

Om företagen fick bestämma

– enkätundersökning om företagens
attityder till regional utvecklingsplanering

Konsulter

Rapporten har utarbetats av EuroFutures AB med Tomas Stavbom (projektledare) och Micael Sandberg som ansvariga. Opinionsundersökningsföretaget SKOP AB har ansvarat för enkätundersökningens genomförande som underleverantörer till EuroFutures.

ISSN 1402-134X

RTN 2006-0371

Tryck JUST NU, Stockholm 2007

Förord

Vad tycker egentligen företagen om olika frågor som berör den regionala utvecklingsplaneringen och vilken betydelse har dessa för företagens verksamhet? Detta är en viktig fråga att få svar på i arbetet med den nya regionala utvecklingsplanen för Stockholmsregionen, ett arbete som pågår till 2010.

Som vägledning i avgörande strategiska utvecklingsfrågor är det viktigt att veta mer om hur olika grupper i samhället uppfattar nuläge och framtid. Regionplane- och trafikkontoret, RTK, har därför inför planarbetet bland annat kartlagt näringslivets behov och förutsättningar att utvecklar vidare i Stockholmsregionen.

Bredd, delaktighet och medverkan är ledord för att få en gemensam plan samt ett kraftfullt och samordnat utvecklingsarbete i regionen. Under våren/sommaren 2006 gjordes därför en enkätundersökning till företagen.

Rapporten har inte som ambition att ge en djuplodande analys av hur och i vilken grad olika förhållanden påverkar företagens verklighet. Rapporten skall snarare peka ut viktiga utvecklingsområden och ge en vägledning inför det fortsatta arbetet vad utvecklingsplaneringen bör prioritera – om företagen fick bestämma.

Inom RTK har Margareta Nitz varit projektledare.

Innehåll

Förord	3
Sammanfattning	6
Bakgrund	9
Undersökningsmetoden	9
Varför har företagen inte svarat?	10
Hur representativa är svaren?	11
Studiens utgångspunkter	12
Analysmodell	14
Företag i Stockholm-Mälardalenregionen	16
Storföretagen viktiga för tillväxt och sysselsättning	16
Snabbväxarna återfinns i flera kluster	16
Många småföretag vill inte växa	17
Hög tillväxt – något fler anställda	18
Företagen stannar i regionen, men har olika marknader	18
Vad säger enkäten om företagens värderingar och preferenser?	21
Jämförelse av urvalen	21
Fokus på huvudurvalet	23
Kompetensförsörjning	23
Kommunikationer	24
Innovations- och företagsklimat	25
Myndighetsservice	26
Etablerings- och levnadsförhållanden	28
Sammanfattning	29
Fördjupning i vissa områden	30
Tillgång till högskole-/specialistkompetens	30
Tillgång till yrkesutbildad arbetskraft	31
Tillgång till forskarkompetens	32
Framkomlighet med bil	33
Tillgång till bra och varierat bostadsutbud	35
Jämförelse med andra studier	37
Vad betyder detta för den regionala utvecklingsplaneringen?	39
Marknadens efterfrågan och de nationella spelreglerna är basen för företagandet	39
Den regionala utvecklingsplaneringen skapar förutsättningar för tillväxt	39
Utvecklingsplaneringen berör alla företag, men på olika sätt	40
Kommunernas service och inställning har mycket stor betydelse för företagens utveckling	41
Tillför utvecklingsplaneringen ett bottom-up perspektiv	41
Prioriteringar – om företagen fick bestämma	42
Källor	44

Bilagor	45
Bilaga 1: Teknisk rapport.....	45
Varför har företagen inte svarat?	46
Hur säkra är svaren?	47
Bilaga 2: Differens mellan nöjdhet med regionala förhållanden och betydelse för företagen.....	49

Sammanfattning

Avsikten med denna studie är att bidra med aktuellt kunskapsunderlag om företagens värderingar och preferenser kring faktorer som kan påverkas av den regionala utvecklingsplaneringen. Studien är en kartläggning av hur företagen dels bedömer hur det förhåller sig med olika regionala utvecklingsfaktorer idag, dels värderar hur viktiga dessa faktorer är för företagets verksamhet, prestation och konkurrensförmåga.

Studien bygger på en enkätundersökning till företag i tre olika urvalsgrupper; ett slumpmässigt urval av 1 800 företag ur hela företagspopulationen (samtliga bolagsformer) med säte eller huvudadress i Stockholm-Mälardalenregionen, regionens 100 största företag och de 100 företag som svarat för den snabbaste tillväxten under senare år. Grupperna benämns huvudurvalet, storföretagen och snabbväxarna.

Undersökningen genomfördes under sommaren 2006 och har resulterat i en svarsfrekvens på 23,5, 27 respektive 20 procent för de olika grupperna. Bortfallsundersökningen visar inte på några systematiska avvikelser mellan de svarande och huvudurvalet. Resultatet bedöms därför ha ett värde som utgångspunkt för diskussioner om inriktning och prioriteringar i det fortsatta regionala utvecklingsarbetet. Det bör dock kompletteras med annan och mer fördjupad kunskap för att säkerställa att rätt slutsatser dras.

Studien har innefattat frågor om kompetensförsörjning, kommunikationer, innovationsklimat, myndighetsservice samt levnads- och etableringsförhållanden.

Rapporten visar inledningsvis att sex av tio företag i huvudurvalet främst är verksamma i sin hemkommun eller i hemlandet idag. Samma företag bedömer även att det är i detta närområde som den viktigaste marknaden finns i den närmaste framtiden. De stora företagen har idag hela Sverige som sin viktigaste marknad, med en förankring internationellt som bedöms öka fram 2010. Marknadsutvecklingen för de snabbväxande företagen ligger framför allt i övriga delar av Sverige, där även deras huvudsakliga marknad återfinns idag. Nio av tio företag menar att de sannolikt kommer att finnas kvar i regionen om tre år. Dagen regionala företag kan därför antas utgöra basen av företag i flera år framöver.

Jämförelsen mellan de tre urvalen visar att företag i huvudurvalet generellt sett tillmäter de olika frågeområdena lägre betydelse än storföretag och snabbväxare. De senare har värderat samtliga sakområden som mycket viktiga, samtidigt som nöjdheten med dagens regionala förhållanden är hög. Inom huvudurvalet, samt hos snabbväxarna, bedöms dock de lokala och regionala myndigheternas service till företagen som mindre bra.

Enkätundersökningen ger vidare positiva besked när det gäller regionens innovationsklimat och etablerings- och levnadsförhållanden. Regionen upplevs som mycket attraktiv att bo och verka i och tycks kunna erbjuda en god tillväxtmiljö. Omdömena om faktorer som gäller innovationskraft, kompetensnivå och förnyelse får övervägande positiva omdömen. Detsamma gäller regionens telekommunikationer, som både anses vara mycket viktiga och mycket bra som de fungerar idag. Stockholm-Mälardalenregionen förefaller på ett övergripande plan vara en bra region att verka och bedriva verksamhet i.

Det finns emellertid ett antal faktorer där regionen behöver förbättra sig för att till fullo tillgodose företagens behov. Regionen har framför allt en hemläxa att göra i frågor som handlar om de mjuka aspekterna av företagsklimat, vilket närmare bestämt gäller hur företagen blir bemötta och servade av myndigheter och kommuner. Det handlar mycket om en inställnings- och kunskapsfråga, där företagen inte tycks uppfatta att myndigheter-

Om företagen fick bestämma

na förstår sig på deras verklighet och behov av snabba besked. Inom huvudurvalet är det omkring hälften av företagen som tar helt eller delvis avstånd från att myndigheterna sköter sitt uppdrag tillräckligt bra idag. Samtidigt värderas just dessa funktioner som mycket viktiga. Det finns således en klar diskrepans mellan företagens förväntningar på myndigheter och kommuner och dessas förmåga att uppfylla förväntningarna.

De största skillnaderna i svar mellan olika urvalsgrupper återfinns inom området kompetensförsörjning, särskilt när det gäller tillgång till högskole-/specialistkompetens, yrkesutbildad arbetskraft samt forskarkompetens. Högskolekompetens är särskilt efterfrågat bland storföretag och snabbväxare, och dessutom väl tillgodosett. Behovet av yrkesutbildad kompetens är stort i alla urval, i synnerhet bland företag i huvudurvalet. Framkomligheten på regionens vägar är högt värderad och betydelsefull, men inte optimal idag. Dessutom är inte tillgången till bostäder i Stockholms län tillräcklig för att uppfylla företagens behov. Regionens kostnadsläge bedöms generellt vara för högt, men är ju samtidigt ett naturligt inslag i en tillväxtregion av Stockholms slag.

Studien visar att de områden som omfattas av den regionala utvecklingsplaneringen har stor betydelse för de flesta företag. Utvecklingsplaneringen kan skapa goda förutsättningar för tillväxt och den har betydelse för i stort sett alla företag. Ändå bör det påpekas att behovsbilden inte är densamma i hela regionen. Problem som följer av storlek och täthet, såsom trängsel på vägarna och överhettning på bostadsmarknaden i regionens centrala, behöver inte upplevas som något problem i regionens mer perifera delar.

Detta betyder att företagens lokalisering har betydelse för de övergripande villkoren att driva företag. Undersökningen visar att företag i olika delar av regionen gör olika bedömningar av vad som är viktigt och vad regionen bör prioritera. Det som behöver prioriteras i Stockholm kan vara ett marginellt, eller inget, problem i övriga delar av regionen. Svaren från de fyra länen utanför Stockholms län uppvisar i allmänhet liknande resultat, medan Stockholm är det län som oftast avviker från övriga.

Det bör vidare påpekas att enkätundersökningen ger fog för konstaterandet att marknadens efterfrågan och de politiskt beslutade spelreglerna bildar ytterst det ramverk inom vilket företag kan drivas och utvecklas. Förväntningarna på vilka problem som kan lösas med utvecklingsplanering bör därför ses i relation till den viktiga makroekonomiska och -politiska verkligheten.

Ytterligare en slutsats vi kan dra av undersökningen är att kommunerna har stor betydelse för företagens utveckling. Många företag rekryterar sin personal från det närområde där de även har sin viktigaste marknad. Företagen kommer i kontakt med kommunen i olika sammanhang, t.ex. vid ansökan om bygglov, tillsynsärenden, tillstånd och samarbete med skolan. Om dessa viktiga funktioner är för långsamma, för byråkratiska och för svåra att förstå kommer värdefull tid att gå till spillo.

I den mån kommunerna är för geografiskt avgränsade eller av andra skäl är förhindrade att gå företagen till mötes, kan frågeställningarna föras vidare till den regionala nivån. Summan av de kanaliserade behoven blir därmed underlag för en rad regionala insatser, exempelvis inom området kommunikationer, kompetensförsörjning och bostäder.

En sammansättning av insatser som, utifrån enkätundersökningen, skulle behöva prioriteras i regionen och som skulle ge positiva följder för de allra flesta företagen vore att:

- Förbättra regionens företagsklimat på alla nivåer.
- Öka förståelsen för företagets villkor och förbättra företags servicen i kommuner och myndigheter.

Om företagen fick bestämma

- Behålla och utveckla regionens nuvarande kompetensnivå, men satsa mer på yrkesutbildning.
- Förstärka samverkan mellan de stora företagen och forskningsinstitutioner.
- Öka framkomligheten på vägarna.
- Bygga fler bostäder
- Öka samverkan mellan *skola, näringsliv* och myndigheter.

Bakgrund

Inför arbetet med en ny regional utvecklingsplan ges möjlighet för olika aktörer att identifiera och avgränsa de strategiska utvecklingsfrågor som bör behandlas i den fortsatta planeringsprocessen. Ett viktigt underlag är hur näringslivets behov och förutsättningar att utvecklas vidare i Stockholm-Mälarenregionen ser ut.

Två viktiga frågor som denna studie tar upp är hur regionens företag uppfattar olika förhållanden som kan påverkas av den regionala utvecklingsplaneringen, och vilken betydelse dessa har för företagens verksamhet?

Syftet med denna studie är att besvara dessa frågor genom en kartläggning av företagens värderingar och preferenser. Studien omfattar företag i hela Stockholm-Mälarenregionen och skall ge en bild av variationerna i behov och synsätt mellan företag av olika storlek och bransch. Rapporten skall därigenom peka ut viktiga utvecklingsområden och ge en vägledning inför det fortsatta arbetet vad utvecklingsplaneringen bör prioritera – om företagen fick bestämma.

Undersökningsmetoden

Undersökningen bygger på resultat från en postalenkät som riktats till totalt 2000 företag i tre olika urvalsgrupper i Stockholm-Mälarenregionen (länen Stockholm, Södermanland, Västmanland och Uppland samt Örebro):

1. I den första urvalsgruppen har det ingått ett slumpmässigt urval av 1 800 företag ur hela företagspopulationen (samtliga bolagsformer) med säte eller huvudadress i Stockholm-Mälarenregionen. För att undvika det stora antalet verksamhetsmässigt begränsade företag har ett omsättningskriterium på 500 000 kronor satts (för år 2004 eller 2005). Detta medför att omkring 66 procent av alla registrerade företag exkluderas. Hela populationen minskar från ca 285 000 företag till knappt 95 000, enligt SCB:s Företagsregister. Eftersom urvalet speglar totalpopulationen återfinns majoriteten av tillfrågade bland små företag.

2: För att kunna belysa värderingar och preferenser även från företag som har särskilt stor betydelse för regionen räknat i antal sysselsatta har för det andra en totalundersökning gjorts bland regionens 100 största företag, där "största" har utgått från antalet anställda.

3: I den tredje urvalsgruppen ingår de 100 företag som svarat för den snabbaste tillväxten under senare år. "Snabbväxare" har definierats som företag med minst 5 mkr i omsättning, att företagen inte har haft någon nedgång under perioden 2000 till 2004/2005 och att de inte under samma period har minskat antalet sysselsatta. Urvalet bygger därefter på dem som har den största ökningen mellan 2000 och 2005 räknat i omsättning.

Urvalen behandlas var för sig och ger möjlighet till intressanta jämförelser i resultatredovisningen. Vilka likheter och skillnader finns mellan den representativa bilden och regionens största eller mest snabbväxande företag?

Om företagen fick bestämma

Län	Totalpopulation	I urvalet	Urvalspopulationen andel
Stockholm	200 434	66 405	33%
Uppsala	25 802	7 891	31%
Västmanland	18 681	6 470	35%
Södermanland	19 362	6 785	35%
Örebro	20 668	6 809	33%
	284 947	94 360	33%

Tabell 1: Antal företag i Stockholm-Mälardalenregionen, alla företagsformer, exkl organisationer. Antal företag i urvalet, efter omsättningskriterium samt urvalspopulationens andel av totalpopulationen. Källa: SCB Företagsregister

Denna undersökning har genomförts under sommarmånaderna 2006. En enkät har följts av två påminnelser. Svarefrekvensen har blivit betydligt lägre än beräknat. Bland det representativa urvalet, hädanefter kallat "huvudurvalet" har 418 svar inkommit, vilket ger en svarefrekvens på 23,5 procent. I det andra urvalet har 27 respektive 20 företag besvarat enkäten.

	Antal enkäter	Antal svar	Svarefrekvens	Antal anställda i svarande företag
Urvalsgrupp 1	1 782	418	23,5%	30 000
Urvalsgrupp 2	100	27	27%	161 000
Urvalsgrupp 3	100	20	20%	2 350

Tabell 2: Antal enkäter och svar, samt svarefrekvens för olika urvalsgrupper

Varför har företagen inte svarat?

I en bortfallsundersökning har 260 företag deltagit. Företagen har fått ange varför de inte har svarat på enkäten och erbjudits möjlighet att besvara den per telefon.

Företagens svar avslöjar att två faktorer har varit mest avgörande för de uteblivna enkätsvaren. Det ena är tidpunkten. Omkring 60 procent av företagen i huvudurvalet uppger att de antingen inte har sett enkäten eller inte haft tid att besvara den. Bland de stora företagen har hälften, trots två påminnelser, helt missat enkäten och knappt 20 procent har inte haft tid.

Tidpunkten, d.v.s. under sommarmånaderna, har således påverkat förutsättningarna att nå fram till respondenterna. För det andra konstaterar vi att konjunkturen under andra kvartalet 2006 har varit mycket stark, vilket sannolikt gjort och att många företag har haft fullt upp att sköta sin verksamhet inför sommaruppehållet.

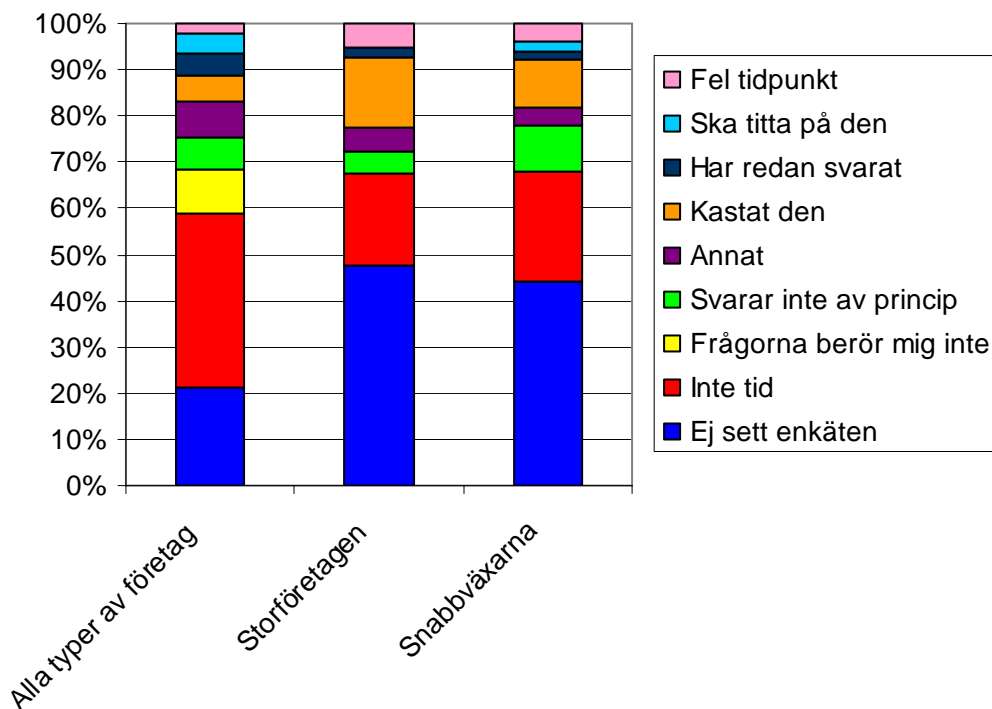
Mellan 10 och 20 procent uppger att de antingen slängt enkäten eller att de inte svarar på enkäter av princip. Detta bekräftar en iakttagelse som gjorts bland olika opinionsföretag. Den visar att benägenheten att svara på enkäter har sjunkit under senare år, i synnerhet bland företag i storstadsregionerna. Ett skäl till detta är att företagen många gånger upplever att enkäter tar för mycket tid och sällan ger något tillbaka, samt att antalet enkäter från olika håll har ökat på senare tid.

