

Starta, leva, växa

Solo- och mikroföretag

i gles- och landsbygder



September 2007 • Regeringsuppdrag

Förord

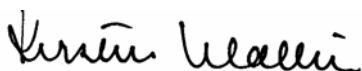
Glesbygdsverket fick i regleringsbrevet för år 2007 i uppdrag att kartlägga solo- och mikroföretagens struktur och möjligheter till hållbar tillväxt. Uppdraget avrapporterades den första augusti till Näringsdepartementet (Dnr. 07GV55:05). I syfte att sprida de resultat som där framkommer har Glesbygdsverket beslutat att göra rapporten tillgänglig för en vidare krets. I samband med denna publicering har även några smärre justeringar utförts, huvudsakligen av språklig karaktär.

Projektledare för uppdraget har varit utredare Jörgen Lithander. I projektgruppen har även utredarna Inez Backlund och Henrik Bengtsson samt administratör Ewa Sundberg ingått. Även andra medarbetare har bidragit i arbetet och i utformningen av rapporten, bland annat utredarna Peter Malmsten, Martin Olauzon och Imber Råbock. Informatörer har varit Maria Martinsson och Maria Modigh.

Externa bidrag till arbetet och synpunkter i övrigt har lämnats av professor Bengt Johannisson, Ekonomihögskolan i Växjö samt företagaren Marie Simonsson, International Business Consulting, Gåxsjö, Jämtland och Saint Petersburg, Florida. Synpunkter har även lämnats av Curt-Olof Mann, Coompanion.

Glesbygdsverket vill även tacka våra samarbetspartners Jordbruksverket, ITPS och Nutek samt de företagare som tagit sig tid att träffa oss för intervjuer eller besvarat enkäter. Med hjälp av dessa har flera intressanta aspekter och frågeställningar kunnat lyftas fram och bearbetas.

Östersund september 2007



Kerstin Wallin
Generaldirektör

Innehåll

Introduktion	10
1.1 Gles- och landsbygdsdimensionen i politiska dokument	10
1.2 Småföretagen uppmärksammas	11
1.3 Småföretag i gles- och landsbygder	12
1.4 Uppdraget	13
1.5 Tillvägagångssätt	14
1.6 Disposition	14
2 Geografiska indelningar och definitioner	16
2.1 Tätorter och tillgänglighet till tätorter	16
2.2 Kommuner sorterade efter tillgänglighet till större tätorter	19
2.3 Gles- och landsbygdsområden i det rurala Sverige	22
2.4 Arbetsställen och företag, sysselsatta och anställda och företags storlek	25
2.5 Social ekonomi	27
2.5.1 Begreppet social ekonomi	27
2.5.2 Kooperativa företag	28
2.6 Övriga avvägningar med avseende på uppdraget	29
3 Generell överblick	31
3.1 Små arbetsställen och nya soloföretag	31
3.1.1 Arbetsställen med upp till 9 sysselsatta	31
3.1.2 Nystartade arbetsställen och deras överlevnadsgrad	33
3.1.3 Nystartade soloföretag	35
3.1.4 Sammanfattning	37
3.2 Areella näringar	38
3.2.1 Jordbruket	38
3.2.2 Skogen	42
3.2.3 Fisket	43
3.2.4 Gruvorna	44
3.2.5 Rennäringen	47
3.2.6 Sammanfattning	48
3.3 Företagande inom den sociala ekonomin	49
3.3.1 Antal företag	49
3.3.2 Antal anställda	50
3.3.3 Verksamhet	52
3.3.4 Andra aspekter	55
3.3.5 Sammanfattning	56
4 Tre bilder av solo- och mikroföretag i gles- och landsbygder	58
4.1 Upplägg och metod	58
4.2 Den kommunala bilden	58
4.2.1 Upplägg och metod	58
4.2.2 Resultat solo- och mikroföretag generellt	59
4.2.3 Sammanfattning	61

4.2.4	Resultat Företagande inom den sociala ekonomin	62
4.2.5	Sammanfattning	65
4.3	Organisationen Företagarnas bild	66
4.3.1	Upplägg och metod	66
4.3.2	Resultat	67
4.3.3	Sammanfattning	68
4.4	Organisationen Coompanions bild	69
4.4.1	Upplägg och metod	69
4.4.2	Resultat	70
4.4.3	Sammanfattning	72
4.5	Diskussion om bilderna – överensstämmelser och skillnader	72
4.5.1	Traditionellt företagande: kommunernas och Företagarnas bilder	73
4.5.2	Företagande inom den sociala ekonomin: kommunernas och Coompanions bilder	74
4.5.3	Traditionellt företagande och företagande inom den sociala ekonomin: kommunernas, Företagarnas och Coompanions bilder	76
5	Nystartade soloföretag i det rurala Sveriges gles- och landsbygder	79
5.1	Upplägg och metod	79
5.2	Företagarna	82
5.3	Företagarnas tidigare sysselsättningsstatus	84
5.4	Företagen	85
5.5	Skillnader mellan landsbygd och tätort	88
5.6	Sammanfattning	89
6	Tillväxt i nystartade soloföretag på gles- och landsbygder i det rurala Sverige	92
6.1	Upplägg och metod	92
6.1.1	Sysselsättningstillväxt – absolut förändring	93
6.1.2	Omsättningstillväxt – relativ förändring	94
6.1.3	Sambandet mellan tillväxt i omsättning och sysselsättning	94
6.2	Vilka företag växer?	95
6.3	Sammanfattning och fortsatta studier	108
7	Företagarnas egen bild	111
7.1	Upplägg och metod	111
7.2	Drivkrafter	112
7.3	Hinder och stimulans	114
7.4	Hinder för anställningar	118
7.5	Samverkan	120
7.6	Platsen och marknaden	122
7.7	Sammanfattning	124
8	Företagarröster	127
8.1	Syfte, urval och tillvägagångssätt	127
8.2	När service gör en geografisk reträtt – exemplet Moskosel	127
8.3	De ”nya nybyggarna” – exemplet Siberian Adventures Outdoor team	135
8.4	Det lokala mikroföretaget med avtryck på internationella marknader - exemplet Lifestone	139

8.5 Unika produkter, stor efterfrågan, men bekymmer med kapital - exemplet Woodstar	143
8.6 En kunskapsbaserad gruvgasell – exemplet Önnertlov Consulting	148
8.7 Vidareförädling och nya produkter genom samverkan – exempel från nätverket YWOOD	153
8.8 Areella näringar i förändring – exemplen Polcirkelns lantgård, Wannborga vin och Lamm samt Blindh Ren	161
8.9 Lokalsamhället och företaget – exemplen Kåbdalis skidliftar och Land & Strand	170
8.10 Med bygden i centrum, företag inom den sociala ekonomin – exemplen Tre sågar och Docksta bordtennisklubb	176
8.11 Sammanfattande kommentar	182
9 En forskares och en praktikers reflektioner	185
10 Slutdiskussion	194
Bilagor	204

Sammanfattning

Glesbygdsverket fick i regleringsbrevet för 2007 uppdraget att:

”...kartlägga solo- och mikroföretagens struktur, inklusive företagen inom de areella näringarna på gles- och landsbygden och dessa företags möjligheter till hållbar tillväxt. Analysen skall omfatta formerna för företagens utvecklingsarbete, t.ex. i nätverk och kluster. Uppdraget skall också belysa företagsutveckling inom den sociala ekonomin.”

Uppdraget är omfattande. Formuleringen ”kartläggning” innebär att rapporten får en starkt deskriptiv prägel. En fördel med den breda, kartläggande, ansatsen är att rapporten också kan användas som en plattform, från vilken ett flertal mer avgränsade, och djupare, studier kan utföras.

Företagande i sig är en heterogen verksamhet och de allra minsta företagen är inget undantag från detta. Glesbygdsverket har valt att hantera detta genom att dels använda flera metoder, dels kombinera olika ”bilder” av dessa solo- och mikroföretag i syfte att närma sig en sammanhållen beskrivning.

Tillvägagångssätt och överväganden

Metodmässigt har registerdata använts för flera delar i studien. Enkäter, intervjuer och externa reflexioner får också stort utrymme.

Både webb- och postenkäter har använts. Webbenkäter har skickats till samtliga kommuner och till de två sektorsorganisationerna Företagarna och Coompanion. Postenkäter har skickats till ett urval företag i gles- och landsbygd som samtliga startades som soloföretag under perioden 1996-2000.

I tillägg till detta har även ett antal intervjuer med företagare utförts på plats. Intervjuerna redovisas i form av företagarnas berättelser och skall ses som ett komplement till det mer kvantitativa materialet. Kvalitativ information, som här i form av berättelser av företagarna själva, har på samma gång ett stort informationsvärde och låg generaliserbarhet. Olika aspekter och frågeställningar som kommer fram kan dock i sin tur vara ingångar för fortsatta studier, bl.a. kvantitativa. De exempel som presenteras ger en detaljerad insyn i företagens startprocesser, företagarnas drivkrafter, upplevda hinder och möjligheter.

Slutligen har även två externa personer, en forskare och en s.k. praktiker, givits tillfälle att reflektera över sina erfarenheter av småföretagandet. Båda har olika, kompletterande, kunskaper om dessa företag. Syftet här har varit att återigen bredda bilden av företagen.

Sammantaget bedömer Glesbygdsverket att dessa angreppssätt ger en bättre beskrivning av solo- och mikroföretag än t.ex. ett renodlat kvantitativt eller kvalitativt metodval. Synsättet att betrakta rapporten som en plattform, för fortsatta, mer avgränsade, studier kan därmed också uppfyllas.

Kapitelöversikt

I *kapitel två* förklaras rapportens geografiska indelningar och grundläggande begrepp definieras och diskuteras.

Kapitel tre tecknar en övergripande bild av solo- och mikroföretagen i Sverige utifrån grundläggande variabler som antal och branschstruktur.

Kapitel fyra redovisar olika bilder av solo- och mikroföretag samt företag inom den sociala ekonomin. Bilderna baseras på webbenkäter till Sveriges kommuner samt de två sektorsorganisationerna Företagarna och Coompanion.

I *kapitel fem* introduceras fem årskullar av företag. Dessa årskullar bildar sen stommen i kapitel sex och sju. Företagen har alla startats som soloföretag under perioden 1996-2000. I kapitlet redogörs bl.a. för företagens överlevnadsgrad, branschfördelning och geografisk fördelning i enlighet med den indelning i *rurala Sverige* som utförts.

Kapitel sex studerar de fem årskullarna företag utifrån ett tillväxtperspektiv. Utvecklingen för antalet sysselsatta och omsättning är då de variabler som står i fokus.

I *kapitel sju* redogörs för resultatet av en postenkät till nu överlevande företag av de fem årskullar som presenterades i kapitel fem. Enkäten behandlar frågor om drivkrafter till företagsstart, mål och ambitioner, hinder och stimulans, samverkan, marknad och service.

I *kapitel åtta* ligger intervjuer till grund för de femton företag som presenteras i form av företagarnas egna berättelser. Företagen är utvalda utifrån ett antal utvalda fokusområden, tillhör olika branscher och är geografiskt spridda från Öland i söder till Korpilombolo i norr.

I *kapitel nio* presenteras två reflexioner om solo- och mikroföretag i gles- och landsbygder. Avsnitten är skrivna av två personer, en forskare och en praktiker, vilka på olika sätt har tillägnat sig erfarenheter och kunskaper om denna grupp av företag.

I det avslutande *kapitel tio* förs en sammanfattande diskussion där även frågor med policyrelevans och öppningar för fortsatta studier inkluderas.

Resultat och kommentarer

Soloföretagen är inte en homogen grupp. Graden av entreprenörskap varierar och tillväxtambitionerna likaså. Många soloföretag försörjer sig själva och är tillfreds med detta. Andra soloföretagare har andra inkomstkällor vid sidan om vilket gör sannolikheten mindre för att företaget ska kunna växa. En del är företagare för att alternativ saknas och ser inte företagandet som en långsiktig och enda försörjningskälla. Sannolikheten att de ska växa och börja anställa är liten. Vissa företag har uttalade tillväxtambitioner och jobbar aktivt med detta. Några företag växer genom att avknoppa delar av verksamheten eller genom att samarbeta och lägga ut produktion av varor och tjänster på andra företag. Alla dessa typer av företag ingår i vår undersökning, vilket bör hållas i minnet när soloföretagare som grupp kartläggs och deras företag analyseras. Datamaterialet bygger även på en långt gången geografisk avgränsning för att så långt som möjligt spegla den utpräglade gles- och landsbygden. Avstånd till befolkningskoncentrationer är därmed betydligt större än för företag i riket som helhet. Denna aspekt bör även vara i åtanke när resultaten värderas.

Resultaten bygger på register- och enkätdata och omfattar företag som startat utan anställda och överlevt fem år och är belägna i landsbygder i det *rurala Sverige*. Från denna bild och rapporten som helhet presenteras nedan ett antal kommentarer om studiens företag.

Anställning

- Sju av tio företag som startar utan anställda förblir soloföretag under den femårsperiod vi följer dem i denna studie. De anställer alltså inte alls.

- Hälften av urvalet företagare i enkätdata har velat anställa, men känt sig hindrade. Det främsta skälet är att lönsamheten bedöms vara för svag. Å andra sidan vet vi inte om företag med en god lönsamhet skulle vara mer anställningsbenägna.
- Av dem som någon gång *har* anställt ansåg de allra flesta att anställningen blev dyrare och innebar ett större åtagande än förväntat. Resten, knappt en av tio, ansåg att det hade blivit billigare, inneburit ett mindre åtagande eller förändrats på annat sätt. Gemensamt för samtliga är att de inte var fullt ut informerade om vad en anställning innebär. Här öppnar sig en möjlighet för informationsinsatser om vad en anställning i realiteten innebär.
- Andelen soloföretag som startats inom jord- och skogsbruk är hög, särskilt i mindre tillgängliga delar av landet (ett av fem företag). Samtidigt är företag inom den sektorn mindre benägna att anställa. Möjligen kan det senare förklaras med oavlönade insatser av familjemedlemmar som inte syns i statistiken.
- Skatter och avgifter samt regelverk behöver sänkas respektive förenklas för att möjliggöra tillväxt, t.ex. genom en ökning av antalet anställda, anser enkätens företagare.

Samverkan

- Samverkan mellan företagen är hög. Över hälften anger att de regelbundet samarbetar med andra företag. Den dominerande delen av detta samarbete baseras på branschtillhörighet. Anledningarna till samarbete är många.
- Samverkan med andra företag och i nätverk kan bl.a. ske i syfte att kunna växa utan att öka antalet sysselsatta i det egna företaget. Nätverken kan också bidra till företagets kompetensutveckling och vara ett stöd i processen att ta sig ut på den internationella marknaden.

Företagaren

- Knappt två av fem har redan erfarenhet från företagande under en femårsperiod före företagsstarten.
- En relativt stor andel - 16 procent - var arbetslösa mer än 90 dagar året innan företagsstart.
- Medelåldern på företagarna vid företagsstarten var relativt hög, 42 år.
- Endast en mindre andel såg framför sig – i tänkt situation där företaget hade fördubblat antalet anställda och hade en rimlig vinstutveckling – att de anställdas välmående och trivsel skulle öka, att de egna arbetsuppgifterna skulle bli mer intressanta och roligare, att kontrollen över verksamheten skulle öka samt att arbetsbelastningen skulle bli mindre. Deras bild av tillväxt är alltså inte enbart ljus.

Dynamik

- Sju av tio företag (i den grupp som studeras) avvecklas inom en femårsperiod. Detta bör inte omedelbart betraktas som negativt. Siffrorna avspeglar även dynamik och omvandlingskraft. Resultatet väcker emellertid frågan om när resultatet av eventuella företagsstöd kan antas ge bäst resultat.

Attityder och bilder

- Uppfattningen, bilderna, av solo- och mikroföretagare i gles- och landsbygder skiljer sig delvis åt mellan kommunerna, organisationen Företagarna samt företagarna själva.
- Kunskapsläget om företagande inom den sociala ekonomin har brister och präglas av osäkerhet.

Plats och marknad

- Majoriteten av företagen säljer på en lokal marknad. Av dessa uppger två av fem att deras varor eller tjänster *skulle kunna* säljas på en nationell/internationell marknad. Två av fem företag uppger sig ha en icke lokal marknad (nationell eller internationell). Sammantaget visar detta på behov av informationsinsatser och andra stöd till marknadsutvidgning.
- Genom flexibilitet, förmåga till kundanpassning och genom samarbete mellan de små företagen kan en platsattraktivitet uppnås, som delvis kompenserar för perifera lägen.

Service, transporter och kommunikation

- Servicedragningar är något som drabbar företag i gles- och landsbygder. I takt med att nätet med servicepunkter blir allt glesare blir avstånden och konsekvenserna större. Detta drabbar både enskilda och företag. Sämre serviceutbud minskar en Orts attraktionskraft och påverkar i förlängningen flyttströmmarna. Sannolikheten att kunna behålla befintlig personal och att nyanställa sjunker. Knappt åtta av tio av postenkätens företagare menar att samhällsservice har viss eller stor betydelse för deras möjlighet att driva och utveckla sitt företag. Två av fem uppger att de behövt engagera sig för att bevara eller utveckla bygdens serviceutbud. Två av fem av samtliga respondenter tror dessutom att det blir aktuellt de närmaste åren. Medan företagets engagemang i bygdens service å ena sidan är positivt, så kan det å andra sidan innebära att kraft tas från den egna tillväxtprocessen.
- I intervjuerna i kapitel 8 berättas i flera fall om ett upplevt minskat intresse att leverera och hämta gods i glesare områden de senaste åren. Som en konsekvens av detta väljer företagarna ibland att transportera godset själva den sista sträckan om det är bråttom. Glesbygdsverket har inte inkluderat den frågan i sin enkät och kan därför inte uttala sig om företagsens är generell. Här kan finnas anledning till framtida undersökningar.
- Vissa av de nackdelar som långa avstånd medför för företag (och enskilda) kan reduceras genom elektronisk kommunikation. Allt fler tjänster kan utföras via Internet. I de mest glesa och perifera områdena är de relativa vinsterna som störst. Detta ökar behovet att följa utvecklingen av bredbandsutbyggnad, även i de områden där det av strikt kommersiella skäl inte är lika intressant.

Tidsperspektiv

- Rapporten har i många stycken arbetat med relativt korta tidsperspektiv. Den missar därmed den utveckling och tillväxt som behöver längre tid på sig. Intervjuerna tyder också på att vissa företag har en relativt utdragen start- och utvecklingsprocess. Framtida undersökningar kan därför behöva arbeta med längre tidsperioder.

Statistik och metod

- I linje med de förslag som tidigare framförts av SCB i samråd med Glesbygdverket visar en utvärdering av användandet av officiell företagsstatistik och metoderna i denna rapport på behovet av en förbättrad statistikproduktion för landsbygdens näringsliv. Bortfallet i koordinatsatta arbetsställen på landsbygder är stort, och behöver åtgärdas. Likaså uppstår problem när olika datakällor kombineras – t.ex. registeruppgifter med postenkäter. Register kan inte alltid ge svar på de frågeställningar som ska belysas, och kan inte replikeras när motsvarande frågor ställs direkt till företagare i enkäter (t.ex. avseende antal arbetade timmar och yrkesställning).

Förslag med policyrelevans och till framtida utredningar

- Ökade informationsinsatser till företagare om vilka regler och åtaganden som i praktiken följer med anställningar är motiverade.
- Informationsinsatser och stöd till kompetensutveckling för att ta steget till en nationell eller internationell marknad, skulle kunna öka den andel företagare som säljer utanför en lokal marknad. I synnerhet är sådana insatser angelägna för företag vars geografiska belägenhet gör den lokala marknaden begränsad.
- När det gäller de problem med kapitalförsörjning, som är vanliga i ren glesbygd, behöver system utvecklas som särskilt tar hänsyn till geografisk utsatthet.
- Regelverkens utformning utifrån stora företag, lever fortfarande kvar och vållar problem i de minsta företagen. För att exempelvis mathantverket och landsbygdsturismen ska kunna utvecklas, behöver regelverken ses över.
- Fördjupade studier i ett antal delområden är motiverade utifrån de resultat som framkommit i denna rapport. Kvantitativa studier om sambandet mellan de minsta företagens resurser och tillväxtutveckling i de minst tillgängliga delarna av landet är en sådan. Andra områden som behöver fördjupade, enskilda studier är utvecklingen av besöksnäring respektive mathantverk i mindre tillgängliga områden, företagandet bland kvinnor i gles- och landsbygder, skogs- och träindustrins roll i glesbygd samt den kringverksamhet som gruvnäringen ger upphov till. Skogsstyrelsen och Sveriges Geologiska Undersökningar i Malå har förslag till samverkan beträffande de sistnämnda områdena.

Introduktion

Detta kapitel ger en introducerande bakgrund till småföretagande i gles- och landsbygder genom att kort beröra den geografiska dimensionen och det ökande intresset för småföretag. Efter detta följer uppdragsskrivningen och ett avsnitt om de metoder som valts för att lösa denna uppgift. Kapitlet avslutas med en redovisning av rapportens disposition.

1.1 Gles- och landsbygd dimensionen i politiska dokument

Har Sveriges gles- och landsbygder unika förutsättningar som behöver hanteras särskilt när det gäller politikens inriktning och dess åtgärder? Om detta har det debatterats under de senaste åren och den uppfattning som riksdag och regering givit uttryck för har skiftat något över tid.

Den regionala utvecklingspolitiken, vilken avlöste den tidigare regionalpolitiken, formulerades år 2001. Politiken är generell i den bemärkelsen att den gäller alla delar av landet. Den tar sin utgångspunkt i fungerande lokala arbetsmarknader där tätorter och gles- och landsbygdsområden ses som kompletterande områden. Detta gjorde att regeringen år 2001 i sina överväganden om politiken inte fann att det behövdes någon särskild gles- eller landsbygd dimension såsom det funnits tidigare i regionalpolitiken¹.

Även om landsbygd dimensionen tonats ner i den regionala utvecklingspolitiken bör det dock påpekas att det finns, och har funnits, ett politikområde vilket benämns *landsbygdspolitik* (utgiftsområde 23). Insatserna inom detta har dock varit starkt fokuserade på jordbruksföretagen och behovet av en bredare landsbygdspolitik diskuterades därför en hel del under 2000-talets första år. Den socialdemokratiska regeringen tillsatte år 2004 en parlamentarisk kommitté med uppdrag att utarbeta en långsiktig strategi för den nationella politiken för landsbygdsutveckling. I direktiven till denna sades bl.a.: ”...att det finns behov att samlat se över förutsättningarna för landsbygdens utveckling och samordningen mellan de olika åtgärder som riktas mot landsbygden...”²

Landsbygdskommittén ansåg det sedermera påkallat att lyfta fram det unika i landsbygdens utvecklingsförutsättningar och gav också sitt slutbetänkande namnet *Se landsbygden – myter, sanningar och framtidsstrategier*³. I betänkandet framhåller kommittén ”behovet av en politik för landsbygden som berör praktiskt taget alla politikområden, men också att en tydlig landsbygd dimension behöver utvecklas inom samtliga politikområden var för sig.”⁴

Även behovet av en sammanhållen forskningsstrategi för svensk landsbygd- och glesbygd forskning har under senare tid uppmärksamats och Forskningsrådet för miljö, areella näringar och samhällsbyggande (Formas) fick 2004 ett regeringsuppdrag att utarbeta en sådan. Efter samarbete med Landsbygdskommittén kunde Formas i slutet av 2006 presentera forskningsstrategin *Kunskap om landsbygdens utveckling* där man bl.a. i argumentationen för landsbygden som ett eget forskningsfält använder sig

¹ Prop. 2001/02:4 sid: 101.

² Dir. Jo 2004:87.

³ SOU 2006:101, ”Se landsbygden – myter, sanningar och framtidsstrategier”.

⁴ SOU 2006:101, ”Se landsbygden – myter, sanningar och framtidsstrategier”, sid: 32.

av uttrycket ”landsbygdens särskildhet” - det fysiska landskapet och de glesa strukturerna - förhållanden som talar för att behandla landsbygden som specifik kategori i forskning, politik och planering⁵.

I det nya programmet *Landsbygdsprogram för Sverige 2007-2013*, vilket finansieras av såväl EU:s budget som av nationella medel, ges också betydligt större möjlighet att stödja andra verksamheter än de som drivs inom jordbruksföretagen. Programmet ger därmed förutsättningar för att göra mer samlade landsbygdsutvecklande insatser än vad som tidigare var möjligt.

Det bör också framhållas att den nya alliansregeringen redan i sin regeringsförklaring förde fram landsbygdens roll när det gäller tillväxt och utvecklingskraft. I förklaringen sades bl.a. att: ”Regeringen kommer utarbeta en nationell strategi för att stärka utvecklingskraften på landsbygden.”⁶ Arbetet med denna strategi har påbörjats under 2007 genom en samverkan mellan Jordbruksdepartementet och Näringsdepartementet. Dess resultat bör komma att vara av stort intresse för hur politiska beslut och åtgärder utformas när det gäller Sveriges gles- och landsbygder och deras tillväxt och utveckling.

1.2 Småföretagen uppmärksammas

Uppfattningen om storföretagen som progressiva tillväxtmotorer med skalekonomiska fördelar och småföretag som en i det närmaste utdöende art började från och med 1970-talet att nyanseras.⁷ Internationella forskarrapporter av Bolton, Birch, Acs och Storey gav småföretagen en roll på den ekonomiska agendan.⁸ I Sverige kommer under 1980- och 90-talen två pionjärarbeten om dynamiken i svenskt näringsliv av Davidsson, Lindmark och Olofsson.⁹ En stor del av småföretagsforskningen kan spåras till den forskningsgrupp som redan i övergången mellan 1960- och 70-talet växte fram kring professor Dick Ramström vid Umeå universitet. Forskning om småföretag har sedan dess spridit sig till många lärosäten och ett flertal discipliner, även om företagsekonomi fortfarande är dominerande.

En liknande utveckling, med ökat intresse för småföretagen, följde även på den politiska nivån. Denna utveckling fick ytterligare bränsle genom lågkonjunkturen i början av 1990-talet med dess, för Sverige, exceptionella arbetslöshetsciffror. Ett citat som tydligt exemplifierar detta är från proposition 1991/92:38 där regeringen deklarerar att: ”*Utvecklingskraften och mångfalden hos småföretag är oerhört viktig för svensk ekonomi*”.¹⁰ Andra exempel från 1990-talet är den s.k. Småföretagsdelegationen och SimpLex-förordningen.

Småföretagsdelegationen utsågs av regeringen 1996 med uppdrag att identifiera problem och föreslå åtgärder för att stärka möjligheter för småföretagsetableringar och tillväxt.¹¹ En uppmärksamhet mot de särskilda konsekvenser som regler kunde få på små företags arbetsförmåga och konkurrenskraft resulterade 1999 i den s.k.

⁵ Formas, (2006), ”Kunskap om landsbygdens utveckling - en forskningsstrategi”.

⁶ Regeringsförklaringen, den 6 oktober 2006.

⁷ Se exempelvis Gratzner K, (1996), ”Forskning om småföretag”.

⁸ Bolton JE, (1971), ”Report of the Committee of Inquiry on Small Firms”; Birch DL, (1979), ”The Job Generation Process”; Acs ZJ, (1984), ”The Changing Structure of the U.S. Economy”; Storey DJ, (1994), ”Understanding the Small Business Sector”.

⁹ Davidsson P/Lindmark L/Olofsson C, (1994), ”Dynamiken i svenskt näringsliv”, (1996), ”Näringslivsdynamik under 90-talet”.

¹⁰ Proposition 1991/92:38. ”Inriktning av den ekonomiska politiken”.

¹¹ Direktiv 1996:70.

SimpLex-förordningen där myndigheterna gavs en skyldighet att utföra konsekvensanalyser vid övervägande om nya eller förändrade regler.¹²

Nutek inledde 2001/2002 ett samarbete med SCB avseende kartläggning och analys av småföretags tillväxt och hinder för tillväxt - *Företagens villkor och verklighet*. Hittills har två undersökningar presenterats¹³. Undersökningarna omfattar företag mellan 0 och 49 anställda (EU-kommissionens övre gräns för antalet anställda när det gäller småföretag).

Specifika undersökningar eller rapporter om soloföretag - företag utan anställda - har inte genomförts i någon större omfattning. Det finns dock några undantag, exempelvis FSF-rapporten *Soloföretag* från 2000, och Nuteks *Den första anställningen*, även om den senare snarare fokuserar på vilka hinder och möjligheter det finns att lämna soloföretagandet (genom att anställa).

Den nya alliansregeringen har beslutat om flera insatser med direkt påverkan på småföretagen. I budgetpropositionen för 2007 och 2007 års ekonomiska vårproposition lanserades ett särskilt företagspaket med ett flertal satsningar.¹⁴ I paketet ingår satsning på att främja företagande bland kvinnor, förstärkning av Almis rådgivning, förstärkta möjligheter att ge mikrolån, ”avknoppningsstöd”, förberedelser för ökad konkurrensutsättning på tidigare skyddade marknader, regelförenklningar, insatser för att öka tillgången på riskvilligt kapital, exportfrämjande åtgärder, flera skattejusteringar m.m.

1.3 Småföretag i gles- och landsbygder

Behovet av entreprenörskap och nya och växande företag är centrala inslag i den nationella strategin för regional konkurrenskraft, entreprenörskap och sysselsättning. Strategin ska vara vägledande för regionalt utvecklingsarbete i vid bemärkelse, inkluderande de nationella myndigheter som berörs. I Glesbygdsverkets regleringsbrev för 2007 framgår också explicit att verket ska medverka i genomförandet av den nationella strategin. Strategin uppmärksammar företagandet i gles- och landsbygder på flera sätt, exempelvis de delvis annorlunda spelregler som ges av speciella förhållanden som långa avstånd, kallt klimat och extrem gleshet. De territoriella förutsättningarna ska därför få ett genomslag i utformningen av olika former av insatser. I strategin påpekas vidare att oavsett den geografiska hemvisten är det betydelsefullt att den tillväxtpotential som existerar tas tillvara.

I det förslag till nationellt Landsbygdsprogram för perioden 2007-2013 som i skrivande stund föreligger utgör företagandet i gles- och landsbygder en betydande del, och en av förutsättningarna för en hållbar landsbygdsutveckling.¹⁵ Diversifiering av det befintliga näringslivet, dels för att främja sysselsättning, dels för en ökad livskvalitet och ett hållbart resursutnyttjande, är exempelvis huvudpunkterna inom den s.k. axel tre.¹⁶

Även i Landsbygdskommitténs slutbetänkande berörs landsbygdsföretagens särskilda förutsättningar.¹⁷ I ett av förslagen till regeringen framhåller kommittén behovet av att stärka landsbygdsdimensionen inom berörda politikområden och

¹² Förordning 1998:1820.

¹³ Nutek (2002, 2005) ”Företagens villkor och verklighet”.

¹⁴ Prop. 2006/07:1 respektive Prop. 2006/07:100.

¹⁵ Reviderat förslag till Landsbygdsprogram för Sverige år 2007 – 2013, bilaga till regeringsbeslut 2006-11-09 nr 2.

¹⁶ Axel tre är en av fyra delar i det nationella Landsbygdsprogrammet. De andra består av stöd till areella näringar och verksamheter kopplade till dem, miljöstöd samt stöd till lokala utvecklingsgrupper på landsbygden.

¹⁷ SOU 2006:101.

därmed även öka kunskapen om landsbygdens resurser och möjligheter avseende ekonomisk utveckling och sysselsättning.

Glesbygdsverket delar, genom sin övergripande kunskap om förhållandena i gles- och landsbygder, uppfattningen om företagandets betydelse samtidigt som det föreligger kunskapsbehov inom detta område. Även om intresset för småföretag generellt har ökat finns få undersökningar som specifikt riktar in sig på företagande i mer perifera områden. Detta har bl.a. genom arbetet inom landsbygdsdimensionsuppdraget¹⁸ föranlett Glesbygdsverket att diskutera vikten av ett synliggörande av företagandet i gles- och landsbygder. Under 2005 resulterade detta i ett regleringsbrevsuppdrag om småföretagandet och dess tillväxtpotentialer.

Uppdraget avrapporterades i en delrapport, en huvudrapport samt två underlagsrapporter publicerade under perioden 2005-2006.¹⁹ Rapporterna gav vid sidan av en ökad kunskap om lands- och glesbygdens småföretag även upphov till ett antal frågor och fördjupningsmöjligheter. Några av de senare avser föreliggande projekt att ta sig an. Rapporterna bekräftar de minsta företagens betydelse, men tecknar även en bild av ett Sverige med större skillnader mellan nord-syd än mellan landsbygder-tätorter generellt. Ungefär 70 procent av sysselsättningen i landsbygdens näringsliv finns i småföretag med 1-49 anställda. I synnerhet för skogslänens inland är en överrepresentation av undergrupperna solo- och mikroföretag tydlig. De långa avstånden och de glesa strukturerna i norr ger upphov till mer distinkta skillnader mellan gles- och landsbygder respektive tätortsområden än vad som är fallet i de södra delarna av Sverige där dessa områden synes mer integrerade.

En mer fördjupad studie inriktade på gruppen solo- och mikroföretag, med delvis denna geografiska aspekt i åtanke, är därför angelägen.

1.4 Uppdraget

Ovanstående avsnitt utgör en bakgrund till det uppdrag som formuleras i Glesbygdsverkets regleringsbrev för 2007:

”Glesbygdsverket skall i samråd med Nutek och efter samråd med Institutet för tillväxtpolitiska studier (ITPS) och Statens Jordbruksverk kartlägga solo- och mikroföretagens struktur, inklusive företagen inom de areella näringarna på gles- och landsbygden och dessa företags möjligheter till hållbar tillväxt. Analysen skall omfatta formerna för företagens utvecklingsarbete, t.ex. i nätverk och kluster. Uppdraget skall också belysa företagsutveckling inom den sociala ekonomin. Uppdraget skall redovisas till Regeringskansliet (Näringsdepartementet) senast den 1 augusti 2007 ”

Föreliggande studie är Glesbygdsverkets avrapportering av detta uppdrag.

¹⁸ Glesbygdsverket, (2004), ”Landsbygdsdimensionen i det regionala utvecklingsarbetet”, delrapport, september 2004.

¹⁹ Glesbygdsverket, (2005), ”Småföretagandets villkor i gles- och landsbygder”, delrapport; Glesbygdsverket, (2006), ”Kapitalförsörjning i gles- och landsbygder”, underlagsrapport; Glesbygdsverket, (2006), ”Små företag och vida perspektiv”, underlagsrapport; Glesbygdsverket, (2006), ”Småföretagandets villkor i gles- och landsbygder”, huvudrapport.

1.5 Tillvägagångssätt

Nedan följer en översiktlig beskrivning av de metoder som ligger till grund för rapporten, mer detaljerade uppgifter återfinns i direkt anslutning till respektive avsnitt. En ambition har varit att presentera flera bilder av solo- och mikroföretagandet och Glesbygdsverket har därför valt att använda flera olika tillvägagångssätt för att lösa uppdraget.

Registerdata har använts för de mer övergripande redovisningarna.

Registervariabler har hämtats från SCB:s ”Företagens och Arbetsställets Dynamik” (FAD). Sammanlagt har data samlats in från 4 353 företag.

Webbenkäter har använts för att nå information från kommuner samt de båda organisationerna Företagarna och Coompanion. Enkäten till kommunerna riktades till ansvariga för näringslivs- och landsbygdsutveckling inom samtliga 290 kommuner. 239 svar har inkommit, fördelade på 203 kommuner (70 procent av samtliga). Enkäten till Företagarna riktades till samtliga 21 regionkontor inom organisationen. 14 kontor har svarat (67 procent). Enkäten till Coompanion riktades till samtliga 25 regionkontor, varav 20 kontor svarade (80 procent).

Postenkät har använts för att nå information direkt från företagare. Urvalet har gjorts utifrån de ovan nämnda registerdata. Populationen utgjordes av alla arbetsställen som startat sin verksamhet åren 1996, 1997, 1998, 1999 eller 2000, endast hade en sysselsatt under startåret, överlevt i minst 5 år och där arbetsstället är beläget i någon av de 50 kommuner som Glesbygdsverket valt ut utifrån den tillgänglighetsdiskussion som redovisas i kapitel 2. Totalt har 1 609 enkäter skickats ut, 803 företagare har svarat (50 procent). Två påminnelser har utgått.

Intervjuer har genomförts med 25 personer, huvudsakligen företagare, på plats i deras företag eller bostäder. En av intervjuerna har skett via telefon. Totalt ger detta erfarenheter från 15 företag. Syftet har varit att få fördjupad information och fånga processer och erfarenheter som ett komplement till det kvantitativa datamaterialet. Intervjuerna har i allmänhet varit mellan en och en halv och fyra timmar långa. Intervjuer på plats har spelats in med diktafon och har skrivits ut i sin helhet. I telefonintervjun har dokumentation skett med hjälp av anteckningar. Uppföljningsfrågor har ställts via telefon och e-mail. Urvalet av företag har skett utifrån flera kriterier. Tidigare erfarenheter från forskning, interna och externa rapporter, resultat från webbenkäterna samt dialog med ett flertal länsstyrelser och kommuner har ingått i detta underlag.

Externa reflexioner har även använts för att ytterligare komplettera bilden. Två externa personer med stor - och olika - erfarenhet av företagande har fått uppdraget att kort reflektera utifrån de minsta företagen utifrån funktion, förväntningar, hinder och möjligheter samt betydelsen av de glesa strukturer som utgör företagets spelplan. Författare är forskaren Bengt Johansson, professor i entreprenörskap och företagsutveckling vid Ekonomihögskolan i Växjö samt praktikern Marie Simonsson med mångåriga erfarenheter från eget företagande, internationellt arbete, styrelsearbete, VD för Almi Jämtland m.m.

Samverkan har även, i enlighet med regleringsbrevet, skett med Nutek, ITPS och Statens Jordbruksverk.

1.6 Disposition

Rapporten är disponerad på följande sätt: Efter det introducerande första kapitlet som ger en kort översiktlig bakgrund följer *kapitel 2* där rapportens geografiska indelningar förklaras och grundläggande begrepp definieras och diskuteras.

Kapitel 3 tecknar en övergripande bild av solo- och mikroföretagen i Sverige utifrån grundläggande variabler som antal och branschstruktur.

Kapitel 4 redovisar olika bilder av solo- och mikroföretag samt företag inom den sociala ekonomin. Bilderna baseras på webbenkäter till Sveriges kommuner samt de två sektorsorganisationerna Företagarna och Coompanion.

I *kapitel 5* introduceras fem årskullar av företag. Dessa årskullar bildar sedan stommen i kapitel 6 och 7. Företagen har alla startats som soloföretag under perioden 1996-2000. I kapitlet redogörs bl.a. för företagens överlevnadsgrad, branschfördelning och geografisk fördelning i enlighet med den indelning i *rurala Sverige* som utförts.

Kapitel 6 studerar de fem årskullarna företag utifrån ett tillväxtperspektiv. Utvecklingen för antalet sysselsatta och omsättning är då de variabler som står i fokus.

I *kapitel 7* redogörs för resultatet av en postenkät till nu överlevande företag av de fem årskullar som presenterades i kapitel 5. Enkäten behandlar frågor om drivkrafter till företagsstart, mål och ambitioner, hinder och stimulans, samverkan, marknad och service.

I *kapitel 8* ligger intervjuer till grund för de femton företag som presenteras i form av företagarnas egna berättelser. Företagen är utvalda utifrån ett antal utvalda fokusområden, tillhör olika branscher och är geografiskt spridda från Öland i söder till Korpilombolo i norr.

I *kapitel 9* presenteras två reflexioner om solo- och mikroföretag i gles- och landsbygder. Avsnitten är skrivna av två personer, en forskare och en praktiker, vilka på olika sätt har tillägnat sig erfarenheter och kunskaper om denna grupp av företag.

I det avslutande *kapitel 10* förs en sammanfattande diskussion där även frågor med policyrelevans och öppningar för fortsatta studier inkluderas.

2 Geografiska indelningar och definitioner

I kapitlet beskrivs steg för steg de geografiska avgränsningar som görs i rapporten. För kapitel 3-4 görs en tämligen grov geografisk gränsdragning som urskiljer kommungrupper med låg respektive hög tillgänglighet. För kapitel 5-7 definieras det *rurala Sverige* som kännetecknas av en särskilt låg tillgänglighet. Gles- och landsbygder inom denna del av Sverige, som inte är ett geografiskt sammanhängande område, urskiljs. Begrepp som arbetsställen/företag, sysselsatta/anställda samt företags storleksklasser definieras, liksom företagandet inom den sociala ekonomin. Avslutningsvis redogörs för hur areella näringar och företagssamverkan hanteras i rapporten.

2.1 Tätorter och tillgänglighet till tätorter

Ett geografiskt urval av solo- och mikroföretag studeras i denna rapport. De första geografiska avgränsningarna görs utifrån tätorters befolkningsstorlek. Storleken på en tätort indikerar bl.a. den lokala marknadens storlek, vilken i sin tur bestäms av den sammanlagda efterfrågan i närområdet. Offentligt och privat serviceutbud och olika stödverksamheter som t.ex. företagstjänster är andra viktiga förutsättningar för lokala arbetsmarknader och företagande. En bedömning har gjorts att tätorter på ca. 20 000 invånare har en väl fungerande privat och offentlig marknad i dessa avseenden.²⁰

Tillgängligheten till dessa större tätorter har därefter beräknats, vilken är den centrala variabeln för vår geografiska indelning. Tillgänglighet ska ses som en indikator för flera förutsättningar för företagande och arbete. Hög tillgänglighet gör inte nödvändigtvis att ett företag har bättre förutsättningar än ett företag med långa avstånd till en större tätort. Producenter av ett företag en vara eller tjänst som bara kan konsumeras på en lokal marknad, och den är tillräckligt stor, spelar det ingen roll om det saknas större orter på ett visst avstånd från området. I regel bor det dock ett begränsat antal människor i områden med låg tillgänglighet och områdena karakteriseras av gleshet. Det finns därmed begränsade förutsättningar för den lokala marknaden att kunna expandera eller vara tillräckligt stor för att dra till sig nya företag och arbetskraft. Sammantaget spelar dessa faktorer tveklöst en roll för det enskilda företagandet och människors möjligheter att försörja sig. Det skapar lokala arbetsmarknader som har andra problem och möjligheter än de som karakteriseras av hög tillgänglighet, stor befolkningstäthet och hög befolkningstäthet.

Av flera skäl har ett renodlat tillgänglighetsmått använts som indelningsgrund. Det främsta är att den genomsnittliga tillgängligheten för befolkningen i respektive kommun bättre beskriver de lokala arbetsmarknaderna och de lokala förutsättningarna än kommuners befolkningsstorlek och befolkningstäthet. De senare ger en missvisande bild av den faktiska storleken på en lokal arbetsmarknad. Dess

²⁰ Gränsdragningen vid 20 000 invånare har gjorts tidigare i Glesbygdsvverkets rapportserie, utifrån liknande syften. I t.ex. "Nationellt program för Leader+ i Sverige" (2001) exkluderades, då i samråd med ett nationellt partnerskap, tätorter med fler än 20 000 invånare från områden som ansågs berättigade till stöd för landsbygdsutveckling. Senast användes avgränsningen i Glesbygdsvverkets årsbok "Sveriges gles- och landsbygder 2006" för en diskussion kring lokala arbetsmarknaders funktionalitet. Där utgjorde en låg tillgänglighet till tätorter med fler än 20 000 invånare ett av tre "geografiska handikapp".

gränser sammanfaller sällan med kommungränserna. För befolkningen i en kommun kan den närmaste tätorten med minst 20 000 invånare ligga såväl i en annan kommun som i ett annat län, vilket tillgänglighetsberäkningar fångar upp. För rapporten har dock alternativa grupperingar prövats. Några stora skillnader i hur enskilda kommuner grupperas finns dock inte när ett renodlat tillgänglighetsmått används, jämfört med ett mått som även inkluderar befolkningsstorlek och täthet.

Tillgängligheten mäts som den genomsnittliga restiden i minuter (per bil) för befolkningen i Sveriges kommuner. Målpunkten, tätorter på minst 20 000 invånare, ska ses som ett riktmärke. Utifrån det måste den faktiska Ortsstrukturen studeras så att en bedömning kan göras om tätorternas storlek verkligen spelar en sådan roll för omgivningen som ovan beskrevs. I t.ex. glesa och otillgängliga områden, där avstånden mellan större tätorter är stora, finns oftast ett utbud av framförallt olika offentliga serviceslag som är större än vad som finns i en genomsnittlig tätort på ca. 20 000 invånare. Det skulle motivera att mindre tätorter selekteras som målpunkter i sådana regioner, för att få samtliga utvalda tätorter jämförbara.

Effekten av olika tillgänglighetsberäkningar på placeringen av enskilda kommuner i grupper med låg respektive hög tillgänglighet kan vara stor. Det bör hållas i minnet när landsbygdsområden i ett urval kommuner studeras närmare. Oavsett vilken gräns som sätts för storleken på en tätort innebär den att enskilda kommuner och områden kan hamna ”fel” utifrån någon eller flera aspekter. Nedan belyses detta med ett exempel från Kiruna kommun.

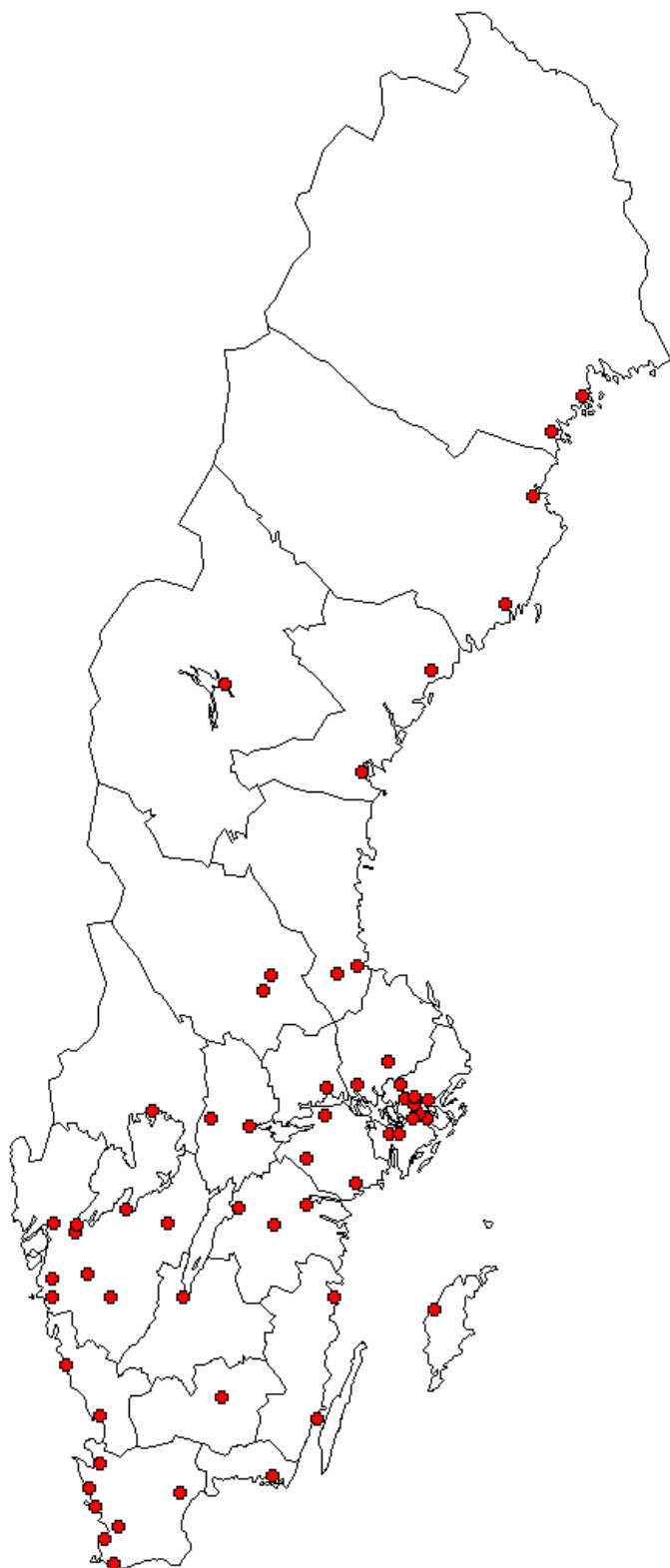
Kiruna tätort ligger i ett glesat bebyggt område med långa avstånd till nästa stad i samma storleksordning. Med dess drygt 18 000 invånare (år 2005) kan den erbjuda ett förhållandevis brett utbud av service och tjänster. I flera avseenden är utbudet jämförbart med det som finns i större tätorter i mer tillgängliga regioner. Befolkningen i kommunen är emellertid starkt koncentrerad till Kiruna tätort, samtidigt som kommunen är mycket ytstor.²¹ Den genomsnittliga tillgängligheten blir därför mycket hög, om tätortsdefinitionen sätts vid 18 000 istället för 20 000 invånare. Det snedvrider bilden av den faktiska tillgängligheten i resterande delar av kommunen, även om de bebos av en mindre andel av kommunens totala befolkning (22 procent eller knappt 5 000 invånare).

Därför har, efter en genomgång av flera alternativ, en tätortsgräns på 20 000 invånare valts. Det gör att Kiruna utesluts ur gruppen av tätorter till vilka tillgängligheten beräknas. Följaktligen blir tillgängligheten för kommunens invånare mycket låg. Närmaste större tätort är Luleå, med drygt 3 timmars bilfärd för den genomsnittliga Kirunabon. Det betyder att den genomsnittliga tillgängligheten för Kiruna blir den i särklass lägsta i landet. Hade den tätortsstorlek som väljs för tillgänglighetsanalysen varit satt till 18 000 hade Kiruna kommun tillhört den grupp av kommuner som har den högsta tillgängligheten.

Figur 2.1 visar de tätorter (med minst 20 000 invånare) på vilka tillgänglighetsberäkningarna i denna studie bygger. Det genomsnittliga avståndet till dessa tätorter för befolkningen i Sveriges kommuner bestämmer i sin tur den gruppering som görs mellan kommuner med låg respektive hög tillgänglighet (se avsnitt 2.2). Den ligger därefter till grund för analysen av solo- och mikroföretag i landsbygder i det *rurala Sverige* (se avsnitt 2.3).

²¹ Kirunas tätortskoncentration är bland den högsta av samtliga kommuner vars invånarantal ligger runt 20 000 invånare eller mer. Den kan i stort sett jämföras med kommuner i de tre storstadsregionerna avseende tätortskoncentration av befolkningen.

Figur 2.1. Tätorter med minst 20 000 invånare, 2005.



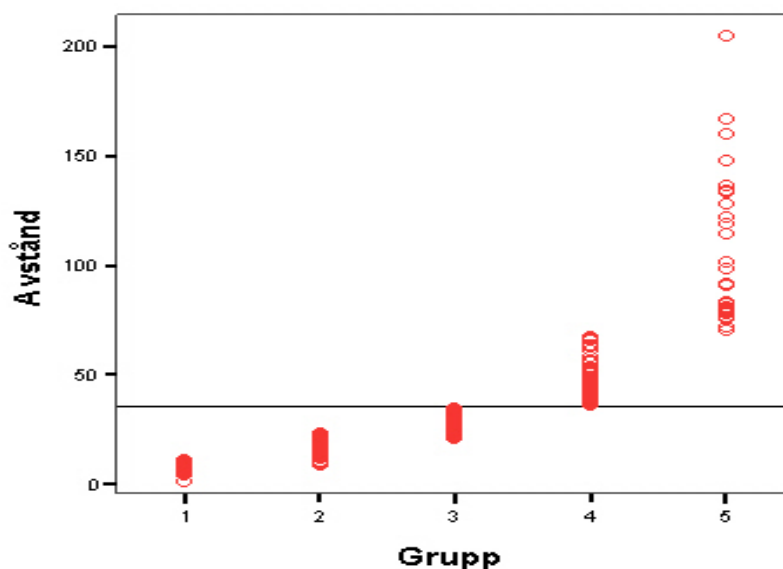
Källa: SCB.

Anm. Tätorternas namn listas i *bilaga 1*.

2.2 Kommuner sorterade efter tillgänglighet till större tätorter

I ett andra steg i gränsdragningen av det *rurala Sverige* delas landets kommuner in i grupper med olika grad av tillgänglighet. I en s.k. klusteranalys har ”naturliga” brytpunkter identifierats i de skillnader som finns i tillgänglighet mellan kommunerna, och inte efter förutbestämda intervall. Kommunerna har grupperats efter befolkningens genomsnittliga tillgänglighet till orter större än 20 000 invånare. Fem tydliga grupper kan urskiljas.²² Tre av dem har en tillgänglighet som är högre än genomsnittskommunens och två av dem har en lägre tillgänglighet. Kommunerna har i *figur 2.2* fördelats i fem grupper baserade på tillgänglighet, mätt som avstånd i minuter (restid med bil). Lägst tillgänglighet finns i grupp 5, inom vilken dessutom spridningen mellan kommunerna är stor. Spridningen är mer begränsad i de övriga grupperna. Enskilda kommuner kan därför inte urskiljas i *figur 2.2* avseende grupp 1-4. Ringarna, som motsvarar kommuner, ligger snarare över varandra.

Figur 2.2. Tillgänglighet per kommungrupp. Tillgänglighet mätt som befolkningens genomsnittliga avstånd (restid i bil, minuter) till närmaste tätort med minst 20 000 invånare. 2005.



Källa: SCB och Glesbygdverket.

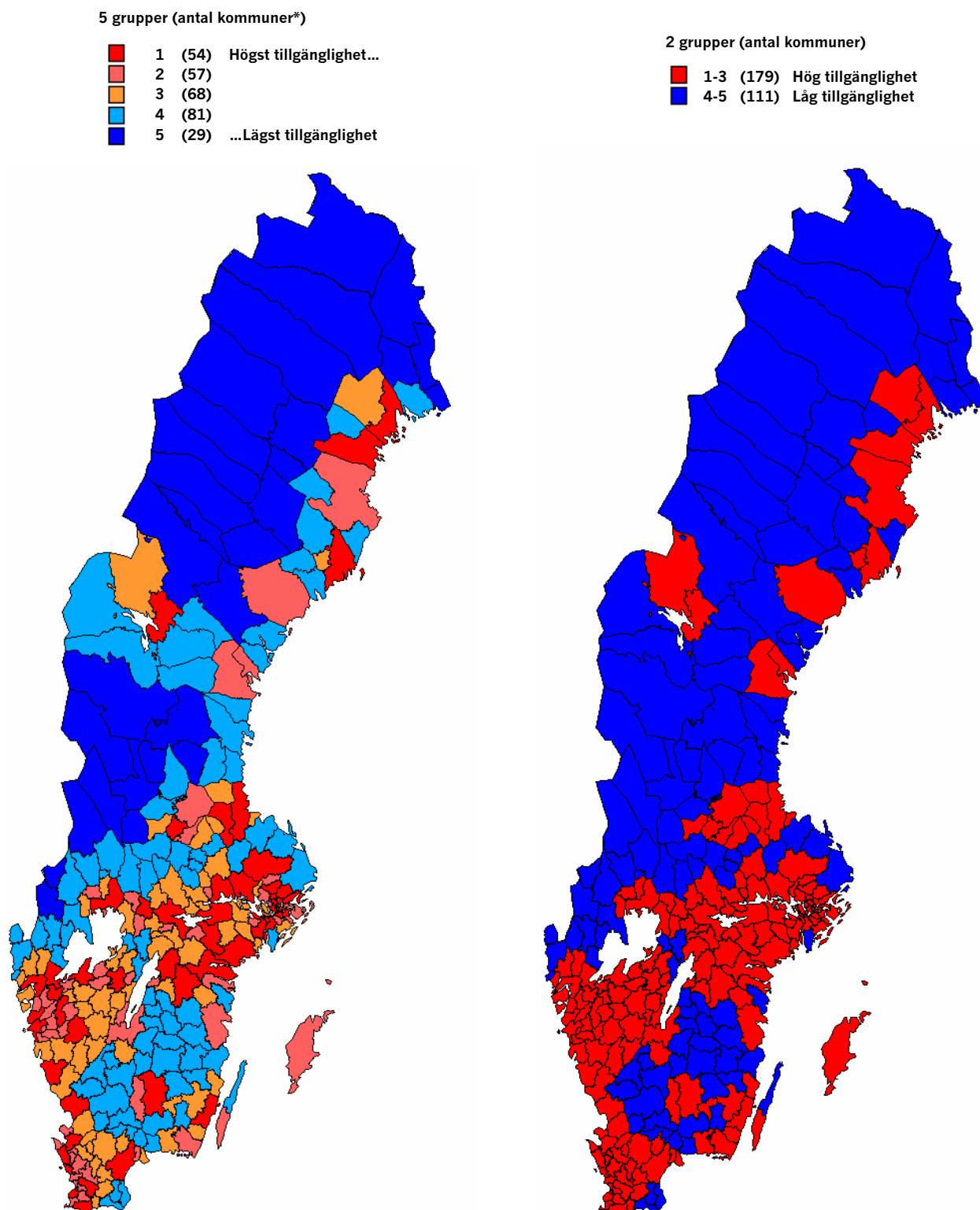
Anm. Horisontell linje anger det genomsnittliga avståndet för samtliga kommuner. Varje ring motsvarar en kommun. För grupp 1-4 är skillnaderna mellan kommunerna så små att ringarna läggs på varandra. Enskilda kommuner kan därför ej urskiljas. Öckerö kommun är exkluderad.

Kommuner med avstånd under genomsnittet kan i sin tur slås ihop till en större grupp (grupp 1-3). Resterande kommuner ingår i en grupp med låg tillgänglighet (grupp 4 och 5). Från den senare gruppen bryts även delgrupp 5 ut, för att belysa de kommuner vars befolkning har den allra lägsta tillgängligheten i landet. *Figur 2.3* visar den geografiska indelningen av kommuner efter grad av tillgänglighet, i fem respektive två grupper. Den geografiska indelningen i två större grupper (grupp 1-3 med hög

²² Tillgänglighetsberäkningarna bygger på startpunkter (befolkning), målpunkter (tätorter) och den nationella vägdatabasen (NVDB). För skärgårdsområden där fast förbindelse till fastlandet (broar) saknas för merparten av kommunbefolkningen kan beräkningar av avstånden bli missvisande. Öckerö kommun är det främsta exemplet på detta, varför kommunen inte går att ge en exakt plats i rangordningen av Sveriges kommuner efter tillgänglighet. Kommunen exkluderas därför i den kartläggning som skiljer ut fem grupper av kommuner, men inkluderas i de fall vi delar in kommunerna i två grupper.

tillgänglighet och grupp 4-5 med *låg* tillgänglighet) samt en särredovisning av grupp 5 (med *lägst* tillgänglighet) ligger till grund för den generella överblick av solo- och mikroföretag som presenteras i kapitel 3 och kapitel 4.

Figur 2.3. Kommuner indelade i grupper, baserade på kommunbefolkningens genomsnittliga tillgänglighet (restid i bil, minuter) till tätorter med minst 20 000 invånare. 2005.



* Öckerö kommun exkluderad.

Anm. Kartläggningen i kapitel 3-4 görs efter den indelning som skiljer kommuner med hög tillgänglighet (grupp 1-3) från kommuner med låg tillgänglighet (grupp 4-5) och lägst tillgänglighet (grupp 5). För gruppindelning, se figur 2.2.

2.3 Gles- och landsbygdsområden i det rurala Sverige

I kapitel 5-7 kartläggs solo- och mikroföretag i kommuner med den lägsta tillgängligheten mer i detalj. Samtliga kommuner i grupp 5 har tagits med. De är 29 till antalet och ligger samtliga i Norrlands inland. För att få en större geografisk spridning av företagen har även de 25 procent kommuner med den lägsta tillgängligheten i grupp 4 – och därmed de mest jämförbara med grupp 5 – valts ut, vilket motsvarar 21 kommuner. De är belägna i delar av södra Norrland, Mellansverige och Smålands inland. Dessa totalt 50 (29+21) kommuner bildar det *rurala Sverige* som är det område som specialstuderas i denna rapport.

Ytterligare en avgränsning återstår dock. Inom det *rurala Sverige* ligger fokus på de områden i respektive kommun som kan klassificeras som landsbygdsområden. De skiljs från tätortsområden vars storlek antas ge en kritisk massa för en dynamisk och självgenererande utveckling. Den avser bl.a. utbudet och efterfrågan på varor och tjänster, arbete och kapital samt service och infrastruktur för dessa faktorer. För ett sammanhängande område på ca. 3 000 invånare har det i genomsnitt bedömts att en grundläggande struktur för detta finns och att ett förhållandevis differentierat serviceutbud kan upprätthållas.²³ Områden utanför dessa (dvs. landsbygder) antas sakna sådana strukturer, och därför bör förutsättningarna för företagande och arbete skilja sig från de områden där dessa strukturer finns (dvs. tätorter). För områden i södra Sverige kan denna gräns för tätortsstorlek tyckas vara satt onödigt lågt. I norra Sverige däremot, med gleshet och få större tätorter, är förhållandet inte det samma. Där krävs och finns i regel en grundläggande struktur även i det som i södra Sverige räknas som en liten tätort.

Precis som fallet var med tätortsavgränsningen för tillgänglighetsberäkningar (avsnitt 2.1) finns det i praktiken ingen självklar gräns på 3 000 invånare som avgränsning för landsbygds- och tätortsområden inom en kommun. Det finns orter med mindre än 3 000 invånare som är jämförbara med de som har fler invånare, avseende marknader och utbud och efterfrågan på tjänster. Delvis fångas de mindre orternas betydelse för företagande upp i de kommuner som helt saknar tätorter på minst 3 000 invånare, genom att även dessa kommuners centralorter räknas som ett tätortsområde. Det antas följaktligen att det i kommuncentrat finns ett utbud av tjänster som är vitalt för förutsättningarna att driva ett företag, och att utbudet skiljer sig åt i områdena utanför.

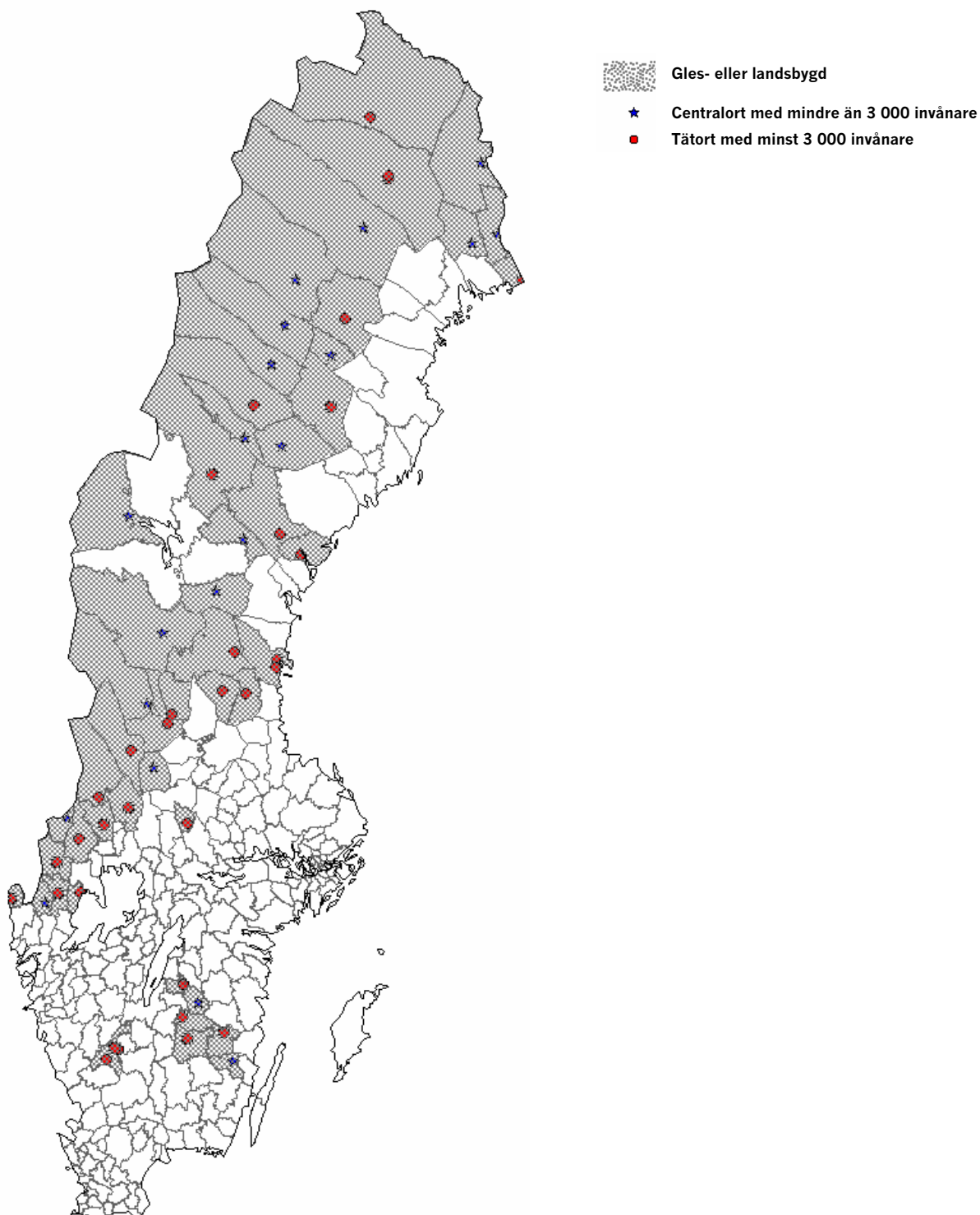
Bland de 50 kommuner som från beräkningarna i avsnitt 2.2 har valts ut för vidare analys saknar 20 kommuner tätorter med minst 3 000 invånare. En handfull av kommunernas centralorter ligger dock mycket nära befolkningsmässigt. Spridningen är dock stor, från 873 invånare i Österbymo i Ydre kommun till 2 976 invånare i Jokkmokk, år 2005. Oavsett storleken, behandlas i analytiskt avseende dessa centralorter som tätorter på minst 3 000 invånare. Områden utanför centralorten räknas som landsbygd.

Landsbygdsbegreppet innefattar alltså även små tätorter. I vissa kommuner inkluderar det samtliga orter upp till 3 000 invånare och i andra kommuner inkluderar det orter upp till knappt 1 000 invånare. Denna glidande definition på landsbygd mellan olika delar av landet ska inte ses som problematisk. Snarare lyfter den fram den relativa aspekt som är nödvändig i ett landsbygdsbegrepp för stora

²³ Tätorter på minst 3 000 invånare är den målpunkt för tillgänglighetsberäkningar som Glesbygdsverket har tillämpat på senare år, i syfte att definiera glesbygds-, landsbygds- respektive tätortsområden. Begreppet tätort grundar sig på SCB:s definition av områden inom vilka det maximala avståndet mellan hus ej överstiger 200 meter. En Orts storlek betingas alltså alltid av detta täthetskriterium.

områden och regioner. *Figur 2.4* visar det *rurala Sverige* och de landsbygdsområden som specialstuderas i denna undersökning.

Figur 2. 4. Landsbygdsområden, centralorter med färre än 3 000 invånare och tätorter med minst 3 000 invånare i 50 kommuner i det rurala Sverige.



Källa: SCB och Glesbygdsverket.

Anm. Kommuner i skuggade områden (*rurala Sverige*) listas i *bilaga 2*. Skuggat område specialstuderas, och vitt område exkluderas, i kartläggningen i kapitel 5-7.

Definitionen av landsbygd är dock fortfarande grov. Olika grader av tillgänglighet och identifiering av befolkningskoncentrationer utanför ett tätortsområde görs inte, varför också en uppdelning mellan glesbygd och landsbygd blir irrelevant. Orsaken till denna begränsning är att tillförlitliga och heltäckande data över företagens *exakta* belägenhet inte finns. I SCB:s register kopplas ett arbetsställe via dess belägenhetsadress till en fastighetsbeteckning. Genom Lantmäteriets koordinatsatta fastighetsregister kan arbetsställen i sin tur kodas geografiskt av SCB. Kopplingen mellan adresser och fastigheter fungerar dock inte alltid, främst p.g.a. bristfälliga eller saknade adressuppgifter (gatunumret för att vara specifik). SCB uppskattar ett sådant bortfall till ca. 10 procent av samtliga arbetsställen, vilket motsvarar saknade uppgifter för ca. 50 000 arbetsställen och 400 000 sysselsatta. Bortfallet är även geografiskt ojämnt fördelat, på ett sätt som slår särskilt hårt på de glesa och otillgängliga områden som studeras i denna rapport. Bortfallet visade sig för år 2003, i Glesbygdsverkets förra rapport om småföretagande på gles- och landsbygder, i vissa kommuner vara 25 procent av alla arbetsställen och en ännu större andel av de sysselsatta.²⁴ SCB bedömer dock att merparten av de ofullständiga arbetsställeadresserna ligger utanför tätorter.²⁵

Ju grövre indelningen i områden är desto större är således möjligheterna att med olika åtgärder minska det bortfall som kvarstår efter SCB:s ordinarie geokodning av arbetsställen. Alla arbetsställen med okänd geografisk belägenhet kan t.ex. klassificeras som arbetsställen på landsbygder. Det gjordes i Glesbygdsverkets förra rapport om småföretagandet på gles- och landsbygder.²⁶

Den avgränsning som gjorts mellan tätort och landsbygd kan naturligtvis diskuteras, bortom de begränsningar i kvalitet som den nuvarande koordinatsättningen är behäftad med. Glesbygdsverket har t.ex. inom ramen för detta projekt inte haft möjlighet att se hur känsliga resultaten är för vilken tätortsstorlek som väljs. De alternativa beräkningar som har gjorts är att låta centralort växelvis definieras som landsbygd/tätort och se hur det påverkar företagsstrukturen. Beräkningarna visar att skillnaderna är begränsade i företagsstrukturerna, oavsett vilket område centralorter räknas till. Strukturen i centralorter är dock mer lik den som återfinns i tätorter, än den som finns i landsbygder. Därför ingår centralorter i samma grupp som tätorter.

I kartläggningen i kapitel 5-7 ingår samtliga företag i det *rurala Sverige* som utan anställda startade sin verksamhet någon gång under perioden 1996-2000 och som därefter hade överlevt en femårsperiod. De följs under perioden och fokus ligger på sysselsättningsutvecklingen i företagen. Med andra ord studeras benägenheten för soloföretag att anställa.

2.4 Arbetsställen och företag, sysselsatta och anställda och företags storlek

För de kvantitativa kartläggningarna i rapporten används data från SCB:s sysselsättningsregister. Data hämtas från ett delregister inom den registerbaserade arbetsmarknadsstatistiken (RAMS), kallat Företagens och arbetsställets dynamik (FAD). Definitionerna i RAMS av arbetsställen/företag respektive sysselsatta har

²⁴ Glesbygdsverket (2006). "Småföretagandets villkor i gles- och landsbygder".

²⁵ Förbättringar av koordinatsättningen kan dessutom vara på väg. SCB överlämnade våren 2007 förslag i denna riktning, i samråd med bl.a. Glesbygdsverket, i ett regeringsuppdrag om hur företagsstatistik avseende landsbygder kan utvecklas.

²⁶ Glesbygdsverket (2006). "Småföretagandets villkor i gles- och landsbygder".

överförs till denna rapport. Begreppet anställd (se nedan) förekommer egentligen inte i sysselsättningsregistret RAMS, utan återfinns i företagsregistret (FDB).

Ett arbetsställe är en fysiskt avgränsad produktionsenhet som tillsammans med andra arbetsställen kan ingå i samma företag. När ett arbetsställe har ett unikt organisationsnummer ingår inte andra arbetsställen i samma företag. Dessa är ”ett-arbetsställe-företag”. Arbetsställen och företag med ett eller flera arbetsställen inkluderas i kapitel 3-4. I kapitel 5-7 inkluderas endast ”ett-arbetsställe-företag”. Arbetsställets respektive företagets storlek beräknas sedan utifrån antalet sysselsatta.

I den registerbaserade arbetsmarknadsstatistiken (RAMS), som FAD bygger på, betraktas som sysselsatt en person som under mätmånaden november varje år har en inkomststoppgift som bedöms motsvara minst en timmes arbete per vecka. Här finns en källa till felklassificeringar, särskilt för de som har en lös anknytning till arbetsmarknaden eller de vars arbetsinsats varierar med säsongerna. Faller t.ex. säsongen för arbete in under november överskattas omfattningen av sysselsättningen, jämfört med de som har samma sysselsättningsstatus hela året. En underskattning uppstår när arbete bedrivs under delar av året, men inte under november månad. Vi vet dock att kopplingen mellan den sysselsatta och arbetsställe alltid görs till det arbetsställe från vilket den sysselsatte har sin huvudsakliga inkomst under november månad. Det har för denna rapport inte varit möjligt att omräkna samtliga sysselsatta till helårsekvivalenter, för att på så sätt kunna öka jämförbarheten gällande företags storlek.

Samtliga registrerade företag är s.k. aktiva. Det betyder att företagaren har deklarerat inkomst av aktiv näringsverksamhet och har ägnat sig åt verksamheten i en omfattning som motsvarar minst en tredjedel av en anställning på heltid. Därmed har de som är sysselsatta som företagare ett mindre intervall inom vilket antalet arbetade timmar kan variera, än vad som är fallet bland anställda. Sammanfattningsvis kan vi, i den fördjupade kartläggningen i kapitel 5-7 (samt delar av kapitel 3), vara ganska säkra på att det i företagen bedrivs aktiv verksamhet som helt eller till delar försörjer minst en person i företaget. Vad vi inte vet är sysselsättningen *omfattning* bland de anställda, vilket betyder att vissa frågeställningar inte kan belysas. Mer om detta framgår i inledningen av kapitel 7 som fokuserar på företagets sysselsättningsstillväxt.

Arbetsställe eller företag?

Alla aktiva företag har minst ett arbetsställe men kan ha flera. Som arbetsställe räknas varje unik adress med anställd personal där det bedrivs stadigvarande verksamhet på minst 20 timmar/vecka. I praktiken innebär det att ett företag med 100 anställda vilket bedriver verksamhet på tre platser, huvudkontor i Stockholm (50 anställda) samt enheter i Jämtland (25 anställda) och Dalarna (25 anställda), noteras som ett *företag* i Stockholm med 100 anställda men inte alls i Jämtland och Dalarna. När det gäller *arbetsställen* däremot kommer alla tre lokaliseringar att registreras (med 50 anställda i Stockholm respektive 25 i Dalarna och 25 i Jämtland).

Sysselsatt eller anställd?

I varje företag finns minst en sysselsatt. Som sysselsatt räknas både företagaren och de anställda. S.k. soloföretag har endast en sysselsatt, företagaren själv. De har inga anställda. I företag med minst två sysselsatta vet vi inte alltid vem som är operativ företagsledare. Den funktionen kan skötas av den anställde. Man kan dessutom vara anställd i ett företag där man själv har ägarintresse, men behöver därför inte vara operativ företagsledare. Då räknas man i registret som fåmansaktiebolagsägare och inte som anställd.

Definitionen av arbetsställe och företag respektive anställd (inte sysselsatt) ligger sedan till grund för den storleksindelning som görs av företag. Till stor del utgår vi från den nomenklatur för små företags storlek som tagits fram av EU-kommissionen, i vilken mikroföretag med upp till 9 anställda, småföretag med upp till 49 anställda och medelstora företag med upp till 249 anställda urskiljs.²⁷ Av dessa ingår mikroföretag i föreliggande studie. Inom denna grupp skiljer vi mellan de företag som har en sysselsatt (ingen anställd) och de som har 2-9 sysselsatta. De förra kallas i Sverige vanligen för soloföretag eller enmansföretag (motsvarigheten till engelskans "self-employed", "one-man business" eller "sole proprietor's business" m.fl.). Vi ansluter till det förra begreppet gällande företag utan anställda (soloföretag) och kallar företag med anställda mikroföretag. I denna rapport har soloföretag 1 *sysselsatt* och mikroföretag 2-9 *sysselsatta* (ca. 1-8 anställda, se faktaruta ovan). Begreppet sysselsatta används för att ett sysselsättningsregister utnyttjas. Det betyder att storleken på mikroföretag skiljer sig något från storleken på mikroföretag i de register som mäter storleken utifrån antalet anställda (dvs. företagsregistret, FDB och i definitioner enligt EU-kommissionen).

2.5 Social ekonomi

I enlighet med Glesbygdsvverkets regleringsbrevsuppdrag ska rapporten: "... också belysa företagsutveckling inom den sociala ekonomin." Verket har valt att göra detta på tre sätt. Det första är en kort övergripande beskrivning av detta företagandes struktur, det andra är en webbenkät till landets samtliga Coompanionkontor (f.d. Lokala kooperativa utvecklingscentra, LKU) och kommuner och det tredje är genom intervjuer med två företag. För att dessa ansatser ska kunna tolkas behövs en definitionsdiskussion.

2.5.1 Begreppet social ekonomi

Trots en viss oskärpa i definitionsfrågan kan den sociala ekonomin i korthet sägas handla om ekonomiska verksamheter där inflytandet inte är kopplat till storleken på ägandet, vilket normalt är fallet i aktiebolag. Här gäller i stället principen en medlem – en röst. Vidare är målen snarare sociala/samhälleliga med restriktionen ekonomisk nöjaktighet än vinstmaximerande. Det finns också ett flertal uttryck som används mer eller mindre synonyma, exempelvis ideell sektor, Kooperation, det civila samhället och den tredje sektorn. Det sistnämnda uttrycket anspelar på en tänkt uppdelning av ekonomin i tre sektorer; den offentliga, den privata samt den tredje, vilken då således utgörs av verksamheter som inte kan placeras i de två första.

²⁷ EU-kommissionen, (2003). *SMEs in Europe*.

Social ekonomi är egentligen en försvenskning av franskans, *économie sociale*²⁸. För Sveriges del började uttrycket användas i slutet av 1980-talet under influens från en europeisk diskurs. Uttrycket blev 1989 även en officiell term inom EU (dåvarande Europeiska gemenskapen). EU definierar begreppet genom en s.k. CMAF-definition, där ett antal företagsformer som antas överensstämma med verksamheter inom social ekonomi används som urvalskriterium. CMAF är en förkortning av företagsformerna Cooperatives, Mutuals, Associations och Foundations (sv. kooperativ, ömsesidiga företag, ideella föreningar och stiftelser).²⁹

Europeiska gemenskapens beslut medförde att uttrycket började användas i ett flertal sammanhang gentemot medlemsländerna, vilket ledde till ett behov för dessa länder att utarbeta egna nationsspecifika definitioner. Så även för Sverige i och med vår ansökan om EU-medlemskapet 1991.³⁰ I slutet av 1997 tillsatte regeringen ”Arbetsgruppen om den sociala ekonomin och dess utveckling” (In 1998:A) inom Inrikesdepartementet för att bl.a. undersöka den sociala ekonomins betydelse i samhället samt dess arbetsvillkor. Arbetsgruppen presenterade två rapporter under perioden 1998-1999 och lämnade följande beskrivning av begreppet social ekonomi i Sverige:

*”Med social ekonomi avses organiserade verksamheter som primärt har samhällliga ändamål, bygger på demokratiska värderingar och är organisatoriskt fristående från den offentliga sektorn. Dessa sociala och ekonomiska verksamheter bedrivs huvudsakligen i föreningar, kooperativ, stiftelser och liknande sammanslutningar. Verksamheter inom den sociala ekonomin har allmännyttan eller medlemsnytta, inte vinstintresse, som främsta drivkraft.”*³¹

Beskrivningen har diskuterats och ett flertal alternativa definitioner har presenterats av forskare, intresseorganisationer, debattörer m.fl. i olika sammanhang.

2.5.2 Kooperativa företag

Företag i den sociala ekonomin kan benämnas kooperativa företag. I slutet av 1800- och början av 1900-talet startades ett flertal sådana verksamheter i Sverige inom branscher som exempelvis livsmedel, bostadsproduktion, försäkringar, lantbruk, mejeri, banker m.fl.³² KF, HSB, Folksam, LRF och Sparbankerna är kända exempel på sådana organisationer. Över tid minskade dock nyetableringstakten av ekonomiska föreningar (förutom den specifika gruppen bostadsrättsföreningar som brukar exkluderas i dessa sammanhang). I början av 1980-talet börjar det bildas små, lokala, ekonomiska föreningar baserade på ett nyvaknat intresse för ekonomiska samarbetsfrågor kopplade till sociala mål. Inriktningen på dessa företag var ofta inom områden som barn- och äldreomsorg, hantverk eller lokal utveckling.³³ Det är denna ”nykooperativa” verksamhet som normalt avses när företag inom social ekonomi eller kooperativt företagande idag diskuteras.

En utvecklingsinfrastruktur börjar byggas upp i mitten av 1980-talet med aktörer som Kooperativa rådet, Lokala kooperativa utvecklingscentra (LKU) och den

²⁸ Olsson J, (1994), ”Den sociala ekonomin”.

²⁹ Westlund H, (2001), ”Social ekonomi i Sverige – en introduktion”.

³⁰ Kulturdepartementet, (1999), ”Social ekonomi: en tredje sektor för välfärd, demokrati och tillväxt?”.

³¹ Kulturdepartementet, (1999), ”Social ekonomi: en tredje sektor för välfärd, demokrati och tillväxt?”.

³² Nationalencyklopedin, (1993).

³³ Mårtensson B, (1985), ”Bykooperativ i Bredsjö och Huså”; Nilsson J, (1986), ”Den kooperativa verksamhetsformen”.

nationella Föreningen för kooperativ utveckling (FKU).³⁴ LKU:na arbetade med att främja bildandet och utvecklingen av kooperativa företag och har ekonomiskt stöd från staten samt andra regionala och lokala aktörer. År 1999 överfördes ansvaret för LKU-stödet från departementet till Nutek.³⁵ År 2006 bytte organisationerna LKU och FKU namn till Coompanion. Det finns idag (2007) totalt 25 Coompanionkontor, fördelade på samtliga län, med tillsammans ca. 100 anställda, varav de flesta är företagsrådgivare.³⁶ Verksamheten förekommer huvudsakligen inom de tre näringsgrenarna ”Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster”, ”Utbildning” samt ”Andra samhälls- och personliga tjänster” (se avsnitt 3.3).³⁷

Nutek har sedan ett antal år ett regeringsuppdrag att främja en utveckling av företagandet inom den sociala ekonomin. År 2006 uppgick statsstödet för att främja kooperativt företagande till 35 miljoner kronor.³⁸

Det småskaliga företagandet inom social ekonomi, det kooperativa företagandet, definieras vanligtvis utifrån företagsformen ekonomisk förening. Detta är inte en idealisk definition då dels hänsyn till verksamhetens syfte inte tas, dels då kooperativt företagande även kan förekomma inom andra juridiska företagsformer. Priset för att använda företagsformen ekonomisk förening som indikator på företagande inom social ekonomi är således att det reella sociala inslaget i verksamheten inte beaktas, vinsten är att kvantitativa kartläggningar kan utföras med befintlig statistik. Trots dessa problem är ekonomisk förening den avgränsning som exempelvis sektorsorganisationen Coompanion själv använder i sina rapporter för att beskriva företagandets omfattning.

Glesbygdsverket har, efter samråd med Coompanion, i denna rapport valt att definiera företagande inom social ekonomi som *ett kooperativt företagande med den juridiska företagsformen ekonomisk förening*, bostadsrättsföreningar exkluderade. I vissa kvantitativa sammanhang kommer företagsformen ekonomisk förening sammantaget (inklusive bostadsrättsföreningar) att förekomma. Detta framgår då alltid tydligt. Syftet är då att presentera en övergripande bild som längre fram i materialet nyanseras enligt definitionen ovan.

2.6 Övriga avvägningar med avseende på uppdraget

De areella näringarna har i rapporten avgränsats till jordbruk, skogsbruk, fiske, gruvnäring samt rennäring. Näringarna ges dels en plats i kapitel 3, dels i kapitel 8 i form av ett antal intervjuer. Det hade emellertid även gått att motivera inkluderingen av besöksnäring i de areella näringarna. Ett flertal aktiviteter använder landskapet som en mycket viktig beståndsdel i sin verksamhet, t.ex. hundspannsföretag, färdledda vandringar eller skidåkning. Glesbygdsverket bedömer att besöksnäringen är en betydelsefull del av företagandet i gles- och landsbygder, men att dessa verksamheter, inte minst statistiskt, kräver en sammanhållen och riktad ansats i form av en egen studie. Besöksnäringen har därför i denna rapport uppmärksamats kvalitativt i form av flertalet intervjuer i kapitel 8.

Utvecklingsarbete i form av företagssamverkan skulle på ett liknande sätt kunna behandlas i en separat studie med tanke på ämnets bredd och svårighet att hanteras i statistiska sammanhang. Glesbygdsverket har i denna rapport valt att inkludera

³⁴ Ds 1990:1, ”Kooperationens utvecklingssystem: En utvärdering av verksamheten efter tre år”.

³⁵ Se exempelvis SFS 1993:569, 1998:1633, resp. 2001:1194.

³⁶ www.coompanion.se, (2007-07-03).

³⁷ Siffror för 2006, antal företag (bostadsrättsföreningar exkluderade).

³⁸ www.nutek.se

samverkansaspekten i ett antal frågor i postenkäten till företagare (kapitel 7) samt i form av intervjuer (kapitel 8).

3 Generell överblick

I kapitlet beskrivs solo- och mikroföretagens struktur med utgångspunkt i utvecklingen av antalet arbetsställen mellan 1986 och 2006. Företagsstrukturen i grupper av kommuner med hög respektive låg tillgänglighet till tätorter med minst 20 000 invånare jämförs. Efter samma geografiska indelning kartläggs därefter samtliga mellan 1996 och 2000 nystartade arbetsställen och nystartade soloföretag (soloföretag med endast ett arbetsställe) som överlevt en femårsperiod.

Kapitlet fortsätter med en generell beskrivning av den senaste utvecklingen för företag i de basnäringar som förutsätter gles- och landsbygdsområden – jordbruket, skogen, fisket, gruvorna och rennäringen. Avslutningsvis följer en genomgång av företagandet inom den sociala ekonomin.

