

Sammanfattning av rapporter och mätningar  
som berör

# Entreprenörskap och företagsklimat i



## Västernorrlands län

Ingrid Viklands  
Pilotlänsprojektet Entreprenör Y och  
Länsstyrelsen Västernorrland

Carina Holmgren  
Forum för småföretagsforskning (FSF)

## Innehållsförteckning{ TOC \o "1-3" }

## Inledning

Det finns idag olika definitioner som florerar över vad entreprenörskap är. En vanligt återkommande definition är att entreprenörskap handlar om fler nya, livskraftiga företag för att skapa ett dynamiskt näringsliv eftersom de ses som bärare av förändring och innovation. Det finns numera en växande skara forskare som menar att entreprenörskap bör betraktas som en mellanmännisklig aktivitet, i stället för som antal nystartade företag och ökad produktivitet. Att tala om entreprenörskap som ett homogent fenomen tenderar därför minst sagt att vara problematiskt.

Sara Sarasvathy (2001) ger t ex en idé om att entreprenörskap är mer kopplat till ett förhållningssätt – ett sätt att relatera till världen – än till specifika värderingar, eller särskilda egenskaper. I artikeln "Causation and Effectuation: Towards a theoretical shift from economic inevitability in entrepreneurship contingency" introducerar hon begreppen "effectuation" och "causation" och pekar genom dem på att det finns olika sätt att förhålla sig till sin omvärld på. Causation, menar Sarasvathy, utgör idén om att allt går att planera, vilket relaterar till såväl idén om management som till strategitänkandet. Causation kan beskrivas som processer som tar en viss effekt som given och fokuserar på att välja mellan olika medel för att skapa önskad effekt. Processer av effectuation däremot utgår från ett antal medel och fokuserar därefter på att välja mellan de möjliga effekter som kan skapas med en viss uppsättning av medel.

Genom att använda metaforen "matlagning" försöker Sarasvathy att tydliggöra skillnaden mellan causation och effectuation. Genom causation följer man receptet till punkt och pricka. Man öppnar receptboken, väljer recept och skaffar därefter vad som behövs för att tillaga det man valt. Om man förhåller sig till världen enligt effectuation öppnar man däremot inte receptboken, utan kylskåpet. Där ser man vad som finns och så gör man något av det som råkar finnas tillhands. Om rätten blir god eller dålig är inte det viktiga, utan att vi inser att vi i den situation vi befinner oss skapar något utifrån våra befintliga kunskaper, tidigare gjorda erfarenheter, vårt nätverk osv. Med ett sådant förhållningssätt menar Sarasvathy ges vi möjlighet att utveckla vår experimentlusta.

I denna skrift har vi sammanfattat rapporter och mätningar som alla berör någon av de florerande definitionerna kring entreprenörskap, samtidigt som de samtliga har något att berätta om förhållanden i Västernorrland. Syftet är att på ett enkelt sätt förmedla vad rapporterna och mätningarna handlar om och vad de är baserade på för undersökningar.

## **1 Entreprenörsandan i Västernorrland (Länsstyrelsen Västernorrland)**

Undersökningen är den sjätte utvärderingen av projekt i Västernorrland som syftar till att stimulera nyföretagande, entreprenörskap och förbättrade attityder till företagande. De tidigare undersökningarna är gjorda 1997, 1999, 2001, 2003 samt 2005. Målgruppen för undersökningarna är den arbetsföra befolkningen, 18-55 år, i länet.

Undersökningarna som är genomförda i form av telefonintervjuer har gjorts under samma tidsperiod maj-juni, runt 1400 personer har besvarat telefonenkäten och frågorna har varit desamma vid varje undersökningstillfälle. På så sätt fick vi en nulägesbeskrivning när vi började 1997 och sedan har vi kunnat följa eventuella förändringar över tiden. Några frågeställningar fanns inte med vid de första undersökningstillfällena utan har lagts till senare och några frågor har därför tagits bort för att på så sätt hålla antalet frågor någorlunda konstant.

### **Entreprenöriella klimatet och företagarklimatet**

Entreprenörsandan i länet har, under de år som nyföretagarprogrammen bedrivits, utvecklats i en positiv riktning. De kulturella förutsättningarna för entreprenörskap har förbättrats på ett märkbart sätt. Och uppfattningen om företagarklimatet har förändrats i positiv riktning mellan 2003 och 2007. Vi kan också läsa ut av resultaten att om en kommun medvetet satsar kraftfullt på att förbättra företagsklimatet så ger detta förväntade effekter.

### **Företagarpotential och nyföretagande**

Företagarpotentialen, de som tror sig ha startat ett företag inom en treårsperiod, har ökat från fyra procent 1997 till sex procent 2007 (exkluderat de som redan är företagare). Vi finner också att åldersgruppen mellan 26-35 år är den som uppvisar stor potentiell ökningstakt i förhållande till 1997. Stora satsningar har också gjorts i länet för att stimulera unga människors företagsamhet.

### **Om de fritt fick välja**

Av svarspersonerna har 38 procent svarat att de gärna skulle försörja sig som företagare om de fritt fick välja. Det är en ökning sedan 2001 och Västernorrland ligger därmed nära nivån för EU-genomsnittet.