Ett av tio företag i huvudurvalet urvalet menar att enkätens frågor inte berör dem. En tolkning av detta är att företagen ansett att frågorna omfattat områden som ligger långt

Om företagen fick bestämma

från företagets vardag och rör en geografisk dimension – Stockholm-Mälardalenregionen – som känns avlägsen, särskilt för dem med en väldigt lokal marknadsbas.

Det skulle visa sig att det var svårt även i bortfallsundersökningen att få företagen att genomföra hela enkäten. Av totalt 260 kontaktade företag har endast 35 besvarat hela enkäten. Av dessa var 29 företag i den första urvalsgruppen.



Figur 1: Resultat från bortfallsundersökningen. Bland Alla typer av företag ingår 170 tillfrågade företag inom huvudurvalet. Bland Storföretagen och Snabbväxarna har 40 respektive 50 företag tillfrågats i urvalsgrupperna. Staplarna visar den procentuella fördelningen av svar inom varje urvalsgrupp.

Hur representativa är svaren?

Med ett så pass stort bortfall är det högst relevant att ställa frågan hur representativa svaren egentligen är. Den låga svarsfrekvensen innebär att undersökningen är behäftad med stora osäkerheter gällande företagens generella synpunkter. Vilka slutsatser kan vi dra med ledning av dataunderlaget? En viktig fråga i detta sammanhang är om de inkomna svaren speglar hela företagspopulationen? Eller finns det systematiska avvikelser mellan de som svaret och det representativa urval som tillfrågats?

Bortfallsanalysen tyder på att de inkomna svaren tämligen väl speglar urvalspopulationen. Analysen tyder inte på några systematiska skillnader mellan andelen svar i olika undergrupper och i huvudurvalet. I de undergrupper vi har undersökt – bransch, länsstillhörighet eller företagsstorlek – uppvisar populationerna snarlika fördelningar (se bilaga 1 för vidare analys). Detta innebär sannolikt en säkrare indikation av företagets värderingar och preferenser än om svarsfrekvensen hade varit kraftigt varierande mellan olika typer av företag. Det är emellertid som en indikation undersökningsresultatet får betraktas. Möjligheter att bedöma det generella åsiktsläget inom företagspopulationen saknas och detta gäller än mer vid nedbrytning av materialet på undergrupper av företag. Resultatet har ett värde som utgångspunkt för diskussioner om inriktning och prioriteringar i det

fortsatta regionala utvecklingsarbetet, men bör kompletteras med annan och mer fördjupad kunskap för att säkerställa att rätt åtgärder och rätt resurstilldelning uppnås.

Studiens utgångspunkter

Varje år genomförs en mängd undersökningar av företags-/näringslivsklimatet på allt från lokal, regional, nationell till internationell nivå. Dessa baseras vanligtvis på statistiska uppgifter, åsikter från personer i ledande position inom företag eller en kombination av båda. Målsättningen är som regel att producera ett beslutsunderlag som kan vägleda såväl privat investeringar som offentliga utvecklingsprojekt genom att lyfta fram styrkor/svagheter i det lokala/regionala/nationella företagsklimatet alternativt producera rankinglistor över de mest/minst förmånliga platserna att göra affärer och bedriva verksamhet på.

Dylika undersökningar tar i de flesta fall fasta på såväl hårda som mjuka aspekter i värderingen av företagsklimatet på en viss plats. European Cities Monitor (ECM), som listar företagsklimatet i europeiska städer baserat på intervjuer med högre chefer och styrelsemedlemmar bland 500 av Europas största företag, tar bland annat frågor som berör kommunikationsinfrastruktur, kompetensförsörjning, tillgång till marknader och leverantörer, förekomst av större evenemang/attraktioner, kostnadsläge med mera i sin undersökning. I tidigare undersökningar om Stockholmsregionens attraktivitet och internationalisering har liknande frågeställningar täckts in om än med variationer i utformningen av de konkreta frågorna.¹

Ytterst rör sig detta om olika (produktions-)faktorer och (samhälls-)strukturer som har betydelse för företagets utveckling och tillväxt. Det kan vara produktionsfaktorer och strukturer på regional nivå som står i förgrunden, men även de makroförhållanden som styrs från nationell nivå, exempelvis vad gäller regleringar, lagar och skattevillkor.

I regionala undersökningar är intresset dock som regel riktat mot det som regionen själv kan påverka, d.v.s. de regionspecifika förhållandena. Här bör påpekas att den regionala utvecklingsplaneringen under senare år har kommit att få en ny roll i Sverige i takt med att inriktningen av svensk regional politik förändrats. Det nya är en bärande idé om den lokala och regionala miljöns betydelse för företagets konkurrenskraft och tillväxt. Tillväxt är inte något givet på nationell nivå och som sedan kan fördelas ut till olika regioner, utan tillväxten skapas av företag i regionerna.

Detta har även inneburit att den fysiska och territoriella samhällsplaneringen kommit att ses i nära relation till de ekonomiska näringslivsorienterade utvecklingsfrågorna på regional nivå. Ett försök att foga samman dessa två politikområden skedde genom prop 2001/02:4 om regionalt utvecklingsarbete. I denna fastslås att en regional utvecklingsplan (RUP) ska vara det samlade dokumentet för regionens utveckling och ska som sådant bygga på och ta tillvara de förutsättningar och mål som anges i andra regionala planer och program. RUP blir därigenom ett samlingsdokument för de kommunala översiktplanerna och de regionala tillväxtprogrammen och kan komma att utgöra en bas för fördelning av statliga resurser.²

¹ RTK rapport 2:1998 samt 2:2000

² prop 2001/02:4 om regionalt utvecklingsarbete.

Om företagen fick bestämma

Vi konstaterar att tillväxt och utveckling är direkt eller indirekt knuten till företag på marknader. Företag och människor är lokaliserade någonstans. Tillväxt uppkommer genom beslut om att investera och förnya, beslut som påverkas av lokala och regionala förhållanden och strukturer. *Kommuner* och *regioner* kan skapa arenor som bäddar för att människor ska kunna, vilja och har rätt att starta och expandera företag. Det behövs *entreprenörer*, *arbetskraft* och *service* för att kunna investera, incitament och vilja att göra det, samt *regelverk* och *marknadsförutsättningar* som gör det möjligt för nya verksamheter, produkter och tjänster att växa fram.

Tillväxtens geografi är inte statisk. Vi ser hur den dels är internationell/global i form av konkurrensförhållanden, multinationella företag och produktionskedjor, dels lokal med människor och kunskap som den minst mobila produktionsfaktorn och i hög grad bunden till *arbetsmarknader* och *kommunikationsmöjligheter*. Genom *fysisk planering* och utbyggnad av *infrastruktur* kan de geografiska transaktionskostnaderna sänkas, den ekonomiska tätheten höjas och därmed öka regionens marknadspotential. Här ligger kärnan i framväxten av funktionella regioner, som i Stockholm-Mälarenregionen har inneburit att fler människor har fått tillgång till en större arbetsmarknad och att företagen fått bättre möjligheter att rekrytera kompetent personal från ett större geografiskt område.

Kommunerna erbjuder den grundläggande geografiska arenan för företagandet. Kommunens förmåga att på ett effektivt och flexibelt sätt ställa *mark*, *lokaler*, *vägar* och vatten till förfogande spelar stor roll för företagets vilja och förmåga att starta och expandera. Även *tillståndsgivning* och ”*serviceinställning*” ger grundläggande förutsättningar för om företagare kan eller vill driva och expandera företag och om människor vill leva och bo i kommunen. Detta är några av de institutionella förutsättningar som påverkas av lokala och regionala beslut. De flesta institutionella förhållanden som rör regelverk, lagstiftning, skattesystem och kapital beslutas dock på nationell nivå. Flera studier visar att dessa faktorer har störst betydelse för produktions- och sysselsättningstillväxten i företag.³

För företagets lokalisering och framgång är också det grundläggande *utbildningssystemet* och den *kommunala servicen* central. Bra utbildning och god ”närservice” är nödvändig för företagare såväl som för medborgaren i gemen. En kommun som inte är attraktiv är på lång sikt inte intressant för investerare och för den bästa arbetskraften, den som kan skapa det nya som behövs för tillväxt. Återkommande kartläggningar visar att företagare uppfattar stora skillnader mellan kommuner.⁴

Det visar sig emellertid att den kommunala nivån och de kommunala resurserna ibland är för begränsade för att erbjuda företagen nödvändiga offentliga utvecklingsmiljöer. När kommunen ”inte räcker till” får den regionala arenan en viktigare roll för att skapa förutsättningar för internationellt konkurrenskraftiga utvecklingsmiljöer. Det är här som den regionala planeringen kommer in.⁵

Denna studien försöker fånga in sådana produktionsfaktorer som har betydelse för företagets verksamhet och utveckling, sett utifrån den geografiska, regionala dimensionen. Om vi sammanfattar detta kan vi konstatera att företagsklimat kopplat till den regionala nivån och företagets generella förutsättningar att bedriva verksamhet till stor del handlar om följande områden:

³ Magnus Henrekson, Institutionella förutsättningar för entreprenörskap och företagstillväxt, ur Tillväxtföretagen i Sverige 2001,

⁴ Se t ex Svenskt näringslivs kommunbarometer och Dagens Industris index över kommuner

⁵ Sveriges regionala indelning – om tillväxten fick råda. Rapport till Ansvarskommittén.

Om företagen fick bestämma

- **Kompetensförsörjning:** Tillgång till arbetskraft med olika kompetenser samt en infrastruktur för utbildning och FoU.
- **Kommunikationer:** Tillgänglighet med avseende på person- och godstransporter samt elektroniska kommunikationer inom regionen och till från övriga landet och utlandet
- **Innovationsklimat:** Förekomst av kreativa miljöer, dynamiska mötesplatser och regionala varumärken/specialiteter.
- **Myndighetservice/sektorsamverkan:** Hantering av tillståndsärenden, dialog och samverkansprojekt mellan det offentliga och det privata.
- **Etableringsförhållanden:** Tillgång på mark och lokaler.
- **Levnadsförhållanden (den attraktiva regionen):** Tillgång till varierat utbud av bostäder, rekreationsmöjligheter, nöjen, kostnadsläge m.m.

Analysmodell

Enkäten har konstruerats så att respondenterna har fått ta ställning till ett antal frågor som belyser olika utvecklingsfaktorer och förhållanden i Stockholm-Mälardalenregionen.

Företagen har först fått ta ställning till ett antal påståenden om dagens situation, utifrån egen upplevelse. På en fyrgradig skala har företagen genom sina svar fått tillfälle att bedöma *hur det förhåller sig med olika regionala utvecklingsfaktorer idag*. Samtliga påståenden är formulerade med positiv innebörd, vilket innebär att ett instämmande alltid kan tolkas som att förhållandena upplevs som positiva (+), medan ett avståndstagande tolkas som negativt (-). Svarsalternativet ”vet ej” har inkluderats eftersom respondenterna ibland helt enkelt kunnat svara. Eftersom det är företagets *upplevelse* av dagens förhållanden som metoden tar fasta på behöver detta inte spegla den faktiska situationen. I realiteten kan det både vara sämre eller bättre ställt i regionen än vad företagen upplever det. I vissa fall behöver en kritisk bedömning därför inte innebära en reell svaghet för regionen. Det kan istället handla om att de befintliga tillgångarna inte är tillräckligt kända.

Företagen har därefter fått värdera *hur viktiga* samma utvecklingsfaktorer är för företagets verksamhet, prestation och konkurrensförmåga. Vikten har värderats på en skala i fyra steg, från ”mycket viktigt” till ”inte alls viktigt”. För att tvinga fram ett ställningstagande har alternativet ”vet ej” inte funnits i detta steg.

Utöver de förutbestämda faktorerna har företagen i ett antal öppna frågor haft möjlighet att komplettera med andra faktorer som de upplever som viktiga. En korstabulering av dessa svar ger följande analysmodell:

Betydelse för företagets verksamhet	Viktigt	Viktigt för företagen, men inte fullt så bra i regionen - Prioritera!	Viktigt för företagen och bra förhållanden - Utveckla!
	Mindre viktigt	Mindre viktigt för företagen och heller inte så bra i regionen - Avvakta!	Mindre viktigt för företagen, men bra i regionen - Behåll!
		-	+

Bedömning av dagens regionala förhållanden

Figur 2: Analysmodell

Det önskvärda, ur ett regionalt utvecklingsperspektiv, är att de faktorer som bedöms som viktiga för företagets utveckling också uppfylls av regionen. I så fall återfinns svaren i matrisens övre högra hörn. Det är dessa styrkor som regionen bör slå vakt om och utveckla. Det minst önskvärda är att en faktor bedöms som mycket viktig av företagen men att den inte tillgodoses tillräckligt bra i regionen. Dessa svar återfinns i figurens övre vänstra hörn. Det är dessa områden som den regionala utvecklingsplaneringen bör prioritera. Faktorena som däremot placerar sig i matrisens nedre vänstra hörn torde regionen kunna prioritera ner något och avvakta med.

I analysmodellen kommer cirklar att placeras ut på den plats som utgör summan av alla positiva svar. En cirkel som placeras mitt i figuren visar således att 50 procent av företagen värderat en faktor som viktig eller mycket viktig och 50 procent instämmer helt eller delvis i att samma faktor tillgodoses i regionen idag.

En systematisk genomgång av svaren kommer att visa att svaren skiljer sig åt mellan urvalsgrupperna, olika län och branscher. Detta komplicerar analysen, men ger samtidigt nytt viktigt underlag inför den fortsatta utvecklingsplaneringen. Det kan t.ex. ge vägledning till vilka typer av företag som är mest berörda av olika delar av den regionala utvecklingsplaneringen.

I analysavsnitten kommer vi att återkomma till denna modell.

Företag i Stockholm-Mälardalenregionen

Storföretagen viktiga för tillväxt och sysselsättning

Stockholm-Mälardalenregionen har landets mest diversifierade och kunskapsintensiva näringslivsstruktur. En omvandling av företagandet från traditionell produktion till tjänsteproduktion med stor kunskapsinnehåll har pågått under flera decennier. Tjänstesektorn svarar redan för huvuddelen av sysselsättningen i regionen och försprånget till andra sektors betydelse för sysselsättningen ökar i takt med produktivitetens utvecklingen inom industrin, där det samlade produktionsvärdet ökar samtidigt som antalet anställda minskar.

De stora multinationella företagen har dock fortfarande stor betydelse för sysselsättningen. De omkring 230 privata företag i Stockholm-Mälardalenregionen som har fler än 500 anställda svarar för närmare 36 procent av de sysselsatta inom privat sektor år 2004.⁶

De största företagen fördelar sig främst på fyra olika branscher; tillverkning, handel, transport/kommunikation samt, den största branschen, tjänster. En fjärdedel av regionens största företag finns inom fastighets- och uthyrningsverksamhet samt företagstjänster.

Snabbväxarna återfinns i flera kluster

Den snabbaste tillväxten i Stockholm-Mälardalenregionen sker inom ett antal kunskapsintensiva näringar. Antalet sysselsatta inom åtta viktiga kluster⁷ ökade med 16 procent under perioden 1990–2001, medan sysselsättningen inom övriga delar av näringslivet minskade med 12 procent.⁸ De snabbast växande företagen återfinns emellertid inom flera olika branscher. I denna undersökning ingår de 100 företag som upplevt den snabbaste tillväxten räknat i antal anställda och omsättning under de senaste fem åren. Utifrån dessa kriterier återfinns hälften av de snabbast växande företagen inom handel och tjänster. 36 av företagen ingår i branschen fastighets- och uthyrningsverksamhet samt företagstjänster. På aggregerad nivå finner vi att tjänstesektorn är den snabbast växande branschen. På denna lista har tillverkning och bygg endast 16 företag.

Storleksmässigt framgår det vidare att majoriteten av snabbväxande företag är relativt små. 77 av ”våra” 99 företag har färre än 100 anställda. Den största gruppen snabbväxare har idag mellan 20 och 49 anställda. Det är i hög grad dessa företag som förväntas vara framtidens välbärgsbyggare.

Bransch	Snabbväxarna	Storföretagen
D Tillverkning	8	14
F Byggverksamhet	8	7
G Partihandel och detaljhandel	20	15
H Hotell- och restaurangverksamhet	5	3
I Transport, magasinering och kommunikation	5	15
J Finansiell verksamhet	9	9
K Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster	36	26
M Utbildning	2	2
N Hälso- och sjukvård, sociala tjänster; veterinärverksamhet	2	7
O Andra samhällsrelaterade och personliga tjänster	5	2
	100	100

Tabell 3: Snabbväxarna och storföretagens fördelning mellan branscher. Källa: CFAR

⁶ Fakta om små och stora företag. Företagarna (SCB) 2005.

⁷ Upplevelsenäring, bioteknik/läkemedel, IT/telekom, finans, verkstad, fordon, logistik och företagstjänster.

