

Omvärldsfakta

FAKTABLAD FRÅN ARENA FÖR TILLVÄXT -

ETT SAMARBETE MELLAN ICA, SVERIGES KOMMUNER OCH LANDSTING OCH SWEDBANK

Fler nya företag i Sverige!

Det startades fler nya företag i Sverige under 2014 jämfört med föregående år. Sammantaget startades 71 668 företag, vilket var 2 426 fler än året innan (+3,5%). Etableringsfrekvensen upp gick till 11,9 i riket, vilket innebar en marginell ökning jämfört med året innan (11,5). Etableringsfrekvensen definieras som antalet nystartade företag per 1 000 invånare i åldern 16-64 år.

Nyföretagandet högt i storstadsregioner

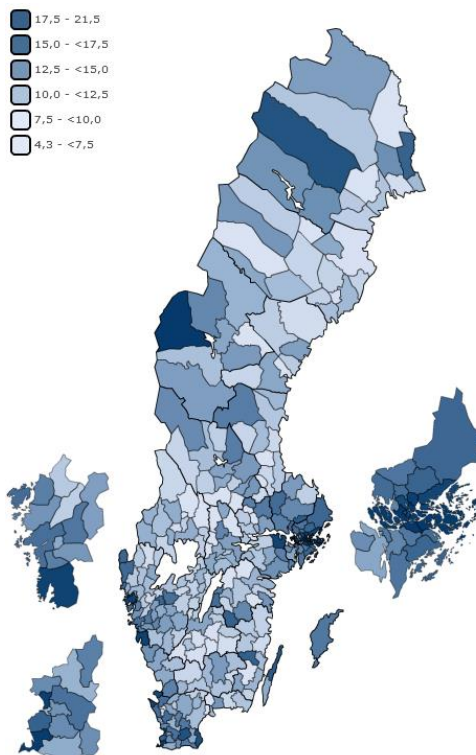
De regionala skillnaderna i nyföretagande var stora under året (se kartan). Etableringsfrekvensen var högst i storstadsregionerna, i synnerhet i Stockholms län där Danderyd (21,5), Lidingö (19,3), Stockholm (18,5) och Nacka (18,0) låg i topp. Den regionala marknadens storlek och urbaniseringen är viktiga orsaker till att nyföretagandet är högre än i andra delar av landet. Den stora branschbredden som storleken möjliggör, innebär fler potentiella områden för företagande. Den relativt kraftiga befolkningstillväxten leder också till att efterfrågan på varor och tjänster ökar, vilket bidrar till ett högt nyföretagande.

Turist- och besöksnäringsskommunerna har i genomsnitt ett högt nyföretagande. Åre hade landets näst högsta nyföretagande (19,5). Andra kommuner med högt nyföretagande var Båstad (15,2), Jokkmokk (14,4) och Borgholm (14,1).

Nyföretagandet är generellt sett lägst i varuproducerande kommuner och i glesbygden. Flera av kommunerna med den lägsta nivån på nyföretagandet är belägna i Bergslagen med omnejd, däribland Degerfors (5,4), Hagfors (5,8), Filipstad (6,0), Hällefors (6,5) och Munkfors (6,3). Malå i Västerbotten svarade för landets lägsta nyföretagande (4,3).

Andra mått ger en liknande kartbild. Svenskt Näringsliv mäter till exempel nyföretagandet genom antalet *nyföretagsamma* personer per 1 000 invånare.

Antalet nystartade företag per 1 000 invånare (16-64 år), år 2014



Källa: Tillväxtanalys/SCB (samt egen bearbetning)
Anmärkning: Utbrutna ytor avser storstadsregionerna

Företagen omsätts också snabbare i storstäder än i lands- och glesbygd, vilket förnyelsetalet¹ som Tillväxtanalys tar fram visar. Att förnyelsen av näringslivet mätt som omsättningshastigheten på företagsstocken är snabbare i storstadsregionerna beror delvis på att fler nya branscher och verksamheter uppstår i storstadsmiljöer.