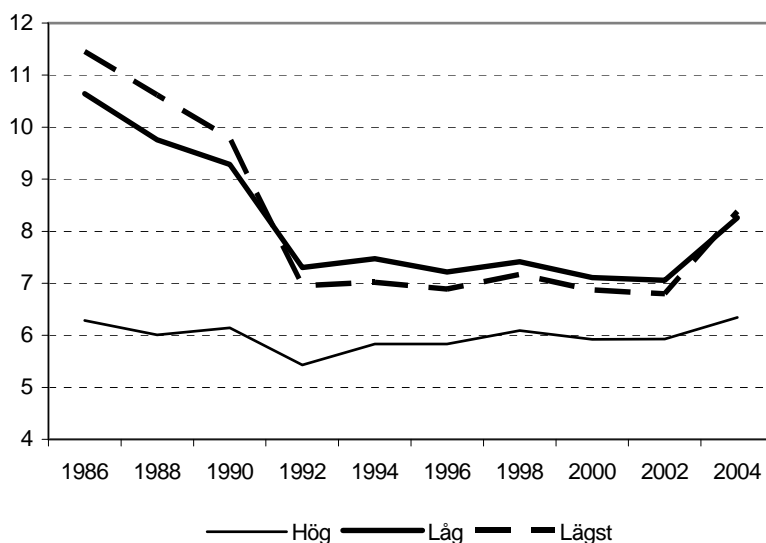
3.1 Små arbetsställen och nya soloföretag

3.1.1 Arbetsställen med upp till 9 sysselsatta

86 procent av den totala stocken av arbetsställen har färre än 10 sysselsatta. Drygt hälften, 53 procent, av alla arbetsställen saknade anställda år 2005 (s.k. soloföretag). Den sysselsatte och företagsledaren är i dessa fall samma person. De står för knappt 7 procent av den totala sysselsättningen. Andelen arbetsställen utan anställda är i genomsnitt större i kommuner med låg tillgänglighet än i kommuner med hög tillgänglighet. Sedan 1986 har andelen dock minskat där tillgängligheten är låg (*figur 3.1*). Skillnaderna i andelen arbetsställen utan anställda mellan kommungrupperna är idag mindre än de var för två decennier sedan.

Under ett par år i början av 1990-talet försvann ca. en halv miljon arbetstillfällen p.g.a. de kombinerade struktur- och konjunkturkriserna i svensk ekonomi. En effekt av krisåren var att nedgången i andelen sysselsatta i soloföretag, som påbörjats under 1980-talet, förstärktes. Antalsmässigt har det skett en återhämtning, men andelen av den totala sysselsättningen har i kommuner i mindre tillgängliga delar av landet inte alls återgått till nivåerna före krisåren. De allra senaste åren syns dock en stark uppgång, men det är för tidigt att uttala sig om den vänder trenden och åter ökar gapet mellan kommungrupperna. Återhämtningen till nivån före krisen i resterande delar av landet kom dock ganska snart efter att de värsta effekterna av krisen ebbat ut.

Figur 3.1 Totalt antal arbetsställen utan anställda som procentandel av total sysselsättning i kommungrupper med hög, låg respektive lägst tillgänglighet, 1986-2005. Hela Sverige.



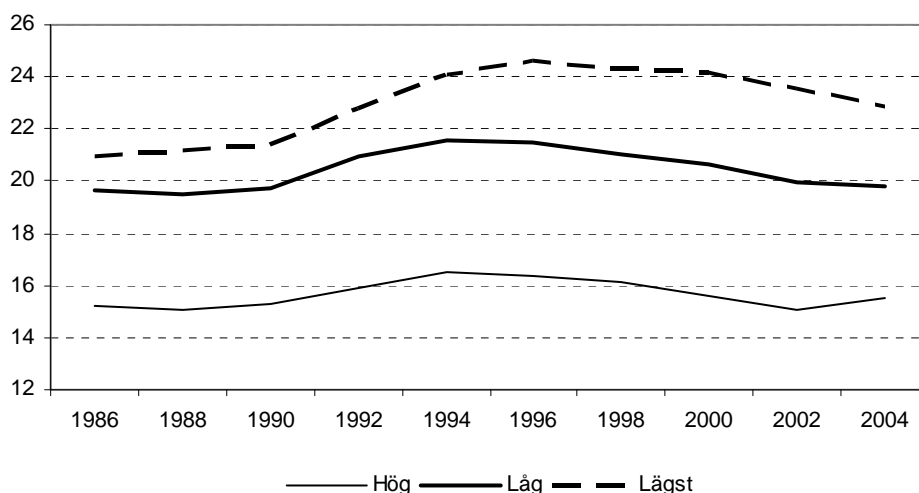
Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

Anm. Hög tillgänglighet (grupp 1-3), Låg tillgänglighet (grupp 4-5), Lägst tillgänglighet (grupp 5). Öckerö kommun inkluderad i grupp 4-5 (låg tillgänglighet). För gruppindelning, se figur 2.2-2.3. Observera att arbetsställen, inte företag, avses. Siffrorna påverkas därför också av organisatoriska förändringar inom företag.

Cirka ett av tre av alla arbetsställen har 2-9 sysselsatta (företagaren inräknad) vilket år 2005 motsvarade 16 procent av det totala antalet sysselsatta. Sysselsättningsmässigt spelar dessa arbetsställen en ännu större roll i kommuner med låg tillgänglighet, vilket återspeglas i *figur 3.2*. I synnerhet gäller det i den delgrupp av kommuner vars befolkning har den allra lägsta tillgängligheten till större tätorter. Andelen har dessutom ökat något över tid. Den generella ökningen i början av 1990-talet, under de ekonomiska krisåren, beror till stor del på att större företag och arbetsställen (fler än 9 sysselsatta) tvingades skära ned sina verksamheter.

I kommuner med den lägsta tillgängligheten har uppgången i början av 1990-talet i andelen sysselsatta i arbetsställen med 2-9 sysselsatta inte ersatts av en riktigt lika stark återgång under resterande del av decenniet. Den relativa tillbakagången har dessutom varit mer utdragen i tid i dessa de lägst tillgängliga delarna av landet, jämfört med övriga landet. De större arbetsställena och företagen har tagit tillbaka sina andelar av den totala sysselsättningen i högre grad i de mer tillgängliga delarna av landet.

Figur 3.2. Totalt antal arbetsställen med 2-9 sysselsatta som procentandel av total sysselsättning i kommungrupper med hög, låg respektive lägst tillgänglighet, 1986-2005. Hela Sverige.



Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

Anm. Hög tillgänglighet (grupp 1-3), Låg tillgänglighet (grupp 4-5), Lägst tillgänglighet (grupp 5). Öckerö kommun inkluderad i grupp 4-5 (låg tillgänglighet). För gruppindelning, se figur 2.2-2.3. Observera att arbetsställen, inte företag, avses. Siffrorna påverkas därför också av organisatoriska förändringar inom företag.

3.1.2 Nystartade arbetsställen och deras överlevnadsgrad

Generellt avvecklas nystartade företag ganska snart på olika sätt och av olika anledningar. De allra flesta försvinner under det första året. Överlevnadsgraden ökar dock över tid och efter fem år är den jämförbar med den som gäller för företag som varit verksamma under längre tid.³⁹ I rapporten studeras därför särskilt utvecklingen av arbetsställen och företag som överlevt sin första femårsperiod, dvs. den kritiska etableringsfasen.

Överlevnadsgraden fem år efter företagsstart har studerats tidigare, med olika resultat. Lundström rapporterar att 59 procent av de nyregistrerade företagen år 1988 fanns kvar efter fem år.⁴⁰ I ITPS urval av företag som startade år 1998 var överlevnadsgraden 24 procent fem år senare.⁴¹ *Tabell 3.1* redovisar antalet nya arbetsställen mellan 1996-2000 samt hur stor andel av dessa som hade överlevt en femårsperiod. Där anges en överlevnadsgrad på 31 procent för samtliga arbetsställen som startat någon gång mellan 1996 och 2000. Tabellen visar att tillskottet av arbetsställen i absoluta tal var särskilt lågt 1996 respektive särskilt högt 1997. Samtidigt var överlevnadsgraden något högre såväl 1996 som 1997 än senare under perioden. En jämförelse mellan dessa tre källor indikerar en minskad överlevnadsgrad över tid, med en viss osäkerhet på exakt vilken nivå den idag ligger.

³⁹ Andersson L-F, (2007), "Företagsdynamik och tillväxt", sid: 79. Siffran gäller för genuint nya företag som startades år 1998.

⁴⁰ Lundström A, (1996), "Nyföretagandets villkor och möjligheter", sid: 50.

⁴¹ Andersson L-F, (2007), "Företagsdynamik och tillväxt", sid: 79.

Tabell 3.1. Totalt antal nystartade arbetsställen mellan 1996 och 2000 samt andel av dessa som överlevt fem år. Hela Sverige.

	Antal nya arbetsställen	Andel nya arbetsställen av befintlig arbetsställestock / sysselsatta. Procent.	Andel överlevande fem år senare. Procent.
1996	62 266	14,1 / 1,7	32,3
1997	71 572	15,9 / 2,0	32,0
1998	67 257	14,6 / 1,8	30,5
1999	65 544	14,2 / 1,7	29,5
2000	65 648	14,1 / 1,7	29,4
Summa	332 287	14,6 / 1,8	30,8

Källa: FAD.

Anm. Observera att arbetsställen, inte företag, avses. Siffrorna påverkas därför av organisatoriska förändringar inom företag.

I *tabell 3.2* redovisas samma siffror nedbrutna i grupper med olika grad av tillgänglighet, och ackumulerade över hela tidsperioden, 1996-2000. De allra flesta nya arbetsställen startas i kommuner med en högre tillgänglighet än landets genomsnitt. Överlevnadsgraden är här marginellt större än i kommuner med låg tillgänglighet. Något tydligare är det att överlevnadsgraden i kommuner med hög tillgänglighet är större än i kommuner med den *lägsta* tillgängligheten.

Tabell 3.2. Totalt antal nystartade arbetsställen mellan 1996 och 2000 samt andel av dessa som överlevt fem år. Ackumulerat antal 1996-2000 fördelade efter hög, låg respektive lägst tillgänglighet. Hela Sverige.

	Antal nya arbetsställen	Procentandel nya arbetsställen av befintlig arbetsställestock (respektive av sysselsatta*).	Procentandel överlevande fem år senare.
Hög tillgänglighet	278 858	15,0 (1,8)	30,9
Låg tillgänglighet	53 429	12,8 (1,9)	29,9
...varav <i>Lägst tillgänglighet</i>	11 549	13,6 (2,1)	27,3
Totalt	332 287	14,6 (1,8)	30,8

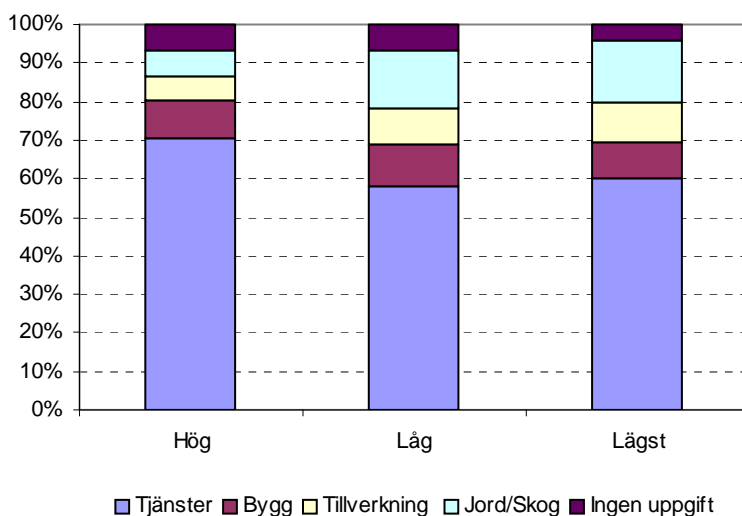
Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

* Antalet sysselsatta beräknat som ett genomsnittsår för perioden 1996-2000.

Anm. Hög tillgänglighet (grupp 1-3), Låg tillgänglighet (grupp 4-5), Lägst tillgänglighet (grupp 5). Öckerö kommun inkluderad i grupp 4-5 (låg). För gruppindelning, se figur 2.2-2.3. Observera att arbetsställen, inte företag, avses. Siffrorna påverkas därför också av organisatoriska förändringar inom företag.

Av de arbetsställen som överlevt en femårsperiod (se kolumnen längst till höger i *tabell 3.2*) har de allra flesta startats inom tjänstesektorn. Det gäller både i gruppen av kommuner med låg tillgänglighet och i hög tillgänglighet, även om det är en klart större andel i den senare. Den lägre nybildningen av arbetsställen inom tjänsteproduktionen i gruppen med låg tillgänglighet vägs främst upp av en högre i de areella näringarna (*figur 3.3*). Den stora betydelsen av jord- och skogsbrukssektorn är ett oväntat resultat, mot bakgrund av det minskade antal jordbruksföretag som allmänt kan ses under samma period (se mer i avsnitt 3.2).

Figur 3.3. Totalt antal nystartade arbetsställen per bransch mellan 1996 och 2000 som överlevt fem år. Ackumulerat antal 1996-2000 fördelade efter hög, låg respektive lägst tillgänglighet. Hela Sverige.



Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

Anm. Hög tillgänglighet (grupp 1-3), Låg tillgänglighet (grupp 4-5), Lägst tillgänglighet (grupp 5). Öckerö kommun inkluderad i grupp 4-5 (låg tillgänglighet). För gruppindelning, se figur 2.2-2.3. I Tillverkning ingår även mineralutvinning. Försörjning av el/gas/värme/vatten är exkluderad. Observera att arbetsställen, inte företag, avses. Siffrorna påverkas därför också av organisatoriska förändringar inom företag.

3.1.3 Nystartade soloföretag

Representationen av nystartade företag utan anställda, s.k. soloföretag, är hög. Tre av fyra nystartade företag som hade överlevt en femårsperiod startades utan anställda åren 1996-2000. Av dessa förblir 70 procent soloföretag över en femårsperiod. De återstående har anställt en eller flera eller ökat antalet anställda under perioden men sedan tappat dem igen. *Tabell 3.3* illustrerar översiktligt sysselsättningsutvecklingen under en femårsperiod för samtliga nystartade soloföretag mellan 1996 och 2000.

Tabell 3.3: Totalt antal nystartade företag mellan 1996 och 2000 som överlevt fem år. Fördelade efter antalet anställda vid företagsstart samt efter soloföretagens sysselsättningsutveckling. Hela Sverige.

Startår (femårsperiod)	Startat med anställda	Startat utan anställda = soloföretag				Totalt
		Ej anställt under perioden	Har inga anställda vid periodens slut, men har anställt under perioden	Har anställda vid periodens slut	Totalt	
1996 (1997-2001)	4 121	9 930	1 239	2 929	14 098	18 219
1997 (1998-2002)	5 066	11 297	1 480	3 326	16 103	21 169
1998 (1999-2003)	4 621	9 513	1 348	2 738	13 599	18 220
1999 (2000-2004)	4 425	8 893	1 226	2 756	12 875	17 300
2000 (2001-2005)	4 748	8 703	1 166	2 842	12 711	17 459
Summa 1996-2000	22 981	48 336	6 459	14 591	69 386	92 367

Källa: FAD.

Anm. Med företag avses företag som endast har ett arbetsställe ("ett-arbetsställe-företag").

Sysselsättningsutvecklingen för soloföretag skiljer sig dock mellan olika branscher och sektorer av ekonomin (*tabell 3.4*). Framförallt avviker mönstret för de areella näringarna. Här är andelen som förblir soloföretagare över en femårsperiod ca. 10

procentenheter större än för ekonomin i sin helhet. Följaktligen är andelen som har anställda vid periodens slut låg – drygt 12 procent. En trolig anledning är att det framförallt inom jordbruket, i högre grad än i andra branscher, är vanligare att familjemedlemmar e.d. rycker in och gör arbetsinsatser vid behov. Störst andel som har erfarenhet av anställningar finns inom tillverkningsindustrin - 37 procent av samtliga företag som startat utan anställda någon gång mellan 1996 och 2000.

Tabell 3.4. Totalt antal nystartade soloföretag mellan 1996 och 2000 som överlevt fem år. Ackumulerat antal 1996-2000 fördelade i procent efter bransch och sysselsättningsutveckling. Hela Sverige.

	Antal företag	Ej anställt under perioden	Inga anställda vid periodens slut, men har anställt under perioden	Har anställda vid periodens slut	Totalt
Jord/Skog/Fiske/Jakt	6 773	79,3	8,2	12,5	100
Tillverkning	4 360	63,1	10,5	26,4	100
Bygg	7 589	66,6	9,4	24,0	100
Tjänster	43 843	65,4	10,4	24,2	100
Totalt	62 565	69,7	9,3	21,0	100

Källa: FAD.

Anm. I Tillverkning ingår även mineralutvinning. Försörjning av el/gas/värme/vatten är exkluderad. Med företag avses företag som har endast ett arbetsställe ("ett-arbetsställe-företag").

Några stora skillnader mellan de överlevande nya företagens sysselsättningsstrukturer och utveckling finns inte mellan olika kommungrupper. Det kan dock noteras att andelen som startade som soloföretag och som anställt under en femårsperiod i genomsnitt är något större i kommuner där förutsättningarna för företagande som är betingade av tillgänglighet kan ses som mindre bra (tabell 3.5). Även erfarenhet av anställningar, även om anställningarna senare har försvunnit, är något större i kommuner med den lägsta tillgängligheten än i landet i stort. Faktum är att andelen som här har eller haft anställda fem år efter företagsstarten i genomsnitt tangerar det riksgenomsnitt som gäller för tillverkningsindustrin – en bransch i vilken anställningsbenägenheten var som störst för nystartade soloföretag under perioden 1996-2000 (se tabell 3.4 ovan). Något hårdraget ser vi att anställningsbenägenheten är större ju lägre tillgängligheten är.

Tabell 3.5: Totalt antal nystartade företag mellan 1996 och 2000 som överlevt fem år. Ackumulerat antal soloföretag 1996-2000 fördelade i procent efter sysselsättningsutveckling samt hög, låg respektive lägst tillgänglighet. Hela Sverige.

	Startat med anställda	Startat utan anställda = soloföretag								Totalt
		Ej anställt under perioden		Inga anställda vid periodens slut, men har anställt under perioden		Har anställda vid periodens slut		Totalt		
		Antal	%	Antal	%	Antal	%	Antal	%	
Hög tillgänglighet	19 489	40 858	70	5 328	9	12 229	21	58 415	100	77 904
Låg tillgänglighet	3 492	7 478	68	1 131	10	2 362	22	10 971	100	14 463
...varav Lägst tillg.	771	1 255	63	245	12	504	25	2 004	100	2 775
Totalt	22 981	48 336	70	6 459	9	14 591	21	69 386	100	92 367

Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

Anm. Hög tillgänglighet (grupp 1-3), Låg tillgänglighet (grupp 4-5), Lägst tillgänglighet (grupp 5). Öckerö kommun inkluderad i grupp 4-5 (Låg). För gruppindelning, se figur 2.2-2.3. Med företag avses företag som har endast ett arbetsställe ("ett-arbetsställe-företag").

Andelen med erfarenhet av anställningar - i synnerhet den grupp av kommuner som har den lägsta tillgängligheten - dras ändå ned av det faktum att jordbrukssektorn

är så betydelsefull för de nystartade soloföretagen. Ett av fem nystartade soloföretag är verksamt inom jord- och skogsbruk. Jordbrukssektorn utmärks av få tillväxande företag, de flesta förblir soloföretag. En branschvis fördelning av sysselsättningsutvecklingen för soloföretag visar dock att andelen som växer sysselsättningsmässigt också är klart större i tillverkning, bygg och tjänster i kommuner med låg tillgänglighet jämfört med de med hög (tabell 3.6).

Tabell 3.6. Totalt antal nystartade soloföretag mellan 1996 och 2000 efter hög/låg/lägst tillgänglighet och bransch. Fördelade i andel av samtliga företag respektive i andelen som har anställt efter fem år. Ackumulerat antal 1996-2000. Hela Sverige.

	Hög		Låg		Lägst		Totalt	
	% av ftg.	% som anställt	% av ftg.	% som anställt	% av ftg.	% som anställt	% av ftg.	% som anställt
Jord/Skog	8	20	19	21	20	23	10	21
Tillverkning	6	36	8	40	9	46	6	37
Bygg	11	33	12	37	10	47	11	33
Tjänster	65	34	52	38	54	43	63	35
Totalt	90	30	91	32	93	37	90	30

Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

Anm. Hög tillgänglighet (grupp 1-3), Låg tillgänglighet (grupp 4-5), Lägst tillgänglighet (grupp 5). Öckerö kommun inkluderad i grupp 4-5 (låg). För gruppindelning, se Figur 2.2-2.3. Med företag avses företag som har endast ett arbetsställe ("ett-arbetsställe-företag"). Företag med okänd branschuppgift samt inom el/gas/värme/vatten redovisas ej, varför antal företag ej summeras till 100 procent.

3.1.4 Sammanfattning

De allra flesta *arbetsställen* har ett begränsat antal sysselsatta. Drygt hälften hade år 2005 inga anställda alls. Lägg de arbetsställen till med mellan 2-9 sysselsatta omfattas nästan nio av tio arbetsställen i Sverige. Dessa sysselsätter nästan en av fyra i arbetskraften.

Knappt ett av tre, eller drygt 100 000, av samtliga nybildade *arbetsställen* mellan 1996 och 2000 överlevde en femårsperiod. Överlevnadsgraden var något mindre i kommuner med låg tillgänglighet. De överlevande arbetsställena startas främst inom tjänstesektorn, i synnerhet i den grupp av kommuner som har en hög tillgänglighet. I den andra gruppen, med låg tillgänglighet, var också jord- och skogsbruket en viktig näring för nystartade arbetsställen under perioden 1996-2000.

Tre av fyra nystartade *företag* (med endast ett arbetsställe) under perioden 1996-2000, som hade överlevt en femårsperiod, var ett soloföretag. Ett av fem av dessa företag hade anställda vid periodens slut. Lägger vi till dem som har haft anställda någon gång under perioden, men inte vid periodens slut, har nästan vart tredje företag som startat utan anställda erfarenhet av anställda efter fem års verksamhet.

Särskilt stor är anställningsbenägenheten inom tillverkningsindustrin, där nästan två av fem soloföretag har eller har haft anställda efter fem års verksamhet. Särskilt få är anställningarna inom jord- och skogsbruk, där endast ett av fem företag har någon erfarenhet av det. Samtidigt står den areella näringen för en stor del av tillflödet av nya soloföretag mellan 1996 och 2000, i synnerhet i kommuner vars befolkning har en låg tillgänglighet till större tätorter. Där är ett av fem nystartade soloföretag, som överlevt en femårsperiod, ett jord- eller skogsbruksföretag.

I kommuner med den allra lägsta tillgängligheten i landet är andelen företag som startat som soloföretag, men som någon gång anställt under en femårsperiod, större jämfört med såväl de delar av landet som ligger under riksgenomsnittet gällande tillgänglighet som de som ligger över. I genomsnitt har här knappt fyra av tio företag erfarenhet av anställningar. Riksgenomsnittet ligger på tre av tio.

I korthet och med avseende på de geografiska förutsättningarna, mätt som olika grader av tillgänglighet, är (1) andelen sysselsatta i arbetsställen med upp till 9 sysselsatta i genomsnitt större i kommuner med låg tillgänglighet än i kommuner med hög tillgänglighet. (2) Andelen nystartade arbetsställen är ungefär lika stor oavsett tillgänglighet. (3) Överlevnadsgraden (baserad på en femårsperiod) är något lägre för arbetsställen i områden med mycket låg tillgänglighet. (3) Det är vanligare bland de överlevande arbetsställena i kommungruppen med låg tillgänglighet att verka inom jord- och skogsbrukssektorn jämfört med den som har en hög tillgänglighet. De senare har istället en större andel företagare inom tjänstesektorn. (4) En större andel av de nystartade soloföretagen i mindre tillgängliga kommuner, jämfört med de mer tillgängliga, har anställda fem år efter företagsstarten. Allra störst är andelen i kommuner med den allra lägsta tillgängligheten och (5) det gäller i alla branscher som särredovisats (jord/skog, tillverkning, bygg respektive tjänster).

3.2 Areella näringar

Sveriges basnäringar utgår från jorden, skogen, fjällen, vattnen och berggrunden. Av naturliga skäl återfinns de huvudsakligen i gles- och landsbygder samt i skärgården. De areella näringarna har i rapporten avgränsats till jordbruk, skogsbruk, fiske, gruvnäring samt rennäring. En kort överblick över omfattning och utveckling lämnas i detta avsnitt.

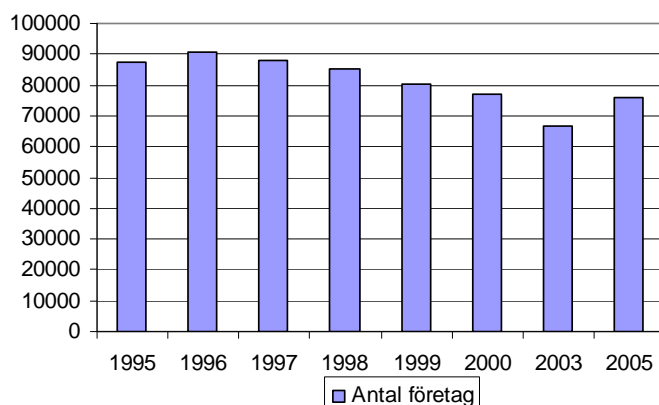
3.2.1 Jordbruket

Jordbruket har länge varit i stark förändring. Under slutet av 1870-talet svarade jordbruket för 70 procent av sysselsättningen i Sverige och närmare 40 procent av BNP. 1880 försörjde sig drygt tre miljoner invånare på jordbruket. Under 1930-talet passerade industrin och blev den största branschen. Från 1940 och framåt förvandlades jordbruket från att i första hand vara en näring byggd på djurs och människors muskelkraft, till att bli en högteknologisk, starkt specialiserad näring med ett begränsat antal sysselsatta.

Med utgångspunkt i den senaste tio-årsperioden kan några siffror som speglar utvecklingen presenteras. 1995 fanns drygt 90 000 jordbruksföretag i Sverige och antalet minskade fram till 2003 då det fanns 66 780 jordbruksföretag. På grund av den reformering som pågår av EU:s jordbrukspolitik ersattes i januari 2005 flera tidigare stöd med ett s.k. gårdsstöd.⁴² Övergången från produktionsstöd till gårdsstöd, medförde en ökning av jordbruksföretagen igen så att de 2005 var 75 800 (*figur 3.4*). En förklaring är att då kom små hästgårdar med bara en eller två fritidshästar in i statistiken, när de blev stödberättigade. En annan förklaring är att jordägare återtog mark från arrendatorer för att kunna få del av stöden. Följden blev att två företag registrerades i stället för tidigare ett. Det var främst de minsta företagen på mellan två och fem hektar som blev fler.

⁴² <http://www.eu-upplysningen.se>

Figur 3.4. Antal jordbruksföretag i Sverige



Källa: SCB.

Anm. Efter år 2000 redovisas antal jordbruksföretag endast de år s.k. strukturundersökning genomförs (hittills 2003 och 2005).

Cirka 12 procent av jordbruksföretagen hade 2005 en kvinna som första ägare eller driftsledare. Av de kvinnor som är maka eller sambo till lantbrukare är det en majoritet som har annat arbete utanför företaget. Totalt har jordbruksföretagen inkomster från annat arbete motsvarande 15-20 miljarder kronor. Åldersfördelningen bland jordbrukare ger aktualitet till diskussionen om generationsväxling. Var femte jordbruksföretagare var över 65 år 2005. Två tredjedelar var mellan 40 och 65 år. Genomsnittsåldern för de kvinnor som är jordbrukare var något lägre än den var för män.⁴³

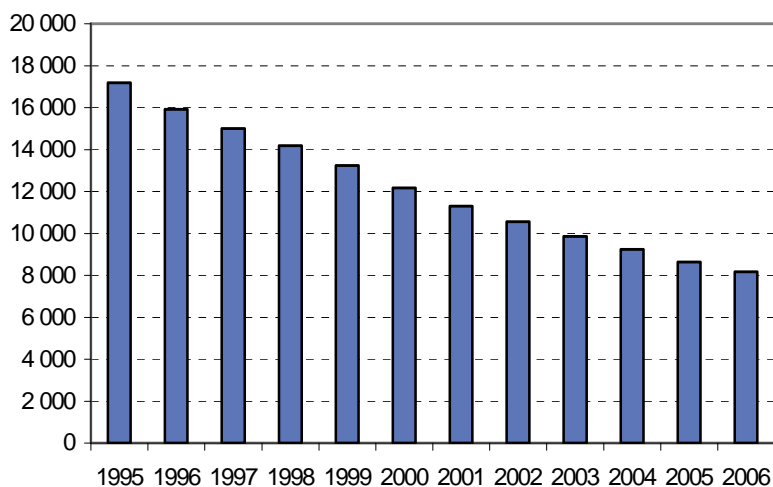
En mycket dramatisk utveckling står antalet mjölkproducenter för. Från 1995 minskade antalet från ca 17 200 till cirka 8 100 år 2006 (figur 3.5). Idag finns bara 15 stora mejerier i hela Sverige med 35 produktionsplatser, som tar hand om mjölken. I ton räknat gick produktionen av mjölk ned något men inte alls lika dramatiskt som för antalet mjölkproducenter. Produktionen av ekologisk mjölk har mer än femdubblats från 30 576 ton år 1997 till 163 595 ton år 2006.

En motsatt trend gentemot de stora mejerierna kan dock iaktas bland de riktigt små producenterna. Under senare år har ett 100-tal gårds- och bymejerier växt fram, som förädlar mjölken på plats, främst till delikatessostar av olika slag. Jämtlands län har en särskilt stor del av den utvecklingen med sina närmare 40 mejerier. Alternativet för de lantbrukare som startat egen förädling har sannolikt varit nedläggning. Genom att ta hand om den egna mjölken och förädla den så har de dels kunnat hålla landskapet i bygden öppet, dels ökat värdet av mjölken upp till åtta gånger.⁴⁴

⁴³ Avsnittet baseras på: Jordbruksverket, "Jordbruksverkets statistiska meddelanden", www.sjv.se; Jordbruksverket, SCB, (2006), "Jordbruksstatistisk årsbok 2006"; Flygare IA, Isaksson M, (2003), "Jordbruket i välfärdssamhället"; Jordbruksdepartementet: (2004) "Det går långsamt fram...", Ds 2004:39; LRF, (2006) "De gröna näringarna nya affärsmöjligheter – nuläge och framtid" www.lrf.se, (2007.02.23)

⁴⁴ Avsnittet baseras på: www.svenskmjolk.se, (2007.07.02), Länsstyrelsen i Jämtlands län, (2004), "Eldrimmer, resurscentrum för småskalig hantverksmässig livsmedelsförädling, utvärdering av Mål 1 projekt"; LRF, (2006) "De gröna näringarna nya affärsmöjligheter – nuläge och framtid" www.lrf.se (2007.02.23)

Figur 3.5. Antal mjölkproducenter i medeltal för respektive år, 1995-2006. Hela Sverige.



Källa: Svensk Mjök, statistik över mjölkleverantörer

Storskalighet och diversifiering

Tendensen är att de största företagen blir allt större och de små jordbruken antingen försvinner eller måste utveckla olika nya verksamheter på gården som förädling, gårdsturism, hästar för fritidsbehov, entreprenadverksamhet i kombination med jordbruket etc. Det är deras strategi för att överleva. Den sammanfaller också med att konsumenternas intresse ökar när det gäller ekologi och rena råvaror, närproducerade, gärna hantverksmässigt framställda, livsmedel av hög kvalitet samt av naturnära upplevelser.

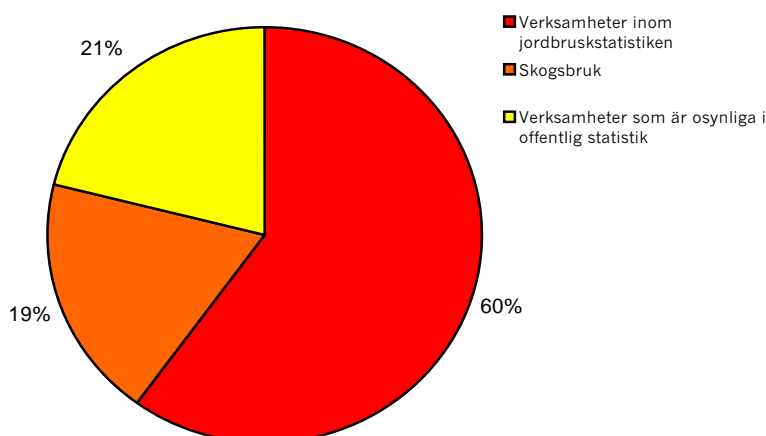
Våren 2006 gjorde LRF för fjärde året i rad en stor enkätundersökning bland sina 165 000 medlemmar i Sverige för att kartlägga deras näringsverksamhet.⁴⁵ Resultatet visar att varje gård i genomsnitt har 3,2 verksamheter. Lite förvånande var att de största företagen, med mer än 100 ha åker, bedriver flest verksamheter på gården: 5,6 i snitt.

Av de verksamheter som rapporterades kan 60 procent återfinnas i jordbruksstatistiken, 19 procent inom skogsbruk och resterande 21 procent är poster som är osynliga i offentlig statistik (figur 3.6). De verksamheter som syns i jordbruksstatistiken är vall, betesdrift, spannmålsproduktion, kött- och mjölkproduktion, får- och getskötsel, odling av oljevaxter, sockerbetor och potatis, höns-, kyckling- och äggproduktion, trädgård och grönsaker samt frukt, bär och prydnadsvaxter i växthus, grisproduktion, biodling, vilt i hägn, gäss, ankor, kalkon och struts. Dessutom finns pälsdjur, övriga djur och övriga grödor.

Antalet verksamheter som inte finns med i offentlig statistik (jordbruksregistret) ökade med ca. 11 procent per år från 2004 till 2006. Det är egen livsmedelsförädling och försäljning, förnybar energi, entreprenad, hästar, turism, träförädling, hälsofrämjande verksamhet, uthyrning, vattenbruk samt övriga tjänster.

⁴⁵ LRF, (2006) "De gröna näringarna nya affärsmöjligheter – nuläge och framtid", www.lrf.se, (2007.02.23)

Figur 3.6. Verksamheter inom jordbruket bland LRF:s medlemmar. Procentuell fördelning för hela Sverige.



Källa: LRF, (2006), "De gröna näringarna nya affärsmöjligheter – nuläge och framtid", www.lrf.se

Enkätmaterialen visar att drygt 1 000 LRF-medlemmar har egen förädling och/eller gårdsbutik. Andra uppgifter tyder på att det totala antalet kan vara betydligt större, kanske upp till ca. 3 000 enheter. Det styrks av den insamling av uppgifter utförd av Eldrimner Resurscentrum i samband med produktionen av sin kartbok över Matsverige; *Smaklust 2006*.⁴⁶ I boken finns 900 företag representerade utifrån dels en strängare definition på hantverk, dels utifrån företagets vilja att delta och därmed ta emot besökare. Ytterligare flera företag med egen förädling och/eller gårdsbutik fanns i det länsvisa underlagsmaterialen.

Eldrimner har målsättningen att det år 2017 ska finnas 10 000 mathantverksföretag i Sverige. 1 000 av dem tros då vara gårds- och bymejerier. Centret har nära kontakter med Frankrike och andra länder i Europa varifrån mycket inspiration har hämtats. Frankrike har 40 000 gårdsmejerier på sina 60 miljoner invånare. I Sverige med våra 9 miljoner invånare skulle det motsvara 6 000 mejerier.⁴⁷

Omsättningen i en sådan gårdsplacerad förädlingsverksamhet under 2006 kan enligt LRF variera mellan några tusenlappar till åtskilliga miljoner kronor per gård och år. Den sammantagna omsättningen, 550 miljoner kronor, väntas öka till cirka 800 miljoner kronor år 2010. De som omsätter mest på sin gårdsförädling (över 500 000 kr/år) arbetar med förädling av mjölk, kött, frukt, bär och grönsaker. 50 procent säljs från egna gårdsbutiker. De största hindren mot att utveckla småskalig livsmedelsförädling vid gårdarna är rädsla för krångliga regelverk, brist på tid och åldersskäl.⁴⁸

Ett stort problem för de småskaligt och hantverksmässigt förädlade produkterna är att nå ut till butikerna, vilket beror på att handeln domineras av ett fåtal större grossister som konkurrerar med pris och egna märkesvaror. Handelsinförande av EDI - ett omfattande centraliserat system för order, varucertifiering, logistik och fakturering - innebär stora investeringskostnader för de små leverantörerna och försvårar att de har direktkontakt med sina lokala handlare. Handeln har också infört en egen revision av leverantörernas egenkontroll. Det innebär att en butikskedja

⁴⁶ Eldrimner, (2006), "Smaklust".

⁴⁷ www.eldrimner.com, (2007-03-16).

⁴⁸ Eldrimner, "Nyhetsbrev nr 4, 2005".

anlitar ett eget revisionsbolag som utför samma revision som kommunerna gör på sina livsmedelsproducenter. Kostnaden för en sådan extra revision får producenten betala och den kan bli ganska dyr när företagen ligger i glesbygd, långt från de städer där revisionsbolagen har sina kontor.⁴⁹

Närmare 6 300 gårdar rapporterade någon form av turismverksamhet 2006. Det är en ökning med 11 procent sedan 2004. Det finns goda möjligheter till synergieffekter mellan gårdsförädling, gårdsbutiker och landsbygdsturism. Medlemmarna betraktar själva alla tre som starkt utvecklingsbara verksamheter, i synnerhet turismen. Dagens omsättning beträffande gårdsturism är knappt 1 000 miljoner kronor och bedöms i LRF-rapporten öka till minst 1 500 miljoner kronor år 2010.

Drygt 4 000 medlemmar anger olika verksamheter som har med hästar att göra. Då ingår inte hästturism (som räknas in i turismverksamhet) och avel, uppfödning och produktion av foder (som räknas in i jordbruksverksamhet). Även den här typen av hästverksamhet beräknas ha goda utvecklingsmöjligheter. Omsättningen 2006 på 345 miljoner kronor väntas öka till 525 miljoner kronor 2010.

De idag ekonomiskt mest betydande verksamhetsgrenarna knutna till jordbruken finns inom entreprenadområdet. 9 500 företag har 3,6 miljarder kronor i omsättning. Ökningen till 2010 väntas bli något långsammare inom detta område men öka till 4,5 miljarder kronor. Snöröjning är den vanligaste verksamheten, men då den bara bedrivs en kort tid av året så är skogs- och anläggningsentreprenader de mest betydande ur ett ekonomiskt hänseende.

2 600 företag har rapporterat att de bedriver någon form av energiproduktion. Då ingår inte bioenergi från skogsbruket i form av avverkningsrester och inte heller den som ingår i leveransvirke och utvinns av skogsindustrin. Energigrödor i söder, skogbaserade råvaror i norr, samt biogas står för underlaget. Antalet företag med energiproduktion har ökat med 30 procent sedan 2004. Energiintäkterna beräknades uppgå till 1 miljard kronor år 2006. Det stora intresset bland lantbrukarna för att satsa på energiområdet gör att omsättningen bedöms uppgå till 1,5 miljarder kronor år 2010.

Betydligt fler kvinnor än män ägnar sig åt verksamheter som turism och hästverksamhet på gårdarna. Detsamma gäller vidareförädling och försäljning av gårdsprodukter. Däremot är det i första hand männen som ägnar sig åt energiproduktion, träförädling, snöröjning och annan entreprenad.⁵⁰

3.2.2 Skogen

Totalt sett är skogen och skogsindustrin en av Sveriges viktigaste näringsgrenar. Det totala produktionsvärdet var år 2004 185 miljarder kronor. Exportvärdet var 109 miljarder kronor, dvs. 13,2 procent av Sveriges totala exportvärde det året.

Sveriges skogsareal är 23 miljoner hektar. 51 procent ägs av enskilda skogsägare, 6 procent av övriga privata ägare, 24 procent av privata aktiebolag, 18 procent av staten och 1 procent av övriga allmänna ägare. Den s.k. impedimentarealen, dvs. myr- berg- och fjällbarrskog är 5,7 miljoner hektar.

En ny klassificering av ägare kom 2004 för att harmonisera med begrepp och definitioner som används inom FAO (FN:s livsmedels- och jordbruksorganisation)

⁴⁹ Eldrimner, (2007), "Årsrapport för 2006", www.eldrimner.com.

⁵⁰ Avsnittet baseras på: LRF, (2006) "De gröna näringarna nya affärsmöjligheter – nuläge och framtid" www.lrf.se. (2007.02.23), intervju med Lisbeth Björk, statistikansvarig på LRF (2007.02.26).

och andra internationella organisationer. Den främsta skillnaden är att aktiebolag som till mer än 50 procent förvaltas av Regeringskansliet har förts över från aktiebolag till ägarklassen Staten. Dessutom förs nu många ägare som tidigare klassificerades som övriga allmänna ägare till övriga privata ägare, t.ex. Svenska kyrkan och allmänningar. Riksdagen beslöt 2001 att staten genom Sveaskog skulle förvärva de utestående aktierna i då delvis statligt ägda Assi Domän AB.⁵¹ Det innebär att Sveaskog AB idag är den största enskilda skogsägaren.

År 2005 fanns det 411 235 skogsägare fördelade på 253 880 taxeringsenheter. 37 procent av skogen ägs av kvinnor, 63 procent av män. Andelen utboägda taxeringsenheter var 24 procent.

År 2006 fanns inom trävaruindustrin 6 700 arbetsställen och 400 inom massa- och pappersindustrin, att jämföras med 6 803 respektive 460 året innan. Antalet anställda motsvarar 13 procent av den svenska industrisysselsättningen. 2006 var de 95 400 personer och av dessa var 15 800 kvinnor och 79 700 män. 21 500 sysselsattes inom skogsbruket, 38 200 inom trävaruindustrin och 35 700 inom massa och papper. En ständigt pågående rationalisering gör att pappers- och massaindustrin minskar i antal och anställda medan de övriga, huvudsakligen småskaliga verksamheterna inom skog och trä ökar.

Produktionen av skogsindustriprodukter under 2006 fördelades på 18 miljoner kubikmeter sågade trävaror (i huvudsak från barrträd), 12 miljoner ton pappersmassa, 4 miljoner ton avsalumassa och 12 miljoner ton papper och papp.

Svensk skogsnäring spelar en avgörande roll i Europas försörjning av pappersmassa, papper och sågade trävaror. Den har också en ansedd position inom internationella organisationer och forum för skogsnäringen. Anledningen är att Sverige länge varit ledande när det gäller branschforskning med stark teknisk utveckling inklusive miljöteknik. Världsmarknaden för skogs- och träindustrins produkter växer kontinuerligt. Den största relativa konsumtionstillväxten väntas ske i Asien och Östeuropa. Även produktionstillväxten är störst i de delarna av världen samt i Latinamerika. Den svenska skogs- och träindustrins marknader inom EU växer, men i lägre takt.

För träindustrin är mönstret att arbetskraftsintensivt snickeri och möbelindustri lokaliseras till låglöneländer. Konkurrensmedel för de svenska företagens del är att satsa på kunskapsintensiva och förädlade produkter, funktion och systemlösningar. Miljövänliga processer, arbete i nätverk och samverkan är andra. Utvecklingen av trävärdekedjor inom trä- och möbelindustri liksom innovativa lösningar när det gäller att utveckla traditionellt byggande. Genom samverkan kan små företag fördela riskerna och gemensamt satsa på forskning, produktutveckling och marknadsföring.⁵²

3.2.3 Fisket

Den 31 december 2006 bestod den svenska havsfiskeflottan av 1 562 fartyg, en minskning med 27 fartyg sedan 2005. Sedan 1999 har antalet minskat med cirka 400 båtar.

Avkastningen av Saltsjöfisket har varierat de senaste tio åren. 1995 uppgick det till drygt 913 miljoner kronor, ökade år 2001 till 1 174 miljoner kronor och minskade sedan till 831 miljoner kronor år 2004 för att sedan gå uppåt igen till 888 miljoner kronor 2005. Värdet av det yrkesmässiga fisket i sötvatten har däremot sakta men

⁵¹ Prop. 2001/02:39, bet. 2001/02:NU7.

⁵² Avsnittet baseras på: Skogsstyrelsen, "Skogsstatistisk årsbok 2006"; www.skogsstyrelsen.se/statistik (2007-07-05); Näringsdepartementet, (2005), "Skogs- och träindustrin -en del av Innovativa Sverige".

säkert ökat från 1995 då det var 41,6 miljoner kronor till 2005 då det var 51,9 miljoner kronor.

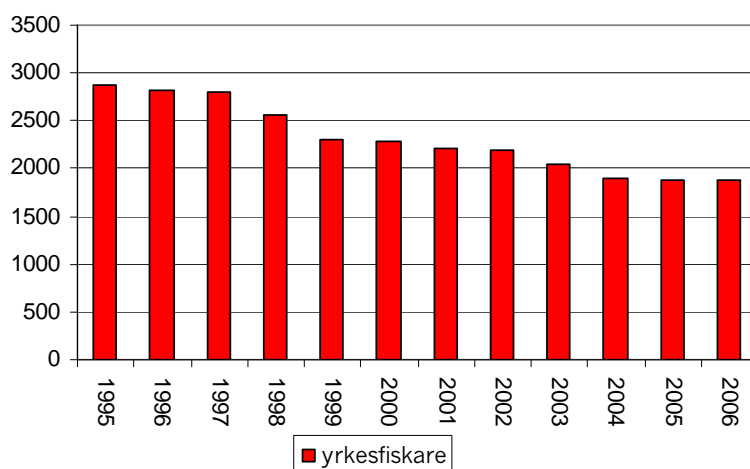
1997 fanns drygt 2 500 personer med yrkesfiskelicens, 2006 hade antalet sjunkit till 1 881 (se figur 3.7). Den absoluta majoriteten av dem, 1 692 personer, i havsvatten. Antalet anställda är fler, då det inte är nödvändigt att ha licens för att arbeta på en båt.

Yrkesfisket i Sverige bedrivs framför allt i Skagerak, Kategatt, Östersjön och Bottenviken. Svenska fiskare har även tillträde till Nordsjön. Insjöfiske bedrivs yrkesmässigt huvudsakligen i Vänern, Vättern, Mälaren, Hjälmaren och Storsjön. Fiskeflottan är störst på västkusten. Inom västra Götalandregionen fanns 723 yrkesfiskare, 40 procent av det totala antalet i Sverige. I norra Sverige kan omfattningen exemplifieras med Norrbotten där det 2006 fanns 60 yrkesfiskare eller tre procent av hela antalet i Sverige. Där har antalet minskat med 45 procent sedan 1995. Den minskningen är större än för landet i genomsnitt.

Medelåldern är hög bland yrkesfiskarna och kvinnorna är extremt få. Andelen fiskare som är över 50 år har ökat sedan 1995. 2005 var det totala antalet yrkesfiskare 1 902 personer, varav 19 kvinnor och 1 883 män.

Ovanstående gäller yrkesfisket. Sportfisket, som till stor del kan inkluderas i besöksnäringen, är en stor och växande aktivitet, inte minst i Norrlands inland. Här blir den ekonomiska omfattningen svår att följa då den utöver själva fångsten kan sägas inkludera fiskekort, redskap, logi, båthyror, eventuella guidekostnader, resor, inköp av måltider eller livsmedel m.m.⁵³ Glesbygdverket har dock i denna rapport valt att inte inkludera besöksnäring och därmed inte heller även fisketurism, jaktturism och liknande.⁵⁴

Figur 3.7. Utveckling av antalet yrkesfiskare med licens 1995-2006



Källa: Fiskeriverket, bearbetning av Glesbygdverket

3.2.4 Gruvorna

Gruvindustrin med service och tjänstenärings är en bransch som upplever en mycket stark uppgång i Sverige och i världen. Vid sidan av skogsnäringen är gruvorna och de georelaterade näringarna bland de viktigaste motorerna för tillväxt och arbetstillfällen

⁵³ Det finns dock försök till uppskattningar av detta. Vid kulturgeografiska institutionen, Umeå Universitet har t.ex. en sådan studie utförts. Se Weissglas G, (1996), "Lax i strida strömmar: sportfisket som regional utvecklingsresurs".

⁵⁴ Avsnittet baseras på: Fiskeriverket, www.fiskeriverket.se/statistik; Miljöportalen., www.miljomal.nu.

i norra Sveriges glesbygder. Den stora efterfrågan på stål och andra metaller förklaras i huvudsak av Kinas snabba ekonomiska tillväxt.

Sverige är EU:s mest betydande malmproducent. Rena svenska malmer har traditionellt varit en förutsättning för produkter av hög kvalitet. Europa förbrukar 20 procent av världens samlade mineralresurser men producerar bara tre procent av dem. Trycket är därför starkt på att utveckla prospekteringen i den gamla berggrund som återfinns i Finland, Sverige och Norge och som anses innehålla många fler värdefulla fyndigheter i världsklass än de som redan exploaterats. Andra tillgångar som gör Sverige attraktivt är att vi anses ha ekonomisk och politisk stabilitet, bra vägar och annan infrastruktur, databaser av världsklass, bra informationsservice och en enkel och förståelig minerallagstiftning. Miljölagstiftningen är relativt sträng, men i gengäld stabil. Företagen måste återställa exploaterade områden enligt de planer man fastslagit innan gruvbrytningen startar.

Prospekteringen, dvs. letandet efter fyndigheter, är en kostsam process. I snitt kostar det 50-150 miljoner kronor att komma så långt som att hitta utvinningsbar malm. Att sedan bygga upp en gruva kostar 250-1 000 miljoner kronor. Det är huvudsakligen internationella, mycket kapitalstarka företag som har råd att syssla med den här verksamheten. SGU (Sveriges geologiska undersökningar) har därför regeringens uppdrag att marknadsföra Sverige som en intressant nation ur prospekteringssynpunkt och det uppdraget sköts via SGU:s filial i Malå.

Svenska staten avslutade sin prospekteringsverksamhet 1992 och minerallagstiftningen ändrades så att det blev möjligt att öppna upp de svenska tillgångarna för internationella bolag.

Bergsstaten är den myndighet som beviljar undersökningstillstånden och från att ha haft cirka 150 ansökningar per år 2001 – 2004, ökade antalet ansökningar till 422 år 2005 och till 500 år 2006, i huvudsak från utländska bolag. Bergsstaten hann bevilja 377 ansökningar under 2006 och förde över resten till 2007. De flesta, 161 stycken, gällde Bergslagen där man bara hade åtta ansökningar 2003. Västerbotten fick 119 nya tillstånd, att jämföras med 35 år 2003. Utvecklingen i t.ex. Jämtland är också intressant. I början av 2000-talet fanns inga undersökningstillstånd i länet, medan 25 nya beviljades år 2006.

Totalt var våren 2007 antalet undersökningstillstånd för metaller och mineral i Sverige 1 102 och ytterligare 123 ansökta. Beträffande diamanter och olja som regleras i en särskild lagstiftning, fanns 32 beviljade tillstånd och tre ytterligare ansökta. I *figur 3.8* visas undersökningsområdenas geografiska utbredning.

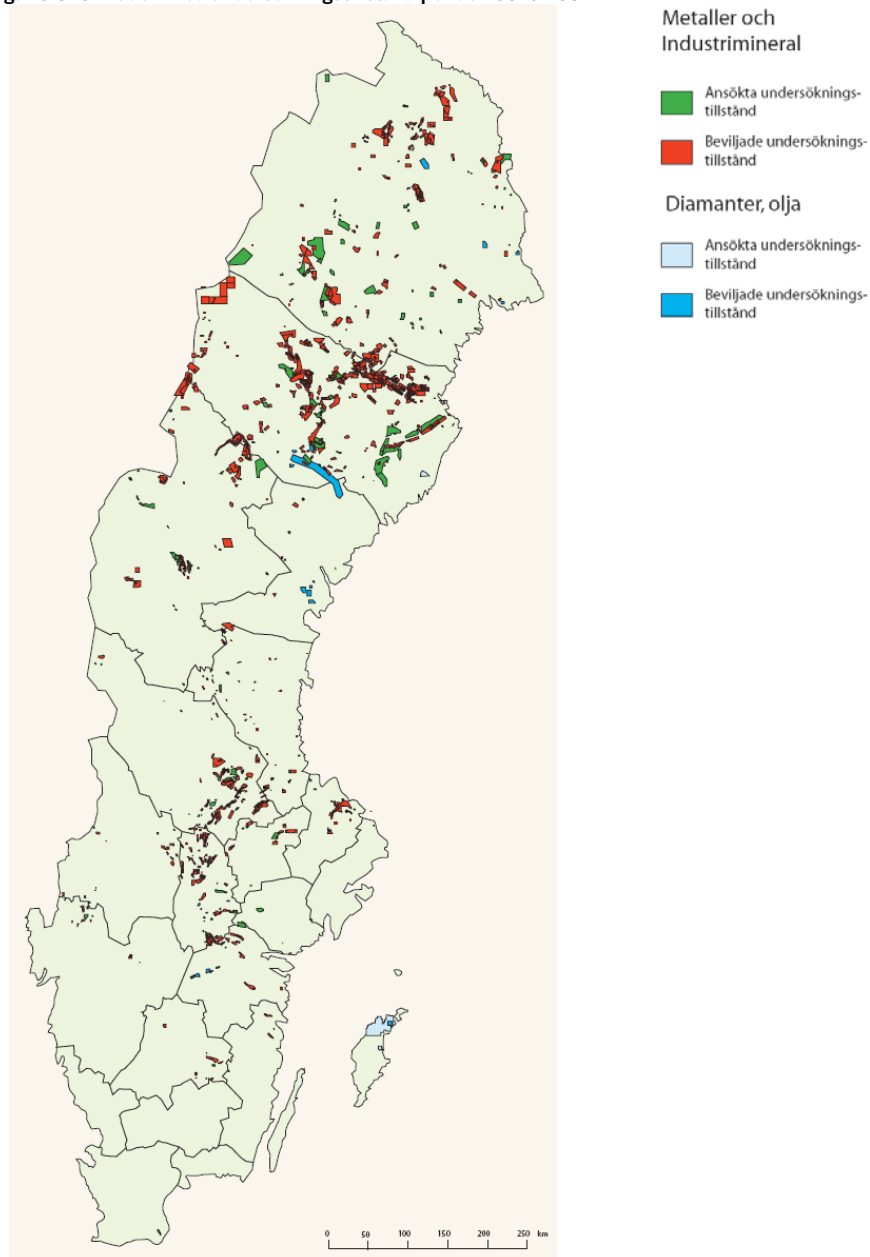
Drygt ett 70-tal bolag med beviljade undersökningstillstånd finns i Sverige. De största bolagen är Anglo American BHP/Billiton, LKAB, New Boliden, Phelps Dodge och Rio Tinto. Innehavare av största tillståndsareal är Boliden Mineral AB, International Gold Exploration IGE AB, Lappland Goldminers AB, Mawson Sweden AB, North Atlantic Natural Resources AB och Lundin Mining Exploration.

Prospekteringen ökar stadigt. Under 2004 prospekterades för 250 miljoner i Sverige, under 2005 för närmare 300 miljoner och under 2006 för 365 miljoner kronor.

Antalet gruvor i drift var vid 2006 års utgång 17. Det finns två järnmalmsgruvor och elva sulfidmalmsgruvor (koppar, zink, bly m.m.) samt två guldmalmsgruvor. Även två brott där det bryts eldfast lera räknas till gruvorna. Två nya startade under året, den ena i Norrliden, Norsjö kommun av North Atlantic Natural Resources AB och den andra i Dannemora, Östhammars kommun, av Dannemora Mineral AB. Inom torvbrytningen beviljades 184 nya bearbetningskoncessioner 2006. Andra

områden med stor utvecklingspotential är natursten, industrimineral som kalksten, kvartsit, fältspat och leror, samt bergmineral som krossberg, naturgrus, m.m.

Figur 3.8. Områden med undersökningstillstånd per den 30/6 2007



Källa: SGU (2007), särskild bearbetning för Glesbygdsverket.

Ett problem när det gäller att beskriva gruv- och mineralverksamheten i Sverige är svårigheten att hitta samlat statistikmaterial. Enligt SCB fanns närmare 9 000 sysselsatta i 642 företag inom gruv- och mineralindustrin år 2005. Enbart gruvorna hade 5 100 sysselsatta år 2004. Enligt SGU:s beräkningar är utväxlingsfaktorn när det gäller arbeten inom kringnäringar som transport, anrikningsindustri och service cirka sju. Det innebär att 5 100 gruvjobb genererar mellan 35 000 och 40 000 andra arbetstillfällen. Till detta kommer en ständigt växande högteknologisk tjänstesektor, utveckling av forskningen, samt kringeffekterna på t.ex. såväl kommersiell som

samhällelig service i de områden där prospektering sker och gruvor öppnas. Enligt en uppskattning som gjordes 2005 skulle den växande gruvverksamheten inklusive entreprenader och kringeffekter i Västerbotten leda till 2 000 – 4 000 nya jobb.⁵⁵

3.2.5 Rennäringen

Renskötseln är exempel på en näringsanpassning till ett mycket speciellt ekologiskt system. Renarna rör sig efter årstidsväxlingarna och är beroende av stora betesarealer med växtsammansättning och natur. Djuren förflyttar sig mellan olika betesmarker utefter urgamla vandringsleder. Eftersom renarna är vanedjur är det inte lätt att ändra deras flyttleder.

Från att samerna länge använde renarna till allt från transportmedel till mat i form av kött och mjölk samt kläder av skinn, hud och senor, blev renskötseln under 1900-talet allt mer inriktad på köttproduktion och bedrivs mer extensivt. Renskötselna byggs på urminnes hävd och kan bara utövas av samer som är medlemmar i en sameby. En sameby är en ekonomisk och administrativ förening som enligt lag ansvarar för renskötseln i ett visst geografiskt område. Det finns 51 samebyar i Sverige som tillsammans täcker närmare 40 procent av Sveriges yta. 33 är fjällsamebyar, 10 skogssamebyar och åtta koncessionssamebyar, där renskötseln bedrivs med särskilt tillstånd.

Antalet renar varierar i cykler mellan 150 000 – 300 000 i vinterhjord. Av de cirka 17 000 personer som ingår i den samiska befolkningen i Sverige sysselsätter rennäringen 2 500 personer i drygt 900 renskötsel företag. Betydligt fler är renägare; 4 600 personer år 2005. Det är en ökning med 100 personer från 2001. Majoriteten av renägarna och företagen, 85 procent, finns i Norrbottens län. De flesta övriga, cirka 200 företag, finns i Västerbottens och Jämtlands län. En kartläggning som Jordbruksverket gjorde 2001 visar att såväl fjällsamebyarna som skogssamebyarna i Norrbotten hade många renägare med ett fåtal renar, ca. 40 vardera i fjällområdena och cirka 30 vardera i skogssamebyarna. Antalet renar per företag var cirka 140 i fjällsamebyarna och 230 per företag i skogssamebyarna. Koncessionsområdet finns i Torne- och Kalix älvdalar. Där är det ägare eller brukare av jordbruksfastigheter som får äga högst 30 renar var. 2001 fanns det 967 renägare som också hade jordbruk och i snitt 12 renar var. I Västerbotten hade varje företag i snitt 526 renar år 2001 och i Jämtland 448 per företag.

Enligt uppgifter från 2005 ägs 77 procent av landets renar av män. 2001 var proportionerna ungefär desamma. För att få hela sin försörjning från renskötseln bör ett företag ha minst 500 renar. Allt fler satsar nu på vidareförädling av köttet för att öka intäkterna.

Den svenska rennäringen visar på en positiv trend både när det gäller prisbild och antal slaktade renar. Under 2005/2006 slaktades 71 633 renar vilket var en ökning med 37 procent i förhållande till säsongen innan. Priset per kilo steg samtidigt med närmare 29 procent. Mellan åren 2002 – 2004 led branschen av avsättningsproblem och sjunkande priser. Nu är båda kurvorna stabilt på väg uppåt igen. Renköttet är också på väg ut i världen: den internationella gastronomiska rörelsen Slow Food har

⁵⁵Avsnittet baseras på: www.bergsstaten.se; Sveriges Geologiska Undersökningar SGU, filialen i Malå, www.sgu.se; samtal med Christina Lundmark programchef, Mineralinformationsprogrammet, SGU, (2007.07.23); Näringsdepartementet, (2005), "Metallurgi -en del av Innovativa Sverige".

utnämnt souvas (lättrökt innanlår av ren) till en presidiaprodukt.⁵⁶ Presidia står för att bevara och förbättra villkoren för hantverksmässigt producerad lokal mat.⁵⁷

3.2.6 Sammanfattning

År 2005 fanns ca. 75 800 jordbruksföretag i Sverige. Antalet minskar även om en tillfällig ökning inträffade i samband med att gårdsstödet ersatte flera andra produktionsstöd. Färre gårdar producerar mer. Utvecklingen mot färre och större enheter inom *jordbruket* möts delvis med att allt fler verksamheter knyts till gårdarna (både stora som små). Sannolikt skulle många av dem inte överleva utan diversifiering. Vidareförädling av mat, gårdsturism och utvinning av energi ser ut att ha goda förutsättningar för att växa även om det är från en liten volym. Förebyggande hälsa, vård och omsorg är verksamheter som LRF tror kommer att bli allt viktigare verksamheter på landsbygden i framtiden, även som komplement till jordbruket. Åldersfördelningen bland jordbrukare pekar på att en diskussion om generationsväxling blir allt mer aktuell. År 2005 var två av tio jordbrukare över 65 år.

Skogen är en av Sveriges viktigaste näringsgrenar, 2004 var det totala produktionsvärdet 185 miljarder kronor. Exportvärdet var samma år 109 miljarder kronor. Staten är en stor aktör genom bolaget Sveaskog. Svensk skogsnäring spelar en avgörande roll för Europas försörjning av pappersmassa, papper och sågade trävaror. Sverige ligger långt framme när det gäller skogsforskning och miljöteknik. Efterfrågan för skogs- och träindustrins produkter växer. Arbetsintensiva delar inom träindustrin utlokaliseras alltmer till låglöneländer medan kunskapsintensiv produktion behålls och utvecklas inom landet.

När det gäller *fisket* kan nämnas att den svenska havsfiskeflottan vid årsslutet 2006 bestod av 1 562 fartyg. År 2005 uppgick avkastningen av Saltsjöfisket till knappt 890 miljoner kronor medan det yrkesmässiga fisket i sötvatten nådde ca. 52 miljoner kronor. Utvecklingen för det förra fisket har varierat de senaste tio åren medan det senare visar en långsam ökning. Betydelsen av Saltsjöfisket är störst på västkusten. Såväl antalet fartyg som antalet personer med yrkesfiskelicens sjunker. Medelåldern bland yrkesfiskarna är hög.

Gruvindustrin med service och tjänstenäringsar är en bransch som upplever en mycket stark uppgång i Sverige och i världen. Vid sidan av skogsnäringen är gruvorna och de georelaterade näringarna bland de viktigaste motorerna för tillväxt och arbetstillfällen i norra Sveriges glesbygder. Sverige är EU:s mest betydande malmproducent. Svenska staten avslutade sin prospekteringsverksamhet 1992 och minerallagstiftningen ändrades så att det blev möjligt att öppna upp de svenska tillgångarna för internationella bolag. Bergsstaten (den myndighet som beviljar undersökningstillstånden) hade 2006 ca. 500 ansökningar, i huvudsak från utländska bolag. Drygt ett 70-tal bolag med beviljade undersökningstillstånd finns i Sverige. 2006 prospekterades det för 365 miljoner kronor samtidigt som det fanns 17 gruvor i drift. Enbart gruvorna hade 5 100 sysselsatta år 2004. Enligt SGU:s beräkningar är utväxlingsfaktorn när det gäller arbeten inom kringnäringar som transport, anrikningsindustri och service cirka sju. Det innebär att 5 100 gruvjobb genererar mellan 35 000 och 40 000 andra arbetstillfällen. Till detta kommer en ständigt växande högteknologisk tjänstesektor, utveckling av forskningen, samt kringeffekterna på t.ex.

⁵⁶ Slow Food-rörelsen bildades 1989 och har idag 83 000 medlemmar i 50 länder. Se <http://www.slowfood.com>

⁵⁷ Avsnittet baseras på: www.sametinget.se (2007-07-10), *Jordbruksverket, (2004) "Rennäringen i siffror"*, *Samernas Riksförbund, (2006), "Ren mat"*.

såväl kommersiell som samhällelig service i de områden där prospektering sker och gruvor öppnas.

Rennäringen har under 1900-talet blivit alltmer extensiv och inriktats på köttproduktion. Renskötsel kan bara utövas av sameer som är medlemmar i en sameby. Det finns 51 samebyar i Sverige som tillsammans täcker närmare 40 procent av Sveriges yta. 33 är fjällsamebyar, 10 skogsamebyar och åtta koncessionssamebyar, där renskötseln bedrivs med särskilt tillstånd. Antalet renar varierar i cykler mellan 150 000 – 300 000 i vinterhjord. Rennäringen sysselsätter 2 500 personer i drygt 900 renskötsel företag. 4 600 personer var renägare 2005. Det är en ökning med 100 personer från 2001. Under 2005/2006 slaktades 71 633 renar vilket var en ökning med 37 procent i förhållande till säsongen innan. Priset per kilo steg samtidigt med närmare 29 procent.

3.3 Företagande inom den sociala ekonomin

Med företag inom den sociala ekonomin avses i denna rapport - vilket tidigare presenterats i avsnitt 2.5 - ett kooperativt företagande med den juridiska företagsformen ekonomisk förening (bostadsrättsföreningar exkluderade). Tillgänglig statistik redovisar vanligtvis ekonomisk förening som en homogen grupp utan att särskilja bostadsrätter, etablerad Kooperation eller s.k. nykooperation⁵⁸. Detta blir särskilt tydligt vid jämförande statistik över tid. I detta avsnitt kommer av den anledningen inledningsvis antal företag, antal anställda och verksamhetsinriktning att diskuteras utifrån statistik om det sammanhållna begreppet ekonomisk förening. Detta följs av vissa utblickar och referenser till specifika rapporter av forskare och sektorsorganisationen Coompanion, där en smalare men mer detaljerad bild presenteras.

3.3.1 Antal företag

Tabell 3.7 nedan visar utvecklingen av antal företag under perioden 1997-2005, fördelat på ett urval vanliga juridiska företagsformer⁵⁹.

⁵⁸ I ett särskilt utdrag för 2005 (Företagsregistret, SCB) redovisas antalet bostadsrättsföreningar till 13 651, en andel på drygt 68 procent av det totala antalet ekonomiska föreningarna (19 962) det året. Den andelen kan vara en indikation på proportionerna även tidigare år.

⁵⁹ De fyra företagsformer som redovisas motsvarade 2005 ca 95 procent av samtliga företag.

Tabell 3.7 Antal företag fördelade efter juridisk företagsform, 1997-2005. Hela Sverige.

Juridisk företagsform	Antal företag (andel av samtliga, %)					Förändring under perioden
	1997	1999	2001	2003	2005	1997-2005 (antal samt andel, %)
Fysisk person (enskild firma)	445 552 (56,3 %)	445 729 (55,9 %)	459 869 (55,5 %)	478 265 (55,8 %)	509 215 (56,6 %)	+ 63 663 + 14,3 %
Aktiebolag	220 162 (27,8 %)	218 346 (27,4 %)	234 367 (28,3 %)	242 485 (28,3 %)	253 557 (28,2 %)	+ 33 395 + 15,2%
Ekonomisk förening	15 536 (2,0 %)	16 691 (2,1 %)	17 812 (2,1 %)	18 859 (2,2 %)	19 962 (2,2 %)	+ 4 426 + 28,5 %
Handelsbolag	74 955 (9,5 %)	75 724 (9,5 %)	75 298 (9,1 %)	74 216 (8,7 %)	73 703 (8,2 %)	- 1 252 - 1,7 %
Samtliga juridiska former	791 385	797 340	829 250	856 517	900 151	+ 108 766 + 13,7 %

Källa: SCB. I tabellen redovisas fysiska och juridiska personer som är registrerade för moms och/eller är arbetsgivare.

Företagande inom den sociala ekonomin är ingen stor verksamhet, även om den lokalt givetvis kan ha stor betydelse. De ekonomiska föreningarna utgör under perioden ca två procent av det totala antalet företag. En nettoökning på drygt 4 400 företag kan dock noteras under de nio åren - en ökning med 28,5 procent jämfört med 13,7 procent för hela företagsbeståndet. Ökningen för ekonomiska föreningar är därmed procentuellt den största av de redovisade företagsformerna. Handelsbolag är den enda företagsform som minskat i antal såväl nominellt som proportionellt.

3.3.2 Antal anställda

När vi övergår till att betrakta antalet anställda för dessa företagsformer blir bilden en annan, se *tabell 3.8*. Aktiebolagen dominerar fullständigt med sex av tio sysselsatta.⁶⁰ Ekonomiska föreningars andel av antalet anställda i samtliga företagsformer sjunker under perioden från 1,8 procent till 1,4 procent. Antalet sysselsatta sjunker över tid från ca. 62 000 året 1997 till ca. 52 000 år 2005. Detta motsvarar en procentuell minskning med 16,1 procent att jämföra med antal anställda för hela företagsbeståndet som under samma period ökat med 9,4 procent.

Denna minskning kan ses i kombination med bilden i förra avsnittet av ett ökat antal företag. Slutsatsen synes alltså vara att de ekonomiska föreningarna blir flera, men mindre.

⁶⁰ En av de utlämnade företagsformerna, "Offentlig myndighet", hade 2005 1 248 124 anställda (33 procent) av totalsumman. Företagsformen är mer kopplad till politiska beslut än marknadskrafter varför den utelämnats i detta sammanhang.

Tabell 3.8. Antal anställda i företag fördelade efter juridisk form, 1997-2005. Hela Sverige.

Juridisk företagsform	Antal anställda (andel av samtliga, %)					Förändring under perioden 1997-2005 (antal samt andel, %)
	1997	1999	2001	2003	2005	
Fysisk person (enskild firma)	32 042 (0,93 %)	37 274 (1,06 %)	40 445 (1,10 %)	40 452 (1,07%)	43 263 (1,14 %)	+ 11 221 + 35 %
Aktiebolag	1 988 889 (57,5 %)	2 072 255 (58,8 %)	2 255 963 (61,6 %)	2 256 000 (59,7 %)	2 253 741 (59,6 %)	+ 264 852 + 13,3 %
Ekonomisk förening	62 114 (1,80 %)	61 531 (1,75 %)	52 596 (1,44 %)	52 541 (1,39 %)	52 117 (1,38 %)	- 9 997 - 16,1 %
Handelsbolag	38 211 (1,10 %)	38 974 (1,11%)	39 731 (1,09 %)	39 448 (1,05 %)	42 358 (1,12 %)	+ 4 147 + 10,8 %
Samtliga juridiska former	3 460 238	3 523 834	3 660 582	3 775 960	3 785 139	+ 324 901 + 9,4 %

Källa: SCB. I tabellen redovisas fysiska och juridiska personer som är registrerade för moms och/eller är arbetsgivare. Antalet anställda baseras på ett av SCB särskilt konstruerat mått som inte direkt kan jämföras med andra sysselsättningsmått.

Dessa kvantitativa data störs dock av flera faktorer. Förutom att bostadsrättsföreningarna är inkluderade kommer även bolagiseringar av stora kooperativa företag att få genomslag. I början av 2000-talet bolagiserades t.ex. Arla och OK vilket sannolikt kan förklara en stor del av den minskning som framkommer i *tabell 3.8* mellan 1999 och 2001.⁶¹

Finns det argument att skilja den äldre, traditionella Kooperationen från den nykooperativa? Det statliga intresset för att stimulera kooperativt företagande kommer bl.a. till uttryck genom ekonomiskt stöd till LKU (nuvarande Coompanion). I förordningen till detta statsbidrag beskrivs den huvudsakliga uppgiften för LKU:na som: ”[...] att ge de råd och den information som behövs inför, under och efter start av kooperativa och andra liknande företag [...]”⁶². Således en inriktning på start av verksamheter snarare än drift av etablerade stora företag.

Ett sätt att inrikta sig på dessa företag är att villkora ett äldsta startår för verksamheten, en ansats som återfinns i flera sammanhang. 1980-talets framväxande intresse för nya småskaliga ekonomiska föreningar, s.k. nykooperation, har då tagits som utgångspunkt.⁶³ I Westlunds Nutek-rapport används t.ex. 1984 som ett första startår och 40 anställda som en övre storleksgräns, med syfte att synliggöra de nykooperativa företagen⁶⁴. Data från Westlunds rapport har inkluderats i *tabell 3.9* nedan.

⁶¹ Westlund H, (2007), ”Social ekonomi, socialt kapital och lokal utveckling”, Nutek. För en utförlig diskussion om bolagiseringar samt svårigheter med kvantitativa bedömningar av kooperativt företagande och verksamheter inom social ekonomi se även exv. Westlund H (red), (2001), ”Social ekonomi i Sverige”, Arbetslivsinstitutet.

⁶² SFS 2001:1194

⁶³ Exempelvis Höckertin C, (2001), ”Ekonomiska föreningar och nykooperation i ett regionalt perspektiv”, i Westlund H (red), (2001), ”Social ekonomi i Sverige”, Westlund H, (2007), ”Social ekonomi, socialt kapital och lokal utveckling”.

⁶⁴ Westlund H, (2007), ”Social ekonomi, socialt kapital och lokal utveckling”, Nutek.

Tabell 3.9. Antal anställda i företag fördelade efter juridisk form, 1999-2004. Nykooperation särredovisad. Hela Sverige.

Juridisk företagsform	Antal anställda (andel av samtliga, %)		Förändring under perioden 1999-2004 (antal samt andel, %)
	1999	2004	
Fysisk person (enskild firma)	37 274 (1,06 %)	41 365 (1,1 %)	+ 4 091 + 11 %
Aktiebolag	2 072 255 (58,8 %)	2 243 464 (59,6 %)	+ 171 209 + 8,3 %
Ekonomisk förening	61 531 (1,75 %)	52 038 (1,38 %)	-9 493 -15,4 %
-Varav nykooperation	9 974 (0,28 %)	12 738 (0,34 %)	+ 2 764 +27,7 %
Handelsbolag	38 974 (1,11%)	39 628 (1,05 %)	+ 654 +1,7 %
<i>Samtliga juridiska former</i>	<i>3 523 834</i>	<i>3 763 301</i>	<i>+ 239 467</i> <i>+ 6,8 %</i>

Källa: SCB samt Westlund (2007). Bostadsrättsföreningar inkluderade.

Resultatet tyder på skillnader mellan undergruppen ny- och småskalig verksamhet jämfört med gruppen ekonomiska föreningar som helhet. Även om antalet anställda i de ekonomiska föreningarna minskar med över 15 procent under perioden är detta inte fallet för undergruppen nykooperativ som istället ökat med nästan 28 procent. Anställda inom de nykooperativa verksamheterna utgjorde 1999 drygt 16 procent av det totala antalet anställda inom de ekonomiska föreningarna, en andel som 2004 hade ökat till över 24 procent.

Tolkningen av skillnader mellan företagsformer bör ske med försiktighet på grund av de snäva urvalskriterierna för nykooperationen (startår och storlek), men materialet tyder på att yngre och mindre ekonomiska föreningar har en mer positiv utveckling av sysselsättning än de äldre och större föreningarna. Fortsatta, detaljerade, studier av detta synes påkallade.

3.3.3 Verksamhet

Slutligen något om branschindelningen för den sociala ekonomins företag. Nedan presenteras två verksamhetstabeller vilka visar vilken näringsgren som 1997 och 2005 har flest antal företag (*tabell 3.10*) respektive flest anställda (*tabell 3.11*). Tabellerna baseras på *bilaga 4*. Observera att det stora antalet bostadsrättsföreningar, två av tre ekonomiska föreningar under 2005 enligt SCB:s Företagsregister, givetvis dominerar bilden.

Tabell 3.10. Antal ekonomiska föreningar i de tre vanligaste näringsgrenarna 1997 respektive 2005. Hela Sverige.

Näringsgren	Antal företag, (andel av totala antalet företag inom företagsformen), ranking		Förändring under perioden 1997-2005 (antal samt procentuellt)
	1997a	2005b	
K Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster	11 935 (77,3 %) 1)	15 275 (76,52 %) 1)	+ 3 340 (+ 28 %)
N Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet	1 023 (6,63 %) 2)	234 (1,17 %) 8)	- 789 (- 77,1 %)
O Andra samhälleliga och personliga tjänster	802 (5,2 %) 3)	1 201 (6,02 %) 3)	+ 399 (+ 49,8 %)
M Utbildning	75 (0,49 %) 11)	1 275 (6,39 %) 2)	+ 1 200 (+ 1 600 %)
Samtliga näringsgrenar	15 436	19 962	+ 4 526 (+ 29,3 %)

Källa: SCB. Tabellanmärkning: ^a enligt SNI 92; ^b enligt SNI 2002. För fullständig tabell hänvisas till *bilaga 4*.

Den första av dessa två tabeller, *tabell 3.10*, visar de tre näringsgrenar med flest antal företag 1997 respektive 2005. För de tre näringsgrenar som därvidlag rankas högst 2005 visas även rankingen för 1997. Här framgår att ”Fastighets- och uthyrningsservice, företagstjänster” både år 1997 och år 2005 är den klart vanligaste näringsgrenen utifrån antalet företag. Antalet företag inom den näringsgrenen har även ökat med 28 procent under perioden, från 11 935 till 15 275, även om den ökningen är något mindre än för antalet ekonomiska föreningar totalt (29,3 procent).

”Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet” är året 1997 den näringsgren där näst mest företag, 1 023, verkar, men har år 2005 sjunkit ner till den åttonde vanligaste näringsgrenen för ekonomiska föreningar med sina 234 företag. Minskningen är nästan 80 procent vilket huvudsakligen beror på en förändring i SCB:s klassificering. Barnomsorg inom förskola ingår före 2003 i ”Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet” men från 2003 i ”Utbildning” (Förskoleutbildning).

Tredje vanligaste näringsgrenen för de ekonomiska föreningarna både 1997 och 2005 är ”Andra samhälleliga och personliga tjänster”. Företagens antal har här ökat från 802 året 1997 till 1 201 år 2005, en ökning som procentuellt (49,8 %) är klart större än för företagsformen som helhet (29,3 %). Den kraftiga ökningen för ”Utbildning” - 75 företag år 1995 och elfte plats till hela 1 275 st år 2005 och andra plats - är huvudsakligen en spegelbild av minskningen för ”Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet”, dvs. en konsekvens av SCB:s omklassificering.

Tabell 3.11 nedan visar på motsvarande sätt antalet anställda i ekonomiska föreningar fördelat på näringsgrenar. De tre näringsgrenar med flest antal anställda 1997 respektive 2005 är införda.

Både år 1997 och år 2005 är ”Parti- och detaljhandel, reparationer” den näringsgren med flest anställda trots den kraftiga nedgången (37,2 procent), från 19 487 anställda år 1997 till 12 235 anställda år 2005. Den nedgången är procentuellt mer än dubbelt så stor jämfört med företagsformen som helhet (16,1 procent).

”Tillverkning” är år 1997 den näringsgren med näst mest anställda, 14 136, men har år 2005 sjunkit till fjärde plats med sina 8 498 anställda. Minskningen är nästan 40 procent samtidigt som antalet företag inom ”Tillverkning” under samma tidsperiod

ökade med 111 stycken, från 142 till 253. Fler företag, men betydligt mindre i termer av anställda alltså.

Tredje största näringsgren år 1997 vad gäller antalet anställda är ”Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster” med 12 869 anställda, trots en minskning i antal ner till 11 600 år näringsgrenen den med näst mest anställda år 2005. Antalet anställda sjönk med 9,9 procent medan minskningen för företagsformen som helhet nästan var dubbelt så stor (16,1 procent).

Den tredje största näringsgrenen 2005 ”Utbildning” hade då 9 327 anställda, en ökning från år 1997 med 1 200 anställda och nionde plats. Den stora ökningen kan, som tidigare nämnts, till stor del förklaras med SCB:s omklassificering inför året 2003 där barnomsorg inom förskola fördes från ”Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet” till ”Utbildning” (Förskoleutbildning).

Tabell 3.11. Antal anställda i de tre vanligaste näringsgrenarna 1997 och 2005 avseende ekonomiska föreningar. Hela Sverige.

Näringsgren	Antal anställda, (andel av totala antalet inom företagsformen), ranking		Förändring under perioden 1997-2005 (antal samt procentuellt)
	1997 ^a	2005 ^b	
G Parti- och detaljhandel, reparationer	19 487 (31,4 %) 1)	12 235 (23,5 %) 1)	- 7 252 (- 37,2 %)
D Tillverkning	14 136 (22,8 %) 2)	8 498 (16,31 %) 4)	- 5 638 (- 39,9 %)
K Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster	12 869 (20,7 %) 3)	11 600 (22,3 %) 2)	- 1 269 (- 9,9 %)
M Utbildning	792 (1,3 %) 9)	9 327 (17,9 %) 3)	+ 1 200 (+ 1 600 %)
Samtliga näringsgrenar	62 114	52 117	- 9 997 (- 16,1 %)

Källa: SCB. Tabellmärkning: a enligt SNI 92; b enligt SNI 2002. För fullständig tabell hänvisas till *bilaga 4*.

Sektorsorganisationen Coompanion presenterade i början av sommaren 2007 en rapport med vissa kvantitativa data om kooperativt företagande⁶⁵. I rapporten har bl.a. inrapporterade uppgifter från de regionala Coompanionkontoren (f.d. LKU-kontoren) till SCB använts för att exemplifiera verksamheter i nya kooperativa företag på en mer informativ nivå. I *tabell 3.12* nedan har dessa uppgifter sammanförts. I sammanställningen är bostadsrättsföreningar exkluderade vilket sammanfaller med rapportens definition samtidigt som det ger ett färre antal företag gentemot föregående tabeller.

⁶⁵ Coompanion, (2007), ”Kooperativt företagande ökar mest - och överlever längst”. Fakta om kooperativt företagande, nr. 1. 2007, årgång 2.

Tabell 3.12. Antal företag efter näringsgren och exempel på verksamhet. Ekonomiska föreningar med bostadsrättsföreningar exkluderade. Hela Sverige.

Näringsgren	Antal företag		Förändring under perioden 1997-2006, antal och procentuellt	Exempel på verksamhet
	1997 ^a	2006 ^b		
A Jordbruk, jakt och skogsbruk	113	162	+ 49 (43 %)	Ekologisk odling, service till djurskötsel
D Tillverkning	142	280	+ 138 (97 %)	Snickeri, metallindustri, bokförlag, tidningsutgivning, återvinning av skrot och avfall
E El-, gas-, värme-, och vattenförsörjning	129	214	+ 85 (66 %)	Vindkraftverk, energigrödor
G Parti- och detaljhandel, reparationer	408	498	+ 90 (22 %)	
H Hotell och restaurang	137	190	+ 53 (39 %)	Café, restaurang, catering, vandrarhem, hotell
I Transport, magasinering och kommunikation	274	292	+ 18 (7 %)	
K Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster ^e	906	1 729	+ 823 (91 %)	Samverkan mellan småföretag i olika branscher, konsultverksamhet inom organisation, ekonomi, information m.m., personaluthyrning
M Utbildning	75	1 295 ^c	-- ^f	Förskola, grundskola, gymnasieskola
N Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet	1 023	238 ^d	-- ^f	Gruppboende, vård- och mödravårdscentral, dagverksamhet för funktionshindrade, hem för vård och boende
O Andra samhälleliga och personliga tjänster	802	1 234	+ 432 (54 %)	Teater och musik, film, turism, friskvård
Övriga	91	112	+ 21 (23 %)	
Näringsgren okänd	407	253	--	
<i>Totalt</i>	<i>4507</i>	<i>6 497</i>		

Källa: Coompanion, (2007). Tabellanmärkningar: ^a enligt SNI 92; ^b enligt SNI 2002. En viktig förändring i detta sammanhang är att barnomsorg inom förskola före 2003 ingår i "Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet" men efter 2003 i Förskoleutbildning i "Utbildning". ^c Antal inkl. barnomsorg inom förskola. Antalet företag 2003, exkl. barnomsorg inom förskola uppgick till 211. ^d Antal exkl. barnomsorg inom förskola. Antal företag 2003, inkl. barnomsorg inom förskola, uppgick till 1 252. ^e Observera att bostadsrättsföreningar är exkluderade. 10 st kooperativa hyresrättsföreningar är inkluderade. ^fP.g.a. SCB:s omklassificering 2003 blir en förändringssiffra inte relevant.

Tabellen visar vilka näringsgrenar som är de vanligaste för det kooperativa företagandet 1997 och 2006. (Observera att bostadsrättsföreningar nu är exkluderade vilket exempelvis reducerar antalet företag inom "Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster" rejält). Två av tre företag återfinns 2006 i tre näringsgrenar: "Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster" med 1 729 företag, "Utbildning" med 1 295 företag samt "Andra samhälleliga och personliga tjänster" med 1 234 företag. Ökningen av antalet företag under perioden 1997 till 2006 är procentuellt starkast inom de tre näringsgrenarna "Tillverkning" (97 procent), "Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster" (91 procent) samt "El-, gas-, värme- och vattenförsörjning" med (66) procent. SCB:s omklassificering 2003 av barnomsorg inom förskola försvårar en bedömning av utvecklingen inom näringsgrenarna "Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet" samt "Utbildning".

3.3.4 Andra aspekter

Westlund har, utifrån ett regeringsuppdrag (Ju 2006/10356/D), bl.a. undersökt den vidare frågeställningen om det finns något samband med den sociala ekonomins

utveckling och ekonomins tillväxt respektive sysselsättning i lokalsamhället⁶⁶. Förutom ekonomiska föreningar inkluderas här även således ideella föreningar och stiftelser. Westlund drar slutsatsen att det inte går att finna något sådant positivt statistiskt samband, men att det sannolikt finns andra, kvalitativa, egenskaper i den sociala ekonomin som bidrar till lokal utveckling. Socialt kapital, nätverk och partnerskap är begrepp och företeelser som Westlund då framhåller.