⁸ FÖM, Långtidsutredning

Om företagen fick bestämma

Sammanslagning av branscher	Snabbväxarna	Storföretagen
DF (Tillverkning, bygg)	16	21
GHI (handel, hotell o restaurang och transport)	30	33
JKMNO (Övriga tjänster)	54	46
	100	100

Tabell 4: Snabbväxare fördelat på aggregerade branscher. Källa: CFAR.

Antal anställda	Antal företag
1–4	11
5–9	12
10–19	19
20–49	23
50–99	13
100–199	11
200–499	4
500–999	3
1000–	4
	100

Tabell 5: Snabbväxarnas fördelning per storleksklass. Källa: CEFAR

Många småföretag vill inte växa

De små företagen har alltså stor betydelse för tillväxt och sysselsättning. Samtidigt är det viktigt att påpeka att dessa också utgör en stor majoritet av alla företag. I Stockholm-Mälardalenregionen, och i landet som helhet, har omkring 99 procent av alla företag färre än 50 anställda. Omkring 70 procent av alla företag saknar helt anställda. Vårt omsättningskriterium på minst 500 000 kr innebar endast 95 000 företag kvalificerade sig av totalt 285 000 registrerade företag i Stockholm-Mälardalenregionen. En majoritet av alla registrerade företag kan således inte ens räknas som levebrödsföretag, utan existerar endast i formell mening.

Ur näringspolitisk synvinkel är det önskvärt med fler växande företag. Många små företag har emellertid ingen, eller en mycket begränsad, ambition att växa. För många företagare ingår en oförändrad omfattning av verksamheten som en naturlig del av affärsplanen. En undersökning från Nutek visar att ca 23 procent av alla företag med färre än 50 anställda inte skulle vilja växa, även om det finns möjlighet. Ytterligare 27 procent skulle visserligen vilja växa, men utan att öka antalet anställda.⁹

Det finns några faktorer som gynnar tillväxt i småföretag. En observation är att yngre företag växer mer än äldre. Företag i storstadsregioner växer mer än genomsnittet, liksom företag som samverkar stadigvarande med andra företag. Exportinriktade företag växer också snabbare än de som inte exporter. Dessutom har företag som är beroende av enskilda kunder generellt en sämre utveckling.¹⁰

Nuteks studie från år 2005 visar att det bland hindren för tillväxt är brist på egen tid som upplevs som det största problemet. Detta hinder har dock minskat något sedan en motsvarande studie 2002. Därefter kommer myndighetsregler, tillståndskrav och dylikt, som 44

⁹ Tillväxt i småföretag. Företagens villkor och verklighet, 2005

¹⁰ Jonas Wiklund, Per Davidsson och Frederic Delmar. Hur förväntningar påverkar småföretagens tillväxtvilja, ur Tillväxtföretagen i Sverige. SNS 2001.

Om företagen fick bestämma

procent upplever som ett ganska stort eller mycket stort hinder för tillväxt. Det är en ökning med nio procentenheter från år 2002. Dålig lönsamhet och begränsad tillgång till lämplig arbetskraft var ett hinder för omkring en tredjedel av företagen år 2005.

Tillväxthinder	2002	2005	Diff
Hård konkurrens	39	37	-2
Svag efterfrågan	29	29	0
Dålig lönsamhet	36	35	-1
Begränsad tillgång till lån	16	19	3
Begränsad tillgång till externt ägarkapital	21	20	-1
Begränsad tillgång till lämplig arbetskraft	36	33	-3
Myndighetsregler, tillståndskrav o dyl	35	44	9
Brist på egen tid	60	52	-8

Tabell 6: Hinder för tillväxt i småföretag. Källa: Nutek, Företagens villkor och verklighet 2002 och 2005.

Hög tillväxt – något fler anställda

En fråga som uppmärksammats mycket under senare tid är att landets höga tillväxt inte leder till motsvarande ökning av sysselsättning. I vissa sammanhang talas det om "jobless growth". En förklaring till detta är att företag kan utöka sin produktion med befintliga resurser, utan att behöva anställda fler. Vår undersökning bekräftar i viss mån detta.

På frågan om hur företaget kommer att utvecklas på tre års sikt uppger 65 procent av företagen i huvudrvalet att omsättningen kommer att öka, medan 36 procent menar att antalet anställda kommer att öka. Differensen är ännu större bland de stora företagen och snabbväxarna. Bland dessa räknar en tredjedel med att öka antalet anställda, samtidigt som nio av tio förväntas öka sin omsättning.

	Hur kommer företaget att utvecklas på 3 års sikt när det gäller...					
	Omsättning (%)			Antal anställda (%)		
	Öka	Oförändrat	Minska	Öka	Oförändrat	Minska
Huvudrvalet	65	26	9	36	55	9
Storföretagen	96	4	0	35	38	27
Snabbväxarna	90	5	5	55	40	5

Tabell 7: Olika företags bedömning av framtida utveckling. Källa: Urvalsundersökningen.

En högre andel av företagen inom tjänstesektorn och företag med säte Stockholms län räknar med att anställa fler medarbetare på tre års sikt. Störst benägenhet att anställa har företag med mellan 10 och 49 anställda, vilket överensstämmer med tidigare konstaterande om var snabbväxarna återfinns.

Företagen stannar i regionen, men har olika marknader

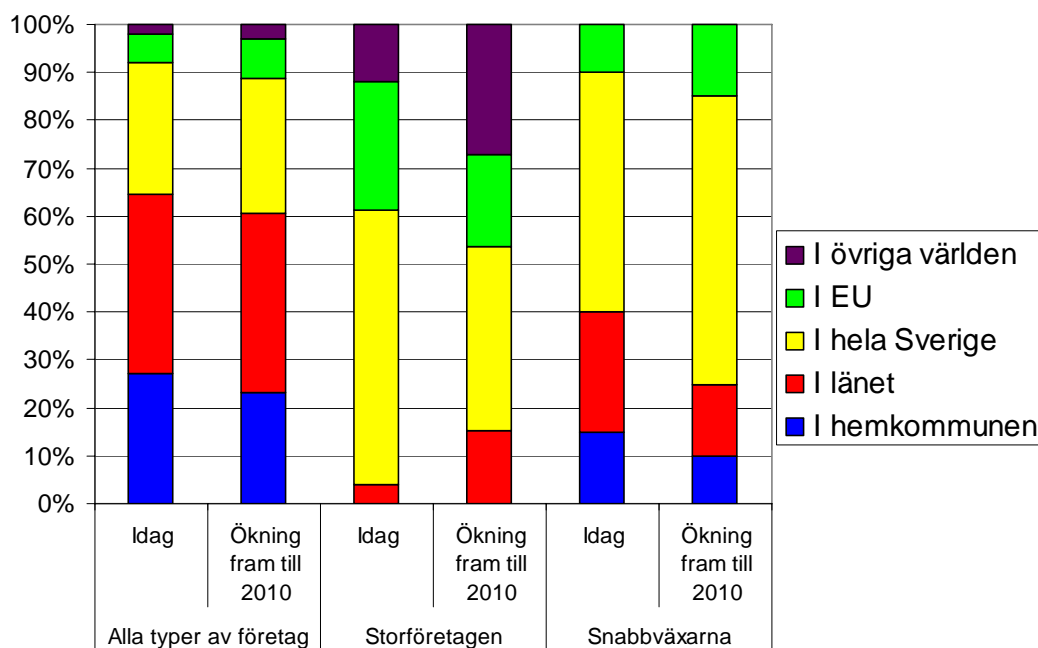
Betydelsen av den regionala utvecklingsplaneringen för enskilda företag påverkas av inom vilken geografi företagens marknad återfinns. Ett annat sätt att uttrycka det är med frågan vem utvecklingsplaneringen är till för. Det visar sig att vissa företag är primärt inriktade på en lokal och regional marknad, medan andra är starkast internationellt. På frågan var företagens huvudsakliga marknad finns idag och på vilken marknad som för-

Om företagen fick bestämma

väntas svara för den största ökningen fram till år 2010 framkommer tydliga skillnader mellan urvalsgrupperna.

Den lokala och regionala förankringen är starkast bland företag i det huvudurvalet, som framförallt består av mindre företag. Sex av tio företag i denna grupp är främst verksamma i sin hemkommun eller i hemlänet idag. Det är också i dessa områden som framtiden ligger, enligt företagen.

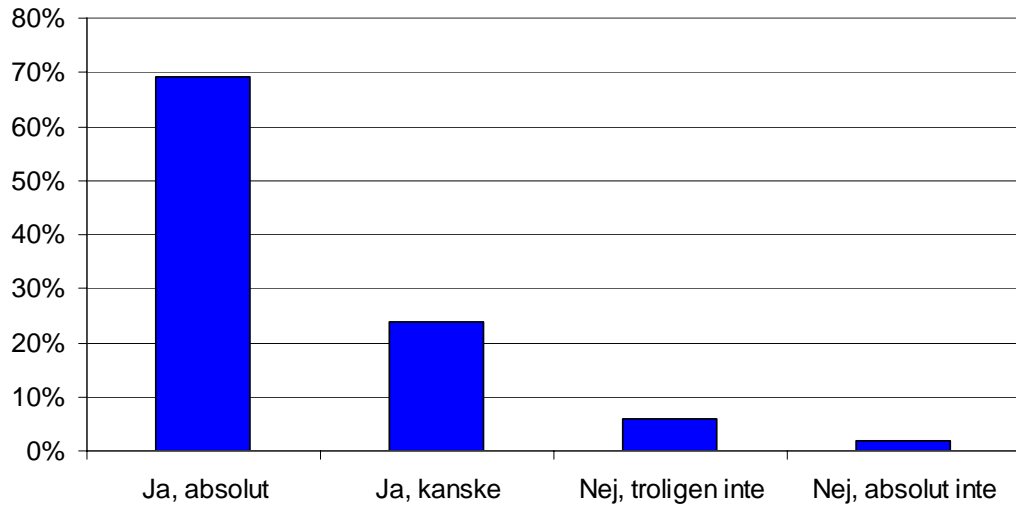
De stora företagen har idag hela Sverige som sin viktigaste marknad, men med en förankring även internationellt. Fram till 2010 förväntas marknadsutvidgningen framför allt ske internationellt. Viktigt dock att betona att detta förväntas ske med den nuvarande hemvisiten som bas. Marknadsutvecklingen för de snabbväxande företagen ligger framför allt i övriga delar av Sverige, där även deras huvudsakliga marknad återfinns idag.



Figur 3: Företagens huvudsakliga marknad idag och marknad som förväntas svara för störst ökning fram till 2010. Källa: Urvalsundersökningen

En ytterligare fråga till företagen har varit om de räknar med att finnas kvar i Stockholm-Mälardalenregionen om tre år. På denna fråga svarar samtliga storföretag och snabbväxare jakande. Totalt sett svarar nio av tio företag att de absolut eller kanske kommer att finnas kvar inom regionen om tre år. Detta talar för att merparten av alla företag är nöjda med dagens lokalisering och att regionen generellt sett erbjuder goda betingelser, alternativt att företagen inte ser något bättre alternativ. Därmed kan vi anta att dagens företag kommer att utgöra basen av regionens företag i flera år framöver.

Om företagen fick bestämma



Figur 4: Kommer företagen att finnas kvar i Stockholm-Mälarenregionen om 3 år? (n=418)

Vad säger enkäten om företagens värderingar och preferenser?

Genomgången av företagens svar kommer att ske i flera steg. I ett första steg kommer jämförelser att göras mellan svaren från de tre olika urvalsgrupperna. Detta kommer att visa om det föreligger några skillnader och likheter i svaren från olika typer av företag.

Varje sakområde (Kompetensförsörjning, Kommunikationer, Innovationsklimat, Myndighetservice och Etablerings- och levnadsförhållanden) rymmer svaren på fyra till sju specifika frågor om företagens behov och värderingar.

I nästa steg görs en fördjupning av hur huvudurvalet har ställt sig till dessa specifika faktorer. Vi beskriver här hur företagen bedömer dagens regionala förhållanden och vilken betydelse de anses ha för företagens verksamhet. I det sista steget sker en ytterligare fördjupning i ett antal faktorer som företag från olika branscher, storlek och geografi har värderat på olika sätt.

Jämförelse av urvalen

En första observation vid jämförelsen mellan de tre urvalen visar att företag i huvudurvalet tillmäter de olika områdena generellt lägre betydelse än storföretagen och snabbväxarna. Huvudurvalet värderar varje faktor lägre än företagen i de två andra urvalsgrupperna. Förklaringen är möjligen att den första urvalsgruppen är mindre homogen än övriga, vilket gör att värderingen av olika faktorer varierar mer inom gruppen än bland gruppen storföretag och snabbväxare.

Dessa två grupper, storföretagen och snabbväxarna, har värderat samtliga sakområden som mycket viktiga. Det enda område som inte ligger i prioriteringstoppen är snabbväxarnas bedömning av frågor som gäller kompetensförsörjning. Omkring 75 procent av dessa anser att kompetensförsörjningsfrågorna är viktiga eller mycket viktiga, medan samtliga övriga faktorer har närmast total uppslutning bland såväl snabbväxare som storföretag.

Nöjdheten bland storföretagen och snabbväxarna är dessutom hög kring samtliga faktorer utom snabbväxarnas bedömning av dagens myndighetservice. Med myndighetservice avses här frågor som gäller olika myndigheters förståelse för företagens villkor, snabbhet i handläggning och samverkan med näringslivet.

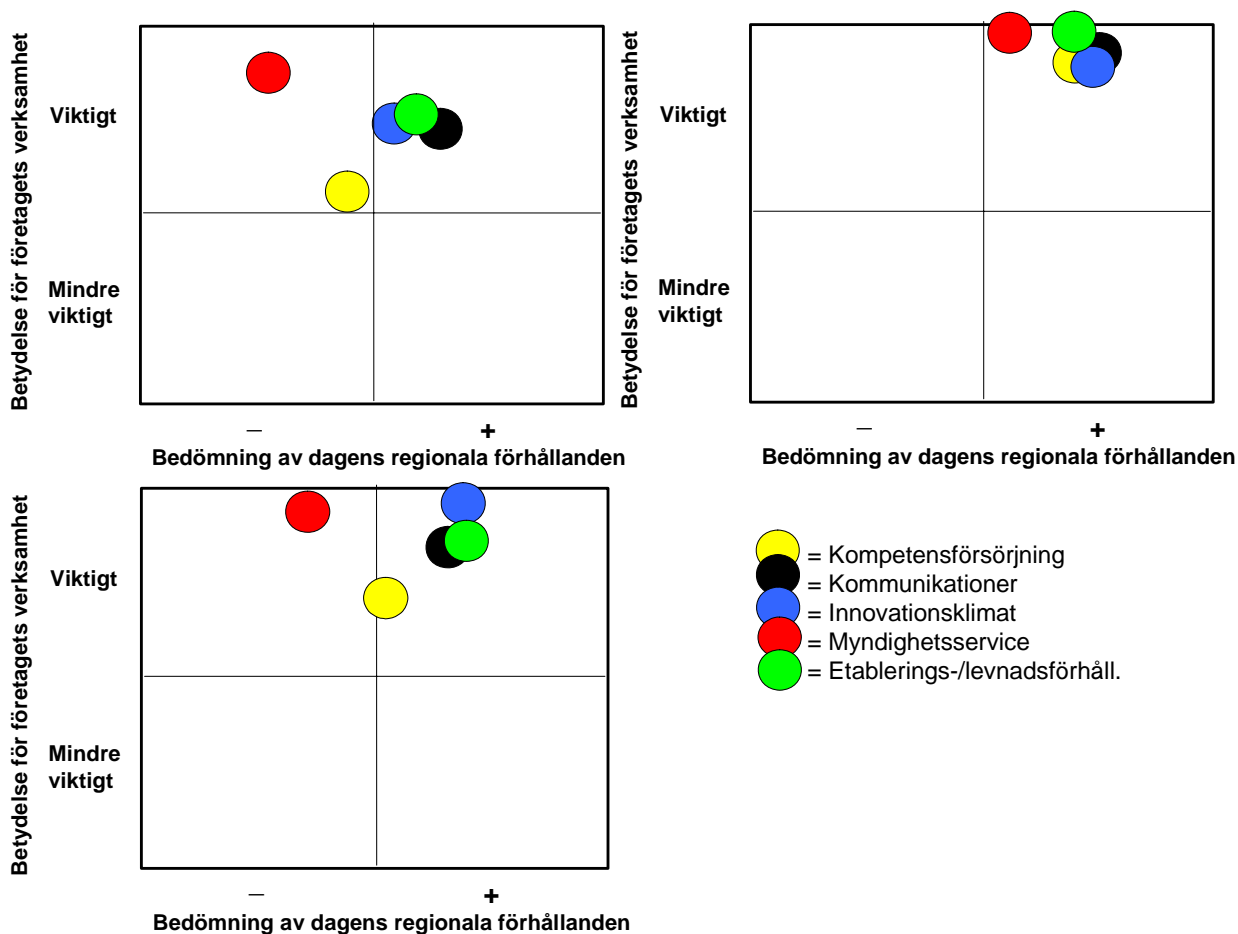
Kritiken mot myndigheternas service blir särskilt tydligt när man närmar sig svaren från huvudurvalet. Som redan påpekats utgörs detta urval företrädesvis av mindre företag eftersom de också dominerar populationen och därmed urvalsramen. Bland dessa företag bedöms servicenivån från regionens myndigheter och hemkommunen som mindre bra. Totalt sett är det omkring hälften av de tillfrågade företagen som tar helt eller delvis avstånd från att myndigheterna sköter sitt uppdrag tillräckligt bra idag. Samtidigt värderas just dessa funktioner som mycket viktiga. Omkring 85 procent av företagen uppger att det är viktigt eller mycket viktigt för den egna verksamheten med god service från myndigheter och kommuner.

Detta innebär att det finns en klar diskrepans mellan företagens förväntningar på myndigheter och kommuner och dessas förmåga att uppfylla förväntningarna.

