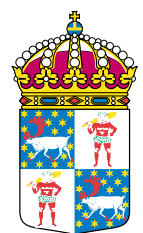




Tillväxtförutsättningar för Norrbottens näringsliv

En kartläggning av företagens styrkor, svagheter och utmaningar



Länsstyrelsen
Norrbotten

Titel Tillväxtförutsättningar för Norrbottens näringsliv. En kartläggning av företagens styrkor, svagheter och utmaningar.
Diarienummer: 303-9131-13

Författare: Daniel Örtqvist, Luleå tekniska universitet.

Information: Rapporten är en beställning av Länsstyrelsen i Norrbotten inom projektet Regional förnyelse. Författaren ansvarar själv för rapportens innehåll.

Omslagsbild: Luleå tekniska universitet

Kontaktperson: Carola Medelid och Per-Erik Andersson, Länsstyrelsen i Norrbottens län, 971 86 Luleå.
Telefon: 010-225 50 00, fax: 0920-22 84 11,
E-post: norrbotten@lansstyrelsen.se
Internet: www.lansstyrelsen.se/norrbotten

ISSN: 0283-9636

Sammanfattning

Syftet med den här studien är att öka kunskapen om Norrbottens läns näringslivs styrkor, svagheter och tillväxtpotential. Inom projektet har data samlats in från sekundära källor såsom Statistiska centralbyrån (SCB), Patent och registreringsverket (PRV)m.fl. Syftet med sekundärdatan har framför allt varit att jämföra utveckling och nuläge för Norrbotten och kontrastera denna information med andra svenska län. Därutöver har omfattande datainsamlingar genomförts inom ramen för projektet. Bland annat har 295 företagare för företag med fem eller fler anställda svarat på en omfattande enkät. Ett flertal företagare har också medverkat i intervjuer, samtal och kommit med skriftliga kommentarer om hur de ser på näringslivets utvecklingsmöjligheter.

Det material som insamlats är omfattande och komplext. Den här rapporten avser att dokumentera centrala lärdomar och rapportera de resultat som studierna i huvudsak genererat. I ett försök att göra dessa mer lättillgängliga presenteras nedan sammanfattande resultat från studien under rubrikerna nuläge, företagens inställning till tillväxt, företagens tillväxtkapacitet, företagens stöd, företagens utmaningar och kommentarer till det regionala utvecklingsarbetet. Resultaten presenteras mer ingående i rapporten.

Nuläge

Som region uppvisar Norrbotten goda förutsättningar för en fortsatt stark utveckling av näringslivet. Norrbotten har högst BRP per capita i landet efter Stockholm. Flera olika undersökningar visar att Norrbotten är en stark innovativ region såväl i jämförelse med andra Svenska regioner som i jämförelse med Europeiska regioner. Även om detta inte är synbart i ansökningar om patent, varumärken och designskydd. På samma sätt är nyföretagandet per 1000 invånare i länet högre än genomsnittet för landet. Detta till trots så är företagsbeståndet per 1000 invånare istället lägre än genomsnittet i landet.

Vad gäller Norrbottens FA-regioner så framkommer att flera av regionerna har mer än dubbelt så högt förädlingsvärde per sysselsatt jämfört med riksgenomsnittet (ex. Kiruna, Gällivare och Jokkmokk). Samtidigt är FA-regionerna högt specialiserade och har i många fall en betydande andel av de förvärvsarbetande anställda inom en näring. Exempelvis har Gällivare 29% av förvärvsarbetarna anställda inom tillverknings- och utvinningsindustri. Denna specialisering kan på samma sätt som den möjliggör höga förädlingsvärden vara känslig för omvärldsfaktorer såsom förändringar i konjunkturer och priser.

Bland de starka näringarna – vilka identifierats i det regionala utvecklingsarbetet – så tillhör störst andel basindustrin (20%). Därtill kommer 11 % av företagen som tillhör kunskapsintensiva näringar och 9% inom energi- och miljöteknik. Hela 47 % av företagen angav att de inte tillhör någon av de identifierade starka näringarna. Analyser av de senaste fyra årens bokföring visar att det inte finns några statistiskt signifikanta skillnader mellan de utpekade starka näringarna och andra näringar vad gäller omsättning, omsättningsförändring, vinstmarginal och avkastning på eget kapital. På samma

sätt visar studien att tillväxtambitionerna inte är högre för någon enskild näring, snarare verkar tillväxtambitioner finnas i samtliga undersökta näringar. Liksom för analyser av företagens bokföring visar det sig också att tillväxtambitioner varierar i hög utsträckning inom de undersökta näringarna.