Svenskt Näringsliv mäter även antalet avslutare per 1 000 invånare. Skillnaden mellan kommungrupperna är stora. Grovt räknat är det relativa antalet avslutare dubbelt så högt i storstadsregionerna som i glesbefolkade regioner. En anledning kan vara att det finns fler alternativ på arbetsmarknaden i storstadsregioner, varpå

¹ Förnyelsetalet definieras som antalet nystartade företag per 100 befintliga företag året innan.

många företagare väljer att sysselsätta sig med någonting annat efter en period av företagande.

En hårdare konkurrens och högre kostnader för lokaler och personal är andra möjliga faktorer till fler avslutare i storstadsregionerna. Enligt LRF konsults lönsamhetsbarometer var lönsamheten bland Sveriges småföretagare under helåret 2014 näst lägst i Stockholm (11,4%) av samtliga 14 regioner i LRF konsults regionindelning.² Kostnaderna för handelsytor och personal är sannolikt större i Stockholm, vilket minskar lönsamheten. Lönsamheten var även låg i Norr- och Västerbotten (11,2%), där många småföretag har höga transportkostnader.

Andelen företagsamma ger en annan bild

Nyföretagande ska inte förväxlas med företagsamhet. Sett till andelen företagsamma³ av den arbetsföra befolkningen (16-74 år) utmärker sig inte storstadsregionerna i lika stor utsträckning som för nyföretagandet. I kartan till höger framgår att andelen företagsamma är hög i de kommuner i Norrlands inland som har stora inslag av besöksnäring i näringsstrukturen. I Skåne är företagsamheten större i den sydöstra länsdelen. I Västra Götaland är företagsamheten, med undantag från öarna Orust och Tjörn, större i de östra delarna av länet. Företagsamheten är relativt stor på öar, vilket delvis kan bero på en brist på alternativa arbetstillfällen och sämre pendlingsmöjligheter.

En förklaring till de regionala skillnaderna i företagsamhet är närings- och företagsstrukturen. Stora inslag av turism bidrar till många företagsamma, medan omfattande tillverkningsindustri bidrar till relativt sett få företagsamma. Företagsstrukturen (fördelning av sysselsatta mellan större och mindre företag) och traditioner spelar också roll; andelen företagsamma är exempelvis

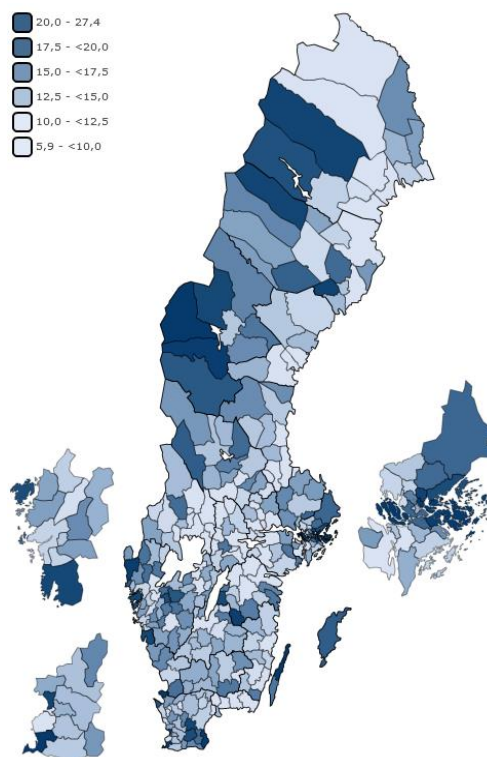
² LRF Konsults lönsamhetsbarometer (april 2015). Det lönsamhetsmätt som redovisas i barometern är resultat före avskrivningar genom omsättningen. Det bör påpekas att lönsamhetsmättet inte tar hänsyn till olika förutsättningar som råder mellan olika branscher (t.ex. att fastighetsbranschen har höga finansiella kostnader). Skillnader mellan olika regioner kan därför till viss del förklaras av skillnader i branschstruktur.

