla aktiva i olika nätverk och anser att de själva bidrar till att skapa ett positivt företagsklimat. Företagen anser att den privata sektorn är viktigast när det gäller att förbättra det lokala företagsklimatet.

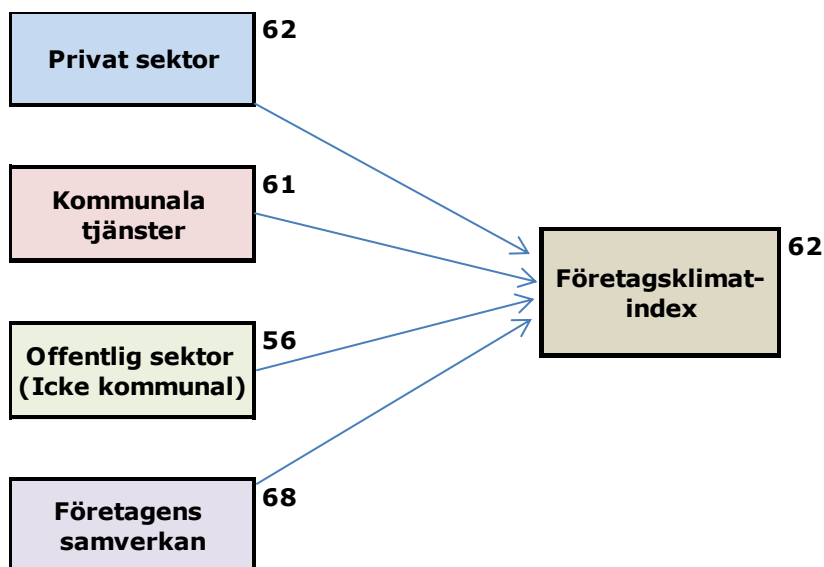
Utmaningar framöver är offentliga kommunikationer och datatrafik.

## Lerum kommun

Län: Västra Götalands län  
Folkmängd: 39 547 (2014-06-30)  
Centralort: Lerum



Arbetsstillfällen: Utbildning 19,4%, Vård och omsorg 17,0%



### Sammanfattning av företagens reflektioner

Två av företagen upplever att ett hinder kopplat till kompetensförsörjningsfrågor är att det är svårt att hitta rätt personal med rätt kompetens. De intervjuade företagen har inte någon kontakt med bemanningsföretag när det kommer till kompetensförsörjningsfrågor. Två av företagen har använt arbetsförmedlingen men har ingen bra erfarenhet av dessa och ger låga betyg.

Infrastruktur och kommunikationer upplevs som mycket bra. De privata aktörerna som företagen har kontakt med i kommunen gällande mobiltelefoni, bredband och varutransporter får bra betyg trots några mindre bra erfarenheter, gällande bemötande etc. Ett företag har kontakt med en icke-kommunal offentlig aktör, nämligen Länsstrafiken som också får bra betyg.

Gällande direkta företagsstödande insatser så är företagen nöjda och ger de privata aktörerna bra betyg. Ett företag är missnöjt med de höga kostnaderna som banken har. Inget av företagen har kontakt med en icke-kommunal offentlig aktör inom området.

Två av företagen är med i föreningar: Företagarföreningen och centrumföreningen.

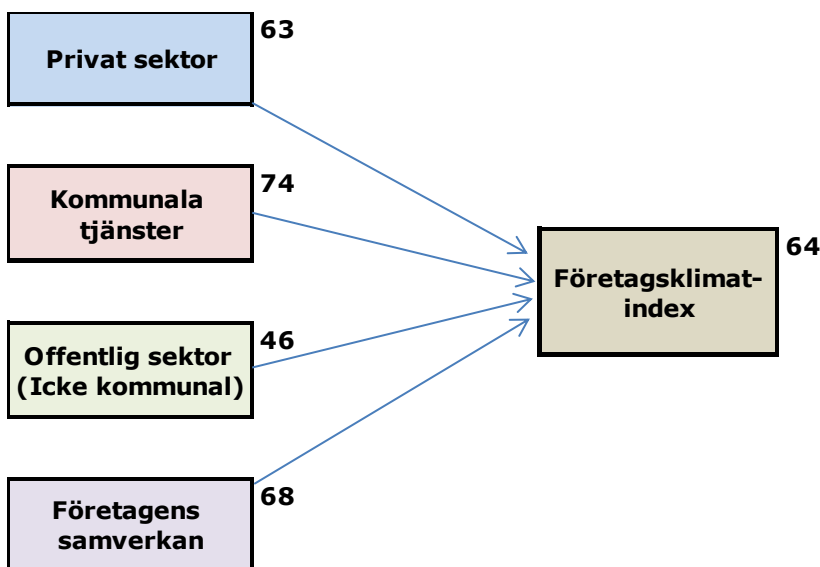
Majoriteten av företagen tror att det är kommunen som kommer vara den viktigaste aktören vid leverans av tjänster i framtiden.