Om företagen fick bestämma

Jämförelsen visar vidare att kompetensfrågorna bedöms som viktigast för storföretagen, samtidigt som de upplevs som ett relativt litet bekymmer i regionen. Det förefaller således som om de större företagen får sina kompetensbehov tillgodosedda i regionen, medan huvudurvalet värderar kompetensfrågorna något lägre. Här fordras emellertid en fördjupad analys. Det visar sig att behoven ser mycket olika ut av olika typer av kompetenser. Mer om detta följer i kommande kapitel.

Ser vi till övriga områden framgår det tydligt att bedömningen av dagens förhållanden är övervägande positiva. Svaren ger särskilt positiva besked när det gäller regionens innovationsklimat och etablerings- och levnadsförhållanden. Det är tydligt att företagen uppskattar och värderar regionens totala attraktivitet som hög. Stockholm-Mälardalen förefaller på ett övergripande plan vara en bra region att verka i, vilket bekräftar svaren på den tidigare frågan om företagen räknar med att finnas kvar i regionen om tre år.



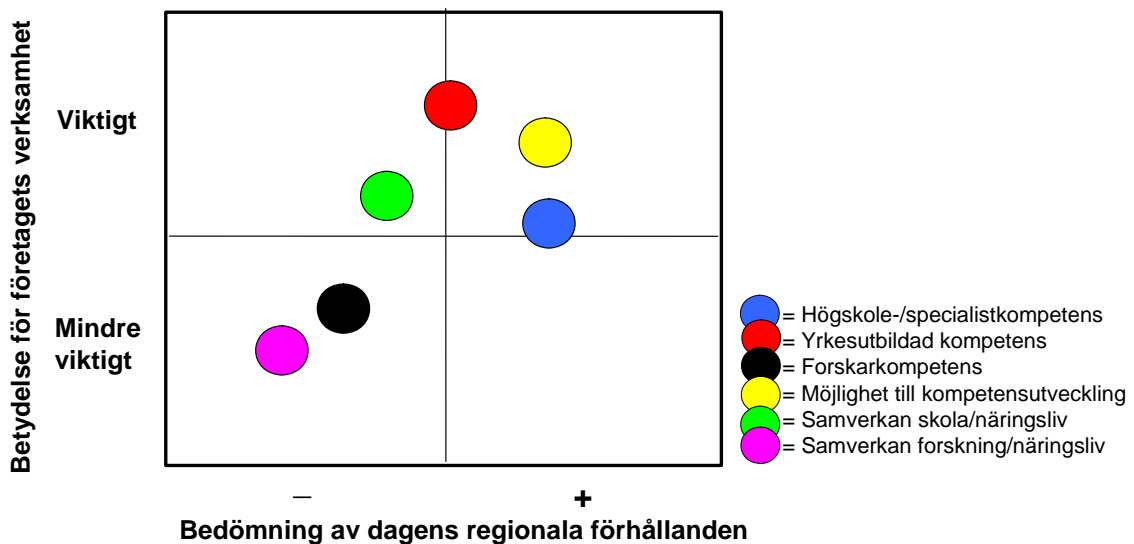
Figur 5: Företag inom huvudurvalet (övre vänstra) bedömer myndighetsservice som viktigt, men detta möts inte upp tillräckligt av regionens myndigheter och kommuner. Övriga faktorer ligger förhållandevis väl till. Kompetensförsörjning ligger något lågt på aggregerad nivå. Storföretagen (övre högra) bedömer samtliga områden bedöms som mycket viktiga, samtidigt som förhållandena förefaller positiva i regionen. Snabbväxarna (nedre vänstra) värderar samtliga områden relativt högt, framför allt regionens innovationsklimat. Detta tycks dock kunna förbättras något.

Fokus på huvudurvalet

Kompetensförsörjning

Genomgången av huvudurvalets syn på olika kompetensfrågor ger en något splittrad bild. Behoven av kompetens i företagen skiftar, liksom betydelsen av olika kompetensinsatser. Figur 6 visar att den faktor som värderas högst och som är viktigast för företagen är tillgången till yrkesutbildad arbetskraft. Detta kan ställas mot högskoleutbildade och akademisk specialistkompetens som visserligen bedöms som väl tillgodosett i regionen men mindre efterfrågat av företagen.

Det goda kompetensläget avseende högutbildade hör sannolikt samman med det faktum att Stockholmsregionen har en hög andel invånare med högre utbildning. Omkring en tredjedel av regionens invånare har högre utbildning, vilket både förklaras av ett utbyggt utbildningssystem och ett stort nettoinflöde av kompetens från andra delar av landet och andra länder. Den totala tillgången till högutbildade är således god.



Figur 6: Huvudurvalets bedömning av kompetensfrågor.

Den kompetens som efterfrågas av många företag utbildas emellertid inte inom högskoleväsendet. De kommer istället från de yrkesförberedande gymnasieprogrammen, kvalificerade yrkesutbildningar och arbetsmarknadsutbildningar. Enligt undersökningar inom hantverksyrken ger de yrkesförberedande programmen dock inte mer än omkring en tredjedel av den nödvändiga yrkeskompetensen och de andra delarna av det yrkesinriktade utbildningssystemet är mycket marginellt till sin omfattning. Antalet platser inom dessa utbildningsformer utgör endast en bråkdel av antalet platser vid regionens universitet och högskolor. Detta är ett problem i regionens kompetensförsörjning som bekräftas av undersökningens resultat. Behovet av yrkeskompetens bekräftas också av Länsarbetsnämndens och arbetsförmedlingarnas yrkesbarometer, där bristen på arbetskraft är störst bland yrkesutbildade individer.

Företagen upplever vidare att det finns goda möjligheter att kompetensutveckla personalen i regionen. Det tycks således finnas ett stort utbud av utbildningsanordnare och ut-

bildningsmöjligheter att tillgå. Återigen gör sig regionens mångfald och storlek sig påmind.

Regionens höga kompetensnivå tar sig flera uttryck. Ett sådant är tillgången till forskning och forskarutbildning. Omkring hälften av landets forskning sker i Stockholmsregionen och flera av regionens universitet placerar sig mycket högt i internationella jämförelser. Denna undersökning visar att regionens forskarkompetens inte kommer särskilt många företag till del. Över 70 procent av företagen svarar att det inte är särskilt eller inte alls viktigt att regionen erbjuder tillgång till forskarkompetens. Endast ett av tio företag uppger att det är mycket viktigt. Ungefär samma andelar gäller för synen på behovet av samverkan mellan forskningsinstitutioner och näringslivet.

Samtidigt är det över hälften av företagen som anger att de inte alls vet om det finns god tillgång till forskarkompetens eller fungerande samverkan. Detta talar sammantaget för att forskning uppfattas som något diffust och väsensskilt från de flesta företags vardag. I andra sammanhang lyfts det fram att näringsliv och forskning representerar två helt olika världar som sällan har med varandra att göra och heller inte förstår varandra. Kanske är företagens svar ett uttryck för detta, men också att kunskapshöjden i flertalet företag inte ligger på en sådan nivå att samverkan med forskarvärlden är motiverad. Detta till skillnad från storföretagen som förutom samverkan med offentligt finansierad FoU även bedriver en mycket omfattande egen forskningsverksamhet

En annan form av samverkan som utifrån företagens svar inte tycks fungera tillräckligt bra gäller samverkan med skolan. Strax över hälften av företagen uppger att det är viktigt eller mycket viktigt med en nära samverkan mellan skola och näringsliv, medan 27 procent instämmer i att detta fungerar idag. Även detta har konstaterats i flera andra studier.¹¹ Det uppges ofta att viljan att samverka är stor från företagens sida, men att skolan har svårt att prioritera området. I detta ligger både en tvekan inför att närma sig en till stora delar obekant värld och svårighet att få tid över till samverkan i ett redan överfullt schema. Trots att läroplaner föreskriver att skolan skall söka kunskap från omvärlden, bland annat genom samverkan med det omkringliggande näringslivet, återstår det mycket arbete innan det blir en naturlig del i grundskolan och gymnasieskolan.

Regionen förefaller i huvudsak svara mot behoven inom utbildnings- och kompetensområdet, men samtidigt varierar behoven mycket mellan olika typer av företag. En förstärkning av yrkesutbildningen synes vara motiverad.

Kommunikationer

Inom området Kommunikationer har frågor ställts om såväl vägtransporter, kollektivtrafik, godstrafik, flygförbindelser som telekommunikationer.

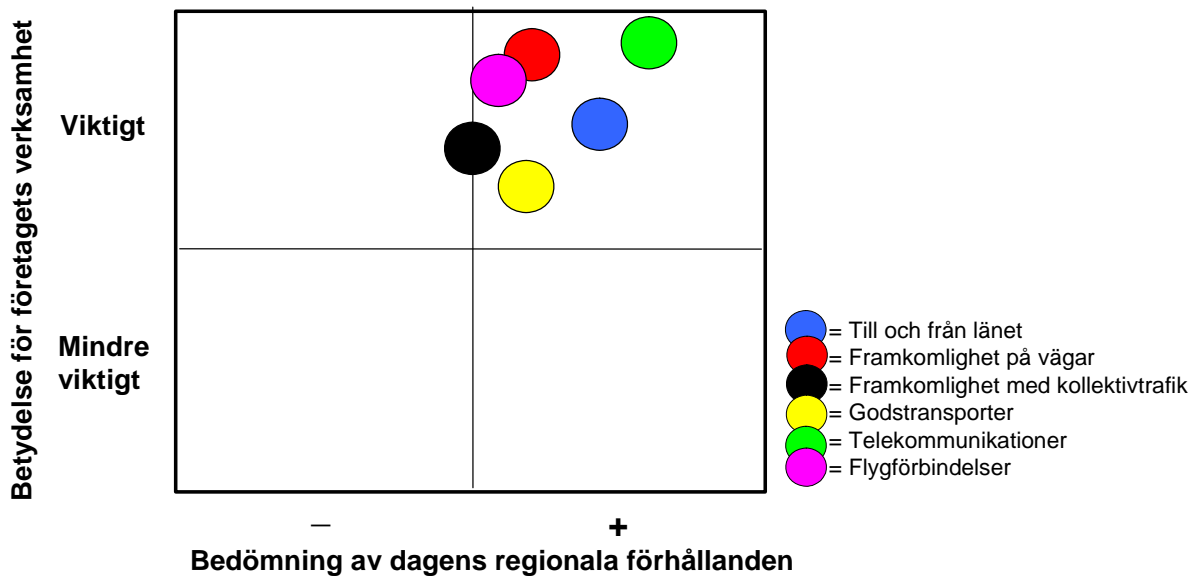
Sammanställningen av svaren visar att framkomligheten på vägar och tillgången till bra telekommunikationer är allra viktigast för företagen. Nio av tio företag uppger detta. Betydelsen av bra godstransporter och internationella flygförbindelser värderas inte riktigt lika högt, möjligen för att många företag inte är beroende av godstransporter i sin verksamhet och att affärerna för de flesta företag inte kräver internationella förbindelser. Å andra sidan menar en klar majoritet av företagen att just flygförbindelserna fungerar mycket bra i regionen.

¹¹ Företagarna (2002).

Om företagen fick bestämma

Betraktat ur den andra dimensionen visar svaren att det stora behovet av goda telekommunikationer också tillgodoses väl inom regionen. Nära nio av tio företag instämmer helt eller delvis i att de elektroniska förbindelserna fungerar bra. En förbättringspotential verkar dock ligga i att hela 46 procent endast delvis instämmer i detta.

Det område som får sämst omdöme gäller möjligheterna att förflytta sig med kollektivtrafik och att ta sig fram med bil. Omkring fyra av tio av de svarande tar delvis eller helt avstånd från att det fungerar väl. Knappt två av tio företag tycker att det fungerar mycket bra.



Figur 7: Huvudurvalets bedömning av kommunikationer.

Om framkomligheten får låga betyg har tillgängligheten mellan länen bedömts något mer positivt. Det förefaller inte vara lika stora bekymmer att ta sig till och från regionen eller mellan dess olika delar som att förflytta sig inom regionens centrum, d.v.s. Stockholm. Framkomligheten blir sämre ju närmare centrum man rör sig, medan förflyttningar i regionens periferi ännu inte hindras av kapacitetsproblem i samma utsträckning.

Utifrån svaren från huvudurvalet framstår kommunikationsfrågorna dock som mindre problematiska i regionen. Det fungerar tämligen väl, även om kollektivtrafiken och framkomligheten bil naturligtvis kan förbättras.

Innovations- och företagsklimat

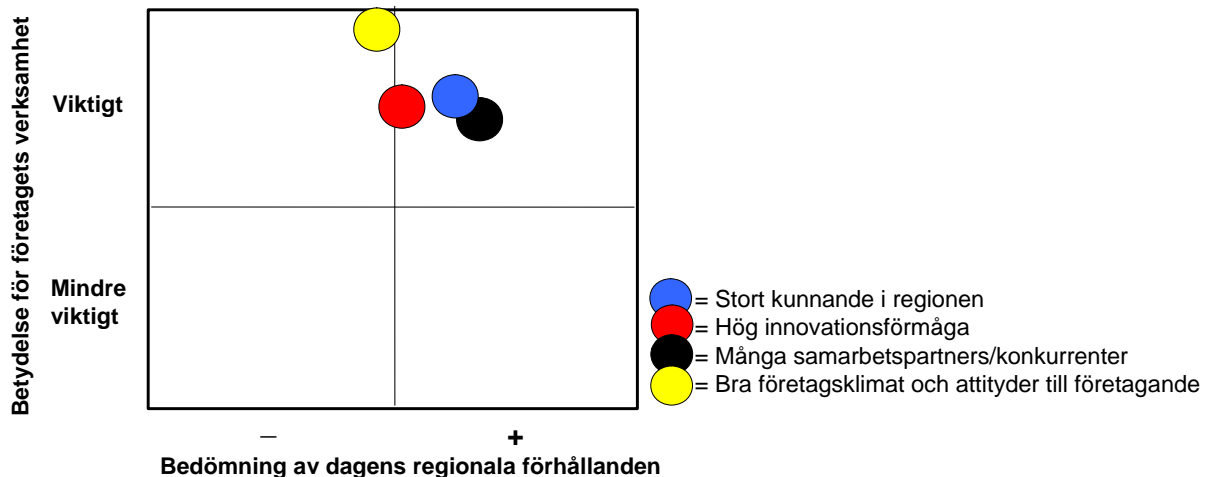
I internationella jämförelser av innovationsklimat placerar Stockholm-Mälardalenregionen sig ofta bland de allra främsta. OECD ger ytterligare belegg för att detta. För oavsett vilket mått som används kan regionen erbjuda några av de bästa miljöerna för innovation och förnyelse. Begreppet innovationer kan stundtals vara svårt att definiera, åtminstone sett ur det enskilda företagets perspektiv. För att kunna spegla företagets syn på regionens innovationsklimat har frågor ställts om företagen t.ex. upplever att regionen kan erbjuda ett stort kunnande och hög innovationsförmåga inom företagets specifika verksamhetsområde och om det finns många samarbetspartners och konkurrenter i regionen? En uppsummerande fråga gäller om regionen erbjuder ett totalt sett bra företagsklimat med positiva attityder till företagande.

Om företagen fick bestämma

Svaren på dessa frågor tycks bekräfta bilden av att regionen erbjuder ett starkt innovationsklimat, samtidigt som frågorna bedöms som tämligen viktiga för företagen. Det område som värderats som bäst i fråga om regionens tillstånd handlar om tillgången till samarbetspartners och konkurrenter. Regionens storlek och mångfald av branscher är den sannolika förklaringen till detta. Det är uppenbart att regionen både skapar möjligheter för företagen att knyta viktiga nätverk med andra företag och att konkurrensen bitvis kan vara hård.

Hur viktiga är innovationsfrågorna för företagen inom huvudurvalet? Det visar sig att omkring 75 procent av företagen menar att dessa frågor är viktiga eller mycket viktiga för utvecklingen. Betydelsen av ett bra företagsklimat, där frågorna ställts utifrån de allmänna attityderna till företagande, värderas dock ännu högre. 65 procent av företagen anser att detta är mycket viktigt och 35 procent anser det som viktigt. Det finns således i det närmaste en total samstämmighet om att attityder till företagande är viktigt. Samtidigt ges ett mindre positivt omdöme till hur detta ser ut idag. Knappt ett av tio företag instämmer helt i att regionen erbjuder ett bra företagsklimat med positiva attityder till företagande. 40 procent instämmer delvis, medan närmare hälften av företagen inte alls instämmer i detta.

Inom området innovationsklimat förefaller således den största skillnaden mellan företagens preferenser och bedömning av dagens förhållanden ligga just i attityderna till företagande.



Figur 8: Huvudurvalets bedömning av innovations- och företagsklimat

Myndighetservice

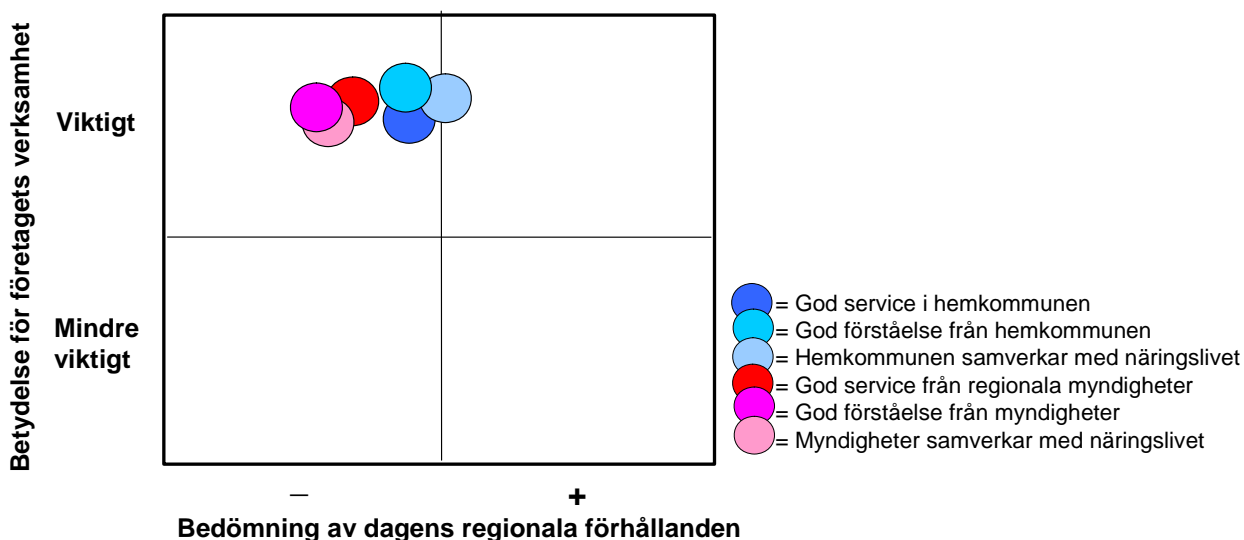
Ett område som tangerar frågan om företagsklimat handlar om den service och det bemötande företagen får från olika myndigheter. Vi vet från tidigare undersökningar att kommunerna har stor betydelse för många företag eftersom de ansvarar för olika typer myndighetsuppgifter såsom bygglov, tillsyn inom miljö- och hälsoområdet och markplanering. Kommunerna har också möjlighet att knyta nära kontakt med företag i syfte att snabbt lösa konkreta problem som många gånger kan vara avgörande för företagets verksamhet. De ledande politikernas inställning och relation till företagen är av betydelse. Kommunerna kan också genom prioriteringar av utbildningsutbudet inom t.ex. gymnasieskolan och vuxenutbildningen bidra till att företagets lyckas trygga sin kompetensförsörjning. På olika vis har alltså den lokala nivån stor inverkan på företagets vardag.