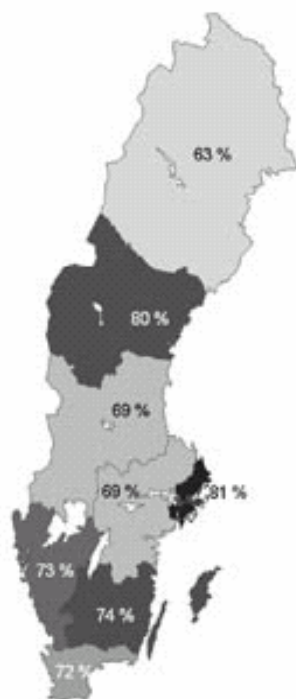
Svarspersonerna i tre av länets kommuner skiljer ut sig från de andra kommunerna på frågan om hur de skulle föredra att deras barn skulle försörja sig. Det är de kommuner som satsat på konceptet "Open for business". De har en större ökning än de andra kommunerna på svarsalternativet "egen företagare" mellan åren 2003 och 2007.

Om vi generaliserar denna undersöknings resultat till det befolkningsunderlag som vi har i länet vad gäller åldersgruppen 18- 55 år så skulle nyföretagande kunna ligga optimalt på över 6000 nystartade företag. Det faktiska utfallet är cirka 1500 per år (Bolagsverkets uppgifter inklusive de som enbart registrerat en F och/eller F/A skattsedel). Sett ur dessa synvinklar torde det finnas ytterligare potential och en hel del mer att arbeta med, för de lokala och regionala aktörerna, för att stimulera och stödja de entreprenöriella västernorrlänningarna.

## 2 Entreprenörskapsbarometern (NUTEK)

### Förbättring av attityder till företagande fram till och med 2007.

Som mått för målet används Verket för näringslivsutvecklings (NUTEK) årligt återkommande riksomfattande Entreprenörskapsbarometer. I Entreprenörskapsbarometer 2005 och 2006 redovisas resultaten inte som tidigare på länsnivå utan endast på regionnivå. En sammanfattning av Entreprenörskapsbarometer 2006 visar dock att Västernorrlands och Jämtlands län är den region i Sverige där attityderna till företagande har förbättrats mest sedan tidigare mätningar. På frågan till unga i åldern 18-30 år om de skulle du kunna tänka dig att bli företagare, uppger åtta av tio i Mellersta Norrland att de kan tänka sig att bli företagare jämfört med 73 procent i riket. När de unga tillfrågas om vad de helst skulle vilja vara uppger nära hälften i Mellersta Norrland jämfört med en tredjedel i riket att de skulle föredra att vara företagare framför alternativen "anställd i mindre företag", "anställd i större företag", "anställd i kommun/landsting" samt "anställd inom staten".



Figur { SEQ Figur \\* ARABIC }. Andel som kan tänka sig att bli företagare fördelat på riksområden (NUTS2), 18–30 år.

Källa: Nutek "Entreprenörskapsbarometer 2006"

### 3 Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2006)

GEM är ett internationellt, flerårigt forskningsprojekt som tar tempen på det entreprenöriella klimatet i olika länder. Studien initierades 1997 av Babson College och London Business School. Ett 40-tal länder deltar i studien och ESBRI är ansvarig för den svenska delen av GEM.

Över 100 000 personer i Sverige försöker årligen starta nya affärsverksamheter. Räknar vi även med de som gör det i team är siffran uppe i över 200 000 personer.

I Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2006) ligger Sverige med sina 3,7 procent lågt jämfört med till exempel Norge 9,1 procent, USA 10 procent, Island 11,3 procent och Australien 12 procent.

I ett internationellt perspektiv ligger därmed Sverige lågt när det gäller andelen entreprenörer som försöker starta affärsverksamheter och den nivån har inte förändrats över tiden sedan första studien 1997-1998.