# Ljungby kommun

Län: Kronobergs län  
Folkmängd: 27 361 (2014-06-30)  
Centralort: Ljungby

Arbetsstillfällena: Tillverkning och utvinning 31,2%, Vård och omsorg 17,5%



## Sammanfattning av företagens reflektioner

Generellt är företagen nöjda med kommunikationer, barnomsorg och den privata tjänstesektorn i närområdet. Det kan också sägas att företagen generellt är nöjda med de kommunala insatserna, även om företag som vänder sig mot privatpersoner efterlyser fler insatser att liva upp kommunens centrum. Endast två av företagen har haft kontakt med icke-kommunal offentlig sektor och dessa två företag underkänner dessa kontakter. Arbetsförmedlingens insatser anses inte uppfylla företagens behov.

Tillgången till kvalificerad personal anses vara en utmaning för de företag som är aktiva i kunskapsintensiva sektorn. De menar att varken privata eller offentliga aktörer kan tillgodose deras behov och nämner att Ljungbys storlek och läge är en utmaning. Även de företag som inte behöver personal med akademisk bakgrund anser att offentliga aktörer inte kan tillgodose deras behov på ett tillfredställande sätt.

Överlag är företagen nöjda med de finansiella tjänster som erbjuds, och de utmaningar som lyfts av ett av företagen är av mer strukturell natur, nämligen svårigheter att få tillgång till finansiering.

# Luleå kommun

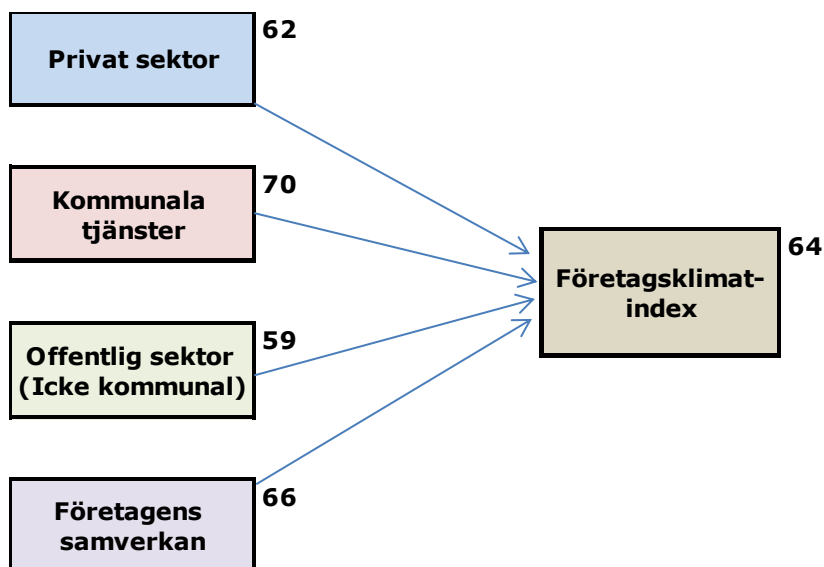
Län: Norrbottens län

Folkmängd: 75 289 (2014-06-30)

Centralort: Luleå



Arbetsstillfällen: Vård och omsorg 17,4%, Tillverkning och utvinning 11,7%



## Sammanfattning av företagens reflektioner

Det är svårt utifrån intervjuerna att dra några slutsatser eftersom de olika företagen har spridda uppfattningar om de tjänster som tillhandahålls från privata och offentliga aktörer. Samtliga företag är nöjda med organisationen av kommunens centrala delar.

Tillgången till kompetens anses vara en utmaning, men tre av fyra företag är nöjda med det stöd de fått från Arbetsförmedlingen. Länsstyrelsen kritiserar av de företag som har haft kontakt med dem.