³ Som företagsam räknas individer som har ansvar för utvecklingen av ett företag. En företagsam person innehar F-skattsedel, är delägare i ett aktivt handelsbolag eller är vd eller ordinarie styrelsemedlem i ett aktivt aktiebolag.

högre i småländska varuproducerande kommuner jämfört med bruksorterna i Bergslagen.

En hög andel sysselsatta i ett fåtal omvärldsberoende och konjunkturkänsliga företag skapar en sårbarhet, vilket Pajala är ett exempel på. Särskilt i mindre kommuner går sårbarhet – på gott och ont – hand i hand med en produktiv specialisering. Stora varuproducenter ger flera mindre kommuner en relativt hög BRP/capita som lägger grunden för välståndet.

Andelen företagsamma personer i % av den arbetsföra befolkningen (16-74 år), år 2014



Källa: Svenskt Näringsliv

Skilda förutsättningar för företagandet

Den kraftiga variationen mellan olika delar av landet med avseende på befolkningstäthet, befolkningsutveckling, tätorts- och näringsstruktur skapar skilda förutsättningar för näringsliv och företagande. Svenskt Näringsliv publicerade nyligen resultaten från den enkät om företagsklimat som riktar till företagare och kommunpolitiker, och som ligger till grund för kommande ranking av kommunernas företagsklimat. Företagarna får svara på frågor om förutsättningar för företagandet, attityder till företagande, kommunens verksamhet samt företagets kontakter med kommunen. Företagarna gör även en samman-

fattande bedömning av företagsklimatet (se ett urval av kartor på nästa sida).

Skillnaderna mellan kommungrupper tenderar att vara störst gällande infrastrukturella förutsättningar som *vägnät, tåg- och flygförbindelser*. Cirka hälften av företagen i storstäderna med förorter och större städer med förorter anser att transportinfrastrukturen är bra, mycket bra eller utmärkt. I glesbygdskommuner samt turism- och besöksnäringkommuner har enbart en femtedel samma uppfattning. Lika stora skillnader i bedömning görs med avseende på *tele- och IT-nätet*. Storstäderna och större städer får dock en märkbart bättre bedömning än förortskommunerna. Värt att notera är att Västerbotten sticker ut positivt, inte enbart genom Umeå och Skellefteå utan även inlandskommuner såsom Storuman och Vilhelmina.

Företagen bedömer att *tillgången till rätt kompetens* är ett större tillväxthinder än transport- och kommunikationsinfrastruktur. Andelen företagare som anser att tillgången till rätt kompetens är bra, mycket bra eller utmärkt överstiger inte hälften i någon kommun. Skillnaderna mellan kommungrupper är inte lika stora; företagen i storstäderna och större städer bedömer dock i genomsnitt att kompetensförsörjningen är något bättre än företagen i glesbygdskommuner.

I företagens bedömning av *tillgången till mark och lokaler* får storstadsregionerna ett sämre utfall, vilket är naturligt med anledning av tätheten och de höga markpriserna. Tillgången bedöms vara bäst i kommuner belägna utanför tillväxtregionerna, men som ändå ligger i tätbefolkade områden. Kommuner i Gnosjöregionen med omnejd ligger bäst till.

Goda attityder och bra service är viktigt

Ett gott företagsklimat är inte bara en bra grund för ett ökat nyföretagande, utan också för att stärka den befintliga företagsamheten. Det är minst lika viktigt.

Med företagarnas bedömning som måttstock är företagsklimatet bäst i relativt små kommuner utanför storstadsregionerna och regionala tillväxtcentra, men som ändå är belägna i närgorlunda tätbefolkade regioner. Företagsklimatet

är ofta regional eller delregional till karaktären, med Gnosjöregionen och Skaraborg som två goda exempel.⁴

Företagens bedömning av kommunpolitikerna och kommunala tjänstemäns attityder till företagande har stor betydelse för deras bedömning av företagsklimatet. Det gäller även olika aspekter på den information och service som kommunerna tillhandahåller företagen med.