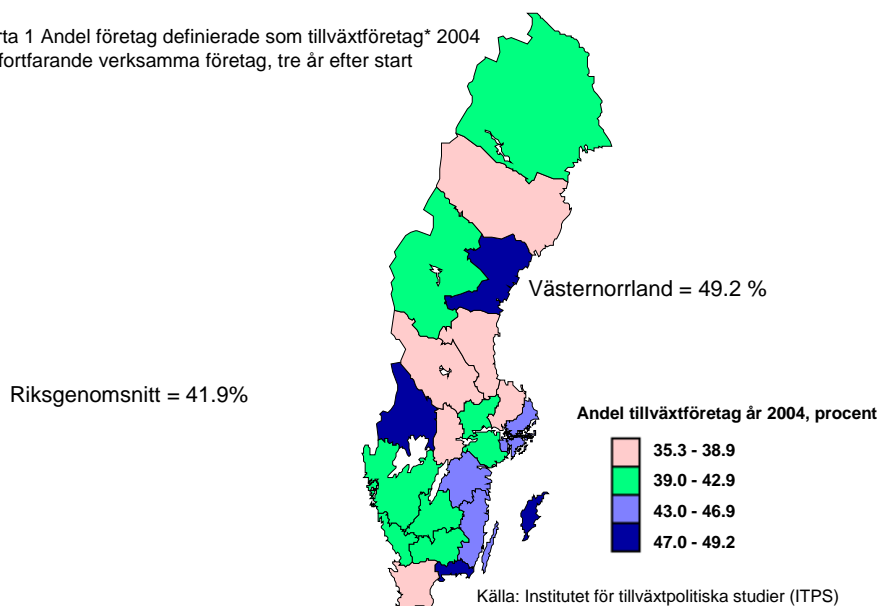
### 4 ITPS

#### Fler livskraftiga företag och fler entreprenörer i länet fram till och med 2007.

Som mått för målet används ITPS rapporter om överlevnadsgraden bland nystartade företag tre år efter start. Av de genuint nya företag som startades i länet 2001 fanns 64,1 procent kvar 2004 motsvarande överlevnadsgrad för hela riket var 61,7 procent. I förhållande till 1999 års nystartade företag tre år efter start var det en höjning av överlevnaden med 3,6 respektive 2,7 procentenheter i länet och i riket.

Av de företag som startade sin verksamhet i länet 2001 och som fortfarande var verksamma 2004 kunde 49,2 procent betraktas som tillväxtföretag<sup>1</sup>, vilket var högst i landet, riksgenomsnittet var 41,9 procent, se kartan nedan.

Karta 1 Andel företag definierade som tillväxtföretag\* 2004 av fortfarande verksamma företag, tre år efter start



<sup>1</sup> Med tillväxtföretag avses företag som under år 2004 hade en omsättning på minst en miljon kronor eller hade minst två personer sysselsatta på heltid eller ett företag där företagaren uppgivit att företagets lönsamhet är god och att företaget går att leva på.

## 5 Nyföretagandet i Västernorrland

Nyföretagandet har utvecklats i en positiv riktning under 2000-talet vilket framgår av diagrammen nedan. För de enskilda kommunerna har det svängt lite under åren men utvecklingen sedd under en längre period är positiv. Underlagen baseras på uppgifter från Bolagsverket och ITPS och dessa jämförs.

ITPS exkluderar vissa näringar såsom jord- och skogsnäringarna inklusive jakt och fiske samt fastighetsförvaltning. För vår region som till stor del består av näringar som är relaterade till skogsfastigheter och jordbruk ofta i kombination med turistisk verksamhet innebär detta att de inte kommer med i denna officiella statistik. För att få en uppfattning om hur många nya **företagare** som länet har fått så har vi också därför kompletterat Bolagsverkets uppgifter med de som bara registrerat en F och/eller F/A skattsedel. För övrigt stämmer Bolagsverkets uppgifter stämmer väl överens med de från Jobs & Society

{ EMBED PowerPoint.Slide.8 }

{ EMBED PowerPoint.Slide.8 }

## **6 Utvärdering av Open for Business i Örnsköldsvik (Utvärderingsföretaget Annorlunda Konsult)**

Open for Business (OFB) är ett kanadensiskt koncept som tagits till Sverige i samarbete med bland annat Nutek. Tanken bakom etableringen av OFB i Sverige var att använda en prövad pedagogik för att bemöta det som ses som ett behov av ökat fokus på entreprenörskap. Inom OFB:s verksamhet kan unga människor få möjlighet att upptäcka och utveckla sin företagssamhet, fler uppmuntras att starta egna företag eller ta ansvar för sina egna arbetstillfällen. Eventuella misslyckanden ska ses som en berikande erfarenhet för framtiden. I Västernorrland var det tre kommuner som startade verksamheter och OFB i Örnsköldsvik har pågått sedan 2001.

Tre frågeställningar som denna utvärdering främst tar upp.

- 1) Vilka fördelar finns med verksamheten?
- 2) Vilka nackdelar finns med verksamheten?
- 3) Hur kan verksamheten utvecklas i framtiden?

I utvärderingsuppdraget har det ingått att samla in åsikter från deltagare, projektledare och andra aktörer som är och varit berörda av verksamheten.

Utvärderingen visar att det finns en i huvudsak positiv inställning till OFB bland alla de intervjuade. Verksamheten får mycket beröm och det är få saker som lyfts fram som negativa.

Det positiva

- Den pedagogik som används
- Projektledarnas kunskaper och entusiasm
- Verksamheten skild från skolan
- Samsyn mellan alla intressenter om verksamhetens fördelar

Det negativa

- För mycket att göra för projektledarna – för stor efterfrågan OFB verksamheten?

Framtiden

- Samarbetet med skolan måste utvecklas ytterligare
- Projektifieringen måste lösas för att få en varaktighet i verksamheten
- Bemanningen på OFB måste utökas

## **7 Mittuniversitetet:s forskning om Open For Business (OFB)**

Forskningsprojektet vid Mittuniversitet (MIUN) visar att skolans arbetsformer bejakar utvecklingen av individuell problemlösningsförmåga, initiativförmåga samt förmåga att vara kreativ och flexibel, alla attribut som förknippas med entreprenöriella individer. Open for Business kan bidra till att lyfta in värderingar och kunskaper som talar för entreprenörskap, framförallt via samarbete med skolan.