Kommunikationer kritiserar av de intervjuade företagen och här lyfter företagen var för sig olika utmaningar, som t.ex. tillgången på parkeringsplatser i centrala Luleå eller att telefonikostnader är för dyrt. Snöröjning och fysiska transporter lovordas.

Tre av fyra företag bidrar själva till att förbättra det lokala företagsklimatet genom att t.ex. delta i nätverk, arrangera föreläsningar eller att knyta kontakter med universitetet. Företagen har en blandad uppfattning hur viktiga offentliga eller privata insatser är för det lokala företagsklimatet.

Överlag är företagen nöjda med de finansiella tjänsterna och försäkringar. Ett av företagen tycker att tillgången till finansiering är ett problem.

# Norrköping kommun

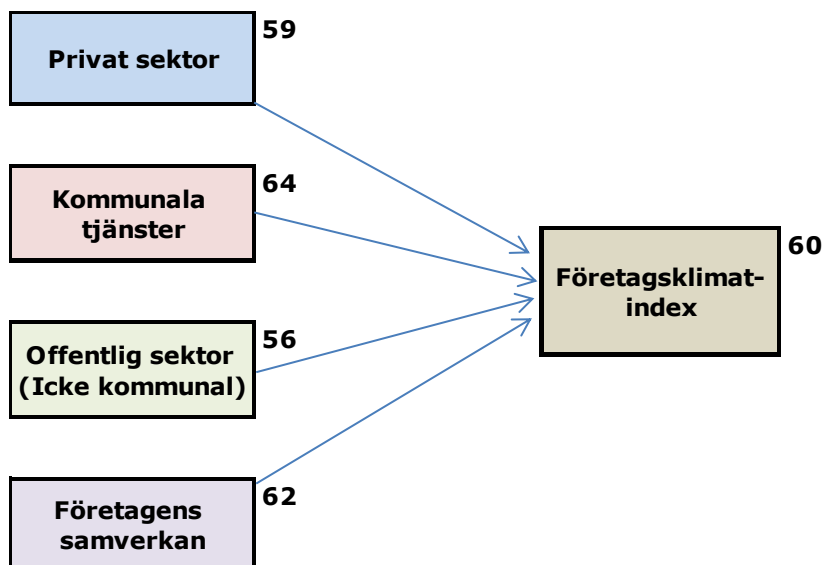
Län: Östergötlands län/Södermanlands län

Folkmängd: 134 527 (2014-06-30)

Centralort: Norrköping



Arbetsstillfällena: Vård och omsorg 15,7%, Handel 13,9%



## Sammanfattning av företagens reflektioner

De företag RMC pratat med upplever inte så stora hinder när det gäller att hitta kompetent personal i kommunen. Bara ett företag använder sig av bemanningsföretag och är nöjda. De icke-kommunala aktörerna, främst arbetsförmedlingen får lågt betyg, främst för att företagen inte får vad de söker.

Företagen upplever inte att det finns några hinder gällande kommunikation och infrastruktur. Tre av fyra företag är nöjda med de privata aktörerna, ett företag upplever problem med uppkopplingen och är inte nöjd. Ett företag är i kontakt med icke-kommunala offentliga aktörer och ger dem bra betyg.

Gällande de företagsstödande insatserna så är tre företag inte nöjda med bankerna som får dåligt betyg. Inget av företagen har kontakt med en icke-kommunal offentlig aktör.

Majoriteten av företagen anser att skola, barnomsorg och liknande faktorer är viktiga för företagsklimatet i kommunen.

Tre av fyra företag är engagerade i olika föreningar och nätverk.

För framtiden hoppas två företag att kommunen har tagit ett steg fram, utvecklat sina arbetsinsatser och jobbar än mer för företagsklimatet i kommunen.