Dialogen mellan företag och kommunledning är också mycket betydelsefull; de kontakter som tas mellan företag och kommunledning i mindre kommuner utanför storstadsregioner och regionala tillväxtcentra syftar oftare till företagsbesök samt att stärka företagsklimatet, än vad fallet är i storstadsregionerna. I storstadsregionerna är betydelsen av det lokala företagsklimatet för företagen troligtvis inte lika stort, eftersom företagen verkar i en större funktionell geografi.

Hur kan företagsklimatet förbättras?

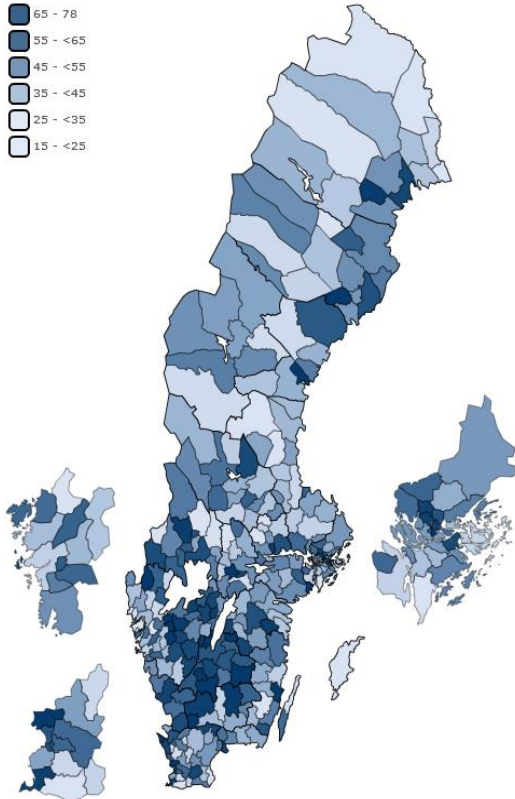
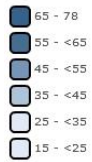
Vad kan kommuner göra för att förbättra förutsättningarna för företagandet och för att stärka företagsklimatet? De kan exempelvis öka samarbetet på regional nivå för att förbättra informations- och kommunikationsinfrastrukturen. Västerbotten har bedrivit ett strategiskt regionalt arbete för att stärka IT-infrastrukturen och är därför ett bra exempel att lära av.

Kommunerna kan också arbeta mer proaktivt med mark- och lokalfrågor för att stärka förutsättningarna för företagets expansion och etableringar. Det är viktigt att kommunen för en dialog om detaljplaner med näringslivet. Markaryd och Ljungby är två goda exempel.

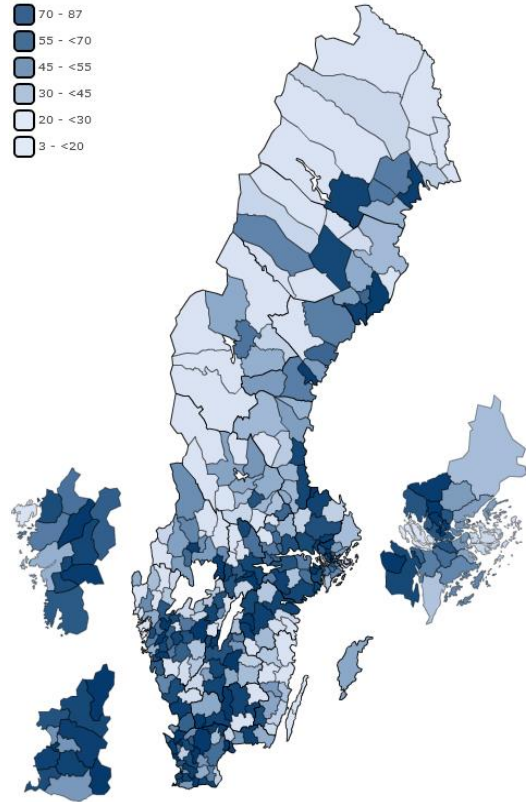
Kommuner som vill förbättra attityder och kvalitet i de verksamheter som riktar sig till företagare kan med fördel delta i SKL:s utbildning "Förenkla – helt enkelt". Över 100 kommuner har genomfört utbildningen sedan starten 2010.