Om företagen fick bestämma

Det är mot denna bakgrund som företagen fått ta ställning till frågor om kommunerna erbjuder god service och snabb handläggning, om de visar god insikt i och förståelse för företagets villkor och verklighet samt om det finns en nära samverkan mellan kommunerna och näringslivet.

Samma frågor har också ställts om regionens myndigheter. I detta fall uppstår dock ett visst tolkningsproblem eftersom det kan vara svårt att hålla isär vilka myndigheter som är regionala och vilka som har ett nationellt ansvar. Till de regionala myndigheterna hör bl.a. länsstyrelserna och länsarbetsnämnderna, medan t.ex. Skatteverket verkar över hela landet. Vi får därför tolka dessa svar med hänsyn till att vi inte vet vilka myndigheter företagen har haft i åtanke.

Svaren visar att företagen generellt sett är tämligen missnöjda med den service och det bemötande de får från olika myndigheter och kommuner. Mellan 40 och 50 procent av företagen tar helt eller delvis tar avstånd från påståendet att kommunerna är snabba i sin handläggning eller visar god insikt i och förståelse för företagets villkor. Drygt hälften säger detsamma om myndigheterna. Omkring fem procent av företagen är mycket positiva till relationerna med kommuner och myndigheter fungerar idag. Det bör vidare påpekas att nära en fjärdedel av företagen inte vet hur det står till i regionen med detta område.



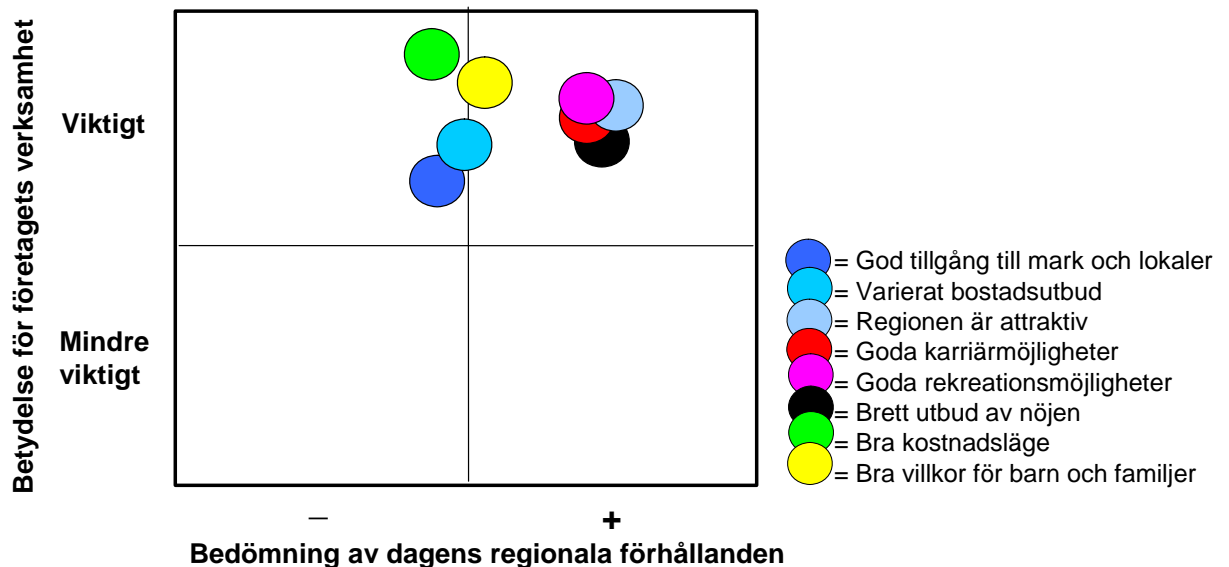
Figur 9: Huvudurvalets bedömning av myndighetsservice.

Samtidigt som vi konstaterar en missbelåtenhet bland företagen är det uppenbart att myndighetsservicen är mycket viktig för dem. Drygt åtta av tio företag uppger att dessa frågor är viktiga eller mycket viktiga.

Ställer vi frågornas betydelse för företagen mot regionens förmåga att tillhandahålla vad företagen behöver uppkommer en differens som är större än för alla andra områden som ingår i denna undersökning. Det finns inget annat område som regionens tillkortakommande är större inom än just myndighetsservicen. Det är således ett område som helt ligger inom kommunernas och myndigheternas påverkansområde som är mest angeläget att komma till rätta med, om företagens åsikter vore rådande.

Etablerings- och levnadsförhållanden

En viktig förutsättning för regional utveckling är vidare att regioner kan erbjuda goda etableringsförhållanden för företag och levnadsvillor för de människor de behöver rekrytera. Till området etableringsförhållanden kan bl.a. räknas tillgång till mark och lokaler för nyetableringar och regionens totala kostnadsläge vad gäller t.ex. fastigheter, levnadsomkostnader, skatter och avgifter. Frågor om levnadsvillkor har täckts in i denna undersökning genom frågor om rekreativsmöjligheter, nöjesutbud, villkor för barn och familjer, karriärmöjligheter och utbud av ett bra och varierat bostadsutbud.



Figur 10: Etablerings- och levnadsförhållanden

När svaren över de olika faktorerna summeras framgår det att företagen värderar samtliga förhållandevis högt. Över 80 procent av företagen uppger att alla dessa faktorer är viktiga eller mycket viktiga. Den viktigaste frågan gäller regionens kostnadsläge, medan nöjesutbudet tycks ha något mindre betydelse även om sju av tio företag trots allt värderar tillgången till nöjesaktiviteter högt.

Samtidigt som etablerings- och levnadsförhållanden uppenbarligen är viktiga konstaterar vi utifrån svaren att regionen inte fullt ut lyckas möta upp mot förväntningarna. Det gäller särskilt tillgången till mark och lokaler, regionens kostnadsläge, villkor för barn och familjer samt tillgången till bostäder. Det är särskilt frågan om kostnadsläge som möter liten uppskattning. Det är mindre än ett av tio företag som instämmer helt i att regionen har ett bra generellt kostnadsläge. Andelen helt nöjda är lägst i Stockholms län. Det visar sig att nära sju av tio företag i Stockholms län helt eller delvis tar avstånd från påståendet att regionen har ett bra kostnadsläge. I övriga län är missnöjet något mindre.

Det är även i Stockholms län som företagen är minst nöjda med tillgången till mark och lokaler. Totalt tre av tio företag uppger att regionen inte erbjuder mark och lokaler i den utsträckning som vore önskvärdt. Det bör samtidigt påpekas att en stor andel, nära en fjärdedel, av företagen inte kan lämna något svar på frågan. Detta visar att tillgången till mark och lokaler varierar inom regionen, liksom behoven mellan olika företag och branscher.

Denna genomgång visar sammantaget att flera faktorer som griper in i människors vardag uppenbarligen har stor betydelse även på företagsnivå. Ytterst handlar det om människors

Om företagen fick bestämma

möjligheter att kombinera arbete och fritid och ha ett boende som svarar mot behoven i olika skeden av livet.

Sammanfattning

Genomgången av svaren från huvudurvalet tyder på att regionen har flera styrkor att visa upp. Regionen upplevs som mycket attraktiv att bo och verka i och tycks kunna erbjuda en god tillväxtmiljö. Omdömena om faktorer som gäller innovationskraft, kompetensnivå och förnyelse får övervägande positiva omdömen. Detsamma gäller regionens telekommunikationer, som både anses vara mycket viktiga och mycket bra som de fungerar idag.

Det finns emellertid ett antal faktorer där regionen behöver förbättra sig för att till fullo tillgodose företagets behov. Av sammanställningen nedan framgår det att regionen har en hemläxa att göra framför allt i frågor som handlar om de mjuka aspekterna av företagsklimat, vilket närmare bestämt gäller hur företagen blir bemötta och servade av myndigheter och kommuner. Det handlar mycket om en inställnings- och kunskapsfråga, där företagen inte tycks uppfatta att myndigheterna förstår sig på deras verklighet och behov av snabba besked. Omvänt, kan detta böttna i ett en bristande förståelse från företagets sida om vilka villkor och förutsättningar som gäller för myndigheternas handläggning, eller kanske på för högt ställda förväntningar som inte infrias.

Problem som ofta kan höra storstadsregioner till, såsom trängsel på vägarna, brist på bostäder och ett uppdrivet kostnadsläge placerar sig också bland de faktorer som bör prioriteras.

Det enda område som företagen i huvudurvalet har placerat riktigt lågt i betydelse handlar om tillgång till forskningskompetens och samverkan med forskningsinstitutioner. Koppling mellan de flesta företag och forskning förefaller således tämligen svag, och heller inte särskilt efterfrågad. Som senare avsnitt kommer att visa gäller detta inte alla typer av företag.

<ul style="list-style-type: none">• Högt kostnadsläge• Bostäder• Mark och lokaler• Samverkan skola-näringsliv• Yrkeskompetens• Framkomlighet• Företagsklimatet!	<ul style="list-style-type: none">• Regionen är attraktiv och innovativ• Tillgång till kompetens• Telekom
<ul style="list-style-type: none">• Koppling till forskning	

Figur 11: Sammanfattning av huvudurvalet

Fördjupning i vissa områden

Den genomförda enkäten har inkluderat en rad frågor om olika faktorer. I tidigare kapitel har dessa berörts framför allt utifrån svaren från huvudurvalet av företag. När vi går djupare in i undersökningresultatet och börjar jämföra svaren mellan olika län, bransch och urvalsgrupper framträder nya bilder. I några fall ser vi tydliga skillnader mellan företagen, medan svaren på andra frågor är påfallande lika oavsett vilka bakgrundsvariabler som används. Det gäller t.ex. frågor om myndighetsservice, som generellt anses vara viktiga men inte särskilt väl tillgodosett från regionens sida. Det bör dock påpekas att osäkerheterna ökar vid nedbrytning av materialet på undergrupper, då antalet respondenter som svarsredovisningen baserar sig på i flera fall blir tämligen få.

I detta kapitel kommer vi att granska närmare de områden som uppvisar störst olikheter utifrån olika bakgrundsvariabler såsom geografi, bransch och företagsstorlek. Det visar sig att de största olikheterna återfinns inom området kompetensförsörjning, närmare bestämt inom tillgång till högskole-/specialistkompetens, yrkesutbildad arbetskraft samt forskarkompetens. Därefter gäller det frågor om kommunikationer, särskilt framkomligheten på vägar. Vidare kommer frågorna om bostäder och regionens kostnadsläge att beröras närmare.

Varje faktor beskrivs fördelat dels på de tre branschgrupperna tillverkning/bygg, hotell/restaurang/transport samt övriga tjänster, dels på svar från företag i Stockholms län och övriga fyra län sammanslaget. Alla dessa nedbrytningar baseras på svar från huvudurvalet. Därutöver har svaren från storföretagen respektive snabbväxarna placerats in i figurerna.

Tillgång till högskole-/specialistkompetens

Det tidigare noterade stora utbudet av välutbildade avspeglar sig särskilt i svaren från storföretagen och snabbväxarna. Det är dessa företag som uppger sig ha störst behov av att kunna rekrytera högutbildade och personer med specialistkompetens. Glädjande för regionen är dessutom att det är just dessa företag som anser att behoven tillgodoses mycket väl. Alla utom ett tillfrågat företag med fler än 1 000 anställda instämmer helt eller delvis att det finns god tillgång till högskolekompetens. Bland snabbväxarna instämmer alla i detta, utom några som inte anser sig veta hur det står till inom detta område.

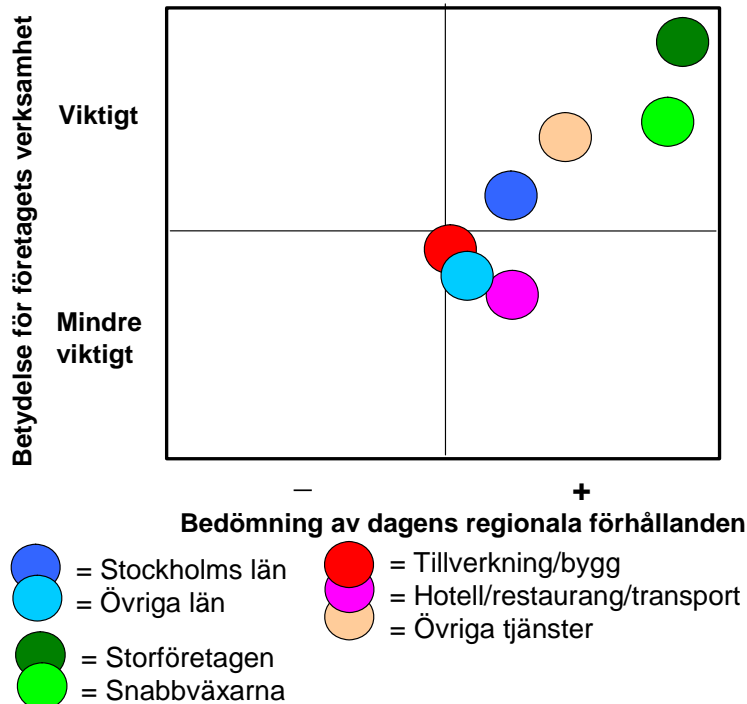
Detta måste ses som ett mycket positivt besked, eftersom många företag helt bygger sin lokalisering på möjligheterna att klara den långsiktiga kompetensförsörjningen. Denna studie ger stöd för att de som har störst behov av hög akademisk kompetens också får dessa behov tillgodosedda i Stockholm-Mälarenregionen.

Det förefaller vidare vara så att betydelsen av denna typ av kompetens är störst bland företag i Stockholms län och bland tjänsteföretag. Svaren från såväl Stockholmsföretag och tjänsteföretag befinner sig i figurens övre högra hörn, vilket kan tas som intäkt för att tillgång till kompetens är viktig och tillgodosedd.

En bit ner på skalan upptäcker vi hur företag från övriga delar av regionen och företag inom tillverkning/bygg och hotell/restaurang och transport inte värderar tillgången till högskolekompetens så särdeles högt, även om tillgången bedöms som god. En möjlig förklaring till detta är att företag inom dessa branscher och län inte nödvändigtvis efterfrågar personal som gått vägen via högskolan. Det kan både handla om att dessa företag

Om företagen fick bestämma

behöver annan typ av specialistkompetens eller att arbetsuppgifterna inte ställer krav på akademisk utbildning. Inom hotell och restaurang samt handel är detta särskilt tydligt.



Figur 12: Tillgång till högskole-/specialistkompetens. Det finns god tillgång till högutbildade i regionen, men behoven varierar. Behoven är störst bland stora och snabbväxande företag.

Tillgång till yrkesutbildad arbetskraft

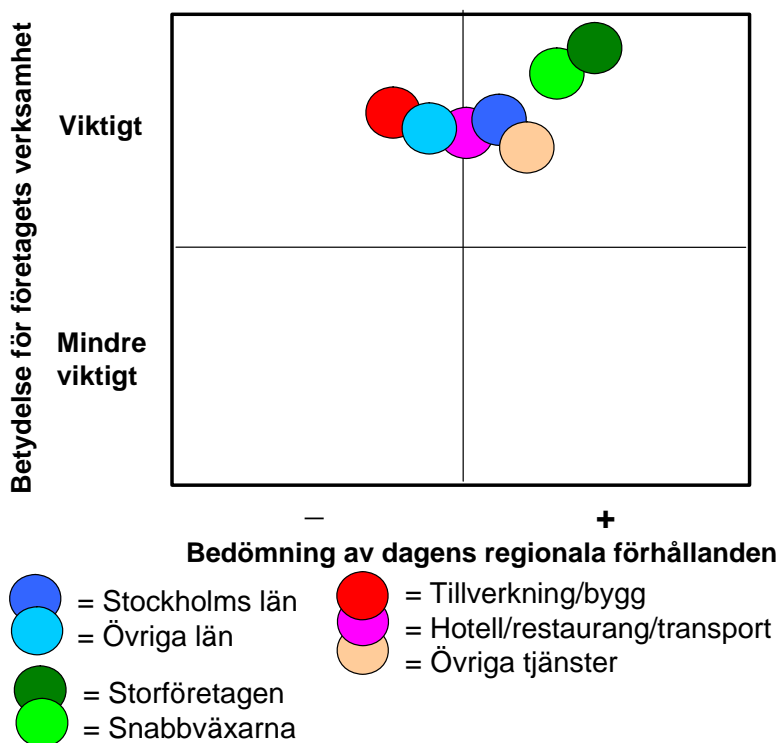
Under senare år har återkommande studier och arbetskraftsprognoser visat att brist på yrkesutbildad kompetens är ett problem för många företag. Gemensamt för en stor del av denna kompetens är att den sällan förvärfvas inom universitet och högskolor, utan i andra delar av utbildningssystemet. Problemet är, som nämnts, att antalet kvalificerade yrkesutbildningar är mycket litet i förhållande till högskolesektorn. De yrkesförberedande gymnasieprogrammen svarar för merparten av yrkesutbildningarna, men dessa ger inte eleverna den färdigutbildning som krävs för många yrken. Denna komplettering får oftast ske ute på arbetsplatserna. Samtidigt ser vi en utveckling, särskilt i Stockholmsregionen, att antalet sökande till dessa program sjunkit stadigt, varpå kommunerna tvingats lägga ner programmen av ekonomiska skäl.