# Uppsala kommun

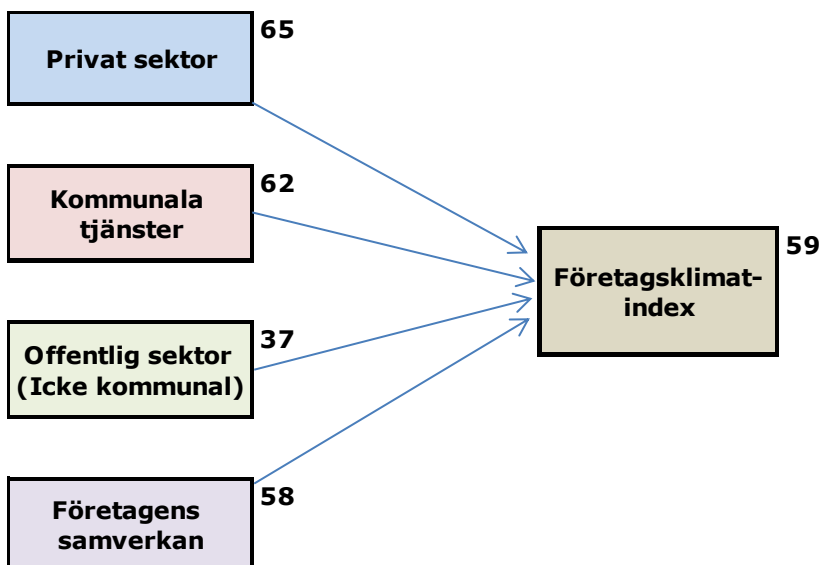
Län: Uppsala län

Folkmängd: 206 039 (2014-06-30)

Centralort: Uppsala



Arbetsstillfällen: Vård och omsorg 20,7, % Utbildning 14,6%,



## Sammanfattning av företagens reflektioner

De intervjuade företagen upplever att det branschvis finns en problematik att hitta rätt personal. Tre av fyra företag har kontakt med bemanningsföretag i kommunen, bland annat Poolia. Det upplevs finnas ett stort utbud av privata aktörer. Ett företag har haft kontakt med Arbetsförmedlingen men var inte nöjd och ger lågt betyg.

Företagen upplever inga större hinder kopplat till infrastruktur och kommunikationer. Ett företag upplever att mobiltäckningen varierar runt om i kommunen. Företagen är även nöjda med de tjänster som de privata aktörerna levererar gällande mobiltelefoni och bredband. Två av företagen nyttjar tjänster av icke-kommunala offentliga aktörer när det gäller kommunikationer och betygen varierar.

De tjänster som är kopplade till de företagsstödjande insatserna fokuseras främst på kontakt med bank, försäkringsbolag och juridisk rådgivning. De privata aktörerna upplevs som bra och får bra betyg. En aktör har tidigare varit i kontakt med en icke-kommunal offentlig aktör, i det här fallet Länsstyrelsen, och var inte nöjd.

Tre av fyra företag är aktiva i föreningar och nätverk, två av dessa hoppas att deras eget engagemang ska öka i framtiden.

Två företag tror att kommunen kommer vara den viktigaste aktören för det lokala företagsklimatet i framtiden. Dessa två är även eniga om att det handlar om tillgång till mark för olika sorters byggnationer.

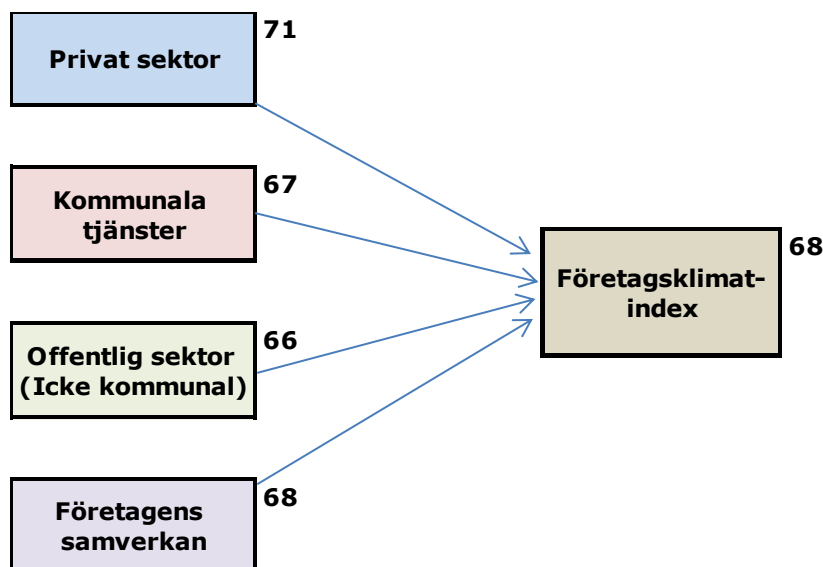
# Ängelholms kommun

Län: Skåne län

Folkmängd: 40 085 (2014-06-30)

Centralort: Ängelholm

Arbetsstillfällena: Vård och omsorg 20,4% Handel 14,7%,



## Sammanfattning av företagens reflektioner

De intervjuade företagen är generellt mycket nöjda med företagsklimatet i kommunen. Företagen anser att det finns bra offentlig service, bra kommunikationer och bra företagsstöd. En utmaning som nämns är tillgången till kompetens. Här har företagen haft begränsad kontakt med externa aktörer för att hitta kompetens, men alla utom ett företag är mycket nöjda med den lilla kontakt de har haft. Ett företag har kontakt med yrkeskolor i regionen och är nöjt med dessa relationer.

