

Bilaga 1 – Utförlig bakgrundsbeskrivning

1. Bakgrund

1.1 Entreprenörskap och företagande

Nyföretagande har stor betydelse för den samhällsekonomiska utvecklingen. Nya företag skapar såväl ökad konkurrens som förnyelse av näringslivet och bidrar även med en ökad sysselsättning. Medvetenheten kring, och intresset för betydelsen av ett ökat nyföretagande har vuxit på både ett lokalt och regionalt plan. Örebro län har, precis som stora delar av Sverige, generellt sett en lägre förtagarandel än övriga Europa. Regionen har en stor andel anställda i företag och offentlig sektor, eget förtagande ses inte som ett alternativ. Med anledning av detta behöver vi i större utsträckning arbeta med att uppmuntra, stimulera och släppa fram entreprenörerna inom samtliga områden, då hela arbetskraften och alla individer är viktiga.¹

Örebros näringsliv domineras av offentlig service och tjänsteföretag. Småföretagen är huvudsakligen tjänsteföretag, medan andelen små- och medelstora företag inom tillverkningsindustrin är lägre än i viktiga konkurrentstäder². Andelen nystartade företag är inte heller att anse som tillräckligt hög. Enligt nyföretagarbarometern³ ligger Örebro kommun på plats 101 av Sveriges 290 kommuner, rankat efter antal nyregistrerade företag per 1000 invånare. Medan snittet ligger på 7 företagsregistreringar har Örebro under 2010 bara 5,7 stycken per 1000 invånare.

De flesta småföretagen i Sverige har en eller två sysselsatta, företagsledaren är oftast en av dessa. Ungefär hälften av alla småföretag har högst en sysselsatt på heltid i företaget. Bland småföretagare födda i Sverige är det något vanligare att ha fler än fem heltidssysselsatta. Utlandsfödda småföretagare har oftare mellan en till fem heltidssysselsatta. Detta kan tolkas som att viljan att expandera företaget är större bland utlandsfödda småföretagare. Bland dessa företagare skulle 83 % låta företaget expandera om det fanns möjlighet. Motsvarande siffra för svenskfödda småföretagare är 73 %. Det finns skillnader i tillväxtviljan mellan grupperna huruvida man vill expandera genom att anställa eller inte. Utlandsfödda småföretagare är generellt sett mer positiva till att anställa tillskillnad från svenskfödda småföretagare⁴.

Forskning⁵ visar att snabbväxande företag i högre utsträckning deltar i externa nätverk än andra företag. Studierna visar dock inget samband mellan nätverkens storlek och företagens tid till break-even. Däremot hade företag med en funktionellt sammansatt "nätverksportfölj" snabbare framgång än de med homogena nätverk. Tolkningen är att små företag tidigt behöver etablera nätverk med t.ex. kunder, leverantörer, finansiärer, teknologiska kompetenscentra, kluster etc. utöver de sociala nätverken.

¹ Tillväxtprogram för Örebroregionens näringslivsutveckling 2009 – 2013

² Näringslivs- och arbetsmarknadspolitiskt program för Örebro kommun 2009 - 2011

³ <http://www.nyforetagarcentrum.com/>

⁴ Uppgifter från Almi, Tillväxtanalys och SCB.

⁵ Barringer m.fl., 2005

1.2 Landsbygdsutveckling

Regeringen deklarerade vid sitt tillträde 2006 att den avsåg utarbeta en nationell strategi för att stärka utvecklingskraften på landsbygden. Den 17 mars 2009 överlämnades regeringens skrivelse 2008/09:167 *"En strategi för att stärka utvecklingskraften i Sveriges landsbygder"* till riksdagen.

Landsbygdsstrategin innebar ett tydligt värderingsskifte i synen på landsbygderna, som varken ses på som ett museum eller en tärande sektor i svensk ekonomi. Regeringen uttrycker i denna skrivelse en positiv syn på landsbygden där man vill nyansera och vända den bitvis negativa och schabloniserade bild som ibland förekommer i samhället. Ofta betonas endast landsbygdernas rika tillgång på råvaror och regeringen vill i och med sin skrivelse till riksdagen även lyfta fram landsbygdens differentierade näringsliv och andra goda utvecklingsmöjligheter. Vi ser landsbygdens möjlighet till utveckling, och dess möjlighet att bli en motor i jobbskapande och tillväxt, uttrycker näringsminister Maud Olofsson.

I regeringens strategi lyfts faktorer fram vilka är att förstå som förutsättningar för att människor ska välja att bo och arbeta i landsbygdsområden. Det kan röra sig om faktorer såsom förutsättningarna för företagande, landsbygdens infrastruktur, tillgång till poliser samt grundläggande service som exempelvis äldreomsorg och banker.