Kanske är det något i denna utveckling som ligger bakom att närmare hälften av företag inom branscherna tillverkning och bygg efterlyser fler yrkesutbildade. Störst efterfrågan finns bland företag i länen utanför Stockholm län, där tillverkningssektorn är relativt stor sysselsättningsmässigt.

Men faktum är att de största företagen är de som tycks ha störst behov av yrkesutbildade, samtidigt som de bedömer tillgången som god. Detta kan sannolikt förklaras av att just tillverkningsföretag, som behöver rekrytera monteringspersonal och specialiserade högskoleingenjörer, är något överrepresenterade bland de storföretag som besvarat enkäten. Inom den största gruppen av storföretag, d.v.s. inom tjänstesektorn, är behoven av yrkesutbildade mindre. De efterfrågar istället personer med högskolebakgrund.

Om företagen fick bestämma

Vi kan därmed konstatera att verksamheten i många företag är beroende av yrkesutbildad personal och att regionens nuvarande utbildningssystem uppenbarligen inte förmår att tillgodose behoven tillräckligt väl.



Figur 13: Tillgång till yrkesutbildad arbetskraft. Behovet av yrkesutbildade är stort. Tillverkande företag och företag utanför Stockholms län är minst nöjda med dagens förhållanden.

Tillgång till forskarkompetens

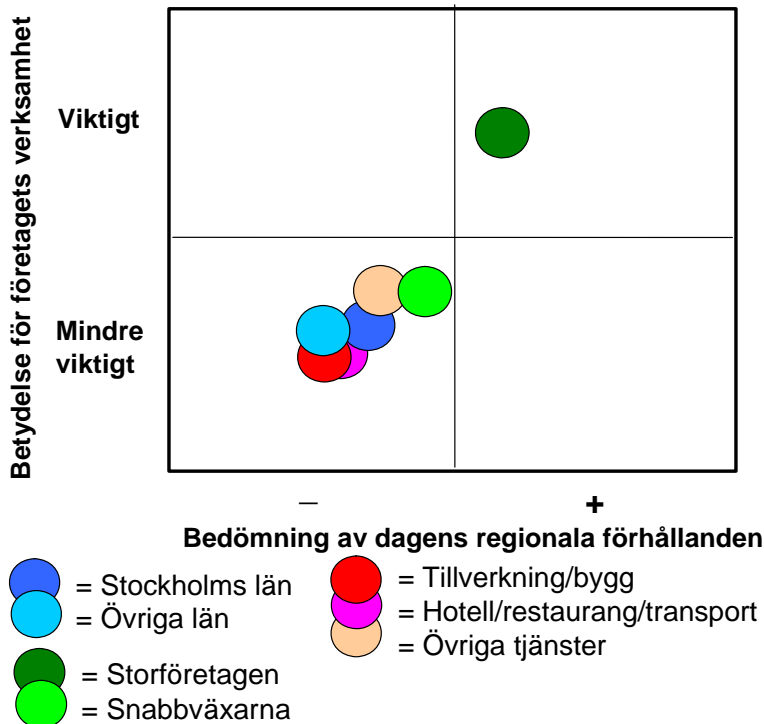
Det har redan framgått att efterfrågan på forskarkompetens är liten bland företag som ingått i huvudurvalet. Tolkningen är densamma oavsett vilka undergrupper inom detta urval som studeras. Bilden bekräftas för företag i våra tre branschgrupper, i alla delar av regionen samt bland snabbväxande företag. I figuren framträder det ett tydligt undantag. De riktigt stora företagen värderar betydelsen av forskarkompetens högt, och bedömer att tillgången är förhållandevis god i regionen.

Nära sex av tio svarande företag instämmer helt eller delvis i att tillgången är god. Jämfört med andra urvalsgrupper är det dessutom betydligt färre som uppger att de inte vet hur det ligger till med denna fråga. Samma bild framkommer när vi tittar på hur de stora företagen bedömer samverkan med offentliga forskningsinstitutioner. Ytterst få instämmer helt i att det finns en sådan samverkan, men nära hälften instämmer åtminstone delvis i detta. Bland företagen i huvudurvalet var det endast ett av tio företag som instämde i detta.

Vi noterar samtidigt att 70 procent av storföretagen värderar tillgången till forskarkompetens som viktig eller mycket viktig för verksamheten och att 85 procent tycker detsamma om samverkan mellan forskningsinstitutioner och näringslivet. Även om antalet svarande storföretag är litet bör det hållas i minnet att de tillsammans sysselsätter 130 000 personer och därför har stor betydelse för regionens arbetsmarknad.

Om företagen fick bestämma

För flera av dessa företag kan det vara en överlevnadsfråga, eller i alla fall av stor betydelse för deras regionala närvaro, att kunna rekrytera kvalificerade forskare. Inte så sällan kan företag tvingas att gå utanför landets gränser för att hitta rätt kompetens. En region som inte kan erbjuda tillräckligt kvalificerad forskning och attrahera forskare från andra delar av världen kommer på lite längre sikt att ha svårt att klara sig i den globala konkurrensen.



Figur 14: Tillgång till forskarkompetens. Storföretagen värderar tillgång till forskarkompetens. Övriga grupper vet lite vad det handlar om.

Sverige är ett av de länder som investerar mest i FoU räknat som andel av BNP. En stor andel kommer via statsanslag, men merparten från det privata näringslivet. Trots dessa stora investeringar har Sverige haft svårt att omsätta offentligt finansierad forskning i kommersiella produkter, vilket ibland kallas den svenska forskningsparadoxen. Kanske avspeglas detta något i att endast ett av 27 svarande storföretag instämmer helt i att det bedrivs nära samverkan med forskningsinstitutioner. En förbättring i detta avseende kan vara en viktig väg ur nämnda paradox.

Sammanfattningsvis konstaterar vi att offentlig forskning och företagande är två företeelser som sällan möts och som är relevant för ett fåtal företag. För dessa företag, i allmänhet de största, handlar det emellertid om en ödesfråga. Även om de i hög grad tar eget ansvar inom området finns mycket att vinna på en förbättrad samverkan med offentliga forskningsaktörer

Framkomlighet med bil

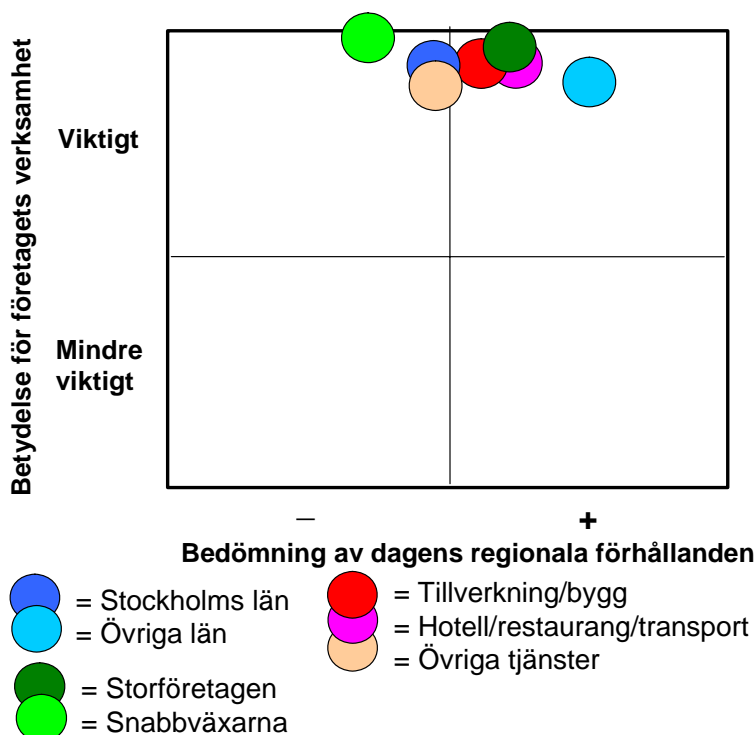
Möjligheten att ta sig fram i trafiken med bil är den fråga som genomgående bedöms som allra viktigast av flest företag. I princip alla tillfrågade företag menar att detta är mycket

Om företagen fick bestämma

viktigt. De som trycker på allra mest är de största företagen. Sju av tio av dessa menar att framkomligheten är mycket viktig. Vi ser vidare hur företag inom tillverkning/bygg värderar denna fråga mycket högt, medan övriga tjänsteföretag ligger något lägre. Det är trots det mer än hälften av tjänsteföretagen som svarar ”mycket viktigt” på frågan hur viktigt det är att framkomligheten på regionens vägar är god.

När vi frågar om företagen tycker att det är lätt att förflytta sig med bil i regionen ser vi tydliga skillnader mellan jämförelsegrupperna. Företag i Stockholms län är överlag mer kritiska än företag i andra delar av regionen. De mest positiva är faktiskt företag i Södermanland. Svaren från Stockholms län fördelar sig jämnt mellan den positiva och den negativa sidan. De största skillnaderna framkommer mellan företag i olika branscher. Företag inom handel, hotell och restaurang och transport är mest positiva till framkomligheten i dag, medan övriga tjänsteföretag är något mer tudelade.

De mest negativa till dagens framkomlighet är snabbväxarna. Sex av tio tar helt eller delvis avstånd från att framkomligheten är god idag. Hur skall detta tolkas? Flera alternativ finns. Kanske är det så att representanter i snabbväxande företag reser till jobbet med bil i särskilt hög utsträckning och därför drabbas av trängsel på infartslederna till Stockholm. Kanske ligger det något i definitionen av ett snabbväxande företag att inte vilja hindras av köer. Kanske är det den otålige entreprenören som ger sig till känna? Vi lämnar dessa spekulationer med konstaterandet att framkomligheten med bil har stor betydelse för företagen, men att bedömningen huruvida regionen har förmåga att tillgodose detta beror på de enskilda företagens behov och de anställdas resvanor. Om detta ger emellertid denna studie inget ytterligare underlag. En notering är dock att mönstren från dessa svar återkommer när det gäller synen på regionens kollektivtrafik. Även här är snabbväxarna de mest otåliga och negativa till dagens förhållanden.



Figur 15: Framkomlighet med bil. Framkomlighet på vägarna är mycket viktig. Snabbväxande företag är mest kritiska. Företag utanför Stockholm är nöjdast.

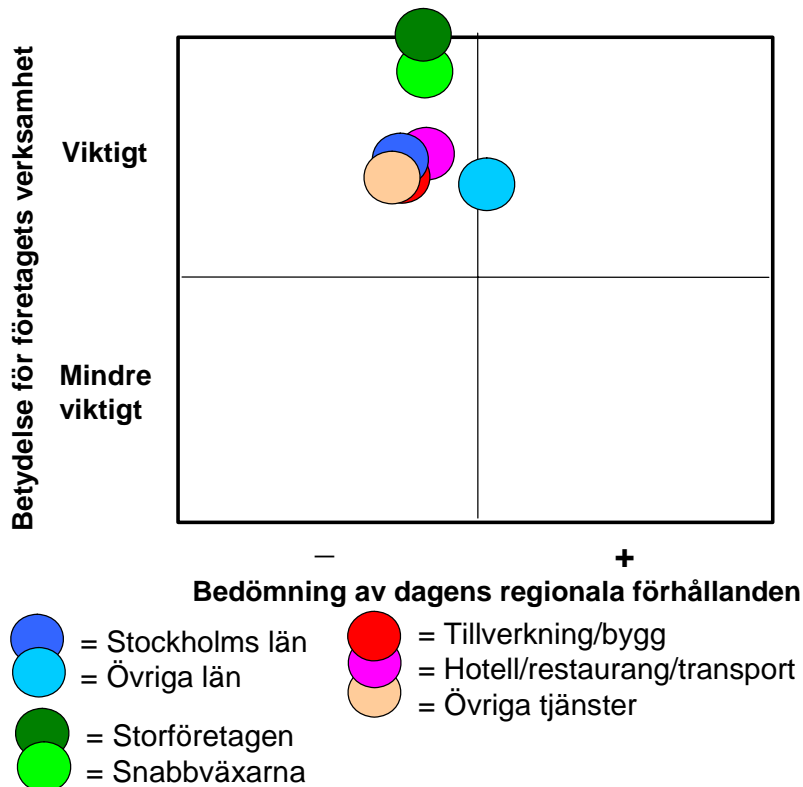
Tillgång till bra och varierat bostadsutbud

Ytterligare ett område som uppvisar stor diskrepans mellan företagens bedömning av dagens förhållanden och betydelsen för företagens verksamhet är tillgången till ett bra och varierat bostadsutbud.

Det är visserligen ett känt faktum att det i regionens centrala delar råder stor brist på bostäder och att priserna för bostadsrätter och villor har ökat stadigt under en lång rad år. En fortgående inflyttning kombinerat med lågt byggande under slutet av 90-talet är några viktiga orsaker till att denna brist har uppstått. I långtidsprognoser pekar utvecklingen mot en fortsatt inflyttning till regionen och en utbyggnadstakt av nya bostäder som inte kommer att täcka behoven.

För inflyttade till regionen är det därför förenat med ett stort ekonomiskt åtagande för att kunna lösa bostadsfrågan. Kanske är det något av detta som ligger bakom att merparten av företagen i denna studie inte är så nöjda med dagens situation på bostadsmarknaden. Det är företagen utanför Stockholms län som mest instämmer i att det finns ett bra och varierat boende, vilket är tämligen väntat eftersom tillgången till bostäder är bättre en bit ut i regionen och att efterfrågan och därmed även priserna är lägre än i regionens centrala delar.

Totalt sett är det få företag som ger regionen ett särskilt bra betyg på detta område. Problemet växer dock i omfattning när vi samtidigt konstaterar att de flesta företag värderar betydelsen av dessa frågor mycket högt. Det är i synnerhet storföretagen och snabbväxarna som bedömer detta som mycket viktigt. Kanske har detta att göra med att storföretagen och kanske också snabbväxarna rekryter över hela landet och från utlandet. Dessa individer saknar position och kontakter på regionens bostadsmarknad vilket gör det svårare för dem att lösa problemet.



Figur 16: Tillgång till bra och varierat bostadsutbud. Bostadsutbudet är viktigt, särskilt för stora och snabbväxande företag. Övriga är dock mindre nöjda med dagens situation.

Om företagen fick bestämma

När vi å andra sidan tittar på företagen inom huvudurvalet finner vi att företag från olika branscher ger frågorna ungefär samma vikt och betydelse, dock inte lika högt som de största företagen och de snabbast växande. Vad beror detta på? En möjlig tolkning är att många av dessa företag har inga eller få anställda och att de därför inte behöver konfronteras med de problem som brist på bostäder för med sig. Om man är soloföretagare eller har en eller ett par kollegor torde personalomsättningen vara ett mindre vanligt problem att hantera än företag med över 1000 anställda. Dessa hypoteser behöver dock provas ytterligare. Resultaten pekar dock tydligt på att det främst är vissa kategorier av företag som värdesätter tillgång till bostäder mycket högt.

Jämförelse med andra studier

De frågor som ställts till företagen i denna studie är inte nya. Tvärtom. Det har gjorts åtskilliga undersökningar av företagets behov och önskemål, deras värderingar och preferenser. Skillnaden ligger möjligen i att många andra studier behandlar företagets uppfattningar om faktorer som ligger utanför den regionala utvecklingsplaneringens fält. Det gäller i synnerhet sådana frågor som ingår i de nationellt givna spelreglerna, såsom regelverk, skatter och avgifter, sjukförsäkringar, arbetsmarknadslagstiftning etc.

Det finns dock åtminstone två tidigare studier av de regionala utvecklingsfrågornas betydelse för företagen i Stockholmsregionen. Dessa studier har utarbetats på uppdrag av RTK år 1998 och 2000.¹² Är det några resultat från dessa studier som står sig än idag, eller har företagens värderingar och regionens tillväxtförutsättningar förändrats?

Eftersom dessa tre studier inte bygger på identiska enkäter är inte alla uppgifter jämförbara. Vi har granskat ett urval av faktorer som återfinns både i rapporten från 1998 och denna studie. Vi har summerat svaren från huvudurvalet och konstruerat en rankinglista av de faktorer som företagen uppger ha störst betydelse för deras verksamhet och hur de bedömer regionens förhållanden inom samma område. Mot detta ställs resultaten från 1998.

Av tabellen nedan framgår det att det har skett få förändringar under de åtta år som gått mellan undersökningarna. Resultaten från 1998 står sig ännu påfallande väl, både vad gäller betydelse för företag och betyg till regionen.

På första och andra plats i fråga om betydelse har företagen placerat ett bra företagsklimat och goda telekommunikationer. Detta är de viktigaste faktorerna enligt företagen, tätt följt av ett bra kostnadsläge och framkomlighet på vägarna. I detta avseende ger tidigare studier stöd för att våra observationer är riktiga. Det är samma frågor som prioriteras högst idag som för åtta år sedan och det är ingen ny fråga som seglat upp som särskilt viktig.

Det går inte heller att se några tydliga förändringar när det gäller regionens förmåga att tillmötesgå behoven, tyvärr. Regionens företagsklimat rangordnas mycket lågt, på plats 16 respektive 17, bland alla ingående faktorer i båda undersökningarna. Kostnadsläget ligger ännu längre ner på listan. Telekommunikationerna bedöms däremot som mycket bra redan 1998. År 2006 har detta de elektoriska förbindelserna i regionen till och med förbättrat sig något och placerar sig nu på första plats.