Sedan 2003 undersöker Nutek regelbundet attityder till företagande i en s.k. entreprenörskapsbarometer. I 2006 års undersökning säger 34 procent bland ungdomar i åldern 18-30 år att de hellre vill vara företagare än anställda och 73 procent att de kan tänka sig att bli företagare. Bland den senare gruppen säger sig drygt sju av tio (72 procent) att de helst skulle vilja driva företaget tillsammans med någon eller några andra. Coompanion menar att detta tyder på en stor potential för det kooperativa företaget, men att det krävs mer information och åtgärder för att potentialen skall kunna tas till vara.

3.3.5 Sammanfattning

Företagande inom den sociala ekonomin är ingen stor verksamhet, även om den lokalt givetvis kan ha stor betydelse. De ekonomiska föreningarna som helhet utgjorde 2006 ca. 2,2 procent av det totala antalet aktiva företag. Med ett exkluderande av bostadsrättsföreningar sjunker andelen till ca. 0,7 procent. Företagsformen ekonomisk förening ökar dock sin andel under den studerade perioden 1997-2005. 4 400 nya företag har startats under de nio åren - en ökning med 28,5 procent jämfört med 13,7 procent för hela företagsbeståndet. Ökningen för ekonomiska föreningar är därmed procentuellt den största av de redovisade företagsformerna.

Vad gäller antalet anställda är bilden splittrad. Å ena sidan faller andelen anställda i ekonomiska föreningar som helhet under perioden från 1,8 till 1,4 procent av antalet anställda i samtliga företagsformer. Antalet anställda sjunker från ca. 62 000 år 1997 till ca. 52 000 år 2005. Detta motsvarar en procentuell minskning med 16,1 procent att jämföra med antal anställda för hela företagsbeståndet som under samma period ökat med 9,4 procent. Företagen blir alltså fler men mindre. Westlund har dock visat att en snävare avgränsning mot nykooperation (1984 som ett första startår och 40 anställda som en övre storleksgräns) ger en annan bild av utvecklingen⁶⁷. I hans jämförelse för perioden 1999-2004 har antalet anställda i de ekonomiska föreningarna minskat med över 15 procent medan motsvarande antal för delgruppen nykooperativ istället ökat med nästan 28 procent. Anställda inom de nykooperativa verksamheterna utgjorde 1999 drygt 16 procent av det totala antalet anställda inom de ekonomiska föreningarna, en andel som 2004 hade ökat till över 24 procent.

Var sker då verksamheten inom kooperativt företagande? Två av tre företag återfinns 2006 i tre näringsgrenar: a) ”Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster” med 1 729 företag, b) ”Utbildning” med 1 295 företag samt c) ”Andra samhälleliga och personliga tjänster” med 1 234 företag. Konkreta exempel på verksamheter i a) är: samverkan mellan småföretag i olika branscher, konsultverksamhet inom organisation, ekonomi, personaluthyrning, information m.m. Exempel på verksamheter i b) är: förskola, grundskola och gymnasieskola. I den tredje verksamhetsgrenen c) inryms verksamheter som teater och musik, film, turism, friskvård m.fl.

⁶⁶ Westlund H, (2007), ”Social ekonomi, socialt kapital och lokal utveckling”, Nutek.

⁶⁷ Ibid.

Slutligen exemplifierades några andra aspekter. Westlund pekar på kvalitativa egenskaper i den sociala ekonomin som bidrar till lokal utveckling. I Nuteks entreprenörbarometer för 2006 säger 72 procent av de som kan tänka sig att bli företagare att de helst skulle vilja driva företaget tillsammans med någon eller några andra. Ett resultat som Coompanion menar pekar på en stor framtida potential för det kooperativa företagandet.

4 Tre bilder av solo- och mikroföretag i gles- och landsbygder

Med syftet att översiktligt spegla den bild som lokalt respektive regionalt föreligger om solo- och mikroföretagen i gles- och landsbygder har tre webbaserade enkäter använts. Den första har riktats till samtliga landets kommuner, den andra till organisationen Företagarnas regionkontor och den tredje till organisationen Coompanions regionkontor. I detta kapitel sammanfattas resultaten från dessa.

4.1 Upplägg och metod

Både kommunerna och Företagarna har fått ta ställning till frågor om småföretag generellt. Kommunerna har i tillägg – och Coompanion enbart – fått specifika frågor om företagande inom social ekonomi. I samtliga enkäter har även öppna frågor ställts där respondenterna har fått ge egna exempel på projekt, samarbeten m.m. Syftet med dessa frågor var att bidra till beslutsunderlaget för urvalet av företag till de intervjuer som redovisas i kapitel 8. Svaren redovisas av utrymmesskäl inte här. Alla tre enkäter inleds med en fråga där respondenterna själva fick bedöma om de har gles- och eller landsbygdsområden inom sin kommun/region. Bedömde man att detta inte var fallet har enkäten avslutats redan i ett initialt skede. Bedömningen om vad som avses med gles- och landsbygd utgår alltså inte från någon extern definition utan baseras på respondentens egen uppfattning.

När uttrycket företag används i enkäten till kommunerna och Företagarna avses solo- och mikroföretag i gles och landsbygd, om inte annat explicit framgår. I enkäten till Coompanion avses kooperativa företag med upp till nio anställda i gles- och landsbygd. Mer om de individuella enkäternas upplägg finns beskrivet under respektive avsnitt.

Den kommunala bilden presenteras i avsnitt 4.1, Företagarnas i 4.2 och Coompanions i 4.3. De flesta frågor är identiska mellan enkäterna och möjliggör således jämförelser varför kapitlet avslutas med avsnitt 4.4 med en diskussion av dessa bilder utifrån likheter och olikheter.

4.2 Den kommunala bilden

4.2.1 Upplägg och metod

Enkäten är indelad i en generell del om solo- och mikroföretagandet i gles- och landsbygd samt en specifik del om företagandet inom den sociala ekonomin för samma geografiska rum dvs. gles- och landsbygd.

Enkäten riktades till ansvariga för näringslivs- och landsbygdsutveckling inom samtliga 290 kommuner. Det har funnits möjligheter att samordna svaren inom en kommun om så har önskats. 239 svar har inlåtits, fördelade på 115 näringslivsansvariga, 60 landsbygdsansvariga, 59 samordnade mellan näringsliv och landsbygd samt 5 utan klassificering. Svaren är fördelade på 203 kommuner. I den indelning av kommuner med hög respektive låg tillgänglighet till tätorter med minst 20 000 invånare som redovisats i avsnitt 2.2 framkommer proportionen mellan dem på nationell nivå som 62 procent för grupperna av kommuner med hög tillgänglighet

och 38 procent för motsvarande grupper med låg tillgänglighet. Den bortfallsanalys av de kommuner som ej svarat visar en fördelning som inte på något avgörande sätt skiljer sig åt från denna relation (kommungrupper med hög tillgänglighet 72 procent och grupper med låg 28 procent). Den mindre skevhet som ändå föreligger ger en viss övervikt i svaren från kommuner i mindre tillgängliga områden.

Respondenterna kan vidare fördelas efter deras egen uppfattning om respektive kommuns struktur enligt följande. *L-grupp*: Svar från 60 landsbygdsansvariga, varav 2 anser att de inte har gles- och/eller landsbygdsområden inom sin kommun samt en respondent utan angiven funktion. 58 respondenter har därmed gått vidare i enkäten. *N-grupp*: Svar från 115 näringslivsansvariga, varav 17 stycken anser att de inte har gles- och/eller landsbygdsområden inom sin kommun. 98 respondenter har därmed gått vidare i enkäten. *S-grupp*: 59 samordnade svar, varav en respondent anser att de inte har gles- och/eller landsbygdsområden inom sin kommun, samt en respondent som inte besvarat den frågan. 58 respondenter har därmed gått vidare i enkäten. *U-grupp*: Till detta ska läggas fem svar utan klassificering, varav en respondent anser att de inte har gles- och eller landsbygdsområden inom sin kommun. Fyra respondenter har därmed gått vidare i enkäten.

Nedanstående analys bygger således på de 218 svar (58 L + 98 N + 58 S + 4 U) som är relevanta för Glesbygdsverkets områdesindelning i denna rapport, dvs. de respondenter som inte uppgivit att deras kommuner saknar både gles- och landsbygdsområden. Dessa 218 svar är i sin tur fördelade på 182 kommuner. Observera alltså att antal respondenter är något större än antal kommuner. I analysen nedan har jämförelser också gjorts utifrån de grupper av kommuner med hög respektive låg tillgänglighet som redovisats i avsnitt 2.2. I den mån svaren avviker mer än marginellt mellan kommungrupperna har detta kommenterats. De 218 svaren har då fördelats på 117 från kommuner med hög tillgänglighet samt 101 från kommuner med låg tillgänglighet (internt bortfall på vissa frågor påverkar givetvis de siffrorna).

4.2.2 Resultat solo- och mikroföretag generellt

En första ingång till den kommunala bilden är att undersöka respondenternas uppfattning om företag i gles- och landsbygder kontra företag i tätortsområden. Bedömer de att det finns några grundläggande skillnader? Drygt två av tre (68 procent) anser att det finns sådana generella olikheter (svarsalternativen ”i viss grad” och ”i hög grad” adderade). Andelen är högre i kommuner med låg tillgänglighet (77 procent) jämfört med respondenter från kommuner med hög tillgänglighet (60 procent).

När det kommer till att beskriva dessa skillnader uppvisas en stor spridning. Uttryck som långa avstånd, högre ”ensamhetsfaktor”, högre grad av diversifiering/mångsyssleri, sämre tillgång till infrastruktur och större sårbarhet är återkommande i beskrivningarna. Ibland kanske avstånden också påverkar kontakten mellan företag och kommunen, en respondent skriver: *”Tyvärr har vi kanske mindre kontakt med landsbygdsföretagen och dessa är inte heller så ofta med på våra träffar”*.

Kommunerna fick även bedöma den övergripande bilden av solo- och mikroföretagens utveckling (lönsamhet, antal anställda etc.) Nästan två av tre respondenter (64 procent) menade att utvecklingen var positiv (svarsalternativen ”mycket positiv” och ”svagt positiv” summerade) och endast någon enstaka att den var negativ. Var femte respondent (20 procent) uppgav sig inte kunna bedöma detta. Här framträder dock en kraftig skillnad mellan olika kommungrupper. I gruppen av kommuner med låg tillgänglighet är det bara ungefär hälften så stor andel (12

procent) som inte kan bedöma företagets utveckling, jämfört med andelen i kommuner med hög tillgänglighet (26 procent).

Uppgifter om eventuell förekomst av systematiska hinder till tillväxt är ett betydelsefullt inslag i rapporten. På detaljnivå är detta givetvis information som återfinns ute i de enskilda företagen. Genom respondenternas arbetsuppgifter är det emellertid rimligt att anta att de över tid skaffat sig en god, övergripande, uppfattning om det lokala näringslivets problem och möjligheter. Respondenterna har därför fått bedöma vad de uppfattar som de största hindren till dessa företags tillväxt (se *tabell 4.1*)⁶⁸. ”Kapitalförsörjning” (23 procent) och ”Infrastruktur” (22 procent) är två faktorer som då tydligt framträder.

En jämförelse mellan kommungrupper med olika grad av tillgänglighet visar att ordningsföljden mellan de två är omkastad. ”Kapitalförsörjning” faller ut som det viktigaste hindret (30 procent) bland kommuner med låg tillgänglighet medan infrastruktur intar motsvarande position (23 procent) bland kommunerna med hög tillgänglighet.

Andra hinder som hamnar bland de mest frekventa alternativen är ”interna attityder (företagarens tillväxtvilja, tveksamhet mot arbetsgivaransvar, administration etc.)”, ”regelverk/avgifter” samt ”avstånd till kunder/leverantörer” (13 procent).

Tabell 4.1 De tre största hindren för företagets utveckling och tillväxt enligt näringslivs/landsbygdsansvariga i kommuner med låg respektive hög tillgänglighet. Procentandel av det totala antalet respondenter. Hela Sverige.

	Låg tillgänglighet	Hög tillgänglighet	Totalt
Störst hinder	Kapitalförsörjning (30%)	Infrastruktur (26%)	Kapitalförsörjning (23%)
Näst störst hinder	Infrastruktur (17%)	Kapitalförsörjning (18%)	Infrastruktur (22%)
Tredje största hinder	Interna attityder; Avstånd; Regelverk och avgifter (13%)	Interna attityder (14%)	Interna attityder resp. Regelverk och avgifter (13%)

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Hög tillgänglighet (grupp 1-3), Låg tillgänglighet (grupp 4-5). Öckerö kommun inkluderad i grupp 4-5 (låg tillgänglighet). För gruppindelning, se figur 2.2-2.3. Multipel fråga, upp till 5 hinder kunde markeras. Partiellt bortfall 4,6%.

Vilka tre åtgärder från offentlig sektor bedömer då respondenterna skulle ha störst betydelse för företagets utveckling och tillväxt?⁶⁹ Inte oväntat är åtgärder som speglar hindren i frågan ovan i topp (se *tabell 4.2*). Således är insatser för ”Förbättrad infrastruktur” (24 procent) samt ”Insatser för bättre kapitalförsörjning” (17 procent) de två åtgärder som flest respondenter anger. Andra insatser som hamnar bland de mest frekventa alternativen är ”Förändrade regelverk/avgifter” (14 procent), ”Initiera och underlätta för företagsnätverk” (11 procent) och ”Mer entreprenörskap i skolan” (9 procent).

En viss skillnad föreligger även här mellan kommuner med olika grad av tillgänglighet. Andelen som ser insatser för förbättrad infrastruktur som den viktigaste

⁶⁸ Möjligheter att markera upp till fem hinder (rangordnade) har funnits. Svarsfrekvensen för det största, näst största och tredje största hindret har använts (utan rangordning, för att möjliggöra jämförelser med de andra enkäterna). Vid kvotberäkningar har hänsyn tagits till att ett alternativ endast kunnat väljas en gång, dvs. en respondent som t.ex. valt ”Kapitalförsörjning” som det viktigaste hindret har inte kunnat välja det även som det näst viktigaste hindret osv.

⁶⁹ Möjligheter att markera upp till fem åtgärder (rangordnade) har funnits. Svarsfrekvensen för de viktigaste, näst viktigaste och tredje viktigaste hindren har använts (utan rangordning, för att möjliggöra jämförelser med de andra enkäterna). Vid kvotberäkningar har hänsyn tagits till att ett alternativ endast kunnat väljas en gång, dvs. en respondent som t.ex. valt ”Förbättrad infrastruktur” som den viktigaste åtgärden har inte kunnat välja den även som den näst viktigaste åtgärden osv.

åtgärden är högre bland respondenter från kommuner med hög tillgänglighet än från de med låg (29 vs 19 procent). Andelen som prioriterar insatser för förbättrad kapitalförsörjning är istället högre bland respondenter från kommuner med låg tillgänglighet (21 procent vs 14 procent).

Tabell 4.2 De tre mest betydelsefulla åtgärderna för företagens utveckling och tillväxt enligt näringslivs/landsbygdsansvariga i kommuner med låg respektive hög tillgänglighet. Procentandel av det totala antalet respondenter. Hela Sverige.

	Låg tillgänglighet	Hög tillgänglighet	Totalt
Störst betydelse	Insatser för bättre kapitalförsörjning (21%)	Förbättrad infrastruktur (29%)	Förbättrad infrastruktur (24%)
Näst störst betydelse	Förbättrad infrastruktur (19%)	Insatser för bättre kapitalförsörjning (14%)	Insatser för bättre kapitalförsörjning (17%)
Tredje största betydelse	Förändrade regelverk och avgifter (15%)	Förändrade regelverk och avgifter (13%)	Förändrade regelverk och avgifter (14%)

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Hög tillgänglighet (grupp 1-3), Låg tillgänglighet (grupp 4-5). Öckerö kommun inkluderad i grupp 4-5 (låg tillgänglighet). För gruppindelning, se figur 2.2-2.3. Multipel fråga, upp till 5 åtgärder kunde markeras. Partiellt bortfall 1,8%.

Respondenternas syn på offentliga aktörers möjligheter att påverka företagens utveckling har också efterfrågats. Respondenterna bedömer att dessa möjligheter är tämligen goda. Tilltron är något större bland kommuner som i genomsnitt har en låg tillgänglighet samt för regionala och lokala aktörer i jämförelse med de nationella. Sammantaget menar 83 procent att nationella aktörer som Nutek och Vinnova i stor eller viss omfattning har sådana påverkansmöjligheter. För regionala aktörer som länsstyrelse, landsting, regionförbund, Almi etc. stiger andelen till 96 procent, ungefär samma siffra (97 procent) för lokala aktörer som kommun och kommunala utvecklingsbolag.

Hur ser då bilden ut i dag när det gäller insatser? I vilken omfattning finns det riktade satsningar eller projekt från offentlig sektor mot solo- och/eller mikroföretagande i gles- och landsbygder? Knappt två av tre respondenter (64 procent) säger att de har exempel på sådana insatser inom sin kommun. Andelen är något högre (69 procent) bland respondenterna i mindre tillgängliga delar av landet jämfört med respondenter från de mer tillgängliga (60 procent).

Exempel på sådana insatser visar en stor spännvidd med allt ifrån exportfrämjande stödinsatser och bredbandsutbyggnad till hemsändningsbidrag för livsmedel. Ett försök att strukturera exemplen visar att tre aspekter ofta återkommer: projekt med delfinansiering från EU, satsningar och projekt med inslag av nätverksstimulans samt inriktning mot besöksnäring. När det gäller befintliga ”väl fungerande nätverk eller organiserad samverkan där solo- eller mikroföretagande utgör majoriteten” uppger knappt sex av tio respondenter att de känner till sådana. Något över en tredjedel av respondenterna (36 procent) anger att de känner till samarbets-/utvecklingsprojekt där universitet/högskolor kopplas samman med solo- och mikroföretag. Andelen är något högre i kommuner med hög tillgänglighet (39 procent) än i kommuner med låg tillgänglighet (32 procent).

4.2.3 Sammanfattning

Sammanfattningsvis visar enkäten att en majoritet av respondenterna anser att det föreligger skillnader mellan solo- och mikroföretag i gles- och landsbygder jämfört med deras urbana kollegor. En tänkbar förklaring till den lägre andelen som upplever detta i gruppen av kommuner med hög tillgänglighet kan vara att den mer tätortsnära

landsbygden i dessa kommuner skiljer sig mindre från själva tätorten än vad som är fallet för kommuner med mer utpräglade glesbygdsområden.

Skillnaderna mellan företagande i områden med gles- och landsbygder jämfört med tätortsområden utpekade som dels knutna till den fysiska spelplanen, dels företagets karaktär. Det förra i form av gleshet - långa avstånd till marknad, service och kollegor, förhållandevis lägre nivå på infrastrukturen och större sårbarhet för förändringar i lokalt serviceutbud. Det senare med inslaget av mångsyssleri – förmodligen sprunget ur den begränsade lokalmarknaden som försvårar för specialiseringar.

Kommunernas övergripande bild av företagets utveckling är ljus. Två av tre menar att den är positiv. Den kraftiga skillnaden mellan respondenter i de olika kommungrupperna avseende andelen som inte säger sig kunna bedöma detta är intressant. Möjligen kan den mer än dubbelt så höga andelen (26 procent) för gruppen av kommuner med hög tillgänglighet jämfört med gruppen med låg tillgänglighet (12 procent) förklaras med antalet företag. I små och glesare kommuner är det lättare för det enskilda, lilla, företaget att vara synligt jämfört med situationen i större städer.

När det gäller hinder för tillväxt är brister i kapitalförsörjning och infrastruktur de faktorer som tydligast lyfts fram. Övriga frekventa svar baseras dels på låg befolkningsdensitet och perifera lägen, dels på formella institutioner och attityder. ”Avstånd till kunder/leverantörer” är exempel ur den förra gruppen, medan ”regelverk/avgifter” samt ”företagarnas egen tillväxtvilja” är exempel från den senare.

När det sedan kommer till att bedöma vilka insatser från den offentliga sektorn som skulle ha störst tillväxstimulerande betydelse är det naturligt nog främst reducerandet av de identifierade hindren som kommer fram, dvs. förbättrad kapitalförsörjning, infrastruktur och förändrade regelverk/avgifter. Den inbördes ordningen mellan dem är omkastad gentemot frågan om upplevda hinder så att infrastrukturella insatser rankas högst och åtgärder för ökad kapitalförsörjning därefter. Det finns en stark övertygelse om möjligheterna för aktörer från den offentliga sektorn att påverka företagets utveckling. En övertygelse som dels är något starkare i gruppen av kommuner med låg tillgänglighet, dels för aktörer på lokal/regional nivå gentemot aktörer på nationell nivå. Denna uppfattning kan ses i ljuset av en tämligen omfattande och bred projektverksamhet.

4.2.4 Resultat Företagande inom den sociala ekonomin

Social ekonomi kan ses som ett ”paraplybegrepp” för ekonomiskt samarbete med sociala förtecken (se definitionsdiskussion i avsnitt 2.5). I denna rapport har Glesbygdsverket av praktiska skäl operationaliserat företagande inom den sociala ekonomin till kooperativt företagande med den juridiska företagsformen ekonomisk förening exklusive bostadsrättsföreningar. Med företag i detta avsnitt avses således kooperativa företag med upp till nio anställda. Frågorna är till stor del identiska med de i föregående avsnitt, en skillnad är dock inledningen. Här har ett antal frågor ställts för att spegla det praktiska genomslaget för denna verksamhetsform så som den uppfattas i den kommunala verkligheten.

Den första inledande frågan - ”Är social ekonomi ett begrepp som Ni känner till?” - besvaras jakande av knappt sex av tio respondenter (58 procent). Lägger man till de respondenter som svarar ”ja, i viss grad” stiger andelen till drygt åtta av tio (84 procent). Drygt fyra av tio är således inte fullt ut bekant med begreppet och knappt två av tio är det inte alls. Skillnaderna mellan kommuner med olika grad av tillgänglighet är inte stora, men kommungruppen med högre tillgänglighet har något

lägre kännedom om begreppet. De som svarade ”Nej” på denna fråga (16 procent) länkades direkt till enkätens slut och har följaktligen inte besvarat ytterligare frågor.

I nästa steg frågas: ”Kan den sociala ekonomin betraktas som ett etablerat begrepp i Er kommun?” Detta besvarades jakande av drygt var åttonde respondent (13 procent). Genom att även inkludera de respondenter som svarat ”ja, till viss grad” ökar andelen till 55 procent. Detta innebär att enbart något mer än hälften av de respondenter som *känner till* begreppet social ekonomi bedömer att det, åtminstone till viss grad, är etablerat inom den egna kommunen. En jämförelse mellan kommungrupperna visar att en något större andel inom den grupp av kommuner med hög tillgänglighet (16 procent) jämfört med gruppen med låg tillgänglighet (10 procent) menar att den sociala ekonomin är ett etablerat begrepp. När även ”ja, till viss grad” inkluderas försvinner i stort sett skillnaderna.

En respondent kan givetvis känna till ett begrepps betydelse och bedöma att begreppet är etablerat eller ej utan att verksamheten i fråga är representerad i den egna kommunen. I ett sådant fall blir givetvis kommunalt baserade uppföljningsfrågor om hinder, tillväxstimulerande åtgärder m.m. irrelevanta. För att hantera detta ställdes följdfrågan ”Anser Ni att det finns företagande inom den sociala ekonomin i Er kommun?” till dem som, helt eller delvis, uppgivit sig känna till uttrycket social ekonomi. De 16 procent av respondenterna som inte känner till begreppet är alltså exkluderade. Knappt sex av tio respondenter (58 procent) besvarade frågan jakande. Andelen är i det närmaste lika stor oavsett om respondenten kommer från en kommun med hög eller låg tillgänglighet. De som svarade ”Nej” på denna fråga länkades även de direkt till enkätens slut.

Enbart de respondenter som dels känner till begreppet social ekonomi, dels bedömer att det förekommer sådant företagande inom deras kommuner har således fortsatt enkäten och besvarat resterande frågor. För att spegla de kvarstående respondenternas uppfattning om eventuella särdrag för företagen i den sociala ekonomin ställdes frågan: ”Anser Ni att företag inom den sociala ekonomi bidrar till lokal utveckling och tillväxt på något sätt som skiljer dem från det ’traditionella’ företagandet?” Över hälften (54 procent) svarar ja på detta, men en tämlig stor andel (37 procent) svarar även att de inte kan bedöma detta. Den senare andelen var något högre i kommuner med hög tillgänglighet jämfört med kommuner med låg tillgänglighet, 41 procent jämfört med 33 procent.

När det kommer till att beskriva dessa skillnader återkommer i olika varianter uttryck som engagemang i lokalsamhället, ideella insatser, socialt ansvar, helhetssyn, nyttan för det egna företaget underordnas nyttan för bygden, skillnader i lönsamhetstänkande och mindre vinstintresse.

Upplever kommunerna några generella skillnader mellan den sociala ekonomins företagande i gles- och landsbygder och motsvarande företag i tätortsområden? Fler än fyra av tio respondenter kan inte bedöma detta (43 procent) medan något mer än var tredje respondent (38 procent) anser så (svarsalternativen ”Ja, i viss grad” och ”Ja, i hög grad summerade”). Skillnaderna mellan kommungrupperna är små.

Kommunerna fick även bedöma den övergripande bilden av dessa företags utveckling (lönsamhet, antal anställda etc.) Drygt fyra av tio respondenter (42 procent) menade att utvecklingen var positiv (svarsalternativen ”Mycket positiv” och ”Svagt positiv” summerade) och endast någon enstaka att den var negativ. Här framträder en något ljusare bild i gruppen av kommuner med hög tillgänglighet, där cirka 48 procent av respondenterna bedömer utvecklingen som positiv medan motsvarande siffra för kommuner med låg tillgänglighet stannar på cirka 34 procent. Denna bedömning visar sig inte vara helt enkel för kommunerna att göra, trots de

exkluderingar i respondentgruppen som utförts. Ungefär var tredje respondent (32 procent) uppgav sig inte kunna inte bedöma företagets utveckling. Andelen är något större i kommungruppen med hög tillgänglighet (34 procent).

På liknande sätt som för ”traditionella” företag har vi även frågat om respondenternas syn på vilka hinder som föreligger för dessa företags tillväxt (se *tabell 4.3*)⁷⁰. Respondenter som inte känner till begreppet social ekonomi, eller inte har sådant företagande, inom respektive kommun har exkluderats. Som de tre största hindren framkommer ”Kapitalförsörjning” (28 procent), ”Interna attityder (tillväxtvilja, tveksamhet mot arbetsgivaransvar, administration etc.)” (17 procent) samt ”Externa attityder (lokalsamhällets syn på företagande inom social ekonomi)” (16 procent). Betoningen av problem med kapitalförsörjning överensstämmer således med svaren för företagandet generellt medan attitydfrågor får en mer framskjuten placering. Skillnaden mellan respondenter från kommuner med olika grad av tillgänglighet är att ”Regelverk, avgifter” hamnar högre bland kommuner med låg tillgänglighet (17 procent vs. 10 procent).

Tabell 4.3 De tre största hindren för företagets utveckling och tillväxt inom den sociala ekonomin enligt näringslivs/landsbygdsansvariga i kommuner med låg respektive hög tillgänglighet. Procentandel av det totala antalet respondenter. Hela Sverige.

	Låg tillgänglighet	Hög tillgänglighet	Totalt
Störst hinder	Kapitalförsörjning (30%)	Kapitalförsörjning (28%)	Kapitalförsörjning (28%)
Näst störst hinder	Regelverk och avgifter (17%)	Interna attityder resp. Externa attityder (18%)	Interna attityder (17%)
Tredje största hinder	Interna attityder (16%)	Regelverk och avgifter (10%)	Externa attityder (16%)

Källa: Glesbygdverket.

Anm. Hög tillgänglighet (grupp 1-3), Låg tillgänglighet (grupp 4-5). Öckerö kommun inkluderad i grupp 4-5 (låg tillgänglighet). För gruppindelning, se figur 2.2-2.3. Multipel fråga, upp till 5 åtgärder kunde markeras. Partiellt bortfall 8,5%.

På samma sätt som för det ”traditionella” företagandet finns även här en övertygelse om att aktörer från offentlig sektor kan påverka företagets utveckling, särskilt de på regional och lokal nivå. Fler än tre av fyra (78 procent) tycker, i stor eller viss omfattning, så om den nationella nivån med aktörer som Nutek och Vinnova, fler än nio av tio (94 procent) om regionala aktörer som länsstyrelse, landsting, regionförbund, Almi etc. och ytterligare något fler (96 procent) om lokala aktörer som kommun och kommunala utvecklingsbolag på den lokala nivån. Skillnaderna är små mellan kommungrupperna.

I *tabell 4.4* visas vilka tre åtgärder från offentlig sektor som respondenterna bedömer skulle ha störst betydelse för utveckling och tillväxt inom dessa företag⁷¹. ”Insatser för bättre kapitalförsörjning” är alternativet som flest respondenter anger (18 procent). Sedan följer i fallande grad ”informationsinsatser, lyfta fram goda exempel från den sociala ekonomin” (17 procent), ”Förbättrad dialog mellan företag

⁷⁰ Möjligheter att markera upp till fem hinder (rangordnade) har funnits. Svansfrekvensen för det största, näst största och tredje största hindret har använts (utan rangordning, för att möjliggöra jämförelser med de andra enkäterna). Vid kvotberäkningar har hänsyn tagits till att ett alternativ endast kunnat väljas en gång, dvs. en respondent som t.ex. valt ”Kapitalförsörjning” som det viktigaste hindret har inte kunnat välja det även som det näst viktigaste hindret osv.

⁷¹ Möjligheter att markera upp till fem åtgärder (rangordnade) har funnits. Svansfrekvensen för det viktigaste, näst viktigaste och tredje viktigaste hindren har använts (utan rangordning, för att möjliggöra jämförelser med de andra enkäterna). Vid kvotberäkningar har hänsyn tagits till att ett alternativ endast kunnat väljas en gång, dvs. en respondent som t.ex. valt ”Förbättrad infrastruktur” som den viktigaste åtgärden har inte kunnat välja den även som den näst viktigaste åtgärden osv.

inom den sociala ekonomin och offentlig sektor” (13 procent). Här finns skillnader mellan de två kommungrupperna, ”Insatser för bättre kapitalförsörjning” får t.ex. nästan dubbelt så stor andel markeringar från respondenter i gruppen av kommuner med låg tillgänglighet som i gruppen med hög tillgänglighet samtidigt som ”informationsinsatser...” får mer än dubbelt så stor andel i kommuner med hög tillgänglighet jämfört med kommuner med låg. Det kan även noteras att svaren från respondenter i gruppen av kommuner med hög tillgänglighet hade större spridning än kollegorna från kommuner vars tillgänglighet har beräknats vara låg.

Tabell 4.4 De tre mest betydelsefulla åtgärderna för företagens utveckling och tillväxt inom den sociala ekonomin enligt näringslivs/landsbygdsansvariga i kommuner med låg respektive hög tillgänglighet. Procentandel av det totala antalet respondenter. Hela Sverige.

	Låg tillgänglighet	Hög tillgänglighet	Totalt
Störst betydelse	Insatser för bättre kapitalförsörjning (24%)	Informationsinsatser (25%)	Insatser för bättre kapitalförsörjning (18%)
Näst störst betydelse	Förbättrad dialog (15%)	Insatser för bättre kapitalförsörjning (13%)	Informationsinsatser (17%)
Tredje största betydelse	Förändrade regelverk och avgifter; Ökad konkurrensutsättning; Informationsinsatser (10%)	Förändrade regelverk och avgifter (12%)	Förbättrad dialog (13%)

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Hög tillgänglighet (grupp 1-3), Låg tillgänglighet (grupp 4-5). Öckerö kommun inkluderad i grupp 4-5 (låg tillgänglighet). För gruppindelning, se figur 2.2-2.3. Multipel fråga, upp till 5 åtgärder kunde markeras. Partiellt bortfall 7,5 %.

I vilken omfattning uppfattar kommunerna att det förekommer riktade satsningar eller projekt från offentlig sektor mot företagande inom den sociala ekonomin i gles- och landsbygder? Knappt hälften av respondenterna (47 procent) säger att de har exempel på sådana insatser inom sin kommun, en något större andel i de med hög tillgänglighet (49 procent). Exempel på sådana insatser som ges är Coompanions (f.d. Kooperativ Utveckling) verksamhet, olika projekt för landsbygdsutveckling, lokal serviceförsörjning EU Mål 2, Leader+ m.m. Var tredje respondent (32 procent) känner inte till sådana satsningar och ungefär var femte respondent i båda grupperna (20 procent) säger sig inte kunna bedöma detta.

4.2.5 Sammanfattning

Sammanfattningsvis pekar enkäten på en betydligt lägre kunskap om företagande inom den sociala ekonomin än för det ”traditionella” företagandet. Vidare uppfattas attityder, både internt och externt, spela större roll för tillväxtmöjligheter för företag inom den sociala ekonomin jämfört med ”traditionellt” företagande.

Uppmärksamheten mot den sociala ekonomin i den allmänna debatten har – i den kommunala bilden – endast delvis konkretiserats på kommunal nivå i form av faktiska företag. Drygt åtta av tio respondenter känner åtminstone i viss mån till begreppet, men av dessa anser mindre än 60 procent att det faktiskt finns ett företagande inom den sociala ekonomin i den egna kommunen. Även bland de respondenter som uppger att de känner till begreppet social ekonomi och har sådana verksamheter i sin kommun framkommer en osäkerhet om deras utveckling – var tredje ansåg sig inte kunna bedöma detta. Möjligen hade andelen blivit högre om det i stället efterfrågats en förekomst av *organisationer* inom den sociala ekonomin, vilket då öppnat upp för ideella föreningar etc. Detta har dock inte stått i fokus i denna rapport.

Framtidsutsikterna uppfattas inte lika goda för företagande inom den sociala ekonomin som för det ”traditionella företagandet”, drygt fyra av tio respondenter jämfört med nästan två av tre. Den bilden är dock inte samstämmig mellan respondentgrupperna som var fallet för det ”traditionella” företagandet. I kommuner med hög tillgänglighet bedöms utvecklingen vara positiv av nästan varannan respondent medan andelen med den uppfattningen stannar på ungefär var tredje i kommuner med låg tillgänglighet. När det gäller andelen respondenter som inte säger sig kunna bedöma huruvida utvecklingen är positiv eller negativ för företag inom social ekonomi är den större för båda kommungrupper jämfört med motsvarande fråga för ”traditionellt” företagande. Skillnaderna mellan kommungrupperna är dock betydligt mindre. Osäkerheten är högre men jämnare fördelad skulle man kunna sammanfatta det hela med.

De hinder till utveckling och tillväxt som kommunerna för fram skiljer sig delvis från dem som anförs när det gäller det ”traditionella” företagandet. Förutom brister i kapitalförsörjning som även här intar förstaplatsen får attitydfrågor, såväl externa som interna, en mer framskjuten position. Möjligen är det så att respondenterna delvis jämför de båda företagsgrupperna när de bedömer hindren och därmed även pekar på hinder i jämförelse med traditionella företag och inte bara hinder *per se*.

Med bakgrund i dessa hinder handlar också de vanligaste utvecklings- och tillväxtstimulerande förslagen, förutom kapitalförsörjning, om information och dialog. Respondenterna har även här en stark övertygelse om offentlig sektors möjlighet att påverka företagets utveckling, men enbart knappt varannan respondent känner till projekt riktade till detta företagssegment. En tydligt lägre andel jämfört med svaren på korresponderande fråga för det ”traditionella företagandet”, där två av tre respondenter kände till sådana projekt.

4.3 Organisationen Företagarnas bild

4.3.1 Upplägg och metod

Enkäten riktades till samtliga 21 regionkontor inom organisationen Företagarna.⁷² 14 kontor har svarat (67 procent). En respondent ansåg inte att det fanns områden av gles- och/eller landsbygdskaraktär inom kontorets region och avslutade följligen, enligt instruktionerna, enkäten redan där. Således har 13 regionkontor gått vidare i enkäten. När det gäller geografisk representation kan följande noteras. Den gruppindelning mellan kommuner med hög respektive låg tillgänglighet som redovisats i avsnitt 2.2 ger en nationell befolkningsfördelning om 62 procent i de förra respektive 38 procent i de senare. För varje län har andelen invånare som bor i kommuner med låg tillgänglighet (enligt fördelning i avsnitt 2.2) beräknats. Detta ger ett enkelt index där län, vars befolkningsandel i kommuner med låg tillgänglighet överstiger 38 procent, i detta sammanhang, betecknas som ett län med låg tillgänglighet. En bortfallsanalys av de regionkontor som ej svarat visar en fördelning (71 procent i regioner med hög tillgänglighet och 29 procent i regioner med låg) som inte på något avgörande sätt skiljer sig åt från den nationella fördelningen. Den mindre skevhet som ändå föreligger ger en viss övervikt i svaren från regioner med låg tillgänglighet. Då antalet regionkontor av naturliga skäl är relativt få, redovisas materialet sammantaget, inte nedbrutet efter grad av tillgänglighet.

⁷² Företagarna (före 2003 Företagarnas Riksorganisation) är Sveriges största företagarorganisation och företräder cirka 55 000 direktanslutna företagare och 16 branschförbund. Företagarna har 21 regionkontor och över 300 lokala föreningar.

4.3.2 Resultat

Samtliga respondenter anser att det i hög eller viss grad föreligger generella skillnader mellan företag i gles- och landsbygder och företag i tätortsområden. Dessa skillnader beskrivs huvudsakligen som brister i infrastruktur, service och svårigheter att nätverka p.g.a. avstånd och gleshet.

Utvecklingen för företagen bedöms av drygt tre av fyra respondenter (77 procent) som positiv (svarsalternativen ”Mycket positiv” och ”Svagt positiv” adderade) och endast av någon enstaka som negativ.

Regionkontoren har fått uppge vilka de uppfattar som de tre största hindren för tillväxt (se *tabell 4.5*). Brister i infrastrukturen är den faktor som de flesta, nästan sju av tio (69 procent), uppger. I fallande ordning kommer sen ”Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor” (46 procent), ”Regelverk” (38 procent), ”Arbetskraft” (31 procent) samt ”Avstånd till kunder/leverantörer” (23 procent).

Tabell 4.5 De tre största hindren för företagens utveckling och tillväxt enligt respondenter från organisationen Företagarnas regionkontor. Procentandel av det totala antalet respondenter. Hela Sverige.

	Hinder
Störst hinder	Infrastruktur (69%)
Näst störst hinder	Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor (46%)
Tredje största hinder	Regelverk (38%)

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Multipel fråga, upp till 3 åtgärder kunde markeras. Inget partiellt bortfall.

Vilka insatser från offentlig sektor bedömer Företagarna skulle ha störst betydelse för utveckling och tillväxt för dessa företag? Maximalt tre åtgärder har kunnat markeras (se *tabell 4.6*). Två åtgärder bedöms därvidlag särskilt betydelsefulla av regionkontoren, dels ”Ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor” vilket lyfts fram av drygt tre av fyra respondenter (77 procent), dels ”Förbättrad infrastruktur” prioriterat av drygt sex av tio respondenter (62 procent). Andra åtgärder som erhållit förhållandevis stor svarsandel är ”Förbättrad dialog mellan företag och offentlig sektor” samt ”Bättre matchning mellan den lokala/regionala utbildningen och arbetskraftsefterfrågan”. Båda dessa har markerats av knappt var fjärde respondent (23 procent).

Tabell 4.6. De tre mest betydelsefulla åtgärderna för företagens utveckling och tillväxt enligt respondenter från organisationen Företagarnas regionkontor. Procentandel av det totala antalet respondenter. Hela Sverige.

	Åtgärder
Störst betydelse	Ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor (77%)
Näst störst betydelse	Förbättrad infrastruktur (62%)
Tredje största betydelse	Förbättrad dialog mellan företag och offentlig sektor; Bättre matchning mellan den lokala/regionala utbildningen och arbetskraftsefterfrågan (23%)

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Multipel fråga, upp till 3 åtgärder kunde markeras. Inget partiellt bortfall.

Regionkontoren har också fått ge sin syn på vilka möjligheter aktörer från offentlig sektor har att påverka dessa företags utveckling. Svaren speglar en uppfattning att det finns sådana möjligheter, men att de varierar mellan aktörernas administrativa nivå. När det gäller nationella aktörer, som exempelvis Nutek och Vinnova, anser mer än tre av fyra (77 procent) regionkontor att de i ”viss omfattning” har sådana möjligheter. Bilden är dock inte helt entydig. Två regioner (15 procent) menar att dessa aktörer ”inte alls” har sådana påverkansmöjligheter. För aktörer på den regionala och lokala nivån bedöms möjligheterna större. Samtliga respondenter menar att dessa offentliga aktörer i viss, eller stor, omfattning kan påverka företagens utveckling. För regionala aktörer, som exempelvis länsstyrelse, landsting, regionförbund, Almi etc. är det 77 procent som anser ”i viss omfattning” medan resterande 23 procent anser ”i stor omfattning”. För lokala aktörer som kommuner, kommunala utvecklingsbolag och liknande, har kategorin ”i stor omfattning” ökat till 31 procent.

Regionkontoren är en smula osäkra om förekomsten av riktade satsningar från offentlig sektor mot dessa företag i sina regioner. Knappt varannat kontor (46 procent) känner till sådana insatser, 15 procent svarar nej och resterande tredjedel (38 procent) vet inte.

Bland de satsningar som ändå nämns finns kompetensutveckling, projekt inom Mål 3, företagsstöd, turistsatsningar, stöd till lanthandel m.fl. När det gäller ”väl fungerande nätverk eller organiserad samverkan där solo- eller mikroföretagande utgör majoriteten” uppger drygt sex av tio regionkontor (62 procent) att de känner till sådana. Nästan varannat uppger sig känna till samarbets-/utvecklingsprojekt där universitet/högskolor kopplas samman med solo- och/eller mikroföretag.

4.3.3 Sammanfattning

Samtliga svarande regionkontor upplever att det finns generella skillnader mellan solo- och mikroföretag i gles- och landsbygder jämfört med desamma i tätortsområden. Förutom lägre nivåer på infrastruktur och service pekas även på glesheten som ett problem för nätverk och naturliga mötesplatser. Glesheten betraktas således som ett hinder för kontakter mellan företagare.

Tre av fyra regionkontor är positiva i sin uppfattning om utvecklingen för företagen. Hinder för denna utveckling är både relaterade till företagets speciella kontext och mera generella spelregler. Bristande infrastruktur är den faktor som flest respondenter ser som hinder. Tillsammans med ”avstånd till kunder och leverantörer” kan de härröras till den förra gruppen. Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor, samt regelverkets utformning, är andra faktorer som upplevs som hinder, dock kanske inte specifikt knutet till det företagande som finns i gles- och landsbygd. Arbetskraftsbrist som också uppges kan

härörras till både kontext och generella spelregler. Dels kan det avse en lokal brist som kan bero på begränsningar i antal invånare i berörda områden och svårigheter att attrahera inflyttare, dels kan det avse en mer allmän brist på erfaren och utbildad arbetskraft, grundad i matchningsproblem mellan utbildning och arbetsmarknadens faktiska efterfrågan, accentuerad med nuvarande högkonjunktur. Det kan noteras att Företagarnas regionkontor rangordnar brister i kapitalförsörjning tämligen lågt. 15 procent har angett detta som ett av de tre främsta hindren till utveckling – att jämföra med de 69 procent som markerat brister i infrastruktur.

Regionkontoren anser att offentlig sektor bäst kan stimulera företagen genom att öka konkurrensutsättningen av lokala verksamheter inom offentlig sektor samt förbättra infrastrukturen. Det förra innebär rimligen en ökad efterfrågan på företagets produktion och det senare en reducering av det som man bedömer som det största utvecklingshindret (se ovan).

Tilltron till möjligheterna för aktörer från offentlig sektor att påverka företagets utveckling synes omvänt proportionell med avståndet så att de lokala aktörerna tillskrivs större påverkansmöjligheter än de regionala, vilka i sin tur uppfattas ha större influens än de nationella myndigheterna. När det gäller de lokala aktörerna som kommun och kommunala utvecklingsbolag anser samtliga att de kan påverka och knappt var tredje att de kan påverka i hög omfattning. Här kan diskuteras eventuella kopplingar till de åtgärder som regionkontoren såg som mest betydelsefulla (infrastruktur och konkurrensutsättning av lokala verksamheter). När det gäller konkurrensutsättning är de lokala aktörernas inställning och beslut givetvis betydelsefulla. Möjligen ser man kunskapen om infrastrukturproblem som störst på den lokala nivån och, även om sådana insatser normalt kräver åtminstone delvis finansiering av staten, så kan den lokala nivåns argumentation och insatser uppfattas som betydelsefulla.

4.4 Organisationen Coompanions bild

4.4.1 Upplägg och metod

Denna enkät har fokus på företagandet inom social ekonomi vilket gör den mer avgränsad i antal företag jämfört med de två ovanstående enkäterna. I missiv har tydliggjorts att detta företagande av praktiska skäl definieras som kooperativt företagande med den juridiska företagsformen ekonomisk förening (bostadsrättsföreningar) exkluderade. Enkäten riktades till samtliga 25 regionkontor inom den kooperativa rådgivningsorganisationen Coompanion.⁷³ Respondenterna har sedan själva fått bedöma om de har gles- och eller landsbygdsområden inom sin kommun. Bedömde man att detta inte var fallet har enkäten avslutats redan i ett initialt skede. Samtliga respondenter ansåg sig ha sådana områden inom sina respektive distrikt. 20 kontor har svarat vilket ger en svarsfrekvens på 80 procent. När det gäller geografisk representation kan följande noteras. Bortfallet, fem kontor, kan utifrån Glesbygdsverkets tillgänglighetsberäkningar fördelas som tre kontor i regioner med låg tillgänglighet och två kontor i regioner med hög tillgänglighet. (En övervikt

⁷³ I Sverige finns 25 Coompanionkontor (tidigare lokala kooperativa utvecklingscentra, LKU). Varje Coompanion är en självständig juridisk enhet, men för hanteringen av gemensamma frågor finns den ideella paraplyorganisationen Coompanion Sverige (tidigare Föreningen Kooperativ Utveckling, FKU). Coompanion erbjuder kostnadsfri rådgivning och information till människor som vill starta och driva kooperativa företag. Coompanion finansieras delvis med statliga medel från Nutek. Sammanlagt arbetar ett hundratal rådgivare på Coompanion.

av kontor i regioner med låg tillgänglighet jämfört med riksgenomsnittet på 38 respektive 62 procent.)

När uttrycket företag används i det följande avses således företag inom den sociala ekonomin (kooperativt företagande) med upp till nio anställda i gles- och landsbygd, om inte annat explicit framgår.

Då antalet regionkontor av naturliga skäl är relativt få redovisas materialet sammantaget och inte nedbrutet i kommungrupper.

4.4.2 Resultat

Inledningsvis har Coompanionkontoren fått bedöma hur etablerat begreppet social ekonomi är i deras regioner utifrån deras sammantagna uppfattning om diskussionen i lokala och regionala myndigheter, organisationer, media etc. Svaren tyder på att begreppet inte är helt inarbetat. Endast en respondent (5 procent) svarar ”ja”, 65 procent svarar ”ja, till viss del” och 30 procent svarar ”nej”. Detta verkar dock inte bero på att verksamheterna saknas. Samtliga Coompanionkontor anser att det finns företagande inom den sociala ekonomin i sin region.

Sex av tio kontor anser att det föreligger generella skillnader mellan företag i gles- och landsbygder jämfört med tätortsområden (alternativen ”Ja, i viss grad” och ”Ja, i hög grad adderade”). Bland de exempel som ges till detta finns bilden av att många kooperativ i gles- och landsbygd syftar till att bevara eller utveckla en grundservice till befolkningen medan det i tätorter kan det mer handla om komplement till befintligt utbud. Det hävdas även att inslaget av ideella insatser ofta är större i gles- och landsbygder.

Utvecklingen för företagen bedöms lite olika av respondenterna om än övervägande positivt. Sex av tio Coompanionkontor är mycket eller svagt positivt. Knappt vart tredje kontor är dock mer dämpat och ser utvecklingen som varken positiv eller negativ.

Finns det då eventuella skillnader i dessa företags bidrag till lokal utveckling och tillväxt gentemot det ”traditionella” företagandet? Hela 90 procent av respondenterna anser så och lyfter fram karaktärsdrag som medlems- och samhällsnytta, engagemang, uttalad vilja till lokal utveckling samt en ”inskolning” av individer så att de blir bättre rustade att starta egna företag.

Det största hindret för företagets tillväxt bedöms utan tvekan som kapitalförsörjning, en faktor som 90 procent av Coompanionkontoren vill se som ett av de tre viktigaste (se *tabell 4.7*). Det är sedan ett hopp till nästföljande nivå där 45 procent uppger ”Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor” och ”Externa attityder (lokalsamhällets syn på företagande inom social ekonomi)”. Något lägre andel får ”Interna attityder (företagarens tillväxtvilja, tveksamhet mot arbetsgivaransvar, administration etc.)” med 35 procent och ”Regelverk” med 30 procent.

Tabell 4.7 De tre största hindren för företagets utveckling och tillväxt inom den sociala ekonomin enligt respondenter från Coompanions regionkontor. Procentandel av det totala antalet respondenter. Hela Sverige.

	Hinder
Störst hinder	Kapitalförsörjning (90%)
Näst störst hinder	Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor; Externa attityder (45%)
Tredje största hinder	Interna attityder (35%)

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Inget partiellt bortfall.

Vilka åtgärder från offentlig sektor bedömer då Coompanionkontoren ha störst betydelse för företagets utveckling och tillväxt? Maximalt tre åtgärder har kunnat markeras (se *tabell 4.8*). Två åtgärder faller ut som de mest betydelsefulla. Störst andel Coompanionkontor, tre av fyra, anser att det är ”Informationsinsatser, lyfta fram goda exempel från den sociala ekonomin” medan drygt vartannat kontor (55 procent) bedömer att det är ”Insatser för bättre kapitalförsörjning”. Sedan kommer ”Ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor” samt ”riktade ekonomiska stöd” båda med 30 procent. Noteras kan att åtgärden ”förbättrad infrastruktur” bara lyfts fram av en respondent.

Tabell 4.8. De tre mest betydelsefulla åtgärderna för företagets utveckling och tillväxt inom den sociala ekonomin enligt respondenter från Coompanions regionkontor. Procentandel av det totala antalet respondenter. Hela Sverige.

	Åtgärder
Störst betydelse	Informationsinsatser (75%)
Näst störst betydelse	Insatser för bättre kapitalförsörjning (55%)
Tredje största betydelse	Ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor; Riktade ekonomiska stöd (30%)

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Multipel fråga, upp till 3 åtgärder kunde markeras. Inget partiellt bortfall.

Coompanions syn på offentliga aktörers möjligheter att påverka företagets utvecklingsmöjligheter är entydig. Möjligheterna är stora. Om de två ja-alternativen, ”stor omfattning” respektive ”viss omfattning”, läggs samman anser samtliga respondenter att sådana möjligheter föreligger från offentliga aktörer på såväl nationell som lokal nivå. Även för den regionala nivån är andelen nästan lika hög, 95 procent. Tittar man enbart på alternativet ”Ja, i stor omfattning” är andelarna fortsatt höga och högst för den lokala nivån (70 procent), medan andelarna sjunker något när nivån blir regional (60 procent) respektive nationell (55 procent). I frågan har aktörerna exemplifierats med Nutek och Vinnova på nationell nivå, länsstyrelse, landsting, regionförbund, Almi på regional nivå samt kommuner, kommunala utvecklingsbolag och liknande på den lokala nivån.

Sex av tio Coompanionkontor känner till riktade satsningar eller projekt i sin region mot företagande inom den sociala ekonomin. Resterande kontor delar sig i två lika stora delar, 20 procent som inte känner till sådana projekt och 20 procent som inte kan bedöma det. Sådana satsningar exemplifieras huvudsakligen dels med ekonomiska stöd till Coompanion och länsbygderåd, dels med specifika projekt som kvinnors företagande, småskalig livsmedelshandling, äldrekooperativ, Leadersatsningar m.m.

Något fler än vart tredje (35 procent) Coompanionkontor känner till ”väl fungerande nätverk eller samverkan som huvudsakligen utgörs av företag inom den sociala ekonomin”. Knappt vartannat kontor svarar nej på denna fråga medan resterande 15 procent inte vet. En något större andel (40 procent) känner till samarbets-/utvecklingsprojekt mellan företagen och universitet/högskolor. I denna siffra döljer sig allt ifrån konferenser med möten mellan företagare och forskare (Lokal ekonomidagarna i Växjö) till högskolekurser och utvärderingar genomförda av högskolor/universitet.

4.4.3 Sammanfattning

Enkätsvaren visar tydligt att själva begreppet ”social ekonomi” fortfarande är långt ifrån att vara etablerat på lokal och regional nivå. Enbart ett Coompanionkontor svarar ja på denna fråga och nästan vart tredje svarar nej.

De generella skillnader mellan företag i gles- och landsbygder och tätorter som sex av tio respondenter menar föreligger handlar, enligt de exempel som ges, mer om syfte och inriktning än geografiska förhållanden. Denna uppfattning går igen i frågan om hinder för företagets tillväxt, där mer ”neutralgeografiska” sådana som attityder, regelverk, konkurrensutsättning och kapitalförsörjning rankas betydligt högre än t.ex. infrastruktur och avstånd till kunder och leverantörer. En tänkbar förklaring till detta kan vara kopplad till företagets bransch och avsättningsmarknadens läge och storlek. För t.ex. ett barnomsorgs- eller äldrekooperativ behöver inte brister i ett lokalsamhälles tillgänglighet vara ett problem, kundunderlaget är lokalt och tjänsterna avses inte att säljas utanför ett begränsat område.

Coompanionkontorens värdering av tänkbara utvecklings- och tillväxtstimulerande åtgärder faller väl in i bedömningen av hinder. Den enskilda åtgärd som flest regioner markerat är informationsinsatser – en åtgärd som kan öka kunskapen om vad företagande inom social ekonomi kan innebära för såväl uppdragsgivare, allmänhet och potentiella företagare. Förutom denna insats kommer åtgärder för fler uppdrag (konkurrensutsättning) och kapital, såväl i form av bättre kapitalförsörjning som riktade bidrag.

Coompanionkontoren tillskriver de offentliga aktörerna stora påverkansmöjligheter. Sju av tio menar exempelvis att lokala aktörer som kommun och kommunala utvecklingsbolag i ”stor omfattning” kan påverka företagets utveckling. Utifrån resultatet ovan, där nästan vartannat regionkontor uppger att ”Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor” ses som ett betydande hinder, är den uppfattningen inte så märklig. Offentlig sektors roll som nuvarande och framtida beställare av tjänsteproduktion är av stor betydelse – särskilt för företagen inom vård- och omsorgssektorn.

4.5 Diskussion om bilderna – överensstämmelser och skillnader

Ovanstående ”bilder” av företagen möjliggör vissa jämförelser och frågor. I vilken mån skiljer sig kommunernas bild av solo- och mikroföretag från Företagarnas? Har kommunerna och Coompanion samma syn på företag inom den sociala ekonomin? Avviker bilderna av företag i den sociala ekonomin från de om ”traditionellt” företagande? Nedanstående avsnitt behandlar detta, med utgångspunkt i frågor om skillnader mellan företag i kommuner och regioner med låg respektive hög tillgänglighet och hinder och åtgärdsförslag avseende utveckling och tillväxt. Då det föreligger stora skillnader i antalet respondenter mellan kommunerna å ena sidan och länskontoren inom Företagarna och Coompanion visar tabellerna i detta avsnitt

endast rangordningen mellan faktorerna. För information om andelarna inom respektive respondentgrupp hänvisas till avsnitt 4.2 – 4.4.

4.5.1 Traditionellt företagande: kommunernas och Företagarnas bilder

Båda bilderna visar en klar majoritet för uppfattningen att det föreligger generella skillnader mellan företag i gles- och tätorter gentemot tätortsområden. Samtliga svarande regionkontor från Företagarna och drygt två av tre kommuner menar detta. Exempel på de skillnader som ges är gleshet, brister i infrastruktur och sårbarhet.

En något större andel från Företagarna bedömer företagets utveckling som positiv jämfört med kommunerna.

När det gäller de tre största *hindren* för företagets tillväxt i gles- och landsbygd framkommer en del intressanta skillnader, se *tabell 4.9*. Kommunerna rankar kapitalförsörjningsproblemen betydligt högre än vad Företagarna gör. Företagarna i sin tur bedömer brister i infrastruktur som den absolut viktigaste faktorn.

Tabell 4.9 De tre största hindren för företagets utveckling och tillväxt enligt respondenter från näringslivs-/landsbygdsansvariga i kommuner respektive organisationen Företagarnas regionkontor. Hela Sverige.

	Kommunernas bild – av "traditionella" företag	Företagarnas bild – av "traditionella" företag
Störst hinder	Kapitalförsörjning	Infrastruktur
Näst störst hinder	Infrastruktur	Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor
Tredje största hinder	Interna attityder	Regelverk

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Möjligheter att markera upp till fem hinder (rangordnade) har funnits. Svarfrekvensen för det viktigaste, näst viktigaste och tredje viktigaste hindren har använts (utan rangordning, för att möjliggöra jämförelser med de andra enkäterna). Andelen respondenter sjunker med fallande rangordning och är störst för det viktigaste och lägst för det tredje viktigaste hindret.

Kommunernas bild är mer splittrad än Företagarnas och ingen enskild faktor dominerar tydligt. "Kapitalförsörjning" och "Infrastruktur" bedöms utgöra de största hindren med "Interna attityder" som tredje största hinder. I Företagarnas bild uppfattas "Infrastruktur" som ett stort hinder. Med lägre andelar men ändå bland de tre största kommer "Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor" och "Regelverk". "Kapitalförsörjning" bedöms i Företagarnas bild som ett betydligt mindre tillväxthinder än vad som framgår i kommunernas bild.

En jämförelse av vilka tre viktigaste åtgärder (från offentlig sektor) som kommunen och Företagarna bedömer skulle ha störst betydelse för företagets utveckling och tillväxt visar på olikheter, se *tabell 4.10*. Trots att Företagarna bedömde brister i infrastrukturen som det största hindret är det ökad konkurrensutsättning av verksamheter som är den enskilda åtgärd som får flest röster. Förbättringar i infrastrukturen skattas högst i den kommunala bilden och näst högst i Företagarnas. Bättre kapitalförsörjning faller ut som den näst viktigaste åtgärden i den kommunala bilden men kommer betydligt längre ner hos Företagarna med sjätte största andelen röster.

"Ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor" och "Förbättrad infrastruktur" bedöms som de två viktigaste åtgärderna av Företagarna. Efter dessa två är det ett hopp till nästkommande två åtgärder: "Förbättrad dialog mellan företag och offentlig sektor" samt "Bättre matchning mellan den lokala/regionala utbildningen och arbetskraftsefterfrågan". I den kommunala bilden

redovisas ”Förbättrad infrastruktur”, ”Insatser för bättre kapitalförsörjning och ”Förändrade regelverk, avgifter”.

Tabell 4.10. De tre mest betydelsefulla åtgärderna för företagens utveckling och tillväxt enligt respondenter från näringslivs/landsbygdsansvariga i kommuner respektive organisationen Företagarnas regionkontor. Hela Sverige.

	Kommunernas bild – av ”traditionella” företag	Företagarnas bild – av ”traditionella” företag
Störst betydelse	Förbättrad infrastruktur	Ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor
Näst störst betydelse	Insatser för bättre kapitalförsörjning	Förbättrad infrastruktur
3:e största betydelse	Förändrade regelverk och avgifter	Förbättrad dialog mellan företag och offentlig sektor
		Bättre matchning mellan den lokala/regionala utbildningen och arbetskraftsefterfrågan

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Möjligheter att markera upp till fem åtgärder (rangordnade) har funnits. Svarsfrekvensen för det viktigaste, näst viktigaste och tredje viktigaste åtgärderna har använts (utan rangordning, för att möjliggöra jämförelser med de andra enkäterna). Andelen respondenter sjunker med fallande rangordning och är störst för den viktigaste och lägst för den tredje viktigaste åtgärden.

4.5.2 Företagande inom den sociala ekonomin: kommunernas och Coompanions bilder

Båda bilder signalerar om en verksamhet som det fortfarande finns kunskapsbrister om. Den kommunala bilden speglas i de inledande ”begreppsfrågorna”. Endast 58 procent av de kommunala respondenterna svarar ja utan förbehåll på frågan om de känner till begreppet social ekonomi. När frågan smalnar av till att gälla om den sociala ekonomin kan betraktas som ett etablerat begrepp i den egna kommunen, med de nej-svarande från förra frågan exkluderade, är det bara 13 procent som svarar ja utan förbehåll. Även om andelarna ökar kraftigt genom att även addera svarsalternativet ”ja, i viss grad” – till 84 respektive 55 procent – så pekar svaren på informationsbrister.

Enbart 58 procent av de som helt eller delvis uppger sig känna till begreppet social ekonomi anser att det finns ett sådant företagande i sin kommun. Detta kan tolkas på åtminstone tre sätt. Det första skulle innebära att mer än fyra av tio kommuner faktiskt saknar sådant företagande, det andra att kunskapen om företagande inom social ekonomi är bristfällig och det tredje som en definitionsfråga – respondenterna kan känna till att ekonomisk verksamhet förekommer i organisationer inom den sociala ekonomin utan att betrakta det som ett företagande. De två senare alternativen verkar då mera troliga.

Även i Coompanions bild uppfattas begreppet social ekonomi som långt ifrån etablerat. Enbart ett regionkontor anser sig kunna svara ja utan förbehåll på frågan och vart tredje kontor svarar nekande. Samtidigt ska detta sättas i relation till att samtliga 20 Coompanionkontor i undersökningen hävdar att det finns företagande inom den sociala ekonomin i sin region.

Skillnaden mellan den sociala ekonomins företag i gles- och landsbygder jämfört med motsvarande företag i tätorter framträder som mindre i kommunens bild än i Coompanions bild, samtidigt som andelen osäkra är större. 38 procent finner sådana skillnader bland den kommunala gruppen medan siffran är 60 procent bland Coompanionkontoren. Andelen som inte kan bedöma detta uppgår till 43 procent av den förra gruppen och 30 procent av den senare.

Även när det gäller att bedöma företagens utveckling finns skillnader mellan bilderna. Andelen som inte kan uppskatta detta är lägre bland Coompanionkontoren än hos kommunerna samtidigt som bilden är mer positiv. Andelen som bedömer utvecklingen som svagt eller mycket positiv är 60 procent bland Coompanions respondenter och 42 procent i kommunerna.

I båda bilder framträder brister i kapitalförsörjning som det största hindret för företagens tillväxt, se *tabell 4.11*. Även attityder tillskrivs stor betydelse, såväl omgivningens syn på företagen, vilket återfinns i båda bilder, samt den interna, som kommunerna för fram. Coompanion bedömer, till skillnad från kommunerna, också att bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor är ett av de tre största hindren. Coompanions betoning av bristande kapitalförsörjning är stark. Nio av tio kontor placerar det hindret som ett av de tre största.

Tabell 4.11. De tre största hindren för företagens utveckling och tillväxt inom den sociala ekonomin enligt respondenter från näringslivs/landsbygdsansvariga i kommuner respektive Coompanions regionkontor. Hela Sverige.

	Kommunernas bild – av företag i social ekonomi	Coompanions bild – av företag i social ekonomi
Störst hinder	Kapitalförsörjning	Kapitalförsörjning
Näst störst hinder	Interna attityder	Externa attityder
Tredje största hinder	Externa attityder	Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Möjligheter att markera upp till fem hinder (rangordnade) har funnits. Svarefrekvensen för det viktigaste- näst viktigaste- och tredje viktigaste hindren har använts (utan rangordning, för att möjliggöra jämförelser med de andra enkäterna). Andelen respondenter sjunker med fallande rangordning och är störst för det viktigaste- och lägst för det tredje viktigaste hindret.

Kommunernas och Coompanions två bilder för vilka åtgärder som skulle ha störst betydelse för företagens utveckling och tillväxt har både likheter och olikheter, se *tabell 4.12*. ”Insatser för bättre kapitalförsörjning” och ”Informationsinsatser, lyfta fram goda exempel från den sociala ekonomin” anses betydelsefulla både bland kommunerna och Coompanionkontoren. Kommunerna bedömer även en ”förbättrad dialog mellan offentlig sektor och den sociala ekonomin” som en av de tre viktigaste åtgärderna medan Coompanionkontoren fört fram ”ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor” och en annan variant på bättre kapitalförsörjning – ”riktade ekonomiska stöd”.

Tabell 4.12. De tre mest betydelsefulla åtgärderna för företagets utveckling och tillväxt inom den sociala ekonomin enligt respondenter från näringslivs-/landsbygdsansvariga i kommuner respektive Coompanions regionkontor. Hela Sverige.

	Kommunernas bild – av företag i social ekonomi	Coompanions bild – av företag i social ekonomi
Störst betydelse	Insatser för bättre kapitalförsörjning	Informationsinsatser, lyfta fram goda exempel
Näst störst betydelse	Informationsinsatser, lyfta fram goda exempel	Insatser för bättre kapitalförsörjning
Tredje största betydelse	Förbättrad dialog mellan företag inom den sociala ekonomin och offentlig sektor	Ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor <i>samt</i> Riktade ekonomiska stöd

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Möjligheter att markera upp till fem åtgärder (rangordnade) har funnits. Svarsfrekvensen för det viktigaste, näst viktigaste och tredje viktigaste åtgärderna har använts (utan rangordning, för att möjliggöra jämförelser med de andra enkäterna). Andelen respondenter sjunker med fallande rangordning och är störst för den viktigaste och lägst för den tredje viktigaste åtgärden.

4.5.3 Traditionellt företagande och företagande inom den sociala ekonomin: kommunernas, Företagarnas och Coompanions bilder

Slutligen ställs ovanstående fyra bilder mot varandra i en övergripande jämförelse. Inledningsvis kan konstateras att osäkerheten är större när det gäller företagande inom den sociala ekonomin jämfört med det ”traditionella” företagandet. Detta medför dels fler respondenter med svårigheter att ta ställning till enkätens frågor, dels större andelar svar med kopplingar till attityder, information och dialog för den förra gruppen.

Majoriteten av respondenterna anser att det föreligger generella skillnader mellan företag i gles- och landsbygd jämfört med företag i tätorter. Andelen är högre när det gäller ”traditionella” företag. Undantaget är den kommunala bilden av företagandet i den sociala ekonomin där svaren speglar stor osäkerhet (43 procent kan ej bedöma frågan) och knappt fyra av tio respondenter ser sådana skillnader.

Utvecklingen under perioden 2004-2006 anses som mer positiv för ”traditionella” företag än för företag i den sociala ekonomin. Största andelen respondenter med en positiv bedömning återfinns bland Företagarna och lägst bland kommunerna när det gäller företagande i den sociala ekonomin. I den senare gruppen är även andelen osäkra högst. I *tabell 4.13* har bilderna av de tre största hindren för företagets tillväxt samlats.

Tabell 4.13. De tre största hindren för företagens utveckling och tillväxt i traditionella företag och inom den sociala ekonomin enligt respondenter från organisationen Företagarnas regionkontor, näringslivs/landsbygdsansvariga i kommuner respektive Coompanions regionkontor - en översikt. Hela Sverige.

	Företagarnas bild – av ”traditionella” företag	Kommunernas bild – av ”traditionella” företag	Kommunernas bild – av företag i social ekonomi	Coompanions bild – av företag i social ekonomi
Störst hinder	Infrastruktur	Kapitalförsörjning	Kapitalförsörjning	Kapitalförsörjning
Näst störst hinder	Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor	Infrastruktur	Interna attityder	Externa attityder
Tredje största hinder	Regelverk	Interna attityder och regelverk/avgifter	Externa attityder	Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Möjligheter att markera upp till fem hinder (rangordnade) har funnits. Svarefrekvensen för det viktigaste, näst viktigaste och tredje viktigaste hindren har använts (utan rangordning, för att möjliggöra jämförelser med de andra enkäterna). Andelen respondenter sjunker med fallande rangordning och är störst för det viktigaste och lägst för det tredje viktigaste hindret.

Brister i kapitalförsörjning bedöms i tre av fyra bilder som det viktigaste hindret. I Coompanions bild är detta särskilt tydligt. Endast i Företagarnas bild får denna faktor en mer tillbakadragen position. Brister i infrastrukturen bedöms tydligen som ett viktigare hinder för det ”traditionella” företagandet än för företag i den sociala ekonomin. Orsaken till detta kan diskuteras. Kanske är helt enkelt problem med kapitalförsörjning och attityder större för företag i den sociala ekonomin jämfört med kollegor i ”traditionella” företag, så att tillgänglighetsaspekten blir av förhållandevis mindre betydelse. Möjligen kan detta som tidigare berörts delvis vara kopplat till företagets bransch och avsättningsmarknadens läge och storlek. Skillnader i detta kan påverka den upplevda betydelsen av infrastrukturella faktorer.

Båda sektorsorganisationer ser bristande konkurrensutsättning av verksamheter inom offentlig sektor som ett viktigt tillväxthinder - ett antal uppdrag som de inte får vara med och konkurrera om.

Såväl för ”traditionella företag” som för företag inom den sociala ekonomin bedömer kommunerna, men inte sektorsorganisationerna, att företagarnas egna attityder (tillväxtvilja, tveksamhet mot arbetsgivaransvar, administration etc.) tillhör de tre viktigaste hindren.

I *tabell 4.14* har de tre viktigaste åtgärderna för företagens tillväxt samlats. Några reflexioner utifrån dessa fyra bilder följer. Informationsinsatser bedöms som en viktig åtgärd för företagstillväxt inom den sociala ekonomin, men inte för det ”traditionella” företagandet. Förbättrad infrastruktur är däremot en av de viktigaste åtgärderna för tillväxten i ”traditionella” företag, men inte för företagen inom den sociala ekonomin.

Båda sektorsorganisationerna, men inte kommunerna, lyfter fram betydelsen av en ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom den offentliga sektorn. I såväl Coompanions som i kommunernas båda bilder är bättre kapitalförsörjning en av de åtgärder som hamnar bland de tre viktigaste, men inte i Företagarnas bild. Företagarna är i stället oroligt för utbudet av arbetskraft med rätt kompetens och efterlyser en bättre matchning mellan den lokala/regionala utbildningen och arbetskraftsefterfrågan.

Tabell 4.14. De tre mest betydelsefulla åtgärderna för företagens utveckling och tillväxt i traditionella företag och inom den sociala ekonomin enligt respondenter från organisationen Företagarnas regionkontor, näringslivs/landsbygdsansvariga i kommuner respektive Coompanions regionkontor - en översikt. Hela Sverige.

	Företagarnas bild – av ”traditionella” företag	Kommunernas bild – av ”traditionella” företag	Kommunernas bild – av företag i social ekonomi	Coompanions bild – av företag i social ekonomi
Störst betydelse	Ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor	Förbättrad infrastruktur	Insatser för bättre kapitalförsörjning	Informationsinsatser, lyfta fram goda exempel
Näst störst betydelse	Förbättrad infrastruktur	Insatser för bättre kapitalförsörjning	Informationsinsatser, lyfta fram goda exempel	Insatser för bättre kapitalförsörjning
Tredje största betydelse	Förbättrad dialog mellan företag och offentlig sektor <i>samt</i> Bättre matchning mellan den lokala/regionala utbildningen och arbetskraftsefterfrågan	Förändrade regelverk och avgifter	Förbättrad dialog mellan företag inom den sociala ekonomin och offentlig sektor	Ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor <i>samt</i> Riktade ekonomiska stöd

Källa: Glesbygdsverket.

Anm. Möjligheter att markera upp till fem åtgärder (rangordnade) har funnits. Svarefrekvensen för det viktigaste, näst viktigaste och tredje viktigaste åtgärderna har använts (utan rangordning, för att möjliggöra jämförelser med de andra enkäterna). Andelen respondenter sjunker med fallande rangordning och är störst för den viktigaste och lägst för den tredje viktigaste åtgärden.

5 Nystartade soloföretag i det rurala Sveriges gles- och landsbygder

I kapitlet kartläggs samtliga nystartade soloföretag 1996–2000 i det *rurala Sverige* som fortfarande var verksamma fem år efter registreringsåret. Området, dock ej geografiskt sammanhängande, består av de 50 kommuner i landet med den lägsta tillgängligheten till större tätorter. Företagen har endast ett arbetsställe. Företagsstrukturen beskrivs utifrån egenskaper och resurser som kan kopplas till företagaren respektive företaget. Fokus ligger på företag belägna i landsbygder. Företagsstrukturen i det *rurala Sveriges* tätortsområden tas upp i den mån den skiljer sig mer än marginellt från landsbygdernas. Variationer i landsbygdens företagsstruktur inom det *rurala Sverige*, dvs. mellan enskilda kommuner, uppmärksammas och diskuteras.

5.1 Upplägg och metod

Från SCB:s register över arbetsställen, FAD (Företagens och arbetsställets dynamik), hämtas data om företag och företagare. FAD ger grundläggande statistisk information om nybildningar, nedläggningar, uppdelningar och sammanslagningar av företag och arbetsställen. Med hjälp av registret går det att följa personal, företag och arbetsställen över tid.⁷⁴

I kapitel 5, 6 och 7 specialstuderas ett avgränsat segment av företag. Endast företag med ett arbetsställe ingår, varför begreppen arbetsställe och företag är synonymer i dessa kapitel. På så sätt kan den geografiska placeringen av verksamheten fixeras. Glesbygdsverket studerar särskilt de företag som under perioden 1996–2000 startat utan anställda (s.k. soloföretag) och följer samtliga av dem som överlevt en första femårsperiod, räknat fr.om. året efter nyregistrering.⁷⁵ År 2000 är det senaste år för vilket man i FAD kan följa ett företag fem år framåt. Fem årskullar av nystartade soloföretag har valts för att få ett tillräckligt stort underlag och för att få med företag som startat under olika makroekonomiska betingelser, dvs. såväl under låg- som högkonjunkturer. Endast företag i det *rurala Sverige* studeras. I området inkluderas de 50 kommuner med landets lägsta tillgänglighet till större tätorter, vilket motsvarar delar av kommungrupp 4 och hela grupp 5 (se avsnitt 2.2–2.3).⁷⁶

För det *rurala Sverige* summeras ”ett-arbetsställe-företagen” till 4 353 stycken enligt ovanstående kriterier. Den geografiska avgränsningen av de företag som studeras gör inte anspråk på att vara representativ för landet som helhet. Tvärtom är rapporten geografiskt selektiv och beskriver soloföretagens struktur och utveckling i områden med *specifika* betingelser för företagande och arbete. Resultaten och analyserna är vidare endast giltiga för en begränsad undersökningsperiod (1996/2000–2001/2005).

⁷⁴ Se mer i Andersson/Arvidson (2006).

⁷⁵ I registret klassificeras dock individen, inte företaget. Det ger vissa felkällor i det avidentifierade material (individens, den juridiska enhetens samt arbetsställets identitet är inte röjda) som analyseras i denna studie. En företagare kan t.ex. vara registrerad med fler än ett företag utan att det går att se. Vissa individer är inte heller nödvändigtvis operativa företagsledare i de fall de är klassificerade som ”fämansaktiebolagsägare”. I ytterligare ett fall – i företag med minst två sysselsatta – behöver inte ägaren/företagaren vara operativ företagsledare.

⁷⁶ 29 kommuner från grupp 5 och 21 kommuner från grupp 4. För definition av grupper och det rurala Sverige, se figur 2.3–2.4.

Av de 4 353 företag som ingår i datasetet kartläggs 3 826 stycken närmare. 165 företag som flyttat sin verksamhet till en annan kommun har exkluderats. Kvarstående bostadsrättsföreningar, ideella föreningar, samfälligheter, övriga stiftelser, ömsesidiga försäkringsbolag och utländska juridiska personer har därefter tagits bort (192 företag). Slutligen har 170 företag för vilka adressuppgifter helt saknas tagits bort. För dessa företag finns i regel inte heller någon information om branschtillhörighet.

För 611 av de 3 826 kvarvarande företagen har inte adressuppgifterna kunnat matchas till någon fastighet. Med andra ord har dessa företag inte kunnat koordinatsättas. SCB bedömer att dessa ej koordinatsatta företag är belägna utanför tätortsområden, där fastigheterna inte alltid är kända på samma sätt som i tätorter. Därför adderas i analysen koordinatsatta arbetsställen på landsbygder (1 854 företag) med icke koordinatsatta arbetsställen (611 företag). Att slå ihop de arbetsställen vi med säkerhet vet finns på gles- och landsbygder (koordinatsatta) med de för vilka området är något osäker (ej koordinatsatta) - och att analysera dessa två grupper som en - bedöms därför inte påverka kvaliteten i de områdesspecifika data mer än högst marginellt. På gles- och landsbygder finns därmed 2 465 (1 854 + 611) företag i datasetet som vi kartlägger mer i detalj.⁷⁷

Som tätorter räknas samtliga tätorter med minst 3 000 invånare samt centralorter (oavsett deras storlek) i de kommuner som saknar tätorter med 3 000 invånare. 1 361 arbetsställen finns i tätorter (1 148 i tätorter med minst 3 000 invånare + 213 i centralorter i kommuner där tätorter med 3 000 invånare saknas).

Tabell 5.1 visar SCB:s områdesfördelning av företagen som ingår i denna studie, baserade på arbetsställets adresser och det koordinatsatta fastighetsregistret. Glesbygdsverkets geografiska gruppering av dessa arbetsställen visas också.

Tabell 5.1 Antal företag fördelade efter områden i det rurala Sverige.

Fördelning enligt SCB	Antal arbetsställen	Fördelning enligt Glesbygdsverket	Antal arbetsställen
Tätorter med minst 3 000 invånare	1 148 (29 %)	Tätort	1 361 (34%)
Centralorter i kommuner där tätorter med minst 3 000 invånare saknas	213 (5 %)		
Småorter (50-199 inv.), mindre tätorter (200-2 999 inv.), glesbygd (område utanför småort)	1 854 (46 %)	Landsbygd (det område som specialstuderas i rapporten)	2 465 (62%)
Ingen träff i fastighetsregistret	611 (15 %)		
<i>Summa</i>	3 826 (96 %)	<i>Summa rurala Sverige</i>	3 826 (96 %)
Ingen adress- och branschuppgift	170 (4 %)	Okänd (exkluderade arbetsställen)	170 (4 %)
Totalt	3 996 (100 %)	Totalt	3 996 (100 %)

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

Anm. Bostadsrättsföreningar, ideella föreningar, samfälligheter, övriga stiftelser, ömsesidiga försäkringsbolag och utländska juridiska personer är exkluderade och/eller företag som under perioden flyttat sin verksamhet över kommungräns. Inkluderade företag har endast ett arbetsställe ("ett-arbetsställe-företag").

Vi beskriver strukturen för det *rurala Sverige* avseende företag som startat utan anställda och överlevt fem år genom att presentera ett antal variabler i frekvenstabeller

⁷⁷ I bilaga 2 redovisas antalet företag fördelade på de 50 kommunerna.

(antal och den procentuella fördelningen av antalet i olika variabelgrupper). Sådana företagsstrukturer skiljer sig dock mellan olika delar av det *rurala Sverige*. Den aggregerade procentuella fördelningen av antalet företag på variabelgrupper, som är resultatet av en totalräkning av samtliga företagare/företag, avspeglar inte alltid den fördelning som råder i ett mindre område inom det *rurala Sverige*. Vi uppmärksammar denna variation genom att jämföra den aggregerade strukturen med strukturen i enskilda kommuner. Utifrån en analys av variationer mellan kommuner för respektive variabelgrupp samt mellan variabelgrupper på aggregerad nivå kan den statistiska signifikansen testas för frekvensfördelningen (i procent) i det *rurala Sverige*.

För detta krävs ytterligare ett par avgränsningar i det statistiska materialet, av följande skäl. För det första har urvalet kommuner i undersökningen olika stora populationer av företagare, som i sin tur hänger ihop bl.a. med kommunens befolkningsstorlek.⁷⁸ För det andra är den procentuella fördelningen av företagare på olika variabelgrupper jämnare ju större populationen är. Det förstärks ytterligare ju fler variabelgrupper som företagare/företagare fördelas efter. Sammantaget försvårar detta bedömningen av den aggregerade företagsstrukturens allmängiltighet.

Vid tester av den statistiska signifikansen och för att få kommunerna mer jämförbara avseende storlek och variation delas för det första data inte upp efter kön.⁷⁹ För det andra slås till antalet små variabelgrupper ihop till större, där så är möjligt, eller exkluderas helt. Företagsstrukturer inom det *rurala Sverige* som avsevärt skiljer sig från genomsnittet kommenteras i texten. Begränsade avvikelser indikeras löpande i tabeller. Symbolen * indikerar de variabelgrupper mellan vilka det finns en statistiskt signifikant skillnad på aggregerad nivå.⁸⁰

Vi beskriver företagsstrukturen utifrån ett antal variabler om företagaren respektive företaget. Gemensamt för alla variabler är att de valts ut utifrån teoretiska och empiriska studier av små företag och deras förutsättningar för ekonomisk tillväxt.⁸¹ Till faktorer som beskriver företagarna (avsnitt 5.2) räknas kön, ålder, etnicitet, flyttstatus och utbildning. Till detta ska läggas den tidigare arbetsmarknadsanknytningen som på olika sätt finns registrerad för företagarna året eller åren innan de registrerade sina företag (avsnitt 5.3). De olika variablerna är sysselsättningsstatus (sysselsatt, ej sysselsatt), yrkesställning (anställd, företagare, fåmansaktiebolagsägare), samt arbetslöshetsperioder. Företagen (avsnitt 5.4) beskrivs genom uppgifter om startår, bransch, export, juridisk form samt tillgänglighet och lokal arbetsmarknad.

⁷⁸ Som ett exempel kan nämnas att antalet nystartade soloföretag (på landsbygder) för undersökningsperioden varierar allt från 8 st. i Arjeplog kommun till 151 st. i Hudiksvall kommun. Antalet nystartade soloföretag 1996-2000, som överlevt en femårsperiod, redovisas kommunvis i bilaga 2.

⁷⁹ För att avläsa statistisk signifikans mellan grupper får man därför i respektive tabell i kapitlet leta sig längst ut till höger, i kolumnen för män och kvinnor sammantagna.

⁸⁰ Med statistisk signifikans avses här när den största delen av den totala variationen består av skillnaden mellan variabelgrupper på aggregerad nivå (t.ex. mellan procentandelarna i en population med olika lång utbildning i det *rurala Sverige*). Skillnaden inom respektive variabelgrupp (förgymnasial-gymnasial-eftergymnasial utbildning) mellan enskilda kommuner får inte förklara merparten av den totala variationen i datamaterialet. Är variationen större mellan variabelgrupperna än inom dem, så är skillnaden mellan variabelgrupperna statistiskt signifikant. Vi kan då anta att avvikelserna inom det *rurala Sverige* från det aggregerade värdet är begränsade. Sannolikheten är då stor för att vi i en slumpvis vald kommun hittar ett värde som relativt väl överensstämmer med det som gäller för det *rurala Sverige* i sin helhet.

⁸¹ Se t.ex. Davidsson (1989), Storey (1994), Delmar (1996), Wiklund (1998), Davidsson m.fl. (2001) och Nutek (2003).

5.2 Företagarna

I studier av småföretagande läggs stor vikt vid individens roll för entreprenörskap och företagsutveckling. Den enskilde individen, dennes drivkrafter, mål och ambitioner, kompetens etc., är naturligtvis den mest avgörande faktorn för hur ett företag utvecklas. Sådana faktorer är dock svåra att fånga in med offentlig statistik. Likaså är de svåra, i den mån de går att kvantifiera, att generalisera utifrån. Såväl framgångsrecepten som de sätt en verksamhet misslyckas på är många. Systematiska skillnader som via individen kan kopplas till olika gruppidentiteter är lättare att mäta, men kan inte alltid förklara en given utveckling. Tillsammans ger de dock en bild av hur den genomsnittlige företagaren ”ser ut” på ytan.

Kön och ålder

Företag som startade utan anställda och överlevt fem år är i det *rurala Sveriges* landsbygder 2 465 stycken (vissa juridiska former samt företag som flyttat sin verksamhet över kommungräns exkluderade). Merparten (75 procent) av dessa startas av män. Skillnaden gentemot kvinnor är för det *rurala Sverige* statistiskt signifikant. Det betyder att denna relation mellan könen återkommer med endast små variationer, oavsett vilken del (kommun) av det *rurala Sverige* som avses.

Bland de sysselsatta på arbetsmarknaden, såväl anställda som företagare, finns en segregering mellan könen avseende yrken och branscher. Kvinnor och män arbetar och driver företag delvis i olika delar av ekonomin. Vi ser t.ex. i vårt eget material att särskilt inom byggsektorn och jord/skog/fiske är representationen av kvinnor låg. Då lantbruket är en viktig näring i landsbygdsområden förklarar detta en del av, men långt ifrån helt, dominansen av män i vårt datamaterial.

De flesta av företagen verksamma på landsbygder startar i genomsnitt sina företag i åldrarna 30 till 59 (tabell 5.2). Bland dessa är männen något yngre än kvinnorna. De lokala avvikelserna gällande olika åldersgruppers relativa storlek är dock flera, i synnerhet för kvinnor. Ett undantag är de över 59 år som utgör en tämligen konstant, men låg, andel oavsett vilken del av det *rurala Sverige* som studeras.

Tabell 5.2 Soloföretagare vars företag startat 1996-2000 och överlevt fem år fördelade efter kön och ålder vid företagsstart. Antal och procentuell fördelning. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
16-29	259	14	72	12	331	13
30-49	1 117	60	357	59	1 474	60
...därav 30-39	523	28	157	26	680	28
50-	481	26	179	30	660	27
...därav 50-59	443	24	168	28	611	25
Totalt	1 857	100	608	100	2 465	100
Medelålder	41,8 år		42,7 år		42,0	

Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

Etnicitet

Den överväldigande majoriteten av företagen är födda i Sverige, vilket gäller för både män och kvinnor. För övriga Norden är representationen något högre än för dem som är födda utanför Norden. Tillsammans utgör födda utanför Sverige 5-7 procent av den totala populationen företagare som startade ett företag utan anställda mellan 1996 och 2000 (och vars företag hade överlevt en första femårsperiod). Variationerna inom det *rurala Sverige* är större bland kvinnor än bland män, vilket

särskilt gäller för andelen utomnordiskt födda. Bland kvinnor, räknat per kommun, är upp till 33 procent födda utanför Norden medan spannet för män endast når upp till 14 procent i de kommuner som ingår i undersökningen.