Företagen är nöjda med kommunikation, infrastruktur och finansiella tjänster samt juridiska kontakter. Ett av företagen anser att bankerna är för riskmedvetna när det gäller utlåning av kapital.

Tre av fyra företag bidrar själva till att förbättra det lokala företagsklimatet genom att t.ex. delta i nätverk. Kommunen och privata aktörer anses lika viktiga för det lokala företagsklimatet.

Företagen har delade meningar av vilka utmaningarna är framöver. Detaljplaner, tillgång till idrottsanläggningar och bostäder samt utbyggnad av kommunikationer är utmaningar som nämns av företagen.

## BILAGA 2 INTERNATIONELL UTBLICK

I denna bilaga återfinns en internationell spegling hur företagsklimatet mäts i några av våra grannländer Tyskland, Finland och Norge. Tanken är att inspireras i det kommande arbetet av hur andra länder tar sig an frågan.

### Tyskland

I Tyskland finns över 80 handelskammare som samtliga ansvarar för ett särskilt område. I västra delen av delstaten Nordrhein-Westfalen finns handelskammaren IHK Mittlerer Niederrhein. Denna handelskammare omfattar städerna Krefeld och Mönchengladbach samt "Kreise" Neuss och Viersen. Totalt finns det cirka 70 000 företag som är knutna till handelskammaren Mittlerer Niederrhein, och dessa företag har tillsammans cirka 360 000 anställda. Total befolkning i området är cirka 1,2 miljoner personer. Detta gör denna regionala handelskammare ligger något över genomsnittet för handelskamrarna i Tyskland, sett till befolkningen i regionen.

IHK Mittlerer Niederrhein publicerar varje år olika studier och analyser som berör den egna ekonomiska utvecklingen. Dessa kan till exempel vara jämförande studier med andra regioner eller en analys på tillgången på arbetskraft. I januari 2013 publicerade IHK Mittlerer Niederrhein en studie som heter Wirtschaftliche Strukturen und Entwicklungen im IHK-Bezirk Mittlerer Niederrhein. Översatt betyder det ungefär Ekonomisk struktur och utveckling i IHK Mittlerer Niederrhein. Studien genomförs vart femte år och år 2013 är den uppdelad i sju kapitel som följer nedan:

1. Ekonomisk prestationsförmåga,
2. Arbetsmarknadens sammansättning och dess förändring
3. Ekonomisk utveckling
4. Portföljanslys (näringslivets sammansättning)
5. Ekonomisk tillväxt
6. Resultat från enkätundersökning gällande företagsklimatet i regionen
7. Vägen framåt (tyska Handlungsfelder)

Hela studien finns att hämta från IHK Mittlerer Niederrheins hemsida:

[http://krefeld.ihk.de/media/upload/ihk/imap/20130306/IHK\\_STA\\_MNR\\_final.pdf](http://krefeld.ihk.de/media/upload/ihk/imap/20130306/IHK_STA_MNR_final.pdf)

Det är kapitel 6 som framförallt är intressant för denna internationella utblick.

Enkätundersökningen genomfördes i början av 2012 och genomfördes med 1 400 företag i regionen. Undersökningen innehåller 60 olika faktorer som delas in i följande kategorier:

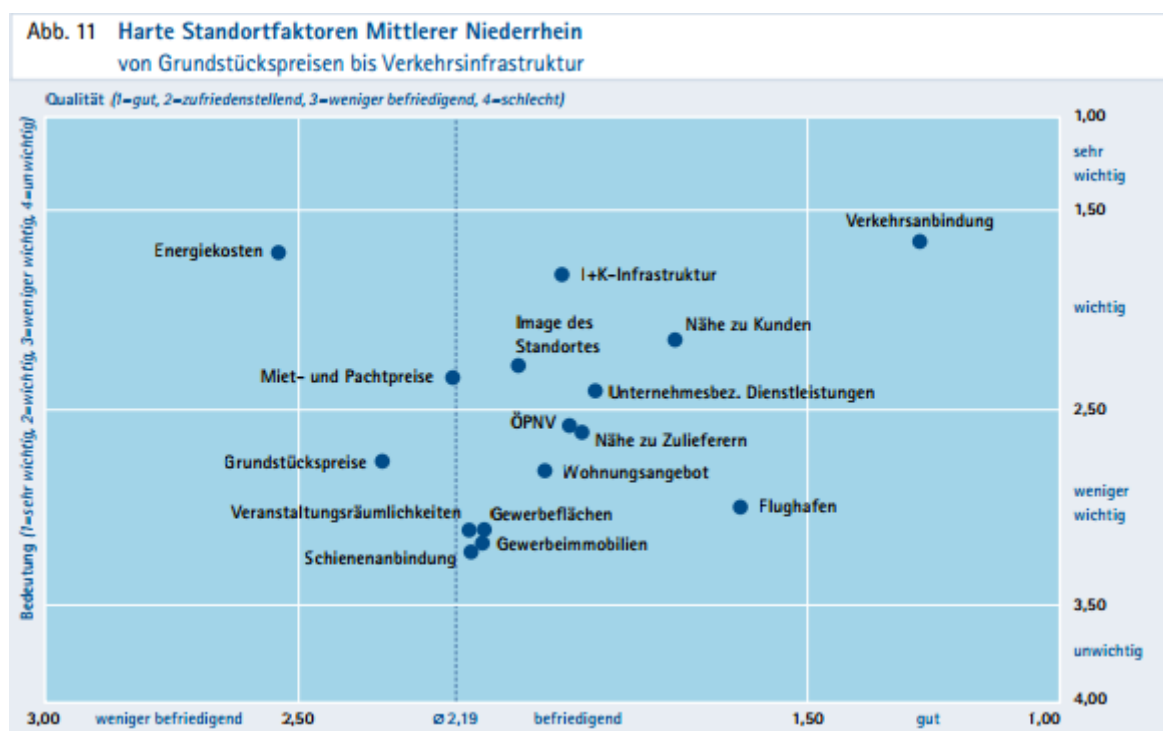
1. Hårda faktorer: handlar om markpriser, lokaltillgång, infrastruktur mm.
2. Tillgång på arbetskraft och tillgången på kunskap
3. Städernas kvalitet ifråga om kultur, fritid och handel
4. Forskning, utveckling och rådgivning
5. Kommunal kostnader och tjänsteutbud

Som exempel på detta index har RMC klippt in en bild från rapporten nedan. Den behandlar de hårda faktorerna (det område som företagen ger den egna regionen i genomsnitt bäst betyg). Som framgår av bilden nedan så har företagen frågat om kvaliteten i utbudet av en indikator och

även fått värdera hur viktig den indikatorn är. Både kvalitet och hur viktig en indikator är kan ges ett betyg mellan 1-4. Betyg 1 indikerar hög kvalitet eller att någonting anses viktigt.

För att öka förståelsen av bilden kan indikatorn "Energiekosten" användas som exempel. Som framgår anses energikostnader vara väldigt viktigt (eftersom det befinner sig högt upp i diagrammet) och mindre tillfredställande (d.v.s. att energikostnaderna anses för höga). Ett annat exempel är "Flughafen". Närhet till flygplats anses vara mellan tillfredställande (befriedigend) och bra (gut) vad gäller kvalitet men det anses vara mindre viktigt (weniger wichtig).

I rapporten finns likadana diagram för de fem olika kategorierna av indikatorer.



## Finland

I Finland genomförs årligen SME-barometern av Yrittäjät – Federation of Finnish Enterprises. Här jämförs bland annat omsättning och lönsamhet för företagen, antal arbetsplatser, investeringsmöjligheter, utvecklingsbehov, finansiering etc. 2013 års barometer visar att konjunkturförväntningarna i stort sett är oförändrade sedan 2012, trots att läget på den inhemska marknaden i Finland har försämrats. I denna undersökning analyseras även hur SME-företag bedömer företagens förutsättningar, det vill säga företags- och näringslivsklimatet. I den rapport som finns för 2013 så har bedömningen av företagens förutsättningar sjunkit med åtta enheter på ett år. Sett till olika delfaktorer är nedgången tydligast inom faktorn marknadsbaserad finansiering. Inställningen hos offentliga finansiärer har också blivit mer negativ enligt företagen. Av företagsklimatets delfaktorer upplevs företagens egen erfarenhet och medborgarnas inställning som mest positiv. Myndigheternas inställning och åtgärder upplevs som negativa, främst på riksnivå men även regionalt och kommunalt. Näringsklimatindex som mäter de lokala faktorer som påverkar företagandet fortsätter att sjunka. Det som företagarna upplever

som mest positivt på den ort som företaget verkar var boendemiljön, dataförbindelser och trafikförbindelser. Sämst betyg fick samarbetet mellan hemkommun och företag samt näringspolitiken i stort.