I de samhandlingar mellan OFB och skolan som studerats i projektet framträder en positiv effekt. Samtliga elever i de två kommunernas årskurs nio besvarade en enkät om sina erfarenheter av OFB.

I den kommun där olika lokala intressenter för entreprenörskap aktivt stött OFB i arbetat med skolelever och lärare i grundskolan visar det sig att eleverna där har markant mer omfattande kunskaper i entreprenörskap och företagande än vad eleverna vid andra skolor uppvisar. De uppfattar sig även inspirerad av OFB i en mer omfattande utsträckning än elever vid andra skolor som har erfarenheter av OFB.

I den andra kommunen hade en skola under flera år aktivt samarbete mellan lärare, elever och OFB kring ett elevföretag startat och drivet av en skolklass. Här kom OFB att spela en väsentlig roll vid framförallt initieringen av skolklassens projekt men även lång tid efteråt.

De två exemplen visar på vad tidigare forskning understrukt vid skolutveckling, nämligen vikten av att skolledare, lokala politiker och andra intressenter behöver arbeta för samma mål för att ett projekt skall överleva längre än själva den initierande aktiviteten.

Skall projekt för entreprenörskap bidra till nya samhällsligt verksamma handlingar i form av nya former av företag där arbetstillfällen skapas och innovativa människor kan utgöra en framtida kraft behöver gamla institutioner rivas och nya byggas. Gamla institutioner som satsar på mer av det redan kända leder sällan till att kreativa krafter ges utrymme att skapa det ännu okända.

## **8 Entreprenörskap i grund- och gymnasieskolor – En kvantitativ studie 2004 och 2006 (FSF)**

För att undersöka förekomsten och innebörden av entreprenörskapsutbildning vid de svenska grund- och gymnasieskolorna genomfördes under våren 2004 och hösten 2006 sammanlagt fyra olika enkätundersökningar. Svartfrekvensen 2006 var 31 % respektive 51 % vilket motsvarar 1 409 grundskolor och 394 gymnasieskolor. I Västernorrland omfattade undersökningarna 2006 139 grundskolor och 17 gymnasieskolor, varav 52 grundskolor och 11 gymnasieskolor besvarade enkäterna, svartfrekvenser om 37 respektive 65 %.

### **Entreprenörskap och företagsamhet – hur vanligt är det?**

Resultaten visar att det både i grund- och gymnasieskolorna skett en ökad användning av begreppen entreprenörskap och/eller företagsamhet som beteckning för någon av den pedagogiska aktiviteten vid skolorna under perioden våren 2004 till hösten 2006. I grundskolorna har användningen av begreppen ökat från 21 till 29 % och motsvarande resultat för gymnasieskolorna är en ökning från 78 till 86 %. Hur utbredd användningen är i grundskolorna skiljer sig dock åt mellan olika län. Generellt är användningen av begreppen mest utbredd i de norrländska grundskolorna. Samtliga fem norrländska län ingår bland de sju län där användningen är mest utbredd.

Generellt kvarstår skillnaderna mellan länen sedan 2004 års undersökning. Västernorrland var det län där användningen av begreppen entreprenörskap och/eller företagsamhet var mest utbredd 2004. 53 % av grundskolorna använde då begreppen för att beteckna någon av den pedagogiska aktiviteten vid sin skola. Detta kan jämföras mot Kronoberg där endast 5 % av grundskolorna då använde begreppen. I undersökningen som genomfördes 2006 var resultatet för Västernorrland 40 %, vilket innebär att det inte skett någon statistiskt säkerställd förändring.

### **Vad är det för aktiviteter som begreppen syftar till?**

Det finns en stor mångfald av aktiviteter som sammanfattas med begreppen entreprenörskap och/eller företagsamhet på grundskolorna. Dessa aktiviteter kan klassificeras utifrån olika teman, samarbete skola/arbetsliv, företagande, produktion och försäljning, naturkunskap, teknik och uppfinningar, samt stimulans av elevers ansvarsförmåga och självkänsla mer generellt. En röd tråd som löper genom flera av dessa teman är att aktiviteterna utgår mycket från elevernas egen skapandekraft och att deras arbete mer synliggörs både inom och utanför skolan, än det dagliga traditionella skolarbetet. Det vanligaste återkommande temat i grundskolorna är samarbete skola/arbetsliv.

I gymnasieskolorna saknas den mångfald som karaktäriserar entreprenörskap i grundskolorna. Istället är fokus på företagande tydligt, och elevföretagandet är en dominerande aktivitet. Mer än 85 % av alla elevföretag är kopplade till Ung Företagsamhet och en slutsats är att entreprenörskap på gymnasieskolorna ofta är synonymt med Ung Företagsamhet. Även om elevföretag förekommer i 68 % av gymnasieskolorna, omfattar denna typ av undervisning dock inte samtliga program i lika stor utsträckning. Elevföretagen är starkt kopplade till företagsekonomiska ämnen och återfinns fortfarande i betydligt mindre utsträckning på många av de praktiska programmen

### **Lokala och regionala projekts betydelse för entreprenörskap i skolan**

Resultaten visar att möjligheten för elever och studenter att komma i kontakt med olika typer av entreprenörskapsstimulerande aktiviteter i grund- och gymnasieskolan påverkas av faktorer som i vilken region man bor, intresse från skolan, intresse från lärare, vilket program som väljs på gymnasieskolan och även beroende på lokala och regionala drivkrafter utanför skolan. Viktiga drivkrafter utanför skolan är olika lokala och regionala projekt och aktörer som Ung Företagsamhet.