Den faktor som förlorat mest i betydelse sedan 1998 är tillgången till yrkesutbildad kompetens. För åtta år sedan var det den tredje viktigaste faktorn för företagen. Idag hamnar den på plats 11. Om detta beror på en faktiskt bättre tillgång eller om den senaste tidens ökade mediala och politiska uppmärksamhet går inte att säkerställa här.

Framkomligheten på vägarna och tillgången till bostäder får ungefärligen samma betyg såväl 1998 som 2006.

Av denna jämförelse drar vi slutsatsen att företagets behov av insatser som ryms inom den regionala utvecklingsplaneringen är tämligen konstanta över tid. Några stora ändringar i preferenserna kan inte observeras. Det går heller inte att peka på att regionen i något särskilt avseende skulle ha förbättrats eller försämrats för företagen. Den kritik som kun-

¹² Dessa två studier byggde på enkätundersökningar till företag med fler än tio anställda i Stockholms län. I den första undersökningen gjordes även intervjuer med de största företagen. I den andra studien ingick en riktad enkät till de största företagen, vilket möjliggjorde jämförelser mellan företag av olika storlek.

Om företagen fick bestämma

de riktas mot regionen i slutet av 90-talet när det gäller trängsel på vägarna, brist på bostäder och underskott på vissa yrkeskompetenser kvarstår i stort sett fortfarande.

	Betydelse		Regionens förhållanden	
	Rang 2006	Rang 1998	Rang 2006	Rang 1998
Bra företagsklimat	1	2	17	16
Telekommunikationer	2	1	1	3
Bra kostnadsläge	3	4	21	24
Framkomlighet på vägar	4	6	13	18
Goda rekreativsmöjligheter	9	12	5	6
Yrkesutbildad kompetens	11	3	14	12
Varierat bostadsutbud	13	7	20	22

Tabell 8: Jämförelse av hur olika faktorer rangordnas 1998 och 2006.

En enkät, som genomfördes i september 2006, visar att positivare attityder till företagande är den fråga som generellt sett är viktigast för företagen i Mälardalenregionen. 63 procent av regionens företag anser att denna fråga mycket viktig, vilket är jämförbart med omkring 65 procent i vår undersökning.

Ett annat område som tydligt pekas ut av handelskammarnas medlemsföretag är behovet av bättre infrastruktur. Omkring hälften av medlemsföretagen anser detta mycket viktigt eller viktigt. Företagen pekar även ut snabbare handläggning av planfrågor och bygglov som viktiga frågor, liksom att kommunerna sköter sina kärnuppgifter, i synnerhet kvaliteten i skolan och tillgänglighet i vård och omsorg.¹³

Det finns således flera gemensamma slutsatser som kan dras från de båda undersökningarna. Företagsklimatet i vidare mening, service från kommunerna och infrastruktur är de frågor som tillmätts störst betydelse. I så måtto bekräftar undersökningarna varandras resultat.

¹³ Handelskammarnas snabbenkät inför val 2006 – länsjämförelse Mälardalen. Enkäten genomfördes som en webbenkät till ett urval om 2 551 medlemsföretag i Uppsala, Stockholms, Södermanlands, Västmanlands och Örebro län. 854 företag besvarade enkäten helt eller delvis, vilket motsvarar en svarsfrekvens om 34 %. Enkäten genomfördes under perioden 30/8 – 6/9 2006.

Vad betyder detta för den regionala utvecklingsplaneringen?

Denna rapport har behandlat ett rikt statistiskt underlag om företagens värderingar och preferenser. Materialet har presenterats på såväl en övergripande nivå som en mer detaljerad nivå kring specifika faktorer. I detta avsnitt återstår att dra ut några generella slutsatser som kan vara till stöd för den fortsatta processen i framtagande av en regional utvecklingsplan. Vad betyder företagens svar för det fortsatta arbetet? Vad bör inblandade parter hålla i åtanke framöver? Till sist har vi formulerat de viktigaste prioriteringarna för planeringsarbetet utifrån företagens perspektiv.

Marknadens efterfrågan och de nationella spelreglerna är basen för företagandet

Den regionala utvecklingsplaneringen har ett begränsat handlingsområde. Flera av de faktorer som ytterst avgör företagens utveckling ligger utanför regionernas påverkan. En sådan fråga är marknadens efterfrågan. Det är ett banalt, men avgörande, konstaterande att varje företag endast kan överleva om det finns kunder som vill köpa företagets produkter och tjänster. Den övergripande ekonomiska utvecklingen i landet, lönesummornas utveckling, räntenivåer och skatter och avgifter och bidrag är faktorer som påverkar människors konsumtionsutrymme. Världsmarknadens utveckling, de svenska företagens förmåga att klara den globala konkurrensen, råvarupriser och valutakurser är andra faktorer som främst har betydelse för exportföretagens framgång.

Förutsättningarna att driva företag avgörs dessutom av det internationellt (europeiska) och nationellt beslutade spelregler som utgörs av lagar och regler, konkurrenslagstiftning, föreskrifter och skatter. Sedan slutet av 80-talet har förändringar av flera av dessa s.k. institutionella förhållandena gynnat företagandet i Sverige. Det handlar om avregleringar av flera marknader, sänkning av bolagsskatten, sänkning av marginalskatterna, övergående av centraliserade löneförhandlingar, lättnader i arbetsmarknadens regelsystem m.m. Samtidigt kvarstår ett antal hinder, som i synnerhet påverkar dynamiken i de mindre företagen.¹⁴

Marknadens efterfrågan och det politiskt beslutade spelreglerna bildar ytterst det ramverk inom vilket företagen drivs och utvecklas. Detta betyder att man får närma sig den regionala utvecklingsplaneringen med viss ödmjukhet och ha realistiska förväntningar på vad utvecklingsplaneringen kan åstadkomma.

Den regionala utvecklingsplaneringen skapar förutsättningar för tillväxt

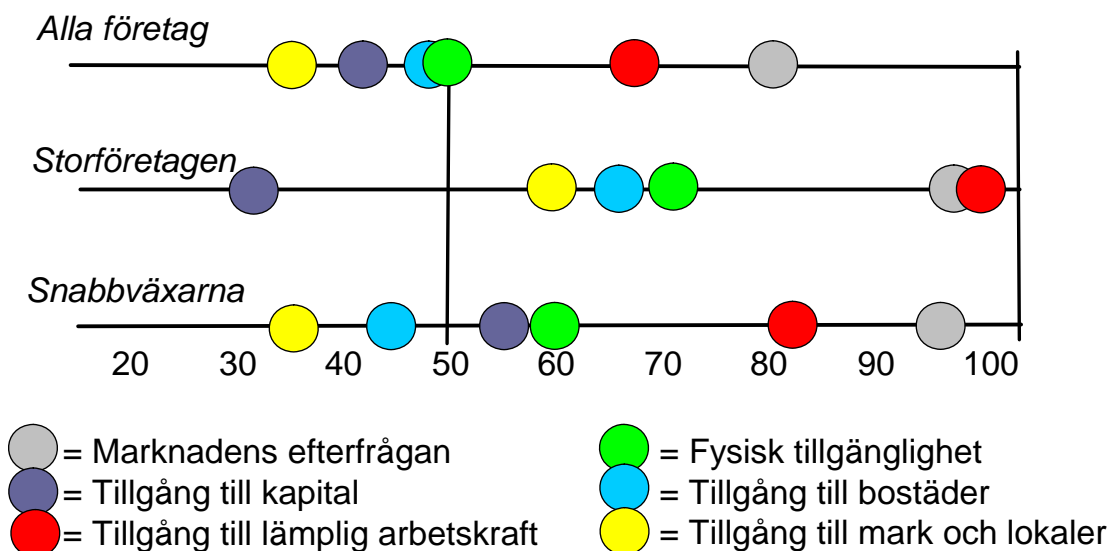
Även om makroförhållandena styr en stor del av förutsättningarna visar företagsenkäten tydligt att sådana faktorer som kan påverkas av den regionala utvecklingsplaneringen också har stor betydelse för företagens utveckling.

När vi ställt frågor om hur viktiga olika faktorer är för företagens utveckling i relation till varandra finner vi att marknadens efterfrågan värderas allra högst. Men strax därefter

¹⁴ Henrekson (2001)

Om företagen fick bestämma

kommer tillgången till lämplig arbetskraft, fysisk tillgänglighet och tillgång till bostäder som viktiga frågor. Dessa frågor anses viktigare än t.ex. tillgång till kapital, som inte ingår i utvecklingsplaneringen. Kapitalfrågan hamnar en bit ner på listan för alla företag utom snabbväxarna. I figuren nedan framgår det hur olika utvecklingsfaktorer värderas i förhållande till varandra och mellan de tre urvalsgrupperna.



Figur 17: Hur viktiga är olika faktorer för företagets framtida utveckling? Skalan visar andel företag som anger 6 eller 7 på frågan hur viktig en faktor är för företagets utveckling, där 7 = mycket viktig.

Utvecklingsplaneringen berör alla företag, men på olika sätt

En annan slutsats vi kan dra av undersökningen är utvecklingsplaneringen berör alla företag, men på olika sätt. Skillnaderna i svar mellan olika typer av företag säger oss att "företagens" eller "näringslivets" behov måste närmas med ett stort mått av försiktighet. Näringslivet är inte på något sätt en homogen grupp med samma behov och utgångspunkter. Undersökningen visar tvärtom att företagets behov varierar mycket med företagets storlek, branschtillhörighet och geografiska lokalisering och marknad.

För den regionala utvecklingsplaneringen innebär detta att insatser som riktar sig till företag och som syftar till att möta "företagens behov" bör baseras på preciserad analys av vilka problem som behöver adresseras, och för vilka företag det är viktigt. Det som är avgörande för ett företags utveckling kan vara ointressant för ett annat. Ambitionen att bygga broar mellan forskningsinstitutioner och företag är ett sådant exempel.

Likväl visar undersökningen att det finns viktiga regionala förutsättningar som har betydelse för i stort sett alla företag och som ytterst handlar om regionens funktionalitet. Det handlar om möjligheterna att förflytta sig i regionen med bil och allmänna kommunikationer. Detta, tillsammans med tillgången till bostäder, upplevs som viktiga över hela skalan av företag. Ändå bör det påpekas att problembilden inte är densamma i hela regionen. Problem som följer av storlek och täthet, såsom trängsel på vägarna och överhettning på bostadsmarknaden i regionens centrala, behöver inte upplevas som något problem i regionens mer perifera delar.

Detta betyder att företagets lokalisering har betydelse för de övergripande villkoren att driva företag. Undersökningen visar att företag i olika delar av regionen gör olika bedöm-

ningar av vad som är viktigt och vad regionen bör prioritera. Det som behöver prioriteras i Stockholm kan vara ett marginellt, eller inget, problem i övriga delar av regionen. Svaren från de fyra länen utanför Stockholms län uppvisar i allmänhet liknande resultat, medan Stockholm är det län som oftast avviker från övriga.

Kommunernas service och inställning har mycket stor betydelse för företagens utveckling

Ytterligare en slutsats vi kan dra av undersökningen är att kommunerna har stor betydelse för företagens utveckling. Det är i synnerhet företag som ingått i huvudurvalet som betonar kommunernas roll. Många av dessa företag rekryterar sin personal från och har sin marknad i närområdet. De kommer i kontakt med kommunen i olika sammanhang, t.ex. vid ansökan om bygglov, tillsynsärenden, tillstånd och samarbete med skolan. Om dessa viktiga funktioner är för långsamma, för byråkratiska och för svåra att förstå kommer värdefull tid att gå till spillo. Företagen kommer att få svårare att bedriva sin verksamhet och intresset för nya företag att etablera sig på orten kan minska.

Pressen på kommunerna att kunna erbjuda bra företagsservice lär öka i framtiden. Allt fler kommuner har redan förstått betydelsen av detta och därigenom har det lokala näringslivsklimatet blivit en konkurrensfaktor mellan kommuner. Särskilt tydligt blir detta varje gång en rankinglista över kommunernas näringslivsklimat publiceras. Genom att studera dessa listor kan varje företag snabbt få en överblick över enskilda kommuners styrkor och svagheter.¹⁵

Erfarenheter från flera kommuner är att nära samarbete med ortens företag ger tjänstemän och politiker ökad förståelse för företagens villkor. Företagen får därmed lättare att uttrycka vilka förändringar som bör komma till stånd för att de skall kunna utveckla sin verksamhet. Ibland kommer lösningarna emellertid att ligga utanför kommunernas eget handlingsfält. Det är då den regionala dimensionen blir relevant.

Tillför utvecklingsplaneringen ett bottom-up perspektiv.

En utvecklingsplanering som kompletteras med ett bottom-up perspektiv tar sin utgångspunkt i behoven hos tillväxtens utförare, d.v.s. företag och människor. Deras behov och önskemål blir vägledande för vilka insatser som görs på den kommunala nivån.

I den mån kommunerna är för geografiskt avgränsade eller av andra skäl är förhindrade att gå företagen till mötes, kan frågeställningarna föras vidare till den regionala nivån. Summan av de kanaliserade behoven blir därmed underlag för en rad regionala insatser, exempelvis inom området kommunikationer, kompetensförsörjning och bostäder.

Detta skulle vara ett viktigt underlag inte bara för utvecklingsplaneringen, utan även för regionens övriga utvecklingsarbete. Inom ramen för det regionala tillväxtprogrammet skulle detta kunna komplettera andra regionala utvecklingsinsatser som bl.a. handlar om att stärka vissa kluster.

¹⁵ Svenskt Näringsliv genomför årliga undersökningar av det lokala näringslivsklimatet. Studierna har blivit tämligen uppmärksammade eftersom resultaten redovisas i rankinglistor. Det finns många synpunkter på denna typ av undersökningar. Frågan är alltid om det är rätt saker som mäts. Studien får dock tämligen stor uppmärksamhet i media. Studierna innehåller både basfakta om kommunen och enkäter till företagare och politiker om företagsklimatet.

Om företagen fick bestämma

Den behovsbaserade planeringen bör ge goda tillväxtförutsättningar för alla företag. Flaskhalsar och hinder för tillväxt bör undanröjas.

Prioriteringar – om företagen fick bestämma

Undersökningen visar, vilket redan påpekats flera gånger, att behoven mellan olika företag varierar kraftigt. I nedanstående tabell har en sammanställning gjorts av de faktorer som uppvisar störst mismatch mellan å ena sidan regionens förhållanden och å andra sidan företagets behov. Detta visar att myndigheternas förståelse för företagande är den faktor som är sämst tillgodosedd i regionen i relation till dess betydelse för företagen inom huvudurvalet. Samma faktor placeras högst även av snabbväxarna, medan storföretagen placerar den på tredje plats. För dem är istället regionens kostnadsläge den faktor som uppvisar störst skillnad mellan bedömning av situationen och betydelse.

Denna uppställning kan ses som en indikativ prioriteringslista av de faktorer som bör sättas främst i den regionala utvecklingsplaneringen utifrån olika typer av företag.

	Huvud- urvalet	Stor- företagen	Snabb- växarna
Myndigheterna har förståelse för företagande	1	3	1
Myndigheterna samverkar med näringslivet	2	5	4
Hemkommunen har god förståelse för företagande	3	7	5
Myndigheterna erbjuder god service	4	6	6
Bra kostnadsläge	5	1	2
Hemkommunen erbjuder god service	6	16	8
Bra företagsklimat	7	11	11
Hemkommunen samverkar med näringslivet	8	9	7
Variert bostadsutbud	9	2	9
Framkomplighet på vägar	10	12	3
Samverkan mellan skola och näringsliv	11	4	12
Hög innovationsförmåga	12	19	13
Bra villkor för barn och familjer	13	8	15
Yrkesutbildad kompetens	14	15	16
Framkomlighet med kollektivtrafik	15	13	14
God tillgång till mark och lokaler	16	18	20
Stort kunnande i regionen	17	20	19
Samverkan mellan forskning och näringsliv	18	10	10

Tabell 9: Rankinglista av de högst prioriterade insatserna. Listan utgår från de faktorer som uppvisat störst diskrepans mellan olika faktorerers betydelse för företagen och regionens förmåga att tillmötesgå dessa behov. (Av bilaga 2 framgår den procentuella skillnaden mellan andel företag som bedömer en faktor som viktig eller mycket viktig i förhållande till andel som instämmer helt eller delvis i att den är tillgodosedd av regionen.)

Även om prioriteringarna skiljer mellan urvalet finns det generella insatser som skulle behöva prioriteras i regionen och som skulle ge positiva följder för de allra flesta företagen. Dessa är:

Om företagen fick bestämma

- Förbättra regionens företagsklimat på alla nivåer!
- Öka förståelsen för företagens villkor och förbättra företags servicen i kommuner och myndigheter!
- Behåll och utveckla regionens nuvarande kompetensnivå, men satsa mer på yrkesutbildning!
- Förstärk samverkan mellan de stora företagen och forskningsinstitutioner.
- Öka framkomligheten på vägarna!
- Bygg fler bostäder av olika slag!
- Öka samverkan mellan *skola, näringsliv* och myndigheter och ge triple-helix en reell innebörd!

Källor

Företagarna (2002). Morgondagens yrkesutbildning – och småföretagens kompetensbehov.

Företagarna (2005). Fakta om små och stora företag.

FÖM, Långtidsutredning

Henrekson, Magnus (2001) Institutionella förutsättningar för entreprenörsap och företags-tillväxt. Ur Tillväxtföretagen i Sverige. Per Davidsson, Fredric Delmar och Johan Wiklund. SNS 2001.

ITPS (2005), Näringslivets tillstånd 2005. Tillväxt, produktivitet och strukturomvandling i Sverige.

Nutek (2002), Tillväxt i småföretag. Företagens villkor och verklighet 2002.

Nutek (2005), Företagens villkor och verklighet 2005. Dokumentation och svarsöversikt. R 2005:10

Prop 2001/02:4 om regionalt utvecklingsarbete

Regeringen (2006), Nationell strategi för regional konkurrenskraft och sysselsättning 2007–2013. Regeringskansliet N6026.

RTK (1998), Handel, regioner och tillväxt.