Den nya regering som tillträdde 2010 har gett landsbygdsministern rollen att skapa ett samlat grepp för landsbygdens utveckling. *"De gröna näringarna i Sverige ska konkurrera på samma villkor som i övriga EU. Det behövs för att värna den moderna landsbygden som är så viktig för oss alla. Den ger oss sund och säker mat, förnybar energi och öppna landskap. I arbetet för en hållbar utveckling är de gröna näringarna en viktig tillgång och jag vill underlätta skapandet av nya och spännande företag i hela landet. Kombinationen av energiproduktion, turism, jordbruk och skog kan ge många nya arbetstillfällen."* säger landsbygdsminister Eskil Erlandsson.

1.3 Problem och möjligheter med turistutveckling på landsbygd

Turistnäringen växer globalt och konkurrensen mellan destinationer hårdnar. Det är därför väsentligt att Örebro län kan erbjuda ett stort utbud av upplevelser för att attrahera besökare till länet. Besöksnäringen har en möjlighet att expandera på ett sätt som många andra branscher saknar. Denna näring har också förutsättningar för att växa såväl i glesbygdsområden som i städer och kan generera arbete för grupper som ibland har svårare att etablera sig på arbetsmarknaden. Detta kan vara exempelvis kvinnor, ungdomar och svenskar med utländsk bakgrund.

Turist/besöksnäringen är en växande bransch med en beräknad omsättning på 1927 miljoner kronor i Örebro kommun 2009, vilket är mer än en fördubbling sedan år 2000. Näringen kännetecknas bland annat av att den omfattar många olika delbranscher och består av ett fåtal stora företag och många små.

Örebro tar emot mer än 3,5 miljoner besökare varje år och ökade turismen med fyra procent under sommaren och våren 2010. Inom området affärsturism hör regionen till de främsta i landet och Örebro hävdar sig även bra inom området privatturism. Enligt uppgifter från Regionförbundet Örebro kommer de flesta turisterna, förutom från Sverige, från våra nordiska grannländer och Tyskland.

Flera projekt för vidareutveckling av besöksnäringen pågår i regionen, en del av dessa finansierade med strukturfondsmedel. För att dessa projekt ska ge goda resultat både lokalt och regionalt är samordning och informationsutbyten en viktig del i arbetet. Detta projekt kommer med anledning av detta ta tillvara på de erfarenheter som finns i dagens läge. Vidare kommer detta projekt även att bidra med nya insikter om turismens betydelse för lokal utveckling, bland annat genom erfarenhets- och informationsutbyte med andra projekt.

Turismen är en av de viktigaste framtida näringarna för att bevara en levande landsbygd. Den småskaliga landsbygdsturismen bygger på ett lokalt engagemang som innebär att de som äger, driver och är sysselsatta inom näringen är bosatta och/eller har en anknytning till orten. Naturen, kulturen och människorna är de främsta resurserna för att denna näring ska kunna växa och utvecklas. Turistnäringen kan vara en möjlighet för många att bo kvar och verka på sin hemort. Den småskaliga landsbygdsturismen är dock fortfarande inte tillräckligt utvecklad men har en potential både för den lokala bygden och för regionens erbjudande till besökare. Besöksnäringen skapar en möjlighet att trygga den lokala utvecklingen och servicen i Tysslinge-Ervalla området.

1.4 Skillnader i företagsstruktur mellan stad och land

Många insatser görs för att öka den ekonomiska tillväxten i Sverige. Ett verktyg för att nå dessa mål är landsbygdsprogrammet. Programmet har tydligt fokus på åtgärder som främjar företagande, tillväxt och sysselsättning på landsbygden och det riktar sig till i stort sett alla typer av företag. Denna bredd kräver god kunskap hos både myndigheter och organisationer om hur företagandet ser ut på landsbygden och i stadsregionerna.

Analyserna som Jordbruksverket genomfört visar att det finns en viss skillnad mellan företagsstrukturen i landsbygdskommuner och stadskommuner. Man kan bland annat se att:

- andelsmässigt fler personer driver egna företag på landsbygden än i städer.
- antalet företag på landsbygden ökar trots att befolkningen marginellt minskar.
- andelen kvinnliga företagsledare är låg och generellt sett lägre på landsbygden än i städer.
- andelen företagsledare som är födda utanför Norden är lägre på landsbygden än i städer. I vissa län är skillnaderna betydande, i synnerhet då vi studerar personer födda utanför Europa.