## **9 Entreprenörskap & skolan - Vad berättar lärare att de gör när de gör entreprenörskap i skolan? (FSF)**

Utifrån den kvantitativa studien Entreprenörskap i grund och gymnasieskolor som beskrevs på föregående sida, har en omfattande kvalitativ studie genomförts under 2007 för att närmare undersöka vad det är lärare *gör* när de gör entreprenörskap i skolan. Studien har omfattat 23 grund- och gymnasieskolor i Blekinge, Gävleborg, Halland, Västernorrland och Örebro län. Sammantaget har 78 lärare, rektorer och studie- och yrkesvägledare intervjuats, samt även 19 aktörer från de olika länen som är aktiva i att stimulera skolorna att arbeta med entreprenörskap.

### **Entreprenörskap i skolan – mångfald, organisering och sammanhang**

Entreprenörskap i skolan, och då speciellt i grundskolan, kännetecknas av en mångfald av sätt att bedriva undervisning på – från att omfatta en pedagogik till enstaka aktiviteter. Denna mångfald knyter framförallt an till hur undervisningen organiserats. Till exempelvis så handlar organiseringen om att entreprenörskap i speciellt grundskolan i många fall handlar om samarbeten mellan lärare där de genomför ämnesövergripande projekt eller arbeten, ofta med kontakter utanför skolan. Samarbeten och arbetsformer som kräver både tidsutrymmen för att planera verksamheten men även längre tidsblock för att kunna genomföra arbetet. Det traditionella schemat ses vara ett hinder för att arbeta med entreprenörskap och fungerande arbetslagen en möjlighet.

Oavsett de olika innehållen och organiseringsformerna finns en gemensam nämnare, nämligen att, genom att föra in entreprenörskap i skolan, sätta saker och ting i ett större sammanhang. Exempel på detta är att lärarna ser att ämnesindelningen ”snuttifierar” kunskapen, och ämnesövergripande arbete blir ett sätt att sammanhang. Ett annat uttryck för sammanhanget är att elevernas arbete synliggörs utanför skolan vilket ger ett större sammanhang.

### **Entreprenörskap som aktivitet eller pedagogik**

I studien synliggörs att mångfalden av sätt att arbeta med entreprenörskap som förekommer både handlar om enstaka aktiviteter, mer eller mindre avgränsade i tid, men även att det handlar om pedagogik, sätt att arbeta oavsett vilket ämne som står på schemat. Det tycks även finnas en tendens att övergå från avgränsade aktiviteter till en integrerad pedagogik. Det som blivit tydligt i studien av de olika skolorna är att de lägre nivåerna – dvs. grundskolan – i högre grad tenderar att arbeta med entreprenörskap som en pedagogisk idé medan entreprenörskap i gymnasieskolan tenderar att bli en aktivitet som blir förbehållen vissa ämnen och elever.

### **Lokala och regionala projekts betydelse för entreprenörskap i skolan**

Studien visar att arbetet med entreprenörskap i skolan ofta endast omfattar något arbetslag eller några få lärare på en skola. Studien visar även att de regionala och lokala projekten varit viktiga för initieringen av arbetet på skolorna. Ofta nämns dessa projekt eller företrädare för dessa projekt när lärarna berättar om vad de gör när de gör entreprenörskap i skolan. Projekten i Västernorrland utgör inget undantag och svallvågorna efter Open for Business är tydliga, både i länets skolor och även i andra län som deltagit i studien.

## 10 Lokalt företagsklimat (Svenskt Näringsliv)

### Förbättra länets förutsättningar för tillväxt och strukturomvandling fram till och med 2007.

Här används Svenskt Näringslivs årligt återkommande ranking av företagsklimat i kommunerna som en indikator. Svenskt näringsliv ranking baseras på tre block som vardera väger en tredjedel var. Ranking utifrån de tre blocken avser tillsammans spegla de sammanlagda förutsättningarna för företagande i kommunerna. De tre blocken består av:

- ✓ Basfaktorer – hårda data (sex faktorer ingår här, bl. a skattesats och andel kommunal verksamhet utlagd på entreprenad i privat drift) med SCB som källa.
- ✓ Enkät svar om företagsklimatet i den egna kommunen – från omfattande undersökningar av SCB.
- ✓ Företagarnas sammanfattande omdöme på en skala från 1-6 av företagsklimatet, hämtat från enkätundersökningen.

Utifrån den genomsnittliga kommunplaceringen i länen under åren 2004-2007 hamnar Västernorrlands företagsklimatet i den nedre halvan. I den senaste undersökningen 2007 rankas Jönköpings, Hallands och Stockholms län högst, medan Västernorrland hamnar på plats 18 av 21. Överlag visar Svenskt Näringslivs ranking att företagsklimatet i norra Sverige är sämre än i övriga i övriga riket.