Tabell 5.3. Soloföretagare vars företag startat 1996-2000 och överlevt fem år fördelade efter kön och etnicitet. Antal och procentuell fördelning. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
Sverige	1 773	95	563	93	2 336	95*
Norden utom Sverige	49	3	24	4	73	3*
Utanför Norden	35	2	21	4	56	2*
Totalt	1 857	100	608	100	2 465	100

Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

* Statistiskt signifikanta skillnader mellan grupperna.

Inflyttare

Allra vanligast bland företagarna är att de är verksamma i den kommun som de varit bosatta i de senaste fem åren innan nyregistreringen av sina företag. Inflyttning från annan kommun är dock vanligare bland kvinnor än män.

Tabell 5.4. Soloföretagare vars företag startat 1996-2000 och överlevt fem år fördelade efter kön och flyttstatus under närmaste femårsperiod före startår. Antal och procentuell fördelning. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
Ej inflyttade från annan kommun	1 527	89	457	82	1 984	87*
Inflyttade från annan kommun	178	10	89	16	267	12*
... därav återvändare	20	1	7	1	27	1
Ingen uppgift	18	1	9	2	27	1
Totalt	1 723	100	555	100	2 278	100

Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

* Statistiskt signifikanta skillnader mellan grupperna.

Anm. 187 företagare vars bostadskommun under registreringsåret/startåret var en annan än arbetsställe kommun har exkluderats. Som "återvändare" räknas de som under den närmaste femårsperioden före startåret bott i samma kommun som de senare startat sitt företag i (arbetsställe kommunen) men som varit bosatta en mellanliggande period i en annan kommun.

Utbildning

Drygt hälften av alla företagare i populationen har en gymnasial utbildning. Det är dessutom vanligare bland män än bland kvinnor att utbildningsnivån är lägre än så – grundskola eller motsvarande. Sammantaget betyder det att en av fem kvinnor har en eftergymnasial utbildning, medan andelen för män endast är en av tio (för det *rurala Sverige*).

Tabell 5.5. Soloföretagare vars företag startat 1996-2000 och överlevt fem år fördelade efter kön och utbildning. Antal och procentuell fördelning. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
Förgymnasial	594	32	151	25	745	30*
Gymnasial	1 050	57	328	54	1 378	56*
Eftergymnasial	203	11	127	21	330	13*
Ingen uppgift	10	1	2	0	12	1
Totalt	1 857	100	608	100	2 465	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

* Statistiskt signifikanta andelar.

5.3 Företagarnas tidigare sysselsättningsstatus

Företagares tidigare anknytning till arbetsmarknaden är intressant av flera skäl, eftersom den säger något om drivkrafterna bakom företagandet. Ett företags utveckling påverkas av individens bakgrund, förväntningar och drivkrafter. Ett konkret sätt att belysa förutsättningarna för företagande är att se vilken arbetsmarknadsstatusen var för företagaren året före denne registrerade sitt företag.

I de flesta fall är företagandet ett oberoende sätt att säkra sin försörjning. I synnerhet bör så vara fallet för dem som går från förvärvsarbete (anställning) till eget företagande, eftersom de ”vet vad de har men inte vad de får”. En bakgrund med arbetslöshet eller utan förankring till den reguljära arbetsmarknaden ger inte en lika stark signal om att det är företagandet i sig som lockar.

Yrkesställning/Sysselsättning

Ser man till året som föregick registreringsåret av de nya företag som ingår i vår population var det vanligaste att man antingen kom från en anställning eller att man inte var sysselsatt alls. Endast en mindre del kom från någon form av företagande (egenföretagande eller fåmansaktiebolagsägare), även om det var dubbelt så vanligt förekommande om företagaren var en kvinna.

Tabell 5.6. Soloföretagare vars företag startat 1996-2000 och överlevt fem år fördelade efter kön och sysselsättningsstatus/yrkesställning i november månad året innan registreringsår. Antal och procentuell fördelning. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
Sysselsatt	1 009	54	338	56	1 347	55*
...därav anställd	890	48	267	44	1 157	47
...därav företagare	75	4	59	10	134	6
...därav fåmansaktiebolagsägare	44	2	12	2	56	2
Ej sysselsatt	840	45	266	44	1 106	45*
Ingen uppgift	8	0	4	1	12	0
Totalt	1 857	100	608	100	2 465	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

* Statistiskt signifikanta skillnader mellan grupperna.

Anm. ”Ingen uppgift” inkluderar företagare för vilka den tidigare sysselsättningen var förlagd utomlands. Fåmansbolagsaktieägare är sysselsatta i företag de har ägarintresse i men där det är okänt om de är operativa företagsledare (dvs. de är antingen anställda eller företagare). Till ej sysselsatta räknas även ”undersysselsatta” (med inkomster så låga att de antas komma från mindre än en timmes arbetstid per vecka i november) eller vars inkomst ej avser november.

Erfarenheter av företagande

Sträcker vi istället tidsperioden bakåt från registreringsåret med fem år förändras drastiskt andelen som har haft erfarenhet av företagande, 37 procent av männen och 40 procent av kvinnorna (*tabell 5.7*). Med erfarenhet avses här både de vars yrkesställning har registrerats som egenföretagare och de som varit anställda i fåmansaktiebolag.

Tabell 5.7. Soloföretagare vars företag startat 1996-2000 och överlevt fem år fördelade efter kön och erfarenhet av företagande i Sverige under en femårsperiod närmast föregående registreringsåret. Antal och procentuell fördelning. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
Erfarenhet av företagande	688	37	241	40	929	38*
Ej erfarenhet av företagande	1 169	63	367	60	1 536	62*
Totalt	1 857	100	608	100	2 465	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

* Statistiskt signifikanta skillnader mellan grupperna.

Anm. Till erfarenhet av företagande räknas yrkesställning som anges som egen företagare eller fåmansaktiebolagsägare ett eller flera år (november månad) under närmaste femårsperiod före startår.

Tidigare arbetslöshetsperioder

Merparten av företagarna som startat soloföretag kommer från en bakgrund med begränsade arbetslöshetsperioder. Det är dock en större andel av männen än av kvinnorna som haft fler än 90 arbetslöshetsdagar under året före registreringsåret för företaget, räknat på det *rurala Sverige* i sin helhet (*tabell 5.8*). Att nästan 20 procent av männen hade så långa arbetslöshetsperioder är noterbart.

Tabell 5.8. Soloföretagare vars företag startat 1996-2000 och överlevt fem år fördelade efter kön och längd på arbetslöshetsperioder året före företagsstart. Antal och procentuell fördelning. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
Högst 90 dagar	1 519	82	537	89	2 056	84*
Mer än 90 dagar	330	18	67	11	397	16*
Ingen uppgift	8	0	4	1	12	0
Totalt	1 849	100	604	100	2 453	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

* Statistiskt signifikanta skillnader mellan grupperna.

Anm. "Ingen uppgift" inkluderar företagare för vilka den tidigare sysselsättningen var förlagd utomlands.

5.4 Företagen

Förutsättningarna för företagande är inte enbart betingade av individen och dennes tidigare erfarenheter. Var företaget är beläget spelar en roll, likaså vilken produkt eller tjänst som produceras, men även när ett företag startas. Hur företaget organiseras är också en viktig beståndsdel, även om t.ex. valet av juridisk form till lika stor del är ett resultat av hur produkterna/tjänsterna och deras avsättningsmarknader förändras över tid.

Startår

När ett företag startas kan ha en avgörande betydelse för deras framtida utveckling, vilket vi dock i begränsad utsträckning kan avläsa i *tabell 5.9*. Skälet till det är att data endast inkluderar företag som överlevt fem år (räknat från första året efter registreringsåret) medan information saknas om hur många som tvingats lägga ner

verksamheten. I absolut antal är det dock en förhållandevis jämn stock som finns kvar fem år efter registreringsåret, vilket indikerar att konjunktursvängningar och andra yttre förhållanden inte påverkat nyföretagandet och överlevnadsgraden.

Tabell 5.9 Nystartade soloföretag 1996-2000 som överlevt fem år fördelade efter företagsledarens kön och startår. Antal och procentuell fördelning. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
1996	397	21	121	20	518	21*
1997	421	23	141	23	562	23*
1998	352	19	101	17	453	18*
1999	337	18	130	21	467	19*
2000	350	19	115	19	465	19*
Totalt	1 857	100	608	100	2 465	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

* Statistiskt signifikanta skillnader mellan grupperna.

Bransch och export

Vanligen startas nya soloföretag i det *rurala Sverige* inom olika delar av tjänstesektorn. På landsbygderna är även jord- och skogsbrukssektorn stor och fångar upp knappt en tredjedel av alla nystartade soloföretag mellan 1996 och 2000 som överlevt i fem år (*tabell 5.10*).

Stora skillnader finns mellan män och kvinnor, där kvinnor är kraftigt underrepresenterade inom byggsektorn. Även inom jord och skog är andelen kvinnor förhållandevis låg. En klart större andel av kvinnorna arbetar dock med tjänsteproduktion jämfört med männen, särskilt inom den kunskapsintensiva tjänstenäringen (företagstjänster, utbildning, hälso- och sjukvård etc.). I antal räknas nästan kvinnor och män till lika många, vilket är noterbart. Det ska dock tilläggas att de lokala skillnaderna är stora, där variationen bland kvinnor är större än för män (byggsektorn, med en mycket liten population kvinnor, undantagen). Exkluderas jord- och skogsbruk reduceras dock betydligt den osäkerhet på aggregerad nivå som skapas av variationer mellan enskilda kommuner.

Den överväldigande majoriteten av soloföretag verkar under den första femårsperioden på en lokal, regional och/eller nationell marknad. Andelen företag som skapar en del av sin omsättning på en exportmarknad är ca. 5 procent. De allra flesta av dessa har maximalt en fjärdedel av sin omsättning utomlands. Förekomsten av export är störst inom tillverkningsindustrin, där 11 procent har genererat en omsättning på utländska marknader.

Tabell 5.10 Nystartade soloföretag 1996-2000 som överlevt fem år fördelade efter företagsledarens kön och bransch. Antal och procentuell fördelning. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
Jord, Skog, Fiske, Jakt	605	33	122	20	727	30
Tillverkning inkl. mineralutvinning	175	9	50	8	225	9*
Bygg	295	16	5	1	300	12*
Tjänster	706	38	370	61	1 076	44
...därav arbetsintensiva	285	15	121	20	406	16*
...därav kapitalintensiva	182	10	27	4	209	8*
...därav kunskapsintensiva	239	13	222	36	461	19*
Ingen uppgift	76	4	61	10	137	6
Totalt	1 857	100	608	100	2 465	100

Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

* Statistiskt signifikanta skillnader mellan grupperna.

Anm. Till arbetsintensiva tjänster räknas Handel/Hotell/Restaurang, till kapitalintensiva Transport/Fastighetsverksamhet och till kunskapsintensiva Företagstjänster/Utbildning/Hälsa- och sjukvård/Övriga tjänster.

Juridisk form

Det är vanligast att företagen i undersökningen startas som enskild firma. För 4 av 5 är fallet så i vårt datamaterial. I takt med en expanderande verksamhet och större ekonomiska åtaganden ökar dock riskerna, och de kan behöva spridas. Därför är det vanligt att företagen övergår i en aktiebolagsform. Denna utveckling kan vi dock inte fånga in med det dataset som konstruerats för denna studie. Det kan i flera fall också vara lättare att finna finansiering med en aktiebolagsform, då det i tydligare grad än enskild firma signalerar om expansion och utvecklingskraft.

Tabell 5.11 Nystartade soloföretag 1996-2000 som överlevt fem år fördelade efter företagsledarens kön och företagsform vid startår. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
Enskild firma	1 424	77	499	82	1 923	78*
Aktiebolag	354	19	85	14	439	18*
Handels- eller kommanditbolag	67	4	20	3	87	4
Ekonomisk förening	12	1	4	1	16	1
Totalt	1 857	100	608	100	2 465	100

Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

* Statistiskt signifikanta skillnader mellan grupperna.

Tillgänglighet

Det *rurala Sverige* skiljer sig från de mer urbana delarna av landet genom dess låga tillgänglighet till tätorter större än 20 000 invånare. Men utmärkande för området är också den stora spridningen i avstånd mellan enskilda kommuner.⁸² Det finns därför skäl att kartlägga fördelningen av företag med hänsyn tagen till denna variation. I *tabell 5.12* har företagen indelats i en grupp vars tillgänglighet är lägre än genomsnittet för det *rurala Sverige* och en grupp vars tillgänglighet är högre. Majoriteten av företag har en tillgänglighet som ligger över genomsnittet för det *rurala Sverige*.

⁸² Se figur 2.2.

Tabell 5.12 Nystartade soloföretag 1996-2000 som överlevt fem år fördelade efter företagsledarens kön och grad av tillgänglighet. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
Låg	664	36	202	33	866	35
Hög	1 193	64	406	67	1 599	65
Totalt	1 857	100	608	100	2 465	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

Anm. Låg (hög) tillgänglighet har företag i kommuner under (över) genomsnittet för det rurala Sverige.

Tillgänglighet fångas upp även genom andra geografiska indelningar. En vanlig indelning är NUTEK:s regionfamiljer (sammanslagningar av ”funktionella analysregioner”). *Tabell 5.13* visar att inga företag i vårt urval finns i de tre storstadsregionerna, vilket beror på de kriterier vi använt vid definitionen av det rurala Sverige. Tyngdpunkten i urvalet företag ligger snarare i småregionerna samt i mindre regioncentra. Den stora andelen i mindre regioncentra avspeglar förhållandet i *tabell 5.12*, där tillgängligheten för merparten av företag är förhållandevis hög i det rurala Sverige som generellt kännetecknas av en låg tillgänglighet. Regionfamiljerna indelas dock efter flera kriterier, där tillgänglighet endast ges en mindre vikt och dessutom mäts på ett annat sätt.

Tabell 5.13 Nystartade soloföretag 1996-2000 som överlevt fem år fördelade efter företagsledarens kön och regionfamilj. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	%	Kvinnor	%	Totalt	%
Storstadsregioner	0	0	0	0	0	0
Större regioncentra	229	12	64	10	293	12
Mindre regioncentra	787	42	245	40	1 032	42
Småregioner – privat sysselsättning	509	27	186	31	695	28
Småregioner – offentlig sysselsättning	332	18	113	19	445	18
Totalt	1 857	100	608	100	2 465	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

5.5 Skillnader mellan landsbygd och tätort

Den övergripande bilden av företagsstrukturen på landsbygder och i tätorter visar på tämligen små skillnader för det begränsade företagssegment, del av landet och tidsperiod vi undersökt. Därför har endast siffror över landsbygdsföretagen presenterats i detta kapitel. Ett par noterbara skillnader finns dock mellan landsbygdsföretag och de 1 361 företag i tätorter som också ingår i vår undersökningspopulation. Företagarens etniska ursprung, tidigare sysselsättning och företagets branschtillhörighet och juridiska form kommenteras närmare.

Etnicitet

För det första är det betydligt vanligare i tätorter än på landsbygder att de nya företagarna är födda utanför Norden. I båda områdena handlar det dock om en liten numerär. Det absolut vanligaste är att företagaren är född i Sverige. I tätorterna är 8 procent (104 st.) födda utomlands och utanför Nordens gränser, medan andelen på landsbygder är 2 procent (56 st.).

Tidigare erfarenheter av företagande

För det andra var en tidigare erfarenhet av företagande, mätt under en femårsperiod före registrering av det företag vi följer i data, mycket vanligare på landsbygder än i tätorter. Det är högst noterbart att knappt 40 procent av företagarna har en sådan bakgrund på landsbygder medan endast 26 procent av kollegorna i tätorter har det inom det *rurala Sverige*.

Bransch och juridisk form

För det tredje skiljer sig landsbygden från tätorter genom dess branschstruktur och andelen företag som startas som enskild firma resp. aktiebolag. Till viss del hör dessa två strukturer ihop. Jord, skog och fiske sysselsätter av naturliga skäl relativt fler på landsbygder än i tätorter. Det avspeglas också i att en stor andel av de som startat soloföretag i de landsbygdsområden vi studerat finns inom lantbrukssektorn (30 procent av samtliga). Motsvarande andel i tätortsområdena är 7 procent.

9 av 10 företag inom lantbruket (jord, skog och fiske) i vår företagspopulation startar enskilda firmor. Genom lantbrukets relativt stora betydelse för sysselsättningen på landsbygder bidrar det till att andelen som startat enskild firma generellt är högre på landsbygden än i tätorter (78 procent jämfört med 63 procent). Men det förklarar långt ifrån hela skillnaden. Räknas jord/skog/fiske bort återstår fortfarande en skillnad på 11 procentenheter i andelen som startar som enskild firma mellan områdena. Vi vet inte heller från data i vilken utsträckning enskilda firmor övergår till aktiebolagsform, och om det skiljer sig mellan landsbygder och tätorter.

Genom den bransch- och yrkessegregering som råder på svensk arbetsmarknad avseende kön förklarar kvinnors och mäns yrkesval också en del av den större andelen män bland företagare i landsbygder, än i tätorter. 8 av 10 som startar verksamheter inom jord/skog/fiske är män och till skillnad från tillverknings- och byggsektorn – som också domineras kraftigt av män – är lantbruket mycket viktigare på landsbygd än i tätort. Tjänstesektorn – som istället domineras av kvinnor – är mer betydelsefull i tätorter. Det är dock viktigt att notera att bransch endast i begränsad omfattning kan förklara skillnaderna mellan landsbygder och tätorter avseende representationen av de juridiska formerna. Samma sak gäller för branschens påverkan på den könsfördelning som finns mellan områdena.

5.6 Sammanfattning

De kommuner som ingår i det *rurala Sverige* har valts ut från befolkningens genomsnittliga tillgänglighet till tätorter större än 20 000 invånare. Kommunerna återfinns såväl i norra som södra Sverige. Till de aggregerade siffror som beskriver den genomsnittliga företagsstrukturen finns alltid lokala undantag vad gäller den procentuella fördelningen av populationen på olika variabelgrupper. Problemet är om dessa undantag är många och stora, om syftet är att redovisa en korrekt bild av det *rurala Sverige*. Det är viktigt att påpeka att variationen för vissa variabler är stor. Enskilda kommuner avviker ibland kraftigt från den fördelning som gäller för det *rurala Sverige* i stort. Registerdata som används för övergripande beskrivningar och analyser måste därför kompletteras med andra datakällor och metoder.

Viss vägledning i vilken mån företagsstrukturen i det *rurala Sverige* överensstämmer med lokala strukturer inom det *rurala Sverige* kan dock fås från de statistiska tester som gjorts av den totala variationen i materialet. Mest osäker vad gäller de aggregerade siffrornas träffsäkerhet även på lokal nivå bör vi vara när det gäller företagarnas åldersstruktur och företagens branschstruktur. Här är skillnaderna

mellan enskilda kommuner avsevärda. Avseende bransch beror det främst på den mycket varierande (relativa) omfattningen av jord- och skogsbruk mellan kommuner.

Med detta nämnt, är tre av fyra företagare män i det urval företagare som kartlagts (de ska ha startat som soloföretagare i landsbygder i det *rurala Sverige* mellan 1996-2000 och överlevt en femårsperiod). Det är ovanligt att företagare startar sin verksamhet innan de fyllt 30 och efter att de fyllt 60 år. Vi noterar en tämligen hög medelålder för dessa nystartare. Ca. två av fem nya företagare har erfarenhet av företagande sedan tidigare (mätt under femårsperioden som föregick nyregistreringen), vilket delvis förklarar den höga medelåldern.

Drygt nio av tio är födda i Sverige. Knappt nio av tio har startat sin verksamhet i samma kommun som de bott i de senaste fem åren före företagsstarten. Drygt hälften av dem har en gymnasial utbildning, endast drygt en av tio har en eftergymnasial. Skillnaderna är stora mellan män och kvinnor. Var tredje man och var fjärde kvinna har en utbildning som är lägre än gymnasienivå och andelen kvinnor med eftergymnasial utbildning är dubbelt så stor som andelen män.

Året innan företagsstart var det ungefär lika många som kom från en anställning som det var att personen inte alls var sysselsatt. En tämligen stor andel av männen hade långa arbetslöshetsperioder bakom sig året innan företagsstart, nästan två av tio. Sett över en femårsperiod före företagsstarten hade knappt två av fem redan erfarenhet av någon form av företagande, vilket får ses som en tämligen hög siffra. Variabler av detta slag indikerar de olika strategier som används för att kunna säkra sin försörjning och t.ex. kunna bo kvar i ett område, där en mix av anställningar, företagande och olika grader av sysselsättning ingår. De signalerar också om omfattningen av ”proaktiva” företagare, dvs. de som tar initiativ till företagande fast inkomsten är tryggad t.ex. genom en anställning, eller som redan från början har starka tillväxtambitioner, etc. Frågor av dessa slag belyses ytterligare i kapitel 6 och 7.

Åtta av tio företagare startar sina soloföretag som enskild firma, vilket är naturligt för små verksamheter. I takt med expansion kan det dock förväntas att flera övergår till en aktiebolagsform. Vi har dock inte haft möjlighet att följa denna utveckling i rapporten. Tjänstesektorn dominerar om företagaren är en kvinna. För män startar nästan en lika stor andel inom jord- och skogsbruk som i tjänstesektorn. Nästan alla företagare i byggsektorn är män – endast fem av en population på 2 328 individer med känd branschtillhörighet är kvinnor och driver ett företag inom byggbranschen.

Vi noterar också att skillnaderna mellan landsbygder och tätorter är begränsade avseende de presenterade företagsstrukturerna. Inom kommunerna förefaller strukturen vara tämligen homogen mellan områdena. Undantag finns dock. Branschstrukturen är något annorlunda inom tätbebyggda områden i kommunerna – större andel tjänsteföretag och, av förklarliga skäl, en mindre jord- och skogsbrukssektor. Även andelen aktiebolag är större i tätorter. Gällande företagarna själva är också representationen av personer födda utanför Sverige större i tätorter. Den kanske mest intressanta skillnaden är den att en klart större andel i landsbygder av de företagare vi följer över tid redan har erfarenhet av företagande, jämfört med tätorternas företagare. Vi vet dock inte i vilken utsträckning de tidigare företagen fortfarande finns kvar, eller om de har lagts ner. Den större erfarenheten av företagande i landsbygder förefaller dock vara ett uttryck för den högre grad av mångsyssleri som vi vet är en viktig strategi för dem som ser platsen (både avseende boende och försörjning) som betydelsefull. Till del kan det också förklara den större andelen enskilda firmor på landsbygder jämfört med tätorter, då företagsformen är mer lämpad för flera små verksamheter än vad större och färre enheter är.

Sammanfattningsvis ser vi större skillnader i strukturerna mellan kommunernas landsbygder än mellan landsbygder och tätorter generellt. Heterogeniteten är således tämligen stor mellan olika delar av det *rurala Sverige* och landsbygden har inte en helt tydlig karaktär. I Glesbygdsverkets förra rapport om småföretagande på gles- och landsbygder lyftes särskilt fram de skillnader som fanns i småföretagsstrukturen mellan landsbygder och tätorter i norra Sverige relativt de mer tätortslika landsbygderna i södra Sverige.⁸³ Den bilden avsåg småföretagssektorn i stort och jämförelser gjordes mellan bl.a. skogslänens inland i norra Sverige och storstadsregionerna i södra Sverige. Den är alltså inte jämförbar med de *nystartade soloföretag i det rurala Sverige* som selekterats för denna studie. Vi har inte heller i denna rapport kunnat jämföra de nystartade soloföretagen i det *rurala Sverige* med motsvarande företag i det urbana Sverige.

⁸³ Glesbygdsverket, (2006), "Småföretagandets villkor i gles och landsbygder", sid: 27-55.

6 Tillväxt i nystartade soloföretag på gles- och landsbygder i det rurala Sverige

Kapitlet fokuserar på tillväxtutvecklingen i nystartade soloföretag på landsbygder i det *rurala Sverige*. Företagen har startat sin verksamhet någon gång under perioden 1996-2000 och överlevt en femårsperiod. Företagen har endast ett arbetsställe. Genom att belysa förändringen i sysselsättningen i företagen studerar vi också soloföretag (med en sysselsatt) som växer genom att anställa. Som ett komplement till sysselsättningstillväxt studeras den relativa förändringen i omsättningen under femårsperioden efter företagsstarten. Till dessa två tillväxtmått kopplar vi de egenskaper och resurser hos företagare och företag som kartlades i föregående kapitel. Vi kartlägger därmed samvariationen mellan olika typer av företagare/företag och deras respektive tillväxt. Resultaten kontrasteras mot tidigare studier av småföretagande och tillväxt.

6.1 Upplägg och metod

Att låta sitt företag växa kan göras på olika sätt och likaså kan tillväxten mätas på olika sätt. Här studeras tillväxtutvecklingen med hjälp av två mått - förändringen av det absoluta antalet sysselsatta och den relativa förändringen i omsättning. Andra sätt att mäta tillväxt är t.ex. att studera förändringar i vinst/lönsamhet, förädlingsvärde och produktions- eller försäljningsvolymen.⁸⁴ Det är också relevant att lyfta fokus från det enskilda företaget och studera avknoppningar och/eller nätverk av företag och hur dessa tillsammans utvecklas och tillväxer.

I denna rapport har vi valt förändring i omsättning som mått på ekonomisk tillväxt, främst då dessa uppgifter är förhållandevis lättillgängliga och går att koppla till ett specifikt arbetsställe. Variabeln omsättning är dock inte optimal. Det är t.ex. fullt möjligt att ett företag som ökar sin omsättning samtidigt går med förlust (t.ex. vid ökad försäljning genom lägre priser). Omsättning indikerar dock en aktivitet i företaget, och om denna omsättning/aktivitet ökar är det sannolikt att företaget också kan ta ut en större del av försäljningen som vinst.

Vi studerar tillväxten under de fem år efter startåret som vi har möjlighet att följa företagen. Precis som i föregående kapitel ingår endast företag med ett arbetsställe.

Företagen har startat sin verksamhet utan anställda någon gång mellan 1996 och 2000 samt överlevt i minst fem år, och de är alla belägna i landsbygder i det rurala Sverige. Företagen finns i de 50 kommuner med särskilt låg tillgänglighet till större tätorter (se kapitel 2 för avgränsningar). Inledningsvis beskrivs hur de olika tillväxtmått har tagits fram, i vilken form de presenteras och det inbördes sambandet mellan dem. Därefter följer den egentliga kartläggningen av tillväxtutvecklingen i vårt urval företagare och företag (avsnitt 6.2).

⁸⁴ Se t.ex. Johannisson, B/Lindmark, L (1996), "Företag, företagare, företagsamhet", sid: 87-96.

6.1.1 Sysselsättningstillväxt – absolut förändring

Då studien enbart omfattar företag som har startat utan anställda kartläggs förändringen i antalet sysselsatta i absoluta termer. Det ursprungliga antalet sysselsatta är det samma i samtliga företag i undersökningen, varför de absoluta förändringarna inte blir missvisande på samma sätt som om företagen sysselsättningsmässigt varit olika stora vid undersökningsperiodens början. I merparten av företagen i studien har dessutom sysselsättningen inte alls ökat under den period som undersöks. Vidare, av de företag som har ökat antalet sysselsatta mellan start- och slutåret, har majoriteten (58 procent) på landsbygder ökat antalet med endast en person (*tabell 6.1*).

Tabell 6.1 Företag som startat som soloföretag mellan 1996 och 2000 och överlevt fem år. Fördelade i antal och procent efter absolut förändring av antalet sysselsatta under femårsperioden efter företagsstart. Det rurala Sverige.

	Landsbygd		Tätort	
	Antal	%	Antal	%
Grupp 1: Ej anställt under perioden (Syss=1,...,t ₀)	1 676	68	776	57
Grupp 2: Inga anställda vid periodens slut, men har haft anställda under perioden (Syss=1 _t , Syss=1 _{t+1})	277	11	170	12
Grupp 3: Har anställda vid periodens slut (Syss=1 _t , Syss>1 _{t+1})	512	21	415	30
...därav 1 anställd*	298	58	205	49
2-3 anställda*	140	27	139	33
4-8 anställda*	60	12	58	14
fler än 8 anställda*	14	3	13	3
Totalt	512	100	415	100
Totalt antal företag	2 465	100	1 361	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

* Antagande om antal anställda utifrån det totala antalet sysselsatta (inklusive företagsägaren) i respektive företag: 1 anställd bygger på känd uppgift om totalt två sysselsatta, 2-3 anställda på 3-4 sysselsatta, 4-8 anställda på 5-9 sysselsatta samt fler än 8 anställda på fler än 9 sysselsatta. _t = startår.

Det finns anledning att påminna om vad sysselsättning i dessa avseenden mäter. Vad vi fångar upp i data är egentligen *benägenheten* att överhuvudtaget anställa, inte hur många som är sysselsatta i ett visst antal timmar. I det senare avseendet är de olika sysselsättningsciffrorna alltså inte jämförbara. För att komma med i sysselsättningsregistret krävs det endast att personen haft en inkomst som antas motsvara minst en arbetad timme per vecka under november månad.

Två faktorer gör emellertid att de negativa konsekvenserna av detta för jämförelser mellan olika företags sysselsättningstillväxt begränsas. För det första utgörs en stor del av materialet av företag som aldrig har anställt (soloföretag) och då ökar jämförbarheten per automatik (se nedan). För det andra mäter vi inte det exakta antalet i sysselsättningsökningen, utan endast om sysselsättningen någon gång under undersökningsperioden har ökat. Eftersom vi endast har med företag som överlevt, och som startat utan anställda, kan inte heller antalet sysselsatta minska. Vi kartlägger alltså *benägenheten* av att någon gång ha anställt snarare än styrkan i en eventuell sysselsättningsutveckling (mätt som ett ökat antal anställda) mellan olika företag. Variabeltypen är alltså snarare kvalitativ än kvantitativ.

En stor del av företagen har under den studerade perioden inte några anställda alls (soloföretag), varför sysselsättningsförändringar som beror på ett ökat antal anställda inte är relevanta. Här gäller istället den definition som gör att företagen överhuvudtaget är med i denna undersökning. Företagaren måste ha ägnat sig åt verksamheten i en omfattning som motsvarar minst en tredjedel av en anställning på heltid. För soloföretagen är således gränsen för en arbetad timme per vecka under en

mätmånad med marginal överskriden. De är därmed i sysselsättningsavseende i högre grad jämförbara med varandra (i förhållande till företag med anställda). Jämförelser mellan övriga, större företag som någon gång har anställt är alltså mycket mer osäkra, med avseende på antalet sysselsatta och arbetade timmar.

6.1.2 Omsättningstillväxt – relativ förändring

För många företag varierar omsättningsuppgifterna kraftigt mellan enstaka år i registerdata. De är därför något svårtolkade.⁸⁵ För kartläggningen av förändring i omsättning har vi därför valt ut de företag som legat på en stabil nivå avseende omsättning och för vilken det finns en över tid sammanhängande registrering.

Omsättningsnivåerna skiljer sig kraftigt åt mellan olika företag och branscher. Förändringen av omsättning redovisas därför i relativa termer. Det betyder i sin tur att förändringar från låga nivåer överskattas, och förändringar från högre nivåer underskattas. För att dämpa dessa effekter görs ytterligare en avgränsning. Endast företag tas med som under samtliga år efter registreringsåret haft en omsättning överstigande 100 000 kronor. Förändringen i omsättningen beräknas som ett genomsnitt av de årsvisa procentuella förändringarna över en femårsperiod.⁸⁶ Vi bedömer att det ger en relativt korrekt bild av den sammantagna utvecklingen under perioden.

Efter dessa justeringar kvarstår 1 559 företag på landsbygder (och 893 i tätorter). För landsbygdsområdena är bortfallet av företag jämfört med företag vars sysselsättningsutveckling vi följer 906 företag eller 37 procent (468 eller 34 procent av företagen i tätorter). *Tabell 6.2* sammanfattar tillväxtutvecklingen för omsättning för det aktuella antalet företag. Vi kan se att det är ungefär lika många företag som haft en relativt oförändrad som en ökad omsättning under perioden. En större andel har ökat sin omsättning i landsbygder än i tätorter.

Tabell 6.2 Företag som startat som soloföretag mellan 1996 och 2000 och överlevt fem år. Fördelade i antal och procent efter relativ förändring av omsättning under en femårsperiod. Det rurala Sverige.

	Landsbygd		Tätort	
	Antal	%	Antal	%
Grupp 1: Relativ minskning (mer än 10 procent)	70	4	42	5
Grupp 2: Oförändrad (plus/minus 10 procent)	751	48	487	54
Grupp 3: Relativ ökning (mer än 10 procent)	738	47	364	41
Totalt antal företag	1 559	100	893	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

6.1.3 Sambandet mellan tillväxt i omsättning och sysselsättning

Ekonomisk tillväxt kräver i regel ett tillskott av en eller flera produktionsfaktorer (t.ex. en ökning av antalet anställda) eller, och framförallt, att dessa faktorer utnyttjas mer effektivt än tidigare. En ökad omsättning som ger en tillräcklig lönsamhet i verksamheten gör det å andra sidan möjligt att anställa mer personal. Antalet

⁸⁵ I registret över omsättning förekommer flera fall där uppgift saknas för vissa år, där omsättningen är noll eller på en helt annan nivå än intilliggande år. Det beror dock inte på eventuella felkällor i registren. Företag som aktiveras vid tillfälliga uppdrag, där ägaren sannolikt har annan försörjning vid sidan om, bidrar t.ex. till ryckigheten i omsättningsstatistiken.

⁸⁶ Det första året, registreringsåret, exkluderas dock. Vi har bara uppgifter om vilket år företaget startades, inte vilken månad. För det första året finns därmed företag som startat sin verksamhet någon gång mellan januari och december, och kan därför inte jämföras med varandra. För de följande fem åren efter registreringsåret har ett genomsnitt av fyra procentandelar beräknats enligt $0,25 * (oms_{t+2} / oms_{t+1}) + 0,25 * (oms_{t+3} / oms_{t+2}) + 0,25 * (oms_{t+4} / oms_{t+3}) + 0,25 * (oms_{t+5} / oms_{t+4})$. t =startår och oms_t =omsättning i kronor.

sysselsatta i ett företag kan alltså både vara en följd av en ökad omsättning och lönsamhet, och en förutsättning för en framtida tillväxt.

I denna studie undersöker vi egenskaper hos företagaren och företaget och de kopplingar som finns till förändringen i antalet sysselsatta respektive omsättningen. De två tillväxtmått hålls alltså isär, vilket är en nödvändig förenkling av de komplicerade samband och interaktioner mellan olika faktorer som verkligheten erbjuder. I *tabell 6.3* presenteras korrelationen mellan förändringen i omsättning och sysselsättning. Observera att vi inte kan säga något om i vilken riktning ett eventuellt samband går, dvs. huruvida en ökad omsättning leder till ett ökat antal anställda eller vice versa. Det vi kan se är den samvariation som finns mellan de två variablerna.

Tabell 6.3 visar att av de företag i landsbygder som ökat sin omsättning är andelen som någon gång ökat sin sysselsättning lika stor som de som inte gjort det. Andelen som har eller har haft anställda är något större i tätorter. Tabellen förmedlar också en bild av att benägenheten att anställa är lika stor (tätort) eller större (landsbygd) i gruppen som minskat sin omsättning jämfört med de som haft en oförändrad omsättning under perioden. Av dessa är emellertid andelen som har haft anställda, men sedan tappat dem, klart större i gruppen med minskad omsättning. Benägenheten att anställa kan alltså inte rakt av tolkas som en funktion av omsättningsförändringen, utan måste ses i ljuset av de växelvisa förändringar som sker över tid i antalet sysselsatta och i omsättningen.

Tabell 6.3. Företag som startat som soloföretag mellan 1996 och 2000 och överlevt fem år. Fördelade i procent efter relativ förändring av omsättning/absolut förändring av sysselsättning under en femårsperiod. Det rurala Sverige.

	Landsbygd			Tätort		
	Minskad omsättning	Oförändrad omsättning	Ökad omsättning	Minskad omsättning	Oförändrad omsättning	Ökad omsättning
Ej anställt under perioden	61	71	51	60	59	43
Har haft anställda under perioden	29	13	12	29	14	9
Har anställda vid slutår	10	16	38	12	27	48
Totalt	100	100	100	100	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

6.2 Vilka företag växer?

Resten av kapitlet är en kartläggning av samvariationen mellan en uppsättning egenskaper hos företagaren respektive företaget och företagets sysselsättnings- respektive omsättningstillväxt. Företagen delas upp i två tillväxtgrupper för att få en överskådlighet i materialet. Grupp 2 och 3 (se *tabell 6.1*) slås ihop avseende sysselsättning (företag som har haft anställda men inte har det slutåret och företag som vid slutåret fortfarande hade anställda). Grupp 1 och 2 (se *tabell 6.2*) slås ihop avseende omsättning (företag som haft en minskad respektive oförändrad omsättning under perioden). I ett antal korstabeller placeras de variabler som kan antas förklara tillväxt kolumnvis och tillväxtvariablerna radvis.

Vad gäller företagarnas egenskaper och resurser har vissa variabelgrupper slagits ihop, som i föregående kapitel var mer finfördelade. Riktmärket har varit att endast studera samvariationen med tillväxt för de variabelgrupper vars relativa storlek är ungefär den samma för det *rurala Sverige* i sin helhet som på lokal (kommun-)nivå. Med andra ord jämför vi i möjligaste mån grupper som återfinns i lika (i relativa termer) stor utsträckning i enskilda kommuner som i alla kommuner sammantaget.

I studier om små företags tillväxt görs i regel s.k. multivariata analyser, där fler än två variabler ingår samtidigt i förklaringsmodellen. Det statistiska sambandet mellan två variabler i en multivariat analys är inte jämförbart med den samvariation som framkommer mellan endast två variabler i en s.k. bivariat analys. Är samvariationen stark i en bivariat analys, är det emellertid sannolikt att ett samband kan statistiskt säkerställas i en multivariat analys.

Återstoden av detta kapitel är för det första en kartläggning av förhållandet mellan en uppsättning egenskaper hos företagare och resurser i företag å den ena sidan och företagets sysselsättnings- och omsättningstillväxt å den andra. Endast två variabler åt gången presenteras. För det andra är den en förberedelse för en djupare analys där hänsyn tas till flera faktorer samtidigt och där vi får en större förklaringskraft ur variablerna.⁸⁷

Resultaten kontrasteras mot den sammantagna bild av småföretag och tillväxt som växt fram från tidigare studier. Syftet är att få en förståelse för det (teoretiska) sammanhang variablerna ska ses i samt att få referensvärden till våra resultat. Vi refererar framförallt till Storey vars sammanställning av sådana studier fortfarande är bland de mest omfattande i litteraturen.⁸⁸ Det är också med utgångspunkt i dennes teoretiska och empiriska generaliseringar som den efterföljande litteraturen till stor del har försökt bredda kunskaperna om småföretagande och tillväxt.

Ett bra exempel på en ”Storey-influerad” studie är Nuteks småföretagarundersökningar från 2002 och 2005, vars resultat vi särskilt refererar till.⁸⁹ I Nuteks tillväxtanalys av den första av dessa undersökningar omfattas nämligen de allra minsta företagen.⁹⁰ I övriga studier exkluderas i regel företag med färre än 20 anställda. Då Nuteks urval av företag återspeglar hela landets företagsstruktur betyder det också i praktiken att soloföretagen är väl representerade (64 procent av urvalet) och - åtminstone i förhållande till andra studier - synliggjorda. Vad Nutek *inte* synliggör är de glesa strukturernas soloföretag, då deras data inte kan brytas ned längre än till länsnivå.

I Nuteks studie kartläggs såväl parvisa korrelationer (bivariat analys) som analyser med fler än två variabler (multivariat analys) för perioden 1998-2001.⁹¹ Gällande bivariata analyser är jämförbarheten tämligen god med vårt dataset. Tillväxtmått är likartade, likaså företagssegmentet.⁹² I de multivariata analyserna, till vilka våra resultat refereras men inte utan vidare kan jämföras med, definierar Nutek tillväxtgrupperna som de 10 procent företag som ökat antalet sysselsatta mest respektive de 25 procent företag som ökat omsättningen mest i relativa termer.

Storey delar in företagets resurser i tre olika områden; faktorer som påverkar tillväxt och som är kopplade till a) företagaren, b) företaget samt c) företagarens strategier.⁹³ De variabler som presenteras i detta kapitel kan kopplas till företagaren (kön, ålder, etnicitet/migration, utbildning, tidigare sysselsättningsstatus) och

⁸⁷ En sådan analys planeras publiceras under 2007.

⁸⁸ Storey DJ, (1994), ”Understanding the Small Business Sector”.

⁸⁹ Nutek, (2002, 2005), ”Företagens villkor och verklighet”.

⁹⁰ Nutek, (2003), ”Tillväxt i småföretag”.

⁹¹ *Ibid.*

⁹² Tillväxtgrupperna avseende sysselsättning skiljer sig dock något från vår studie. Nutek räknar företag i vilka sysselsättningen har ökat mellan start- och slutår, medan vi till denna grupp även räknar företag som överhuvudtaget har anställt under perioden. Skillnader finns även avseende företagets storlek. Nutek inkluderar företag med mellan 10 och 49 anställda, som dock endast utgör 4 procent av deras population. En grundläggande skillnad som inte får glömmas bort är också att Nutek (2002, 2005) är en urvalsundersökning som speglar landets företagsstruktur. Vi har gjort ett selektivt urval av företag, för att sedan totalräkna inom detta begränsade segment - data hämtas dessutom från register, inte enkäter.

⁹³ Storey DJ, (1994), ”Understanding the Small Business Sector.”

företaget (startår, bransch, juridisk form, tillgänglighet) medan strategifaktorer (innovativitet, riskbenägenhet, samverkan, kompetensutveckling etc.) svårigen kan kartläggas med registerdata och därför inte ryms inom ramen för detta kapitel.

Kön

Resultat

Män driver i något högre grad än kvinnor företag i vilka sysselsättningen har ökat eller där man har haft anställda någon gång under den första femårsperioden efter företagsstarten. Hälften av männen har ökat sin omsättning under samma period, medan andelen för kvinnor är 39 procent.

Tabell 6.4. Företagare fördelade i procent efter kön och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel för kvinnor respektive män. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Män	Kvinnor
<i>Sysselsättning¹ (baserad på 2 465 ftg.):</i>		
Har ej anställt	66	73
Har anställt	34	27
Totalt	100	100
<i>Omsättning (baserad på 1 559 ftg.):</i>		
Oförändrad/Minskad	50	61
Ökad	50	39
Totalt	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

¹ För det absoluta antalet företagare fördelade efter kön, se tabell 5.2.

Tidigare studier

Någon entydig effekt på tillväxt som går tillbaka till företagsledarens kön är svår att finna i tidigare studier, trots att variabeln får räknas till de mest förekommande.⁹⁴ Kanske i högre grad än andra variabler fångar en könsindelning upp effekter från andra variabler. Branscheffekter är ett sådant exempel eftersom män och kvinnor delvis verkar inom olika delar av ekonomin. Hypoteser som framförts i övrigt bygger på att kvinnors ansvar för organiseringen av livet vid sidan om arbetet (barn, familj, hem) är större än männens, och att de därför inte kan ägna lika mycket tid och energi på företaget. Men det kan också skilja i möjligheterna att få banklån, självförtroende etc.⁹⁵

I Nutek återfinns en bivariat analys som är jämförbar med tabellen ovan, främst vad gäller omsättningstillväxt.⁹⁶ Även där framgår att män i större utsträckning än kvinnor har ökat antalet sysselsatta i sina företag, medan däremot en något större andel av kvinnorna har ökat omsättningen jämfört med männen. I en multivariat analys i samma studie visas också att om företagsledaren är en kvinna är sannolikheten mindre att tillhöra gruppen med den största sysselsättningstillväxten, jämfört med om denne är en man. I modeller där också företagsfaktorer och strategifaktorer ingår försvinner dock effekten av kön.⁹⁷

⁹⁴ *Ibid*, sid: 127.

⁹⁵ *Ibid*, sid: 136-137.

⁹⁶ Nutek, (2003), "Tillväxt i småföretag", sid: 45.

⁹⁷ *Ibid*, sid: 97, 100.

Ålder

Resultat

Yngre företagare (16-29 år) är i större utsträckning representerade i de båda tillväxtgrupperna än övriga åldersgrupper. Noterbart är dock att även den äldsta gruppen (60-77 år) anställt i nästan samma utsträckning under femårsperioderna efter företagsstart. Samvariationen mellan ålder och omsättningens förändring är mer linjär. Ju högre upp i åldrarna (mätt som åldersintervall) vi kommer, desto lägre andel är det som tillhör tillväxtgruppen.

Tabell 6.5 Företagare fördelade i procent efter ålder (vid startår) och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel i respektive åldersgrupp. Landsbygd i det rurala Sverige.

	16-29	30-39	40-49	50-59	60-77
<i>Sysselsättning¹ (baserad på 2 465 ftg.):</i>					
Har ej anställt	57	62	70	79	59
Har anställt	43	38	30	21	41
Totalt	100	100	100	100	100
<i>Omsättning (baserad på 1 559 ftg.):</i>					
Oförändrad/Minskad	44	48	54	60	73
Ökad	56	52	46	40	27
Totalt	100	100	100	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

¹ För det absoluta antalet företagare fördelade efter ålder, se *tabell 5.2*.

Tidigare studier

När ålderseffekter diskuteras är det populärt att åberopa de yngres förmåga att arbeta hårt och energiskt men också de äldres större erfarenhet och bredare kontaktnät. Det är alltså inte självklart vilka effekter av ålder som ska förväntas. Hypotesen har framförts att det inte heller handlar om ett linjärt samband. Då är det snarare optimalt att vara varken för ung eller för gammal, dvs. ha en tillräckligt stor erfarenhet utan att förlorat alltför mycket ork och energi.⁹⁸ Resonemang av detta slag – den mentala och fysiska kapaciteten bland yngre och äldre – är dock långt ifrån självklara. Skillnaderna är trots allt större mellan enskilda individer än mellan olika åldersgrupper.

Liknande resultat som de som presenteras i *tabell 6.5* framkommer ur Nuteks bivariata analys mellan ålder och tillväxt. I Nuteks studie saknas dock resultatet att de allra äldsta skulle vara lika benägna att anställa som yngre. Nutek drar den preliminära slutsatsen att dynamiken i företagsutvecklingen är större bland företag som leds av yngre människor.⁹⁹ Resultaten i *tabell 6.5* styrker alltså delvis denna slutsats. Resultaten påverkas dock av vilken åldersindelning som görs. Delas företagarna in i grupperna 16-29, 30-49 och 50- år fås från våra data en tydlig bild av att ålder samvarierar negativt med såväl sysselsättnings- som omsättningstillväxt. Att åldersgruppen 60-77 i högre grad har anställt än 50-59 framgår då inte.

Resultaten öppnar upp för åtminstone två tolkningar. Den första är att det finns en skillnad mellan landsbygder och tätorter (som inte kan fångas upp i Nuteks data) där de äldsta är mer benägna att anställa i landsbygder än i tätorter. Den andra tolkningen är av rent teknisk karaktär, dvs. att skillnaderna i resultaten beror på åldersgrupperingen. En finare åldersfördelning bland äldre i Nuteks studie skulle då också visa på resultat liknande våra. I den multivariata analys som ingår i Nutek-

⁹⁸ Storey DJ, (1994), "Understanding the Small Business Sector", sid: 134.

⁹⁹ Nutek, (2003), "Tillväxt i småföretag", sid: 46.

studien fås signifikanta ålderseffekter (ålder är då en kontinuerlig variabel) både vad gäller sysselsättnings- och omsättningstillväxt, dvs. ett negativt samband mellan ålder och tillväxt.¹⁰⁰

Etnicitet

Resultat

En större andel av företagare födda utom Norden har haft erfarenhet av anställda i sina företag, än personer födda i Norden. Skillnaderna är dock inte stora. De som är födda i Sverige har dock den klart största andelen som ökat sin omsättning. Nästan hälften av de Sverigefödda ingår i denna tillväxtgrupp.

Migration inom landet kan liksom invandring till landet hanteras analytiskt på ungefär samma sätt. Inflyttning kan skapa såväl ett utanförskap p.g.a. av ett bristfälligt kontaktnät (företagandet blir ett alternativ då det är svårt att få anställning och/eller att företagen utvecklas sämre än för dem som tillhör en gemenskap) som en välkommen injektion från personer som inte har hunnit formas i en lokal kultur. De senare kan ha andra erfarenheter, kontakter och syn på de möjligheter som finns. Sådana företag skulle då utvecklas mer än de som drivs av personer som länge varit bosatta i kommunen.

Vi har testat förhållandet till tillväxt, för den närmaste femårsperioden före startåret, mellan företagare som är inflyttade i en kommun och de som startat sitt företag i den kommun de bott i de senaste fem åren. Endast små skillnader mellan inflyttade och redan bosatta kan noteras, både avseende sysselsättnings- och omsättningstillväxt. Vi har därför valt att inte redovisa dem här. Vi har även testat den eventuella samvariationen mellan de som startat sin affärsverksamhet i ett annat län än sitt födelselän respektive de som startat i samma län som de är födda och tillväxt. Inte heller mellan dessa kategorier hittas några skillnader i tillväxt.

Tabell 6.6. Företagare fördelade i procent efter etnicitet och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel för respektive etnicitet. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Sverige	Norden utom Sverige	Utom Norden
<i>Sysselsättning¹ (baserad på 2 465 ftg.):</i>			
Har ej anställt	68	68	64
Har anställt	32	32	36
Totalt	100	100	100
<i>Omsättning (baserad på 1 559 ftg.):</i>			
Oförändrad/Minskad	52	69	64
Ökad	48	31	36
Totalt	100	100	100

Källa: FAD och Glesbygdswerkets bearbetningar.

¹ För det absoluta antalet företagare fördelade efter etnicitet, se *tabell 5.3*.

Tidigare studier

I Storey görs en koppling mellan företagare födda utomlands och social marginalisering, även om det i det senare begreppet inkluderar även andra befolkningsgrupper.¹⁰¹ En sådan marginalisering skulle bl.a. kanaliseras i ett sämre utfall av företaget jämfört med i detta avseende ej marginaliserade grupper.

¹⁰⁰ *Ibid*, sid: 97, 100.

¹⁰¹ Storey DJ, (1994), "Understanding the Small Business Sector", sid: 132-133.

Studier med denna variabel är dock få och resultaten blandade. Såväl teori som empiri behöver utvecklas på området.

Idén med att inkludera migration inom landet (uttryckt som flyttningar mellan kommuner respektive mellan län) i denna studie har varit ett försök att finna kopplingar mellan människors rörlighet och hur väl de lyckas som företagare. Inte heller denna metod har gett några tydliga resultat, vilket förstärker behovet av andra infallsvinklar och operationaliseringar av variabler. Med en förlängd tidsperiod, från de fem år bakåt i tid som vi mätt rörligheten, kan dessutom resultaten förändras.

I den bivariata analysen i Nutek, som i stort är jämförbar med resultaten i *tabell 6.6*, är andelen med ökad omsättning något mindre för födda i Sverige jämfört med födda utanför Sverige.¹⁰² Sysselsättningsstillväxt är också vanligare bland de utomlands födda och det är ett resultat som fås både i en bivariat och multivariat analys.¹⁰³

Utbildning

Resultat

De flesta företagare har en gymnasial bakgrund. Det är också de som i störst utsträckning tillhör de båda tillväxtgrupperna, men bilden är inte entydig. Företagare med eftergymnasial utbildning ligger inte långt efter vad gäller andelen som noteras för en ökning av omsättningen, medan fallet är det motsatta gällande sysselsättningsstillväxt. Benägenheten att anställa har varit något större för dem med förgymnasial utbildning.

Tabell 6.7. Företagare fördelade i procent efter utbildningsnivå och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel på respektive utbildningsnivå. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Förgymnasial	Gymnasial	Eftergymnasial
<i>Sysselsättning¹ (baserad på 2 453 ftg.):</i>			
Har ej anställt	70	65	74
Har anställt	30	35	26
Totalt	100	100	100
<i>Omsättning² (baserad på 1 555 ftg.):</i>			
Oförändrad/Minskad	57	50	53
Ökad	43	50	47
Totalt	100	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

¹ 12 företagare för vilka den tidigare sysselsättningen var förlagd utomlands är exkluderade. För det absoluta antalet företagare fördelade efter utbildning, se *tabell 5.5*. ² 4 företagare för vilka den tidigare sysselsättningen var förlagd utomlands är exkluderade.

Tidigare studier

Utbildningseffekter på tillväxt går i tidigare studier i olika riktningar. Å ena sidan ökar företagarens humankapital med utbildningens längd vilket kan förklara de positiva effekter på tillväxt som har beräknats. Å andra sidan är företagandet inte nödvändigtvis enbart en aktivitet där teoretiska kunskaper är betydelsefulla.¹⁰⁴ Det kräver även en praktisk sida som kanske snarare växer ur en erfarenhetsbaserad kompetens, som kan vara kopplad till tidigare anställningar eller erfarenheter av att

¹⁰² Nutek, (2003), "Tillväxt i småföretag", sid: 46-47.

¹⁰³ *Ibid*, sid: 46-47, 100.

¹⁰⁴ Storey DJ, (1994), "Understanding the Small Business Sector", sid: 129.

vara företagare. Det är inte heller alltid fallet att företagandet bedrivs i ett yrke eller en bransch för vilken utbildningen är relevant. Det skulle förklara varför sambandet i vissa studier mellan utbildning och tillväxt är negativt, eller saknas i de fall de positiva och negativa effekterna tar ut varandra.

Liknande resultat som vi presenterar återfinns i Nuteks studie. I deras multivariata analys framkommer dock inga statistiskt säkerställda effekter på sysselsättnings- respektive omsättningstillväxt av utbildning.¹⁰⁵

Tidigare sysselsättningsstatus

Med tidigare sysselsättningsstatus inkluderar vi flera faktorer som antas påverka tillväxt i befintliga företag. De är kopplade till företagarens bakgrund och den tidigare anknytningen till arbetsmarknaden. Flera av de faktorer som presenteras i Storey är på olika sätt knutna till den tidigare sysselsättningen eller bristen på den ("motivation", "unemployment push", "management experience", "prior self-employment", "prior business failure").¹⁰⁶

Resultat

I *tabell 6.8* redovisas andelen i de olika tillväxtgrupperna i förhållande till om företagaren var sysselsatt eller ej sysselsatt *året innan* denne startade det företag som vi följer i undersökningen. Endast små skillnader finns i andelen som tillhör de respektive tillväxtgrupperna (de två kolumnerna längs till vänster i *tabell 6.8*).

Delar vi upp gruppen sysselsatta efter yrkesställning är tillväxtbenägenheten *lägre* om företagaren hade drivit ett annat företag året innan jämfört med om personen varit anställd eller inte ens varit sysselsatt.¹⁰⁷ En tredjedel av dem med företagarbakgrund (antingen som egenföretagare eller som fåmansaktiebolagsägare) har i det nuvarande företaget anställt någon person eller ökat omsättningen. Det kan t.ex. jämföras med de som inte var sysselsatta alls, av vilka nästan hälften hade ökat sin omsättning. Gruppen fåmansaktiebolagsägare är något svårtolkad eftersom vi inte vet om individen är anställd i ett bolag som den har ägarintresse i eller om den är en aktiv ledare i företaget.

¹⁰⁵ Nutek, (2003), "Tillväxt i småföretag", sid: 47-48, 97, 100.

¹⁰⁶ Storey DJ, (1994). "Understanding the Small Business Sector", sid: 126-137.

¹⁰⁷ Notera dock att yrkesställningen mäts under november månad och den behöver inte vara den samma resten av året.

Tabell 6.8. Företagare fördelade i procent efter tidigare sysselsättningsstatus/yrkesställning (november månad året före startår) och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel för respektive status/ställning. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Sysselsatt	Ej sysselsatt	Anställd	Företagare	Fåmansaktiebolagsägare	Företagare + Fåm.aktieb.ägare
<i>Sysselsättning¹ (baserad på 2 453 ftg.):</i>						
Har ej anställt	66	70	65	75	56	68
Har anställt	34	30	35	25	44	32
Totalt	100	100	100	100	100	100
<i>Omsättning² (baserad på 1 552 ftg.):</i>						
Oförändrad/Minskad	54	52	50	72	62	66
Ökad	46	48	50	28	38	34
Totalt	100	100	100	100	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

¹ 12 företagare för vilka den tidigare sysselsättningen var förlagd utomlands är exkluderade. För det absoluta antalet företagare fördelade efter yrkesställning och sysselsättningsstatus, se *tabell 5.6.* ² 7 företagare för vilka den tidigare sysselsättningen var förlagd utomlands är exkluderade.

Andelen med företagarbakgrund som har anställt i de företag vi studerar är ännu lägre om vi förlänger tidshorizonten vad gäller den tidigare bakgrunden. Tittar vi på dem som varit registrerade som företagare eller fåmansaktiebolagsägare någon gång under en *femårsperiod före* företagsstarten var andelen som någon gång ökat antalet anställda ca. en fjärdedel. Däremot var det en större andel som ökat sin omsättning, jämfört med om vi tittar på det enstaka år som föregick registreringsåret (*tabell 6.9*). De som saknade någon form av erfarenhet av företagande under hela femårsperioden före registreringsåret hade i större utsträckning ökat såväl antalet sysselsatta som omsättningen, jämfört med dem som hade haft en sådan erfarenhet. Skillnaden är särskilt stor vad gäller sysselsättningen.

Tabell 6.9. Företagare fördelade i procent efter erfarenhet av företagande i Sverige (under en femårsperiod före startår) och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel för respektive bakgrund. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Företagare inkl. fåmansaktiebolagsägare	Ej företagarbakgrund
<i>Sysselsättning¹ (baserad på 2 465 ftg.):</i>		
Har ej anställt	76	63
Har anställt	24	37
Totalt	100	100
<i>Omsättning (baserad på 1 559 ftg.):</i>		
Oförändrad/Minskad	57	51
Ökad	43	49
Totalt	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

¹ För det absoluta antalet företagare fördelade efter tidigare erfarenhet av företagande, se *tabell 5.7.*

Likaså finns skillnader, och igen oväntade sådana, mellan de som varit arbetslösa i olika stor utsträckning året innan företagsstart. De med långa arbetslöshetsperioder (sammanlagt över 90 dagar under ett år) hade främst gällande omsättningen en större andel i tillväxtgruppen än de med kortare arbetslöshetsperioder. Även anställningsbenägenheten var större, men inte i lika stor utsträckning som avseende omsättningstillväxten.

Tabell 6.10. Företagare fördelade i procent efter tidigare arbetslöshetsperioder (året före startår) och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel för respektive arbetslöshetsperiod. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Högst 90 dagar	Över 90 dagar
Sysselsättning ¹ (baserad på 2 453 ftg.):		
Har ej anställt	69	65
Har anställt	31	35
Totalt	100	100
Omsättning ² (baserad på 1 552 ftg.):		
Oförändrad/Minskad	55	42
Ökad	45	58
Totalt	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

¹ 12 företagare för vilka den tidigare sysselsättningen var förlagd utomlands är exkluderade. För det absoluta antalet företagare fördelade efter arbetslöshetsperioder, se *tabell 5.8.* ² 7 företagare för vilka den tidigare sysselsättningen var förlagd utomlands är exkluderade.

Tidigare studier

Det är inte det tidigare företagandet i sig som kan förväntas ha effekter på det framtida företagandet, utan snarare vilka erfarenheter som ligger inbäddade i det och vilka lärdomar som dras ur dessa erfarenheter. Sådana faktorer är naturligtvis svåra att fånga in med registerdata. Det förklarar troligen åtminstone en del av de oväntade kopplingarna vi ser mellan företagarens bakgrund och företagets tillväxt. I vårt dataset kan vi t.ex. inte se om det tidigare företagandet har avslutats, om företaget har fått läggas ned eller om det ingår i en ”portfölj” av flera, pågående företagsverksamheter.

Litteraturen ger exempel på vilka mekanismer som kan ligga bakom kopplingarna mellan företagarens bakgrund och tillväxt.¹⁰⁸ De har däremot sällan testats empiriskt (och ingår inte heller i tillväxtmodellerna i Nutek).¹⁰⁹ Däremot har tidigare arbetslöshetsperioder och deras påverkan på företagstillväxt studerats flitigare. Arbetslösa antas förfoga över ett mindre humankapital, vilket skulle påverka företagandet negativt. Dessutom kan det antas att drivkrafterna till företagande hos de som varit arbetslösa är annorlunda än för de sysselsatta (ofta benämnd som en ”push”-effekt på företagande). Företagare som inte kommer från arbetslöshet skulle då vara mer entreprenöriella i sina ambitioner då de överger en känd sysselsättning för ett okänt företagande (”pull”-effekt på företagande). Arbetslösa skulle välja mer av nödvång vilket påverkar de framtida tillväxtmöjligheterna negativt. Storey drar slutsatsen att arbetslöshet påverkar negativt möjligheterna att driva ett framtida företagande framgångsrikt, jämfört med dem som inte varit arbetslösa.¹¹⁰ Våra data styrker inte alls dessa hypoteser. Nutek undersöker inte alls dessa faktorer.¹¹¹

En förklaring som kan ligga bakom de skiftande resultaten baserade på svenska respektive internationella studier är att den s.k. ”push”-effekten inte är lika stark i Sverige och i andra länder med ett väl utbyggt socialförsäkringssystem. I Sverige är det förhållandevis få människor som ”tvingas” ut i ett företagande för att säkra sin försörjning. Även som tidigare arbetslös eller sysslös kan det dessutom finnas starka ”pull”-effekter, eftersom (givet att anställning har funnits tidigare som berättigar till understöd och omställningsbidrag) inkomsten ändå är säkrad via försäkringssystemen. Därför kan det vara också vara svårt att avläsa skillnader i tillväxt mellan grupper med olika grader av tidigare arbetsmarknadsanknytning. Drivkrafter

¹⁰⁸ Se t.ex. översikten i Storey DJ, (1994), ”Understanding the Small Business Sector”, sid: 126-137.

¹⁰⁹ Nutek, (2003), ”Tillväxt i småföretag”.

¹¹⁰ Storey DJ, (1994), ”Understanding the Small Business Sector”, sid: 128.

¹¹¹ Nutek, (2003), ”Tillväxt i småföretag”.

och ambitioner för det egna företaget är viktiga ingredienser för ett framgångsrikt företagande (definierat som sysselsättnings- och omsättningstillväxt) och skillnader i dessa kan inte alltid fångas upp med de grova kategorier som presenterats ovan.

Företagets startår (ålder)

Resultat

Vänder vi blickarna till företagets förutsättningar, snarare än företagarens, tenderar för det första andelen som ökat sin omsättning eller någon gång anställt vara något större ju senare startåret är under den begränsade tidsperiod som kartläggs i denna studie. Totalt sett är det dock stabiliteten i andelarna som är mer utmärkande, än att de förändrats över tid.

Tabell 6.11 Företag fördelade i procent efter startår/undersökningsperiod och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel för respektive startår. Landsbygd i det rurala Sverige.

	1996/ 1997-2001	1997/ 1998-2002	1998/ 1999-2003	1999/ 2000-2004	2000/ 2001-2005
<i>Sysselsättning¹ (baserad på 2 465 ftg.):</i>					
Har ej anställt	70	69	70	67	64
Har anställt	30	31	30	33	36
Totalt	100	100	100	100	100
<i>Omsättning (baserad på 1 559 ftg.):</i>					
Konstant/Minskad	56	55	54	50	48
Ökad	44	45	46	50	52
Totalt	100	100	100	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

¹ För det absoluta antalet företag fördelade efter bransch, se *tabell 5.9*.

Tidigare studier

Storey rapporterar om tämligen klara samband mellan företagets ålder och tillväxt.¹¹² Ju yngre företaget är desto större sannolikhet att det växer mer än äldre företag. Även Nutek finner ett robust, negativt samband mellan ålder och sysselsättnings- respektive omsättningstillväxt.¹¹³

En viktig skillnad mellan vår och Nuteks studie, och även de som undersöks i Storeys kartläggning, är att en del av företagen i de senare har varit verksamma under en längre tidsperiod än de fem första år som kartläggs i föreliggande studie. Vi studerar tillväxtutvecklingen under samma period som företagen håller på att etableras, medan andra studier mäter tillväxten under olika perioder i företagens livscykler.

Bransch

Resultat

Tillväxten i olika branscher i relativ omsättning pekar på att särskilt byggbranschen haft en bra utveckling under undersökningsperioden. Hela sex av tio företagare inom denna bransch har ökat sin omsättning. Gällande andelen som anställt är det inte förvånande att den är som högst i arbetsintensiv tjänsteproduktion och i byggsektorn

¹¹² Storey DJ, (1994), "Understanding the Small Business Sector", sid: 138-139.

¹¹³ Nutek, (2003), "Tillväxt i småföretag", sid: 98, 100.

(också arbetsintensiv). Definitionsmässigt är det sådana sektorer som växer med hjälp av fler sysselsatta. Det motsatta förhållandet finns i de kunskapsintensiva tjänsterna, vilka tillväxer i andra former och med en annan typ av tillväxt i humankapital. Särskilt obenägen att anställa har man dock varit inom jordbrukssektorn, men där också inslaget av medhjälpande familjemedlemmar är större än i andra branscher.

Tabell 6.12 Företag fördelade i procent efter bransch och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel inom respektive bransch. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Jord/Skog/Fiske	Tillverkning	Bygg	Tjänster	Arb.intensiva tjänster	Kap.intensiva tjänster	Kun.intensiva tjänster
<i>Sysselsättning¹</i>							
<i>(baserad på 2 328 ftg.):</i>							
Har ej anställt	78	61	57	62	55	48	74
Har anställt	22	39	43	38	45	52	26
Totalt	100	100	100	100	100	100	100
<i>Omsättning²</i>							
<i>(baserad på 1 509 ftg.):</i>							
Oförändrad/Minskad	53	56	40	55	58	54	54
Ökad	47	44	60	45	42	46	46
Totalt	100	100	100	100	100	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

¹ 137 företag för vilka uppgift om bransch saknas är exkluderade. För det absoluta antalet företag fördelade efter bransch, se *tabell 5.10*. ² 43 företag för vilka uppgift om bransch saknas är exkluderade. Tillverkning inkluderar mineralutvinning. Till arbetsintensiva tjänster räknas Handel/Hotell/Restaurang, till kapitalintensiva Transport/Fastighetsverksamhet och till kunskapsintensiva Företagstjänster/Utbildning/Hälsa- och sjukvård/Övriga tjänster.

Tidigare studier

Jämförelser med andra studier gällande branschens betydelse för sysselsättnings- och omsättningstillväxt försvåras av de mycket olika definitioner och indelningar som görs av företag i branscher och sektorer. Dessutom är konjunktursvängningarna delvis branschspecifika vilket påverkar vid vilken tidpunkt en konjunkturförändring påverkar ett enskilt företag eller enskild bransch. Generella konjunkturuppgångar och –nedgångar påverkar också branscher på olika sätt. När en begränsad tidsperiod studeras är det alltså svårt att renodla de effekter som strukturellt och långsiktigt betingar företagens utveckling inom en specifik bransch.

I Nutek delas företagen i den bivariata analysen in i tre sektorer; tillverkande företag, tjänsteföretag och handelsföretag.¹¹⁴ Några stora skillnader i tillväxtmönster mellan sektorerna framkommer inte för deras undersökningsperiod, 1998-2001. I deras multivariata analys är sannolikheten att tillhöra tillväxtgruppen större inom byggsektorn och inom transport och kommunikation än vad den är inom tillverkningsindustrin (som är referensbranschen).¹¹⁵

Juridisk form

Resultat

SVårigheterna med att analysera effekter av den juridiska formen på tillväxtutvecklingen är att tillväxten i sig i minst lika hög grad påverkar valet av juridisk form. Det är t.ex. vanligt att soloföretag startar som enskilda firmor (vilket

¹¹⁴ *Ibid*, sid: 51.

¹¹⁵ *Ibid*, sid: 100.

har visats i *tabell 5.11*) och övergår till aktiebolag när företaget expanderar (övergångar som vårt dataset inte fångar upp). Med andra ord är det svårt att bedöma huruvida företagsformen vid företagsstart har någon betydelse för den senare utvecklingen. Det är rimligt att anta att en sådan effekt trots allt är begränsad. Däremot signalerar möjligen aktiebolagsformen i större utsträckning tillväxtambitioner hos företagaren, jämfört med företagsformen enskild firma.

Företag som startat som aktiebolag har dock anställt i högre grad än enskilda firmor. Detta faktum är inte anmärkningsvärt, utan snarare den mycket stora skillnaden i andelarna. I jämförelse med anställningsbenägenheten mellan företagsformerna är den skillnad som finns gällande omsättningen blygsam. En något större andel som ökat omsättningen under perioden noteras för aktiebolagsformen.

Tabell 6.13. Företag fördelade i procent efter juridisk form och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel för respektive juridisk form. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Enskild firma	Aktiebolag
<i>Sysselsättning¹ (baserad på 2 362 ftg.):</i>		
Har ej anställt	76	34
Har anställt	24	66
Totalt	100	100
<i>Omsättning² (baserad på 1 508 ftg.):</i>		
Oförändrad/Minskad	54	48
Ökad	46	52
Totalt	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsvverkets bearbetningar.

¹ 103 företag som är ekonomiska föreningar/handels- eller kommanditbolag är exkluderade. För det absoluta antalet företag fördelade efter juridisk form, se *tabell 5.11*. ² 51 företag som är ekonomiska föreningar/handels- eller kommanditbolag är exkluderade.

Tidigare studier

I tidigare studier kartläggs såväl nystartade som etablerade företag, varför det är svårt att finna vägledning i dessa för sannolikheten att en viss företagsform tillhör en tillväxtgrupp av företag. Storey rapporterar överlag positiva effekter av aktiebolagsformen på tillväxt, liksom andra studier där delat ägarskap leder till en större sannolikhet för tillväxt i förhållande till om företagsledaren äger merparten av företaget.¹¹⁶ Nutek rapporterar från sin multivariata analys för perioden 1998-2001 att aktiebolagsformen ökar sannolikheten för att tillhöra den grupp av företag som växt mest, jämfört med andra företagsformer (som nämnts, är dock riktningen i sambandet mellan företagsform och tillväxt oklar). Det gäller för både sysselsättning och omsättning i en partiell modell som innehåller företagsfaktorer, och endast sysselsättning i en modell som även inkluderar individfaktorer och strategifaktorer.¹¹⁷

Tillgänglighet och lokala arbetsmarknader

Resultat

Tillgängligheten varierar inom det *rurala Sverige*. Företagare i kommuner med en låg tillgänglighet till större tätorter (under genomsnittet för samtliga kommuner) verkar emellertid inte ha en lägre benägenhet att anställa eller begränsade möjligheter att öka

¹¹⁶ Storey DJ, (1994), "Understanding the Small Business Sector", sid: 138-141, Wiklund J, (1998), "Small Firm Growth and Performance", Nutek, (2003), "Tillväxt i småföretag".

¹¹⁷ Nutek, (2003), "Tillväxt i småföretag", sid: 98, 100.

omsättningen, jämfört med företagare i kommuner med högre tillgänglighet. Tvärtom visar *tabell 6.14* att företag belägna i kommuner med låg tillgänglighet har såväl anställt som ökat sin omsättning i större utsträckning än företag i kommuner där befolkningen i genomsnitt har en högre tillgänglighet till större tätorter. Inledningsvis i kapitlet (*tabell 6.1*) noterades en generellt *lägre* anställningsbenägenhet på landsbygder jämfört med tätorter. Det är noterbart att den skillnaden mellan olika grader av *täthet* inte återspeglas i en motsvarande skillnad avseende landsbygdsområden i kommuner med olika grad av *tillgänglighet*.

Tabell 6.14. Företag fördelade i procent efter tillgänglighet till större tätorter och tillväxtgrupp avseende anställda/omsättning. Procentandel för respektive grad av tillgänglighet. Landsbygd i det rurala Sverige.

	Låg tillgänglighet	Hög tillgänglighet
<i>Sysselsättning¹ (baserad på 2 465 ftg.):</i>		
Har ej anställt	65	70
Har anställt	35	30
Totalt	100	100
<i>Omsättning (baserad på 1 559 ftg.):</i>		
Oförändrad/Minskad	50	54
Ökad	50	46
Totalt	100	100

Källa: FAD och Glesbygdsverkets bearbetningar.

¹ För det absoluta antalet företag fördelade efter tillgänglighet, se *tabell 5.12*.

En kartläggning av tillväxt mot bakgrund av i vilken regionfamilj företagen tillhör i denna studie visar på (men redovisas ej här) resultat som tangerar de som redovisas *tabell 6.14* ovan. Där var dock utgångspunkten för indelningen av Sverige ett renodlat tillgänglighetsmått. En indelning i regionfamiljer bygger på flera andra faktorer, av vilka tillgänglighet (som dessutom mäts på ett annat sätt än i vår studie) endast ges en begränsad vikt. Anställningsbenägenheten är allra störst i regionfamiljer 4 och 5 (småregioner med en dominans av privat respektive offentlig sysselsättning) med en andel som anställt på 35 procent, medan andelen i regionfamiljer 2 och 3 (större och mindre regioncentra) är 29 procent. Gällande ekonomisk tillväxt ligger samtliga regioner i närheten av varandra gällande den andel som ökat sin omsättning, mellan 46 och 48 procent.

Tidigare studier

Tillgänglighet fångas i tidigare studier upp indirekt som en del av generella regioneffekter. Nutek visar utifrån en geografisk indelning i regionfamiljer på tämligen små skillnader i andelen som ökat sysselsättningen mellan de olika familjerna.¹¹⁸ Andelen med ökad omsättning tenderar dock vara något lägre i perifera småregioner som har en stor andel offentligt sysselsatta (regionfamilj 6).¹¹⁹ Fem regioner har en mer negativ tillväxtutveckling än storstadsregionerna, som till stora delar karakteriseras av en högre tillgänglighet än övriga regioner, i Nuteks multivariata analys.¹²⁰ De samband som indikeras (via en samvariation) i våra bivariata analyser av betydelsen av tillgänglighet och den lokala arbetsmarknaden skiljer sig alltså från de samband som skattats i Nutek.

¹¹⁸ *Ibid*, sid: 50-51.

¹¹⁹ *Regionfamiljsindelningen har sedan Nuteks studie reviderats och antalet minskats från sex till fem familjer.*

¹²⁰ Nutek, (2003), "Tillväxt i småföretag", sid: 98, 100.

6.3 Sammanfattning och fortsatta studier

Företagaren

Män har anställt i högre grad än kvinnor och likaså ökat omsättningen i sina företag i större utsträckning. Resultatet är i stora drag i linje med tidigare teoretiska och empiriska resultat.

Yngre företagare har ökat sin omsättning under perioden i större utsträckning än äldre. Anställningsbenägenheten är också relativt hög bland yngre, men även företagare över 60 år har anställt i hög grad. Det är ett något oväntat resultat, bl.a. jämfört med tidigare studier, och kan ha sin förklaring i de geografiska skillnader vi belyser i denna rapport men som inte brukar uppmärksammas i andra sammanhang. Men förklaringen kan också ligga i den åldersgruppering som görs på olika sätt i olika studier. Att andelen med ökad omsättning inte är stor bland de äldsta, men desto större bland de allra yngsta, har delvis sina förklaringar i att tidshorisonten skiljer grupperna åt. Yngre har en stor del av arbetslivet framför sig och expanderar delvis sin verksamhet som ett sätt att överleva som företagare. Äldre avslutar sin karriär, t.ex. med ett företagande som drygar ut pensionen eller som en nedtrappning i förvärvsintensiteten. Vad som är noterbart är att detta i så fall inte avspeglas i sysselsättningen på samma sätt som i omsättningen. Annars bekräftar våra resultat i stort de som presenterats i tidigare studier. Företagarens ålder tenderar att samvariera negativt med tillväxt.

Kategorier som skiljer företagarna åt beroende på om de är födda i samma kommun, län respektive land som deras företag ligger ger endast små skillnader i andelen som tillhör tillväxtgrupperna. Störst är skillnaden mellan inflyttare från andra länder och de som är födda i Sverige. Andelen som ökat sin omsättning är större bland Sverigefödda än födda utanför Sverige, medan personer födda utanför Norden har anställt i något större utsträckning än personer födda inom Norden. Att en (långväga) flytt innebär en förlust av ett för företagandet nödvändiga kontakter och nätverk, och därmed försätter den inflyttade i ett sämre utgångsläge än övriga, är inte heller självklart i dagens globala och krympande värld. I kapitel åtta belyses detta i ett exempel där invandrare har kunnat utnyttja de kontaktnät och det nätverk som uppbyggts i hemlandet för en lyckad etablering av verksamheten i Sverige.

En större andel av företagarna med en gymnasial utbildning har såväl anställt som ökat sin omsättning, jämfört med företagare med lägre och högre utbildning. Företagare med eftergymnasial utbildning har en större andel som ökat sin omsättning än dem med förgymnasial utbildning. Företagare med förgymnasial utbildning har å andra sidan en större andel som anställt än företagare med eftergymnasial utbildning. Till viss del är detta knutet till olika typer av företag. Kunskapsbaserade verksamheter växer snarare genom en ökad omsättning än genom anställningar, medan förhållandet är det motsatta för enklare, arbetsintensiva verksamheter.¹²¹ Humankapitalets kvalitet är - hårdraget - viktig i det förra fallet, och dess kvantitet i det senare. Skillnaderna är dock överlag inte särskilt stora i den andel som återfinns i tillväxtgrupperna mellan de olika utbildningsnivåerna. Kopplingarna mellan utbildning och tillväxt är komplexa, och inte heller utbildningseffekter är något som tidigare studier sammantaget ger entydiga resultat om.

Den samvariation som finns mellan individens tidigare erfarenheter av anställningar, eget företagande respektive arbetslöshet och tillväxt är svårtolkad. Det kan bero på de grova indikatorer som använts för att beskriva dessa erfarenheter.

¹²¹ Det gäller naturligtvis under förutsättningen att företags verksamhet är anpassad till företagarens utbildningsnivå och utbildningens inriktning. Vi har inte kartlagt de anställdas utbildningsnivå.

Noterbart är dock att en så låg andel av gruppen som tidigare haft erfarenhet av företagande tillhör de olika tillväxtgrupperna. En förklaring kan vara att det i samband med den första företagsstarten har byggts upp ett nätverk. Detta försvinner sedan inte helt när företaget avvecklas eller förändras på annat sätt. Olika resursbehov kan därför tillfredsställas inom nätverket, utan att det kräver anställningar inom företaget, när ett nytt företag startas. Hypoteser av detta slag förstärks av uppgifter som presenterades i kapitel fem, där medelåldern var tämligen hög bland ägarna till de nystartade företagen. Med stigande ålder följer i regel allt större kontaktnät och kunskaper om den lokala arbetsmarknaden. Det finns dock ett tydligt behov av att mäta dessa korrelationer på delvis andra sätt för att bättre kunna beskriva de skilda förutsättningar som kan tänkas ge upphov till olika ekonomiska utfall.

Skillnaderna i andelen i tillväxtgrupperna beroende på om företagaren varit arbetslös (mer än 90 dagar på årsbasis) är också oväntade. Såväl andelen som anställt som ökat sin omsättning är högre bland gruppen arbetslösa, jämfört med de som inte varit det (mer än 90 dagar på årsbasis). Här spelar drivkrafterna bakom företagandet en nyckelroll för att förklara dessa skillnader, något som behöver utredas mer än vad ramarna för denna rapport medgivit. Är emellertid drivkraften stark att få stanna kvar i en bygd där försörjningsalternativen är få, är det inte självklart att perioder av arbetslöshet är en bra indikator för begränsade förutsättningar eller ofördelaktigt utgångsläge för företagande. Tvärtom, brist på alternativ kan också göra företagarna mer benägna att lyckas som företagare. Den ”utgång” (exit) som finns på större arbetsmarknader med fler alternativ saknas i större utsträckning. Brist på alternativ kan också illustreras av de låga fastighetsvärdena i glesa miljöer och på de svaga arbetsmarknaderna. Även i detta avseende är priset för ”exit” högt, då alternativet att sälja egentligen inte finns. Den lokala miljön, drivkrafter till företagsstart och mål och ambitioner förknippade med företagande belyses ytterligare i kapitel sju.

Företaget

Den koppling som presenterats från faktorer som kan knytas till företaget, liksom dem från företagaren som individ, till tillväxtutveckling kräver också ytterligare, fördjupade analyser. Exempelvis kan varken bransch eller juridisk form utan vidare kopplas till en viss tillväxtgrupp. Branscher är på olika sätt utsatta för konjunktursvängningar och det är svårt att renodla de faktorer som inte är tidsbundna och som säger något generellt om en branschs relativa förmåga att expandera.

Företagsformen vid företagsstart bidrar till ytterligare problem vid kartläggningen eftersom den kan förändras över tid utan att vi ser det i våra registerdata. Likaså är det osäkert i vilken grad företagsformen påverkar tillväxten, jämfört med det omvända förhållandet. Expanderande verksamheter kräver i regel – i takt med större åtaganden och risker – att aktiebolagsformen ersätter de enskilda firmorna. Sett ur ett finansieringsperspektiv finns dock uppenbara fördelar med aktiebolagsformen redan vid företagsstart. Såväl tillväxtambitioner som ekonomisk stabilitet som denna företagsform signalerar drar lättare till sig ytterligare finansiärer. Ett delat ägarskap har också i tidigare studier visat sig ökat sannolikheten för tillväxt.

Vidare visar resultaten att en något större andel företagare i mindre tillgängliga delar inom det *rurala Sverige*, jämfört med områden med högre tillgänglighet, tillhör tillväxtgrupperna. Det överensstämmer inte med den gängse bild som finns, där tillgängliga regioner (framförallt storstadsregioner kontra övriga regioner) antas ha bättre förutsättningar för företagande och uppvisar ett bättre utfall i termer av sysselsättnings- och omsättningstillväxt.

Avslutning

Vi kan avslutningsvis konstatera att fördelningen av företag efter tillväxt i sysselsättning respektive omsättning utifrån egenskaper och resurser hos individen/i företaget tämligen väl sammanfaller med resultat som framkommit i flera av tidigare studier på området. I de senare har företagssegmentet varit ett annat (fler större företag) och likaså den geografiska indelningen (läns- eller riksnivåer). Detta är intressant i sig, på det viset att soloföretag i det *rurala Sverige* inte verkar avvika mycket från något större företag i mer urbana delar av landet.

Vi har inte inom ramen för denna rapport haft möjlighet att djupare analysera sambandet mellan företagets resurser och förutsättningar å ena sidan och företagets tillväxtutveckling å den andra. För det första skulle detta kräva mer än en bivariat analys, som har varit den deskriptiva metod som tillämpats i detta kapitel. För att bedöma enskilda faktorer påverkan på tillväxt krävs att andra faktorer hålls konstanta enligt en "allt-annat-lik"-metod. I en bivariat analys blir det fort översködligt att försöka analysera flera variabler samtidigt, t.ex. sannolikheten för ökad omsättning om företagaren är en man (istället för kvinna) *och* som producerar tjänster (istället för varor) *och* är mellan 20-39 år (istället för 40-59 år). Detta kapitel har därför, vid sidan om syftet att kartlägga, också tjänat som en förberedelse för en analys där hänsyn tas till flera faktorer samtidigt. En sådan analys planeras att genomföras av Glesbygdsverket.

För det andra krävs kompletterande data, som inte nödvändigtvis bäst fångas upp i register. Här bör ytterligare kopplingar göras till de metoder och informationskällor som presenteras i övriga kapitel i rapporten. Kapitel sju består av en alternativ beskrivning av företag och företagare, via enkätfrågor ställda till företagare som också ingår i de register vi utnyttjat i denna rapport. Kapitel åtta ger en fördjupad bild av enskilda företagare och företag. En sådan ansats kan väcka frågor, antyda samband och följas upp med kvantitativa metoder. Ambitionen är att koppla ihop dessa informationskällor i syfte att genomföra en fördjupad analys av tillväxtförutsättningarna inom landsbygdsområden och för solo- och mikroföretag i det *rurala Sverige*.

7 Företagarnas egen bild

I kapitlet redovisas resultat från en postenkät som sänts till företagare i landsbygdsområden i det *rurala Sverige*. Samtliga har startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst en femårsperiod. Resultaten kompletterar den bild som ges i kapitel 5 och 6 utifrån registerdata, genom att företagarna själva kommer till tals.

7.1 Upplägg och metod

Registerdata har en begränsad användbarhet och kan inte ge all relevant information om företagare och företag. En enkätundersökning har därför genomförts, i samarbete med SCB. Från FAD (som kapitel 5-6 baserades på) har ett urval av företag dragits för postenkäter. Företag som vi via koordinatsättning med säkerhet vet finns på landsbygder har valts ut. I registret räknades dessa till 1 854 st. En matchning av dessa till ett dagsaktuellt företagsregister (SCB:s Företagsdatabas, FDB) visade att 1 631 företag (88 procent) fortfarande var verksamma per den 2 maj 2007, och således kunde nås med en postenkät. Dessa utgör antalet företag i ramen, vilken visade sig vara något större än det urval företag som kunde nås. Denna s.k. övertäckning räknades till 22 företag och består av personer som avlidit eller flyttat utomlands. Urvalet består därmed av 1 609 företag. Från dessa har 803 svar inkommit eller 49,9 procent under perioden 28 maj-4 juli 2007.¹²² Två påminnelser har skickats ut.