⁴ Det finns exempel där företagsklimatet varierar kraftigt mellan två grannkommuner, vilket delvis kan bero på närings- och företagsstrukturen. I Värmland till exempel får Sunne ett avsevärt bättre omdöme av företagen än Hagfors. Nästan två tredjedelar av företagen i Sunne anser att det lokala företagsklimatet är bra, mycket bra eller utmärkt. Motsvarande andel i Hagfors är knappt en fjärdedel. I Västernorrland uppgår andelen till två tredjedelar i Timrå men endast drygt en tredjedel i Sundsvall.

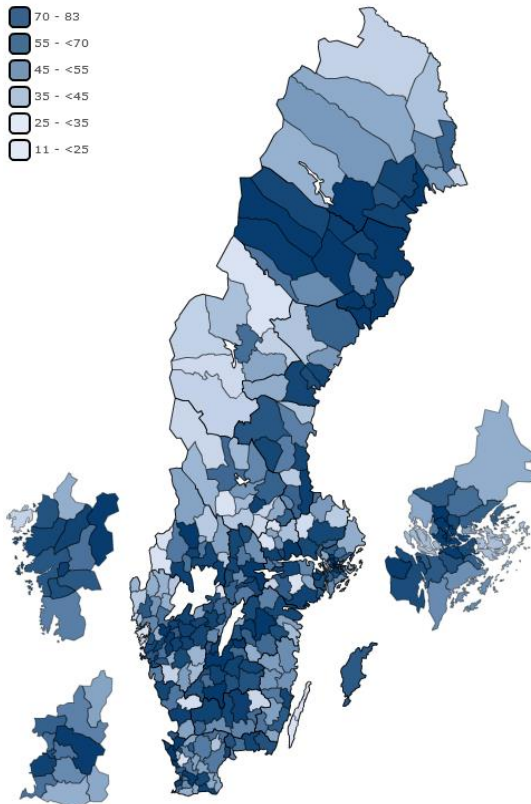
Företagens sammanfattande omdöme om det lokala företagsklimatet (de som svarat bra, mycket bra eller utmärkt, i %)



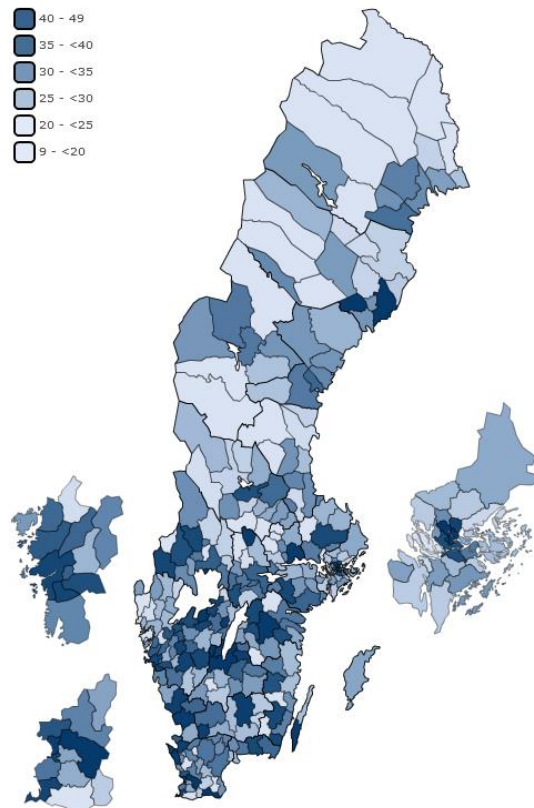
Företagens bedömning av vägnät, tåg- och flygförbindelser (de som svarat bra, mycket bra eller utmärkt, i %)



Företagens bedömning av tele- och IT-nätet (de som svarat bra, mycket bra eller utmärkt, i %)



Företagens bedömning av tillgången till rätt kompetens (de som svarat bra, mycket bra eller utmärkt, i %)



Källa för samtliga kartor: Svenskt Näringslivs företagsenkät (2015)