**Tabell { SEQ Tabell \* ARABIC } Utvalda rankingvärden från Svenskt Näringslivs undersökning Lokalt företagsklimat 2007.**

	Företagande	Nyföretagande	Sammanfattande omdöme om företagsklimatet i kommunen	Allmänhetens attityder till företagande	Kommunpolitikerns attityder till företagande
Härnösand	207	233	283	264	282
Kramfors	156	125	250	270	232
Sollefteå	152	159	264	254	265
Sundsvall	80	102	199	199	236
Timrå	272	254	90	188	104
Ånge	165	168	201	272	221
Örnsköldsvik	141	230	46	113	39

## **11 Entreprenörskap & Företagsklimat – En studie av attityder i Västernorrland (FSF)**

På uppdrag av Entreprenör Y genomförde Forum för småföretagsforskning (FSF) under 2006 och 2007 en studie av attityder till entreprenörskap och företagsklimat. Syftet med studien var att dels undersöka attityder till entreprenörskap hos lokala och regionala tjänstemän, politiker och aktörer i Västernorrlands län och dels undersöka attityderna till företagsklimat hos lokala och regionala tjänstemän, politiker och aktörer samt företagare i Västernorrlands län. Syftet är att undersöka om det finns en gemensam bild över vad entreprenörskap och företagsklimat är och dess betydelse för tillväxt i länet. Studien bygger på fyra genomförda enkätundersökningar och 21 intervjuer med regionala och lokala politiker, tjänstemän, aktörer och företagare som genomförts vid olika tillfällen under 2006 och 2007.

### **Entreprenörskap och företagsklimat – en sammanfattning av attityderna**

Sammantaget finns bland de politiker, tjänstemän och aktörer som studien omfattat, en samstämd bild av att entreprenörskap har stor betydelse för tillväxt i Västernorrlands län. På samma sätt tillskrivs företagsklimatet en stor betydelse för tillväxt av både tjänstemän och företagare. Länet beskrivs som ett län präglad av storindustrier och med en utpräglad brukskultur, där man varit van vid att de stora brukarna tagit hand om de anställda. Det finns dock inte längre en stark tilltro till att de stora etablerade industrierna ska generera nya arbetstillfällen, inte heller en stark tilltro till att staten eller företag i andra regioner ska etablera verksamhet i länet. Istället ses entreprenörskap som en viktig lösning för att skapa nya företag, men också för att driva utvecklingen i redan etablerade företag. Den betydelse som tillskrivs entreprenörskap kan ses som en utveckling av det regionala och lokala självförtroendet, dvs tilltron till de egna resurserna, invånarna och företagen i länet. Det regionala självförtroendet omfattar dock inte i lika stor utsträckning möjligheterna att finansiera insatser för att stimulera entreprenörskap.

Studien har visat att det florerar en mängd olika nyanser av tolkningar av begreppet entreprenörskap men att det finns två tydliga röda trådar. Sammanhanget avgör vilken tolkning som är rådande. Utan sammanhang eller i samband med skolan är en bredare definition rådande, men när entreprenörskap sätts i samband med tillväxt och regional utveckling blir begreppet oproblematiskt, då är det starkt kopplat till företagande. Företagsklimat är mer problematiskt eftersom det kan ses utifrån olika perspektiv, om man väljer att använda myndigheternas och samhällets eller företagets perspektiv, också med vilken bredd på panorama som väljs, beroende på om man ser till företagets affärsverksamhet och möjligheter, företagets förutsättningar eller även till människorna och deras behov.

Alla grupper, företagare, politiker och tjänstemän inom privat och offentlig sektor, återkommer till de rådande attityder som finns i Västernorrlands län gentemot företagare och företagande. Attityderna måste förändras hos både politiker, tjänstemän och allmänhet menar de. De positiva attityder till företagande och den betydelse som politiker, tjänstemän och aktörer i studien lagt vid entreprenörskapets och företagsklimatets betydelse för tillväxt, ger anledning att fundera över var dessa negativa attityder till företagare och företagande finns, för det är där insatserna naturligtvis ska göras. Men hur märks det när attityderna har förändrats? Företagarna har inte dagliga kontakter med kommuner, myndigheter och politiker. De mentala bilder som vi har över hur något är, är baserat på hur det har varit. Precis som vi alla kan ha en åsikt om skolan för vi vet hur det är, trots att våra bilder kan vara från 30 år tillbaka när vi själva gick i skolan. Att förändra attityder handlar inte bara om att genomföra attitydförändringar utan också att förändra dessa mentala bilder, att de tvingas att omförhandlas på en ny insikt om att attityder har förändrats... om de nu har det?