Enligt SCB:s egen dokumentation av 28 st. enkäter till företagare som uppgiftslämnare under perioden 2005-2007 varierar svarsfrekvensen mellan 33 och 74 procent. Medelvärde var 58 procent, med sex undersökningar under 50 procent. Allt lägre svarsfrekvenser har noterats under senare år i undersökningar med respondenter utan uppgiftslämnarplikt. Nutek rapporterar om en nedgång mellan deras två småföretagarundersökningar år 2002 och 2005.¹²³ Svarsandelen var vid den första undersökningen 69 och vid den andra 66 procent. Den var dessutom lägre för soloföretag jämfört med företag med anställda.

Vi bedömer att en svarsfrekvens på 50 procent som uppnåtts i föreliggande studie är acceptabel. Enkäten har legat ute under en begränsad tidsperiod, drygt en månad. Det kan t.ex. jämföras med Nuteks undersökningar som avslutades efter 6-7 månader. Merparten av respondenterna är dessutom idag soloföretagare, i Nuteks undersökningar det företagssegment med lägst svarsbenägenhet, och samtliga av dem startade sina verksamheter utan anställda.

Vid stora bortfall finns det risk att systematiska skillnader finns mellan de som inte svarat och de som svarat, vilket gör det svårt att dra några generella slutsatser av de svar som kommit in. Genom en koppling av enkätsvaren till registeruppgifter, via ett för denna undersökning unikt identitetsnummer, kan vi dock få en viss uppfattning om den eventuella skevheten i det inkomna materialet. Jämförelser har därför gjorts utifrån registerdata mellan de svarande och bortfallet. En genomgång av de variabler som presenterats i kapitel 5 och 6 visar på endast marginella skillnader mellan de båda grupperna, med följande undantag. (1) Andelen mellan 16-39 år är större i bortfallet än bland de svarande (46 procent jämfört med 38 procent). (2) I

¹²² Till detta ska räknas det partiella bortfall som finns för enskilda frågor i enkäten.

¹²³ Nutek, (2005), *Företagens villkor och verklighet*.

bortfallet är det en viss överrepresentation av företag/företagare som startat år 1996 (23 jämfört med 17 procent). (3) En större andel i bortfallet var ej sysselsatt året innan företagsstarten jämfört med de svarande (48 procent jämfört med 39 procent). Vi bedömer sammantaget att detta inte påverkar möjligheten att dra slutsatser från inkomna svar. En fullständig lista över den procentuella fördelningen av antalet företagare/företag på olika variabelgrupper för bortfallet respektive respondenterna återfinns i *bilaga 3*.

I detta kapitel redovisas ett urval av resultaten från postenkäter till företagare i det *rurala Sverige*. Alla respondenter i enkäten återfinns i registerdata. Det inkluderar alltså, liksom i kapitel 5-6, företagare som startat utan anställda, har överlevt en femårsperiod, har endast ett arbetsställe och är beläget i ett landsbygdsområde i det *rurala Sverige* så som det definierats i kapitel 2. Syftet med enkäten är att komplettera registerdata och tydliggöra en del av de förutsättningar för företagande som registerdata inte kan göra. Enkäten är relativt omfattande och ger goda möjligheter till fortsatta studier. I denna rapport presenteras ett urval bestående av följande områden: (1) Drivkrafter till företagsstarten och de mål och ambitioner hos företagaren som spelade en roll för beslutet att starta ett företag; (2) upplevda hinder i företagandet (som kan jämföras med de hinder som lokala aktörer anser finnas för denna företagsgrupp och för vilka redogjordes i kapitel 4); (3) upplevda hinder som är förknippade med att anställa; (4) samverkansformer som företagare är involverade i; (5) företagets marknader och den lokala marknadens sårbarhet. Såvitt verket har kunnat utröna är det den första enkäten som berör dessa frågor och som i någon större omfattning tillsänts segmentet solo- och mikroföretag i gles- och landsbygder.

Innan resultaten presenteras kan vi notera att 77 procent av de svarande är män. 48 procent anger att deras företag är ett tjänsteföretag, 30 procent ett företag inom jord/skog/fiske/jakt. 73 procent anger att företaget drivs som enskild firma (endast 1 procent uppger aktiebolag). 77 procent är företagets ursprungliga ägare medan resten har övertagit företaget. 58 procent anger att det bara finns en sysselsatt i företaget och 98 procent anger att antalet ej överstiger nio.

7.2 Drivkrafter

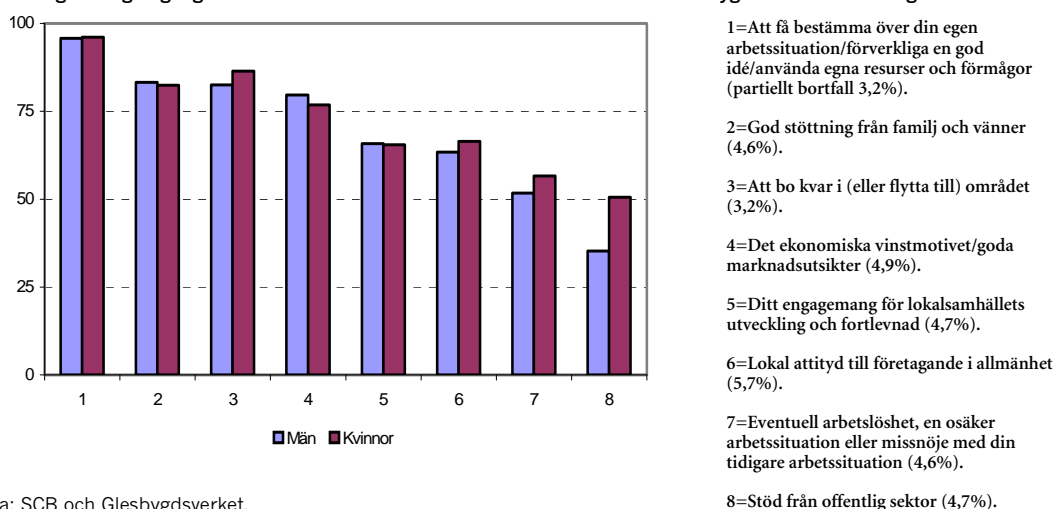
Nästan samtliga (96 procent) av respondenterna angav att det för beslutet att starta verksamheten var av viss eller stor betydelse att få bestämma över sin egen arbetssituation, förverkliga en god idé och att använda egna resurser och förmågor. Mätt som andelen som tyckte betydelsen var viss eller stor, följdes det av att få god stöttning från familj och vänner samt att kunna bo kvar i (eller flytta till) området i fråga. Men även det ekonomiska vinstmotivet och goda marknadsutsikter hade betydelse. För var och en av dessa fyra faktorer angav minst tre av fyra respondenter att de hade en betydelse (faktor 1-4 i *figur 7.1*). För tre av dem, med vinstmotivet/marknadsutsikterna som undantag, angav minst 60 procent av de svarande att det hade *stor* betydelse.

Samtliga åtta faktorer som kunde markeras i enkäten hade enligt minst hälften av kvinnorna betydelse för företagsstarten. För män angavs emellertid endast av en minoritet att stöd från offentlig sektor hade någon betydelse för beslutet att starta eget företag. Intressant att notera, inte minst för att frågeställningen helt saknas i de flesta andra undersökningar, är att engagemanget för lokalsamhällets utveckling och fortlevnad upplevs så betydelsefullt för beslutet att starta företag. Två av tre (både bland män och kvinnor) har beskrivit engagemanget som en betydelsefull drivkraft,

varav 26 procent av kvinnorna t.o.m. gett det en *stor* betydelse (19 procent av männen).

Det förefaller som de flesta respondenterna hade en aktiv inställning till sitt beslut att bli företagare, i den meningen att de ville testa sina idéer och förmågor och driva ett vinstgivande företag. Men ca. hälften angav också att arbetslöshet, osäkerhet och missnöje med den tidigare arbetsituationen var en drivkraft till att bli företagare (varav 23 procent ansåg att det hade *stor* betydelse). Normalt anses en sådan bakgrund inte vara den bästa förutsättningen för hur företaget sedan utvecklas, eftersom det kan indikera en mindre grad av entreprenörskap jämfört med dem vars drivkrafter är av mer ”positiv” karaktär.

Figur 7.1 Procentuell andel av respondenter som angivit att faktor 1-8 var av viss eller stor betydelse* för beslut att starta företag. Andelar per faktor sorterade i fallande skala (män+kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



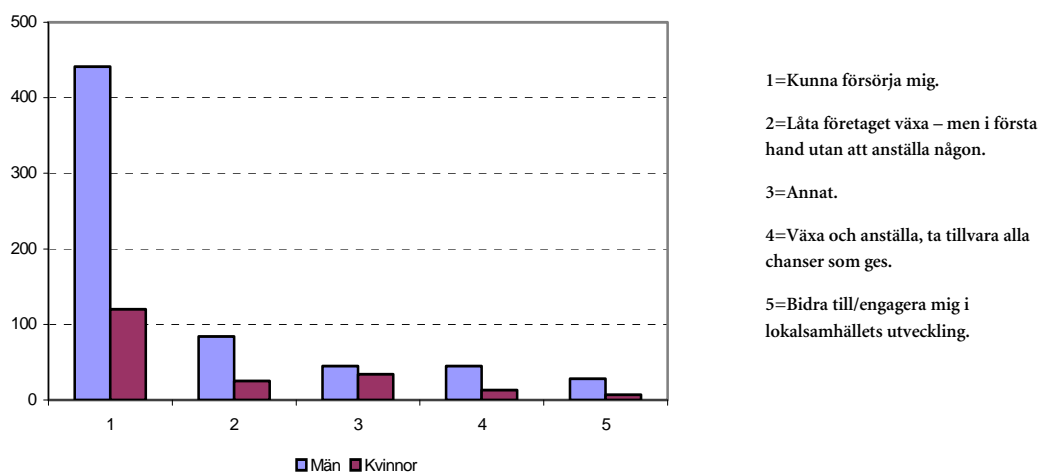
Källa: SCB och Glesbygdverket.

* Samtliga svarsalternativ: Ingen betydelse-Viss betydelse-Stor betydelse.

Frågan ställdes också om respondenterna kunde tänka sig att vid företagsstarten ompröva sitt beslut och istället ta en anställning, om en sådan möjlighet fanns (givet lika arbetsinsats och arbetsersättning). 66 procent skulle inte kunna tänka sig detta, utan skulle ändå förverkliga beslutet att bli företagare. I nästan lika hög grad gäller detta även för de som tidigare angett att den tidigare arbetsituationen var en drivkraft till företagsstarten (63 procent av dessa). 18 procent skulle välja anställningsalternativet medan 16 procent inte föredrog det ena alternativet framför det andra. Svartsfördelningen byggde på 781 svarande (97 procent av urvalet).

Ytterligare ett frågepaket handlade om målsättningen med företagandet i samband med starten, som utifrån de frågor som formulerades fångar in tillväxtambitionerna samt det eventuella bidraget till det lokala samhället av det egna företagandet. *Figur 7.2* visar frekvensen per alternativ, där flera alternativ kunde anges. Flest markeringar (561) fick målsättningen att kunna försörja sig. Långt efter denna målsättning kom alternativen att låta företaget växa utan att i första hand anställa någon (109), växa och anställa (58) samt bidra till och engagera sig i lokalsamhällets utveckling (35). Andra målsättningar angavs i 79 fall. För i synnerhet kvinnor beskrev de givna svarsalternativen inte helt de egna målsättningarna. 43 procent av dem som hade uppgivit andra målsättningar var kvinnor, trots att kvinnor utgör endast 23 procent av undersökningspopulationen. Det kan tolkas som att motiven till att starta ett företag är ytterligare mångfasetterat bland kvinnor.

Figur 7.2 Antal respondenter som angivit alternativ 1-5 som det huvudsakliga målet med företagandet när företaget startades/övertogs. Frekvenser per alternativ sorterade i fallande skala (män+kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



Källa: SCB och Glesbygdsverket.

Anm. Multipel fråga, flera alternativ kunde markeras. Partiellt bortfall 1,6%.

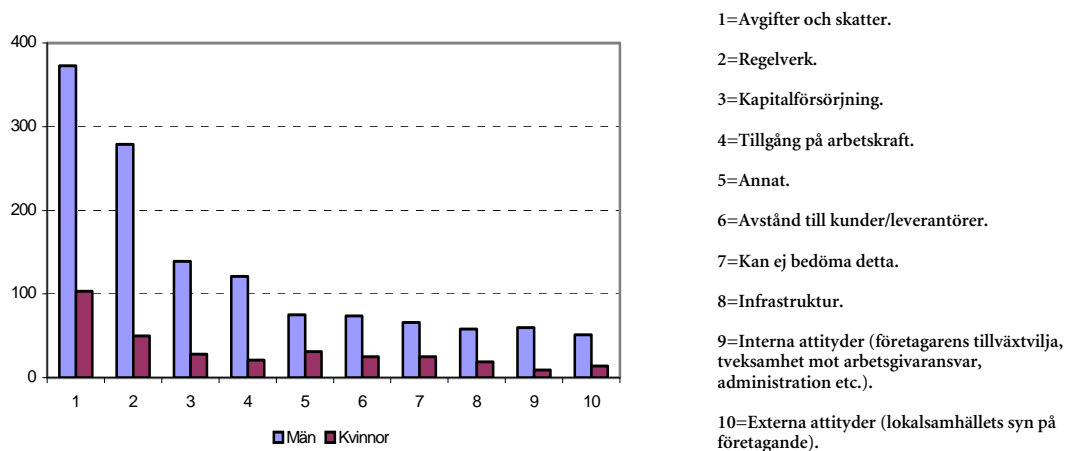
Kombinationen av de resultat som ovan redovisats ger en övergripande, men inte helt homogen, bild av företagare som vill driva sin egen verksamhet och förverkliga de idéer han eller hon har, så att det ger en god försörjning. Expansionsplanerna är emellertid få i inledningskedet, vilket ger en bild av en självständig och aktiv nyföretagare, men en som också skyndar långsamt. Drivkrafterna verkar också ligga individen nära, där snarare platsens attraktivitet har betydelse för att starta ett företag än de eventuella ambitionerna att med sitt företagande engagera sig i lokalsamhällets utveckling.

7.3 Hinder och stimulans

Upplevda hinder

De mest frekvent angivna hindren för tillväxt från företagarna i urvalet är avgifter och skatter samt regelverk, vilket är tämligen självklart eftersom reducerade kostnader och förenklingar alltid efterfrågas i konkurrensutsatta verksamheter. Svarefrekvenserna för övriga hinder ligger följaktligen på en avsevärt lägre nivå. Där hittar vi först kapitalförsörjning, som följs av tillgång på arbetskraft. Bland övriga av de 10 mest angivna hindren finns avstånd till kunder/leverantörer, infrastruktur samt interna och externa attityder till företagande. Men många har också angivit andra hinder än de som har gått att välja på i enkäten, eller meddelat att de inte kan bedöma vilka hinder som mest bromsar verksamheten eller möjligheterna till tillväxt (hinder 5 i figur 7.3).

Figur 7.3 Antal respondenter som angivit hinder 1-10 som främst bromsar verksamheten/möjligheten till tillväxt. Frekvenser per hinder sorterade i fallande skala (män+kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



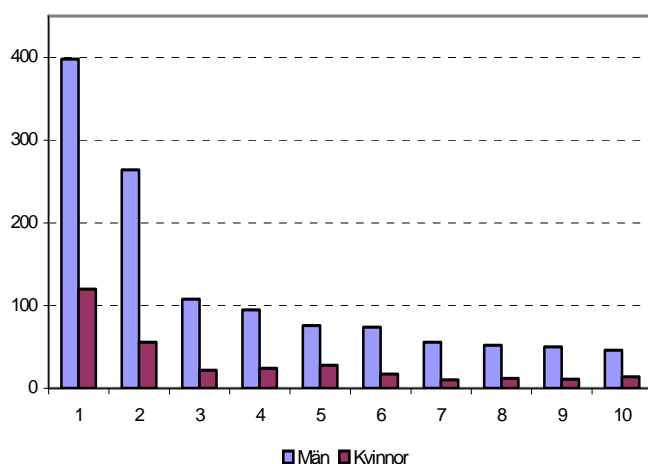
Källa: SCB och Glesbygdsverket.

Anm. Endast de 10 största hindren av totalt 16 redovisas. Multipel fråga, upp till 3 hinder kunde markeras. Partiellt bortfall 2,2%.

Åtgärder för undanröjande av hinder

När det gäller behovet av att få tillväxthinder undanröjda avspeglar enkätsvaren den frekvensfördelning som gäller för hur hindren upplevs (figur 7.4). Det som upplevs som stort hinder vill man naturligtvis också som företagare bli av med. Men en hel del åtgärder dyker också upp som inte finns med bland de tio största hindren. Riktade ekonomiska stöd är en intressant sådan, som anses vara den fjärde viktigaste åtgärden. I en fallande skala hittar vi på platserna 7-10 förbättrad dialog mellan företag och offentlig sektor, förbättrad samhällsservice, mer entreprenörskap i skolan och bättre matchning mellan den lokala/regionala utbildningen och arbetskraftsefterfrågan. På femte plats bör också nämnas de som inte anser sig kunna bedöma vilka åtgärder som är viktigast.

Figur 7.4 Antal respondenter som angivit åtgärd (från offentlig sektor) 1-10 som mest betydelsefullt för utveckling och tillväxt i företaget. Frekvenser per åtgärd sorterade i fallande skala (män+kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



- 1=Lägre avgifter och skatter.
- 2=Förändrade regelverk.
- 3=Insatser för bättre kapitalförsörjning.
- 4=Riktade ekonomiska stöd.
- 5= Kan ej bedöma detta.
- 6=Förbättrad infrastruktur.
- 7=Förbättrad dialog mellan företag och offentlig sektor.
- 8=Förbättrad samhällsservice (post, skola, barnomsorg etc.).
- 9=Mer entreprenörskap i skolan.
- 10=Bättre matchning mellan den lokala/regionala utbildningen och arbetskraftsefterfrågan.

Källa: SCB och Glesbygdsverket.

Anm. Endast de 10 viktigaste åtgärderna av totalt 16 redovisas. Multipel fråga, upp till 3 åtgärder kunde markeras. Partiellt bortfall 3,2%.

Jämförelser med kommuner och organisationen Företagarna

Vilka hinder som uppfattas som stora och vilka åtgärder som mest nödvändiga av företagarna själva, i gles- och landsbydsområden i utvalda delar av Sverige, kan även bedömas utifrån jämförelser med den uppfattning om villkoren som hyses av kommunansvariga samt av organisationen Företagarna. Deras bilder av småföretagande på gles- och landsbygder presenterades i kapitel 4. Svaren från kommunerna delades även upp i två större geografiska områden, där i synnerhet det område som definierades som mindre tillgängligt är jämförbart med det område som företagarna i detta kapitel verkar i – gles- och landsbygder i de mest avlägsna delarna av landet.

Mest frekvent anges kapitalförsörjning som det största hindret för tillväxt av kommuner vars befolkning har en i genomsnitt låg tillgänglighet till tätorter större än 20 000 invånare. Av företagarna själva har kapitalförsörjning också hamnat högt upp i listan, endast överträffat av avgifter/skatter och regelverk. Organisationen Företagarna har inte angett kapitalförsörjning bland de tre största. Istället har den lyft fram infrastruktur som det absolut största hindret. Infrastrukturen uppmärksammas bland kommunerna som det näst största hindret, medan företagarna själva i detta avsnitt rankar det något lägre. Bland de tre största hindren nämns också regelverket kring småföretagandet, både från regionkontoren till organisationen Företagarna och av landsbygds- eller näringslivsansvariga från kommunerna. Denna syn delas med enfaset av de företagare som ingått i vårt urval. *Tabell 7.1* sammanfattar.

Tabell 7.1 De tre största hindren för företagens utveckling och tillväxt enligt företagare (postenkät) samt respondenter från kommuner och organisationen Företagarnas regionkontor (webbenkäter).

	Företagare - det rurala Sverige (postenkät)	Kommuner - kommungrupp med låg tillgänglighet (webbenkät)	Organisation Företagarna - hela Sverige (webbenkät)
Störst hinder	Avgifter och skatter	Kapitalförsörjning	Infrastruktur
Näst störst hinder	Regelverk	Infrastruktur	Bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor
Tredje största hinder	Kapitalförsörjning	Interna attityder; Avstånd; Regelverk	Regelverk

Källa: SCB och Glesbygdsverket.

Vad gäller åtgärder från offentlig sektor för att underlätta företags utveckling anger kommuner i mindre tillgängliga delar av landet i första hand att insatserna för en förbättrad kapitalförsörjning måste öka (kommuner i mer tillgängliga delar rankar förbättrad infrastruktur som den viktigaste åtgärden). Förbättrad kapitalförsörjning rankas som den tredje viktigaste åtgärden bland företagarna själva, efter lägre avgifter/skatter och förenklat regelverk. Även förbättringar i infrastrukturen rankas högt bland företagarna men något lägre än kapitalförsörjning. Organisationen Företagarna rankar också satsningar på infrastruktur som betydelsefulla, men lyfter särskilt fram att lokala verksamheter inom offentlig sektor behöver konkurrensutsättas i högre utsträckning. En ytterligare likhet i svaren mellan organisationen Företagarna och företagarna själva kan avläsas i andelen som efterlyser en förbättrad dialog mellan företag och offentlig sektor. Den rankas som den tredje viktigaste åtgärden av regionkontoren och hamnar relativt högt i listan över viktiga åtgärder som företagarna själva anger. *Tabell 7.2* sammanfattar.

Tabell 7.2 De tre mest betydelsefulla åtgärderna från offentlig sektor för företagens utveckling och tillväxt enligt företagare (postenkät) samt respondenter från kommuner och organisationen Företagarnas regionkontor (webbenkät).

	Företagare - landsbygd i det rurala Sverige (postenkät)	Kommuner - kommungrupp med låg tillgänglighet (webbenkät)	Organisation Företagarna - hela Sverige (webbenkät)
Störst betydelse	Lägre avgifter och skatter	Insatser för förbättrad kapitalförsörjning	Ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor
Näst störst betydelse	Förändrade regelverk	Förbättrad Infrastruktur	Förbättrad infrastruktur
3:e största betydelse	Insatser för förbättrad kapitalförsörjning	Förändrade regelverk	Förbättrad dialog mellan företag och offentlig sektor <i>samt</i> Bättre matchning mellan den lokala/regionala utbildningen och arbetskraftsefterfrågan

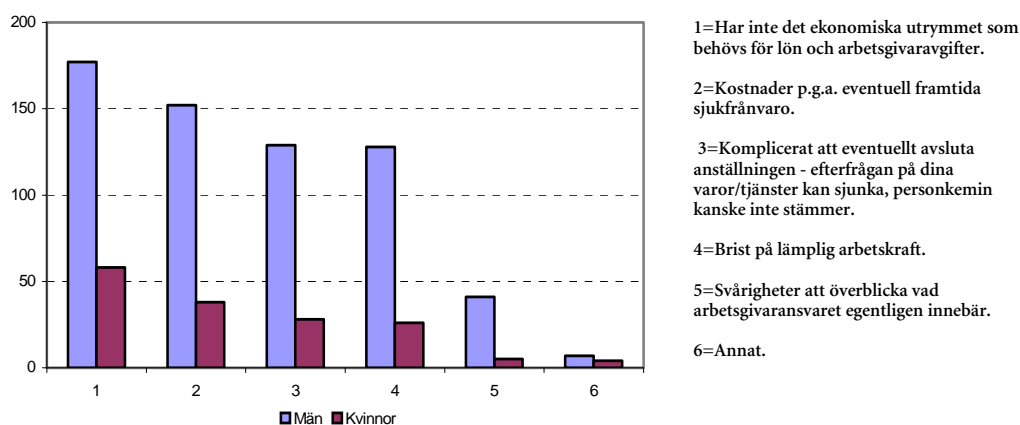
Källa: SCB och Glesbygdsverket.

7.4 Hinder för anställningar

Ungefär hälften av respondenterna (371 av 753, eller 49 procent) har haft ett behov av att anställa en person, men har inte gjort det av olika anledningar. Av dessa är den främsta orsaken (av de sex svarsalternativ som gavs) att det ekonomiska utrymme som ska bekosta lön och arbetsgivaravgifter har saknats. Många anger också att kostnader som tillkommer för anställdas eventuella framtida sjukfrånvaro hindrar dem.

Rangordningen som presenteras i *figur 7.5* är den samma både bland män och kvinnor.

Figur 7.5 Antal respondenter som angivit att hinder 1-6 försvårat en anställning. Frekvenser per hinder sorterade i fallande skala (män+kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



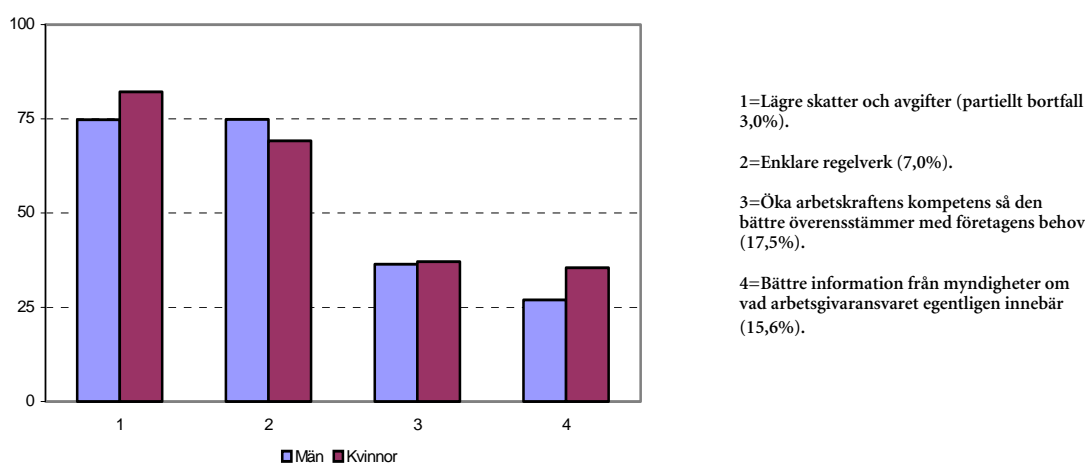
Källa: SCB och Glesbygdsverket.

Anm. Multipel fråga, flera hinder kunde markeras. Okänt exakt antal respondenter som dock ej överstiger 371.

Av dem som har haft ett behov av att anställa men som har känt sig hindrade, anser mellan 82 och 98 procent att åtgärder som sänker skatter och avgifter, förenklar regelverk, förbättrar arbetskraftens kompetens och matchar den till efterfrågan samt förbättrar informationen om arbetsgivaransvar har *viss eller stor* betydelse. Till de åtgärder som en stor andel av respondenterna har angett är av *stor* betydelse räknas

främst lägre skatter och avgifter samt enklare regelverk, vilket gäller för både män och kvinnor (figur 7.6).

Figur 7.6 Procentuell andel som angivit att åtgärd 1-4 var av stor betydelse* för att undanröja de hinder som finns för att anställa. Andelar per åtgärd sorterade i fallande skala (män + kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



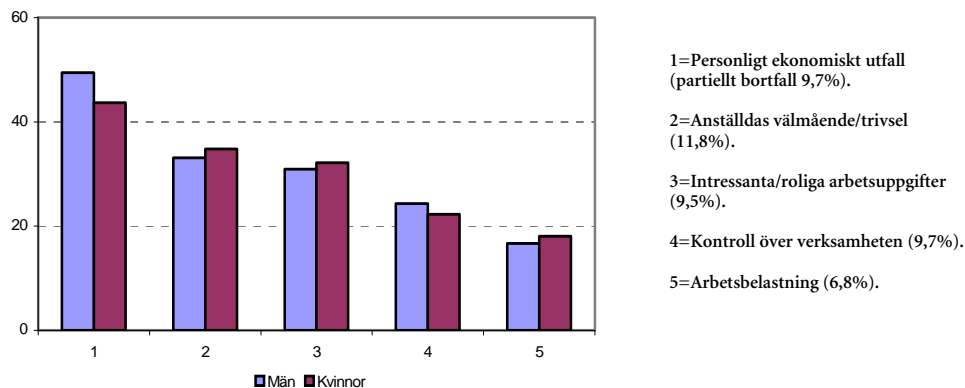
Källa: SCB och Glesbygdsverket.

* Samtliga svarsalternativ: Ingen betydelse-Viss betydelse-Stor betydelse.

Nästan hälften av respondenterna (375 av 787, eller 48 procent) har eller har haft anställda. Bland dem är det en tämligen jämn fördelning mellan de som i och med anställningarna har förändrat sin syn på vad det egentligen innebär (52 procent) och de vars syn inte har förändrats efter det att anställningen kommit till stånd (48 procent). Av dem vars syn har förändrats anges mest frekvent att det var dyrare att anställa (120 st.) respektive att arbetsgivaransvaret hade inneburit ett större åtagande (119 st.) än förväntat. En handfull respondenter angav det motsatta förhållandet – att det var billigare att anställa och/eller att arbetsgivaransvaret var ett mindre åtagande än förväntat. Övriga har angivit att synen har förändrats på andra sätt eller har inte alls svarat på frågan.

Slutligen ställdes frågan i vilken grad det på ett antal olika områden förväntades positiva förändringar, om företaget under en femårsperiod fördubblade antalet anställda (med rimliga ekonomiska vinster i förhållande till företagets förändrade storlek). Nästan hälften av respondenterna förväntade sig ett högre personligt ekonomiskt utfall. Cirka en tredjedel förväntade sig en ökning av de anställdas välmående och trivsel samt att de egna arbetsuppgifterna skulle vara mer intressanta och roliga. Resterande två tredjedelar trodde inte på en sådan utveckling, av vilka en del inte ansåg sig veta eller inte tro på någon förändring alls i dessa avseenden. Avseende kontroll över verksamheten förväntade sig en av fyra att denna skulle öka, medan 17 procent av dem som spekulerade kring den egna arbetsbelastningen trodde att den skulle vara mindre.

Figur 7.7 Procentuell andel som angivit sitt personliga ekonomiska utfall högre, de anställdas välmående och trivsel högre, sina arbetsuppgifter mer intressanta/roliga, att de haft mer kontroll över verksamheten samt sin arbetsbelastning som mindre*, om företaget om fem år fördubblat antalet anställda och genererar vinster som är rimliga i förhållande till företagets storlek. Andelar per område sorterade i fallande skala (män + kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



Källa: SCB och Glesbygdsverket.

* Samtliga svarsalternativ: Vet inte-Avsevärt lägre/mindre-Något lägre/mindre-Ingen förändring-Något högre/mer-Avsevärt högre/mer.

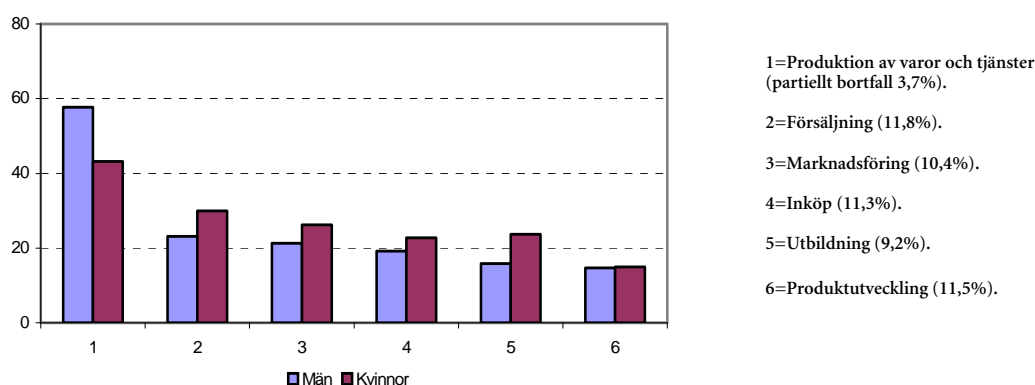
7.5 Samverkan

Drygt hälften av respondenterna (433 av 780, eller 55 procent) samarbetar regelbundet med andra företag. Det är dock vanligare bland män (59 procent) än bland kvinnor (44 procent). De allra flesta baserar detta samarbete på bransch (82 procent) medan en mindre andel (14 procent) främst ser de geografiska kopplingarna i samarbetet. Ett fåtal har dock angett andra beröringspunkter, t.ex. samarbete kring frakter och fakturering eller i nätverk i kommunen bestående av företagarkvinnor.

Det absolut vanligaste är att man samarbetar med andra mikroföretag (med 0-9 anställda). Ovanligare är samarbeten med större företag och offentlig sektor (myndigheter, kommunen etc.). Endast ett fåtal har angett samarbete med universitet eller högskola.

Det område kring vilket samarbetet anses vara mest omfattande är produktion av varor och tjänster (figur 7.8). Skillnaden är ganska stor till områdena försäljning, marknadsföring, inköp, utbildning och produktutveckling, i andel av respondenterna som beskrivit samarbetet som omfattande. Generellt anger en något större andel av kvinnorna att samarbete inom olika områden är omfattande, än vad männen gör. Undantaget är produktion där 58 procent av männen anser sig samarbeta i stor omfattning och 43 procent av kvinnorna.

Figur 7.8. Procentuell andel av respondenter som angivit för område 1-6 att samarbetet är av **ganska stor** eller **mycket stor** omfattning*. Andelar per område sorterade i fallande skala (män+kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



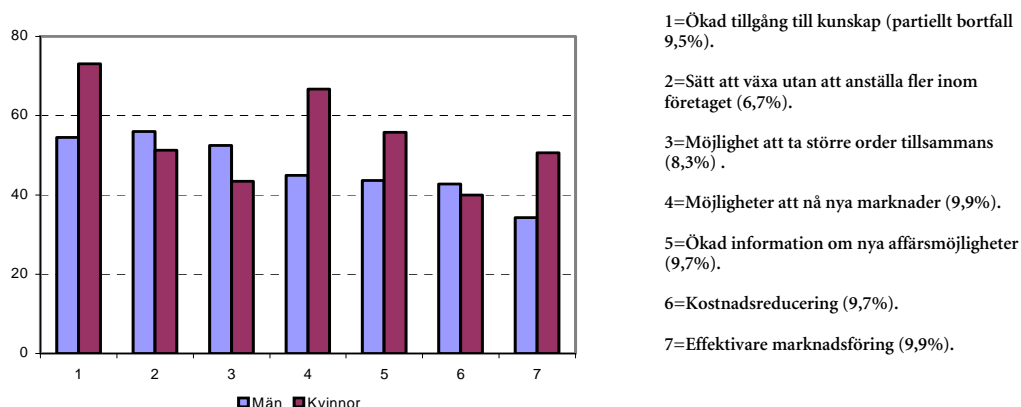
Källa: SCB och Glesbygdsverket.

* Samtliga svarsalternativ: Inte alls-Liten omfattning-Ganska stor omfattning-Mycket stor omfattning.

Samarbete mellan företag/företagare kommer till stånd av flera anledningar. En ökad tillgång till kunskap är en viktig faktor – 58 procent anser att betydelsen av detta är ganska stor eller mycket stor. Motsvarande siffror för de som ser samarbetet som ett sätt att växa utan att anställa fler inom företaget är 55 procent. Drygt hälften anser också att det betyder mycket att kunna ta större order tillsammans.

Skillnaderna är dock stora mellan män och kvinnor. Hela 73 procent av kvinnorna anser att en ökad tillgång till kunskap har stor betydelse. Nästan lika hög är andelen som tycker att möjligheterna att nå nya marknader är av stor betydelse. Men också samarbeten som ger ökad information om nya affärsverksamheter och effektivare marknadsföring ges en större betydelse av kvinnor jämfört med män.

Figur 7.9 Procentuell andel av respondenter som angivit för faktorer 1-7 att samarbetet är av **ganska stor** eller **mycket stor** betydelse*. Andelar per faktor sorterade i fallande skala (män+kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



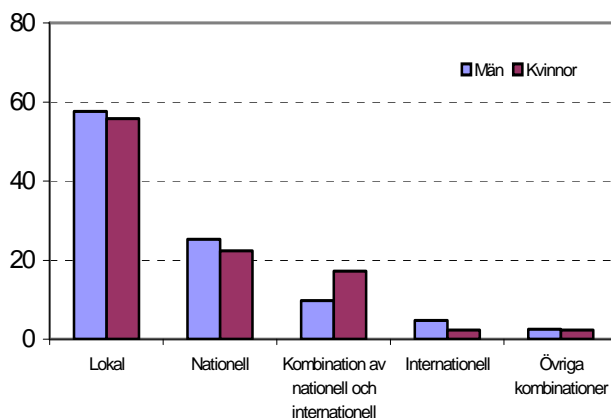
Källa: SCB och Glesbygdsverket.

* Samtliga svarsalternativ: Ingen betydelse-Liten betydelse-Ganska stor betydelse-Mycket stor betydelse.

7.6 Platsen och marknaden

Nästan tre av fem respondenter (58 procent) anger att de producerar sina varor och tjänster huvudsakligen för en lokal marknad.¹²⁴ En fjärdedel ser den nationella marknaden som sin huvudsakliga avsättningsmarknad. Knappt tre av fyra som producerar för export gör det i kombination med produktion för en nationell marknad. Bland kvinnor är denna kombination vanligare än vad den är för män. Till detta ska läggas övriga, dock okända, kombinationer av marknader, vilka anges av 19 respondenter (3 procent). *Figur 7.10* sammanfattar.

Figur 7.10 Procentuell andel av respondenter som angivit att lokal, nationell respektive internationell är den huvudsakliga marknaden för produktionen av varor och tjänster. Andelar per marknad sorterade i fallande skala (män+kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



Källa: SCB och Glesbygdsverket.

Anm. Frågan har hanterats som multipel vid denna bearbetning, och som att flera alternativ kunde markeras. Partiellt bortfall 7,8%.

Fyra av tio som i enkäten angett att deras huvudsakliga marknad är lokal bedömer att produkterna eller tjänsterna *skulle kunna* säljas på en nationell eller internationell marknad. I ett nästa led, för det relevanta antalet respondenter, har frågan ställts om *viljan* finns att expandera (eller styra om sin produktion) till en nationell och internationell marknad, och i så fall vad som hindrat respondenten att göra det. Kvaliteten i dessa data är dock för låg för att kunna kartläggas och analyseras vidare.

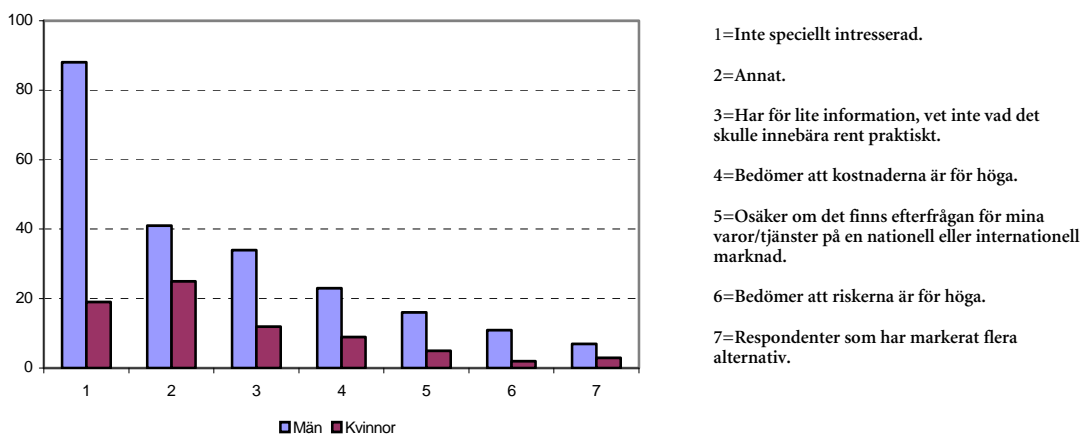
Figur 7.11 ger dock vissa indikationer på vilka anledningarna är till att man inte säljer på en nationell eller internationell marknad. Det ska dock understrykas att dessa svar till delar har besvarats av personer som frågan ej var avsedd för – t.ex. de som redan agerar på en nationell/internationell marknad eller de som producerar varor/tjänster som inte går att sälja utanför den lokala marknaden. Frekvensfördelningen får därför tolkas som en allmän syn hos företagare på intresset för expansion utanför den lokala marknadens gränser.

Mer än var tredje respondent (107 av 295, eller 36 procent) anger att de inte är intresserade av en nationell eller internationell marknad. Flera anser sig också ha för lite information om vad det praktiskt skulle innebära att övergå till en annan marknad (46 st.). En källa till osäkerhet i materialet finns, eftersom 66 respondenter har angivit att det finns andra, ej förspecificerade, anledningar till att inte börja sälja på en nationell/internationell marknad. Det gäller i synnerhet kvinnor, av vilka detta

¹²⁴ Lokal marknad definieras i frågan som ett område upp till ca. 10 mil från företagets verksamhetsort, även om området når in i annan kommun, annat län eller land.

alternativ har markerats i störst utsträckning. Bland de som angivit ”annat” skäl ingår sådana, vilket tidigare nämnts, för vilka frågeställningen egentligen inte har varit relevant. Det ingår också sådana som anger skäl som fanns specificerade i enkätfrågan men som valt att ge ett eget, öppet svar på frågan. För denna undersökning har vi inte omkodat dessa svar till de specificerade svaren.

Figur 7.11 Antal respondenter som angivit faktor 1-7 som främsta anledning till att de inte säljer på en nationell/internationell marknad. Frekvenser per faktor sorterade i fallande skala (män+kvinnor). Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



Källa: SCB och Glesbygdsverket.

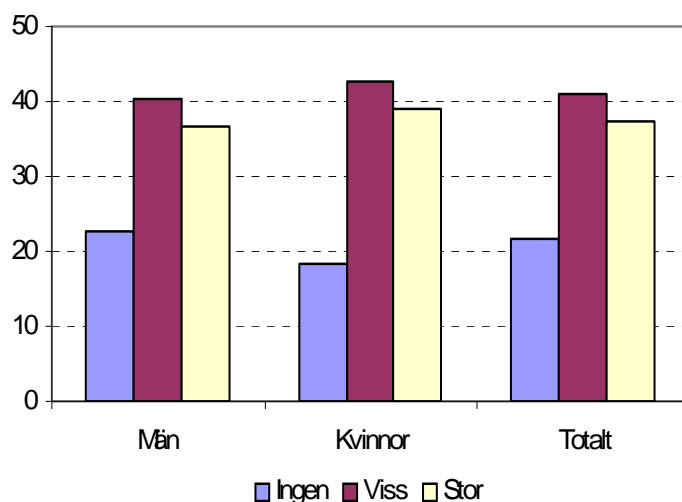
Anm. Frågan har hanterats som multipel vid denna bearbetning, och som att flera alternativ kunde markeras. Partiellt bortfall 7,0%.

Slutligen, och med tanke på den lokala marknadens betydelse för merparten av företagen i undersökningen, är det av vikt att närmare belysa förutsättningarna för att långsiktigt kunna verka på en lokal marknad. Omfattningen av och kvaliteten i samhällsservice som post, skola, barnomsorg etc. samt i kommersiell service i form av affärer, banker, bensinstationer etc. är i många fall avgörande för ett företags överlevnad på sikt, och indikerar ett områdes sårbarhet. Det kan t.ex. gälla möjligheterna för företag att behålla sin personal, eller rekrytera ny, men är också av stor betydelse för företagets egen verksamhet.

78 procent av respondenterna bekräftar betydelsen av samhällsservice (kvinnor i något större utsträckning än män). Dessa har angivit att sådan service har viss eller stor betydelse för att företagen ska kunna drivas och utvecklas (figur 7.12). Knappt två av fem respondenter har behövt engagera sig för att försöka bevara eller utveckla bygdens generella serviceutbud (av dessa gällde 44 procent samhällsservice, 31 procent kommersiell service och 25 procent båda typerna). Lika stor andel bedömer att det kommer att bli aktuellt de närmaste åren. Hälften av respondenterna i urvalet har antingen engagerat sig i att försöka bevara eller utveckla bygdens serviceutbud eller bedömer att det kommer att bli aktuellt de närmaste åren.

Svarsfrekvensen för denna typ av frågor är i undersökningen mycket stor, vilket också säger en del om betydelsen av dem för enskilda företagare. Endast 13 respondenter (1,6%) valde att avstå från att svara på frågan om betydelsen av samhällsservice och endast 12 respondenter (1,5%) svarade inte på frågan om ett eget engagemang hade krävts för att försöka bevara eller utveckla det lokala serviceutbudet.

Figur 7.12 Procentuell andel av respondenter som angivit att samhällsservice har ingen, viss respektive stor betydelse för att företaget ska kunna drivas och utvecklas på platsen. Respondenterna har alla startat som soloföretagare någon gång mellan 1996 och 2000 och överlevt minst fem år. Landsbygd i det rurala Sverige.



Källa: SCB och Glesbygdsverket.

Anm. Som samhällsservice har angetts post, skola, barnomsorg etc. Partiellt bortfall 1,6%.

7.7 Sammanfattning

Företagarna i undersökningen har alla startat sina verksamheter som soloföretagare. De har alltså inte haft några anställda under registreringsåret. Valet att bli företagare förefaller har varit aktivt. Det har i flertalet fall funnits en vilja att testa egna idéer och förmågor och driva ett företag som de kan försörja sig på, låt vara att de initiala målsättningarna inte har inkluderat en snabb tillväxt och ökade marknadsandelar eller ett ökat antal sysselsatta i företaget. Det har varit viktigt att förverkliga och försörja sig själv medan det eventuella bidraget från verksamheten till den lokala utvecklingskraften har spelat en begränsad, enskild roll. Däremot har attraktionskraften i lokalsamhället när det gäller att kunna bo kvar eller flytta till platsen haft en stor betydelse.

Förutsättningarna för ett framgångsrikt företagande utifrån dessa aspekter förefaller därför vara goda. Samtidigt anger drygt hälften av respondenterna att den tidigare situationen på arbetsmarknaden spelat en viss eller stor roll för beslutet att bli företaget. Om detta indikerar att dörren till arbetsmarknaden via en anställning har varit stängd eller att andra faktorer (t.ex. vantrivsel eller osäkerhet med en anställning) ”tvingat” individen att starta eget, kan möjligtvis förutsättningarna för dessa företagare vara negativa.

Det finns ett antal hinder som bromsar företagarna i sina verksamheter. Mest frekvent anges skatter och avgifter samt regelverket. Kapitalförsörjning och (brist på) tillgång på arbetskraft lyfts också fram som problemområden. Följaktligen efterlyses av företagarna åtgärder från offentlig sektor som ökar tillgången på kapital, men också i viss grad infrastrukturella förbättringar. Samma aspekter lyfts fram av kommunansvariga och organisationen Företagarnas regionkontor (se kapitel 4). De förra trycker särskilt på kapitalförsörjning och de senare på infrastruktur. Sammantaget finns det en någorlunda samsyn mellan dessa organisationers bild av företagares villkor och den syn som företagarna själva har om förutsättningarna att driva ett företag. De allra viktigaste åtgärderna för en enskild företagare anges dock

vara att skatter och avgifter sänks, likaså att regelverket förenklas. En stor andel av respondenterna anger också att riktade ekonomiska stöd är välkomna. Att krav på sådana åtgärder förekommer i stor utsträckning är inte förvånande. I en konkurrensutsatt miljö, ofta med globala förtecken, är det av vikt att reducera kostnader så mycket som möjligt.

Är företagare villiga att anställa och i vilken grad kan vi förvänta oss att småföretagare, varav en stor del är soloföretagare, kan bidra till en ökad sysselsättning i landet? Den frågan låter sig inte besvaras utifrån vårt material, men det företagssegment vi skurit ut från hela landets företagsstock ingår bland de företag som oftast anses vara en del av lösningen på den arbetslöshet och undersysselsättning som finns.

Bilden är dock splittrad mellan respondenterna vad gäller behovet av att anställa, viljan att anställa, förmågan att anställa och vilka förväntningar som är förknippade med ett större antal anställda. Materialet kan grovt delas upp i två lika stora grupper. Det är ungefär lika många som har eller har haft anställda som inte har haft det alls. Hälften har haft ett behov av att anställa men inte gjort det, och den andra hälften har inte haft behov av det och följaktligen inte heller anställt. Den förra gruppen åberopar främst en begränsad lönsamhet som hinder för anställningar. Denna grundläggande förutsättning är företagets spelplan. Efterfrågan måste vara av sådan storlek att den medger anställningar. Det är en jämn fördelning mellan de som genom dessa anställningar förändrat sin syn på vad det innebär att ha anställda och de som inte har förändrat sin syn. Bland de förra anges främst att det har varit dyrare och inneburit ett större åtagande/arbetsgivaransvar än förväntat. Kunskapsläget om vad en anställning egentligen innebär kan därför inte sägas vara helt tillfredsställande.

Däremot förväntar sig många i ett framtida scenario med dubbelt så många anställda – givet ett rimligt vinstutrymme – att det personliga ekonomiska utfallet skulle öka. Vad gäller de anställdas trivsel, ens egna arbetsuppgifter, kontroll över verksamheten och den egna arbetsbelastningen anser dock en majoritet av respondenterna att de skulle utvecklas i negativ riktning. Tillväxt genom en ökning av antalet anställda är sammanfattningsvis långt ifrån eftersträvarvärt för flertalet företagare, vilket kan vara bekymmersamt i ett samhällsekonomiskt perspektiv. Det reser också viktiga frågor gällande de förväntningar som ofta ställs på små företag att bära upp en del av en hög sysselsättningsnivå i samhället.

En majoritet av företagarna samarbetar regelbundet med andra företag, i regel med andra småföretag. Samarbeten med offentliga myndigheter, inklusive universitet och högskolor, är sällsynta. Det område inom vilket samarbete finns i störst omfattning är kopplat till produktionen, och andelen som anger detta är större bland män än kvinnor. Kvinnor anser dock i högre grad än män att samarbeten är omfattande inom övriga områden (försäljning, marknadsföring, inköp och utbildning). Kvinnor värdesätter också i större utsträckning den ökade tillgång till kunskap som samarbete leder till. Även för män är denna aspekt den som i störst utsträckning anses vara av betydelse, men i mindre grad. Över hälften ser också en stor betydelse i samverkan eftersom det kan leda till tillväxt utan att det krävs ett ökat antal anställda och genom att möjligheterna att ta större order tillsammans ökar.

Merparten av företagarna i enkätundersökningen producerar sina varor och tjänster för en lokal marknad. Näst vanligast är att produktionen är avsedd för en nationell marknad. Ett mindre antal exporterar sina varor/tjänster, oftast i kombination med avsättning på den nationella marknaden. Fyra av tio som i enkäten angett att deras huvudsakliga marknad är lokal bedömer att produkterna eller tjänsterna *skulle kunna* säljas på en nationell eller internationell marknad. En potential

för marknadsutvidgning finns alltså. Huruvida denna andel företag avstår från nya marknader genom ett aktivt val eller helt eller delvis p.g.a. bristande information är oklart och bör undersökas vidare.

Det faktum att den lokala marknaden har stor betydelse för flertalet företagare motiverar i sin tur en analys av hur väl denna fungerar och hur sårbar den är inför förändringar av den offentliga och kommersiella servicen. Att samhällsservicen är betydelsefull instämmer de flesta respondenter i. Hälften av respondenterna i urvalet har antingen engagerat sig i att försöka bevara eller utveckla bygdens serviceutbud eller bedömer att det kommer att bli aktuellt de närmaste åren.

8 Företagarröster

I detta kapitel presenteras berättelser som bygger på intervjuer med företagare i gles- och landsbygder. Intervjuerna introduceras enskilt eller tillsammans med några andra utifrån ett tema. Efter respektive tema följer en kort kommentar av Glesbygdsverket. Kapitlet avslutas med ett sammanfattande avsnitt.

8.1 Syfte, urval och tillvägagångssätt

Syftet har varit att få fördjupad information om småföretagandet och fånga processer och erfarenheter som kompletterar det kvantitativa datamaterialet. *Urvalet* av företag har skett utifrån flera kriterier. Tidigare erfarenheter från forskning, interna och externa rapporter, resultat från rapportens webb- och postenkäter har sammantaget använts i identifieringen av ett antal temaområden som belyser olika aspekter på solo- och mikroföretagande i gles- och landsbygder. Dessa temaområden är: serviceneddragningar (avsnitt 8.2), inflyttning av utländska medborgare (avsnitt 8.3), exporterande företag (8.4), kapitalförsörjning (8.5), kunskapsbaserad tillväxt och avknoppning (8.6), vidareförädling och samverkan (8.7), areella näringar i förändring (8.8), företagets roll gentemot lokalsamhällets utveckling (8.9) samt företag inom den sociala ekonomin (8.10). I nästa steg har tänkbara företag och orter valts ut i dialog med ett flertal länsstyrelser och kommuner. En geografisk spridning inom det vi benämner det *rurala Sverige* (se kapitel 2) har även eftersträvat.

Tillvägagångssättet redovisas i korthet inför presentationen av respektive intervju. Generellt har intervjuerna skett på plats, spelats in på band och skrivits ut. Skriftliga utgångspunkter och frågeställningar har skickats till respondenterna ungefär en vecka innan besöket, vilka sedan lagts till grund för de semi-strukturerade intervjuer som utförts (se *bilaga 5*). Kompletterande frågor och uppföljningar har sedan gjorts ett flertal gånger via telefon och e-post. I ett fall har telefonintervju utförts och där har löpande anteckningar förts.

8.2 När service gör en geografisk reträtt – exemplet Moskosel

Inledning

Tillgång till en god kommersiell och offentlig service är en viktig förutsättning för enskilda medborgare och företag. Nedläggning av service i gles- och landsbygdsområden leder till längre avstånd och en sämre tillgänglighet för åtskilliga människor. Bilen är oftast det enda möjliga alternativet för både arbetsresor och resor på fritiden. Längre avstånd till service innebär därför ett ökat resande, där mer tid och mer energi - till en högre kostnad - åtgår för att nå önskade tjänster. De längre avstånden innebär således både ekonomiska och miljömässiga konsekvenser. En försämrad servicenivå kan även innebära att ortens attraktionskraft försämras och därmed även i förlängningen konsekvenser för lokal, platsbunden service.

Servicenivån påverkar även i hög grad företagets möjligheter att bedriva verksamhet och indirekt även möjligheterna att kunna rekrytera och trygga sin arbetskraftsförsörjning. En försämring kan därför påverka nyetableringar av företag och befintliga företags möjligheter att utvecklas på platsen med svårigheter att

nyrekrytera och att behålla befintlig personal. I nästa steg med en negativ påverkan på arbetsmarknad och antalet arbetstillfällen.

I rapporten *Statens nya geografi* - en avrapportering av ett uppdrag från Ansvarskommittén och Landsbygdskommittén - använder forskarna Brandt och Westholm uttrycken "geografisk reträtt" respektive "statlig reträtt" för att beskriva den uttunning som sker inom den statliga sektorns geografiska fördelning.¹²⁵ Författarna konstaterar att statlig verksamhet koncentreras snabbare än befolkningen.

I viss mån kan en utveckling av digital service motverka en sådan fysisk reträtt, men långt ifrån alltid. Bensinen måste faktiskt pumpas in i bilens tank och mjölken måste läggas ner i en varukorg.

Glesbygdsverket har följt utvecklingen av service i gles- och landsbygder sedan början av 1990-talet. Utvecklingen kan på de flesta områden inordnas under rubriken "reträtt" vad gäller såväl offentlig som kommersiell service. Mellan åren 1996 och 2006 minskade t.ex. det totala antalet dagligvarubutiker med närmare 17 procent. Under den tidigare delen av 2000-talet dämpades takten i nedgången något, men de senaste åren har nedläggningstakten åter tagit fart.¹²⁶

Under det senaste året har Glesbygdsverket också fått signaler som tyder på en tilltagande strukturomvandling inom drivmedelsområdet. Många bensinstationer har lagts ned eller planeras att läggas ned och ytterligare andra stationer omvandlas från bemannade till obemannade stationer med sämre service som följd. Förändringar i miljölagstiftningen under senare år har påskyndat denna strukturomvandling. Områden med tillgänglighetsproblem finns såväl i stora delar av *skogslänens inland* som i de inre delarna av Mellansverige och sydöstra Sverige.¹²⁷

Under samma tidsperiod har också antalet grundskolor i gles- och landsbygdsområden minskat markant vilket inneburit en påtagligt försämrad tillgänglighet. Mycket tyder också på att denna utveckling kommer att fortsätta de närmaste åren. En god tillgänglighet till en grundskola med en god kvalitet anses ofta vara en viktig faktor för en Orts eller bygds attraktivitet. Studier som Glesbygdsverket har gjort visar att barnfamiljer i högre utsträckning än andra grupper efterfrågar och väljer ett boende i tätortsnära landsbygdsområden. I många områden där befolkningen totalt sett har minskat har antalet boende i dessa åldersgrupper istället ökat.¹²⁸ Tillgången till en skola i närområdet uppges ofta som en viktig faktor för de som valt denna typ av boende.

En indikation på omfattningen av ovanstående reträtt fås i Glesbygdsverkets postenkät till företagare (se kapitel 7 i denna rapport). Frågan: "Har du som företagare behövt engagera dig för att försöka bevara eller utveckla bygdens serviceutbud?" besvaras jakande av fler än var tredje företagare (37 procent). Nedanstående berättelse får exemplifiera en servicereträtt - huvudsakligen sedd ur ett företagarperspektiv.

Informationsinhämtning

Beskrivningen baseras på tre intervjuer på plats i Moskosel. Ingemar Nyström, aktiv inom byutvecklingsfrågor i Moskosel, har fått berätta om den övergripande bilden. De två företagarna Anders Eklund (Eklunds Åkeri Moskosel AB) samt Bengt Grahn (Tentipi AB) har dels fått berätta om sina företag, dels om sina erfarenheter av servicenedläggningar och eventuell påverkan på deras verksamheter.

¹²⁵ Brandt D, Westholm E, (2006), "Statens nya geografi". Ansvarskommitténs skriftserie juli 2006.

¹²⁶ Glesbygdsverket, (2006), "Sveriges gles- och landsbygder".

¹²⁷ Glesbygdsverket. (2005), "Sveriges gles- och landsbygder".

¹²⁸ Ibid.

Intervjuerna utfördes den 3 respektive 4 juli 2007. I samband med intervjuerna har även en bilburen visning av byn genomförts. Intervjuerna har varit ca. 1,5 timme långa. Avsnittets inledning baseras på Ingemar Nyströms berättelse, därefter följer företagarna Anders Eklund och Bengt Grahn.

Moskosel – byutvecklaren Ingemar

Byn Moskosel med sina 320 invånare ligger i ett skogslandskap, omgiven av ett flertal vattendrag och sjöar i norra delarna av Arvidsjaur kommun, Norrbottens län. I kommunen finns, förutom centralorten Arvidsjaur, tre serviceorter; Abborrträsk, Glommerträsk och Moskosel. Från Moskosel är det ca. 45 km till Arvidsjaur och 150 km till de närmaste städerna Luleå, Piteå och Skellefteå. Både den nyblivna Europavägen E45 och Inlandsbanan passerar Moskosel. Byn har även en skola, Klockarbackeskolan, med klasserna 1-9 samt barnomsorg och fritidsverksamhet. I skolan ligger även ett kommunbibliotek. Många i Moskosel pendlar till Vidsel och Arvidsjaur för arbete, vissa är även s.k. veckopendlare. Lokalt finns arbetstillfällen huvudsakligen inom företaget Tentipi, transport och skogsnäringen samt hemtjänst, barnomsorg och skolan. Tidigare fanns även ett sågverk i Moskosel med 30-talet anställda men efter flera bränder och konkurser under 1980-talet upphörde verksamheten 1988 och utrustningen flyttades till Ryssland. Byn har en campingplats, med samma ägarpar de senaste 23 åren, samt ett rallarmuseum intill Inlandsbanan. Sedan ett år tillbaka finns också en året runt öppen matservering, Babsans Bodega.

I Moskosel har nyligen både affären och bensinstationen lagts ner, vilket inneburit långa resor till Arvidsjaur (90 km t. o. r.) för att handla och tanka. Nedläggningarna har väckt reaktioner hos såväl byborna generellt som hos företagarna.

Byns affär var ursprungligen en Konsumaffär men övergick sedan i privat ägo innan den slutligen gick i konkurs januari 2006. Affären hade det sista året en omsättning på 5 miljoner kronor. Förutom själva livsmedelsförsäljningen och funktionen som mötesplats för bybor sköttes även en mängd andra uppdrag av lanthandeln. Ombud för Systembolaget, Apoteket, postens paketutlämning samt serviceansvarig för byns OKQ8 miniprismack är exempel på detta. Läget var centralt i själva byn, men 800 meter från genomfartsvägen (E45).

Arvidsjaur kommun, genom byns skola, var tidigare kund i affären, men två år innan konkursen var ett faktum gjorde kommunen, tillsammans med andra kommuner, en central upphandling som innebar ett stopp för dessa leveranser. Detta medförde 25 000 kr i minskad försäljning varje månad för lanthandeln i Moskosel. Låt vara att detta inte utgjorde någon stor del av den totala omsättningen, men symboliskt hade det stor betydelse för byborna.

-Sen har det visst kommit någon modell som visar att det faktiskt går att hantera det där med lokala inköp, men vid det laget hade redan vår affär gått i konkurs, säger Ingemar. Ingemar arbetar vid RFN (Robot Försöksplats Norrland) i Vidsel och är sedan många år aktiv i byutvecklingsarbete i Moskosel.

Efter nedläggningen av lanthandeln samlades Byautvecklingsgruppen för att försöka arbeta fram en lösning och en särskild arbetsgrupp bildades. Byautvecklingsgruppen är ingen egen förening, mera ett samverkansforum där byns föreningar som bystugeföreningen, jaktföreningen, fiskevårdsföreningen, skoterklubben, Unga örnar, idrottsföreningen och Rallarmuseet är representerade. Någon lokal förtroendevald brukar också bjudas in till deras möten.

Det första Byutvecklingsgruppen gjorde var att försöka komma i kontakt med någon ny, tänkbar, intressant. Sannolikt skulle fastigheten kunna köpas för ett bra

pris. Det finns även en lägenhet på affärens övervåning varför boendekostnaden skulle kunna vävas in på ett fördelaktigt sätt för en eventuell ny ägare. Konkursförvaltarens insatser för att informera om försäljningen av butiken var allt för försiktiga ansåg gruppen.

- Man skulle ju vara detektiv för att hitta den annonsen, menar Ingemar.

Byautvecklingsgruppen gick ut på Blocket med en egen annons, och fick tre svar, varav två intressenter även besökte byn. Tyvärr ansåg de att driftskostnaderna var lite höga och att det var osäkert hur stora insatser som behövdes för att få ner dessa kostnader. Nya försök gjordes bl.a. i Norge, men inga nya spekulanter anmälde sig. Efter en tid beslöt sig emellertid konkursförvaltaren för att sälja till ett bärfföretag som skulle använda affären som logi för utländska bärplockare. I det läget är man idag.

- Nu finns det egentligen tre vägar att gå. Vi kan fortsätta arbetet inriktat på den befintliga affärslokalen och försöka köpa tillbaka den eller försöka ordna finansiering och bygga ny lokal intill 45:an eller göra ingenting. De är de tre alternativen vi har, säger Ingemar. Nu måste frågan diskuteras vidare vid ett bymöte.

Bensinstationen var alltså de sista åren en obemannad OKQ8 miniprismack som hade viss tillsyn och skötsel av lanthandeln. Sommaren 2005 aviserade OKQ8 att de hade för avsikt att stänga stationen inom ett år. Bensinstationen ägdes av OK Sverige och inte OK Norrbotten. Byautvecklingsgruppen kontaktade då andra bensinbolag för att undersöka om de var intresserade att överta stationen. Det var det ingen som ville göra.

- Dels var omsättningen för liten, dels var tankarna nergrävda och den som köpte stationen skulle då åka på framtida saneringskostnader, och det ville ju ingen ha, menar Ingemar.

Strategin blev då att försöka ordna pumpar ovan jord. Bensinbolag kontaktades igen utan framgång tills man fick ett tips från en annan by i södra delarna av kommunen. I Abborrträsk hade företaget Skelleftebränslen gått med på ett liknande upplägg. Här träder Anders Eklund, ägare av företaget Eklunds Åkeri Moskosel AB, in i handlingen (se även nedan). Anders är en stor konsument av diesel med sina 11 timmerbilar och 30 anställda. Anders tog även han kontakt med Skelleftebränslen med utgången att det slutligen ordnades med en dieseltank. Lösningen innebär att bybor eller andra intresserade som vill tanka i Moskosel skaffar Skelleftebränslets tankkort och kan därefter tanka när de vill. För genomresande, turister eller andra som saknar detta kort är det inte möjligt att tanka då kortläsaren är inte synkroniserad med något annat kort.

Ännu har ingen lösning nåtts när det gäller bensinpump. Här finns även uppenbara samordningsvinster att göra om affären skulle öppna igen.

- Vi vill inte göra en lösning som inte matchar en affär som startar. Vi inser att den gång någon kör igång en affär, vem det än är, då skall macken vara öppen från samma dag. Annars åker ju mycket av livsmedelspengarna till Arvidsjaur om man ändå måste åka dit och tanka, säger Ingemar.

Sammantaget bedömer Ingemar att Moskosel riskerar att förlora invånare p.g.a. nedläggningarna av affären och bensinstationen. Dessa två delar utgjorde tillsammans med en bra skola och lugn miljö betydelsefulla inslag i den totala attraktionskraften, inte minst för barnfamiljer.

Eklunds Åkeri Moskosel AB – företagaren Anders

Anders Eklund äger ett åkeri med säte i Moskosel. Åkeriet har ca nittio procent av sina uppdrag hos Sveaskog och resterande tio procent hos Lundbergs Trä i Arvidsjaur. Företaget är helt inriktat på timmertransporter. Anders är uppfödd i byn och trivs på det stora taget med sin tillvaro där. Anders fru Ingrid sköter det mesta av de ekonomiska uppgifterna inom företaget. Anders startade företaget, Eklunds Åkeri Moskosel AB, 1998. Vid den tidpunkten arbetade han i ett mindre åkeri som skulle säljas. Inför valet att bli arbetslös eller att köpa företaget valde han det senare.

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Eklunds Åkeri Moskosel AB
Företagsledare:	Anders Eklund
Startår:	1989
Verksamhet:	Timmertransporter
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	30
Varav antal kvinnor:	1
Omsättning 2006:	34,8 miljoner kr

- Jag skulle nog ha blivit arbetslös om jag inte köpt företaget, men jag har ju alltid velat bli åkare så när chansen kom tog jag den, säger Anders.

I början var Anders ansluten till en lastbilscentral, men företaget växte över tid och blev så småningom så stort att han valde att kliva av och själv teckna direktkontrakt med uppdragsgivarna. Idag har han elva bilar, två separatlastare och trettio anställda. Tillväxten har både skett genom inköp av nya bilar och genom att köpa upp mindre företag. Verksamheten är dock helt inriktad på timmerhantering och några planer på att bredda sig finns inte.

- Jag är duktig på att köra timmer och det är det jag skall hålla på med, menar Anders.

Anders fru, Ingrid, jobbade tidigare deltid i företaget och deltid vid RFN i Vidsel. Efter åkeriets senaste tillväxt har hon övergått till heltid i företaget. Sedan december 2006 har hon sin arbetsplats i anslutning till ett av företagets lokaler i byn.

- Det blev opraktiskt med ett hemmakontor när verksamheten utökades, säger Ingrid. Det är skönt att kunna skilja på hemma och arbete.

Företagets tillväxt har inte alltid varit enkel, men Anders menar att det är viktigt att verkligen brinna för det man gör och känna att man gör ett riktigt bra jobb och inte börja med att plocka fram problem och svårigheter. Behovet av utmaningar i arbetet tror han förklarar mycket av företagets tillväxt. När verksamheten börjar gå på rutin känner han sig snarast loj och understimulerad, vilket gör att han snart börjar se sig om efter nya utmaningar. Även om det för tillfället känns som ytterligare expansion inte är aktuell så kan det mycket väl ändra sig inom några år.

Hur har då nedläggningarna av affären och bensinstationen påverkat Anders och hans företag? Förutom den uppenbara olägenheten att inte kunna handla och tanka bensin utan att först köra 9 mil är det framförallt två saker han lyfter fram: Godshantering och rekrytering av personal.

Företaget har en egen verkstad och har behov av att både skicka efter reservdelar och returnera viss materiel. Tidigare var affären ombud för Bussgods, men i och med den lades ner finns det vare sig någonstans att lämna in gods eller för bussarna att lämna av gods. För att skicka något måste Anders eller någon anställd åka ner till Arvidsjaur. Genom busschaufförernas personkännedom fungerar godsavlämningen ändå hyggligt (om de har möjlighet att möta upp bussen), men under skolloven är busstrafiken numera inställd, något som de ser som en klar försämring.

- Ibland när det är bråttom har jag tvingats köra till Skellefteå eller Boden för att hämta grejor, säger Anders. Kommer det gods med Schenker eller DHL fastnar det ofta i Arvidsjaur då de bara har utkörning till Moskosel två gånger per vecka. Jag är ofta beroende av att få sakerna snabbt så då får jag ringa och leta godset och ofta slutar

det med att jag åker och hämtar det själv, förklarar Anders. En reflexion är att affären tydligen har spelat en betydande roll för företaget i sin funktion som godsombud.

Genom att företaget verkar i ett stort geografiskt område finns de anställda på flera orter förutom Moskosel, exempelvis i Arvidsjaur, Vidsel och Älvsbyn. Anders tycker att det generellt finns vissa problem att hitta lämplig arbetskraft. I de fall där en anställning även kräver ett boende i Moskosel har Anders noterat vissa svårigheter, orten uppfattas inte som attraktiv och läget bedöms ha försämrats nu när både affären och bensinstationen försvunnit. Skulle skolan också läggas ner bedömer Anders det som nära nog omöjligt att få någon att vilja flytta hit och arbeta.

- Som tur var gjorde Sveaskog en nedskärning av sin personalstyrka vilket lösgjorde personer som redan bodde i Moskosel, säger Anders.

Bortfallet av bensinstationen har delvis hanterats genom de kontakter som Anders hade med Skelleftebränslen och som utmynnade i en ”ovanjordlösning” för diesel. Anders försökte även argumentera för en motsvarande lösning för bensen, men bränslebolaget menade att förtjänsten var för dålig. Förhandlingspositionen var sannolikt sämre i det fallet. Även om åkeriet har en del bensindrivna skiftbytesbilar, så är de inga storförbrukare som när det gäller diesel. Bilarna åker i regel ut i skogen och bara undantagsvis i närheten av någon bensinstation. Här blir det frågan om extraresor till Älvsbyn eller Arvidsjaur för att tanka. Det gäller att planera och tänka sig för så att det inte blir bränslestopp på någon skogsbilväg.

Anders får slutligen frågan om han ser någon lösning med ny affär och bensinstation.

- Jag har sagt i flera, flera år att affären inte kan ligga mitt i byn, den ska ju vara vid storvägen för att fånga upp genomfartstrafiken, säger Anders, som via sitt företag äger några tomter och garage på olika ställen i byn, bl.a. en precis intill E 45.

- Jag har talat om att jag kan sälja den fastigheten till ”ett bra pris” om rätt person, med rätt inställning, vill starta upp en affär. Men det bästa kanske vore att samordna campingplatsen med en affär och bensinpumpar, funderar Anders. Campingen har ett fantastiskt läge intill sjön och E 45:an och de olika enheterna skulle kunna dra kunder till varandra, fortsätter han. Egentligen är det bara fantasin som sätter gränser i ett sådant läge... Men det krävs rätt person, en entreprenör som ser möjligheter och inte problem, avslutar han.

Tentipi AB – företagaren Bengt

Bengt Grahn är grundare till företaget

Moskoselkåtan. Företaget startade 1989 i

Moskosel. 2006 bytte företaget namn till Tentipi

AB där Bengt är VD. Företaget tillverkar och säljer

tältkåtor, en sorts modern kombination av

lappkåta, indiantipi och tält. Tältkåtorna finns i

varierande storlekar utformade för såväl det rörliga

friluftslivet som stora evenemang. Den minsta har sovutrymme för fyra personer och

den största jättekåtan har en diameter på 15 meter. Den populäraste modellen

”Hattjätten” kan även kopplas samman med andra, där rekordet hittills ligger på 14

tält med 1 500 kvadratmeter stor yta. Moskoselkåtan tilldelades 1999 priset

”International trophy for quality 1999” - ett pris för bästa internationella kvalitet inom

branschen. Företaget har idag verksamhet på flera platser: produktutveckling och

produktion av jättekåtan ligger kvar i Moskosel. Försäljning, marknadsföring och

uthyrning sker via Tentipi Sales & Rental i Värmland medan resterande produktion

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Tentipi AB
Företagsledare:	Bengt Grahn
Startår:	1989
Verksamhet:	Tillverkning av tältkåtor
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervju tillfället:	10 i Sverige
Varav antal kvinnor:	7 i Sverige
Omsättning 2006:	24 miljoner kr

utförs i Estland och Kina. Totalt sysselsätter Tentipi ca 30 personer i världen, varav ca 10 i Moskosel.

Bengt kommer från en ort ca 5 mil från Moskosel och flyttade in till byn 1983 för ett jobb som kyrkovaktmästare. Efter sex år i det yrket beslöt sig Bengt för att säga upp sig och starta eget företag.

- Jag betraktar mig som ganska idérik och det var inte alltid så lätt att få utrymme för nytänkande inom kyrkogårdsförvaltningen, samtidigt som jag länge närt en dröm att göra något eget och vara oberoende, säger Bengt.

Det som initierade företaget var egentligen en starta-eget kurs för kvinnor i byns Församlingsgård där Bengt städade. På ett bord såg han en skiss på en primitiv kåta och 20 adresser på intresserade köpare. "Idén" var till salu, men ingen av kursdeltagarna var intresserade. Bengt tyckte däremot det verkade intressant och startade kort därefter sitt företag. Inledningsvis hyrde Bengt ett rum i det nedlagda skolhemmet som han värmde med en varmluftsfläkt. Ursprungsskissen visade sig vara i det närmaste oanvändbar, men efter en intensiv tid med produktutveckling och sömnad var han klar att ställa ut produkterna på en varumässa (Noliämässan).

- Jag hade många besökare men de fattade inte att jag sålde tält, de flesta tittade in i tältet sa: "tomt" och gick.

Produktutvecklingen och försäljningsteknikerna förbättrades och orderingången ökade. Efter ungefär ett år anställdes den första personen och efter ytterligare ett år köptes ett garage i byn vilket sedan, inte utan möda, anpassades för den nya verksamheten. Bengt lyssnade noggrant till kommentarer hos kunder och mässbesökare vilket medförde många timmars produktutveckling. Produktion och försäljning ökade till år 2000 när de var 22 anställda i Moskosel. Företaget hade då kommit i en kritisk fas och var nära konkurs.

-Många konkurrenter hade dykt upp som köpte från lågprisländer och prisgapet mellan deras och våra produkter ökade hela tiden. Själv var jag en blådårig lokalpatriot som brann av längtan efter att utveckla byn och hade inte funderat i termer av produktion utomlands. Vi hamnade helt enkelt på efterkälken, säger Bengt eftertänksamt.

Externa personer togs in i styrelsen, Bengt skaffade sig en mentor och stora nedskärningar gjordes på produktionssidan i Moskosel. Efter en tung period startade 2001 den första produktionen upp i Estland, efter endast tre månaders förberedelse. Försäljningen ökade och vissa återanställningar kunde göras i produktionen av de "tunga" kåtorna i Moskosel. Fortfarande fanns problem att ta i tu med och genom att räkna baklänges på priserna hos konkurrenter insåg Bengt att prisnivån där de tillverkade - Kina - måste vara en helt annan. Företaget hade då kontakter med friluftsföretaget Lundhags, vars styrelseordförande tipsade om tänkbara kinesiska företag. I det skedet togs även kontakter med Exportrådet och slutligen åkte Bengt till Kina och slöt avtal med en leverantör. Processen är inte helt enkel och kvalitetskontroller och annat är ganska kostsamma, men både råvarupriser och lönekostnader är betydligt lägre än i Sverige. Bengt menar att utan denna produktionsflytt hade företaget varit borta från marknaden inom ett år. I nuläget förbereder man en egen verksamhet i Kina med egen, anställd, personal, något som Bengt bedömer kommer att lösa många problem.

- Det kommer att dra ner komplexiteten enormt, för då vet man vad man har.

Kontakterna med ett annat, större, friluftsföretag var således betydelsefulla inför produktionsflytten till Kina. Tentipi deltar även i stort skandinaviskt nätverk som heter "Scandinavian Outdoor Group" - ett samarbete mellan ett trettiotal skandinaviska tillverkare av tält, kläder och annan friluftsutrustning. Bland annat

ingår företag som Bergans, Fjällräven, Haglöfs, Hilleberg, Primus och Woolpower. Även det samarbetet har varit positivt, enligt Bengt - kanske särskilt för självkänslan. Ett annat viktigt steg i utvecklingen är samarbetet med ett kundföretag i Värmland, ett samarbete som vuxit sig allt starkare och nu lett fram till ett delägarskap.

- Det är ett samarbete som betytt mycket för oss, och verkligen något som fått mig att förstå hur viktigt nätverkande är, säger Bengt.

- Jag är öppen för samarbete på ett helt annat sätt nu än tidigare, fortsätter Bengt. Men den lilla ortens nackdel är att urvalet för samarbete är litet, det finns helt enkelt för få företag.

Bengt är tillväxtorienterad och ser inga direkta gränser för expansion om tillfällen dyker upp. Däremot betonar han vikten av att "växa smart", växa på ett sätt som multiplicerar med den befintliga verksamheten.

Hur har då nedläggningarna av affär och bensinstation påverkat Bengt och hans företag? Huvudsakligen nämner Bengt den påverkan på byns attraktionskraft och hur detta kan inverka på möjligheterna att behålla befintlig personal och nyanställa. Det har redan tidigare varit svårt att få nyanställda att flytta till Moskosel och Bengt är orolig för hur utvecklingen skall bli i framtiden. Nedläggningar av affär och bensinstation innebär inte enbart en försämring i sig, de sänder även signaler om framtiden och gör folk oroliga och mer flyttbenägna.

- Här finns det stora skillnader mellan företag i glesbygd och de i städer. I en liten ort och för ett företag med få anställda är det verkligen allvarligt, det riskerar att bli en total kollaps, där jag från det ena halvåret till det andra kan stå utan personal. Det är för mig ungefär som om det på regeringsnivå diskuterades ett förbud mot symaskiner, säger Bengt bekymrat.

Bengt har som Anders märkt en tydlig försämring av godshanteringen de senaste åren, ett ökande motstånd bland speditörer att hämta och leverera gods utanför centralorten.

- Vi drabbas ofta av att godset "fastnar" på golvet i Arvidsjaur hos speditören och jag måste ligga på och ligga på för att få tag på grejorna, vilket innebär kostnader på olika sätt för företaget. Vill företaget ha särskilda leveranser kostar det 700 kronor extra, vilket Bengt i och för sig har förståelse för, samtidigt som han påpekar att det är kostnader som hamnar på toppen av andra och försämrar konkurrenskraften hos glesbygdens företag. Här borde samhället skicka signaler om företagandets betydelse, även i perifera områden, menar han. Reducerade eller slopade arbetsgivaravgifter kan vara ett sätt som dessutom är enklare och tydligare än att skapa detaljerade regler.

- Det måste vara samhällsekonomiskt viktigt att glesbygden finns kvar i Sverige, säger Bengt, vem vet vad Sverige behöver om 20 eller 40 år? Vad ses som resurser då? Människor som på plats kan ta till vara och utveckla våra resurser behövs. Avfolkas stora delar av Sveriges areal kommer man att ha väldigt, väldigt, svårt att återbefolka den igen. Jag menar att en fungerande glesbygd kan betraktas som en multiplikatorfaktor för andra resurser medan en glesbygd i avveckling blir en divisionsfaktor, avslutar Bengt.

Kommentarer

Nedläggningen av *affären* synes huvudsakligen ha påverkat företagen genom en sämre godshandling och genom att minska byns attraktionskraft som boendeort.¹²⁹ För åkeriföretaget är det kanske mest funktionen som godsombud som kommer fram.

¹²⁹ I detta sammanhang berörs inte den direkta påverkan på enskilda personer, vilket beror på rapportens inriktning och inte att påverkan skulle vara liten.

Även Bengt lyfter fram svårigheter med godshantering, dock mera ur ett generellt perspektiv än direkt kopplat till affärens funktion. Båda påpekar Moskosels försämrade attraktionskraft efter serviceneddragningarna. Anders nämner problem att rekrytera ortsbaserade förare och Bengt uttrycker en oro om sårbarhet som i förlängningen kan hota företagets framtid om utflyttningen ökar och inflyttningen avstannar. Den fysiska placeringen av affären tas upp av Ingemar och Anders. För att fånga upp den resandeström som finns längs E 45 är den gamla lokalen felplacerad och dessutom förknippad med höga driftskostnader. I dagsläget räcker inte enbart bybornas köpkraft för att få affären att gå runt. En iakttagelse som de delar med många mindre orter i gles- och landsbygd. Detta föder en finansieringsdiskussion där mer ändamålsenliga lokaler i bättre lägen får vägas mot en lokalinvestering som den enskilde handlaren i dessa områden får svårt att bära.

Bensinstationens nedläggning har till en del kompenseras genom en ovanjordlösning för dieseln kunder med ett specifikt betalkort, sannolikt på grund av en storkonsuments agerande. För genomresande, besökare eller bensinkunder kvarstår dock problemet. Tre hinder synes föreligga för en lösning. Det primära är givetvis att försäljningen är för låg för att vara företagsekonomisk intressant. Till detta kommer även den framtida saneringskostnaden som bromsar intresset från eventuellt nya bolag samt kostnaden för en kortläsare som accepterar allmänna betalkort.

8.3 De ”nya nybyggarna” – exemplet Siberian Adventures Outdoorsteam

Inledning

Vad som är nackdelar och vad som är fördelar är inte någon absolut sanning. Där vissa ser områden karakteriserade av långa avstånd och gleshet kan andra se utrymme och möjligheter. Sedan ett antal år tillbaka finns begynnande tecken på en ny invandring till glesbebyggda delar av Sverige. Det skall redan inledningsvis slås fast att detta fortfarande rör sig om ett litet antal personer som på en sammantagen nivå inte kan sägas påverka flyttströmmarna. Lokalt, i byar och på kommunnivå, har dock detta börjat uppmärksammas och uttrycket de ”nya nybyggarna” hörs ibland i sammanhanget.

Det handlar ofta om människor med ett starkt naturintresse, inte sällan från Tyskland eller Holland, som flyttar till glesbebyggda delar av Sverige, köper ett hus eller gård och bosätter sig i de byar som svenskar sedan 1960-talet i stor omfattning flyttat ifrån. Dessa ”nybyggare” ser till att byggnader inte förfaller, konsumerar varor och tjänster på lokala marknader där varje ytterligare krona är värdefull och bidrar, får man förmoda, med nya synsätt och idéer i lokalsamhället.

Som för alla andra invånare förekommer både anställning och företagande bland dessa personer. Nedanstående berättelse får exemplifiera två ”nya nybyggare” som flyttat till en liten by i norra delarna av Jämtlands län och där startat ett företag inom besöksnäringen. För att ge en ungefärlig uppskattning av omfattningen av denna inflyttning presenteras i *tabell 8.1* nedan inflyttningen av personer med medborgarskap i Tyskland eller Holland under den senaste tioårsperioden till det län där företaget i fråga verkar, Jämtland. Som referens visas även motsvarande inflyttning till riket som helhet.

Antal inflyttningar skall enbart ses som bruttosiffror, exakt var i länet de bosätter sig eller vilket motiv till inflyttningen som föreligger i de enskilda fallen är inte undersökt. Från ett litet antal ökar inflyttningen, särskilt de senaste åren. Framtiden får utvisa om ökningen var temporär eller inledningen på en långsiktig utveckling.

Tabell 8.1. Inflyttning av personer med tyskt och holländskt medborgarskap till Jämtlands län och riket, perioden 1997-2006.

Inflyttningsår	Antal inflyttare till Jämtlands län	Antal inflyttare till Sverige
1997	11	1 217
1998	8	1 488
1999	13	1 504
2000	15	1 888
2001	25	2 144
2002	23	2 154
2003	21	2 227
2004	26	2 393
2005	37	2 708
2006	67	3 927
<i>Totalt</i>	<i>246</i>	<i>21 650</i>

Källa: SCB

Informationsinhämtning

Beskrivningen baseras på en intervju med Claudia Beerta och Richard van Kooten på plats i Järvsand. De två företagen har fått berätta om sitt företag och sin flytt till Sverige. Intervjun utfördes den 3 juli 2007 på plats vid parets bostad och besöksanläggning. Före intervjun företogs en rundvandring bland företagets lokaler. Intervjun var ungefär 1,5 timme lång.

Siberian Adventures Outdoorteam – företagen

Claudia och Richard

Claudia Beerta och Richard van Kooten äger tillsammans företaget Siberian Adventures Outdoorteam. Företaget bildades i september 2005, några månader efter att paret hade flyttat från Holland till Sverige. Företaget ligger i Järvsand, en liten by i Strömsunds kommun, Jämtlands län. Järvsand har 25 invånare och ligger 28 km norr om Strömsund, kommunens

centralort. De sista (eller första) åtta kilometrerna av denna sträcka är grusväg.

Verksamheterna bygger på naturupplevelser och småskalighet. Vintertid tar de emot grupper som vill åka hundspann eller snöskoter, sommartid har de en liten camping. Paret har köpt en gammal gård som de iordningställt för ändamålet. Både Claudia och Richard har ett stort hund- och naturintresse sedan tidigare och de hade redan i Holland 26 hundar som de tränade och tävlade med. I dag har de 50 hundar i sin nybyggda hundgård. Det känns befogat att beteckna deras företag som ett livsstilsföretag. Paret fick pris som årets nybyggare vid en lokal företagsgala i Strömsunds kommun under maj månad 2007 (Guldälgsgalan).

En naturlig inledning på intervjun är att fråga varför de beslutade sig för att flytta från Holland till Järvsand?