Att företagandet på landsbygden till viss del skiljer sig från det i staden kan även Christina Linderholm, Företagarnas representant i landsbygdsnätverkets styrgrupp, vittna om.

- Bristande kommunikationer och otillräckliga serviceinrättningar hindrar företagandet från att utvecklas på landsbygden

1.5 Regionala och lokala program och utvecklingsplaner

Genom satsningar som leder till konkurrenskraftig verksamhet och som även skapar tillväxt på landsbygden bidrar projektet direkt till prioriteringar i Landsbygdsprogrammet i Örebro län.

I Tillväxtprogram för Örebroregionens näringslivsutveckling (2009 – 2013) är ett av insatsområdena entreprenörskap och företagande. För att stärka entreprenörskapet är attityder och förhållningssätt viktigt. Detta projekt kommer att arbeta med attityder, förebilder och verktyg för att främja nyföretagandet liksom tillväxten i befintliga företag på landsbygden.

Projektet ligger i linje med utvecklingsstrategin för Örebroregionen "The heart of Sweden" genom att bidra till flera utvecklingsområden. Projektet har koppling till området "Innovationer och entreprenörskap" genom målet att skapa nya företag och "Lustfyllda möten och upplevelser" genom att bättre tillgängliggöra och paketera naturupplevelser.

1.6 Förstudier och förankringsprocesser

Tysslinge

Den entusiasm och det intresse från föreningslivet att lyfta hela Tysslinge området gemensamt är en möjlighet som blivit tydlig under förstudien. Det krävs dock resurser för att kunna lyckas använda de ideella krafterna till något som genererar tillväxt och nytta på lång sikt. Den förstudie som finansierats med medel från Leader har visat att det saknas en helhet och upplevelsepaket för de besökare/turister som kommer till området. Analysen visar även att det finns kompetens och engagemang att utveckla service och tjänster men att det krävs en organisation och ett gemensamt agerande för att lyckas skapa en helhet för ökad attraktivitet och tillväxt i området.

Ett gediget arbete med förankring har skett under förstudie och i samband med formulering av ett gemensamt utvecklingsprojekt. Möten med boende och verksamma i området visar både på ett stort engagemang och på stor idérikedom om vad som kan utvecklas. Det som framförallt saknas är resurser att koordinera, prioritera och stötta goda idéer. De avsiktsförklaringar som bifogats med ansökan visar på den delaktighet som finns för utveckling av området.

Bakgrunden som motiverar ett utvecklingsarbete har växt fram i flera etapper. Idén med projektet är främst att förädla och processa fram nya produkter för ökad kundtillfredsställelse men även för att skapa arbetstillfällen inom bland annat turismnäringen. Områdets turism- och besöksnärings har sin bas i alla de vanligast förekommande dagbesöken. Dessa är väldigt frekventa både sommar och vinter, men det är under vintersäsongen som verksamheterna har haft bäst ekonomisk vinning. Intäkterna från turismen är väsentlig för de näringsidkare som finns i området. En minskad turism påverkar på ett eller annat sätt de näringsidkare som finns i området.

Den externa analysen i förstudien visar på områdets potential för turismnäringen vilken har mer än 500 000 besökare årligen. För att nå målen om ökad tillväxt behöver följande åtgärder genomföras:

1. Det finns behov av etablerandet av ett varumärke, något som Tysslinge behöver. Varumärket skall samordnas på nätet och i andra marknadsföringsformer.
2. Varje verksamhet ska utveckla sina egna produkter samtidigt som "paket"-erbjudanden arbetas fram i samarbeten mellan lokala aktörer.
3. Projekt bör skapas för att stimulera framväxten av verksamheter som tar tillvara på de stora naturvärdena utan att skada tillgängligheten till skog och mark. Detta gör det möjligt att öka förädlingsgraden och därmed även intäkterna.

Ervalla

Kom-igång projektet har fått boende och företagare i Ervalla att se styrkan i lokal samverkan. Expansion i området genom inflyttning har varit en av strategierna och visst intresse har även visats redan under förstudien för inflyttning till området.

Inom ramen för förstudien har bland annat en bomässa arrangerats samt en företagarkatalog tagits fram som visar vilken företagsamhet som finns i området. Även media har bearbetats för att dra större uppmärksamhet till området. För att nå målet med fler inflyttningar krävs ytterligare aktivt arbete och bearbetning med detta, vilket i sin tur skulle öka möjligheter för företag och service i området. Inflyttning möjliggör även flyttkedjor för att möta människors behov i olika skeden av livet av olika boendeformer.