## 12 Företagsklimatets betydelse för utveckling, tillväxt och förnyelse i mikroföretag (FSF)

FSF har i en studie genomförd 2006 och 2007 arbetat med att belysa vilken betydelse företagsklimatet har för utveckling, tillväxt och förnyelse i mikroföretag i tillverknings- och upplevelseindustrin. Med mikroföretag avses i denna studie företag med mellan 2 och 9 anställda inom tillverknings- och upplevelseindustrin. Sammanlagt har 7 län/regioner och 14 kommuner i en interaktiv process deltagit i studien. Västernorrland är ett av dessa län, där Ånge och Kramfors deltagit i studien. Studien omfattar närmare 200 intervjuer med både mikro-företagare och företagsfrämjare. I Ånge har sju företagare och fyra företagsfrämjare intervjuats och i Kramfors har åtta företagare och fyra företagsfrämjare intervjuats. Två seminarier har hållits på varje ort. Studien bygger även på en enkätundersökning som omfattade 1 327 mikro-företag inom de studerade branscherna och där svarsfrekvensen blev 41 %.

### Slutsatser

Studien visar att företagare och företrädare för serviceorganisationer har olika syn på sina roller. Företagare önskar hjälp med operativa saker som handläggningstider. Företrädare för, framför allt kommunerna, har en bredare syn och framför allt mer långsiktig. Företagarna anser att kommunen bedriver konkurrerande verksamheter. Det finns ett missnöje hos ett stort antal av i studien intervjuade företagare, om att kommunerna konkurrerar inom vissa områden. Speciellt inom den s k upplevelseindustrin. Generellt är andelen företagare som är kvinnor låg. Det är fem, sex gånger vanligare med manliga företagare bland de mikro-företag som studerats. Andelen unga företagare ( under 30 år) är låg. Mikro-företagare skiljer sig inte åt mot befolkningen i stort när det gäller utbildningsnivåer. Mikro-företagare sköter till stor del själva rekrytering av ny personal. En förklaring till detta är att företagen är beroende av vem de anställer. Det kan också vara en kostnadsfråga.

Mikro-företagare är huvudsakligen verksamma på den svenska marknaden. Två av tre företagare saknar någon form av försäljning utanför den svenska marknaden. Mikro-företagarna har få kunder inom offentlig sektor och endast en av tio företagare anser att kunder inom offentlig sektor har stor betydelse. Mikro-företagarna är optimistiska inför framtiden. En stor majoritet av mikro-företagare anser att deras företags lönsamhet är acceptabel eller god, 85 % av företagen uppger att de vill växa och den egna kompetensen utgör inte något hinder.

Revisorer och banker viktiga för företagens utveckling. De får tio gånger så höga värden som kommunen, länsstyrelsen, ALMI Företagspartner AB eller den egna företagsorganisationen. Kunskaperna om kommunernas näringslivsarbete är lågt bland företagarna och Mikro-företagare känner inte till några mätningar av det lokala företagsklimatet. Mikro-företagare har utvecklade samarbeten med både universitet, högskola och gymnasium. Närmare 40 % av företagarna uppger att de har haft någon form av samarbete.

Kommunerna arbetar främst med en s k expansions- och bevarandestrategi. Mycket handlar om att skapa förutsättningar för tillväxt i befintliga företag och inte minst små företag. Företagsklimatet är en förutsättning för utveckling tillväxt och förnyelse i mikro-företag. Genom intervjuer, seminarier och enkäten har det framkommit uppgifter som på vissa punkter motsäger varandra. Dessa motsägelser både finns och inte finns. På så sätt att enkäten ger en bredare syn och de enskilda intervjuerna eller samtalen på seminariet smalnar in den specifika frågan. Det är därför viktigt att man som beslutsfattare i kommunen värderar de synpunkter som enskilda företagare ger mot vad som totalt efterfrågas.

## Reflektioner

Näringslivsklimatet bestäms i hög grad av samhällets/medborgarnas värderingar avspeglade i attityder till och regelverk kring företagande. Västernorrland, med sitt industriarv, stor offentlig sektor och traditionellt genusklimat, som ytterst leder till människors förväntningar på en fungerande marknad för lönearbete, hamnar i regel långt ner på ranglistorna vid undersökningar av näringslivsklimatet.

Med anledning av en alltmer omfattande strukturomvandling inom näringsliv och samhälle ställs allt högre krav på möjligheten att förstå de utvecklingsfrågor som ger ett livskraftigt näringsliv. Entreprenörskap och företagande anses idag vara mycket centrala begrepp när man diskuterar utvecklingsfrågor på lokal, regional, nationell och internationell nivå.

Det gäller att stärka nya företag men också att utveckla redan befintliga företag, stimulera nya former av företagande samt föra över entreprenörskapets grundidéer till nya sektorer i samhället, tex inom den offentliga sektorn, bland våra större företag och till nya näringar. Attityder och värderingar behöver utvecklas så att vi får en öppnare och vidare syn på entreprenörskapsbegreppet så att alla sektorer i samhället får goda utvecklingsmöjligheter.

För tillväxt i mening av ökad sysselsättning krävs ett fortlöpande tillskott av nya företag. Insatser har det senaste decenniet gjorts för att bidra till ökat nyföretagande och för att förbättra attityder till entreprenörskap och företagande men mycket återstår.

Entreprenöriella värderingar och förhållningssätt behöver också utvecklas för att invånarna i lokalsamhällen och regioner ska kunna orientera sig i förhållande till såväl nationellt som internationellt betingade förändringar i politik och ekonomi.