- Vi tyckte Holland hade blivit för fullt, det är folk överallt, säger Claudia. Vi har också två små barn och upplevde att det var alldeles för stora skolklasser och

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Siberian Adventures Outdoorteam
Företagsledare:	Claudia Beerta och Richard van Kooten
Startår:	2005
Verksamhet:	Besöksnäring (bl. a. hundspann och camping)
Företagsform:	Handelsbolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	2
Varav antal kvinnor:	1
Omsättning 2006:	0,146 miljoner kr (startår)

tilltagande kriminalitet i samhället. Vi har ett stort hundintresse och fick också svårare och svårare att utöva den verksamheten, fortsätter hon.

Även i Holland bodde de på en gård, men då betydligt trängre. På en yta lika stor som deras nuvarande hundgård i Järvsand rymdes där två hus, en ladugård och en hundgård.

När paret började överväga en flytt till mer glesbefolkade områden var snösäkerhet, möjligheter att röra sig i naturen och fastighetspriser viktiga aspekter.

Urvalsprocessen visar sig vara en kombination av rationalitet och tillfälligheter. Skandinavien var ett givet område att börja söka i. Norge var där inledningsvis ett tänkbart alternativ, men avsaknaden av allemansrätt och högre fastighetspriser fick blickarna att vändas mot Sverige. En väninna till paret hade sökt länge efter ett fritidshus i Sveriges ”snöområden” och därmed besökt en hel del olika platser. Utifrån sina erfarenheter rekommenderade hon Dalarna eller Jämtland som tänkbara områden. Claudia och Richard ansåg att Jämtland bäst svarade upp mot deras krav och började söka fastigheter via Internet. I det skedet var det fastigheternas storlek och prisnivån som var viktiga. Fann de något intressant objekt så begärde de ytterligare information från mäklaren. Slutligen hade de en lista med fyra hus som de i mars 2005 beslöt sig för att åka upp och titta på. Det första huset de besökte ligger i Järvsand, det hus som på papperet också verkade bäst. Vid det besöket blev en första kontakt med lokalbefolkningen viktig. De träffade en bybo som direkt bjöd in dem på en snöskotertur för att visa området.

- När jag åkte ut i naturen kände jag att här måste jag ha mitt hus, här är det rätta stället för vår verksamhet, förklarar Richard.

Intrycket var så starkt att de beslöt sig för att inte undersöka ytterligare objekt. Kontakter togs med Föreningssparbanken i Strömsund där även deras affärsplan presenterades. Banken var positiv till företagsplanerna, men avrådde från husköpet då priset ansågs för högt. Efter en tid åkte paret hem till Holland igen där man även via e-mail tog kontakt med Strömsunds kommun. Via kommunens ”info-adress” på webben länkades de snabbt till Nybyggarkontoret och kommunens utvecklingsbolag (SUAB), där de fick ett bra bemötande¹³⁰.

- Vi kom direkt in på rätt ställe, menar Richard. Senare har många kontakter tagits med SUAB, kommunala tjänstemän och Almi, men detta var vår ingång.

I det skedet hade sökandet efter andra objekt upphört och man kunde inte få Järvsand ur tankarna. Efter enbart två veckor hemma i Holland kom ett besked från banken i Strömsund att de hittat ytterligare ett intressant hus i Järvsand. Till huset hörde 216 hektar mark att jämföra med det första husets 6 hektar. Eftersom priset var detsamma för de båda husen, blev de mycket intresserade och satte sig i princip genast i bilen för en 24 timmars körning tillbaka till Jämtland. Banken var nu också med på noterna och besöket i april ledde till ett köp.

- Banken har även sedan hjälpt oss jättemycket, hävdar Richard. Till exempel har bankchefen bjudit in dem på en skotertur och visat en del natursevärdheter och introducerat dem för andra företagare i besöksbranschen.

Redan i början av juli flyttade paret upp till gården i Järvsand och började direkt med ombyggnationer. Det fanns mycket att göra och under hösten 2005 och första halvan av 2006 fanns därför i princip inga möjligheter att ta emot nattgäster. Richard bedömer att de investerat ungefär en miljon kronor för att skapa mottagningskapacitet på gården.

¹³⁰ Nybyggarkontoret är Strömsunds kommuns mottagningsorganisation, tänkt att underlätta för den som vill flytta till Strömsund.

- Under den perioden kunde vi vare sig annonsera eller öppna en hemsida, säger Richard. Vi ville inte gå ut förrän det var färdigt.

I december 2006 inträffade en händelse som fick hela företagsidén att omprövas. Ett annat holländskt par som Claudia och Richard kände hade flyttat in till byn och hyrt ett hus i januari samma år. De två paren skulle enligt planerna driva företaget tillsammans, men plötsligt beslöt de sig för att flytta tillbaka. Hemlängtan var alltför stark.

- Vi fick nästan panik, alla bokningar och arbetsinsatser var baserade på fyra personer. Vi tänkte att det här klarar vi aldrig, ... men efter en veckas funderingar bestämde vi att vi ska fixa det, säger Claudia, och fortsätter:

- Det gjorde vi också men det var inte lätt. Förutom skötsel och tillsyn av hundarna, guidningarna, matlagningen och städningen har vi också två barn.

- Och på kvällarna vill gästerna gärna prata med oss, flikar Richard in.

Vintern 2006/2007 var alltså den första riktiga säsongen för företaget som då kunde notera 1 000 gästnätter. En anmärkningsvärt bra start. Ungefär 90 procent är utländska besökare, varav de flesta holländare och tyskar. Claudia och Richard säger sig ha haft god nytta av sina tidigare kontakter i Holland. Utan dessa kontakter hade det varit svårt, tror dom.

- Vi hade också turen att få medverka i ett holländskt TV-program "Ik vertrek" (ungefär "jag reser") som följde oss både sista tiden i Holland och vid ankomsten hit till Järvsand, säger Claudia. Programmet hade två miljoner tittare och har givit många besökare.

- Våra gamla kontakter, TV och Internet har varit tre viktiga förklaringar till det goda bokningsläget, tror Richard.

På sikt måste företaget växa och generera tillräckligt med intäkter för att möjliggöra anställningar av personal under högsäsong. Hittills har all vinst direkt återinvesterats i byggnationer. Samtidigt vill man vara rädd om den familjära andan och inte bli alltför stor. Att anställa någon i en verksamhet som deras blir lite speciellt, anser de. Förutom behov av språkkunskaper och ett hundintresse blir det även en närhet mellan familjen, gästerna och den anställde som går utanför ett vanligt anställningsförhållande.

Paret har även två andra, mindre, företag som till skillnad från besöksverksamheten inte kräver några direkta investeringar, men ändå lämnar vissa intäkter. Dels har de ett städföretag och dels importerar de hundfoder från Holland. Städföretag hade de redan i Holland så här finns sedan tidigare både material och erfarenhet. Hundfodret används också till sina egna hundar och gjorde så redan innan flytten. För att förlänga säsongen har de också ordnat med en campingplats i anslutning till de befintliga lokalerna. Planer finns också på en liten kiosk, båtuthyrning, fler stugor att hyra ut, bastu samt en del aktiviteter som fiske och vandringar.

På det hela taget tycker sig Claudia och Richard ha blivit bra bemötta av svenska myndigheter. Lite problem var det i början när de saknade personnummer och inte pratade svenska så bra, men när omgivningen såg att deras företagssatsning var seriös har det fungerat väl. Företagarparet är positiva till företagssamarbete och har redan en del kontakter med andra småföretag inom besöksnäringen, men skulle gärna se mer av den varan.

Det perifera läget betraktar de som en nackdel enbart när det gäller möjligheten att hitta jobb eller uppdrag för att komplettera lågsäsongen inom slädhundsverksamheten. I övrigt spelar det ingen roll tycker de.

- För vårt företag är glesheten mer en förutsättning än en nackdel, hävdar Richard.

Det är deras bestämda uppfattning att det finns ett stort intresse bland holländare att flytta till Sverige. Bristen på arbete i glesare områden innebär dock att ett eget företagande blir viktigt, men alla kan eller vill inte starta företag.

För deras del var det helt på eget initiativ som flytten genomfördes, men en enkel engelsk-/tyskspråkig ingång till kommunen via Internet är en bra början för att fånga upp ett sådant intresse, menar de. De understryker samtidigt två saker. Det första är betydelsen av att komma ”rätt” i början, att få kontakt med rätt person som kan länka vidare i en organisation eller ett lokalsamhälle som presumtiva inflyttare av naturliga skäl saknar kunskap om. Det andra är att själv vara aktiv i alla sammanhang.

Kommentarer

Intressant i detta exempel är synen på gleshet, där den betraktas som en tillgång dels utifrån parets egna värderingar, dels utifrån företagets verksamhet. Tidigare kontaktnät och språkkunskaper har kunnat användas för att snabbt etablera verksamheten på marknaden. Företaget kan betraktas som ett utpräglad exportföretag då nio av tio besökare/kunder reser in till Sverige för att konsumera deras tjänster.

Företagarparet har själv sökt information och inte lockats av någon kampanj. I ett senare skede har kommunens webbsida och nybyggarkontoret fungerat som informationsluss. En sådan ingång kan förenkla betydligt för intresserade inflyttare utan kunskaper om svenska myndighetsstrukturer. Fallets företagare är övertygade om att många personer i Holland är intresserade av en inflyttning till svenska gles- och landsbygder. En fortsatt frågeställning är om, och hur, län eller kommuner aktivt och systematiskt kan öka sannolikheten för kontakter mellan intresserade inflyttare och presumtiva inflyttningsområden. Individuella exempel finns på sådana intentioner, men en sammanhållen bild saknas. Glesbygdverket har i tidigare rapporter närmast sig frågor om strategier för inflyttning och integration och avser att återkomma med fortsatta fördjupade studier i frågan¹³¹.

8.4 Det lokala mikroföretaget med avtryck på internationella marknader - exemplet Lifestone

Inledning

Små företag i gles- och landsbygder tillskrivs ofta geografiska tillväxthinder. Vid en inriktning på en lokal marknad utgör antalet möjliga kunder en begränsning och har de ambitionen att sälja i övriga landet eller nationellt blir långa avstånd till marknad och andra företagstjänster en konkurrensnackdel. I många fall är detta en korrekt beskrivning, men en ökad tillgång till det nya informationssamhällets tjänster kan i viss mån reducera dessa nackdelar. Detta är kanske tydligast för tjänsteföretag, men även för varuproducerande företag spelar Internet och e-post en allt större roll även om produkterna i sig behöver fysisk transport till kunden. En välfungerande elektronisk och fysisk infrastruktur blir särskilt betydelsefulla beståndsdelar för företag med en nationell eller internationell avsättningsmarknad.

I Glesbygdsvverkets postenkät till företagare (se kapitel 7 i denna rapport) har ett antal frågor om befintlig och tänkbar marknad ställts. Nästan sex av tio företagare

¹³¹ Glesbygdverket, (2005), ”Integration och regional utveckling”, Glesbygdverket, (2007), ”Kartläggning av strategier för att öka befolkningen”.

anger där att de producerar sina varor och tjänster huvudsakligen för en lokal marknad¹³². En fjärdedel ser den nationella marknaden som sin huvudsakliga avsättningsmarknad och färre än var tjugonde exporterar sin huvudsakliga produktion utomlands. Detta kan också uttryckas som att fler än fyra av tio företag (som besvarat enkäten) inte ser sin huvudsakliga marknad som lokal.

Nedanstående berättelse får exemplifiera de företag som hämtar sina intäkter utanför lokalsamhället.

Informationsinhämtning

Beskrivningen baseras på en intervju på Flatö, Bohuslän. Företagaren Katinka Bille Lindahl (Lifestone AB) har fått berätta om sitt företag med uppmärksamhet mot avsättningsmarknader och de eventuella hinder och möjligheter som då framträder.

Intervjun utfördes den 30 maj 2007. I samband med intervjun har även visningar av företagslokaler skett. Intervjun var 2,5 timme lång.

Lifestone AB – företagaren Katinka

Katinka Bille Lindahl är grundaren till företaget Lifestone. Företaget startade 1997 och har idag nio anställda - samtliga kvinnor. Företaget ligger på Flatön i Orust, Bohuslän. Flatön har ca. 200 året-runt boende, en siffra som mångdubblas under sommaren. Det finns ingen bro till fastlandet utan linjefärja eller egen båt får användas. Lifestone tillverkar och säljer avgjutningar av barns händer och fötter i gjutsten, kristallglas, brons eller silver. Produkterna säljs huvudsakligen i Sverige och Norge, men långt gångna planer finns på en expansion till USA och England. Katinka blev utsedd till årets företagare i Orust 2005.

Företagandet fanns redan under Katinkas uppväxt med som en naturlig del av hennes vardag. Pappan var företagare, en entreprenör, säger hon, och berättade ofta om olika episoder i sitt företagande. Katinka och hennes familj flyttade 1980 från Skaftö till Flatö och byggde ett hus. Huset byggdes på en del av den tomt där hennes man Odd tillbringat sina barndoms somrar. Katinka jobbade då som frilanscopywriter i Göteborg och pendlade dagligen de tio milen mellan Flatö och arbetet. Totalt pendlade hon i elva år. De långa resorna och bortavaron från familjen upplevdes alltmer påfrestande och att kunna bo och jobba på samma ställe framstod som en attraktiv möjlighet.

- I det läget var ett eget företag det enda alternativet, jag övervägde inte ens en anställning närmare hemmet, säger Katinka. Efter 1971 när jag gick ut journalisthögskolan har jag inte varit anställd mer än fyra år, resterande tid har jag varit frilansare.

Katinkas tanke var redan från början att söka sig utanför den lokala marknaden.

- Jag visste helt enkelt att jag måste ut till en större marknad för att kunna vara dyrare per enhet.

En händelse som ledde in Katinkas tankar på avgjutningar som affärsidé var när hennes son 1996 visade henne en gipsavgjutning från sina käkar i samband med utprovningen av en tandställning.

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Lifestone AB
Företagsledare:	Katinka Bille Lindahl
Startår:	1997
Verksamhet:	Tillverning av fot- och handtryck
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	10
Varav antal kvinnor:	10
Omsättning 2006:	7,4 miljoner kr

¹³² Lokal marknad inkluderar ett område upp till ca. 10 mil från företagens verksamhetsort, även om området når in i annan kommun, annat län eller land.

- Plötsligt undrade jag varför jag inte hade något minne av honom som baby - en vacker avgjutning av en liten fot eller hand som skulle kunna stå framme, säger Katinka. Borde det inte finnas flera som var intresserade av sådana minnen? frågade hon sig.

Tanken mognade och Katinka drog gradvis ner på sitt frilansande och lade mer och mer tid på sin företagsidé. Det var exempelvis experiment med olika avtrycksmassor hemma i köket och försök att finna en teknisk lösning att göra individuella glasavgjutningar i större skala samt att finna en intresserad glashytta som ville prova det. Så småningom löstes även detta efter flera års funderingar, försök och ett antal resor till Småland. Under processens gång startades företaget 1997 och från och med 1999 ägnade sig Katinka helt åt Lifestone. Enkla lokaler för tillverkning ställdes i ordning på familjens gård. De första sex åren kunde Katinka inte ta ut någon egen lön ur företaget. Det krävdes större volymer i tillverkningen för att få lönsamhet och till detta krävdes anställda.

- Anställda behöver lön och då var enda utvägen att jag avstod min, säger Katinka. Vi fick leva på min mans lön och dra ner våra utgifter. - En tung period, men utan den hade företaget med nio anställda faktiskt inte funnits idag.

Efter några år med företaget växte det fram ett behov av någon att diskutera problemställningar och ekonomiska frågor med, någon som hade praktiskt erfarenhet, och en förmåga att se verksamheten utifrån. Efter ett tips från en konsultfirma som anlätats i ett annat ärende etablerade Katinka kontakt med en nyligen pensionerad ”division controller”, en man med stor erfarenhet av ekonomistyrning.

- En viktig del i företagets utveckling var när vi knöt till oss honom som extern styrelseordförande, säger Katinka. Hittar man bara som vi gjorde rätt person är detta ur många synpunkter något som jag verkligen kan rekommendera alla småföretag, slår hon fast.

Företagets tillverkning har förfinats över tid och utgör idag en kombination av verkstadsteknik, silversmide, glaskonst och tandteknik. Under 2007 tas ytterligare tekniksteg med satsningar på CAD/CAM-teknik och mjukvara. Genom ett stöd från Vinnovas ”Forska & Vax”-program har även ett samarbete inletts med Institutet för Livsmedel och Bioteknik AB (SIK) som med vetenskapliga metoder skall hjälpa till med att utveckla avtrycksmassan. Den behöver dels bli möjlig att avläsa med 3D-scanner och dels få en utökad hållbarhet. Digital bearbetning gör samtidigt produktionen mer rationell och möjliggör nya produkter med skalenliga förminskningar av originalavtrycket. Nya marknader kräver att avtrycksmassan håller längre och är mindre värmekänslig.

Idag är Sverige och Norge de två största marknaderna för Lifestone, även om strökunder finns från ett flertal andra länder. I båda Sverige och Norge har företaget ca. tre procent av alla nyblivna föräldrar per år som kunder och Katinka bedömer inte att de kan utöka den andelen i någon större omfattning. Redan nu når man alla nyblivna föräldrar i Sverige och ungefär 80 procent av de norska med produktinformation. Långt gångna planer finns därför på en introduktion under 2007 i USA och England då export är det enda sätt Katinka ser för den expansion som behövs för att öka volymen och lönsamheten.

Att exportera till Norge var sannerligen inte lätt. Katinka berättar länge och detaljerat om alla åtgärder som behövdes och bestämmelser som skulle läras in och följas för att det hela skulle fungera korrekt och vara smidigt för kunderna.

- Åh, vad många samtal och timmar som gick till detta. - Nu har vi lärt oss förfarandet, men det var ett riktigt tillväxthinder, säger Katinka. - Tänk om någon organisation kunnat hjälpa oss då, det hade underlättat otroligt, menar hon.

Utifrån dessa erfarenheter insåg Katinka att hon måste ha hjälp inför USA-satsningen. Via egna kontakter och Almi fick hon så småningom tips på tänkbara konsulter och information om möjligheter till viss ekonomisk hjälp. Detta utmynnade till slut i anlitaandet av en ”exportcoach”, delfinansierad av en s.k. konsultcheck från Västra Götalandsregionen. Katinka berättar under vår intervju ett flertal gånger om hur hon letat sig fram till personer med viss kunskap, hittat den information hon behövt genom kontakter i flera led.

- En av mina styrkor är nog att jag är kommunikativ och väldigt nätverkande och det har jag haft stor nytta av, säger Katinka.

Flatö som plats och dess betydelse för Lifestones verksamhet är något som Katinka återkommer till ur flera aspekter. Ursprunget till företaget var, som tidigare berörts, att kunna arbeta på den plats där hon bodde, en plats som hon uppfattar som verkligt kreativ. En annan fördel är enkla kontaktvägar, exempelvis när det behövs kontakter med kommun eller bank. De vet redan vad Lifestone arbetar med och vilka Katinka och hennes familj är, vilket förenklar betydligt.

Eftersom Flatön är en ö och Lifestone är ett företag som skickar och tar emot information och gods uppstår emellertid en del problem. Beroendet av färjan försvårar exempelvis vid tidiga avfärder för att passa morgontåget till Stockholm eller för godstransporter i allmänhet. Vissa godstransporter blir dyrare, med ett ö-tillägg på 500 kronor, och en del speditörer vägrar överhuvudtaget att köra ut till företaget. Ibland får de själva köra utgående gods till ett företag på fastlandet dit speditörerna ofta har transporter.

- Det är inte ovanligt att lastbilar vill att vi möter vid färjan. Jag har argumenterat 1 000 gånger om detta, säger Katinka upprört. Den lilla extratid som det tar att passa in en färjetid hos oss kunde ju också vara en restid till en kund som bodde längre bort på fastlandet. - Inför USA-satsningen har vi behov av att kunna skicka gods snabbt och detta blir ett problem. Att vi väljer bort vissa fraktbolag som inte vill leverera eller hämta hos oss spelar ingen roll för dem, vi är så små att de bara blir glada över det, menar Katinka.

Lifestone är ett företag som i stor omfattning använder elektronisk kommunikation i sin verksamhet. Marknadsföring, försäljning och omfattande användning av elektroniska frakt- och förtullningshandlingar är några exempel. Den utökade internationella försäljning som nu planeras understryker detta behov. Helt nyligen fick Flatön ADSL-uppkoppling via en mast, innan dess fanns bara modem vilket innebar stora problem. ADSL-lösningen har ett kapacitetstak på 36 Mbit för ö totalt, vilket gör att Katinka oroar sig för sårbarheten, vad som kan komma att hända när alla sommargäster kopplar upp sig. Hittills har företaget sett sig nödsakat att placera sin server i Stenungsund och med nuvarande uppkopplingskapacitet är det fortfarande uteslutet att ta hem den.

Nuvarande lokaler klarar viss fortsatt expansion, men marginalen är inte så stor. Katinka och hennes man äger obebyggd mark i anslutning till sin gård och har lämnat in en ansökan om byggnadslov. En sommargäst har dock överklagat detta. En motsättning mellan näringslivets lokalbehov och turisternas önskan om att bevara den nuvarande miljön således.

En fortsatt tillväxt, med mer avancerad teknik, kan också leda fram till nyanställningar. Hittills har rekryteringen skett lokalt och utan problem, men behov av mer specialiserad kompetens som språkkunskaper och CAD/CAM kan kräva inflyttning vilket därmed aktualiserar vissa frågor som boende och resor. Det är svårt att hitta bostad och priserna har ökat rejält då efterfrågan på fritidshus är hög. Ön saknar också allmänna kommunikationer så bilnehav är ett måste.

Katinka är positiv till tillväxt och ser inget direkt tak för företagets storlek, även om hon kanske inte själv nödvändigtvis skulle kvarstå som VD om företaget blev alltför stort. Den planerade expansionen till USA och införandet av den nya tekniken ger stora möjligheter, men innebär också stora tröskelkostnader och belastningar på likviditeten. På en fråga om framtidsvisioner nämner hon en ny verkstadslokal på Flatö, framgångsrik expansion i USA och, så småningom efter uppnådd pensionsålder, kanske en idéateljé för produktutveckling.

- Men det handlar ändå i grund och botten om att det måste vara roligt. Även om det ibland kan kännas lite ensamt och man periodvis tycker att det bara handlar om företaget, så är det ändå glädjen som är drivkraften.

Kommentarer

Ett företag kan startas i en gradvis process vilket detta exempel visar. Det tidigare arbetet trappas ner, följt av en anmärkningsvärd lång period där ägaren väljer att avstå en egen lön för att få igång företaget. Uppstartprocessen kan alltså vara mycket utsträckt i tid.

I detta exempel illustreras även de möjligheter till tillväxt som kan öppnas genom en inriktning på marknader som inte är lokala. Företagarens ambitioner och förmågor spelar givetvis en avgörande roll, men även de möjligheter och hinder som infrastrukturen erbjuder. Betydelsen av Internet som ett försäljningsfönster och ett verktyg för digital dokumenthantering är stor, liksom behovet av en fungerande godshantering. Färjetrafik och ADSL löser uppgiften idag, men ”motsträviga” speditorsfirmor och kapacitetsbegränsningar i bredbandstekniken visar på betydelsen av fortsatt uppmärksamhet mot dessa frågor.

Ytterliga två aspekter kan kommenteras. I fallet framgår betydelsen av externa styrelseledamöter i små företag och behovet av information och rådgivning vid exportverksamhet. Aktörer med sådana främjandeuppdrag finns, exempelvis Almi Företagspartner och Exportrådet, och de gör betydelsefulla insatser. En fråga är dock om insatserna fullt ut når även till de minsta företagen i gles- och landsbygder?

8.5 Unika produkter, stor efterfrågan, men bekymmer med kapital - exemplet Woodstar

Inledning

En vanlig uppfattning såväl i Sverige som internationellt är att det föreligger särskilda svårigheter för små- och nystartade företag att få tillgång till extern kapitalförsörjning¹³³. Såväl den förra som den nya regeringen har dessutom pekat på att en sådan brist kan vara regional. I budgetproposition 2005/06 respektive 2006/07 skrivs om ett möjligt underutbud av reguljärt finansieringskapital till små- och medelstora företag i vissa delar av landet.¹³⁴ Glesbygdsverket publicerade 2006 en rapport om kapitalförsörjning i gles- och landsbygder och gör där bedömningen att kapitaltillgången i sådana områden är bristfällig¹³⁵.

¹³³ Se exempelvis *Ds 1994:52, ”Småföretagens riskkapitalförsörjning”* eller *Blanchflower DG, Oswald AJ, (1998), ”What makes an Entrepreneur?”*

¹³⁴ *Regeringens proposition 2005/06:1, utgiftsområde 19, sidan 41, Regeringens proposition 2006/07:1, utgiftsområde 19, sid: 39.*

¹³⁵ *Glesbygdsverket, (2006), ”Kapitalförsörjning i gles-och landsbygder”.*

Högre andel solo- och mikroföretag, stora avstånd till marknader, betydligt lägre fysisk närvaro av riskkapitalister och lägre värden på fasta tillgångar är aspekter som talar för en sådan geografisk skillnad.

Ett exempel där företag i stödområden påverkats är den s.k. förmånsrättsreformen (ändringsförfattning SFS 2003:535 i förmånsrättslagen, SFS 1970:979) vilken i korthet bl.a. innebar att bankernas förmånsrätt sänktes från 100 till 55 procent av den lämnade säkerheten vid konkurs. Reformen trädde i kraft i januari 2004 för nya lån och januari året därpå för befintliga lån.¹³⁶ ITPS har i flera rapporter undersökt effekterna av reformen. I den senaste rapporten (juni 2007) dras bl.a. slutsatsen att de negativa effekterna på företagens kapitalförsörjning kvarstår sedan institutets förra undersökning (juni 2005) samt att företag i stödområden har drabbats hårdast av reformen.¹³⁷

Enligt en undersökning från KTH är banker de huvudsakliga externa finansierarna för mellan 50-70 procent av företag med 5-200 anställda.¹³⁸ Banklån är en avtalsmässig förpliktelse som måste infrias oberoende av investeringens eller verksamhetens lönsamhet. För att minimera sin risk tar bankerna därför säkerheter i företaget eller hos företagets ägare. Låga marknadsvärden (andrahandsvärden) på fastigheter i gles- och landsbygder gör att försäljningssumman ofta blir betydligt lägre än byggkostnaden, vilket givetvis påverkar utlåningsviljan hos bankerna. Färre låneansökningar beviljas och företagarna tvingas teckna allt större personliga borgensåtaganden.

Omstrukturering inom bankbranschen har minskat antalet lokala bankkontor samtidigt som allt fler lånebeslut tas på central nivå, där kännedom om företagaren och lokala förhållanden är lägre och betydelsen av generella riktlinjer ökar.

Under senare tid har andra kompletterande finansieringsmöjligheter som t.ex. JAK-banker och Kreditgarantiföreningar vuxit fram.¹³⁹ Omfattningen är dock fortfarande begränsad.

I Glesbygdsverkets webbenkäter i denna rapport (se kapitel 4) framträder också kapitalbrist som ett betydelsefullt hinder även om bilden inte är helt entydig. Frågor om de tre viktigaste upplevda hindren för tillväxt har ställts. Å ena sidan rankas ”Brister i kapitalförsörjning” högst av både Coompanion och av kommunerna, för de senare såväl avseende ”traditionella företag” som företag inom social ekonomi. Å andra sidan kommer den i organisationen Företagarnas rangordning först på en delad sjätteplats. I postenkäten till företagarna själva (kapitel 7) kommer kapitalbristen på tredje plats. Sammantaget tycks det finnas skäl att uppmärksamma kapitalförsörjningsfrågan.

I företaget Woodstar nedan har Värmlands Kreditgarantiförening (VKGF) agerat, varför en kort beskrivning av denna verksamhet kan vara på sin plats.¹⁴⁰ Kreditgarantiföreningar är vanliga i många andra EU-länder, exempelvis Italien och Frankrike. Syftet är att underlätta för deras medlemmar att få lån och finansiering hos andra kreditinstitut. Verksamheten bygger på samma princip som ömsesidiga försäkringsbolag. Kreditgarantiföreningar lånar inte ut egna pengar utan ger som

¹³⁶ Genom riksdagsbeslut i mars 2006 återställdes företagsinteckningens förmånsvärde till 100 procent.

¹³⁷ ITPS, (2007), ”Förmånsrättsreformen - en utvärdering av reformens konsekvenser för små och medelstora företag”.

¹³⁸ KTH, (2005), ”Utvärdering av förmånsrättsreformens effekter utifrån ett kreditgivningsperspektiv”.

Underlagsrapport till ITPS.

¹³⁹ Se www.jak.se och www.kreditgaranti.se.

¹⁴⁰ Information om Värmlands Kreditgarantiförening är hämtad från Maria Lindeberg, finansieringscoach i VKGF, dels utifrån en intervju i samband med företagsbesöket i Östervallskog 2007-06-13, dels utifrån uppföljande telefon- och e-postkontakter.

namnet antyder kreditgarantier. I Sverige fanns i mars 2007 tio regionala kreditgarantiföreningar samt en branschspecifik förening med en operativ verksamhet.¹⁴¹ I Värmland ser situationen i juli 2007 i korthet ut som följer: VKGF:s medlemmar är banker, företag, kommuner och privatpersoner. Inriktningen är småföretag i alla branscher. Kreditgaranti kan utgå på upp till 60 procent av lånebeloppet (maximalt 1,5 miljoner kronor). Ett företag som beviljas kreditgaranti får tillgång till en coach/mentor/ledamotspool, något som ses som mycket betydelsefullt av VKGF. 44 kreditgarantier har hittills tillstyrkts. Lokal kunskap om företagsklimat och företagaren i fråga ses som viktig information och alla beslut bedöms först av en lokal kommitté i respektive företagares egen kommun.

Nedanstående berättelse får exemplifiera företag där kapitalförsörjningen av ägaren upplevs som ett tillväxthinder.

Informationsinhämtning

Beskrivningen baseras på en intervju i Östervallskog, Värmland. Företagaren Tommy Andersson har fått berätta om sitt företag med uppmärksamhet mot möjligheterna till kapitalförsörjning.

Intervjun utfördes den 13 juni 2007. I samband med intervjun har även visningar av företagslokaler skett. Intervjun var 1,5 timme lång.

Woodstar AB – företagaren Tommy

Tommy Andersson bildade tillsammans med Per Stjärnehag företaget Woodstar 1992. Företaget har idag tre anställda, två män och en kvinna.

Företaget har kontor och verkstäder både i Östervallskog, Värmland och i Fjärås, Halland¹⁴².

Östervallskog har knappt 100 invånare och ligger i Årjängs kommun, fem kilometer från norska gränsen. Närmaste serviceort är Töcksfors, tolv km bort med ca. 1 000 invånare. Woodstar tillverkar

och bygger om fordon för rörelsehindrade. Nästan hälften av deras produktion säljs utomlands. Ett exempel på företagets produkter är ATC, ett motorcykelregistrerat terränggående fordon som även är godkänt för färdsel på allmän väg inom hela EU. Andra exempel är en personbil där föraren utan att lämna rullstolen både kan rulla in och köra samt en skicart - en typ av gocart med fyra skidor som kan köras i slalomspister.

- Egentligen var det min egen olycka som triggade igång det hela. Mitt eget behov som vi försökte lösa gled sen över i en vilja att försöka hjälpa andra och förmedla ut möjligheterna, säger Tommy. Det finns många, bara i Sverige, som nästan aldrig kommer ut och vi tycker att våra fordon ger dem en ny frihet.

Woodstar uppstod som en formell bekräftelse på en idéutvecklingsprocess som mer eller mindre hade pågått sedan Tommy och Per Stjärnehag, den andre delägaren till Woodstar, träffades 1981. Tommy är själv rullstolsburen sedan en trafikolycka i 16-års åldern och vid ett återbesök inom vården mötte han teknikern och innovatören Per. Per arbetade då extra inom sjukvården för att kunna finansiera sitt stora motorintresse, ett intresse som även Tommy visade sig dela. Diskussionen och vänskapen utvecklades och ledde till slut fram till konkreta planer på att utveckla ett

Fakta om företaget	
Företagsnamn:	Woodstar AB
Företagsledare:	Tommy Andersson och Per Stjärnehag
Startår:	2005
Verksamhet:	Tillverkning och anpassning av fordon för rörelsehindrade
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	4
Varav antal kvinnor:	1
Omsättning 2006:	3,2 miljoner kr

¹⁴¹ Se exempelvis www.nutek.se eller www.kreditgaranti.se

¹⁴² Intervjun baseras helt på företagets Värmlandsenhet.

terränggående fordon för rörelsehindre. Både Tommy och Per hade gemensamt kommit fram till att det knappt fanns några fordon, förutom rullstolar, som var anpassade för rörelsehindre. Detta var något de ville ändra på genom bildandet av företaget Woodstar, som Per och Tommy sedan äger till hälften var.

- I början var det så gott som bara oavlönat arbete som gällde och utvecklingsarbetet skedde i Pers källare. Drivkraften var mer att kunna skapa något nyttigt för andra, säger Tommy.

Ekonomi ordnades dels genom annat eget företagande och stöd från fonder och stiftelser. Tommy drev en egen redovisningsbyrå och Per hade företaget Handikapptechnik. Tommy har därefter över tid långsamt fasat ut sina uppdrag i redovisningsföretaget medan Per fortfarande är aktiv i sitt företag.

Woodstars första produkt, som löpande utvecklas och fortfarande utgör stommen i produktutbudet, är ett specialanpassat fyrhjuligt terrängfordon, benämnt ATC, som alltså både kan framföras i terräng och på allmän landsväg. Fordonet ger därför en stor frihet för föraren att röra sig oavsett underlag. Företaget gör nästan allt på fordonen förutom motor och hjul. ATC:n har levererats till många länder, förutom Sverige även till Storbritannien, Tyskland och Schweiz för att nämna några. Woodstar har ett patenterat styrsystem som kombinerar hydraulik och elektronik på ett unikt sätt. ATC:n kan därför utrustas och anpassas så att även personer med mycket omfattande rörelsehinder, nästan totalförlamade, kan köra den.

- Vi kan anpassa reglagen så att de kan styras av fötter, händer, huvud eller mun beroende på beställarens önskemål och rörelsehinder. Det är härligt att se vilken glädje den nya rörligheten ger våra kunder, säger Tommy.

För närvarande används mycket av företagets utvecklingskraft till en personbil där föraren direkt kan rulla in med sin rullstol, spänna fast stolen och köra. Det är en Renault Kangoo som anpassas och, enligt Tommy, den första småbilen där föraren kan köra sittande i sin rullstol. Utvecklingen har kostat en hel del, men sedan en tid är den färdig för marknaden och kan börja generera intäkter. Hittills är elva stycken sålda.

Ett annat, mera spektakulärt, fordon som företaget utvecklat är Woodstar Extreme Evo. 2, den första banracingbilen som kan köras även av svårt rörelsehindre. Den har tagits fram med designhjälp från Karlstad universitet.

- Det första exemplaret av Extremen är beställd av en kund och vi har fått flera intresseförfrågningar. Tyvärr måste vi hålla igen. Det är för mycket kapital som binds i bygget och vi har för närvarande inte möjlighet att klara detta, säger Tommy bekymrat.

Idag sker tillverkning av fordonen i en ombyggd ladugård på gården hos en av de anställda. Lokalen iordningställdes 1996/1997 och strax därefter kunde den första 10-serien av ATC:n påbörjas. Utrymmena är begränsade och det finns inte plats för mer än fyra ATC-fordon samtidigt.

- Med nya lokaler skulle vi både kunna producera mera och mer rationellt, säger Tommy. Han har undersökt möjligheterna att bygga ut eller bygga nytt, men både kapitalbrist och regelverket försvårar detta. Enligt Tommy kräver reglerna att verksamheter med bearbetning av kompositmaterial måste vara minst 500 meter från någon form av bebyggelse.

- Ett trubbigt regelverk, vi jämförs med båtbyggare och sådana som använder riktigt stora volymer plast, fast vi bara använder en bråkdel jämfört med dem, menar Tommy.¹⁴³

¹⁴³Woodstars totala årsförbrukning är ca. 1 500 kg polyester- och vinylesterplast.

Hur hamnade företaget i Östervallskog? Tommy pekar på att han och båda anställda är uppväxta där och att lokaler gick att ordna till en rimlig kostnad. Kanske har även det naturnära läget spelat en roll för utvecklandet av terrängfordonen. Många kunder, framför allt utlänningar, som besöker Woodstar i syfte att prova ut sina fordon är helt fascinerade av naturen.

- De upplever det som otroligt att komma ut i naturen igen och speciellt i vår miljö. Vi har resonerat lite försiktigt om möjligheterna att utveckla detta till någon form av besöksverksamhet, själva eller i samarbete med andra, säger Tommy.

Det perifera läget innebär även att fungerande kommunikationer blir viktiga, i synnerhet då Woodstars marknad är långt ifrån lokal. Förutom mun-mot-mun-metoden är Internet naturligtvis en mycket viktig kanal, där företags- och produktinformation finns på både svenska, engelska och tyska. Tidigare försökte de också åka ut på olika träffar eller evenemang och visa produkterna på plats men det har, av kostnadsskäl, minskat i omfattning. Internets betydelse för företaget kontra dagens uppkopplingskapacitet får Tommy att reagera.

- Jag hoppas verkligen vi kan få riktigt bredband med fiberoptisk kabel. Idag har vi en modemuppkoppling med 56 Kbit/sekund. När folk ringer och samtidigt ber mig titta på en hemsida kan jag inte det. Det går inte att både vara uppkopplad och tala i telefon, det är ju stenålder. Det händer också då och då att modemmet plötsligt kopplar ned och då är det bara att börja från början, t.ex. om jag uppdaterar hemsidan, säger Tommy uppbragt.

Godshantering är en annan företeelse som Tommy har synpunkter på. Fraktbolagen uppfattar han som generellt ovilliga att köra ut till ytterområden.

- Jag tror det kostar 400 kronor extra om vi beställer själva, annars kommer de en dag i veckan och det är ju för sällan. Resultatet blir att vi får hämta mycket själva i Töcksfors. Ofta när man beställer något och har bråttom ges löftet om leverans nästa dag. Visst, det kommer nästa dag, men då till Årjäng, 32 kilometer bort...

Kapital, lokaler och utveckling är nyckelord i Tommys berättelse. Det behövs ständiga tekniska utvecklingar, investeringar och mer ändamålsenliga lokaler för att göra tillverkningen mer rationell. Tommy kommer flera gånger tillbaka till kontrasten mellan vad de ser sig kunna göra utifrån ett marknadsintresse för deras produkter och de begränsningar i handlingsutrymme som bristen på utvecklingskapital medför. För två år sedan kontaktade Tommy några riskkapitalbolag via stiftelsen Inova.¹⁴⁴

-I och för sig ansåg de att företaget och produkterna var intressanta, men tydligen bedömdes tiden fram till den avkastningsnivå de ville ha vara för lång.

Tommy valde då en annan långsammare utvecklingsväg. Utifrån en reviderad och reducerad kostnadssammanställning beviljade Länsstyrelsen ett "regionalt bidrag till företagsutveckling". Stödet utgjorde 35 procent av kapitalbehovet, resterande 65 procent försökte Tommy låna av banken.

- Där fick jag ett nej formulerat som ett tips att vända mig till Kreditgarantiföreningen, berättar Tommy. Den lokale bankchefen känner till företaget och mig sedan tidigare och jag fick intrycket att han i och för sig var positiv. Men eftersom besluten ska tas på central nivå där man mer blir ett anonymt ärende bedömde han nog att det inte skulle gå.

Tommy kontaktade Kreditgarantiföreningen och berättade om sitt företag och sina planer. Kreditgarantiföreningen beslutade att ställa upp med kreditgaranti och

¹⁴⁴ Inova i Wermland är en stiftelse med syfte att skapa nya affärer i gränslandet mellan universitet, näringsliv och offentlig sektor. Verksamheten är en del av Innovationsbrons nationella inkubatorprogram.

samtidigt tilldela Tommy en s.k. coach/mentor och banken kunde därmed godkänna lånet.

- Utan Kreditgarantiföreningens insats har vi kanske tvingats till permitteringar. Avveckling i stället för utveckling.

Tommy ser nu ett vägval för Woodstar. En väg med långsam och en med snabbare expansion.

- Vi kan fortsätta som idag och långsamt tjäna ihop egna pengar till investeringar. Kanske kan vi då ta in någon mer anställd hos oss och nere i Fjärås med Per. Alternativet är att vi får in en riskkapitalist och kan skynda på utveckling och marknadsföring och därmed öka försäljningen av fordonen. Vi har faktiskt något reellt att komma med, vi har bra produkter och en stor efterfrågan. Den nya bilen som vi tror mycket på har en stor potential. Men vi behöver utvecklingsmedel. Ju mindre kapital du har, desto längre tid tar allt.

Kommentarer

Exemplet visar ett företag som växer fram i en utdragen process initierad av företagarnas egna behov och tekniska kompetens. Bristen på kapital är en genomgående reflexion. Företaget producerar i liten skala, närmast hantverksmässigt, möter en stor efterfrågan för sina produkter men saknar eget kapital för att kunna öka volymen och producera mer rationellt. Riskkapital-bolagen har en tidsbedömning i sina satsningar där företaget inte faller in. Banken är osäker och kräver, i praktiken, en kreditgaranti och delfinansiering av statligt företagsstöd för att medverka. Kreditgarantiföreningen har spelat stor roll i detta fall, företagaren själv utesluter inte neddragningar deras insats förutan. Exemplet belyser betydelsen av en mångfald i aktörer inom kapitalförsörjningen och fortsatt analys av det faktiska kapitalutbudet i glesa regioner.

Platsen för företaget ses som en tillgång utifrån naturen och de besökande kundernas reaktioner. Samtidigt pekar företagaren på brister i Internet uppkoppling och problem med godshantering som försvårar verksamheten på orten.

8.6 En kunskapsbaserad gruvgasell – exemplet Önnerlov Consulting

Inledning

”Gasell” är ett uttryck som ofta används synonymt med snabbväxande företag. I Sverige anses gasellföretagen inte vara så många och de bidrar därför i begränsad utsträckning till tillväxten i Sverige. Ökningen av sysselsättningen i näringslivet kommer istället i första hand från ganska små förändringar i många företag.¹⁴⁵ I regleringsbrevet 2005 fick Glesbygdsverket i uppdrag att genomföra en studie om småföretag i gles- och landsbygder och deras möjligheter till tillväxt. Studien visade att problemen var större särskilt för företag i extrem glesbygd. Det gällde framför allt möjligheter till kapital, arbetskraft med rätt utbildning och transportkostnader. Utifrån de problem som glesbygdsföretagen uppvisade kan man generellt säga att tillväxten tar längre tid för dem än för företag i urbana regioner.¹⁴⁶

En rundringning våren 2007 till ett antal av de under 2006 närmare 30 intervjuade företagen i denna tidigare studie, visar att samtliga tillfrågade har växt under det gångna året. Flera visar en kraftig ökning av såväl omsättningen som av

¹⁴⁵ Davidsson, Delmar, Wiklund, (2001) ”Tillväxt: svensk forskning om företags expansion”.

¹⁴⁶ Glesbygdsverket, (2006), ”Småföretagandets villkor i gles- och landsbygder”.

antalet anställda. Önerlövs Consulting, Malå, är det företag, som visat den kraftigaste tillväxten under det år som gått sedan dess ledning intervjuades första gången. Våren 2006 bestod företaget av ett moderföretag och ett dotterbolag med totalt sju anställda. Våren 2007 hade verksamheten utvidgats till ytterligare ett dotterbolag och totalt 32 anställda.

En annan betydelsefull faktor är att företaget är med i den ideella föreningen och gruvindustriella klustret Georange. Föreningen ser idag som en av sina viktigaste uppgifter att bistå de kunskapsintensiva företagen inom den georelaterade näringen så att de kan utvecklas och agera på en internationell arena. Att företaget finns inom gruvbranschen, en bransch som uppvisar stark tillväxt, påverkar givetvis, men det drivs också av unga välutbildade entreprenörer som vill utveckla nya idéer och tjäna tillräckligt med pengar för att inte vara beroende av banker och annat externt kapital. Nedanstående berättelse får exemplifiera hur företag inom en utvecklingsbransch kan ta till vara möjligheterna att växa, delvis genom avknoppningar, och ta sig ut på världsmarknaden.

Informationsinhämtning

Beskrivningen baseras på intervjuer med Patrik Stenlund, VD vid Önerlövs Consulting i Malå, på plats i företaget våren 2006 samt en kompletterande telefonintervju i juni 2007. Malå Skogstjänst intervjuades också på plats våren 2006 och en kompletterande telefonintervju med Wasti Nyström i juni 2007 bekräftar företagets roll i samarbetet med Önerlövs Consultings nya dotterbolag Taiga och hur det inneburit en utveckling av företaget. Numera heter det företaget Malå Skogs- och Gruvtjänst. Slutligen har också ordföranden för Georange, Lennart Gustavsson, intervjuats, dels i samband med en konferens med Georange i Skellefteå i december 2006, dels per telefon den 29 juni 2007.

Önerlövs Consulting – företagaren Patrik

Under andra halvan av 2006 och det första halvåret 2007 har Önerlövs Consulting i Malå växt genom avknoppning från sju anställda i ett moder- och ett dotterbolag till att bli 32 anställda i ett moderbolag och två dotterbolag. Dessutom köps konsulttjänster motsvarande tre heltider.

Mycket har alltså hänt sedan Glesbygdens verkets första kontakt med företaget under vårvintern 2006. Omsättningen har ökat totalt från 6,5 miljoner till närmare 25 miljoner kronor. Ett samarbete har inletts mellan det senast bildade dotterbolaget Taiga Exploration Drilling AB och Malå Skogstjänst som också intervjuades 2006. Samarbetet har lett till att även det företaget växt och ökat antalet anställda.

Önerlövs har sitt namn efter en av delägarna, Jonny Önerlövs med 26 års erfarenhet av gruvverksamhet. De två övriga kompanjonerna är Patrik Stenlund, ekonom och Olof Huldtin, industriekonom.

- Vi såg affärsmöjligheter i att göra flödessimuleringar för mindre gruvor. Vi räknar ut maximal produktivitet och lönsamhet för dem, berättar Patrik Stenlund, företagets VD och ägare till 45 procent av aktierna.

- Vi startade 2000 här i Malå med att sälja konsulttjänster till gruvindustrin och ser stor efterfrågan på våra tjänster men också stor konkurrens från andra företag.

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Önerlövs Consulting AB, moderbolag, Taiga Exploration Drilling AB och Q-utbildning, dotterbolag
Företagsledare:	Patrik Stenlund
Startår:	2000
Verksamhet:	Gruvrelaterad verksamhet
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	32 inkl dotterbolag
Varav antal kvinnor:	
Beräknad omsättning 2007:	25 miljoner kr

- Ganska snart upptäckte vi det stora behovet av utbildade bergsarbetare, så vi startade dotterbolaget Q-utbildning, Malå. Ett 30-tal personer går KY-utbildning och 40-60 personer går AMS-finansierade utbildningar varje år. Det är mycket stor efterfrågan på borrhare. Ett gruvbolag kontaktade oss i fjol och föreslog att vi skulle erbjuda inte bara utbildning utan även borrhning. Vi fick ett treårigt kontrakt med det bolaget och utifrån det kunde vi ta banklån, köpa borrhingar och anställa folk.

Personalen är en blandning av nyutbildade från Q-utbildning, erfarna yrkesmänniskor och sådana som lärs upp direkt inom det nya dotterbolaget Taiga Exploration. Företaget har fyra borrhutrustningar och är på väg att skaffa en femte. Till det kommer transportvagnar med styrhytt, som tar ut riggarna på plats. De byggs hos Malå Skogstjänst och Gruvtjänst (tidigare Malå Skogstjänst) som med sin erfarenhet av skogsmaskiner har gjort en specialdesignad konstruktion.

Några av de som tidigare arbetade vid moderbolaget har gått över till Taiga, men till hösten är det moderbolagets tur att rekrytera personal:

- Vi har länge känt behov av att utveckla programvaran och nu har vi tagit fram egen licensierad programvara, specialdesignad för gruvverksamhet, berättar Patrik Stenlund.

För att göra detta behövde företaget utvecklingskapital som man sökte från Vinnova. Men ansökan avslogs och Önnerlövs fick satsa allt kapital själva. Hela processen gav tydliga bevis på hur svårt det är att få tag på riskvilligt kapital i norra Sveriges glesbefolkade områden:

- Privata riskkapitalister lyser helt med sin frånvaro. Vi har bara de offentliga finansierarna att tillgå och de prioriterar inte heller små företag i norra Sverige. Samtidigt känns det skönt att vi kommit så långt att vi klarat detta själva. Nu går vi ut internationellt för att rekrytera personal.

Utbildade bergsingenjörer är en bristvara över hela världen, men Önnerlövs känner att de har något att konkurrera med; de har en överlägsen och för gruvbranschen specialiserad programvara. Det lockar inte bara kunder utan också bra ingenjörer och programmerare, som vill jobba med spetskompetens. Patrik Stenlund tror att moderbolaget snabbt ska vara uppe i fler anställda än innan avknoppningen till Taiga förra våren och utbildningsbolaget har redan fler anställda än för ett år sedan; tre mot två i fjol.

Önnerlövs samarbetar också med andra företag och konsulter. Företaget ser många fördelar med att ta in expertis på konsultbas; ofta kanske man behöver bara en del av en persons kunskaper och kapacitet. Då är det bättre att han/hon kan arbeta i sin egen firma och göra vad de vill resten av tiden. De konsulttjänster man köper motsvarar tre heltider och dem ingår även administration.

- Att samarbeta med konsulter är ett bra sätt att skapa tillväxt i kunskapsintensiva branscher, menar Patrik Stenlund. Vi vill utveckla det sätt vi redan arbetar på, köpa tjänster av andra och bilda nätverk av konsulter som samarbetar. Med Taiga, borrhföretaget, är det en annan sak. Där är det anställningar som gäller.

Stora kunder är Boliden och LKAB. Men utländska bolag är en växande marknad. Med sin nya programvara blir Önnerlövs en intressant partner för allt fler. Exempelvis erbjöds företaget att följa med Atlas Copco till Brasilien när maskinutrustning skulle bytas i tre stora gruvor där.

Patrik Stenlund bedömer idag koncernens framtida utvecklingsmöjligheter som mycket goda:

- Utbildningsbolaget har en stor, säker potential. Det är väldigt stor efterfrågan på utbildad arbetskraft. Det är lika stor efterfrågan på borrhjänster och det innebär en

stabil bas för Taiga. Beträffande konsultverksamheten ser jag också stora utvecklingsmöjligheter, nu när vi utvecklat programvaran.

När det gäller hindren för tillväxt var det tillgången till riskkapital för att utveckla företaget och därefter tillgången till utbildad arbetskraft som var de största hindren för Önnerlövs vid förra intervjutillfället. Idag har företaget så pass mycket eget kapital att tillgången på arbetskraft är det största hindret.

Känns det odelat positivt att företaget växt så mycket på så kort tid?

- Det har inte varit en medveten filosofi att växa så här, men det går inte att förneka att det är många fördelar med att bli stor, särskilt beträffande ekonomin. Overheadkostnaderna blir inte så kännbara när man nått en viss volym.

- Dessutom är vi verkliga entreprenörer: Vi vill utveckla nya saker hela tiden. Ett viktigt mål har varit att tjäna tillräckligt med pengar för att inte vara så beroende av banker och andra leverantörer av kapital. Vi är på väg dit, men vi finns också inom en tuff bransch där det krävs mycket kapital.

- Behovet av utvecklingskapital finns alltid, även när man passerat de kritiska första åren och blivit större. En generell erfarenhet är också att det tar längre tid och kräver mer egeninsats - både i form av hårt arbete och pengar - att utveckla och driva företag i glesbygd.

Önnerlov Consulting med dotterbolag är med i det gruvindustriella klustret Georange i vilket företagen, kommunerna i norra Västerbotten och södra Norrbotten samt universiteten i Luleå och Umeå ingår:

- Georange har en för oss betydelsefull verksamhet; genom nätverket får vi kontakter med både samarbetspartners och kunder. Behovet av tjänster inom våra bolag varierar från gång till gång och att känna till alla leverantörer som finns på marknaden är nästintill omöjligt. Men tack vare Georanges aktiviteter i Sverige så finns en resursbank som är ovärderlig för företag i vår storlek. Genom att samla alla leverantörer och kunder i sin Geoportal, så knyts företagen samman och det skapar en gemenskap som vi alla gynnas av. Georange är viktig för branschen, inte bara lokalt utan också på nationell och internationell nivå.

I likhet med förra intervjutillfället önskar Patrik Stenlund att det för glesbygdsföretagens del skulle finnas ett kontor i norrlandstäderna med information om de stöd som finns för produktutveckling och som sedan kunde vara ett stöd i ansökningsprocessen. Går man in i affärer med stora internationella företag behövs det också att man kan allt om de försäkringar och kollektivavtal som behöver tecknas. Ett litet företag kan inte ha all den kompetensen, men det förstår inte Bolagsverket och PRV, anser Patrik. Ett annat stort problem för tjänsteföretag i norr är resekostnaderna. Patrik Stenlund efterlyser stöd beträffande personaltransporter för norra Sveriges inland. Bristen på personal med utbildning tar han också upp:

- Ingenjörer och programmerare som kan gruvverksamhet är en bristvara och de stora företagen, t.ex. Boliden har redan tagit flera av våra duktiga medarbetare, säger Patrik Stenlund. Det är också ett problem att få kvinnor som medarbetare.

Patrik Stenlund bor i Släppträsk, en by 1,5 mil från Malå, tillsammans med sin fru och en son på 10 månader. Där bor också hans föräldrar. Han trivs i sin hembygd och tycker att den vackra naturen runt Malå och det faktum att det finns många georelaterade företag där, gör att det är en kreativ miljö att vara i.

- Men självklart skulle jag önska att det fanns ett större utbud av aktiviteter här - inte så mycket för egen del, men för att det skulle vara lättare att få folk att flytta hit.

Sammanfattningsvis efterlyser Patrik Stenlund riskvilligt utvecklingskapital för små företag i glesbygd, bättre möjligheter att rekrytera folk med rätt utbildning och helst att de som kommer är par som kan slå sig till ro i Malå. Han vill också ha en

funktion i närmiljön dit man kan gå för att få hjälp i processen med att söka pengar och han vill ha persontransportstöd samt sänkt arbetsgivaravgift för småföretag i inlandet.

- Det måste finnas en morot i att vara företagare. Vi tar stora risker, vi tar lån och betalar ganska höga skatter och kostnader för sociala avgifter. Vi vill känna att detta uppskattas och få någon form av kompensation för det!

Nätverket Georange – ordföranden Lennart

- Vi är duktiga på koppleriverksamhet!

Det säger Lennart Gustavsson, ordförande i den idéella föreningen och det gruvindustriella klustret Georange. Medlemmarna är företag, kommuner och universitet i Norr- och Västerbotten.

I mitten av 1990-talet var gruvverksamheten dödförklarad i Sverige. Men platschefen vid Sveriges Geologiska Undersökningar (SGU) i Malå, Olof Forslund, var säker på sin sak: Branschen kommer att få sin renässans. Utifrån den s.k. triple helix-idén samlade han ett antal eldsjälare som representerade samhälle, näringsliv och akademi. När utvecklingsmöjligheterna blev uppenbara sökte föreningen Mål 1-pengar för att utveckla framför allt forskningen inom branschen. Projektet Georange startade med Malå kommun som projektägare. Medfinansiärer till EU var näringsdepartementet (genom SGU), länsstyrelserna i Västerbottens och Norrbottens län, landstinget i Västerbotten, 16 kommuner och dessutom ett betydande bidrag genom det industriella samarbetet. Budgeten var för åren 2001-2005 91 miljoner kronor varav 52 miljoner gick till forskningen. Syftet med projektet kunde sammanfattas med att bygga upp svensk malmgeologisk kunskap, utveckla metoder och tekniker för att lokalisera nya fyndigheter, stärka forskningen om den yttre gruvmiljön samt förbättra industrins försörjning av kompetent arbetskraft.

Idag är projektet avslutat och verksamheten enbart en förening igen, en förening som har till uppgift att ta till vara medlemmarnas intressen. Externt ska den också bidra till att bredda rekryteringsbasen till företagen inom gruv- och mineralsektorn, stärka forskning och utveckling inom georelaterade områden, delta i utvecklingsprojekt samt stärka varumärket Georange.

Lennart Gustavsson beskriver nätverket - koppleriet - som den viktigaste verksamheten. Målet med den delen är regional tillväxt. Därefter kommer frågor som rör markanvändningen som nummer två och folkbildningen som nummer tre:

- Det gäller att ta till vara marken så att den används så bra som möjligt ur olika intressenters synpunkter. Vi har gruvverksamhet, skogsbruk, rennäring, biltest osv. Alla måste kunna prata med varandra och förstå varandras aspekter. I samarbete med SGU går Georange ut till skolor och folkbildningsorganisationer med ett studiematerial om mineraler och mineraljakt.

- Gruvbranschen har genomgått en kraftfullt förändrad struktur och nu kommer stora företag från Australien och Kanada med en påse pengar i handen och vill köpa tjänster av oss. Då gäller det att våra företag här har hittat sina nischer och har internationell kompetens. Konsultföretag som Önnerlövs t.ex. kan bli partners till dessa stora företag.

- Det flyger många feta sparvar i luften här, men det är inte bara att gapa och tro att de flyger direkt i munnen. Det gäller att ta till vara alla möjligheter vi har nu och det är en process som inte går över en natt. Vi har tidigare haft bara ett bolag, Boliden, i det här området och en kultur som inneburit att ”vill bolaget något får man höra av sig”.

Nu står våra företag på en internationell arena och att bistå dem med att växa in i den rollen är en viktig uppgift för Georange, anser Lennart Gustavsson. Han menar att Malå Skogstjänst är ett bra exempel på ett företag som insett de nya möjligheterna: Den kompetens som företaget har när det gäller skogsbruket har anpassats så att den är lika användbar vid prospektering. Gör de bra borrhvagnhus till Taiga, så kan de i nästa steg få sälja dem över hela världen!

Lennart Gustavsson menar att det också är viktigt att man i regionen inte bara är lyckliga över hålen i marken; det gäller också att utveckla miljötekniska kunskaper liksom ett kunskaps- och tjänsteföretagande som står sig och kan utvecklas utifrån nya förhållanden när gruvboomen dämpas.

Kommentarer

Med sin nya programvara, specialdesignad för gruvverksamhet, är Önnerlöv Consulting i Malå en intressant partner för de internationella företag som verkar inom branschen, inte bara i Sverige utan i hela världen. Dotterbolaget Taiga Exploration borrar åt de företag som letar malm i Sverige och anlitar Malå Skogs- och gruvtjänst, som med sin erfarenhet av skogsmaskiner, tillverkar specialdesignade transportvagnar med vilka de tar borrhuggarna på plats. Både Önnerlövs och Malå Skogstjänst är exempel på företag som insett de nya möjligheterna som nu finns i gruvbranschen. Båda företagen har växt under 2006-2007. Önnerlöv Consulting från att vara ett moder- och ett dotterbolag med totalt sju anställda till att bli ett moderbolag med två dotterföretag och sammantaget 32 anställda. Omsättningen har fyrdubblats under det gångna året. Malå Skogstjänst har allt mer kommit in i gruvbranschen och därför ändrat namn till Malå Skogs- och Gruvtjänst. Antalet anställda har ökat från sex till åtta.

Företagaren Patrik Stenlund menar att viktiga faktorer för företagsutveckling i gles- och landsbygder bl.a. är riskvilligt utvecklingskapital, tillgång till rätt utbildad arbetskraft, persontransportstöd samt sänkta arbetsgivaravgifter.

Gruvbranschen är inne i en fas där tjänster och teknisk kompetens blir alltmer betydelsefulla faktorer, inte minst gäller det miljötekniska kunskaper. Georange ser det idag som en av sina viktigaste uppgifter att preparera företagen inom det gruvindustriella klustret till att utveckla sin kompetens för en internationell marknad. De ska helt enkelt bli så bra på det de gör så att de kan överleva och fortsätta att utveckla sin verksamhet även när den svenska gruvboomen är över.

8.7 Vidareförädling och nya produkter genom samverkan – exempel från nätverket YWOOD

Inledning

En studie som Nutek gjorde 2004 av drygt 5 000 småföretag, visade att 63 procent av företagen samverkade med minst ett annat företag.¹⁴⁷ De samverkande företagen i studien redovisade nästan 20 procentenheter högre omsättningsökning än de företag som inte samverkade.

I Glesbygdsverkets enkät (se kapitel 7 i denna rapport) uppger drygt hälften, 55 procent, att de samarbetar regelbundet med andra företag. De allra flesta, eller 82 procent, baserar samarbetet på bransch, medan bara en mindre andel, 14 procent,

¹⁴⁷ Nutek, (2004), "Tio frågor och svar om samverkan i småföretag".

främst ser de geografiska kopplingarna i samarbetet. I Nutek-studien tar småföretagarna upp flera anledningar till att samverka, som möjligheterna till att få ny kunskap, större flexibilitet, nya affärsmöjligheter, nya marknader och kostnadsbesparingar. Sammantaget är den mest uppenbara aspekten att samarbete ger skalfördelar: Genom samverkan kan små företag tillsammans agera som ett större företag. Det finns också en social aspekt i samarbete mellan företag. Kombinationen av ekonomisk och social rationalitet är viktig för framgång.¹⁴⁸ Flera svenska forskare har pekat på betydelsen av den sociala dimensionen i samarbetet mellan företag. I en undersökning som Forum för småföretagsforskning (FSF) har gjort framkommer det att var tredje soloföretagare tar upp ensamheten som en nackdel med sitt företagande.¹⁴⁹ Det tyder på att det finns företagsinterna sociala vinster i att samverka med andra företag, åtminstone för de allra minsta aktörerna. Den iakttagelsen bekräftas i Sätre Åhlanders studie av egenföretagare i Jämtland. Den kategorin kände sig mer eller mindre bortglömd av såväl myndigheter som de egna branschorganisationerna.¹⁵⁰ Särskilt solo- och mikroföretagare i gles- och landsbygder kan se många fördelar med att samarbeta eller i organiserad form träffa andra företagare i liknande situation. Det tas upp i Marie Simonssons inlägg i denna rapport (kapitel 9). Hon menar att det långsiktigt är en hälsofråga att ta sig tid för att träffa kollegor.

Motiven för att samarbeta är många och de återkommer i ett flertal av våra intervjuer. Det kan röra sig om att växa horisontellt i samarbete med andra i stället för att växa genom att låta det egna företaget bli större. Det kan handla om att i samverkan få större resurser till vidareförädling, produktutveckling och marknadsföring. Nedanstående berättelser får exemplifiera samverkan utifrån nätverket Ywood i Västernorrlands län inom vilket närmare 100 företag har samarbetat.

Informationsinhämtning

Berättelsen baseras på fem intervjuer, den första intervjun beskriver nätverket och bygger på flera telefonsamtal samt en intervju på plats med projektledaren Hans Sehlin. Intervjun pågick i drygt två timmar och gjordes den 21 maj på hans kontor i Örnsköldsvik. De övriga intervjuerna speglar olika typer av samverkan i mindre konstellationer, som initierats tack vare Ywood. Den 20 maj besöktes Birgitta Ricklund, en av företagarna i gruppen "Vårt svenska rum" vars affärsidé är att nyttillverka och renovera möbler med traditioner från 1700- och 1800-tal. Samtalet skedde i hennes verkstad i Västerhus utanför Örnsköldsvik, där hon också visade sina aktuella arbeten. Den 21 maj intervjuades Emma Snickare, Emma Söderlund Fritz, en annan av de fyra företagarna i "Vårt svenska rum". Intervjun tog närmare tre timmar, den gjordes i hennes hem i byn Öd utanför Lugnvik, Kramfors kommun, och inkluderade också besök i hennes verkstad. Samma dag, den 21 maj, intervjuades Mattias Norlén, VD vid Nylands Trä och Tryckimpregnering i Nyland, Kramfors kommun. Intervjun pågick i en och en halv timme och gjordes på företagets kontor. Slutligen har Bo Henriksson, Haverö timmerhus AB intervjuats i sitt hem i Överturingen, Ånge kommun. Intervjun gjordes den 15 maj och pågick drygt två

¹⁴⁸ Huggins R, (2000), "The success and failure of policy- implanted inter-firm network initiatives: motivations, processes and structure".

¹⁴⁹ Hult E-B, (2000), "Soloföretag".

¹⁵⁰ Sätre-Åhlander A-M, (2005), "Företagande som bieffekt. Om utvecklingen från anställd till företagare och avsaknaderna av strategisk tillväxtpolitik".

timmar. I anslutning till den visades också timringslokalerna och de pågående arbetena där.

Nätverket YWOOD, träföretag i samarbete – projektledaren Hans

Behovet att samverka för att utveckla träförädlingsbranschen blev allt tydligare under slutet av 1900-talet. På flera håll togs samhälleliga initiativ för att i gemensamma projekt med företagen stödja vidareförädling, marknadsföring och produktutveckling. 1996 startade Träinnova ett regionalt samverkansprojekt för träbearbetande företag inom Jämtlands och delvis Västernorrlands län. Det finansierades av EU, länsstyrelserna, Sparbanksstiftelsen och företagarna själva. Insatser beträffande marknadsföring dominerade. I huvudsak var det de större företagen i branschen som deltog.

I Västernorrland såg man utvecklingsmöjligheter i att knyta ihop solo- och mikroföretagen i gemensamma utvecklingsprojekt men också i att koppla småföretagen med det stora företaget i länet: SCA. Allt började med att alla företag tillfrågades om sin syn på framtiden. Det var under åren 1997-98. 1999 skrevs tillväxtavtal och utvecklingsprogram för träbranschen. Länsstyrelsen tog initiativ till en branschträff och 1999- 2000 började Nätverk Trä byggas upp. 2001 startade Ywood som ett EU- finansierat nätverk. Närmare 100 träförädlade företag i Västernorrlands län kom med under projektperioderna fram t.o.m. 2006. Enligt den s.k. triple helix-modellen fanns såväl samhälle, akademi och näringsliv med i projektet.

En av de tre projektledarna, Hans Sehlin, konsult inom träbranschen och med en bakgrund i stora norrlandsföretag som Polarvagnen, berättar att han hämtat mycket inspiration från hur man jobbat med träbranschen i Finland. Där finns det organ som kostnadsfritt hjälper i första hand mikroföretagen med att göra översyn av sina produktionsflöden och hur de kan utveckla sin teknik. I nästa steg hjälper man även dem att söka ekonomiskt stöd. Han menar att solo- och mikroföretagare inte har resurser själva att göra allt detta. Med fokus på processen i företagen har Ywood haft en liknande strategi. En katalog och en gemensam hemsida som presenterar Ywood-företagen har tagits fram och vid några större mässor har Ywood betalat deltagaravgifterna och hälften av kostnaderna för företagen att befinna sig på mäsorten, t. ex. Göteborg.

- Arbets sättet har varit processororienterat och framför allt har företagen lärt känna varandra och vet vad de kan få ut av att samarbeta med varandra, säger Hans Sehlin. Samarbetet kan ske på olika sätt, man kan låna personal, dela på order och träffas för att utbyta erfarenheter.

Företagens aktiviteter kan utvecklas allt ifrån att de deltar i möten och seminarier till att de går in i samverkansgrupper och partnerskap. Vidareförädlingen har ökat och nya produkter har utvecklats. Ywood har anordnat studieresor där företagen fått besöka varandra liksom gemensamma stora branschdagar på olika teman. Nu inleder man också samarbete med liknande organ i Finland och Norge, allt för att lära sig mer och utveckla sina kunskaper.

Idag ska Ywood stå på egna ben. En ekonomisk förening för branschens utveckling har bildats och företagen betalar en avgift för att vara med och det gör man utifrån lönsamhet: Stora företag betalar mer och grupper av småföretag kan få gå med som en medlem och får på det sättet lägre avgifter. Företag i såväl Västernorrland som Jämtland kan vara med och ett filialkontor kommer troligen att öppnas i Östersund. Föreningen arbetar nu aktivt för att ett träteknologocentrum på internationell nivå ska utvecklas i Kramfors.

Vi ska här möta några representanter för olika grupper av företag, som är med i Ywood och som samverkar mer eller mindre nära i konstellationer inom det större nätverket.

-”Vårt svenska rum” består av fyra kvinnor som tillverkar möbler utifrån original med ursprung i 1700- och 1800-tal. Affärsidén är att återta förlorad hantverkskunskap genom att på nytt tillverka möbler och inredning efter historiska förlagor eller att reparera sådana möbler.

-*Haverö Timmerhus* är ett av de timmerhusföretag som varit med i nätverket och som deltagit i samarbete inom Abisecta, en grupp företag inom träbranschen, vars mål är att erbjuda paket där allt från husets stomme till inredning ingår.

-*Nylands Trä & Tryckimpregnering* ingår i ett samarbete med SCA och ett par mindre företag beträffande att producera moduler till altaner som säljs till England.

Emma Snickare, ett av fyra företag i nätverket Vårt svenska rum – företagaren Emma

Interiören i det gamla 1800-talshuset i Öd, som Emma Söderholm Fritz och Jonny Fritz köpt och bor i, vittnar om hennes yrkesverksamhet. Varsamt restaurerade golv och väggar, möbler som anstår en herrgård, enkla men eleganta.

Huset ligger på en avstyckad del av ett jordbruk i byn Öd utanför Lugnvik i Kramfors kommun. På tomten ligger också verkstaden där Emma snickrar och renoverar möbler. Jonny har en egen verkstadsdel där han på fritiden smider gångjärn och nitar m.m. till Emmas möbler. Till professionen är han kyrkogårdsvaktmästare i Ådalsbygdens pastorat.

Emma har också ett förflutet i kyrkan, men började sedan med en hantverksutbildning i Sollefteå. Hon fick blodad tand och fortsatte med en tvåårig utbildning i möbel- och maskinsnickeri i Kramfors för att sedan gå den ettåriga utbildningen i gustavianskt möbelhantverk 2001. I årskullen före henne gick Birgitta Ricklund som har Ricklunds möbelhantverk och renovering i Västerhus utanför Örnsköldsvik och i årskursen efter gick Martina Ljunglund, Ramvik, Kramfors och Karin Jacobsson Ålandsbro, utanför Härnösand. Samtliga har enskilda firmor men samarbetar nu under varumärket ”Vårt svenska rum”. Affärsidén är att återta gamla hantverkstraditioner genom att nytillverka möbler och inredning enligt historiska förlagor. Men de får också ägna sig åt en hel del renoveringsarbete. För Emmas del är det idag ungefär 50/50 nytillverkning och renovering.

Emma är den enda av de fyra som arbetar i sitt företag på heltid. De övriga har för sin försörjning kvar andra arbeten på deltid. Birgitta arbetar som handledare vid Startpunkten, rehabilitering för långtidsarbetslösa/sjukskrivna i Örnsköldsviks kommun, Martina arbetar som personlig assistent i Kramfors kommun och Karin är personlig assistent två dagar i veckan i Ålandsbro.

- Att starta företag var enda möjligheten för oss att få ägna oss åt möbelsnickeri, berättar Emma. Några jobb inom vår nisch finns inte.

Hon tycker att nätverket fungerar bra och att lägga ut arbetsuppgifter på varandra är ett bättre och enklare alternativ än att anställa när det kommer en stor beställning som det är svårt att effektuera själv.

Nätverket och stödet från Ywood har varit viktigt för de fyra möbelsnickarna. Birgitta Ricklund är den som arbetat mest aktivt inom Ywood. Hon har suttit i styrgruppen och lyckats få med ”Vårt svenska rum” som grupp i den nya ekonomiska

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Emma Snickare
Företagsledare:	Emma Söderholm Fritz
Startår:	2002
Verksamhet:	Snickerihantverk
Företagsform:	Enskild firma
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	1 + en ideell
Varav antal kvinnor:	1
Omsättning 2006:	”Knappt till lön”

föreningen. I annat fall hade det blivit för dyrt för dem att gå med som enskilda medlemmar.

Tack vare Ywood fick de en fantastisk chans att marknadsföra sina möbler: När ostindiefararen Göteborg var klar att lämna varvet förvandlades detta till utställningslokalen Terra Nova. Där deltog Kramfors kommun med ett hus, som Birgitta, Emma, Martina och Karin fick möblera. Under ett år fanns de där och Ywood betalade avgifter och en del av de övriga kostnaderna.

- Det blev början till en marknadsföring som inneburit att vi fått medverka i TV-program och att många tidskrifter haft reportage om oss, säger Emma.

Deras möbler finns också på olika strategiska ställen i Sverige, som Växbo Lin, ett trädgårdscafé i Uppsala osv. Deras marknad finns i huvudsak i Göteborg och Stockholm, men det finns också intresse utomlands för deras möbler.

- I andra länder finns en annan tradition av att betala för hantverk. Här har så många snickrat själva.

Företag i USA, Schweiz och Belgien har kontaktat "Vårt svenska rum" och erbjudit sig att sälja deras produkter, men än så länge har de fyra inte haft möjlighet att ägna sig åt de utländska kontakterna.

Emma trivs bra med sitt liv nu när hon också fått verkstaden klar på gården. Tidigare hyrde hon en lokal i Kramfors. Hon tycker mycket om djur och trädgård och kan nu varva med olika sysslor och jobba vilka tider hon vill. Hantverket och att bo på landet är en livsstil för henne.

- Det är en stor frihet i att ha eget företag, säger hon. Familjen och nätverket är ett bra stöd. Det har blivit lättare att hitta kunder som förstår betydelsen av yrkeskunnande och är beredda att betala för det.

Ett problem är att frakterna till kunderna ofta blir mycket dyra och att det tar tid att göra tillfredsställande emballage, så att inget förstörs i transporten och Emma har funnit att det är billigare att skicka produkterna med en flyttfirma eller köra dem själv istället för med något av transportföretagen. Någon typ av frakstöd skulle betyda mycket för den typ av företag som "Vårt svenska rum" representerar.

Emma liksom hennes kollegor samarbetar också med andra företag inom Ywood, när det gäller råvaror, köp av maskiner m.m. En tapetserare i Kramfors är en viktig samarbetspartner för henne. Av kollegorna i nätverket har hon lärt sig lite om prissättning, som annars är en svår del. Nu tror hon och kollegorna på framtiden för sina verksamheter och att det finns möjligheter att växa.

Nylands Trä och Tryckimpregnering AB – företagaren Mattias

-Vi sliter hårt för den lönsamhet vi har idag, säger Mattias Norlén. Och vi ska växa lite till – än har vi inte nått den omsättning vi önskar!

Bröderna Norlén är uppväxta i Nyland, Kramfors kommun. På orten bor idag drygt 900 personer, men enligt Mattias är utvecklingen på väg upp där medan industriorterna i närheten, Väja och Bollstabruk, går tillbaka. Mattias har

teknisk och Magnus ekonomisk utbildning. Det är Mattias som styr över produktion och försäljning av trävaror, Magnus ansvarar för byggvaruhandeln.

- Allt för den som bygger eller renoverar hus finns att köpa hos oss, säger Mattias. Han berättar att företaget köper sågade trävaror som man sedan hyvlar och klyver. Vidareförädling i form av impregnering av trävaror är basen i företaget. I samarbete

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Nylands Trä och Tryckimpregnering
Företagsledare:	Mattias och Magnus Norlén
Startår:	1984
Verksamhet:	Träimpregnering, byggvaruhandel
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	10
Varav antal kvinnor:	1
Omsättning 2006:	22 miljoner kr

med SCA och ett annat företag har Nylands Trä utvecklat konceptet ”Deck in a box”, färdiga moduler till altaner som säljs till England. Först sålde man till varuhus, nu allt mer direkt till kund via postorder. SCA är drivande bakom idén och nu finns också ett annat koncept: UK Garden. 30 procent av Nylands impregnerade produkter exporteras, resten säljs över hela Sverige.

Byggvarorna har sin huvudsakliga marknad i Ådalen. Mattias berättar att det finns många stockholmare som flyttat till trakten. Det är travbanan som dragit till sig folk som vill ha hästgårdar. De köper billiga fastigheter och har råd att investera i att rusta upp dem.

En viktig drivkraft för bröderna är att göra något i sin hembygd:

- Jag är en väldig lokalpatriot säger Mattias. Just nu investerar vi för att öka produktionen av hyvlade trävaror.

Det största orosmolnet är, som han ser det, tillgången till bra och rätt arbetskraft. Företaget har en stabil grupp anställda nu, men det är en del pensionsavgångar på väg och det är svårt att hitta yngre folk av rätt kaliber:

- De flesta unga vill jobba inom mediabranschen!

Kapital för investeringar är heller inget man snyter ur näsan. Industrifastigheterna i Nyland har nästan inget värde och banken var tidigare ovillig att ge lån. Tack vare egna pengar, landsbygdsstödet och en medleverantör, som ställde upp, kunde företaget få ett lån på 30 procent av investeringarna till impregneringsanläggningen.

Samarbetet inom Ywood har varit betydelsefullt för företaget. Där träffar Mattias och Magnus andra företagare och utvecklar kontakter. En del av de kontakterna leder till nya affärer. Ett exempel är kontakten med SCA och försäljningen av impregnerat virke till England. De ser en stor marknad där och tror att impregnerat är en produkt som växer allt mer. Ywood hjälper också till med en del av byråkratin som är besvärlig för de små företagen, t.ex. att söka investeringsstöd.

Mattias Norlén betonar att det är viktigt att också kommunen och det offentliga ställer upp för de mindre företagen på landsbygden. Han beskriver problemen när kommunen stänger dagis i 1-2 dagar varje år för fortbildning av personalen:

- Under de dagarna blir vår personal, som har dagisbarn, tvungna att vara hemma från jobbet och det är ingen höjdare när man har fullt upp med jobb. Det måste åtgärdas.

Tack vare Ywood är det på väg att bildas en företagspool som förmedlar arbetskraft. Den idén hoppas bröderna Norlén mycket på. Då tryggas jobben för de anställda och det blir lättare för företagen både att hyra ut och hyra in arbetskraft.

Haverö Timmerhus AB – företagaren Bo

- Jag hör till de få som fått flyttbidrag till Norrland, berättar Bo Henriksson.

Han och hustrun Kerstin flyttade 1982 med två små döttrar från fasta jobb i Stockholm - han som byggnadsarbetare, hon som sekreterare vid Svenska Standardiseringskommissionen - till den lilla byn Överturingen i Ånge kommun sex mil från centralorten. Flickorna hade problem med hälsan och behövde byta bostadsort. Valet av ort var lätt: Bosses farmor var född i trakten och hans föräldrar bodde tidigare i Sundsvall där Bosse föddes och tillbringade sina första år.

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Haverö Timmerhus AB
Företagsledare:	Bo Henriksson
Startår:	1989
Verksamhet:	Timmerhustillverkning
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	2
Varav antal kvinnor:	
Omsättning 2006:	1,6 miljoner kr

Döttrarna blev så småningom friskare. Bosse fick byggnadsarbete då Alby skola uppfördes i kommunen. Kerstin var mammaledig till att börja med, sedan startade hon tillsammans med en svägerska tillverkning av handikapphjälpmedel. Bosse bestämde sig för att starta en egen byggnadsfirma när Albyskolan var klar. Men han råkade ut för en bilolycka som gjorde att han fick problem med ena benet. Efter sjukskrivningen satte han plant åt SCA under en tid, men så fort benet tillät ville han in i byggsvängen igen. En timringskurs i Dalarna lockade och efter den hade han 1985-86 jobb med att timra vindskydd efter vandringsleder. 1989 startade han det egna företaget Haverö Timmerhus, till att börja med som enskild firma. Sedan tre år tillbaka är företaget aktiebolag. I början arbetade han ensam, men tillsammans med andra egna företagare. Så började han anställa och som mest var de fyra sysselsatta på årsbasis i firman. Nu är de två; Bo och en anställd. Det är stor efterfrågan på timrade fritidshus och villor idag och det är fullt upp för såväl Haverö timmerhus som de övriga timmerhustillverkarna företaget samarbetar med. Kunderna finns över hela Sverige, men mest handlar det om att bygga i de nära fjällområdena.

Bo Henriksson tycker att frågan om att växa eller inte är komplex. Många av de företag han samarbetar med vill inte växa. Själv önskar han att han företaget kunde bli större med fler anställa, men menar att då måste man upp till minst fem-sex anställda för att det ska bli lönsamt.

- Det är för sårbart att vara tre-fyra personer. Administrationen blir för omfattande i förhållande till produktionen. Blir någon sjuk kommer man väldigt mycket efter och måste jobba i dubbla skift själv. Dessutom blir det dyrt. Då är det bättre att vara ensam, men då kan man heller inte ta på sig några större projekt.

-Det är också en dyr investering att lära upp folk som kanske försvinner efter ett tag.

När det gäller kapitalförsörjningen så betonar Bo Henriksson, precis som andra företagare i glesbygd, problemet med att deras byggnader inte har något värde. Men han har en privat tomt i Storhogna, ett attraktivt turistområde, och den kan han belåna. Han har goda kontakter på Handelsbanken i Ånge, ett lokalkontor, som fortfarande har rätt att ta beslut om lån. Han har möjligheter att få investeringsstöd från länsstyrelsen och sysselsättningsstöd via Nutek. Men han anser att det bästa stödet är att ta bort alla bidrag och sänka arbetsgivaravgifterna ordentligt istället. Han har sett för många exempel på att företag anställer personer så länge de får bidrag för dem och sedan kastar ut dem. Starta eget-bidraget kan vara bra, men då ska man också ställa krav på dem som får stödet. De ska åtminstone visa upp en ordentlig affärsplan och en budget.

- Allt ska vara självbärande, anser Bo Henriksson. Sänkta arbetsgivaravgifter och lägre fraktkostnader liksom bättre vägar och infrastruktur är de viktigaste insatserna som regeringen kan göra för småföretagen i glesbygd.

Samarbetet inom Ywood har varit värdefullt. På det sättet kom Henriksson i kontakt med andra timmerhustillverkare i länet och de kunde hjälpas åt att ta beställningar. När den nye ägaren av Östanbäck Timmerhus AB i Junsele började maskintillverka timmerhus fanns en viss skepsis bland de som handbilade husen. Men Bo Henriksson är positiv. Han menar att det faktum att maskintillverkningen expanderar samtidigt gör att efterfrågan av handtillverkade hus blir större. Tack vare Ywood och Ånge kommun bildades Abisecta, en grupp av företag i byggbranschen som samarbetar och köper varor och tjänster av varandra. Tanken var från början att man gemensamt skulle ta sig an stora projekt. Ett företag timrar huset, ett annat gör möbler och inredningsdetaljer, ett tredje gör golven, ett fjärde paneler osv. Det hus

kunden beställer blir alltså färdigt att flytta in i och det kan skraddarsys efter kundens önskemål.

-Kunden vill ofta att en entreprenör tar på sig ansvaret för hela huset. Genom att samarbeta i olika konstellationer kan jag ta huvudansvaret för ett projekt och en kollega för ett annat.

Företagen har hjälpts åt med gemensamma utställningar och finns i Ywoods företagskatalog, men har inte gemensam marknadsföring i övrigt. Utbytet av tjänster har varit den viktigaste delen i samarbetet.

Bo Henriksson har inte gått in som betalande medlem i den ekonomiska föreningen Ywood. Han menar att han funnit sina samarbetspartners inom Svenska Timmerhusföreningen, FST, vilken även bedriver forskning och utveckling inom timmerhusbranschen. Han är såväl medlem i som certifierad av FST.

- Men att ha ett nätverk är viktigt för små företagare, särskilt på landsbygden. Man måste kunna bolla idéer mot varandra och sprida riskerna.

Kommentarer

Exemplen från samarbetet inom Ywood visar att samverkan haft stor betydelse för de företag som ingått i nätverket. Genom Ywoods försorg har företagen funnit varandra och kunnat etablera samverkan i mindre konstellationer. Samarbetet sker på olika sätt: man lånar personal av varandra, delar på order, marknadsför sig gemensamt och träffas för att utbyta erfarenheter. Från den enklaste formen av utbyte, som att träffas vid möten och seminarier, har många företag gått hela vägen mot partnerskap och så kallade sammansatta leveranser (t.ex. ”Deck in a box”). Företagens vidareförädling har ökat och nya produkter har utvecklats.

De fyra kvinnorna i ”Vårt svenska rum”, som nytillverkar möbler och inredning efter original från 1700- och 1800-talen, har startat sitt samarbete tack vare Ywood. De tycker att det är ett utmärkt sätt att kunna lägga ut order på varandra istället för att anställa när det kommer en stor beställning. De anser sig ha fått en flygande start med sin marknadsföring när de för några år sedan med Ywoods hjälp kunde ställa ut sina möbler i varvet där ostindiefararen Göteborg byggdes. Utifrån den utställningen har de blivit intervjuade i TV och i olika tidskrifter. Sin marknad har de i huvudsak i Göteborg och Stockholm, men de har en känsla av att det finns stora möjligheter att växa på en exportmarknad. Det är emellertid ett stort steg som de ännu inte vågat ta. Deras strategi är att växa långsamt och än så länge är det bara en av dem som har verksamheten på heltid. De övriga deltidssamarbetar i andra verksamheter.

När det gäller bröderna Norlén som äger och driver Nylands Trä och Tryckimpregnering finns det ingen tvekan inför att växa och söka sig ut på exportmarknaden. Företaget har under en 10-års period fördubblat antalet anställda och fyrdubblat omsättningen. Än har de inte nått den omsättning de önskar, men utsikterna är goda i och med det samarbete som de, tack vare Ywood, nu har med SCA. Det började med konceptet ”Deck in a box”, färdiga moduler till altaner, som såldes till butikskedjor i England. Den idén har utvecklats till ett nytt koncept, UK Garden, och försäljning direkt till kund via postorder. 30 procent av Nylands tryckimpregnerade produkter exporteras och den delen växer.