Undersökningen finns bara på finska med en svensk sammanfattning. Se länk:  
<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/tutkimustoiminta/pk-yrittysbarometri-2-2013/sammanfattning/>

### **Norge**

Telemarksforskning är ett regionalt forskningsinstitut i Norge som genomför en rad olika analyser inom olika områden såsom regional tillväxt och hälsa- och välfärd. 2012 genomförde dem en studie bland 189 företag i tre kommuner Notodden, Hjartdal och Tenn i fylke Östra Telemark. Syftet var att undersöka företagens attityd till sin lokala omgivning och lokaliseringsförhållanden, vad de tycker är viktigt för företagens utveckling och i vilken utsträckning de är nöjda med de olika förhållandena. Detta skulle fungera som ett värdefullt underlag för att definiera lokala ekonomiska utvecklingsstrategier. Studien undersökte även intresset att etablera ett Business Forum, som skulle arbeta för att främja näringslivets intressen i östra Telemark. Undersökningen genomfördes via e-post i augusti och september 2012.

Företagen fick svara på en rad frågor om betydelsen av och tillfredsställelse med ett antal faktorer inom fyra områden: allmänna lokaliseringsförhållanden, infrastruktur, kommunal service och lokala kommersiella arbete. De villkor som företag i östra Telemark var mest bekymrade över var faktorerna bredbandsanslutning, närheten till kund och marknad och bilden av kommunen. Två av dessa faktorer, bredbandsanslutning och närheten till kund och marknad var villkor som företagen också var mest nöjda med. Företagen var också nöjda med närheten till sjukhus, gymnasieskolor och läkare.

Studien har även analyserat kritiska faktorer. Detta är faktorer som företagen anser vara viktiga men är missnöjda med som bör bli föremål för extra fokus framöver. Den största skillnaden mellan betydelse och tillfredsställelse var vägstandard. Detta var en av de faktorer som företagen anser vara mest viktigt men samtidigt var minst nöjda med. Det fanns också en skillnad för många av faktorerna vad gäller för lokalt näringslivsarbete, i synnerhet för att förstå företagens situation och förmåga att arbeta för bra ramverk.

En stor majoritet av företagen var positiva till förslaget om en branschorganisation. Över 90 procent av de tillfrågade ansåg att fanns ett behov av ett sådant organ, och ännu större andel trodde att det verkade som en bra idé att skapa ett Business Forum för att främja kompetens och nätverk mellan medlemmarna.

Studien har tidigare genomförts i västra Telemark, Grenland och Drammen Region. Företagen i de olika regionerna är likvärdiga i sina åsikter om vad som är viktigt för kommunerna, men kan skilja sig från varandra i termer av tillfredsställelse.



I urvalet av de företag som skulle besvara undersökningen fanns det många små företag och enskilda näringsidkare. Eftersom dessa ofta har andra prioriteringar än stora företag med många anställda analyserades svaren utifrån hur stora och små företag skilde sig från varandra. Företag med tio eller fler anställda ansåg bland annat att det var mycket viktigt med tillgång till kvalificerad arbetskraft, vägstandard och kommersiella lokaler. Företag med färre än tio anställda var mer bekymrade över tillgång till kapital, rådgivning /FoU- miljö, nätverkande och samarbete . De stora företagen var i allmänhet mer nöjda med den kommun där företaget var beläget och var mer villig att rekommendera andra företag att etablera sig i kommunen. Alla de stora företag som hade svarat på enkäten ansåg att det fanns ett behov av ett professionellt organ för att främja kommersiella intressen i Östra Telemark. De var också positiva till förslaget att etablera ett Business Forum. Trots detta sade en större andel av de mindre företagen att de var intresserade av att bli medlem i ett Business Forum om detta skulle skapas.

Hela undersökningen går att hitta här: <http://www.tmforsk.no/publikasjoner/filer/2328.pdf>