På grund av att entreprenörskap berör många samhällsområden – är av övergripande natur - krävs ett samordnat synsätt och en samordnad politik för en fullödig utveckling. Den bör omfatta faktorer inom alla relevanta politikområden, så att de kan verka på ett ömsesidigt förstärkande sätt.

Under det senaste decenniet har stora samhällssatsningar och arbetsinsatser gjorts för att utveckla entreprenörskap, nyföretagande och entreprenörsklimat i Västernorrlands län. Nyföretagandet har ökat men inte i den omfattning och till den nivå som vi hade hoppats på. Dock har intresse för entreprenörskap, intentioner och attityder påverkats positivt. Enkäter till näringslivet och till länsinvånarna visar detta tydligt. Västernorrland har en stor outnyttjad potential bland de ungdomar och kvinnor som i gjorda undersökningar uttryckt en ambition att vilja starta företag. När det etablerade samhället lyfter fram hinder och problem hellre än möjligheter, är det svårt för dessa grupper att se företagande som ett möjligt sätt att försörja sig på. Till detta ska läggas att det stöd som finns tillbuds idag inte är anpassat till att svara upp till dessa gruppers behov. Det gäller inte bara finansieringsmöjligheter och regelverk utan kanske snarare rådgivning och annan support. Den senare är alltför företagsinriktad i stället för att vara företagarinriktad. Det handlar mer om att coacha individen i stället för att enbart processa affärsplanen. Arbetet med att stimulera nyföretagande och entreprenörskap måste präglas av långsiktighet och fortsättningsvis ges positivt stöd för att förbättra förutsättningarna för ett ökat nyföretagande förbättrad kunskap kring entreprenörsfrågorna.

Ett företagsamt förhållningssätt är inte allmänt vedertaget varken i skol-/utbildningsvärlden eller i offentliga organisationer. Elevers och medarbetares idéer och drivkrafter tas inte tillvara och stimuleras fullt ut. Kreativa medarbetare och elever kan uppfattas som en tillgång men också som krävande och obekväma. När ungdomar och medarbetare inte ges möjlighet att utveckla sina entreprenöriella förmågor är risken stor att de förlorar motivationen och arbetsglädjen för sina arbetsuppgifter. Den offentliga sektorns kultur och miljö stödjer inte tillräckligt starkt ett företagsamt förhållningssätt och i förlängningen kan vi utläsa detta i alltför höga sjuktal i befintliga organisationer och drop-outs från skolan. Entreprenörskap kan därför även ses som en välfärdsfråga och att det är alla människor rätt att få möjlighet att utveckla sitt entreprenörskap. Inte heller inom universitet och högskolor har detta förhållningssätt implementerats i tillräcklig utsträckning för att ge varaktiga avtryck på våra arbetsplatser.

Inom entreprenörskapsforskningen finns det egentligen få bevis på att det är något speciellt med entreprenörer. Det finns ingen "entreprenörsgen" och det finns inget som säger att man är "född till entreprenör". Om det vore så enkelt skulle vi kunna lägga ner innovationssystem, nyföretagarsatsningar, utbildningar och allt annat som har med inläring och kunskapsutveckling att göra. Kan vem som helst bli entreprenör? Har det inte med talang att göra? Svaret är både ja och nej. Vem som helst kan upptäcka och utveckla nya affärer. Talang spelar roll men som i allt annat får den bara betydelse om man också tränar hårt.

Entreprenörskap har blivit mode. När vi slänger in entreprenörskap som den slutgiltiga lösningen på allt från omotiverade elever till arbetslöshet blir det som vanligt, det gynnar ingen. För att det ska få betydelse måste vi vara lite försiktiga med vad vi kallar entreprenörskap. Det måste vara något unikt för att det ska ha berättigande och då kan det inte inbegripa allt.

---

Entreprenörskap och företagsklimat röner idag ett stort intresse både på lokal, regional, nationell och EU-nivå och omfattar många olika sfärer i samhället. Intresset återspeglas i ett växande antal mätningar, undersökningar och forskningsprojekt. Samtidigt är vi fortfarande inte överens om vad entreprenörskap och företagsklimat är, utan det florerar olika definitioner.

I denna skrift har vi sammanfattat rapporter och mätningar som alla berör någon av de florerande definitionerna kring entreprenörskap, samtidigt som de samtliga har något att berätta om förhållanden i Västernorrland. Syftet är att på ett enkelt sätt förmedla vad rapporterna och mätningarna handlar om och vad de är baserade på för undersökningar



Filnamn: Sammanställning forskning Y.doc.doc  
Katalog: C:\Documents and Settings\Administratör\Skrivbord  
Mall: C:\Documents and Settings\Administratör\Application  
Data\Microsoft\Mallar\Normal.dot  
Rubrik: Sammanfattningarna  
Ämne:  
Författare: Ingrid Viklands  
Nyckelord:  
Kommentarer:  
Datum: 2007-12-02 6.51  
Version: 2  
Senast sparad: 2007-12-02 6.51  
Senast sparad av:  
Total redigeringstid: 10 minuter  
Senast utskrivet: 2008-01-17 12.16  
Vid senaste fullständiga utskrift  
Antal sidor: 17  
Antal ord: 5 966 (cirka)  
Antal tecken: 31 623 (cirka)