Bo Henriksson, Haverö Timmerhus, har haft upp till fyra anställda men har just nu bara en. Han vill gärna att företaget växer igen, men tycker att det då borde komma upp i en storlek med minst 5-6 anställda. Overheadkostnaderna blir för stora med bara ett fåtal anställda. Genom Ywood fick han kontakt med andra timmerhustillverkare och samarbetar med dem. Genom Ywood och Ånge kommun bildades Abisecta, en grupp företag inom byggbranschen som har intentionen att

samarbeta om färdiga hus från stomme till inredning. Henriksson är också med i Svenska Timmerhusföreningen och anser att nätverk är nödvändiga för små företag på landsbygden.

När det gäller hinder tar kvinnorna i Vårt svenska rum upp problem och kostnader som rör transporter. Nylands Trä ser tillgången på utbildad och erfaren arbetskraft som det största problemet, i andra hand tillgång till kapital för investeringar. Bo Henriksson, Haverö Timmerhus, tar upp sårbarheten i det lilla företaget som det största problemet. En sjukskrivning slår hårt när man bara har ett fåtal anställda och pappersarbetet blir för omfattande i förhållande till hur mycket man producerar. Sammantaget är det hinder som många andra glesbygdsförtagare har och som också stämmer väl med den bild som postenkäten ger i kapitel sju.

Ywood fortsätter som ekonomisk förening och kommer efter finsk modell att arbeta med att hjälpa företagen med att se över hur de kan förbättra sina produkter, söka pengar för investeringar och marknadsföra sig. En företagskatalog har tagits fram där alla deltagande företag presenteras i grupper utifrån sina specialiteter. Företag från både Västernorrland och Jämtland kan i fortsättningen vara med i nätverket, men alla medlemmar får betala en avgift som varierar efter företagets storlek.

8.8 Areella näringar i förändring – exemplen Polcirkelns lantgård, Wannborga vin och Lamm samt Blindh Ren

Inledning

I det här avsnittet har vi valt att begränsa areella näringar (som beskrivs utförligare i kapitel 3) till företag med anknytning till lantbruk samt till rennäringen.

En dramatisk utveckling sker när det gäller antalet mjölkproducenter i Sverige. Mellan 1995 och 2006 försvann mer än hälften. Antalet gick ned från drygt 17 000 till cirka 8 000 under den perioden. De som blir kvar är i allt större utsträckning rationella enheter med stora kobesättningar. Idag finns bara 15 större mejerier kvar, som förädlar nästan lika mycket mjölk som för tio år sedan. De flesta mejerinedläggningarna gjordes under 1940-50- och 60-talen. I mitten av 1930-talet fanns det 1267 mejerier i Sverige.

Nu har det i stället under de senaste decennierna växt fram ett 100-tal gårds- och bymejerier. Ett 40-tal av dem finns i Jämtland, där traditionen att ta tillvara getens mjölk bevarats på gårdarna. Nu görs delikatessostar på både ko-, get- och fårmjölk. Vidareförädling av mjölken är ett sätt att kunna ha mjölk kvar och att dessutom öka mjölkens värde åtta gånger. I många glesbygdsbyar är det enda alternativet till nedläggning. Diversifiering i form av hantverksmässig vidareförädling på gården eller turism, typ Bo på lantgård, kan ses både som ett sätt att överleva på gården och ett val av livsstil samt en anpassning till ett ökande intresse bland konsumenterna för lantliv, ekologi, rena råvaror, närproducerade och hantverksmässigt framställda livsmedel av hög kvalitet. Enligt den stora enkätundersökningen bland sina medlemmar som LRF gjorde 2006 har varje gård på landet i genomsnitt 3.2 verksamheter. En stor del, 21 procent, syns inte i jordbruksstatistiken och där återfinns vidareförädling av gårdens råvaror, turism, verksamhet med hästar, turism, energi och entreprenad.

Ett stort problem för de som producerar småskaligt och hantverksmässigt på gårdarna är att nå ut i butikerna med dem. Handelns införande av EDI - ett omfattande centraliserat system för order, varucertifiering, logistik och fakturering - innebär stora investeringskostnader för de små leverantörerna och förhindrar att de har direktkontakt med sina lokala handlare. Handeln har också infört en egen revision

av leverantörernas egenkontroll. Det innebär att en grossist anlitar ett eget revisionsbolag som utför samma revision som kommunerna gör på sina livsmedelsproducenter. Kostnaden för en sådan extra revision får producenten betala och den kan bli ganska dyr när företagen ligger i glesbygd, långt från de städer där revisionsbolagen har sina kontor. Som situationen är idag är det enklaste sättet för de som förädlar livsmedel på gården att sälja i gårdsbutik eller på annat sätt direkt från företaget. Men regelverket gör i vissa fall även detta svårt, som ett av exemplen här visar.

När det gäller rennäringen så visar den en positiv trend både beträffande prisbild och antal slaktade renar. Renköttet är också på väg ut i världen: Den internationella gastronomiska rörelsen Slow Food har utnämnt suosvas (lättrokt kvalitetskött av ren) till en presidiaprodukt, den enda svenska produkten som fått sådan status. Presidia står för att bevara och förbättra villkoren för hantverksmässigt producerad, lokal mat.

Nedanstående tre berättelser exemplifierar olika aspekter inom de areella näringarna. De två första berättelserna beskriver två ytterligheter inom jordbruket. Polcirkelns lantgård drivs av fyra mjölkbönder i Tornedalen som stod inför problemet att satsa ordentligt eller lägga ned verksamheten. De valde att gå samman och bilda ett gemensamt aktiebolag för att kunna investera i en modern anläggning som skulle passa även nästa generation, med ”normala” arbetstider och flera lediga helger per månad. Wannborga Vin och Lamm exemplifierar den andra trenden inom jordbruket att diversifiera verksamheten. På Wannborga gård har man en stor fårbesättning och man odlar vindruvor. Såväl köttet som druvorna förädlas på gården. Dessutom bedriver man restaurangrörelse, Bo på Lantgård och olika aktiviteter för turister. Det tredje exemplet, hämtat från rennäringen visar hur den verksamheten förändras och anpassas till kundernas behov. Hel- och halvkropp av ren säljs fortfarande men köttet styckas förpackas och säljs alltmer i mindre förpackningar. Dessutom sker en allt mer omfattande förädling av olika produkter, som korv, suosvas m.m.

Informationsinhämtning

Beskrivningen baseras på intervjuer med personer i tre företag. Tomas Mörtberg, talesperson vid Polcirkelns lantgård i Juoksengi by, Övertorneå kommun intervjuades 21 mars 2007 i företagets besöksrum med utsikt över hela ladugården. Intervjun tog två timmar Dessutom visade en av de övriga delägarna lokalerna. Intervjun med Ingrid Dahlberg, Wannborga Vin och Lamm, Övre Wannborga, norra Öland, gjordes på plats i företagets restaurang och varade fyra timmar den 23 maj. Den följdes upp med ytterligare en timme den 24 maj. Ingrid visade dessutom samtliga lokaler och verksamheter samt fåren på bete vid havet. Vid Blindh Ren AB i Funäsdalen intervjuades Annikka och Lennart Blindh i deras förädlingsindustri belägen i Ljusnedal utanför Funäsdalen. Intervjun pågick i närmare tre timmar och gjordes den 15 maj 2007.

Polcirkelns lantgård – företagaren Tomas

Det ser ut som en ganska behaglig tillvaro. Korna går i sakta mak runt i den stora ladugårdsbyggnaden. Äter, ligger ned och idisslar eller ställer sig i kö för mjölkning vid den datorstyrda mjölkautomaten. Där gäller det att få s.k. mjölkningstillstånd och det ger datorn bara om kon kan lämna minst 11 kg mjölk. Majros släpps in för fjärde gången. Roboten tvättar hennes spenar och tar prov på mjölken, så mjölkas hon och kan sedan förse sig med kraftfoder på vägen ut. Hon mjölkar omkring 60 kg om dagen. Anna Stina däremot släpps inte in. Hon är på väg att gå i sin och får bara mjölkningstillstånd två gånger den här dagen.

Så ser vardagen ut för de 160 mjölkande korna i Polcirkelns lantgård en dag i april 2007. För att tala fackspråk så är detta varm lösdrift med styrd kotrafik. Tre robotar eller mjölkningstationer sköter mjölkningen. Verksamheten styrs från en dator i det lilla kontrollrummet i mitten av ladugården. Kornas rörelser övervakas av datorn och om någon ko inte varit inne för mjölkning på 12 timmar rödmarkeras hon i protokollet på skärmen. Djur som blir sjuka avskiljs genast och behandlas då utifrån den diagnos de får.

På loftet ovanför kontrollrummet finns ett glasat besöks- och sammanträdesrum där man kan sitta och studera kotrafiken där nere. Utöver de mjölkande korna finns här 120 ungdjur och 30 spädkalvar. Det arbete som utförs manuellt är att ströa, mocka, blanda foder, övervaka inseminering, kolla kalvningen och läsa av att allt fungerar som det ska; att alla äter foder exempelvis.

Tomas Mörtberg är den av delägarna som har det administrativa ansvaret och arbetar 25 procent på företaget. I övrigt har han en tjänst som lärare på en av kommunens skolor. Han är också den som håller i information om företaget och tar emot alla studiebesök från skolor och föreningar. En av de övriga delägarna, Janne (Jan Olof Malmström) är ladugårdsförman.

Tomas berättar om bakgrunden till att Polcirkelns lantgård startade. De var fyra bönder som hade gårdar med stallar som började bli uttjänta. Dessutom höll dispenserna för betesdrift på att gå ut. Två av dem hade gårdar i Juoksengi, de två andra fanns i ett par grannbyar. Två av dem var mjölkbönder, en av dem hade övergått till köttdjur och den fjärde, Tomas, hade redan avvecklat sin verksamhet som mjölkbonde och utbildat sig till lärare i matematik.

- Det handlade om att satsa ordentligt eller lägga av, säger Tomas. Då började vi resonera med varandra och fundera över om vi inte skulle kunna bygga så stort att alla också skulle kunna leva ett drägligt, normalt liv med lön och lediga helger ibland. Två av oss är drygt 40 år och två är närmare 60 år. Då gäller det också att se lite längre fram och lyssna till hur nästa generation vill ha det. De unga vill inte vara så bundna som de äldre har varit. Att gå samman var ett sätt att skapa en verksamhet som skulle ge högre kvalitet åt bondelivet.

De började bygga anläggningen och kunde inviga den i oktober 2005. Men vägen dit var inte helt lätt:

- Vi hade en egeninsats motsvarande 2,7 miljoner kronor men banken tyckte att det var för lite i en kalkylerad kostnad på 10 miljoner. Chefen för kommunens utvecklingsbolag tog då initiativet till att vi skulle sälja aktier till andra kommuninvånare. 189 externa ägare gick in med tillsammans 1,45 miljoner kronor. Med 4,15 miljoner i aktiekapital, ett lån från ALMI på en miljon och en borgen

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Polcirkelns lantgård AB
Företagsledare:	Tomas Mörtberg, Jan Olof Malmström, Ulf Filipp och Håkan Taavo
Startår:	2005
Verksamhet:	Jordbruk, mjölkproduktion
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	5 st varav 1 = 75%, 1 = 25%
Varav antal kvinnor:	1
Omsättning 2006:	5,5 miljoner kr

motsvarande 500 000 kronor från Vattenfall, hade vi tillräckligt med trygghet för att en annan bank skulle kunna gå in och låna oss pengar.

- De externa ägarna har fått löfte om att så småningom få avkastning i form av kött!

Den främsta samordningsvinsten som de fyra delägarna upplever är att de kan vara lediga två helger varje månad och att den psykosociala miljön blir bättre när man är fler. Pappersarbetet rationaliseras också och fördelas så att det inte blir så mycket per person som när de alla hade egna företag. Alla avlönas enligt kollektivavtalet för lantarbetare, som har hängavtal kopplat till Kommunalarbetarförbundet.

Första året var tufft ekonomiskt. Leveransavdraget blev större än man hade räknat med och EU-stödet kom i efterhand.

- Men i år kan vi ta ut lön och dessutom har vi kunnat anställa Marina, som är veterinär. Hon jobbar 75 procent. Tidigare var hon distriktsveterinär, men en sjukdom gör att hon inte kan resa längre och för oss är det naturligtvis perfekt att ha en veterinär anställd.

De fyra polcirkelbönderna har inga tankar på att förädla sin mjölk. Den skickas till Norrmejerier i Luleå. Däremot önskar de att de kunde sälja den till Finland eftersom det är mycket närmare till ett mejeri i finska Tornedalen. Men regelverket i Sverige sätter stopp:

- Bara om vi ägt mejeriet hade det gått, säger Tomas. Det känns lite fånigt eftersom vi bara har några mil dit. Och att exempelvis köpa foder i Finland är inga problem.

Hur ser då gårdens framtid ut? Omsättningen inklusive EU-stöd var 5,5 miljoner kronor 2006. Fullt utbyggd med 300 djurenheter, varav 180 mjölkande kor, räknar man med att gården ska omsätta 7.5 miljoner kronor.

- Vi har utrymme för ytterligare en mjölkningsstation och vi har också idéer kring att specialisera oss så att en gård i grannbyn Suokolojärvi får ta hand om uppfödningen av ungdjur. Då kommer vi att kunna ha 240 mjölkande kor.

- Men vi har också planer på att bygga en biogasanläggning. Vi söker investeringsstöd nu när den nya programperioden för strukturfonderna börjar och vi samarbetar med Luleå tekniska universitet kring att producera biogas i mindre skala. Universitetet har en kurs i ämnet och vi är praktikfall. Vi kan producera 145 000 kubikmeter metangas från anläggningen. Det blir energi i dagens värde motsvarande 900 000 kronor per år. Vi kan försörja oss själva och värma 50 villor här i trakten med den energin. Det pågår dessutom diskussioner om att vi ska ta hand om kommunens kompost och röta i vår anläggning. Kanske hänger även grannkommunerna Pajala och Överkalix på med sin kompost. Då blir det ett ganska stort projekt.

- Genom att röta gödseln och ta till vara den i en biogasanläggning försvinner också all lukt och vi får en miljömässigt perfekt anläggning. Jordbruk här uppe har så många fördelar ur miljösynpunkt. Klimatet gör att risken för sjukdomar och skadeinsekter minskar.

- En annan utvecklingsbar del är att gården redan nu är ett besöksmål. Det kommer ofta hela busslaster med besökare som vill se anläggningen; det kan vara skolklasser eller grupper från olika organisationer.

- Eftersom jag är lärare, har jag en vision om att vi ska kunna vara praktikplats för ungdomar som har problem i skolan. Att arbeta med djur är bra medicin för de allra flesta.

Tomas Mörtberg målar en ganska ljus bild av framtiden för företaget, men visst finns problem:

- Den stora nackdelen för oss här i glesbygd är ju att vår fina anläggning inte har något värde i bankens ögon. Tillgången till kapital och den långsamma hanteringen av ärenden som rör lån och stöd är ett stort hinder för företagare, särskilt för oss bönder. I Finland löser man allt mycket snabbare och med mindre byråkrati. Där finns ett lån som heter Finnvera och det kan man få dagen efter det att man sökt. Här utreds det fyra fem varv innan beslutet kan fattas.

- Jag vet det här av egen erfarenhet, eftersom jag även driver en liten camping i Finland, poängterar Tomas.

Wannborga Vin och Lamm – företagaren Ingrid

Det är nästan lättare att tala om vad som inte finns än allt det som finns på Wannborga gård i Övra Wannborga by på norra Öland. De cirka 400 tackorna med lamm är basen på gården med 700 hektar mark. Köttet från dem styckas, paketeras och säljs eller vidareförädlas i en modern charkuterilokal i det som en gång var gårdens ladugård. I vingården växer 4 500 vinstockar på en yta av nästan tre hektar. Druvorna blir till vin eller bränns, efter kalla somrar, till starkare drycker i det egna vineriet, som också inryms i den gamla ladugården – granne med charken.

- Vi träffas ibland i diskrummet, säger Ingrid Dahlberg om sin man. Diskrummet ligger mellan charken och vineriet. Lammen och förädlingen av köttet är hennes verksamhet. Maken Gunnar svarar för vinproduktionen; det är hans hobby vid sidan om mäklariet.

Men Ingrid har många fler järn i elden. 2005 blev granngården till salu och där finns nu Bo på Lantgård; boende för 16 personer i de trivsamma bostadshusen. Ladugården, som hörde dit, har byggts om och inretts till flera verksamheter: gårdsbutik, restaurang och konferenslokal. Dessutom finns det hästar och smådjur av olika slag på gården. Musikaftnar, grillkvällar och lammsafaris på Alvaret ordnas. Knappast något verkar omöjligt att få vara med om på Wannborga gård: Gästen kan till och med ta med egen häst till sommarnöjet! Vid Glesbygdsverkets besök bor några danska par i ett av husen. De har självhushåll, men äter en del av middagarna i restaurangen. I övrigt åker de runt på ön eller njuter av lugnet och blomsterprakten på gården. På kvällen nästa dag kommer ett sällskap på 40 personer som ska äta middag. Det blir självklart lammkött från gården kombinerat med vad trakten kan bjuda på av grönsaker, potatis, lokalt bakat bröd och naturligtvis även husets vin, förädlad på gården från egna druvor. Från jord till bord är konceptet rakt igenom öländskt och ekologiskt så långt det går.

1986 kom Ingrid och Gunnar Dahlberg till Öland. Gunnar är mäklare och Ingrid är ursprungligen teckningslärare, men livet med djur på landet lockade. Deras lantbrukarliv började betydligt tidigare i Skåne där de hade mjölkkor. Dessutom byggde de lyxiga så kallade pool-hus som de hyrde ut till tyskar. Senare flyttade familjen till Södermanland, där man också hade såväl mjölkkor som köttdjur. Då drabbades Gunnar av sjukdom och familjen flyttade till Öland där Ingrid satsade på får istället för kor. Poolhusen i Skåne såldes och nu har man enbart en hyresfastighet kvar i Perstorp. De har två söner. Den yngre är läkare och bor i Skåne. Den äldre bodde med sin fru tillsammans med föräldrarna på Öland och arbetade i företaget. Tyvärr gick han bort och sorgen är stor över att han är borta och att det heller inte finns någon självklar efterträdare i verksamheten på Wannborga.

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Wannborga Vin och Lamm
Företagsledare:	Ingrid och Gunnar Dahlborg
Startår:	2005
Verksamhet:	Livsmedelsförädling, turism
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervju tillfället:	5
Varav antal kvinnor:	2
Omsättning 2006:	0,7 miljoner kr

Byn Övra Wannborga har anor från medeltiden och atmosfären finns kvar. De båda gårdarna är kringbyggda och står tätt intill varandra. När Vineriet med tillhörande bränneri skulle byggas tog Räddningsverket kontakt och förklarade att de inte kunde ha ett bränneri så nära sina övriga grannar:

- Vi fick lov att mura igen fönstret som vette mot en släktings glasveranda och sedan se till att en äldre dam som också bor granne godkände vår verksamhet, berättar Ingrid.

Det finns totalt fyra vinerier i Sverige och myndigheterna har ingen manual för hur verksamheten ska se ut. Att förädla kött och mjölk på gårdarna innebär också att myndigheterna måste tänka i nya banor. När det gällde Ingrids chark tog det tid innan miljö- och hälsoskyddskontoret kunde acceptera lokalerna.

- De agerade först som om vi skulle bygga slakteri, säger Ingrid. Och vi hade en del problem, t.ex. extremt lågt i tak i ladugården. Men till sist var vi överens om allt; det är ändå hyggligt folk vi har att göra med.

- Restaurangköket var det svåraste att bygga, jag hade ju inte erfarenhet av att driva restaurang. Men där hade vi redan bra kontakt med miljö- och hälsoskydd, så det löste sig. Nu är jag utifrån mina erfarenheter på väg att bygga ut och bygga om för att kunna satsa mer på vidareförädling.

- När man hanterar mat är det riktigt att kraven ska vara på hög nivå, betonar Ingrid. Jag har utbildat mig i egenkontroll, så jag kan min HACCP!¹⁵¹

Men generellt tycker hon att det finns en massa onödig byråkrati och för mycket pappersarbete för solo- och mikroföretag. Regelverken är skapade för stora företag. För de riktigt små företagen, som de flesta mathantverkare till exempel, tar pappersarbetet och uppgiftslämnandet allt för mycket tid från produktionen. Ingrid reagerar på all detaljreglering och tar som exempel kravet på individuell märkning av varje lam.m. Hon berättar också om att en myndighet ville veta vad hon har i sin silo. Eftersom hon inte har silo utan planlager kändes frågan underlig. Dessutom skulle myndigheten ha betalt för att de krävde in uppgiften:

- Vill man ha något är det väl rimligare att betala för det, menar hon.

Regelverken kring att tillverka och hantera vin och sprit är ändå de märkligaste. Hon berättar att det är näst intill omöjligt att få tillstånd att sälja de drycker som de producerar.

- Vi får servera dem till gästerna, men vi får inte sälja en flaska som de kan ta med sig hem. Den som vill köpa vin från Wannborga måste gå till sitt Systembolag och säga att de vill ha privatimport av vinet. Då går en skrivelse från butiken till Stockholm och där utfärdas ett tillstånd för att kunden/kunderna ska kunna rekvirera Wannborga-vin till den butik de handlar i. Det tar cirka 14 dagar att få tillståndet och eftersom frakten är så dyr rekommenderas man att köpa minst 12 flaskor, dvs. en kartong.

- Hur många vill gå igenom en sådan process, undrar hon. Regelverkets utformning gör också att det är svårt för Wannborga att producera kvalitetsviner.

-Vi kan ha kurser här i hur man kryddar sitt brännvin och gästerna kan få göra ett eget brännvin här, men de får inte ta med det hem. Vi får inte heller ha vinprovning på vårt eget vin.

En Akilleshäl när det gäller vinproduktion i Sverige är de tre-fyra sista veckorna i druvornas mognadsprocess. Är det för kallt då blir det inte bra vin – då bränner man i stället och får fram en typ av konjak eller grappa. Druvor växer bäst i grusig, djup

¹⁵¹ Inom livsmedelsbranschen vedertagen förkortning av den engelska beteckningen för det hygienkontrollsystem som används.

jord. Sådana åsar finns på Öland och Gotland. Den störste vinodlaren i Sverige finns på Gotland. Han har 10 ha, Wannborga har tre ha. Sverige har tillstånd för 99 hektar vinodling, totalt. Wannborga testar för närvarande ett 30-tal druvsorter.

Ingrid Dahlberg anser att krånglet kring vin- och sprittillverkningen måste lösas så att även den verksamheten kan ge inkomster. Hon tror att utvecklingen går mot att regelverket förenklas och i högre grad anpassas till hur det ser ut i andra EU länder. Idag är det, som sagt, lammen, restaurangen, stuguthyrningen och gårdsbutiken som är hennes skötebarn. Hon vill satsa mycket mer på att förädla köttet själv på gården. Idag styckar hon ungefär var 14:e dag och säljer kött till gästgiverier och till ICA i Mörbylånga. Men dit är det fem mil att köra och det innebär både logistikproblem och större omkostnader. Företaget får för närvarande större inkomster på att fåren betar (miljöstödet) än på köttet. Hon vill inte satsa på fler får, istället handlar det om att höja värdet på det man får ut av dem. Ingrid tillverkar patéer, mortadella och sylta på lamm- och tackkött, men experimenterar också med konserver och halvkonserver. En företagare längre upp på norra Öland gör med framgång korv på kött från Ingrids lamm.

- Produktutveckling är spännande, man kan göra så mycket av köttet från lamm och tackor, säger Ingrid. Köttet från tackorna är hennes favorit. Lammen får också växa till sig ordentligt innan de slaktas. Den stora lammningen sker på Wannborga i januari, sedan föds en del fram till april och en del på hösten. Januarilammen är enligt Ingrid bäst. De betar och får ensilage. Deras mat innehåller mycket Omega 3. De lever ett bra liv och även om de slaktas på annat håll, så är transporten kort.

Planerna, när Dahlbergs köpte grannhuset var att bygga ett enklare grillhus. I stället blev det en fin restaurang och nu är det redan dags att bygga ut köket för förädlingsverksamheten.

- Drivkraften är att hitta på nytt och göra sådant som håller hög kvalitet, säger Ingrid. Vi är uppfödda på riktig mat och tycker att det är viktigt. Min mission är att få folk att känna stolthet över att de köper och äter mat av hög kvalitet. Tyvärr är det än så länge högre status i dyra handväskor!

Men hon tror att det på sikt blir så att folk är beredda att betala för både bra mat och den atmosfär som omger en restaurang. Wannborga bjuder på utsökt mat i en fantastisk miljö där en trädgård med blommor och kryddörter är blickfång utanför.

Hon är medveten om att hon är en sann entreprenör men erkänner samtidigt att det varit oerhört betydelsefullt för henne att delta i de studieresor till andra länder med mathantverk som Eldrimner resurscentrum för småskaligt mathantverk ordnat. Hon har också varit på många kurser i Eldrimners regi och nu skulle hon gärna vilja ordna kurser själv. Hon längtar efter att få bjuda in den tyske charkmästaren Jürgen Körber från den ekologiska gården Hermannsdorf till Öland. Hon önskar också att det fanns någon instans som hjälpte till med hur marknadsföringen av företagets produkter ska göras mest effektiv:

- Det är dyrt, men nästan nödvändigt att vara med i de större reklammagasinen här på Öland, exempelvis Ölandsmagasinet. Många matmässor hålls och alla kan man inte vara med på; det kostar både tid och pengar. Ett måste är i alla fall Skördefesten på Öland.

Hon har tre anställda; och dem månar hon verkligen om. Det är inte helt lätt att hitta rätt folk till en liten anläggning som ställer så många olika krav. Man ska vara duktig kock, trädgårdsmästare, serviceinriktad och ta folk på rätt sätt. Dessutom måste man känna starkt för ideologin bakom mathantverket och de genuina ekologiska råvarorna. Snart måste hon också hitta en kompanjon som står för samma värderingar som hon själv har, en person, som så småningom kan ta över

verksamheten. Hon efterlyser ett liknande system man har på gårdarna i Frankrike; GAEC (i grov översättning: jordbruksföreningar för gemensam drift). Ett GAEC-bolag är ett civilrättsligt bolag som gör det möjligt för de delägande jordbrukarna att arbeta tillsammans under betingelser som är jämförbara med dem som råder i ett familjeägt företag. Den bolagsformen underlättar generationsskiftena vid de franska lantbruken.

Blindh Ren – företagarna Annikka och Lennart

Det lilla förädlingsföretaget ligger i Ljusnedal, strax utanför skidsportorten Funäsdalen i Härjedalens kommun.

I lokalen som byggdes 1993, renoverades och byggdes ut 2005, styckar och förädlar de tillsammans med sina anställda kött från cirka 3 000 renar per år. Utöver olika styckningsdelar, fårs och skav som vacuumförpackas och säljs färskt

eller fryst, tillverkar de korv, olika typer av suovas, torkat och rökt kött. Saltning och rökning är tidsödande moment och allt görs för hand. Suovasrökningen görs på gammaldags vis i kåta. Företaget har sakta ökat omsättningen sedan förädlingsverksamheten startade, men man siktar inte på att bli särskilt mycket större nu:

- Vi vill bibehålla kvaliteten och hantverket, säger Lennart och det gäller hela vägen från renen till den färdiga produkten.

Själv är han och sonen Niklas också renskötare. Lennart är ordförande i samebyn. Niklas, som varit elitskidåkare, arbetar med konst och konsthantverk vid sidan om företaget. Annikka sköter ekonomi och administration. Hon har tidigare haft slöjd- och inredningsbutiken Trolltrumman i Funäsdalen. Men för några år sedan var hon tvungen att lämna den verksamheten eftersom Blindh Ren krävde all hennes tid. Men Trolltrumman lever i form av dotterbolag till Blindh Ren. Idag är det emellertid pensionat. Familjen har också en dotter, Katinka, som utbildar sig inom dekor och design.

Blindh är en gammal samesläkt som ursprungligen bodde i Karesuando. Men när renbeteskonventionen 1919 trädde i kraft, hörde familjen till dem som tvångsflyttades till Arjeplog på grund av att de förlorade sina renbetesområden. Lennarts föräldrar sökte sig till Härjedalen samma år som Lennart föddes och så småningom blev de medlemmar i Handölsdalens sameby, där nu Lennart är ordförande. Skidåkning har varit ett av hans stora intressen och han är utbildad skidlärare.

Annikka har rötter i Sundsvall men flyttade tillsammans med familjen till Östersund när hon var tonåring och föräldrarna tog över Dvärsätts möbler. Till Funäsdalen kom hon som 18-åring, träffade Lennart och blev kvar.

Tanken att satsa på vidareförädling uppstod utifrån att Blindh hade en växande kundkrets i Stockholm som ville ha deras kött. Garaget på gården blev för litet och de var tvungna att bygga en styckningslokal. Ett genuint yrkeskunnande hela vägen är bakgrunden till att de har stor efterfrågan på sina produkter:

- Första steget är att verkligen lära känna djuren och veta när det är lämpligt att slakta dem, säger Lennart. Sedan gäller det att kunna hantera de olika styckningsdetaljerna på rätt sätt för att hålla kvalitet genom hela processen.

Intresset för att vidareförädla köttet har växt successivt. Kontakterna med Slow Foodrörelsen (se kapitel 3, areella näringar) utifrån att suovas blivit presidieprodukt,

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Blindh Ren
Företagsledare:	Lennart och Annikka Blindh
Startår:	1993
Verksamhet:	Renskötsel och förädling av renkött
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	5
Varav antal kvinnor:	2
Omsättning 2006:	5 miljoner kr

har lett till att det nu finns ett intresse även utomlands för renkött. Projektet Renlycka som Sametinget och Svenska samernas Riksförbund (SSR) tillsammans driver, var 2006 på den stora matmässan i Turin och lanserade renköttet, i först hand suovas, i samarbete med Slow Food. Renlycka är tänkt att vara ett varumärke för renkött som står för säker och hög kvalitet. Suovas är idag en namnskyddad produkt.

Cirka 60 procent av produktionen säljs inom Jämtlands län, resten går söderut, huvudsakligen till storstäderna. Eftersom Funäsdalen är en stor skid- och turistort säljs mycket direkt till besökare där. Idag finns cirka 20 000- 25 000 turistbäddar i Funäsdalen och de kommer att utökas till det dubbla. Nya nedfarter byggs just nu från fjället. De fastboende i området är emellertid inte mer än cirka 800 personer.

Norgehandeln ökar också. Många norrmän har nära till Funäsdalen och åker gärna dit och handlar.

Rennäringen har sina speciella svårigheter och en av dem är att det är svårt att styra priserna. De påverkas starkt av vad som sker med näringen i Norge och Finland. Det är stora omkostnader kring slakten, som för Blindhs del görs på annat håll. Den omfattande egenkontroll som alla livsmedelsföretag nu måste göra, tar tid och avskräcker många som vill arbeta med livsmedel, tror Blindhs, men säkerheten är också nödvändig.

- Vi har fått in rutin på vår egenkontroll nu, så det tar bara en timme per dag, säger Annikka. Men det är ändå mycket tid i ett litet företag.

Transporterna kan bli dyra och krångliga och ta lång tid från små orter som Funäsdalen. Samdistributionen fungerar inte bra. Blindhs önskar att det fanns större konkurrens och fler transportföretag på marknaden så att villkoren blev bättre för de företag i glesbygden som är så beroende av dem.

Kontakterna med banken fungerar bättre nu när de är etablerade i sin verksamhet. Men de är beroende av checkkrediter i väntan på att kunderna ska betala och önskar att de vore billigare – nu får de betala åtta procent i ränta.

Företagarklimatet i Funäsdalen är positivt men de hoppas på mer samarbete mellan företagen inom rennäringen. Arbetet med Renlycka och kvalitetsmärkningen har hittills inte hunnit få genomslag.

Företaget ligger i Härjedalens kommun med kommuncentret Sveg 13 mil bort och det avståndet känns. När kommunen skulle bygga sop- och återvinningsstationen, som är granne med Blindhs, fick de inte vetskap om det annat än på omvägar. Det hjälpte inte att överklaga och nu gäller det bara att försöka gilla läget.

Företaget ska nu produktutveckla i form av nya förpackningar, samtidigt som man satsar mer på marknadsföring och försäljning. Annikka och Lennart är ofta ute på olika ”events” och har blivit duktiga på att själva sälja sina produkter.

- Det känns som vi står säkert på egna ben nu och är inne i en ”lagom” uppåtgående utveckling, säger de.

Kommentarer

Trots många problem tecknar exemplen en tämligen ljus bild av olika framgångsvägar inom jordbruket och rennäringen. Genom att flera jordbrukare går samman kan de skapa ett livskraftigt traditionellt jordbruk med mjölkproduktion, där råvaran förädlas på annat håll. De fyra lantbrukarna på Polcirkelns lantgård har normala arbetsförhållanden, avtalsenlig lön och vissa lediga helger per månad. De menar att de här villkoren måste uppfyllas för att nästa generation ska vilja ta vid. Även djuren har bra levnadsförhållanden och produkten håller hög standard. Vissa möjligheter till diversifiering finns på gården genom att satsa på biogasanläggning och att ta emot besökare som vill se djuren och anläggningen.

Ingrid Dahlberg på Wannborga gård och hennes man har sällan några lediga helger, men företaget ingår i deras livsstil där förädlingen av lammköttet och druvorna är deras stora intressen. Gården har en omfattande diversifiering; hantverksmässig vidareförädling av köttet och av druvorna, Bo på lantgård, gårdsbutik och restaurang, där allt som serveras är ekologiskt och närproducerat och där det egna köttet och vinet utgör huvudinslag. Den småskaliga hantverksmässiga förädlingen av kött, mjölk, grönsaker, bär och fisk är en växande verksamhet i gles- och landsbygder. LRF:s enkätmaterial (se avsnitt 3.2) visar att drygt 1 000 LRF-medlemmar har egen förädling och/eller gårdsbutik.

Även Annikka och Lennart Blindh tecknar en positiv bild av förädlingsdelen inom rennäringen. Det väsentliga är att hålla hög kvalitet på produkterna rakt igenom. Blindhs liksom Wannborga säljer mycket av köttet själva, men har viss försäljning i lokala butiker. Flera problem är under uppsegling när det gäller mathantverkarens möjligheter att sälja sina produkter i dagligvaruhandeln. Det gäller främst handelns införande av nya, centraliserade system för order, varucertifiering, logistik och fakturering, som dels innebär höga kostnader för de små producenterna, dels omöjliggör direktkommunikation mellan mathantverkaren och den lilla butiken på orten.

Ett flertal olika problem tas upp i intervjuerna. Polcirkeln Lantgård tar upp svårigheter med kapital och långa handläggningstider beträffande lån som de största problemen.

För Wannborga Vin och Lamm är regelverket kring hur man får producera och sälja vin från gården det mest svårlösta problemet idag, vid sidan om kostnaderna för marknadsföring. På sikt är deras problem generationsskiftet. Ingrid Dahlberg efterlyser därför ett system liknande det man har i Frankrike med så kallade GAEC-bolag. Den företagsformen underlättar generationsskiftena för franska jordbrukare, som inte har barn som vill eller kan ta över.

För Blindh Ren är transportererna, framför allt till kund, det största problemet. De är dyra, krångliga och tar lång tid från små orter som Funäsdalen. Billigare checkkrediter skulle också underlätta verksamheten för dem.

8.9 Lokalsamhället och företaget – exemplen Kåbdalis skidliftar och Land & Strand

Inledning

Turistnäringen är en viktig näring i Sverige, omsättningen 2006 beräknas till 215 miljarder kronor. Turistnäringens exportvärde, det vill säga vad utländska besökare spenderade i Sverige, ökade med nästan 20 procent och är nu större än personbilsexporten. Samtidigt som sysselsättningen minskat inom många traditionella basnäringar (se även avsnitt 3.2 i denna rapport), har turistnäringen bidragit med nästan 50 000 nya arbetstillfällen sedan 1995.¹⁵²

Professor Bengt Johannisson tar i sin reflexion (se kapitel 9) upp betydelsen av de små upplevelseföretagen i glesa områden. Johannisson hänvisar till en utredning som Forum för småföretagsforskning, FSF, gjort om mikroföretagandet i 14 svenska kommuner, vilken visar att antalet upplevelseföretag är dubbelt så många som antalet tillverkningsföretag i de kommunerna. Johannisson pekar vidare bl.a. på de nära kontakterna mellan leverantörer och kunder. Flexibilitet, förmåga till kundanpassning

¹⁵² www.nutek.se, pressmeddelande juli 2007

och samarbete mellan de minsta företagen är viktiga komponenter för en framgång inom upplevelseekonomin. Genom att erbjuda ett brett produktsortiment kan en kollektiv platsattraktivitet skapas som kompenserar för perifera lägen. I vissa fall kan geografisk otillgänglighet till och med ses som en tillgång i sig.

Johannisson diskuterar även begreppen platsidentitet och social kreativitet för upplevelseföretag. Johannissons tankar kring upplevelseekonomin ger en bakgrund till de två berättelser som följer i detta avsnitt. Beskrivningarna av två företag i besöksnäringen får illustrera hur inställningar till lokal utveckling och det enskilda företags roll kan se ut. Exemplet Land och Strand i Pålänge har byggt upp en samverkan i byn utifrån kundernas behov, men det finns också ett tydligt budskap om att kunderna ska passa in i byn, i tystnaden, kulturen och sättet att leva. Kåbdalis Skidliftar exemplifierar en annan upplevelseverksamhet, där själva verksamheten, utförsåkingen, kräver stora investeringar och insatser av företaget, men inte nödvändigtvis samma grad av samverkan i bygden.

Informationsinhämtning

Berättelserna i det här avsnittet bygger på intervjuer i två företag. VD Johan Gunnarstedt, Kåbdalis Skidliftar i byn Kåbdalis, Jokkmokks kommun intervjuades den 3 maj 2007. Intervjun tog närmare tre timmar och avslutades med rundvandring och besök i skolan/vandrarhemmet. Gita Isaksson och Janne Stenman, Land och Strand i Pålänge, Kalix kommun intervjuades i företagets café/pub den 22 mars. Intervjun tog drygt två timmar i anspråk och följdes upp under en halv timme den 23 mars. På kvällen den 23:e gjordes, under kommunens företagarräff, korta intervjuer med företagare i bygden som samarbetar med Land och Strand.

Kåbdalis Skidliftar AB – företagaren Johan

- De mål jag satt upp för mitt företagande är att 1) tjäna pengar, 2) utveckla familjeföretaget så att barnen vill ta över, 3) utveckla bygden där vi bor. De två första målen klarar jag bra, men det tredje tycker jag att jag misslyckats med! Det säger Johan Gunnarstedt, VD vid Kåbdalis Skidliftar.

Kåbdalis ligger vid E 45 mellan Moskosel och Jokkmokk, 14 mil från Luleå och 12 mil från Piteå. Snön kommer tidigt hit och under november – december tränar proffsskidåkare här. Januari – april är turistsäsong med gäster från i huvudsak Norr- och Västerbotten.

Det finns ett 80-tal fast boende i byn och Johan Gunnarstedt säger att han skulle kunna ordna jobb åt alla där som vill ha arbete. Ändå är verkligheten sådan att mer än hälften av de anställda kommer från andra platser i Sverige. Självt tycker han att det aldrig varit så lätt att bo på landsbygden som nu på senare tid. Men entreprenörsandan är viktig och han tycker att den inte uppmuntras idag. Det har inte funnits morötter som gör att människor tar tag i sin situation och utvecklar någon verksamhet de kan leva på.

För tre år sedan trodde Johan och hans bror att det skulle gå att rädda skolan, så företaget köpte skolhuset av kommunen mot löfte att skolverksamheten skulle drivas vidare i tre år:

-Nu har de åren gått och hösten 2007 läggs skolverksamheten ned, det har varit enbart tre elever det sista året. Det känns bittert, men de som har barn i skolåldern flyttar härifrån, snickeriet har lagts ned och skogsföretaget har ingen verksamhet på orten längre.

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Kåbdalis skidliftar AB
Företagsledare:	Johan och Olov Gunnarstedt
Startår:	1991
Verksamhet:	Skidsport, turism
Företagsform:	Aktiebolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	3 helår, 20-25 säsong
Varav antal kvinnor:	1 helår
Omsättning 2006:	11 miljoner kr

De barn som finns i Kåbdalis får åka till kommunens centrum, Jokkmokk, och gå i skola där, sex mil hemifrån. Det stora skolhuset, som ägs av Skidliftföretaget tjänstgör nu som vandrarhem. Kommunens driftskostnader på 300 000 kronor per år har Gunnarstedts fått ned till 60 000 kronor per år, bland annat genom att sätta in värmepump.

- Men jag ger inte upp, säger Johan. Med de satsningar som vi planerar, hoppas vi att det finns barn i skolan igen om fem år.

- Jag gillar verkligen den här bygden och kommer även i fortsättningen att kämpa för att den utvecklas om än det blir i motvind, fortsätter han. Jag gillar också utmaningar och ser till och med Jante-lagen som en drivkraft.

Skidanläggningen växer också. Den största ökningen har skett under 2000-talet: 2001 var omsättningen 3 miljoner kronor, 2006 var den 11 miljoner. Från den enkla anläggning med en backe och en lift, som föräldrarna byggde i mitten av 60-talet, har Kåbdalis Skidliftar i sönerna Johans och Olovs händer utvecklats till en för regionen stor vintersportort. Bergets topp ligger 570 meter över havet och fallhöjden är 210 meter. Det finns tre liftar, nio preparerade pister och fyra offpistnedfarter. Snökanon har man sedan 2 år tillbaka. 215 bäddar finns idag i allt från vandrarhem till exklusiva stuglägenheter. Möjligheter att ställa upp sin egen husvagn finns också. Det lilla kaféet som föräldrarna drev har blivit en stor restaurang i rustik stil, som vid högsäsong har fem kockar anställda. Olov sköter backarna. Johan är vd och har hittills skött ekonomin och restaurangen. Nu ska hans fru gå in i företaget och ta över ekonomin

- Själv ska jag ägna mig åt visioner, planering och att vara skidtränare åt mina döttrar, säger han.

Med barnens inträde i företaget och med konkreta tillväxtplaner finns även möjligheter till en större anläggning.

- Vi har haft familjerådslag med barnen och de är intresserade och villiga att gå in i rörelsen och så småningom ta över, säger Johan.

Olovs två söner arbetar redan i företaget, en av döttrarna flyttar hem från London och blir restaurangchef. Johans två flickor, 16 och 9 år är för unga ännu, men båda har ett brinnande skidintresse.

Inom en femårsperiod kommer anläggningen att byggas ut till dubbel storlek. Expansionen sker i samarbete med ett norskt fastighetsbolag som bygger hus. 700 bäddar beräknas det bli, en ytterligare restaurang, fler nedfarter och en stor fyrstolslift på södra sidan av berget.

- Vi tänker 20 år framåt och fortsätter att investera så länge det är lönsamt, säger Johan. Det här blir en perfekt lösning. Vi behöver inte ta så stora risker själva.

Och en viss försiktighet i planeringen har hela tiden präglat bröderna Gunnarstedt. De har lagt investeringarna över tid, satsat eget kapital, lånat, fått regionala utvecklingsbidrag, betalat tillbaka och så satsat igen. Banken har varit positiv, man har sett att företaget kan betala tillbaka och att den budget som gjorts för de aktuella projekten håller. Johan Gunnarstedt tycker också att kontakterna med myndigheter fungerar bra. Det uppfattas som positivt att företaget klarar verksamheten på egen hand utan att använda sig av förmåner som lönebidragsanställningar osv. Regelverken kan kanske ibland vara onödigt krångliga, menar han.

- Byråkratin kring att anställa och ha anställda är lite väl stor, men här finns ju två parter: de anställdas intressen måste också tillgodoses.

- I stort sett är jag en nöjd företagare, säger han. Vårt största problem är att få tag på arbetskraft. De anställda vi har nu kan service och är duktiga – de är vår största

tillgång. Möjligheten att rekrytera personal med rätt kompetens och rätt inställning är inte alltid lätt, särskilt inte i glesbygden!

Johan Gunnarstedt är emellertid kritisk till hur medlen ur EUs strukturfonder utnyttjats här i Sverige.

- De skulle användas till att bygga upp något mer bestående som infrastrukturen i glesbygd och investeringsstöd till företag. Hittills har det mesta satsats på konferenser och konsultinsatser, som inte har något bestående värde.

Han funderar mycket kring hur man ska bygga en framtidstro och en stabil utveckling i glesbygd. Han berättar om en god vän från Tyskland som aldrig upphör att förvåna sig över att så mycket mark ligger för fåfot i Sverige.

- Vi borde ha mer jordbruk och verksamheter kopplade till jorden och skogen. Staten borde sälja ut sin skog här i norr till privatpersoner, inte till andra storbolag, utan till enskilda, som i motprestation måste bygga en verksamhet eller åtminstone ett bostadshus på den mark de får. Fler självägande bönder och små privata skogsägare skulle kunna bilda en bas för byarna i norra Sveriges inland.

- Bygg ett nytt hus så får du 1 000 hektar skog och mark, skulle det heta!

Själv bor han med familjen i föräldragården och håller som bäst på med att riva ned och timra upp den gamla ladugården från 1800-talet, som hör till familjens ägor.

- Det ger en sådan tillfredsställelse att ta ansvar för vad tidigare generationer byggt upp och att lämna detta vidare till kommande generationer. Att ha djur och med deras hjälp hålla landskapet öppet likaså.

Land och strand – företagarna Gita och Janne

-Ett är säkert – det är otroligt svårt att driva företag småskaligt och fortsätta med det! Det säger Janne Stenman och sambon Gita Isaksson i Pålänge, Kalix kommun.

Land och strand ska vara familjeföretag. Det blir inga anställda i firman. I stället satsar man på att samarbeta med andra företag i bygden för att bygga sitt koncept kring ekologisk turism. Det man erbjuder är olika typer av upplevelser som har harmoni med naturen som gemensam nämnare. Janne och Gita erbjuder sina ekologiskt byggda hus, pub och god mat baserad på lokala ekologiska råvaror. Utifrån vad gästerna vill ha, komponerar man ett program med upplevelser som sikfiske med not i havet under de ljusa sommarnätterna, vintertid nätfiskar man under isen enligt en gammal lokal tradition, ordnar hundspanns- kälk- eller hästturer, bastubad, musikarrangemang osv.

Många av kunderna är företag som vill ordna aktiviteter för sina anställda eller för gäster.

-Vår anläggning lämpar sig väldigt bra för samverkansövningar, säger Janne. Våra tre ekohus som vi byggt på tomten här där vi bor mitt i Pålänge by har plats för 5-6 personer vardera. Vi har dessutom en lägenhet ovanför affären i byn. Totalt är det 21 bäddar och det är ganska lagom när det handlar om att ha grupper som ska bo hos oss. Det gäller ju att samspelet mellan bybor och gäster fungerar bra. När folk kommer i buss för att äta och delta i något arrangemang utan att bo här, då kan vi ta upp tre gånger så många gäster.

Anledningen till att de inte vill bygga ut och bli större är flera:

- Det är suveränt att samarbeta i nätverk med andra små företag, enklare och roligare än att anställa. Eftersom verksamheten finns mitt i byn, så finns det också gränser för hur stor den kan vara. Gästerna får inte vara fler än att de fungerar i

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Land och strand
Företagsledare:	Gita Isaksson och Janne Stenman
Startår:	1998
Verksamhet:	Upplevelseturism, mat och boende
Företagsform:	Kommanditbolag
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	2
Varav antal kvinnor:	1
Omsättning 2006:	0,9 miljoner kr

samklang med bylivet i övrigt. Vi har folket i byn med oss och det är viktigt. Vi har försökt bygga upp känslan att den här verksamheten angår hela byn. Vi samarbetar med fler andra små företag från byn och trakten – då har de också jobb. Det finns ett 30-tal företag här – de flesta är solo- eller deltidsföretag

Allt började i slutet av 1990-talet. Janne och Gita hade flyttat hem till byn Pålänge. Gita, med bakgrund som textillärare, hade tagit över Hälsans hus i Kalix, men efter att ha drivit verksamheten i sju år kände hon att hon ville något annat. En kurs i turism som kommunen anordnade inspirerade henne och nästa steg blev att hon läste kretsloppslära vid Luleå tekniska universitet, med Nils Tiberger som lärare. Genom honom fick hon och Janne kontakt med arkitekten Anders Nykvist, Njurunda, känd för sina ekologiskt byggda jordhus.

Janne tog tjänstledigt från sitt jobb på en ungdomsvårdsskola och tillsammans med Anders Nykvist startade han byggandet av de tre ekohusen i form av en utbildning för arbetslösa ungdomar. Idén var att bygga ekologiskt men enkelt och billigt så att bostäderna skulle passa unga som ville bo kvar på landet. Det innebar att man byggde av virke från egen skog och utnyttjade hela träden, man använde enkel utrustning och tog hjälp av lokala entreprenörer. Fönster, dörrar, golv m.m. är återanvänt material. Naturmaterial har använts till inredning och ytbehandling. Husen är välisolerade och värms med solenergi och jordvärme. Toaletterna är urinseparerande och innehållet tar en bonde i byn hand om och använder som gödning, fekalierna komposteras och blir så småningom blommjord.

- Vi vann första pris för husen i en tävling om boende för unga som Boverket utlyste, säger Janne. Men av någon anledning blev det inte någon större efterfrågan bland ungdomar på att bygga sådana här hus. Vi var 10 år före utvecklingen. Folk trodde att det handlade om utedass och obekvämt boende. Vi fick i alla fall en enorm marknadsföring via media och det gjorde att vi kunde bygga en stabil grund för vår idé om turism med ekologiska förtecken.

- Vi ville visa att det går att bygga och ställa om samhället till att bli mer miljövänligt och nu har utvecklingen hunnit i kapp oss.

Numer har Janne och Gita också en anläggning alldeles vid havet där det finns vedeldad bastu, en badtunna och utrymme för att ordna med mat. Den bastu man har på gården är exklusivare. Nu när Gita inte har arbete utanför firman, vill hon förverkliga sina idéer att attrahera fler kvinnor med friskvårdsprogram, örtkunskap, matlagning med lokala råvaror, odling av kryddörter och grönsaker m.m.

- Jag tror på naturens läkande kraft och vet att många, framför allt kvinnor, är intresserade av att utveckla sig själva genom att odla och skaffa sig kunskaper om det apotek vi omger oss av ute i naturen. Vi ska också utveckla bastukulturen utifrån detta med örter och aromatiska oljor som alternativ till den ”tuffare” rökbastun vid havet.

- Vi försöker att inte bygga fast oss i någon särskild nisch, vi ska hela tiden ge kunderna vad de vill ha, säger Janne.

Hittills har ett antal stora, återkommande kunder - företag - som vill ha olika aktiviteter för anställda eller gäster, dominerat. Nu börjar det bli fler och fler privata kunder, turister, folk som vill ha släktmiddagar osv. Via företagen har internationella gäster börjat hitta hit, de kommer privat sedan de varit med på något arrangemang som besökare hos något företag.

- Det finns så otroligt mycket kvar att göra, utbrister Janne. På de åtta år vi hållit på, har vi inte hunnit att marknadsföra oss aktivt utanför kommunen, det har varit fullt upp ändå.

Han berättar om alla möten och seminarier kring turismen i länet som han varit med på:

- Kiruna har sitt ishotell, Haparanda har IKEA och alla kommuner tror att de måste ha en megaattraktion att konkurrera med, säger han. Men det tror inte vi. Vår filosofi är att Kalixbygden ska vara en motpol till allt detta. Vi ska sälja lugnet, småskaligheten, tystnaden och det kärva, sävliga hos folk här. Och det konceptet börjar anammas även i övrigt här i Kalix älvdal. Vi samarbetar på ett bra sätt mellan olika aktörer, hotell, matställen, upplevelseföretag och vi har ett bra samarbete med kommunen.

- För jäktade storstadsbor finns ingen bättre plats att koppla av på än en liten by i Kalix kommun, där folk inte pratar mer än nödvändigt och allt går i sin jämna lunk, säger Janne och plirar finurligt. Men allvarligt talat så är det ju jag och Gita som är företaget. Gästerna har vissa förväntningar när de kommer hit och det gäller att vi bjuder på oss själva och bemöter dem på ett sätt som gör att upplevelsen de får här överträffar de förväntningar de haft. Jag tror att vi har stor nytta av våra bakgrunder, jag har jobbat inom psykiatrin och Gita har varit både lärare och drivit affär. Vi har lärt oss att se olika personligheter och att anpassa oss till de människor vi möter.

- Ska man driva turismverksamhet i en så här liten by är det viktigt att ha övriga bybor med sig, säger Janne vid kvällens träff för företagare i Kalix kommun, som hölls på Land och strand.

-De ska vara delaktiga och vi ska samarbeta så att det känns att den här verksamheten är viktig, inte bara för mig och Gita utan för alla övriga i byn också. Jag är glad att vi kommit så långt att ungdomarna härifrån är stolta över sin by och skryter om hur vi har det här. Själv ser jag mig som en marknadsförare av vår kultur och våra traditioner kring fisket och bylivet, men också för vårt sätt att vara och leva:

- Både svärmodet och sävligheten är säljbara! Vi är helt enkelt rogivande här och det kan vi bjuda på!

Kommentarer

Intressant i de här exemplen är hur inställningen till bygden skiljer sig mellan de båda företagen. Bygden och samarbetet med andra småföretag där är utgångspunkten för Land och Strand i Pålänge och utvecklingsarbetet i byn bygger på samverkan. Johan Gunnarstedt, Kåbdalis Skidliftar, ser det som sitt eget och företagens ansvar att utveckla Kåbdalisbygden, något som han inte anser sig ha lyckats med. Företaget är ganska ensamt i trakten och tar stort ansvar för att byn, som allt mer tömms på människor och service, ska överleva. För tre år sedan köpte företaget skolhuset av kommunen och hoppades därmed kunna rädda skolverksamheten. Men vikande elevunderlag ser ut att omintetgöra det. Läsåret 2007-2008 måste barnen åka sex mil, enkel resa, till Jokkmokk för att gå i skola där. Samtidigt växer Kåbdalis Skidliftar, inte fort men säkert. Omsättningen ökade från 1 miljon 1991 till 11 miljoner 2006. Det är ett familjeföretag som nu planerar för att den tredje generationen så småningom ska ta över. Tillsammans med ett norskt företag görs just nu nya investeringar i fler nedfarter, liftar, stugbäddar och ytterligare en restaurang.

Land och strand fungerar som nod i en ganska aktiv by, där det finns ett 30-tal solo-, mikro- och deltidsföretagare. Land och strand vill fortsätta att vara familjeföretag utan anställda och i stället utveckla samarbetet med de andra företagen för att kunna anpassa verksamheten till kundernas önskemål. Tystnad, bygdens kultur, ekologiskt boende, lokal och ekologisk mat, friskvård och samverkansövningar är det man satsar på. Företaget vill utveckla verksamheter som motpol till alla megaattraktioner och erbjuder det kärva, lugna och sävliga hos folket i Kalixbygden. Företagarna Gita och Janne beskriver sin verksamhet på ett sätt som stämmer överens med professor Bengt Johannissons definition av platsattraktivitet.

Gunnarstedts efterlyser mer initiativ i bygden medan företaget i Pålänge beskriver en ganska omfattande aktivitet i bygden.

8.10 Med bygden i centrum, företag inom den sociala ekonomin – exemplen Tre sågar och Docksta bordtennisklubb

Inledning

Företag inom den sociala ekonomin betonar social/samhällelig nytta i målen för sina verksamheter. Inslag av intresse för lokalsamhällets utveckling finns även andra företag, verksamma på landsbygden. I Glesbygdsverkets postenkät till företagare (se kapitel 7 i denna rapport) framkommer engagemang för lokalsamhället som en av flera viktiga drivkrafter i deras verksamhet. Två av tre företagare anger ett sådant engagemang som en betydelsefull drivkraft.

Det småskaliga företagandet inom social ekonomi, det kooperativa företagandet, definieras vanligtvis utifrån företagsformen ekonomisk förening, med principen en person – en röst, när det gäller inflytande, men det finns även andra möjliga företagsformer. I de berättelser som vi presenterar i det här avsnittet är det en ekonomisk förening och en ideell förening, som båda arbetar med att bevara och utveckla verksamheter som är viktiga för ortens/bygdens fortlevnad. Tre Sågar ek. för, bildades för att rädda hotellet i det lilla samhället Korpilombolo i Pajala kommun. Med hotellet får orten och omkringliggande byar en samlingspunkt och turismen kan utvecklas. Docksta bordtennisklubb i Kramfors kommun är en ideell förening som sedan 1980-talet startat och drivit ekonomiska aktiviteter i olika former, huvudsakligen som aktiebolag. I dag har föreningen två dotterbolag, båda i form av aktiebolag. Det ena äger och driver fastigheter, som hyreshus, äldreboende och skola, det andra driver en turistanläggning med olika aktiviteter vid Skuleberget.

I Glesbygdsverkets enkät till regionkontoren inom den kooperativa rådgivningsorganisationen Coompanion (se kapitel 4 i denna rapport), anser 90 procent av de som svarat att det finns skillnader i socialekonomiföretagen och deras bidrag till lokal utveckling i förhållande till de ”traditionella” företagen. De lyfter fram karaktärsdrag som medlems- och samhällsnytta, engagemang, uttalad vilja till lokal utveckling samt en ”inskolning” av människor så att de blir bättre rustade att starta egna företag.

Nedanstående berättelser från Korpilombolo och Docksta får exemplifiera hur företagande inom den sociala ekonomin utvecklas och fungerar i svenska gles- och landsbygder. Ekonomiska föreningen Tre Sågar i Korpilombolo har bara några år på nacken. Docksta Bordtennisklubb startade redan 1963 som en traditionell idrottsklubb och ideell förening, men började verka inom lokal utveckling och social ekonomi från 1980 och framåt.

Informationsinhämtning

Den ena berättelsen bygger på en intervju på plats i Korpilombo våren 2006 med dåvarande ordföranden i den ekonomiska föreningen Tre Sågar, Ulla Ylivainio och kassören Lena Kero. Materialet kompletterades i en intervju per telefon med Ulla Ylivainio, nu vice ordförande, den 18 juni 2007. Intervjun på plats tog tre timmar och följdes av en rundvandring på hotellet Tre Sågar. Uppföljningsintervjun i telefon tog närmare två timmar. Berättelsen om Docksta bordtennisklubb bygger huvudsakligen på en telefonintervju, med ordföranden Hans Erik Näslund gjord under 1,5 timme

den 20 juni 2007. Besök har tidigare under våren gjorts i Docksta och vid Skuleanläggningen.

Tre sågar – byutvecklaren Ulla

- Vad saknar ni mest här i Korpilombolo? Den frågan ställde Sten-Inge Videhult, när han 2003 blev verksamhetsledare för Trevia, ett samarbetsprojekt mellan Pajala, Övertorneå och Överkalix kommuner med målet att få fler att starta företag.

- Vi saknar ett matställe, blev svaret unisont från såväl företagare, anställda och andra boende i de 12 byarna som hör till Korpilombolo församling. Befolkningen består totalt av 640 personer.

Och som så många gånger förr blickade man mot hotellet, Tre Sågar, som stod tomt; ett monument från Korpilombolos storhetstid. Det och utebadet byggdes i kommunal regi under slutet av 1960-talet, då Korpilombolo fortfarande var egen kommun. När hotellet invigdes 1970 hade Korpilombolo flera gånger större befolkning än idag. Man hade polisstation, post, bank och flera affärer. 1976 slogs Korpilombolo ihop med Pajala kommun. Idag finns en ICA-affär med viss bankservice, en bensinstation med postservice, lantbrevbäring och så hotellet Tre Sågar, som med enträget ideellt arbete är på väg att väckas till liv.

En av eldsjälarna, föreningens första ordförande och idag vice ordförande är Ulla Ylivainio, som till vardags återfinns på Studieförbundet Vuxenskolan i Kalix. Hon och Lena Kero, som då arbetade för Korpilombolo Idrottsförening och Korpen, drog 2003-04 igång en mobiliseringskampanj bland byborna och den gick över all förväntan. Ett projekt startade i Vuxenskolans regi och hotellet, som stått öde i 2,5 år, kunde så småningom gå över från privat ägande till att bli bygdens eget. Den ekonomiska föreningen Tre Sågar, bestående av ett 80-tal privata delägare och 30 företagare, kunde köpa hotellet för 150 000 kronor, med lån från banken som ställt sig positiv till verksamheten.

- Vi var närmare 50 personer som jobbade och slet i ett antal veckor för att städa upp och ställa i ordning lokalerna, berättar Ulla. 90 procent var kvinnor, men karlarna kom och hjälpte oss när de såg att det blev allvar av. Vi slet men hade så himla roligt!

Till invigningen den 14 februari kom 232 personer. De bjöds på hemlagad mat och musik för alla smaker; rock, pop och etno-toner från Tornedalen.

Köket körde igång genom att kvinnorna i bygden bildade matlag som jobbade ideellt. Hotellet kunde erbjuda lunchservering och så småningom kom också rumsuthyrningen igång. Trevia var en stor första kund, som körde längre och kortare seminarier förlagda till Tre Sågar med både luncher och middagar. Coompanion (tidigare NKU) bistod med stöd kring hur man skulle bilda och driva verksamheten som ekonomisk förening. Trevia fanns som stöd i ryggen för hur föreningen skulle hitta lån och bidrag för att så småningom få verksamheten att stå på egna ben.

Sven-Olov Fagerlön anställdes som vaktmästare. Han var utbildad elektriker och, visade det sig, ett riktigt klipp för föreningen. Elräkningarna såg ut att bli en dyr post för Tre Sågar och därför började han undersöka möjligheterna att elda med flis från sågverket i Teurajärvi i stället. Den ekonomiska föreningen begärde ytterligare ett lån på 650 000 som banken ställde upp med då man kunde påvisa ett avtal om försäljning av värme till Pajalabostäder. I dag värmer flispannan hotellet och ett

Fakta om företaget

Företagsnamn:	Tre sågar
Företagsledare/talesperson:	Ulla Ylivainio
Startår:	2004
Verksamhet:	Hotell, restaurang, fastigheter
Företagsform:	Ekonomisk förening
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	1 + ideella krafter
Varav antal kvinnor:	
Omsättning 2006:	1,3 miljoner kr

hyreshus med nio lägenheter, som föreningen köpt. Dessutom säljer föreningen värme till Pajalabostäder, som har två hyresfastigheter i Korpilombolo. Sven-Olovs tjänster som fastighetsskötare och elektriker säljs dessutom till ett annat företag; Nilssons fastigheter. När det gäller köket anställde man på lönebidrag en kvinna som utbildad sig till kock vid Utbildning Nord i Övertorneå.

- De ideellt arbetande arbetslagen i köket var lite oroliga i början, men samarbetet fungerade bra. De behövdes ju i alla fall vid större arrangemang, för städning av rummen m.m. Tyvärr fick Anna, som kocken heter, besvär med benen och kunde inte vara kvar. Sedan dess har kök och rumsuthyrning drivits helt ideellt, det är svårt att få yrkeskunnig personal till en ort som Korpilombolo. Utifrån den låga omsättning som föreningen fortfarande har, kommer det dessutom att bli tungt att klara av en anställning utan någon form av anställningsstöd.

- De första åren gick allt bara framåt, på senare tid har det känts tyngre, säger Ulla, som tror att tredje året är värst när man ska driva en verksamhet på det här sättet. Folk orkar inte jobba ideellt hur mycket som helst år ut och år in.

Föreningen arbetar nu för att få större lönsamhet i verksamheten, men det kräver också större arbetsinsatser. Från hösten 2007 engageras en entreprenör som kan driva Tre Sågar tillsammans med de ideellt engagerade. Hon börjar som anställd i föreningen och beroende på hur verksamheten utvecklas kan föreningen tänkas arrendera ut den till henne. Hon har både jobbat i restaurangbranschen och är utbildad tapetserare. Hon har, liksom styrelseledamöterna, många idéer om hur man ska jobba med paket och upplevelser av olika slag. Hennes man har rötter i en by i närheten av Korpilombolo och de har flyttat från Luleå.

- Vi har nu hamnat på kartan här i Norrbotten och måste till varje pris gå vidare med att marknadsföra oss och utveckla olika komplement till maten och boendet, säger Ulla. Vi vill locka mindre grupper hit, människor som är intresserade av tystnad och ren miljö. Vi kan erbjuda naturstigar och fiskrika sjöar och bäckar på sommaren liksom olika arrangemang med skoterturer på vintern.

- Den fastighet vi äger utöver hotellet används till vandrarhem är lätt att hyra ut både till korttidsboende men också till de som vill stanna lite längre tid. Det är små lägenheter med kök och ett eller två rum. De passar bra för ungdomar som vill ha eget boende, men vi har också tankar kring att utveckla ett serviceboende för äldre från byarna, som har svårt att klara sig på egen hand under vintern men helst vill bo kvar hemma, åtminstone på sommaren.

Flera stora årliga arrangemang är idag en viktig del av underlaget för att driva verksamheten. I februari månad arrangeras SM för skoterdragracing under en helg, Midnattssolscupen, en fotbollsturnering, körs i slutet av juli. Den genomförs i samarbete mellan Korpilombolo, Aapua, Svanstein och Ohtanajärvi. Då kommer bl.a många norska fotbollslag som gäster till bygden. Höstmarknaden i september är ett annat stort arrangemang.

Men höjdpunkten är nog ändå Nattfestivalen som hålls 1-13 december och har internationell status. Den drivs av Korpilombolo kulturförening. Då firar man den colombianske författaren Leon de Grieffs fiktive figur Gaspar von der Nacht, som lämnade Bolombolo i Colombia och begav sig till Korpilombolo. Där blev han kvar 33 år i det som författaren benämnde den absoluta tillflyktsorten. Författaren hade aldrig satt sin fot där men lyckades ändå beskriva bygden på ett sätt som stämde med verkligheten. Festivalens tema är filosofi, litteratur, konst, musik, dans och teater.

- Det kommer mycket folk till de här arrangemangen och en del andra som vi har. Julbordet är också en inkomstbringande verksamhet. En gång i månaden har man

pizzakväll på hotellet, sedan är det många privata arrangemang; bröllop, födelsedagar, begravningar osv., som bidrar till intäkterna.

Ekonomin går ihop, men Ulla återkommer till problemen med pengar, med att engagera alla i det omfattande idéella arbetet och att bygga verksamheten tillräckligt stark:

- Det största problemet är att hitta lösningar för att dra in pengar. Att hitta finansieringskällor och söka bidrag tar mycket tid och det är svårt att lösa på idéell väg. Det praktiska klarar vi men vi behöver viss ekonomisk hjälp med att anställa folk och marknadsföra oss, så att vi får sälja mer, bygga upp kapital och få en bättre ekonomisk grund.

- Den här processen tar tid i glesbygder, säger Ulla. De första 3-5 åren borde det finnas en uppbackning från samhället, kanske främst i form av stöd till att ha anställda, så att man med någorlunda trygghet kan arbeta fram ett koncept som gör att verksamheten sedan står stabilt på egna ben.

Hon tror också mycket på erfarenhetsutbyte och samarbete över bya- och kommungränser.

- Enskilda byar och bygder är oftast för små här uppe för att bära större projekt och arrangemang. Man måste gå samman och hitta lösningar för att överleva och utvecklas. Det skulle finnas ett organ inom kommunen som har tid och möjligheter att sy ihop allt som finns i byarna och våra större kommundelar, Pajala, Täreändö och Korpilombolo. Vi har alla våra nischer och genom att se helheten och stödja de ideella insatserna skulle verksamheterna få en mer stabil och hållbar utveckling.

Korpilombolo är också med i ett Interreg-projekt tillsammans med Lannavara och ett antal byar i Finland och i Ryssland för att hitta lösningar när det gäller att behålla och utveckla servicen på landsbygden. Projektet drivs av Coompanion. Och ifrån Finland har Ulla och hennes kollegor i Tre Sågar fått en hel del idéer kring hur man skulle kunna utveckla stöd för funktionshindrade och nya former för äldreboende:

- Vi har massor med idéer för att utveckla bygden och verksamheten inom vår ekonomiska förening, säger Ulla Ylivainio. Men det är tid och pengar som saknas. Ideella verksamheter behöver ha någon part som kan hjälpa till med att söka projekt- och utvecklingsmedel!

- En utveckling som sker i glesbygden ger så mycket mervärden för de boende. Attityder förändras, man börjar se möjligheter, framtidstron stärks, man söker gemenskap och ser resultat av gemensamma insatser.

- Från samhällets sida har man mycket att vinna på det ideella engagemanget. När människorna själva får möjlighet att påverka sin livssituation finner de ofta lösningar som passar lokalt. Det som behövs är ett enkelt regelverk som tillåter olika ideella krafter att prova verksamheter som kan ge bäring och skapa arbetstillfällen, avslutar Ulla.

Docksta Bordtennisklubb – byutvecklaren Hans-Erik

Hur duktiga de är på att spela bordtennis i Docksta nuförtiden är lite diffust. Klart är i alla fall att Bordtennisklubben i den lilla orten med 900 invånare vid Höga kusten, mellan Kramfors och Örnsköldsvik, är väl känd i alla sammanhang där det talas om landsbygdsutveckling och social ekonomi. Men ändå; det började med intresset för bordtennis och idrott. Av killarna som startade klubben 1963 är Hans-Erik Näslund fortfarande den aktiva eldsjäl och ordföranden i föreningen. Ytterligare två i styrelsen har varit med från starten.

Fakta om företaget	
Företagsnamn:	Docksta Bordtennisklubb
Företagsledare/talesperson:	Hans-Erik Näslund
Startår:	1963
Verksamhet:	Fastigheter, service upplevelseturism
Företagsform:	Ideell förening med två dotterbolag (DBTK AB och Skulebergets fritid)
Antal sysselsatta vid intervjutillfället:	10 inkl dotterbolag
Varav antal kvinnor:	3
Omsättning 2006:	7 miljoner kr inkl dotterbolag

-Det är svårt men nödvändigt att hitta nya krafter som vill ta över, men först ska vi lägga fast vision och mål för framtiden så att klubben fortsätter att vara en lokal motor för utveckling av bygden, säger Hans Erik, lärare till professionen. Han har jobbat som rektor ett antal år och föreningen driver han på ideell basis:

-Jag skapar förutsättningarna, förhandlar med kommunen, ansöker om pengar och så vidare, medan andra gör vardagsjobbet.

Ändå undrar man hur tiden räcker till för denne entusiast som länge också varit involverad i olika landsbygdsprojekt, exempelvis Våga Växa i Västernorrlands län. Nu byter han rektorstolen mot ett jobb som landsbygdslots i Örnsköldsviks kommun. Att lösa problem, utveckla bygder och verksamheter är det han brinner för.

- Det viktiga är att våga tänka nytt, säger han. Alla bygder har sina unika, lokala förutsättningar. Det gäller bara att våga gå lite utanför de traditionella lösningarna och att skapa samarbetspakter: Den ideella, den privata och den offentliga sektorn måste finna varandra och gemensamt driva utvecklingen framåt.

I Docksta började det med att Docksta BTK köpte ett bostadshus som låg intill ett område där klubben skulle bygga fotbollsplan. Nu hade man klubblokal vid bygatan och dessutom byggde man ut huset med 100 kvadratmeter industrilokal och en utställningshall. 1988 byggde klubben ett större industrihus sedan kommunen efter en längre tvekan bestämt sig för att det av ekonomiska skäl inte skulle gå att genomföra.

Hur skulle då föreningen klara det om inte kommunen kunde? Ja, medlemmarna ställde upp med ideellt arbete, kommunen gav ett bidrag och när det till sist ändå fattades 400 000 kronor så startade klubben en insamling och fick ihop pengarna.

-Vi klarade kalkylen med råge och visade på det sättet att det fanns kraft i bygden, säger Hans-Erik.

Året efter, 1989, var det dags för nästa affär. Då byggde klubben kafé och värmestuga vid slalombacken i Skule – SM i utförsåkning skulle hållas där. 1991 gick skofabriken i Docksta i konkurs. För att rädda jobben bildade föreningen ett aktiebolag: Docksta utvecklingsaktiebolag (DUAB). Man gick helt enkelt ut till alla hushåll i Docksta och lyckades få ihop 170 delägare och sammanlagt 230 000 kronor. Bordtennisklubben blev största delägaren med 15 procent av aktierna. Skotillverkningen och 22 arbetstillfällen i bygden var räddade. För två år sedan såldes det bolaget till en grossist som nu driver verksamheten vidare.

För att klara driften vid slalombacken i Skule bildade klubben tillsammans med fem andra föreningar nästa bolag: Skulebergets fritid AB 1992. Idag ägs det bolaget till 100 procent av DBTK.

- Nu gav vi oss in i att utveckla turismen vid Skule, säger Hans Erik. Det fanns två stugor vid linbanan till uthyrning när vi tog över, nu är det 23. Rövärgrottan i Skuleberget är ett populärt utflyktsmål. Varje år är det 10 000 – 12 000 personer som åker upp med linbanan.

Utöver stugorna driver Skule Fritid även Rövarbyn, en aktivitetsanläggning för barn mellan 5-13 år. Bygdegården ligger i anslutning till den anläggningen och även den har Bordtennisklubben genom Skule Fritid tagit över.

Slalombacken med två liftsystem, toppstugan, uthyrningsstugorna, bygdegården och aktivitetsanläggningen; allt på Skulebergets södra sida ägs av Bordtennisklubben, men det senaste året har driften av stugorna och Rövarbyn arrenderats ut till en entreprenör. Samma sak gör man med bergsklättringen:

- Varken ägandet eller driften är i sig något självändamål för oss, säger Hans-Erik. Det viktiga är att verksamheterna är i gång och genererar jobb och pengar. Tidigare hade vi anställda vid Skule, nu känns det som om vi tappar både pengar och kraft, men på sikt tror vi på den här lösningen.

Docksta Utvecklingsbolag finns inte längre, I stället bildades 2004 ett nytt helägt dotterbolag; Docksta BTK AB för driften av de fastigheter klubben äger. 2002 köpte klubben återigen flera hyreshus av kommunen. Denna gång bl.a. för att rädda äldreboendet, som hotades av nedläggning. När kommunen ville lägga ned skolan och bussa barnen till Ullånger ledde det till protester bland Docksta-borna. BTK grep in och efter förhandlingar bestämde man att klubben skulle stå för ombyggnationerna av lokalerna och skolan skulle få vara kvar.

- Vi är den stora fastighetsägaren i Docksta idag, säger Hans Erik

Utän Bordstennisklubben skulle varken skolan eller äldreboendet ha funnits kvar i Docksta. Skotillverkningen räddades också av klubben och kunde sedan gå över i privat ägo. Vid alla kriser i bygden har BTK sedan början av 80-talet gripit in.

- Folk har vänt sig till oss, vi har tagit över verksamheter som egentligen är kommunala angelägenheter, men att vi har lyckats få dem att fungera beror på att vi hela tiden tänkt affärsmässigt. Vi har sett att satsningarna med hjälp av ideella krafter på sikt kan fungera och bli självgående. När det blir möjligt att driva verksamheten som företag lämnar vi över till entreprenörer.

Via EU-projekt har BTK också byggt en stor naturscen vid Skule och varje år första helgen i juli arrangerar man Skulefestivalen som lockar många besökare. Den verksamheten vill och ska klubben emellertid fortsätta att driva utifrån det ideella engagemanget i bygden. Naturen omkring och det faktum att området ligger mitt i världsarvet, gör arrangemanget allt mer attraktivt för både artister och publik.

- Landsbygdens styrka är att det ofta finns en stark ideell sektor, som i samarbete med företag och offentlig sektor kan skapa utveckling, säger Hans Erik Näslund. Den ideella sektorn kraftsamlar ofta utifrån idrott, kultur eller service som är viktiga för bygden.

Kommentarer

Båda exemplen visar på starka ideella krafter som vill skapa utveckling i sin bygd. *Docksta Bordtennisklubb* har lång erfarenhet av lokalt utvecklingsarbete och kan utan att skryta visa på viktiga resultat. Klubben har räddat många arbetstillfällen genom att bygga industrilokaler, under en period driva skofabriken och nu även fritids- och turistsatsningen vid Skuleberget. Den har också bevarat en del av samhällsservicen genom att köpa de hus som används för äldreboende och att rusta upp skolbyggnaden så att skolan kunde vara kvar. En viktig förutsättning för att lyckas har för Docksta

BTKs del varit att man haft en långsiktigt affärsmässig syn på det man gör. Man har tagit över och dragit igång verksamheterna med hjälp av ideella krafter för att sedan lämna över dem till entreprenörer när de går att driva enligt affärsmässiga principer. Varken ägandet eller driften har varit självändamål, det centrala har varit att skapa arbete och utveckling. Att våga gå utanför de traditionella lösningarna och att skapa samarbetspakter mellan ideell, privat och offentlig sektor har varit framgångskonceptet.

Tre sågar, ekonomisk förening i Korpilombolo, startade 2004 och är just nu inne i en svår period, när det stora ideella åtagandet känns tungt. Samtidigt är den ideellt arbetande styrelsen definitivt inte på väg att ge upp. Föreningen har lyckats med något som inte privata företagare lyckats med på ganska länge: att få verksamheten vid hotellet att gå runt, genom att ordna arrangemang och att sälja energi till kommunen och tjänster som den uppfinningsrike vaktmästaren står för. Men bristen på kapital är påtaglig och vice ordföranden Ulla Ylivainio önskar att det fanns en uppbackning från samhället i form av stöd till att ha anställda och till att satsa på marknadsföring så att föreningen på det sättet kunde få fler gäster till hotellet och olika arrangemang, bygga upp kapital och få en stabil ekonomisk grund. Det praktiska arbetet klarar man av, men att hitta finansieringskällor och söka bidrag tar mycket tid och är svårt att lösa på ideell väg. Ulla Ylivainio betonar också behovet av samarbete över by- och kommungränser. De flesta byar i en kommun som Pajala är för små för att skapa egna lösningar på service och utveckling. Hon efterlyser bättre samordning på kommunnivå och någon part, kanske i kommunen eller länet som kan stödja ideella krafter i byarna i arbetet med att söka projekt- och utvecklingsmedel. Där föreslår hon att man ska lära av Finland, där många verksamheter som startat som EU-projekt blivit hållbara och bestående lösningar för många av landsbygdens problem.

Samhället har mycket att vinna på det ideella engagemanget på landsbygden, hävdar de intervjuade i båda exemplen. Det de efterlyser är ett stöd från samhället och ett enkelt regelverk, som tillåter olika ideella krafter att prova verksamheter, som kan ge bäring och skapa arbetstillfällen.

De hinder och de möjligheter som *Tre Sågar* och *Docksta Bordtennisklubb* exemplifierar, ligger väl i linje med de som *Coompanion*-kontoren tar upp (se kapitel 4 i denna rapport). Svaren från *Coompanion* är emellertid tämligen neutrala när det gäller geografin, dvs. de särskiljer inte gles- och landsbygder i svaren som rör hinder och möjliga åtgärder.

8.11 Sammanfattande kommentar

Kvalitativ information, som här i form av berättelser av företagarna själva, har på samma gång ett stort informationsvärde och låg generaliserbarhet. Ovanstående berättelser ger en detaljerad insyn i företags startprocesser, företagarnas drivkrafter, upplevda hinder och möjligheter. Hur mycket av detta kan då sägas vara av relevans för företagssegmentet som helhet? Den frågan går inte att svara på, men olika aspekter och frågeställningar som förs fram av de intervjuade stämmer väl in vad som sagts i upprepade kontakter som Glesbygdsverket haft med många andra småföretagare i gles- och landsbygder. De områden, som tas upp, kan i sin tur vara ingångar för fortsatta studier, bl.a. kvantitativa. I denna rapport har ett flertal metoder och informationskällor använts, såsom enkäter, registerdata, externa reflexioner och intervjuer. Ambitionen har varit att den sammanlagda bilden därmed skall bli mer nyansrik och bättre bidra till förståelsen av solo- och mikroföretagare i gles- och landsbygder.

En första kommentar rör företagarna själva som, i dessa små företag, i det närmaste blir företaget. Drivkrafter och initiativförmåga är starka och pekar på entreprenörens betydelse för en ekonomisk utveckling.

En geografisk reträtt av service visar sig kunna påverka företagets verksamhet både genom en minskad attraktionskraft för orten men också genom sämre godshantering och, naturligtvis, genom olägenheter och kostnader genom längre resor. En avvägning mellan billiga affärslokaler eller nya dyrare intill genomfartsleder väcker frågor, exempelvis om utformning av stödet till kommersiell service. Framtida saneringskostnader för bensinstationer kan vara en bland flera faktorer som försvårar för lösningar av ett sådant serviceutbud. Problem med godshantering tas upp i flera fall och genomgående omnämns en upplevd, ökad, ovilja från speditörsföretagen att köra ut och hämta gods till och från ytterområden. Dyra persontransporter är också ett problem när det gäller att marknadsföra sig och skapa fler kundkontakter utanför den lokala marknaden.

Flera intervjuer belyser det starka engagemanget i bygden som företagarna har, vilket också tydligt framgår i postenkäten (kapitel 7). Det är en positiv faktor för utvecklingen av bygden, samtidigt som det faktum att företagen måste lägga avsevärda krafter på att bevara och utveckla ortens serviceutbud, kan göra att utvecklingen av företagets tillväxt går långsammare.

Glesheten kan av vissa personer och i vissa fall ses som en tillgång, som till exempel när det gäller små företag inom upplevelseekonomin, något som även Bengt Johannisson är inne på i sin reflexion (kapitel 9). Behovet av en övergripande studie av insatser för att stimulera inflyttningar av utländska medborgare, ofta s.k. livsstilsinflyttare väcktes även. Vad insatser görs, i vilken omfattning sker det och hur effektivt är det? Finns det lärdomar att dra mellan regioner? Flera exempel pekar på den långa startprocess som kan föregå ett fungerande, livskraftigt företag. En kunskap som kan vara värdefull att bära med sig i olika studier och uppföljningar.

Även om företagen ligger i utkanten av marknader, kan en inriktning på export förändra detta. Exporten kan innebära inresande utländska kunder eller att produkter och kunskapsintensiva tjänster säljs utomlands. Sådana framgångsrika satsningar förutsätter ofta såväl goda internetuppkopplingar, som fungerande person- och godstransporter. Kontakter med exportstimulerande organisationer som kan ge handfast hjälp är betydelsefulla, men ibland svåra att få för företag i glesbygd. Det kan diskuteras om särskilda, uppsökande, insatser behövs för detta företagssegment.

Externa personer i ett företags arbete, i form av coacher, styrelseledamöter etc. kan vara ett sätt att tillföra kompetens och få nya infallsvinklar på sitt företag. Samverkan i organiserade nätverk likaså. Nätverket Georange arbetar med att påverka de högteknologiska och yrkestekniskt kunniga företagen inom gruvbranschen i norra Sverige till att utveckla en kompetens som är dels branschövergripande, dels blir efterfrågad internationellt. Det är betydelsefullt för att de ska överleva även efter den svenska gruvboomen. Nätverket Ywood har hjälpt små träförädlingsföretag i Västernorrlands län med såväl marknadsföringsinsatser som kontakter med andra företag, så att de i samarbete kan komma ut på exportmarknaden.

Kapitalförsörjningsproblem är vanliga i ren glesbygd och kan i vissa fall omintetgöra eller fördröja en tillväxt. Mångfald i kapitalförsörjningssystemet med uppmärksamhet på de små företagens situation och geografiska variationer kan vara ett sätt att möta detta. Tillgång till erfaren/utbildad arbetskraft är ett annat problem som försvårar för glesbygdens företag och som skulle kunna lösas med en större långsiktighet i utbildnings- och arbetsmarknadspolitiken.

Att regelverken i Sverige är utformade utifrån stora företag och därmed vållar problem för småföretag, blir särskilt tydligt när det gäller lantbruket och småskalig livsmedelsförädling. Problemet storskalighet kontra småskalighet går igen när det gäller hantverkets möjligheter att utvecklas och att komma in i dagligvaruhandeln.

Generationsskifte är ett aktuellt problem på många lantgårdar, med eller utan förädling. I Frankrike finns ett system, som intresserar de svenska lantbrukarna: Systemet gör det möjligt för delägande jordbrukare att arbeta tillsammans under betingelser, jämförbara med dem som råder i ett familjeägt företag.

Det svenska jordbruket genomgår en stark förändring, men framgångsvägar finns. Inte minst gäller det den diversifiering som pågår och är i växande. Här behövs emellertid stöd och stimulans, särskilt när det gäller den hantverksmässiga förädlingen av livsmedel på landsbygden. De framgångsrika modeller för samverkan av triple helix karaktär, som redovisas när det gäller såväl gruv- som träbranschen, skulle kunna vara förebilder för stödet till diversifieringen och vidareförädlingen inom jordbruket.

Socialt inriktade företag är ett inslag bland exemplen i kapitlet. Ambitioner om att utveckla bygden och skapa/bevara arbetstillfällen är i regel drivkraften. Exempelen visar både på framgångsrika, etablerade verksamheter och relativt nystartade med omfattande inslag av ideellt arbete och osäker ekonomi. Oavlönade insatser kan lägga grunden till ekonomiskt livskraftiga företag, men kan samtidigt inte pågå under alltför lång tid. En viktig förutsättning för att företagen inom den sociala ekonomin ska lyckas är att de har en långsiktig affärsmässig syn på det de gör. Verksamheter som startats med hjälp av ideella krafter kan då så småningom tas över och drivas av entreprenörer. Den krävande och långa processen mot att lyckas, behöver emellertid uppbackning från samhället, som i sin tur har mycket att vinna på att ta till vara det ideella engagemanget inom de här företagen.

Samverkan i nätverk kan ge små företag nya tillväxtpotentialer. Här pekas på faktorer som erfarenhetsutbyte, information, produktutveckling, marknadsföring, att man delar på större order, etc. En mångfald som för övrigt bekräftar av resultaten i postenkäten till företagen (se kapitel 7). Samverkan på bynivå är också en viktig social faktor, som bidrar till att göra glesbygden attraktiv.

Företagens roll i ett lokalsamhällets utveckling kan vara mångfacetterad. En stabil arbetsgivare, som tar stort ansvar för bygden kan vara en modell, aktivt samarbete med andra företag en annan, direkta insatser med uttalade utvecklingsambitioner en tredje. I exemplen ovan framgår samtliga dessa aspekter.