RTK (1998), Stockholmsregionens internationalisering

RTK (2000), Stockholmsregionen i världen. Rapport 2:2000.

SCB (2006), Statistiska meddelanden NV 19 SM 0606. Nationella och regionala siffror för näringslivet – enligt Företagens ekonomi 2004.

SOU 2004:126. Vänd på kuttingen! Tillväxt- och utveckling i ett nytt perspektiv. Slutbetänkande av Tillväxtdelegationen för delar av Bergslagen, Dalsland och Värmland. (2004)

SOU (2006), Sveriges regionala indelning – och tillväxten fick råda. Rapport till Ansvarskommittén.

Wiklund, Johan, Per Davidsson och Frederic Delmar (2001), Hur förväntningarna påverkar småföretagens tillväxtvilja. Ur Tillväxtföretagen i Sverige. Per Davidsson, Fredric Delmar och Johan Wiklund. SNS 2001.

Bilagor

Bilaga 1: Teknisk rapport

Denna undersökning bygger på resultat från en postalenkät som riktats till totalt 2000 företag i tre olika urvalsgrupper i Stockholm-Mälarenregionen (länen Stockholm, Södermanland, Västmanland och Uppland samt Örebro):

1. I den första urvalsgruppen det har ingått ett slumpmässigt urval av 1800 företag ur hela företagspopulationen (samtliga bolagsformer) med säte eller huvudadress i Stockholm-Mälarenregionen. För att undvika det stora antalet verksamhetsmässigt begränsade företag har ett omsättningskriterium på 500 000 kronor satts (för år 2004 eller 2005). Detta medför att omkring 66 procent av alla registrerade företag exkluderas. Hela populationen minskar från ca 285 000 företag till knappt 95 000, enligt SCB:s Företagsregister. Efter som urvalet speglar totalpopulationen återfinns majoriteten av tillfrågade bland små företag.

2: För att kunna belysa värderingar och preferenser även från företag som har särskilt stor betydelse för regionen räknat i antal sysselsatta har för det andra en totalundersökning gjorts bland regionens 100 största företag, där "största" har utgått från antalet anställda.

3: I den tredje urvalsgruppen ingår de 100 företag som svarat för den snabbaste tillväxten under senare år. "Snabbväxare" har definierats som företag med minst 5 mkr i omsättning i aktuellt företagsregister, att företagen inte har haft någon nedgång under perioden 2000 till 2004/2005 och att de inte under samma period har minskat antalet sysselsatta. Urvalet bygger därefter på dem som har den största ökningen mellan 2000 och 2005 räknat i omsättning.

Län	Totalpopulation	I urvalet	Urvalspopulationen andel
Stockholm	200 434	66 405	33%
Uppsala	25 802	7 891	31%
Västmanland	18 681	6 470	35%
Södermanland	19 362	6 785	35%
Örebro	20 668	6 809	33%
	284 947	94 360	33%

Tabell 1a: Antal företag i Stockholm-Mälarenregionen, alla företagsformer, exkl organisationer. Antal företag i urvalet, efter omsättningskriterium samt urvalspopulationens andel av totalpopulationen. Källa: SCB Företagsregister

Urvalen behandlas var för sig och ger möjlighet till intressanta jämförelser i resultatredovisningen. Vilka likheter och skillnader finns mellan den representativa bilden och regionens största eller mest snabbväxande företag?

Denna undersökning har genomförts under sommarmånaderna 2006, vilket visat sig få följd för antalet inkomna svar. Det första utskicket genomfördes v 24, d.v.s. en vecka före midsommar. Två veckor nåddes företagen av ett påminnelsekort. Strax efter somma-

Om företagen fick bestämma

ren, v 32, skickades ytterligare en påminnelse ut, nu med ny enkät och svarskuvert. Sista svarsdag var satt till den 28 augusti.

	Antal enkäter	Antal svar	Svarsfrekvens	Uppgivet antal anställda i svarande företagen
Urvalsgrupp 1	1782	418	23,5%	30 000
Urvalsgrupp 2	100	27	27%	161 000
Urvalsgrupp 3	100	20	20%	2 350

Tabell 2a: Antal enkäter och svar, samt svarsfrekvens för olika urvalsgrupper

Svarsfrekvensen har blivit betydligt lägre än beräknat. Bland det representativa urvalet har 418 svar inkommit, vilket ger en svarsfrekvens på 23,5 procent. I det andra urvalet har 27 respektive 20 företag besvarat enkäten.

På grund av den låga svarsfrekvensen har en bortfallsundersökning genomförts per telefon under vecka 34. I den undersökningen har ett representativt urval (OSU) av företag dragits ur den urvalspopulation som ännu inte svarat på enkäten postalt. Urvalet har gjorts med 170 företag ur den första urvalsgruppen och 40 respektive 50 från de övriga två grupperna. I bortfallsundersökningen har dessa företag dels fått ange varför de inte har svarat på enkäten, dels fått möjlighet att besvara den per telefon. Därigenom skulle information ges om de icke svarande företagens värderingar och om orsakerna till att de inte svarat från början.

Varför har företagen inte svarat?

Företagens svar avslöjar att två faktorer har varit mest avgörande för de uteblivna enkätsvaren. Det ena är tidpunkten. Det visar sig att omkring 60 procent av företagen i huvudurvalet antingen inte har sett enkäten eller inte haft tid att besvara den. Bland de stora företagen har hälften helt missat enkäten och knappt 20 procent har inte haft tid.

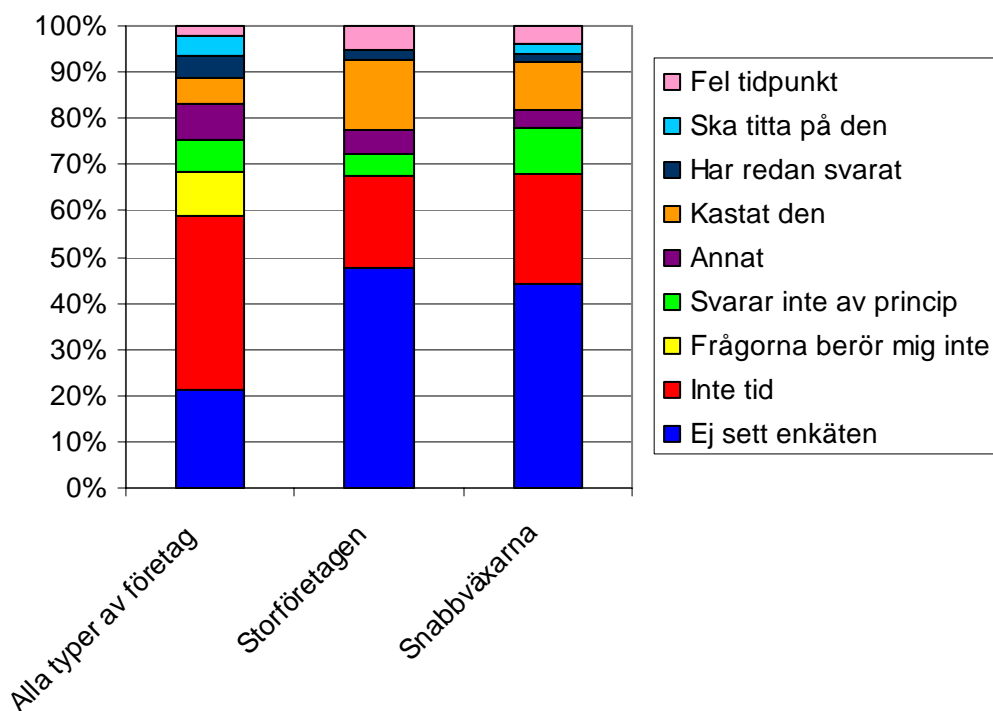
EuroFutures tolkning av detta är att tidpunkten, d.v.s. att genomföra undersökningen mitt under sommaren, har påverkat våra förutsättningar att nå fram till respondenterna. För det andra konstaterar vi att konjunkturen under andra kvartalet 2006 har varit mycket stark, vilket sannolikt gjort och att många företag har haft fullt upp att sköta sin verksamhet inför sommaruppehållet.

Mellan 10 och 20 procent uppger att de antingen slängt enkäten eller att de inte svarar på enkäter av princip. Detta bekräftar en iakttagelse som gjorts bland olika opinionsföretag. Den visar att benägenheten att svara på enkäter har sjunkit under senare år, i synnerhet bland företag i storstadsregionerna. Ett skäl till detta är att företagen många gånger upplever att enkäter tar för mycket tid och sällan ger något tillbaka, samt att antalet enkäter från olika håll har ökat på senare tid.

Ett av tio företag i huvudurvalet menar att enkätens frågor inte berör dem. En tolkning av detta är att företagen ansett att frågorna omfattat områden som ligger långt från företagets vardag och rör en geografisk dimension – Stockholm-Mälarenregionen – som känns avlägsen, särskilt för dem med en väldigt lokal marknadsbas.

Om företagen fick bestämma

Det skulle visa sig att det var svårt även i bortfallsundersökningen att få företagen att genomföra hela enkäten. Av totalt 260 kontaktade företag har endast 35 besvarat hela enkäten. Av dessa var 29 företag i den första urvalsgruppen.



Figur 1a: Resultat från bortfallsundersökningen. Bland Alla typer av företag ingår 170 tillfrågade företag inom huvudurvalet. Bland Storföretagen och Snabbväxarna har 40 respektive 50 företag tillfrågats i urvalsgrupperna. Staplarna visar den procentuella fördelningen av svar inom varje urvalsgrupp.

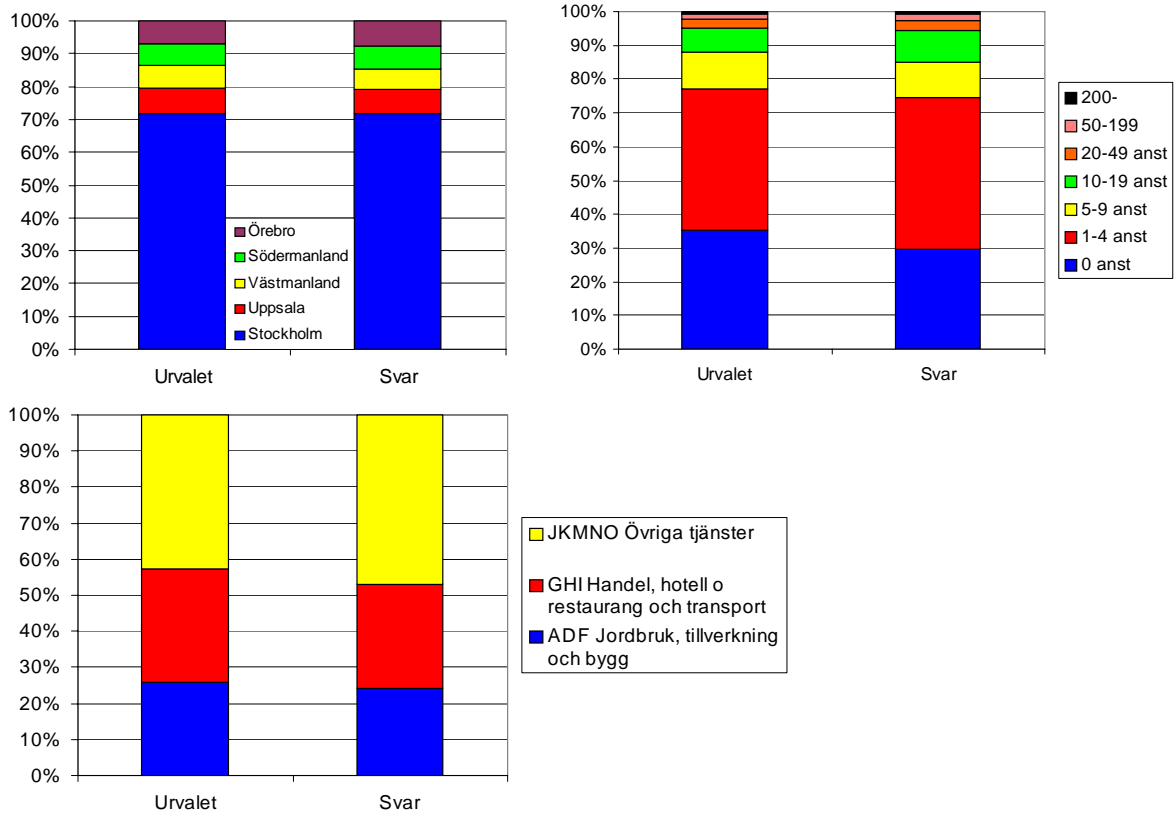
Bortfallsundersökningen visar att närmare 70 procent av bortfallet i huvudurvalet hade varit svårt att nå även om enkäten genomförts vid en annan tidpunkt. Däremot hade antalet svar från dem som inte sett enkäten möjligen kunnat bli högre om den genomförts på våren eller hösten.

Hur säkra är svaren?

Med ett så pass stort bortfall är det högst relevant att ställa frågan hur säkra svaren egentligen är. Vilka slutsatser kan vi dra med ledning av dataunderlaget? En viktig fråga i detta sammanhang är om de inkomna svaren speglar urvalspopulationen? Eller finns det systematiska avvikelser mellan de som svaret och de representativa urval som tillfrågats?

EuroFutures analys visar inte på några systematiska skillnader mellan andelen svar i olika undergrupper och huvudurvalet. Faktum är att populationerna uppvisar snarlika fördelningar oavsett om vi tittat på bransch, länstillhörighet eller företagsstorlek.

Om företagen fick bestämma



Figur 2a: Analys av svar från företag i urvalsgrupp 1. I urvalet inom 1782 företag och svaren kommer från 418 företag. Notera att omkring 75 procent av svaren kommer från små företag med färre än fyra anställda.

Den låga svarsfrekvensen innebär att undersökningen är behäftad med osäkerhet. Bortfallsanalysen tyder emellertid på att de inkomna svaren tämligen väl representerar urvalspopulationen, åtminstone vad gäller bransch, län och storlek. Detta innebär att undersökningens resultat åtminstone ger en indikation på företagens värderingar och preferenser. Om indikationen får anses som god måste i slutänden bedömas utifrån annan tillgänglig kunskap om företagens behov.

Bilaga 2: Differens mellan nöjdhet med regionala förhållanden och betydelse för företagen

	Repr urval	Storföretag
Myndigheterna har förståelse för företagande	-65	Bra kostnadsläge -63
Myndigheterna samverkar med näringslivet	-60	Variert bostadsutbud -55
Hemkommunen har god förståelse för företagande	-56	Myndigheterna har förståelse för företagande -48
Myndigheterna erbjuder god service	-56	Samverkan mellan skola och näringsliv -48
Bra kostnadsläge	-54	Myndigheterna samverkar med näringslivet -46
Hemkommunen erbjuder god service	-49	Myndigheterna erbjuder god service -46
Bra företagsklimat	-47	Hemkommunen har god förståelse för företagande -42
Hemkommunen samverkar med näringslivet	-46	Bra villkor för barn och familjer -41
Variert bostadsutbud	-34	Hemkommunen samverkar med näringslivet -35
Framkomplighet på vägar	-33	Samverkan mellan forskning och näringsliv -34
Samverkan mellan skola och näringsliv	-29	Bra företagsklimat -30
Hög innovationsförmåga	-26	Framkomplighet på vägar -30
Bra villkor för barn och familjer	-26	Framkomplighet med kollektivtrafik -27
Yrkesutbildad kompetens	-24	Godstransporter -25
Framkomlighet med kollektivtrafik	-20	Yrkesutbildad kompetens -21
God tillgång till mark och lokaler	-18	Hemkommunen erbjuder god service -19
Stort kunnande i regionen	-17	Regionen är attraktiv -19
Samverkan mellan forskning och näringsliv	-13	God tillgång till mark och lokaler -18
Godstransporter	-11	Hög innovationsförmåga -15
Telekommunikationer	-9	Stort kunnande i regionen -11
Regionen är attraktiv	-7	Forskarkompetens -11
Goda karriärmöjligheter	-7	Möjlighet till kompetensutveckling -7
Goda rekreativmöjligheter	-7	Goda karriärmöjligheter -4
Möjlighet till kompetensutveckling	-6	Goda rekreativmöjligheter -3
Många potentiella samarbetspartners	1	Många potentiella samarbetspartners -3
Brett utbud av nöjen	2	Ta sig till och från länet -3
Forskarkompetens	6	Flygförbindelser -3
Ta sig till och från länet	6	Telekommunikationer 0
Högskole-/specialistkompetens	12	Brett utbud av nöjen 3
Flygförbindelser	27	Högskole-/specialistkompetens 4
Snabbväxare		
Myndigheterna har förståelse för företagande	-75	
Bra kostnadsläge	-60	
Framkomplighet på vägar	-60	
Myndigheterna samverkar med näringslivet	-58	
Hemkommunen har god förståelse för företagande	-50	
Myndigheterna erbjuder god service	-48	
Hemkommunen samverkar med näringslivet	-47	
Hemkommunen erbjuder god service	-45	
Variert bostadsutbud	-45	
Samverkan mellan forskning och näringsliv	-43	
Bra företagsklimat	-40	
Samverkan mellan skola och näringsliv	-39	
Hög innovationsförmåga	-35	
Framkomlighet med kollektivtrafik	-25	
Bra villkor för barn och familjer	-20	
Yrkesutbildad kompetens	-20	
Möjlighet till kompetensutveckling	-16	
Många potentiella samarbetspartners	-15	
Stort kunnande i regionen	-10	
God tillgång till mark och lokaler	-5	

Förklaring: Ju större negativt värde, desto större gap mellan betydelsen för det enskilda företaget och regionens förhållanden. De högsta värdena tyder på att dagens förhållanden svarar väl mot företagets behov.

Om företagen fick bestämma

Telekommunikationer	-5
Ta sig till och från länet	-5
Godstransporter	-3
Regionen är attraktiv	0
Goda karriärmöjligheter	0
Goda rekreativsmöjligheter	0
Forskarkompetens	10
Högskole-/specialistkompetens	10
Brett utbud av nöjen	15
Flygförbindelser	25