Studien visar att länets företagare följer en liknande åldersfördelning som riksgenomsnittet. En stor andel av företagen har gymnasial utbildning och har en betydande arbetslivserfarenhet från såväl företagsledning men i många fall också från andra företagspositioner. En tredjedel har erfarenhet av att leda tillväxtföretag och endast en liten del (11%) har erfarenhet från tidigare konkurser.

Det genomsnittliga företaget har en betydande andel av sin omsättning i regionen. 20 % av företagen anger att de har delar av sin marknad utomlands. Majoriteten av omsättningen kommer från produkter (varor eller tjänster) som tillhör en mogen fas, en fas där efterfrågan är relativt stabil.

I studien framgår att många av länets arbetsplatser är obalanserade vad gäller könsfördelning. I hela 60 % av företagen som deltagit i studien är mindre än en femtedel anställda från det motsatta könet. Denna obalans gör också avtryck i organisationer där det tydligt framgår att kvinnor är underrepresenterade på chefspositioner, i ledningsgrupper och även i viss mån i styrelser. Värt att notera är att andelen kvinnor i ledarpositioner är avsevärt högre i företag som har mindre obalans mellan könen vad gäller anställda.

Företagens inställning till tillväxt

Företagsledningens motiv och attityd till tillväxt har inom ekonomisk litteratur visats vara central för att förstå tillväxtförutsättningar. I studien angav en majoritet av företagen att de såg tillväxt i antal anställda som något positivt. I genomsnitt angav företagen att deras målsättning var att dubbla antalet anställda till 2020 och öka omsättningen med 2,5 gånger dagens omsättning. En minoritet av företagen (<10%) angav att de inte hade tillväxtambitioner.

Företagens tillväxtkapacitet

Hälften av företagen anger att de inte har några kostnader relaterade till forskning och utveckling. Bland övriga företag spenderas i genomsnitt 5 % av företagets omsättningar på forskning och utveckling. Undersökningen visar att de områden inom vilka företagen framförallt är nyskapande är relaterade till produkt erbjudande (varor och tjänster), marknader och marknadsföring, samt informationsteknik. Något mindre vanligt är det att företag satsar på produktionsmetoder, distributionskanaler, organisationsmetoder, ledningsmetoder och finansieringsmetoder.

Studien visar att 41 % av företagen har den kombination av dynamiska förmågor som visats vara viktig för att utveckla konkurrenskraftiga företag. Samtidigt har 46 % av företagen en utvecklad kapacitet att absorbera central information för företagsutveckling. I jämförelser med andra studier har Norrbottniska företag goda tillväxtförutsättningar vad gäller dynamiska förmågor och absorberingskapacitet.

Samtidigt är ekonomiska förutsättningar ofta en avgörande faktor för att realisera tillväxtambitioner. Överlag uppvisar företagen en omsättningsökning över de senaste åren och i flera industrier har vinsterna ökat. En majoritet av företagen uppvisar en räntabilitet på eget kapital som överstiger 20 %. Samtidigt har en stor andel – 41 % av företagen – en kassalikviditet som kan innebära att de antingen behöver avyttra långsiktiga tillgångar alternativt skjuta till nytt kapital till verksamheten för att finansiera de kortfristiga skulderna. Att likviditeten är låg är något som ser liknande ut även i övriga Sverige men som ändå kan vara försvårande vid offensiva tillväxtsatsningar och marknadsfluktuationer.

Företagens stöd

Ungefär 20-30 % av företagen anger att de har behov av företagsstöd i form av finansiellt stöd, stöd för att utveckla företagets kompetens, stöd för att attrahera kompetens till företaget och stöd för att utveckla relationer. Samtidigt anger dessa företag i stor utsträckning att de också har haft tillgång till sådant stöd. Väldigt få företag menar att de har haft behov av stöd som de upplever att de inte har haft tillgång till alternativt att de har haft tillgång till stöd som de upplevt att de inte har behov av.