Det professor Bengt Johannisson (se kapitel 9) beskriver med termen platsattraktivitet, ett slags varumärke för bygden, kan tydligt iaktas i fler av exemplen. Genom flexibilitet, förmåga till kund Anpassning och genom samarbete mellan solo- och mikroföretag kan en kollektiv platsattraktivitet uppnås, som kompenserar för perifera lägen.

9 En forskares och en praktikers reflektioner

I detta kapitel har vi låtit en forskare och en praktiker reflektera utifrån sina erfarenheter när det gäller solo- och mikroföretagen i gles- och landsbygder. Vilka förväntningar kan ställas på dem? Vilken funktion kan de sägas fylla? Författarna är forskaren Bengt Johannisson, professor i entreprenörskap och företagsutveckling vid Ekonomihögskolan i Växjö samt praktikern Marie Simonsson med mångåriga erfarenheter från eget företagande, internationellt arbete, styrelsearbete, VD för Almi Jämtland m.m.

Soloföretagaren – myter och verkligheter

Praktikern Marie Simonsson, företagare, styrelseledamot, f.d. VD Almi Jämtland m.m.

Få verksamheter har så många sakkunniga som aldrig verkat inom området som just soloföretagandet. Till en del beror det säkerligen på att om man skall ha tid att fundera över det egna företagandet så har man ingen verksamhet. Moment 22 i det lilla formatet. Alltså måste man vara anställd för att kunna arbeta med och för soloföretagaren.

Efter att ha mött egenföretagare i det lilla formatet i flera av de skepnader som jag själv har uppträtt i: VD för ALMI Jämtland, mångårig fullmäktigeledamot av Handelskammaren, Styrelseordförande i Fokuz och ledamot av ett flertal styrelser så är det en utmaning och ett äventyr att själv, sedan två år, tillhöra skaran soloföretagare. Det är med den bakgrunden som jag vill försöka formulera några tankar kring myter och verkligheter för soloföretagaren i glesbygd i början av tjugohundratalet.

De flesta myterna berättar om svårigheterna med ett eget företagande. Problem med regelverk och myndigheter, dyra avgifter och njugga banker, för att nämna några av de mer allmänna uppfattningarna. Till det kommer skattebördor och brist på fritid. Ändå är vi så många som väljer att bli egna företagare, som väljer av en eller annan anledning att pröva om myterna verkligen stämmer.

Låt mig därför göra en personlig och absolut subjektiv fundering kring soloföretagandets villkor i glesbygd, i Jämtland närmare bestämt.

Under min tid på ALMI hade jag förmånen att möta många människor som antingen stod i begrepp att starta sitt företag och då valde att få rådgivning i uppstarten, eller människor som redan hade etablerat sitt företag och nu behövde rådgivning i samband med sina innovationer, alternativt behövde ekonomisk rådgivning.

Gemensamt för de flesta av alla dessa människor var just drivkraften i det egna företagandet. Tron på affärsidén, och den egna förmågan att förverkliga det man hade föresatt sig. I mötet med de här företagarna mötte jag ofta just de olika problematiker som inryms i det jag, lite vanvördigt, kallar ”myterna”.

Regelverket kan naturligtvis upplevas stort och svårt. Inte minst om man inte förberett sig för att man nu blivit en firma helt plötsligt och inte längre lever som anställd med förenklad deklaration. Internets sökfunktioner är dock en möjliggörare

som saknar motstycke till att verkligen ge glesbygdsföretagaren relevant information när den behövs.

Många av de nyare företagare som jag har mött under de senaste åren är yngre kvinnor som aktivt väljer att stanna och bilda familj i glesbygd. För dem är soloföretagandet den enda möjligheten att nyttja sina kunskaper på ett utvecklande och utmanande sätt. Företagandet ger dem chans att skapa sin egen inkomst inom den utbildning som de har, samtidigt som de bygger den självständighet som ett eget företagande ger. Återigen är internet och bredband den möjliggörare som helt plötsligt gör det fullt möjligt att arbeta inom många serviceområden oberoende av bostadsort.

Det ger unga familjer, barn och en framtid för hela närområdet som vi talar om som glesbygd, där återväxten på invånare så att säga är A och O för den framtida utvecklingen. Vi behöver också förebilder som visar att ”det går”. ”Det går” att sitta i Gåxsjö som jag gjorde förra året och ha löpande kontakt med fem anställda i Fort Lauderdale och bank med löneutbetalningar och allt däromkring. Allt som krävdes var telefon, bredband och fax – och en vilja att tidvis leva i amerikansk tid.

I dag är glesbygdens arbetsalternativ alltmer begränsade med större jordbruksenheter och mindre lokal service, färre lokala butiker och skolor. Att leva med kvalitet i glesbygd i dag kräver egentligen antingen pendling eller ett eget företagande. Med bensinprisernas uppgång, och de pendlingsavstånd som ofta råder (åtminstone till kvalificerade arbeten), är företagandet ett alternativ som jag märker diskuteras allt allmänare hos de yngre i min omgivning.

Just därför är det viktigt att söka Gaseller och andra förebilder. Jag tror också att bland det viktigaste man kan uppmuntra från både privat och offentligt håll är ”företagar-ringar” eller andra sammanslutningar. Soloföretagandet är ensamt och ofta saknas det egna initiativet, eller snarare orken, lusten eller förmågan att möta andra företagare och utbyta erfarenheter. Att få idéer från andra och egen vidareutveckling genom gemensamma mötesplatser.

Jag är själv med i en sådan ring med soloföretagande kvinnor. När vi talar om problem så framstår problemet med att möta våra kunder som ett av de allra största. Alltså, när soloföretagaren också är småbarnsmamma, boende i glesbygd, så finns det oftast inte så många andra ställen än köket som mötesplats. Hur många av oss har kök som lämpar sig som ett professionellt första intryck när vi möter en kund? Jag har det i vart fall inte. För min del har det blivit lobbyn på ett av Östersunds hotell. Mja, om vi talar om det professionella intrycket så ligger lobbyn över mitt kök på skalan, men inte långt över.

Jag och många ensamföretagare med mig skulle behöva en plats där vi kunde hyra in oss, för dagen, för några timmar, i ett konferensrum, eller bara en hurts och ett bredbandsuttag. Ett företagshotell i centralorten som i det här fallet är Östersund. Jag kan välja att bo i Gåxsjö som en del av friheten i mitt företagande, men jag kan inte förvänta mig att mina kunder ens hittar dit, än mindre har lust att ta sig hela vägen dit.

Så låt oss gå tillbaka till myterna och verkligheten, eller snarare verkligheten. Visst existerar de problem som omtalas i det jag kallar myterna. Men det finns andra problem som är nog så stora. Fokuz genomförde flera omgångar av Växtkraftprojektet och deltagarna intervjuades i samband med dessa. Mycket av det som framkom sammanföll med de erfarenheter jag redan hade från ALMI. Nämligen att det inte är den stora vinsten som driver egenföretagaren. Endast cirka en tredjedel av dem gjorde vinst överhuvudtaget.

Det är friheten över den egna tiden, att slippa anställningens begränsningar, det är tron på den egna idén, valet av bostadsort och mängder av andra parametrar. De problem som uppstår är ofta direkt länkade till den brinnande tron på företaget, här kommer inte minst hälsoaspekterna in. Enligt siffrorna är soloföretagaren friskare än den jämförbara anställda. Det tror jag inte ett dyft på. Soloföretagaren jobbar när han eller hon är sjuk, så enkelt är det. Ringer en kund så jobbar du, för kunden kanske inte kommer tillbaka. Är du sjuk så proppar du i dig alla tänkbara tabletter och kör ditt seminarium hellre än att ställa in. Ett inställt seminarium kan ge dig dåligt rykte och då blir det inga fler, osv. Kurera mig kan jag göra ”sedan”.

Hälsoaspekterna och balansen i livet, tidsfördelningen mellan ditt företag och din familj och inte minst, dig själv, tror jag är en av de största problemen och fällorna i soloföretagandet. Problemet blir dessutom större nu när allt yngre väljer att starta sitt eget företag istället för att gå till en traditionell anställning. Företaget kan ”äta upp” företagaren. Arbetsveckor på åttio timmar är inte ovanligt och helger tappas med regelbundenhet bort i arbete. Att komma till rätta med det handlar om insikt att ingen maskin stoppar för att köras kontinuerligt utan service. Inget arbete blir fortsatt kreativt om man inte har utrymme för annat än ett och samma i sitt liv. Här tror jag återigen att en uppmuntran av ”företagar-ringar” och ”mentorskap” skulle innebära att både företagaren själv och företaget mår bättre på sikt.

Problemet med ”uppmuntran” blir nog främst hur man kan motivera soloföretagaren att ”ta tid” från företagandet för att delta. Med hänsyn till att så många vacklar på förlustens rand hela tiden, vore det intressant om man kunde få något slags ”studiebidrag” för deltagande.

Jag har själv ett fritt liv i mitt företagande, och det är lätt att ta ”bara” ett seminarium extra – ”jag vet ju inte hur det blir till hösten” trots att jag vet att det blir natt- och helgjobb. Trots att jag tar av min motionstid för att hinna med. Trots att jag vet att jag biter mig i svansen. Om jag tillhörde en ”företagar-ring” eller liknande där vi också pushade på varandra för att ta vara på den egna hälsan skulle jag troligen tänka mig för bättre vad gäller den egna balansen i livet.

Verkligheten – är ensamhet. Att sakna någon att fråga och dela ett skämt eller en kopp kaffe med. Att inte ha arbetskamrater som drar iväg en på lunch när det är dags. Jag har upptäckt att det inte är disciplin som saknas hos mig själv och de flesta soloföretagare som jag möter. Tvärtom har vi för mycket disciplin vad gäller företagandet. Det är här som mentorskapet skulle vara till stor hjälp. Att ha en erfaren, kanske pensionerad företagare, att ringa och fråga när det känns knivigt.

Verkligheten är också avsaknad av goda exempel och förebilder. Jag tycker jag matas med problemställningarna kring företagandet, sällan goda exempel, roliga erfarenheter och positiva artiklar både lokalt och i till exempel Dagens Industri. Därför är också omgivningens attityd till soloföretagande ganska negativ.

När jag för två år sedan bestämde mig för att lämna arbetet som VD för ALMI i Jämtland och bli soloföretagare då på 50 procent som adjungerad professor i Tampa, Florida och 50 procent som konsult var gratulationerna få. De flesta som valde att ge mig råd försökte få mig att inse realiteten i de svårigheter som väntade mig som soloföretagare. Jag förstod också att det var socialt harakiri att välja det egna företagande framför VD-titeln.

Det har nu gått drygt två år, och vad hände med de förväntningar som jag hörde? Jag har undervisat i USA i två år, och haft underbart roligt. Under nio månader hade jag fem anställda i ett personligt assistansprojekt i Fort Lauderdale. Jag har arbetat med kulturella skillnader och ledarskap. Numera har jag seminarieverksamhet i Sverige på heltid. Ja, det har inte varit helt rakt och planerat, men det beror på att det

kommit nya, större möjligheter i min väg, och som ensamföretagare kan jag göra just det som de flesta av oss vill, men sällan kan; jag kan välja att följa intuitionen och det som känns alldeles rätt just nu. Jag har en frihet med ansvar endast inför mig själv (OK, och skattemyndigheten också).

Jag lever i Gåxsjö, på den gård där jag valt att bo och där jag får inspiration bara av att se ut över fjällen och känna rymden omkring mig. Jag tar tid när jag arbetar med att förnya mitt material, och det gör jag i Florida, när jag går nere i strandbrynet och hör vågskvalpet. Jag lever i en tillvaro där jag styr själv.

Jag tjänar två timmar per arbetsdag på att arbeta hemifrån, och slippa sitta i bilen in till Östersund, därtill sparar jag massor med bensin. Jag lever i ett bättre tempo även om jag arbetar många fler timmar.

Min fördel när jag valde att bli egen företagare var att jag kunde räkna kalkyler och göra en budget. Jag hade också ett eget sparkapital. Min nackdel var att jag hade förfärligt svårt att ta betalt för min egen kompetens. Jag tror därför att de kurser i starta eget som finns i offentlig regi är bra, om inte nödvändiga, för de allra flesta som startar sitt första företag. Även om vi kan vissa delar, och självklart kan vi vår affärsidé, så finns det områden där vi behöver hjälp och idéer.

Om jag får önska mig något av framtiden som egenföretagare i glesbygd, så är det att jag får behålla posten, att jag hittar ett bättre ställe än hotellobbyn att möta mina kunder på, och att attityderna gentemot eget företagande förändras genom positiva artiklar i vilken tidning det än må vara.

Mikroföretagandet som driftsform och livsform i gles- och landsbygder

Forskaren Bengt Johannisson, professor, Växjö universitet

Företagandet är nu, vid millennieskiftet, inne i brytningstid. Särskilt gäller detta solo- och mikroföretagandet, alltså de verksamheter som genom sin storlek (formellt upp till och med nio sysselsatta) möjliggör självägande och tillåter ett personligt ledarskap. När privatliv och affärsliv är tätt sammanvävda blir företagets och platsens identitet nära förbundna. Mikroföretagandet uppenbarar att företagande väl så mycket handlar om formandet av individers personliga identitet som om skapande av affärsmissig framgång. Den grundsynen präglar varje familjeföretagare oavsett lokalisering och kommersiell framgång. Gles- och landsbygders samhällsekonomi kräver därtill ofta egenföretagande som villkor för att man skall kunna förbli på en viss plats. För många blir det första företaget också det sista. Ändå är motivet mer än självbevaringsdrift. Många av dagens soloföretagare har någon gång provat att ha anställda, något som bär vittnesbörd om ansvar bortom den egna familjen. Framtvingad tillväxt behöver omvänt varken gagna företaget eller platsen.

Gles- och landsbygders solo- och mikroföretagare skiljer sig från kollegorna i staden främst genom att deras omedelbara verksamhetsmiljö är annorlunda. Som de flesta andra företagare känner de trygghet i det personliga nätverket och främlingskap inför Organisations- och Myndighetssverige. Man vill inte ha yttre inblandning i egna affärer och man saknar främst mätbara resurser som finansiellt kapital. För att förstå de särskilda utmaningar som gles- och landsbygders solo- och mikroföretagare står inför måste man ändå anlägga ett bredare perspektiv än det snävt ekonomiska.

Den nya kommunikations- och informationsteknologin präglar övergången mellan den industriella och den upplevelsebaserade ekonomin. Den förra, som här också får innefatta serviceekonomi, eftersom den haft den industriella som förebild, karakteriseras av standardisering och enkelriktade varu- och tjänsteflöden mellan

producenter och konsumenter. De senare bara som mottagare av nyttigheter och möjliga att förföra genom indoktrinering. Upplevelseekonomin kännetecknas tvärtom av bejakandet av varje människas unika intressen och behov vilket leder till ett tanke- och tjänsteutbyte som har sin grund i kunders och leverantörers ömsesidiga lärande. Under den industriella eran hade gles- och landsbygdersnas företag som uppgift att förse avlägsna marknader och anonyma slutkonsumenter med naturresurser. I en upplevelseekonomi blir konsumenterna till människor som aktivt söker upp platser som kan erbjuda utmanande erfarenheter för att där få leva ut sitt jag i dialog med människor på plats.

För gles- och landsbygders egna människor och företagare innebär upplevelseekonomin att otillgängligheten kan förvandlas till omedelbar närhet genom personliga möten med all världens folk. Man behöver inte ta till så remarkabla begivenheter som de Ishotellet i Jukkasjärvi kan erbjuda för att förstå att det idag finns nära nog obegränsade möjligheter att göra den stora världen närvarande på platser som natur och kultur tidigare gjort otillgängliga. När väl upplevelseekonomins brukare nått gles- och landsbygder blir de dess förnyare. Samtidigt antar de rollen som bygdens ambassadörer när de återvänt till sina hemorter. En mer kostnads- och effektintensiv marknadsföring av den lokala särarten kan man knappast önska sig. Genom att koncentrera sig på det lokalt unika vävs gles- och landsbygders småföretag samman och, genom dem, den lokala ekonomin som helhet.

Frikopplingen från den urbana miljöns förförande resursöverflöd har bland mikroföretagen i allmänhet, och gles- och landsbygders i synnerhet dessutom skapat ett stort intresse för länknings- och högskolornas forskar- och utbildningsvärld. Företagen har helt enkelt utvecklat en konstruktiv ödmjukhet, som leder till att man fokuserar på det man själv är bra på och i övrigt kompletterar med resurser och kompetens utifrån. Kvalificerade kunskapslänkar till högskolevärlden blir särskilt intressanta i en upplevelseekonomi eftersom högskolans hela kunskapsregister där kan komma till nytta. Medan den industriella ekonomins företag främst etablerat länkar till tekniska ämnen, kan upplevelseekonomin dessutom tillgodogöra sig sådana insikter som samhällsvetenskaper erbjuder i form av exempelvis alternativa organiserings- och marknadsföringsformer. Upplevelseekonomins företag kan vidare dra nytta av de humanistiska ämnenas nära nog uteslutande, och nästintill oexploaterade, källor till skraddarsydda produkt erbjudanden. Skulle nu inte några av de många idéer, som kan genereras i sådana möten, lyckas kommersiellt blir företaget inte utarmat utan berikas av erfarenheter och ekiperas med ett personligt kontaktnät som är laddat för nya uppgifter.

I den företagarevärld som här är i fokus, mikroföretagandets, är påståendet om ett intensivt möte mellan industri- och upplevelseekonomierna mer än en spekulering. En utredning vid Forum för småföretagsforskning visar att i alla 14 undersökta kommuner, utom en, är bland mikroföretagen, soloföretagarna oräknade, antalet upplevelseföretag dubbelt så många som antalet tillverkningsföretag. Urvalet av kommuner är bredast möjligt, från Göteborg till Pajala. Denna statistik förebådar en stark utveckling av företagsamheten i svenska gles- och landsbygder. Flera av huvudargumenten för lokalisering av verksamheter till befolkningscentra, däribland närhet till marknader som möjliggör standardisering och stordrift i produktion, faller tvärt. I stället växer behovet av skraddarsydda produkter och personlig service i leverantörs- och kundmöten, som ofta omfattar hela dagar i nära samvaro leverantörer och kunder emellan. Det är ur det perspektivet man ska bedöma effekterna av gles- och landsbygders lägre fysiska tillgänglighet. På platser där

företagsamheten gemensamt kan erbjuda ett brett produktsortiment skapas en kollektiv platsattraktivitet som mer än väl kompenserar för geografisk otillgänglighet.

För det första kan geografisk otillgänglighet och en gles befolkning i dagens överhettade kommunikativa tillvaro rentav ses som en tillgång i sig. Tystnad och möjligheter att få vara för sig själv är typiska bristvaror i urbana regioner. Samtidigt erbjuder den moderna kommunikationsteknologin gles- och landsbygder nära nog samma närhet utan att man konstant behöver påminnas om det främlingskap som den urbana livsformen odlar. Medan bruket av digitala medier i gles- och landsbygder framstår som ett medel för att överbrygga avstånd erinrar användningen av samma medier i urbana miljöer om frånvaron av genuina mänskliga möten.

I gles- och landsbygder bidrar företagandet inte bara till sysselsättning utan också till en förtätning av glesa sociala strukturer. Särskilt tydligt märks denna sammanfogning av ett kollektivt omsorgstänkandet och ett närligt vinstsökande i den sociala ekonomin. Den fungerar som en brobyggare mellan å ena sidan det privata och dess egenintresse, å andra sidan det offentliga med dess allmänintresse. Till sin formella del, främst organiserad i ekonomiska föreningar, formas den sociala ekonomin ändå oftast ur en institutionalisering av ett historiskt och spontant format socialt samspel. Medan egenföretagande länkar privatliv och affärsliv i enskilda hushåll, skapar den sociala ekonomins aktörer det platsbundna ekonomiska och sociala samlivet. Oavsett om det är individer eller verksamheter som förenas i den sociala ekonomins samarbetsformer kan dessa snart nog kompensera för storstadens omskrivna, men sällan bevisade, täta strukturer. Vägen till en utvecklad företagsamhet i gles- och landsbygd går inte via frammanande av formella klusterbildningar utan via en ytterligare förankring av en spirande företagsamhet i dess glesa men slitstarka, sociala väv.

Ett mot omvärlden öppet företagande i gles- och landsbygd medför att mentala inlåsningar undviks. Särskilt uppenbara är möjligheterna till, och behovet av, ökande öppenhet i den framväxande upplevelseekonomin. Besökare där erbjuder nya, tidigare oexploaterade, kontaktytor som i sin tur öppnar upp nya marknader. Det lärande en ökad omvärldsorientering skapar kan vändas inåt och öka medvetenheten om att lokalt samarbete utifrån var och ens särskilda kompetens och erbjudanden är en bärkraftig men också nödvändig väg till framgång. Upplevelseekonomins särdrag, att forma produkter efter varje enskild kund/konsumentens särdrag, ställer nämligen alldeles särskilda krav på flexibilitet i ord och handling. Det krävs förmåga att med besökare/kunder skapa en konversation som identifierar dessa unika intressen och behov, och i anslutning därtill förmåga att komponera och effektuera skraddarsydda produkter. Konsekvensen är krav på prestationer som ofta kräver komplettering av egna resurser. Den begränsade företagsstorleken frammanar naturligt ödmjuk lyhördhet och flexibilitet inför enskilda kunders önskemål, samtidigt som varje företags fokusering och resursbegränsningar stimulerar till ökat samarbete företag emellan. I motsats till den industriella ekonomins klusterbildningar, oftast grundade i teknologiska beroendeförhållanden, formar upplevelseekonomin samarbeten som är skapade underifrån, med ökad förmåga att tillgodose enskilda kunders särskilda behov som ledstjärna.

I gles- och landsbygder blir kunskap synnerligen lokal, särskild och förknippad med platsen. Detta beror inte bara på att en gemensam platsidentitet är en kraft som förenar. De glesa sociala strukturerna är också väl synliga och överblickbara och tillåter därför en utnyttjandegrad som är hög i jämförelse med stadens formella resurspotential och bräckliga sociala strukturer. Men samtidigt som starka lokala band ökar förutsättningarna för insikt om möjligheterna till och praktisering av samarbete i

gles- och landsbygd ökar de risken för att en social kontroll hindrar utvecklingen. Sådana tendenser till introverthet och lokalt kiv måste aktivt motarbetas. Till exempel är det viktigt att den möjliggörande framväxande upplevelseindustrin inte kolonieras av offentliga (kommunala) initiativ utan i allt väsentligt reserveras för enskild och kooperativ verksamhet. Medan mångsyssleriet länge varit en nödvändighet i gles- och landsbygder måste i framtiden också vaneföretagandet understödjas. De erfarenheter som enskilda personer, som noviser, bygger upp i en första verksamhet som företagare måste kunna återanvändas, dels för fortsatta skapa egna verksamheter, dels för att inspirera och skola fler till att ta egna initiativ. Så ökar både företagsamhetens lokala bredd och integration.

Vilka platser som är marginella och perifera och vilka som centrala är varken bestämt av natur eller Gud, utan avgörs av sociala, politiska och institutionella krafter. Därmed också sagt att varje plats själv kan bestämma om sin egen centralitet, vilket inte minst den symbolbemängda upplevelseekonomin vittnar om. På samma sätt som varje företag i början av sin existens tvingas kämpa mot begränsade resurser och bristande legitimitet, måste platsanknuten företagsamhet, som gles- och landsbygders, aktivt frammana sina gemenskapsintressen. Även om företagare inte ser som sitt främsta mål att utveckla sin lokala verksamhetsmiljö, omsorgen måste i första hand gälla den egna verksamheten, så är platsen både orsaken till att företaget en gång etablerades och till att det sedan drivits vidare. Vägen till utveckling går inte via den onyanserade tillväxtdiskursens pro-aktiva logik utan genom praktisering av dialog och interaktivitet på plats, på egen plats, i en samvaro där främlingar också är välkomna.

När omvårdande starka lokala relationer vävs samman med nyvunna, men förnyande, relationer frammanas det lokala i det globala och det globala i det lokala.

Gles- och landsbygders företagsamhet ställer alltså ökade krav på förmåga att etablera dialog både med andra i den lokala gemenskapen och med främlingar. Den sociala kreativitet som entreprenörskap i grunden står för blir alltså särskilt viktig i en framtida global upplevelseekonomi. Entreprenörskapet måste dock praktiseras djupt och stor bredd. Det förra innebär att nyföretagandet inte bara bör befolkas av människor i yngre medelåldern, som idag står för flest företagsstarter, utan också bör omfatta både yngre och äldre årgångar. Så till exempel kan de vittbekanta goda erfarenheterna av att engagera skolbarn i konkreta entreprenöriella aktiviteter i Trångsviken i Jämtland i sina ursprungliga, men också i andra lokala, former praktiseras på varje plats. Med åldern avtagande företagarlust borde kunna motverkas i verksamheter som historieberättande och upplevelseproduktion med den egna åldersgruppen i fokus. Åldringskooperativ är ett exempel på en verksamhet där den egna omsorgen hanteras genom självorganisering. Ett breddat entreprenörskap handlar inte bara om ökad mångfald av samverkande verksamheter som alternativ till ett fåtal växande, utan innebär också att ett entreprenöriellt arbetssätt genomsyrar även den offentliga sektorn, där skolan och den kommunala förvaltningen är särskilt viktiga arenor för praktisering av företagsamhet.

Den industriella ekonomins logik dominerar fortfarande bilden av vilka platser som anses vara centrala och vilket företagande som skall anses vara angeläget och gör därmed andra platser och annat företagande perifert och marginellt. Diskursen om urbaniserade innovationssystem och teknikbaserade tillväxtföretag har fångat såväl politiker, och andra praktiker, som många forskare. Men nya sociala ordningar, såsom EU:s krav på en aktiv regionalpolitik, ett utvidgat entreprenörskap och en förnyad social ekonomi, har skapat nya villkor för verksamhetsutveckling som särskilt avspeglar sig i den framväxande upplevelseekonomin. I en mångskiftande och för alla,

via nya media, lättillgänglig omvärld är det viljan och förmågan att iscensätta en egen verksamhet att skapa en egen identitet som bestämmer företags och platsers framgång.

Dagens varumärkta produkter passar den industriella ekonomins konformistiska tidevarv. Morgondagens upplevelseekonomi kräver snarare varumärkta platser, vars geografiska lokalisering är mindre viktig än förmågan att frammana det unikt gemensamma. Ibland leder denna strävan blott till det platsbestämda livets överlevnad, om ens det, ibland blir lokala initiativ avstamp för verksamheter med global genomslagskraft. Det är under just sådana betingelser som entreprenörskapet verkar som en experimentell och kreativ process, en som varje solo- och mikroföretag varit med om och som livskraftiga lokala miljöer ständigt värnar om.

Litteratur

Asplund J, (1991), *Essä om Gemeinschaft och Gesellschaft*. Göteborg: Korpen.

Bill F & Johannisson B, (red), (2004), *Entreprenörskapets rationaliteter och irrationaliteter*. Studier i entreprenörskap. 2004:2, Växjö universitet

Cullen B T & Pretes M, (2000), 'The Meaning of Marginality; Interpretations and Perceptions in Social Science.' *The Social Science Journal*. 37(2): 215-229.

Hjorth D & Johannisson B, (2003) 'Conceptualising the Opening Phase of Regional Development as the Enactment of a 'Collective Identity.' *Concepts and Transformation*. 8 (1): 69-92.

Johannisson B, (2007), 'Enacting Local Economic Development - Theoretical and Methodological Challenges'. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. 1 (1): 7-26.

Kremel A & Lundström A, (2007), *Företagsklimatets betydelse för utveckling, tillväxt och förnyelse i mikroföretag*. Örebro: Forum för Småföretagsforskning (FSF)

Löfgren O, (2005), 'Upplevelseindustrin skall få landet att leva upp.' *Axess*. Maj 2005.

Massey D, (2004), 'The Responsibilities of Place'. *Local Economy* 19(2):97-101.

Glesbygdsverket sammanfattar

Marie Simonsson, soloföretagare i byn Gåxsjö, med bl. a. bakgrund som VD för Almi Jämtland, vill i sin reflexion spegla myterna kring soloföretagandet mot den verklighet hon och många hon mött lever i. Hon betonar att ett av soloföretagarnas största problem är att de har för mycket disciplin när det gäller företagandet och därmed arbetar för mycket. Ett annat problem är avsaknaden av goda exempel att finna inspiration i. Genom att motivera soloföretagaren till att gå med i en ”företagarring” eller skaffa sig en mentor, gärna genom att ge henne/honom ett ”studiebidrag”, skulle både företagaren själv och företaget på sikt må bättre. Soloföretagandet är ensamt och särskilt om man bor i glesbygd är det ett stort steg att prioritera nätverksträffar för att utbyta erfarenheter med andra i liknande situation. Men genom att knuffas över tröskeln så långt att man inser det värdefulla i erfarenhetsutbytet, kan nya idéer formos och uppstå i nätverken, som leder till utveckling i företagen.

En av de myter hon tar upp är vinsten som drivkraft för soloföretagaren. Det är i stället friheten att bestämma över den egna tiden, att slippa anställningarnas begränsningar, att tro på den egna idén och den egna bostadsortens - platsens – attraktivitet. En annan myt är den friska soloföretagaren; företagaren tvingar sig i regel att jobba även vid sjukdom. Det går ofta inte att tacka nej till ett uppdrag.

Bengt Johannisson, professor vid Växjö universitet, uppehåller sig i sin reflexion kring begreppen upplevelseekonomi, samverkan och platsbunden identitet.

Medan den industriella ekonomin kännetecknas av standardisering och enkelriktade varuflöden mellan producenter och konsumenter, karaktäriseras upplevelseekonomin av bejakandet av varje enskild människas unika intressen och behov. Det leder i sin tur till ett tanke- och tjänsteutbyte som har sin grund i leverantörers och kunders ömsesidiga lärande. Den industriella ekonomins logik dominerar dock fortfarande bilden av vilka platser som ska anses centrala. Morgondagens upplevelseekonomi kräver därför varumärkta platser, vars geografiska lokalisering är mindre viktig än förmågan att frammana det unikt gemensamma för dem.

Johannisson tar i texten upp betydelsen av de små upplevelseföretagen i gles- och landsbygder. En utredning som Forum för Småföretagsforskning (FSF) gjort i 14 svenska kommuner visar att antalet upplevelseföretag är dubbelt så stort som antalet tillverkningsföretag.¹⁵³ Han förutser utifrån det materialet en stark utveckling av företagsamheten i svenska gles- och landsbygder. Huvudargumenten för att lokalisera verksamheter till befolkningscentra med möjligheter till standardisering och stordrift blir inte längre intressanta. Istället växer behovet av skraddarsydda produkter och personlig service i mötena mellan leverantörer och kunder. Ur det perspektivet blir platser där företagare tillsammans erbjuder ett brett produktsortiment attraktiva på ett sätt som kompenserar för geografisk otillgänglighet. Tystnad och gles befolkning kan rent av ses som en tillgång i sig.

¹⁵³ FSF, (2007), ”Företagsklimatets betydelse för utveckling, tillväxt och förnyelse i mikroföretag”.

10 Slutdiskussion

Inledning

Glesbygdsverket har i en tidigare rapport granskat hur gles- och landsbygdsfrågor synliggörs i det regionala utvecklingsarbetet.¹⁵⁴ Resultatet är en splittrad bild. Det är stora skillnader mellan länen när det gäller status på dessa frågor och på vilka sätt de arbetar med dem. Det är en stor risk att de resurser som finns där inte tas tillvara. För att kunna bidra till regionernas utveckling anser Glesbygdsverket att gles- och landsbygderna måste synliggöras utifrån ett företagande- och tillväxtperspektiv och inte enbart som en plats för ett attraktivt boende. I sammanhang som landsbygdsprogram (LBU) m.fl. är det av stor vikt att landsbygden ses som ett territorium och inte definieras som jordbrukssektorn.

Ett omfattande uppdrag

Glesbygdsverket fick i regleringsbrevet för 2007 uppdraget att:

”...kartlägga solo- och mikroföretagens struktur, inklusive företagen inom de areella näringarna på gles- och landsbygden och dessa företags möjligheter till hållbar tillväxt. Analysen skall omfatta formerna för företagens utvecklingsarbete, t.ex. i nätverk och kluster. Uppdraget skall också belysa företagsutveckling inom den sociala ekonomin.”

Uppdraget är omfattande och kan hanteras på flera sätt. Formuleringen ”kartläggning” innebär att rapporten får en starkt deskriptiv prägel. Fördjupade analyser av vissa förhållanden och samband återfinns därmed inte i denna rapport. En fördel med den breda, kartläggande, ansatsen är att rapporten kan användas som en plattform, från vilken ett flertal mer avgränsade, och djupare, studier kan utföras. Glesbygdsverket avser att återkomma med sådana studier.

Företagande i sig är en heterogen verksamhet och de allra minsta företagen är inget undantag från detta. Solo- och mikroföretag innebär storleksmässigt allt från den självanställda soloföretagaren till ett företag med nio anställda. Dessa kan i glesa områden och lokalt uppfattas som stora. Här finns företag med en internationell marknad, lokala verkstäder, jordbruk med småskalig livsmedelsförädling, konsultföretag och hundspanssföretag för att bara nämna några. Här finns även en mångfald av aspekter och dimensioner att beskriva. Glesbygdsverket har valt att hantera detta genom att dels använda flera metoder, dels kombinera olika ”bilder” av dessa solo- och mikroföretag i syfte att närma sig en sammanhållen beskrivning.

Tillvägagångssätt och överväganden

Metodmässigt har registerdata använts där detta är möjligt för att presentera en första översikt. När dessa data har varit otillräckliga har enkäter, intervjuer och externa reflexioner utnyttjats.

Såväl webbaserade som postenkäter har använts. Webbenkäter har skickats till samtliga kommuner samt de två sektorsorganisationerna Företagarna och

¹⁵⁴ Glesbygdsverket, (2005), ”Landsbygden i den regionala utvecklingen”. Slutrapport februari 2005

Coompanion. Postenkäter har skickats till ett urval företag i gles- och landsbygd som samtliga startades som soloföretag under perioden 1996-2000. Flera studier visar på en stor dödlighet för nya företag de första fem åren, varefter överlevnadsgraden mer eller mindre harmoniseras med den befintliga stocken företag. Enbart företag som överlevt dessa första fem kritiska år har inkluderats. Inriktningen har således varit på företag med erfarenhet av soloföretagande, vilka har överlevt de fem första åren och ”marknadsprövats”. År 2000 är det senaste startår som det i det valda registret går att följa företag fem år framåt. Fem årskullar av företag har valts för att i någon mån fånga in förändringar i konjunkturen samt erhålla ett tillräckligt stort underlag.

I tillägg till detta har även ett antal intervjuer med företagare utförts på plats. Intervjuerna redovisas i form av företagarnas berättelser och skall ses som ett komplement till det mer kvantitativa materialet. Kvalitativ information, som här i form av berättelser av företagarna själva, har på samma gång ett stort informationsvärde och en låg generaliserbarhet. Olika aspekter och frågeställningar som kommer fram kan dock i sin tur vara ingångar för fortsatta studier, bl.a. kvantitativa. De exempel som presenteras ger en detaljerad insyn i företagets startprocesser, företagarnas drivkrafter, upplevda hinder och möjligheter.

Slutligen har även två externa personer, en forskare och en s.k. praktiker, givits tillfälle att reflektera över sina erfarenheter av småföretagandet. Båda har olika, kompletterande, kunskaper om dessa företag. Syftet här har återigen varit att bredda bilden av företagen.

Sammantaget bedömer Glesbygdsverket att dessa angreppssätt ger en bättre beskrivning av solo- och mikroföretag än t.ex. ett renodlat kvantitativt eller kvalitativt metodval. Synsättet att betrakta rapporten som en plattform, för fortsatta, mer avgränsade, studier kan därmed också uppfyllas.

Kapitelöversikt

Stora delar av rapporten ägnas solo- och mikroföretag inom ett geografiskt avgränsat område. Det är ruralt i sin karaktär och detta *rurala Sverige* består av ett urval kommuner, vars befolkning har den i landet lägsta tillgängligheten till tätorter med minst 20 000 invånare. I det kvantitativa materialet omfattas alla nystartade soloföretag mellan 1996 och 2000 inom det *rurala Sverige*. Som en ingång till denna selekterade del av Sverige har grövre geografiska indelningar gjorts. Då ingår hela Sverige och endast skillnader belyses mellan kommuner med en genomsnittligt låg tillgänglighet respektive hög tillgänglighet. Kapitel 3 och 4 bygger på denna geografiska indelning. Kapitel 5-7 omfattar endast det *rurala Sverige*, dvs. de delar av landet med den allra lägsta tillgängligheten.

I *kapitel 3* konstateras att tre av fyra arbetsställen som startat under perioden, och överlevt en femårsperiod, gör det utan anställda. Sju av tio förblir soloföretag under perioden. De resterande tre har anställt, varav de flesta med en person.

Arbetsställdens överlevnadsgrad är något mindre i de delar av landet som har en låg tillgänglighet, men å andra sidan är de mer anställningsbenägna. I dessa spelar jord- och skogsbrukssektorn en stor roll, och det avspeglas också i andelen som startar verksamheter inom denna sektor. Ett av fem nystartade soloföretag som överlevt en femårsperiod kan räknas till denna sektor.

Anställningsbenägenheten är mycket låg inom jord- och skogsbruk, men trots att den sektorn är vanligare i mindre tillgängliga områden är den totala genomsnittliga benägenheten att anställa större än i mer tillgängliga delar av landet. Det beror på den märkbart större andelen företag som anställt även i övriga branscher i kommuner

med låg tillgänglighet, jämfört med kommuner som har en hög tillgänglighet till större tätorter.

Företagande inom den sociala ekonomin är ingen stor verksamhet, även om den lokalt givetvis kan ha stor betydelse. Beroende på olika former av avgränsningar fås olika resultat om omfattning. Anställda inom de nykooperativa verksamheterna har ökat sin andel av det totala antalet anställda inom de ekonomiska föreningarna under perioden 1999 till 2004. Två av tre kooperativa företag återfinns 2006 i tre näringsgrenar: ”Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster”, ”Utbildning” samt ”Andra samhällseliga och personliga tjänster”.

Utvecklingen inom fiske och jordbruk pekar på färre anställda. Jordbruket får större enheter, men samtidigt har en uppgång för diversifiering och småskalig vidareförädling skett under senare tid. Medelåldern bland jordbrukare och yrkesfiskare är hög, vilket väcker frågor om generationsväxling. Gruvnäringen upplever f.n. en mycket stark uppgång. 2006 prospekterades för 365 miljoner kronor och vid 2006 års utgång var 17 gruvor i drift. Den svenska rennäringen visar på en positiv trend både när det gäller prisbild och antal slaktade renar.

I *kapitel 4* undersöks tre olika bilder av solo- och mikro företagande. Enkäterna har ställts till Sveriges kommuner, sektorsorganisationerna Företagarna och Coompanion. Resultaten visar att både skillnader och likheter föreligger. I vissa frågor framkommer även skillnader mellan kommuner med låg tillgänglighet och kommuner med hög tillgänglighet.

I den *kommunala bilden* av ”traditionellt” företagande anser en majoritet att det föreligger generella skillnader mellan solo- och mikro företagande i gles- och landsbygder jämfört med motsvarande företag i tätortsområden. Exempel på dessa skillnader handlar om långa avstånd till kunder/leverantörer, lägre nivå på infrastrukturen och en större sårbarhet för servicenedläggningar samt ett större inslag av mångsyssleri.

När det gäller hinder för tillväxt är ”brister i kapitalförsörjning” och ”infrastruktur” de faktorer som tydligast lyfts fram. I kommuner med låg tillgänglighet rankas ”brister i kapitalförsörjning” högst medan det är ”bristande infrastruktur” som tar den positionen bland kommuner med hög tillgänglighet.

I bedömningen om vilka åtgärder från offentlig sektor som bäst skulle stimulera företagets utveckling och tillväxt är det infrastrukturella åtgärder som rankas högst följt av åtgärder för ökad kapitalförsörjning. I organisationen *Företagarnas bild* ses hinder för företagets utveckling främst som ”brister i infrastruktur”, följt av ”bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor”. På åtgärdssidan har dessa faktorer bytt plats så att ”ökad konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor” rankas högst följt av ”förbättrad infrastruktur”.

I den *kommunala bilden* av företagande inom social ekonomi (här definierad utifrån företagsformen ekonomisk förening, bostadsrättsföreningar exkluderade) framkommer en stor osäkerhet om begrepp och verksamhetens omfattning. ”Brist i kapitalförsörjning” anses som det viktigaste hindret följt av företagets egna attityder.

När det gäller prioritering av tillväxtstimulerande åtgärder från offentlig sektor är ”insatser för bättre kapitalförsörjning” i topp följt av alternativet ”informationsinsatser, lyfta fram goda exempel”.

I organisationen *Coompanions bild* av företagandet inom social ekonomi understryks bilden av osäkerhet om begreppet. Enbart ett regionkontor anser sig kunna svara ja utan förbehåll på frågan om den sociala ekonomin kan betraktas som ett etablerat begrepp i regionen och vart tredje kontor svarar nekande.

”Kapitalförsörjning” pekats ut som det största hindret, följt av ”externa attityder” och ”bristande konkurrensutsättning av lokala verksamheter inom offentlig sektor”.

När det gäller de mest angelägna åtgärderna från offentlig sektor för att stimulera företagets utveckling och tillväxt är det ”informationsinsatser, lyfta fram goda exempel” som är det viktigaste, följt av ”insatser för bättre kapitalförsörjning”.

Kapitel 5 beskriver närmare strukturen bland soloföretagen i det *rurala Sveriges* landsbygder, utifrån företagarens egenskaper och de resurser som finns i företaget.

Det vanligaste är att företagaren är en man som startar sitt företag i 40-årsåldern. Företagaren är i de allra flesta fall född i Sverige och har bott åtminstone fem år innan företagsstarten i samma kommun som företaget ligger. Hälften av företagarna har en gymnasial utbildning - är det en man ökar sannolikheten för att utbildningen är förgymnasial och är det en kvinna är det troligare att den är eftergymnasial. Det är inte ovanligt att företagaren sedan tidigare (mätt under en femårsperiod före företagsstart) har någon form av erfarenhet av företagande. Samtidigt är det förhållandevis många som har långa arbetslöshetsperioder bakom sig året före företagsstarten. Företaget startas i de absolut flesta fallen som enskild firma. För män är det ungefär lika vanligt att starta inom jord- och skogsbruk som inom tjänstenäringen. För kvinnor är tjänstesektorn den klart vanligaste branschen att starta sitt företag inom.

Två omständigheter bör lyftas fram i den kartläggning som gjorts ovan. Den första är att variationen mellan kommuner är stor, varför det är svårt att beskriva en genomsnittlig företagare i det *rurala Sverige* i sin helhet. För det andra är denna variation mellan landsbygder i olika kommuner större än de generella skillnaderna mellan landsbygds- och tätortsområden.

I *kapitel 6* kartläggs samvariationen mellan en uppsättning egenskaper och resurser hos företagaren/företaget och den andel av företagen som någon gång under perioden anställt respektive varaktigt ökat sin omsättning. I stora delar sammanfaller resultaten med de i tidigare studier om småföretagande och tillväxt, i vilka främst något större företag i mer urbana delar av landet omfattas. I den geografiskt avgränsade undersökning vi företagit, finns dock resultat som bör lyftas fram och som kan vara en effekt av att vi särskilt studerar soloföretag i landsbygder i det *rurala Sverige*.

För det första ser vi att andelen som har anställt är lägre bland de som redan tidigare har erfarenhet av företagande, än de som inte har denna erfarenhet. Även andelen som ökat sin omsättning är högre i den senare gruppen. Likaså tenderar företagare som året innan lämnat en lång arbetslöshetsperiod bakom sig vara mer benägna att anställa och i större utsträckning tillhöra den grupp av företag som ökat sin omsättning. Förmodligen indikerar dessa resultat de olika drivkrafter som är förknippade med att starta ett företag, och som samspelar med de förutsättningar som finns på den lokala arbetsmarknaden. Begränsade anställningsmöjligheter - i kombination med viljan att bo kvar i ett område och bidra till lokalsamhällets utveckling - leder i regel till att flera inkomstkällor söks. Perioder av förvärvsarbete, företagande och t.o.m. arbetslöshet kan avlösa varandra och behöver inte betyda att utgångsläget för ett framtida företagande är sämre än om det efterföljer en längre period som anställd. Alla dessa erfarenheter kan också göra att kännedomen om den lokala platsen ökar och att olika kontaktvägar och nätverk utnyttjas. Den relativt höga medelålder som vi observerar vid företagsstarten kan vara ett uttryck för detta. Det kan också delvis förklara den låga anställningsbenägenheten hos denna grupp, då resurser kan samordnas på ett annat sätt mellan företag som ingår i ett nätverk.

Drivkrafter, mål och ambitioner och den lokala platsens betydelse är några av de faktorer som närmare belyses i *kapitel 7*. I ett kvantitativt material som består av ett enkätutskick till de företagare som i *kapitel 5* och *6* kartlagts utifrån befintliga register, framkommer kompletterande data. Att få bestämma över sin egen arbetssituation, förverkliga egna idéer och använda sina egna resurser och förmågor ses som flertalet som en viktig drivkraft till beslutet att starta ett företag. Här spelar omgivningen en stor roll. Såväl stöd från familj och vänner som ambitionen att bo kvar i (eller flytta till) området i fråga är viktiga drivkrafter.

Expansionsplanerna är i regel dock inte stora vid företagsstarten. Bilden som ges av företagarna är att de på ett aktivt och självständigt sätt tagit beslutet att starta eget men att tillväxten får komma successivt. Många behöver anställa men av dessa är det bara hälften som har gjort det. Det vanligaste är att lönsamheten i företaget inte är tillräckligt stor för att kunna göra det. Ett annat vanligt åberopat hinder för tillväxt i företaget är brist på kapital, som endast överträffas av behovet av sänkta skatter och avgifter och ett förenklat regelverk.

I enkäten har flera frågor som vanligtvis inte brukar uppmärksammas i andra undersökningar om småföretagandets villkor ställts till respondenterna. En av dem handlar om den lokala marknaden och dess sårbarhet, med de konsekvenser det kan få för företagandet. De flesta agerar på en lokal marknad, men anser också att såväl samhällsservice som kommersiell service är viktiga förutsättningar. Många har i sin egenskap av företagare engagerat sig själva i lokalsamhällets utveckling eller bedömer att det blir aktuellt i framtiden. Den lokala marknaden är betydelsefull för många av företagarna, men det ska också observeras att fyra av tio företagare säljer sina produkter på en nationell eller internationell marknad, eller bådadera. Dessutom anger fyra av tio som har den lokala marknaden som sin huvudsakliga marknad, att de *skulle kunna* sälja utanför den lokala marknaden. Informationsbrister om vad en marknadsutvidgning egentligen skulle innebära och en bedömning att kostnaderna skulle bli för höga är några av de skäl som angetts av de som kan tänka sig att agera på en nationell/internationell marknad, men som inte har gjort det.

I *kapitel åtta* presenteras intervjuer med företagare, strukturerade utifrån nio olika teman. Dessa temaområden är: serviceneddragningar, inflyttning av utländska medborgare, exporterande företag, kapitalförsörjning, kunskapsbaserad tillväxt och avknoppning, vidareförädling och samverkan, areella näringar i förändring, företagets roll gentemot lokalsamhällets utveckling samt företag inom den sociala ekonomin.

Flera exempel pekar på den långa startprocess som kan föregå ett fungerande, livskraftigt företag. En kunskap som kan vara värdefull att bära med sig i olika studier och uppföljningar.

En geografisk reträtt av service visar sig kunna påverka företagets verksamhet både genom en minskad attraktionskraft för orten, men också genom sämre godshantering. Problem med godshantering tas upp i flera fall och genomgående omnämns en upplevd, ökad, ovilja att köra ut och hämta gods till och från ytterområden. Perifera företag kan genom en inriktning på nationella eller internationella marknader komma förbi problem med liten lokalmarknad. Sådana framgångsrika satsningar är beroende av goda elektroniska och fysiska kommunikationer. Även exportstimulerande aktörer kan här spela en betydelsefull roll - om de når företagen. Branschnätverk, i våra exempel inom gruv- och träindustrin, kan vara effektiva stöd.

Kapitalförsörjningsproblem är vanliga i ren glesbygd och kan i vissa fall omintetgöra eller fördröja en tillväxt. Mångfald i kapitalförsörjningssystemet med

uppmärksamhet på de små företagens situation och vilka geografiska variationer som eventuellt föreligger kan vara ett sätt att möta detta. Behovet av erfaren/utbildad arbetskraft för att kunna växa i glesbygd behöver uppmärksammas. Att regelverken i Sverige är utformade utifrån stora företag blir särskilt tydligt när det gäller lantbruket och småskalig livsmedelsförädling på gårdarna. Problemet storskalighet/småskalighet går igen när det gäller mathantverkets möjligheter att komma in i dagligvaruhandeln.

Det svenska jordbruket genomgår en stark förändring, men möjliga framgångsvägar finns. Inte minst gäller det den diversifiering som pågår och är i växande. Här efterfrågas emellertid stöd och stimulans, särskilt när det gäller den hantverksmässiga förädlingen av kvalitetslivsmedel på landsbygden. De framgångsrika modeller för samverkan av triple helix-karaktär, som redovisas när det gäller gruv- och träbranscherna, skulle kunna vara en förebild för stödet till diversifieringen och vidareförädlingen inom jordbruket. Generationsskifte är ett aktuellt problem inom lantbruket och där det finns intressanta lösningar i exempelvis Frankrike.

Samverkan i nätverk kan ge små företag nya tillväxtmöjligheter. Här pekas på faktorer som erfarenhetsutbyte, information, produktutveckling, marknadsföring, att dela på större order, etc. En mångfald som för övrigt bekräftas av resultaten i företagarnas postenkät (se kapitel 7). Samverkan på bynivå är också en viktig social faktor som bidrar till att göra glesbygden attraktiv.

Företagens roll i ett lokalsamhälles utveckling kan vara mångfacetterad. En arbetsgivare som tar stort ansvar för bygden kan vara en modell, aktivt samarbete med andra företag i bygden en annan, direkta insatser med uttalade utvecklingsambitioner en tredje. Genom flexibilitet, förmåga till kundanpassning och samarbete skapas en kollektiv platsattraktivitet som kompenserar för perifera lägen.

Exempel på företag inom den sociala ekonomin visar på både framgångsrika, etablerade verksamheter respektive relativt nystartade med stora inslag av ideellt arbete och osäker ekonomi. Målet är som regel en utveckling av bygden, arbetstillfällena och servicen där. För att lyckas krävs att företagen i den sociala ekonomin har en långsiktigt affärsmässig syn på det de gör. Den långa och krävande processen mot lyckas, behöver emellertid uppbackning av samhället, som i sin tur har mycket att vinna på det ideella engagemanget.

I kapitel 9 presenteras rapportens två externa bidrag. Praktikern Marie Simonsson vill i sin reflexion spegla myterna kring soloföretagandet mot den verklighet hon och många hon mött lever i. Hon pekar bl.a. på avsaknaden av goda, inspirerande, exempel. Soloföretagandet är ensamt och särskilt om man bor i glesbygd är det ett stort, men ändå viktigt, steg att prioritera nätverksträffar för att utbyta erfarenheter med andra i liknande situation.

Forskaren Bengt Johannisson, professor vid Växjö universitet, uppehåller sig i sin reflexion kring begreppen upplevelseekonomi, samverkan och platsbunden identitet. Leverantörer och kunder har behov av ett ömsesidigt lärande. Morgondagens upplevelseekonomi kräver varumärkta platser, vars geografiska lokalisering är mindre viktig än förmågan att frammana det unikt gemensamma för dem. Han förutser en stark utveckling av företagsamheten i svenska gles- och landsbygder. Tystnad och gles befolkning kan rent av ses som en tillgång i sig, menar Bengt.

Resultat och kommentarer

Soloföretagen är inte en homogen grupp. Graden av entreprenörskap varierar och tillväxtambitionerna likaså. Många soloföretag försörjer sig själva och är tillfreds med detta. Andra soloföretagare har andra inkomstkällor vid sidan om vilket gör sannolikheten mindre för att företaget ska kunna växa. En del är företagare för att

alternativ saknas och ser inte företagandet som en långsiktig och enda försörjningskälla. Sannolikheten att de ska växa och börja anställa är liten. Vissa företag har uttalade tillväxtambitioner och jobbar aktivt med detta. Några företag växer genom att avknoppa delar av verksamheten eller genom att samarbeta och lägga ut produktion av varor och tjänster på andra företag. Alla dessa typer av företag ingår i vår undersökning, vilket bör hållas i minnet när soloföretagare som grupp kartläggs och deras företag analyseras. Datamaterialet bygger även på en långt gången geografisk avgränsning för att så långt som möjligt spegla den utpräglade gles- och landsbygden. Avstånd till befolkningskoncentrationer är därmed betydligt större än för företag i riket som helhet. Denna aspekt bör även vara i åtanke när resultaten värderas.

Resultaten bygger på register- och enkätdata och omfattar företag som startat utan anställda och överlevt fem år och är belägna i landsbygder i det *rurala Sverige*. Från denna bild och rapporten som helhet presenteras nedan ett antal kommentarer om studiens företag.

Anställning

- Sju av tio företag som startar utan anställda förblir soloföretag under den femårsperiod vi följer dem i denna studie. De anställer alltså inte alls.
- Hälften av urvalet företagare i enkätdata har velat anställa, men känt sig hindrade. Det främsta skälet är att lönsamheten bedöms vara för svag. Å andra sidan vet vi inte om företag med en god lönsamhet skulle vara mer anställningsbenägna.
- Av dem som någon gång *har* anställt ansåg de allra flesta att anställningen blev dyrare och innebar ett större åtagande än förväntat. Resten, knappt en av tio, ansåg att det hade blivit billigare, inneburet ett mindre åtagande eller förändrats på annat sätt. Gemensamt för samtliga är att de inte var fullt ut informerade om vad en anställning innebär. Här öppnar sig en möjlighet för informationsinsatser om vad en anställning i realiteten innebär.
- Andelen soloföretag som startats inom jord- och skogsbruk är hög, särskilt i mindre tillgängliga delar av landet (ett av fem företag). Samtidigt är företag inom den sektorn mindre benägna att anställa. Möjligen kan det senare förklaras med oavlönade insatser av familjemedlemmar som inte syns i statistiken.
- Skatter och avgifter samt regelverk behöver sänkas respektive förenklas för att möjliggöra tillväxt, t.ex. genom en ökning av antalet anställda, anser enkätens företagare.

Samverkan

- Samverkan mellan företagen är hög. Över hälften anger att de regelbundet samarbetar med andra företag. Den dominerande delen av detta samarbete baseras på branschtillhörighet. Anledningarna till samarbete är många.
- Samverkan med andra företag och i nätverk kan bl.a. ske i syfte att kunna växa utan att öka antalet sysselsatta i det egna företaget. Nätverken kan också bidra till företagens kompetensutveckling och vara ett stöd i processen att ta sig ut på den internationella marknaden.

Företagaren

- Knappt två av fem har redan erfarenhet från företagande under en femårsperiod före företagsstarten.

- En relativt stor andel - 16 procent - var arbetslösa mer än 90 dagar året innan företagsstart.
- Medelåldern på företagen vid företagsstarten var relativt hög, 42 år.
- Endast en mindre andel såg framför sig – i tänkt situation där företaget hade fördubblat antalet anställda och hade en rimlig vinstutveckling – att de anställdas välmående och trivsel skulle öka, att de egna arbetsuppgifterna skulle bli mer intressanta och roligare, att kontrollen över verksamheten skulle öka samt att arbetsbelastningen skulle bli mindre. Deras bild av tillväxt är alltså inte enbart ljus.

Dynamik

- Sju av tio företag (i den grupp som studeras) avvecklas inom en femårs period. Detta bör inte omedelbart betraktas som negativt. Siffrorna avspeglar även dynamik och omvandlingskraft. Resultatet väcker emellertid frågan om när resultatet av eventuella företagsstöd kan antas ge bäst resultat.

Attityder och bilder

- Uppfattningen, bilderna, av solo- och mikroföretagare i gles- och landsbygder skiljer sig delvis åt mellan kommunerna, organisationen Företagarna samt företagen själva.
- Kunskapsläget om företagande inom den sociala ekonomin har brister och präglas av osäkerhet.

Plats och marknad

- Majoriteten av företagen säljer på en lokal marknad. Av dessa uppger två av fem att deras varor eller tjänster *skulle kunna* säljas på en nationell/internationell marknad. Två av fem företag uppger sig ha en icke lokal marknad (nationell eller internationell). Sammantaget visar detta på behov av informationsinsatser och andra stöd till marknadsutvidgning.
- Genom flexibilitet, förmåga till kundanpassning och genom samarbete mellan de små företagen kan en platsattraktivitet uppnås, som delvis kompenserar för perifera lägen.

Service, transporter och kommunikation

- Servicedragningar är något som drabbar företag i gles- och landsbygder. I takt med att nätet med servicepunkter blir allt glesare blir avstånden och konsekvenserna större. Detta drabbar både enskilda och företag. Sämre serviceutbud minskar en Orts attraktionskraft och påverkar i förlängningen flyttströmmarna. Sannolikheten att kunna behålla befintlig personal och att nyanställa sjunker. Knappt åtta av tio av postenkätens företagare menar att samhällservice har viss eller stor betydelse för deras möjlighet att driva och utveckla sitt företag. Två av fem uppger att de behövt engagera sig för att bevara eller utveckla bygdens serviceutbud. Två av fem av samtliga respondenter tror dessutom att det blir aktuellt de närmaste åren. Medan företagens engagemang i bygdens service å ena sidan är positivt, så kan det å andra sidan innebära att kraft tas från den egna tillväxtprocessen.
- I intervjuerna i kapitel 8 berättas i flera fall om ett upplevt minskat intresse att leverera och hämta gods i glesare områden de senaste åren. Som en konsekvens av detta väljer företagen ibland att transportera godset själva den sista sträckan om det är bråttom. Glesbygdsverket har inte inkluderat den

frågan i sin enkät och kan därför inte uttala sig om företeelsen är generell. Här kan finnas anledning till framtida undersökningar.

- Vissa av de nackdelar som långa avstånd medför för företag (och enskilda) kan reduceras genom elektronisk kommunikation. Allt fler tjänster kan utföras via Internet. I de mest glesa och perifera områdena är de relativa vinsterna som störst. Detta ökar behovet att följa utvecklingen av bredbandsutbyggnad, även i de områden där det av strikt kommersiella skäl inte är lika intressant.

Tidsperspektiv

- Rapporten har i många stycken arbetat med relativt korta tidsperspektiv. Den missar därmed den utveckling och tillväxt som behöver längre tid på sig. Intervjuerna tyder också på att vissa företag har en relativt utdragen start- och utvecklingsprocess. Framtida undersökningar kan därför behöva arbeta med längre tidsperioder.

Statistik och metod

- I linje med de förslag som tidigare framförts av SCB i samråd med Glesbygdverket visar en utvärdering av användandet av officiell företagsstatistik och metoderna i denna rapport på behovet av en förbättrad statistikproduktion för landsbygdens näringsliv. Bortfallet i koordinatsatta arbetsställen på landsbygder är stort, och behöver åtgärdas. Likaså uppstår problem när olika datakällor kombineras – t.ex. registeruppgifter med postenkäter. Register kan inte alltid ge svar på de frågeställningar som ska belysas, och kan inte replikeras när motsvarande frågor ställs direkt till företagare i enkäter (t.ex. avseende antal arbetade timmar och yrkesställning).

Förslag med policyrelevans och till framtida utredningar

- Ökade informationsinsatser till företagare om vilka regler och åtaganden som i praktiken följer med anställningar är motiverade.
- Informationsinsatser och stöd till kompetensutveckling för att ta steget till en nationell eller internationell marknad, skulle kunna öka den andel företagare som säljer utanför en lokal marknad. I synnerhet är sådana insatser angelägna för företag vars geografiska belägenhet gör den lokala marknaden begränsad.
- När det gäller de problem med kapitalförsörjning, som är vanliga i ren glesbygd, behöver system utvecklas som särskilt tar hänsyn till geografisk utsatthet.
- Regelverkens utformning utifrån stora företag, lever fortfarande kvar och vållar problem i de minsta företagen. För att exempelvis mathantverket och landsbygdsturismen ska kunna utvecklas, behöver regelverken ses över.
- Fördjupade studier i ett antal delområden är motiverade utifrån de resultat som framkommit i denna rapport. Kvantitativa studier om sambandet mellan de minsta företagens resurser och tillväxtutveckling i de minst tillgängliga delarna av landet är en sådan. Andra områden som behöver fördjupade, enskilda studier är utvecklingen av besöksnäring respektive mathantverk i mindre tillgängliga områden, företagandet bland kvinnor i gles- och landsbygder, skogs- och träindustrins roll i glesbygd samt den kringverksamhet som gruvnäringen ger upphov till. Skogsstyrelsen och

Sveriges Geologiska Undersökningar i Malå har förslag till samverkan
beträffande de sistnämnda områdena.

Bilagor

Bilaga 1. Tätorter med minst 20 000 invånare år 2005. Tillgängligheten till dessa tätorter beräknas för varje kommun, vilka placeras in i grupper med olika grad av tillgänglighet.

Tätort	Antal invånare	Tätort	Antal invånare
Enköping	20 204	Kalmar	35 170
Västervik	20 694	Tumba	35 311
Kungälv	21 139	Upplands Väsby	35 977
Katrineholm	21 386	Falun	36 447
Vänersborg	21 672	Borlänge	39 422
Boo	21 776	Östersund	43 796
Visby	22 236	Trollhättan	44 498
Ängelholm	22 532	Luleå	45 467
Märsta	22 548	Sundsvall	49 339
Sandviken	22 574	Växjö	55 600
Piteå	22 650	Halmstad	55 688
Alingsås	22 919	Karlstad	58 544
Lidköping	24 941	Täby	58 593
Trelleborg	25 643	Eskilstuna	60 185
Varberg	26 041	Södertälje	60 279
Vallentuna	26 500	Borås	63 441
Åkersberga	26 727	Gävle	68 700
Karlskoga	27 500	Umeå	75 645
Nyköping	27 720	Lund	76 188
Örnsköldsvik	28 617	Norrköping	83 561
Landskrona	28 670	Jönköping	84 423
Motala	29 798	Helsingborg	91 457
Lidingö	30 357	Linköping	97 428
Uddevalla	30 513	Örebro	98 237
Skellefteå	32 425	Västerås	107 005
Karlskrona	32 606	Uppsala	128 409
Kristianstad	33 083	Malmö	258 020
Skövde	33 119	Göteborg	510 491
		Stockholm	1 252 020

Källa: SCB.

Anm. Tätorterna inplacerade på karta i figur 2.1.

**Bilaga 2. Antal företag i det rurala Sverige (grupp 5 och del av grupp 4).
I dessa kommuner studeras solo- och mikroföretag på gles- och
landsbygder.**

Kommunkod, kommunnamn, område samt antal företag ("ett-arbetsställe-företag"). Företagen har startats mellan 1996-2000 som soloföretag och överlevt fem år efter registreringsåret.

Kod	Kommun	Landsbygd	Tätort	Totalt	Kod	Kommun	Landsbygd	Tätort	Totalt
512	Ydre	33	7	40	2421	Storuman	32	10	42
662	Gislaved	69	83	152	2422	Sorsele	12	4	16
685	Vetlanda	102	62	164	2425	Dorotea	15	4	19
686	Eksjö	60	51	111	2462	Vilhelmina	26	27	53
687	Tranås	43	71	114	2463	Åsele	15	9	24
821	Högsby	34	7	41	2481	Lycksele	31	20	51
860	Hultsfred	52	24	76	2505	Arvidsjaur	10	23	33
1438	Dals-Ed	18	12	30	2506	Arjeplog	8	15	23
1460	Bengtstorsfors	39	20	59	2510	Jokkmokk	23	19	42
1486	Strömstad	48	47	95	2513	Överkalix	16	5	21
1492	Åmål	24	52	76	2518	Övertorneå	18	9	27
1730	Eda	37	13	50	2521	Pajala	30	11	41
1737	Torsby	61	14	75	2523	Gällivare	17	51	68
1765	Årjäng	46	18	64	2583	Haparanda	24	21	45
1766	Sunne	57	19	76	2584	Kiruna	26	49	75
1783	Hagfors	49	15	64		Totalt	2 465	1 361	3 826
1784	Arvika	87	55	142					
1864	Ljusnarsberg	10	15	25					
2021	Vansbro	35	18	53					
2023	Malung	79	29	108					
2034	Orsa	22	29	51					
2039	Älvdalen	40	12	52					
2062	Mora	52	72	124					
2121	Ovanåker	66	18	84					
2161	Ljusdal	133	33	166					
2183	Bollnäs	111	61	172					
2184	Hudiksvall	151	89	240					
2260	Ånge	65	15	80					
2282	Kramfors	109	29	138					
2283	Sollefteå	96	35	131					
2303	Ragunda	38	7	45					
2313	Strömsund	89	16	105					
2321	Åre	108	8	116					
2361	Härjedalen	88	16	104					
2418	Malå	11	12	23					

Källa: FAD och bearbetningar av Glesbygdverket.

Anm. För klusterindelning, se figur 2.2-2.3. För gles- och landsbygdsområden inom rural region, se figur 2.4

Bilaga 3. Procentuell fördelning av antal företagare bland respondenter och i bortfall per variabelgrupp. Postenkät.

Variabel	Variabelgrupp	Respondenter (803 st.)	Bortfall (806 st.)
Kön	Man	76	77
	Kvinna	24	23
Ålder	16-29	12	15
	30-39	26	31
	40-49	34	31
	50-59	27	23
	60-	1	1
Etnicitet	Sverige	97	95
	Norden utom Sverige	2	3
	Utom Norden	1	2
Utbildning	Förgymnasial	28	29
	Gymnasial	58	59
	Eftergymnasial	14	12
Inflyttare	Inflyttare	10	10
	Ej inflyttare	89	87
Sysselsättning/Yrkesställning året före startår	Anställd	53	45
	Företagare	5	4
	Fåmansaktiebolagsägare	2	2
	Ej sysselsatt	39	48
Erfarenhet av företagande någon gång under närmaste femårsperiod före startår	Företagare	37	38
	Ej företagare	63	62
Arbetslöshetsdagar året före startår	Högst 90 dagar	83	83
	Mer än 90 dagar	17	16
Startår	1996	17	23
	1997	23	21
	1998	20	19
	1999	20	17
	2000	20	20
Bransch	Jord/Skog/Fiske	32	35
	Tillverkning/mineralutvinning	10	9
	Bygg	12	13
	Tjänster	42	39
Juridisk form vid startår	Enskild firma	81	83
	Aktiebolag	16	14
	Handels/Kommanditbolag	2	2
	Ekonomisk förening	0	1
Tillgänglighet	Låg	32	30
	Hög	68	70
Regionfamilj	Större regioncentra	12	12
	Mindre regioncentra	43	41
	Småregioner – privat syss	29	30
	Små regioner – offentlig syss.	17	18

Källa: SCB, FAD och Glesbygdsverket.

Bilaga 4. Antal företag och antal anställda i ekonomiska föreningar, fördelade efter näringsgren, 1997-2005.

Observera att det stora inslaget av bostadsrättsföreningar, två av tre företag under 2005 enligt SCB:s Företagsregister, dominerar bilden.

Näringsgren	Antal företag/anställda inom respektive näringsgren (andel av årstotal, %)					Förändring under perioden 1997-2005 (antal samt andel, %)
	1997 ^a	1999 ^a	2001 ^a	2003 ^b	2005 ^b	
A Jordbruk, jakt och skogsbruk	113 (0,7 %)	136	147	159	163 (0,8 %)	+ 50 (44,2 %)
	2 742 (4,4 %)	2 803	2 619	2 434	2 599 (5,0 %)	- 143 (5,2 %)
D Tillverkning	142 (0,9 %)	155	184	209	253 (1,3 %)	+ 111 (78,2 %)
	14 136 (22,8 %)	14 157	8 863	8 851	8 498 (16,3 %)	- 5 638 (39,9 %)
G Parti- och detaljhandel, reparationer	408 (2,1 %)	435	448	458	500 (2,5 %)	+ 92 (22,5 %)
	19 487 (31,4 %)	18 463	14 259	13 815	12 235 (23,5 %)	- 7 252 (37,2 %)
H Hotell och restaurangverksamhet	137 (0,9 %)	149	179	174	203 (1,0 %)	+ 66 (48,2 %)
	922 (1,5 %)	840	797	731	678 (1,3 %)	- 244 (26,5 %)
I Transport-, magasinering och kommunikation	274 (1,8 %)	283	295	288	282 (1,4 %)	+ 8 (2,9 %)
	1 516 (2,4 %)	1 203	996	794	720 (1,4 %)	- 796 (52,5 %)
K Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företags tjänster	11 935 (77,3 %)	12 737	13 566	14 455	15 275 (76,5 %)	+ 3 340 (28,0 %)
	12 869 (20,7 %)	12 330	11 987	11 247	11 600 (22,3 %)	- 1 269 (9,9 %)
M Utbildning	75 (0,5 %)	136	182	1 259	1 275 (6,4 %)	+ 1 200 (1 600,0 %)
	792 (1,3 %)	1 152	1 521	8 609	9 327 (17,9 %)	+ 8 535 (1 077,7 %)
N Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet	1 023 (6,6 %)	1 134	1 219	204	234 (1,2 %)	- 789 (77,1 %)
	6 212 (10,0 %)	7 396	8 458	2 827	3 399 (6,5 %)	- 2 813 (45,3 %)
O Andra samhälleliga och personliga tjänster	802 (5,2 %)	890	1 010	1 102	1 201 (6,0 %)	+ 399 (49,8 %)
	2 746 (4,4 %)	2 584	2 589	2 700	2 511 (4,8 %)	- 235 (8,6 %)
Samtliga näringsgrenar	15 436	16 691	17 812	18 859	19 962	+ 4 526 (29,3 %)
	62 114	61 531	52 596	52 541	52 117	- 9 997 (16,1 %)

Källa: SCB.

Anm. I tabellen redovisas fysiska och juridiska personer som är registrerade för moms och/eller är arbetsgivare. Antalet anställda baseras på ett av SCB särskilt konstruerat mått som inte direkt kan jämföras med andra sysselsättningsmått. Tabellmärkning: ^a enligt SNI 92; ^b enligt SNI 2002. SNI 92 och SNI 2002 är standarder för svensk näringsgrensindelning. SNI 2002 trädde i kraft 2003 och är en reviderad version av SNI 92. Indelningen i tabellen är på nivå 1, Avdelning (enbokstavskod) vilken inte har påverkats av standardrevideringen. En viktig förändring i detta sammanhang är att barnomsorg inom förskola före 2003 ingår i N (Hälso- och sjukvård, sociala tjänster, veterinärverksamhet) men efter 2003 i Förskoleutbildning, M (Utbildning). För övrig beskrivning av förändringar och nycklar mellan SNI 92 och SNI 2002 se " Meddelanden i samordningsfrågor för Sveriges officiella statistik (mis)", 2003:2.

Bilaga 5. Utgångspunkter för intervjuer

Syftet med intervjuerna är att öka kunskapen om företagens/företagarens drivkrafter, startprocess, hinder och möjligheter, verksamhet, marknad, samarbeten, koppling till platsen m.m. Några utgångspunkter för samtalet:

Basfakta om företaget: Startår, bransch – verksamhet, företagsform, antal anst. vid start/idag (män – kvinnor, heltid – deltid, familjemedl.), ungefärlig omsättning (gärna utveckling över tid), lönsamhet (otillräcklig, acceptabel, god), huvudsaklig marknad.

Basfakta om företagaren: Perioden innan företagsstart? Band till platsen? Företagare i familjen? Varför starta företag? (Bevisa sin förmåga, skaparglädje, självständighet, ekonomi, bo kvar...)

Vad gör företaget? Har verksamheten förändrats sedan starten? I så fall varför? Tankar inför framtiden. Styrkor, svagheter, möjligheter och hot.

In- och utmarknad. Hur ser företagets marknad ut? Lokal, regional, nationell, internationell? Har den förändrats och utvecklats? Finns planer på och intresse för att vidga marknaden? Vilka hinder finns för detta? Hur skulle hindren kunna övervinnas?

Platsens betydelse för företaget och dess utveckling. Varför ligger företaget där det ligger? Fördelar och nackdelar? Används landskapet på något sätt i näringen? Boendemiljö, fritidsaktiviteter, släktskap och sociala band, känsla för bygden, bygemenskap. Hur uppfattas ”klimatet” för företagande på verksamhetsorten? Har företaget engagerat sig i lokalsamhällets utveckling?

Samarbete. Finns det? Hur? Varför? Resultat? Önskemål? Har företaget samarbete med andra företag? Utifrån geografi eller bransch? Samarbete där även myndigheter och ev. universitet ingår? Inom vilka områden sker samarbetet? Vilka behov fyller samarbetet? (t.ex. marknadsföring och försäljning, kunskaps- och kompetensutveckling, sociala..). Vad kan ett organiserat samarbete mellan företag och myndigheter, kommuner, högskola, universitet tillföra för att förbättra företagens möjligheter till hållbar tillväxt?

Interna attityder. Hur ser företagaren på tillväxt och att anställa (anställa fler eller ta steget från solo- eller familjeföretag till att ta in anställda). Fördelar och nackdelar? Hur stor vill man bli?

Stimulerande och motverkande krafter. Möjligheter till - och svårigheter för - utveckling och tillväxt. Lokalsamhällets attityd, offentlig sektors betydelse, tillgång till kapital, arbetskraft, kommunikationer, utbudet av service, regelverk, avgifter och skatter... Hur har eventuella hinder som uppträtt under resans gång hanterats? Hur har möjligheter tagits tillvara?

Egna förslag. Hur tror den intervjuade företagaren, utifrån sin erfarenhet, att start och tillväxt av företag i gles- och landsbygder skulle kunna underlättas? Vilka faktorer är viktigast? (t.ex. infrastruktur, information, goda exempel, kapitalförsörjning, tillgång till anställda som matchar företagets behov, förenklat regelverk, attityder, bostäder (antal + i attraktiva områden), lokaler....

Bilaga 6. Intervjuade personer i kapitel 8

Personer	Funktion, företag/organisation	Verksamhetsort	Kommun
Anders Eklund	Företagare, Eklunds Åkeri Moskosel AB	Moskosel	Arvidsjaur
Bengt Grahn	Företagare, Tentipi AB	Moskosel	Arvidsjaur
Claudia Beerta och Richard van Kooten	Företagare, Siberian Adventures Outdoorteam HB	Järvsand	Strömsund
Katinka Bille Lindahl	Företagare, Lifestone AB	Flatön	Orust
Tommy Andersson	Företagare, Woodstar AB	Östervallskog	Årjäng
Patrik Stenlund	Företagare, Önnelöv Consulting AB	Malå	Malå
Emma Söderholm Fritz	Företagare, Emma Snickare, enskild firma	Öd	Kramfors
Mattias Norlén	Företagare, Nylands Trä och Tryckimpregnering AB	Nyland	Kramfors
Bo Henriksson	Företagare, Haverö Timmerhus AB	Överturingen	Ånge
Tomas Mörtberg	Företagare, Polcirkelns Lantgård AB	Juoksengi	Övertorneå
Ingrid Dahlborg	Företagare, Wannborga Vin och Lamm AB	Övre Wannborga	Borgholm
Annikka och Lennart Blindh	Företagare, Blindh Ren AB	Ljusnedal	Härjedalen
Johan Gunnarstedt	Företagare, Kåbdalis Skidliftar AB	Kåbdalis	Jokkmokk
Gita Isaksson och Janne Stenman	Företagare, Land och Strand, KB	Pålänge	Kalix
Ulla Ylivanio	Vice ordförande, Tre Sågar, ek. för.	Korpilombolo	Pajala
Hans-Erik Näslund	Ordförande, Docksta Bordtennisklubb, ideell förening	Docksta	Kramfors
Ingemar Nyström	Byutvecklare, Moskosel	Moskosel	Arvidsjaur
Lennart Gustavsson	Ordförande, Nätverket Georange	Malå	Malå
Hans Sehlin	Projektledare, Nätverket Ywood	Örnsköldsvik	Örnsköldsvik
Birgitta Ricklund	Företagare, Ricklunds Möbelhantverk och Renovering, enskild firma	Västerhus	Örnsköldsvik
Lena Kero	Kassör, Tre Sågar, ek. för.	Korpilombolo	Pajala

Referenser

Tryckta källor

- Acs ZJ, (1984), *The Changing Structure of the U.S. Economy*. New York: Praeger
- Andersson J/Arvidson G, (2006), *Företagens och arbetsställets dynamik (FAD)*. SCB: Örebro.
- Andersson, L-F (2007), *Företagsdynamik och tillväxt*. En kartläggning och analys av företagsdynamik och arbetsproduktivitetstillväxt i Sverige. ITPS A 2006:016. Östersund.
- Betänkande 2001/02:NU7.
- Birch DL, (1979), *The Job Generation Process*, Cambridge, Mass.: MIT Program on Neighborhood and Regional Change.
- Bolton JE, (1971), *Report of the Committee of Inquiry on Small Firms*, Cmnd-4811, London: HMSO.
- Coompanion, (2007), "Kooperativt företagande ökar mest - och överlever längst". *Fakta om kooperativt företagande*, nr. 1. 2007, årgång 2.
- Davidsson P, (1989), *Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth*. Doktorsavhandling. Handelshögskolan i Stockholm.
- Davidsson P, Delmar F, Wiklund J, (2001), *Tillväxt: svensk forskning om företags expansion*. Stockholm: SNS Förlag.
- Davidsson P/Delmar F/Wiklund J (red.), (2001), *Tillväxtföretagen i Sverige*. SNS Förlag:Stockholm.
- Davidsson, P/Lindmark, L/Olofsson, C (1994). *Dynamiken i svenskt näringsliv*. Studentlitteratur: Lund.
- Davidsson, P/Lindmark, L/Olofsson, C (1996). *Näringslivsdynamik under 90-talet*. NUTEK: Stockholm.
- Delmar F, (1996). *Entrepreneurial Behavior and Business Performance*. Doktorsavhandling. Handelshögskolan i Stockholm.
- Direktiv 1996:70.
- Direktiv Jo 2004:87.
- Ds 1990:1, *Kooperationens utvecklingssystem: En utvärdering av verksamheten efter tre år*: Civildepartementet: Stockholm.
- Eldrimner, (2005), Nyhetsbrev nr. 4. www.eldrimner.com
- Eldrimner, (2006), *Smaklust*. Eldrimner: Ås.
- Eldrimner, (2007), *Årsrapport för 2006*. www.eldrimner.com
- EU-kommissionen, (2003), *SMEs in Europe*. Observatory of European SMEs, no. 7.
- Flygare I A/Isaksson M, (2003), *Jordbruket i välfärdssamhället*. Natur och kultur/LTs förlag: Örebro.
- Formas, (2006), *Kunskap om landsbygdens utveckling - en forskningsstrategi*. Formas: Stockholm
- FSF, (2007), *Företagsklimatets betydelse för utveckling, tillväxt och förnyelse i mikroföretag*. Huvudrapport. FSF: Örebro.
- Glesbygdverket (2001). *Nationellt program för Leader+ i Sverige*. Glesbygdverket: Östersund.

- Glesbygdsverket (2006). *Småföretagandets villkor i gles- och landsbygder*. Huvudrapport, Glesbygdsverket: Östersund.
- Glesbygdsverket (2006). *Sveriges gles- och landsbygder 2006*. Årsbok, Glesbygdsverket: Östersund.
- Glesbygdsverket, (2004), *Landsbygdsdimensionen i det regionala utvecklingsarbetet*, delrapport, Glesbygdsverket: Östersund.
- Glesbygdsverket, (2005), *Landsbygden i den regionala utvecklingen*. Glesbygdsverket: Östersund.
- Glesbygdsverket, (2005), *Småföretagandets villkor i gles- och landsbygder*, delrapport, Glesbygdsverket: Östersund.
- Glesbygdsverket, (2006), *Kapitalförsörjning i gles- och landsbygder*, underlagsrapport, Glesbygdsverket: Östersund.
- Glesbygdsverket, (2006), *Små företag och vida perspektiv*, underlagsrapport, Glesbygdsverket: Östersund.
- Glesbygdsverket, (2006), *Småföretagandets villkor i gles- och landsbygder*, huvudrapport, Glesbygdsverket: Östersund.
- Gratzer K, (1996), "Forskning om småföretag", i *Historisk Tidskrift*. Nr. 3, sid: 397-407
- Huggins R, (2000), "The success and failure of policy- implanted inter-firm network initiatives: motivations, processes and structure", I *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol.12, No.2, sid: 11-135.
- Hult E-B m.fl.,(2000), *Soloföretag*, Örebro: FSF.
- Höckertin C, (2001), "Ekonomiska föreningar och nykooperation i ett regionalt perspektiv", i Westlund H (red), (2001), *Social ekonomi i Sverige*, Fritzes: Stockholm.
- Johannisson, B/Lindmark, L (red.) (1996). *Företag, företagare, företagsamhet*. Studentlitteratur: Lund.
- Jordbruksdepartementet: (2004), Ds 2004:39, *Det går långsamt fram...*
- Jordbruksverket, (2004), *Rennäringen i siffror*. Jordbruksverket: Jönköping.
- Jordbruksverket, *Jordbruksverkets statistiska meddelanden*. www.sjv.se
- Kulturdepartementet, (1999), *Social ekonomi: en tredje sektor för välfärd, demokrati och tillväxt?* Stockholm: Fakta info direkt: Kulturdepartementet, Regeringskansliet.
- LRF, (2006), *De gröna näringarna nya affärsmöjligheter – nuläge och framtid*, www.lrf.se
- Lundström, A (1996), "Nyföretagandets villkor och möjligheter", i B Johannisson/L Lindmark (red.), 1996. *Företag, företagare, företagsamhet*. Studentlitteratur: Lund.
- Länsstyrelsen i Jämtlands län, (2004), *Eldrimner, resurscentrum för småskalig hantverksmässig livsmedelsförädling. Utvärdering av Mål 1 projekt*. Länsstyrelsen: Östersund.
- Miljöportalen, www.miljomal.nu.
- Mårtensson B, (1985), *Bykooperativ i Bredsjö och Huså*, Stockholm: Glesbygdsdelegationen, Industridepartementet.
- Nationalencyklopedin, (1993).
- Nilsson J, (1986), *Den kooperativa verksamhetsformen*, Lund: Studentlitteratur.
- Nutek (2002), *Företagens villkor och verklighet 2002. Dokumentation och svarsöversikt*. Nutek: Stockholm.
- Nutek, (2005), *Företagens villkor och verklighet 2005, Dokumentation och svarsöversikt*. Nutek: Stockholm.
- Nutek, (2003). *Tillväxt i småföretag*, B 2003:4. Nutek: Stockholm.
- Nutek, (2005). *Den första anställningen. Hinder och möjligheter för soloföretag att anställa en första person*. Nutek R 2005:01. Stockholm.

- Nutek, (2004), *Tio frågor och svar om samverkan i småföretag*, R 2004:10, Stockholm: Nutek.
- Nutek, (2005), *Risikkapitalbolagens aktiviteter - tredje kvartalet*, 2005:10. Nutek: Stockholm.
- Näringsdepartementet, (2005), *Metallurgi - en del av Innovativa Sverige*. Regeringskansliet: Stockholm.
- Näringsdepartementet, (2005), *Skogs- och träindustrin - en del av Innovativa Sverige*. Regeringskansliet: Stockholm
- Olsson J, (1994), *Den sociala ekonomin*. Stockholm: Carlsson
- Prop. 2001/02:39.
- Prop. 2001/02:4
- Prop. 2006/07:1
- Prop. 2006/07:100.
- Proposition 1991/92:38, *Inriktning av den ekonomiska politiken*
- Reviderat förslag till Landsbygdsprogram för Sverige år 2007 – 2013*, bilaga till regeringsbeslut 2006-11-09 nr 2.
- Samernas Riksförbund, (2006), *Ren mat*. Nyhetsblad, december 2006. Samernas Riksförbund: Umeå.
- SCB, (2006), *Jordbruksstatistisk årsbok 2006*. SCB: Örebro.
- SFS 1993:569
- SFS 1998:1633
- SFS 2001:1194
- Skogsstyrelsen, *Skogsstatistisk årsbok 2006*. Skogsstyrelsen: Jönköping.
- SOU 2006:101, *Se landsbygden – myter, sanningar och framtidsstrategier*.
- SOU 2006:101.
- Storey, D J, (1994), *Understanding the Small Business Sector*. Routledge: London.
- Sätre-Åhlander A-M, (2005), "Företagande som bieffekt. Om utvecklingen från anställd till företagare och avsaknaderna av strategisk tillväxtpolitik", i Sundin E & Thörnquist A (red), *När anställda blir företagare*. Arbetsliv i omvandling. Stockholm: Arbetslivsinstitutet.
- Weissglas G, (1996), *Lax i strida strömmar: sportfisket som regional utvecklingsresurs*. Umeå Universitet, Kulturgeografiska institutionen: Umeå.
- Westlund H (red), (2001), *Social ekonomi i Sverige*, Stockholm: Fritzes.
- Westlund H, (2007), *Social ekonomi, socialt kapital och lokal utveckling*, Stockholm: Nutek.
- Wiklund J, (1998), *Small Firm Growth and Performance: Entrepreneurship and Beyond*. Doktorsavhandling. Internationella Handelshögskolan: Jönköping.

Övriga

- Intervju Christina Lundmark programchef, Mineralinformationsprogrammet, SGU, (2007-07-23).
- Intervju med Lisbeth Björk, statistikansvarig på LRF (2007-02-26)
- www.bergstaten.se;
- www.coompanion.se
- www.eu-upplysningen.se
- www.fiskeriverket.se/statistik, Fiskeriverket,
- www.nutek.se
- www.sametinget.se

www.sgu.se, Sveriges Geologiska Undersökningar SGU, filialen i Malå,
www.skogsstyrelsen.se/statistik
www.skogsstyrelsen.se/statistik
www.svenskmjolk.se
www.miljomal.nu.