Företagens utmaningar

Personal- och marknadsfrågor är de områden av utmaningar som företagare oftast refererar till gällande hur de ska uppnå tillväxt de närmaste åren. Kommentarererna har ofta varit att det är svårt att rekrytera kvalificerad personal som behövs i expansioner. På samma sätt har marknadens storlek och utveckling samt kundernas preferenser ansetts som viktiga komponenter för en framtida tillväxt. Därefter kommer frågeställningar som har att göra med tillgång till finansiering och riskvilligt kapital för investeringar, kontakter med myndigheter och samhälle, organisation och ledningssystem, inställning till tillväxt och framtid, samt konkurrenter ansetts som centrala områden av utmaningar för tillväxt.

Kommentarer till det regionala utvecklingsarbetet

De mest frekvent kommenterade frågeställningar rörande det framtida regionala utvecklingsarbetet i Norrbotten berör tveklöst vikten av infrastrukturella utvecklingar och arbete med att skapa en attraktiv region. En fjärdedel av alla kommentarer om viktiga frågeställningar för regionalt utvecklingsarbete pekade på vikten av infrastrukturella satsningar. Framförallt berördes Norrbottenbanan, men även vägnät och flyg berördes. Några kommentarer fokuserade även på vidare utbyggnad av bredband och telenät. Vad gäller en attraktiv region har flera uttryckt vikten av att Norrbotten måste vara en attraktiv region för att attrahera arbetskraft. Kommentarer har rört allt från vikten av att det byggs bostäder, att det finns ett rikt utbud av fritidsaktiviteter, att det finns en trygg arbetsmarknad och en god samhällsservice för att bara nämna några av alla kommentarer. Därtill kommenterades också områden såsom utbildning, samverkan, stöd och finansiering, myndigheter och regelverk, samt fokus på starka näringar som viktiga frågeställningar för det regionala utvecklingsarbetet.

Innehållsförteckning

SAMMANFATTNING	1
Nuläge	1
Företagens inställning till tillväxt	2
Företagens tillväxtkapacitet	2
Företagens stöd	3
Företagens utmaningar	3
Kommentarer till det regional utvecklingsarbetet	3
INNEHÅLLSFÖRTECKNING	4
INLEDNING	6
Metod	7
NULÄGE	8
Norrbottens regionala ekonomi	8
Företagande i Norrbotten	9
Regional specialisering	10
Starka näringar	10
Regional innovation	12
Patentansökningar	12
Designansökningar	14
Varumärkesansökningar	14
Alternativa metoder för att mäta regional innovation	15
Information om Norrbottens företagare	15
Företagarnas ålder	15
Könsfördelning bland företagare och inom företagen	16
Humankapital	17
Marknader	18
Industrilivscykel	19
FÖRETAGENS INSTÄLLNING TILL TILLVÄXT	21
FÖRETAGENS TILLVÄXTKAPACITET	23
Innovationsverksamhet	23
Dynamiska förmågor	24
Absorberingskapacitet	24

Ekonomiska förutsättningar	24
FÖRETAGENS STÖD	27
FÖRETAGENS UTMANINGAR	28
Personal	28
Marknad	28
Myndigheter och samhälle	29
Organisation och ledningssystem	29
Erbjudande och innovation	29
Konkurrenter	30
Leverantörer och råvaror	30
E-handel	30
Inställning till tillväxt och framtid	30
Generationsväxling	31
Lokaler	31
Finansiering och investeringar	31
Lönsamhet	31
KOMMENTARER TILL DET REGIONALA UTVECKLINGSARBETET	32
Infrastruktur	32
Attraktiv region	33
Marknader	33
Utbildning	33
Forskning och utveckling	34
Samverkan	34
Stöd och finansiering	34
Myndigheter och regelverk	34
Satsningar på starka näringar	35
Attityder till företagande och entreprenörskap	35

Inledning

Det regionala tillväxtarbetet har sin utgångspunkt i Europa 2020 – EU: s strategi för full sysselsättning och hållbar tillväxt för alla. Det är en strategi för hög sysselsättning, kol-dioxidsnål ekonomi, produktivitet och social sammanhållning. Ett av de viktigaste verktygen för EU vid genomförandet av strategin är sammanhållningspolitiken och strukturfonderna. I strategin prioriteras elva tematiska mål, nummer ett, två, tre, fyra och sju utgör målen för regionalfonden för kommande programperiod:

1. Stärka forskning, teknisk utveckling och innovation
2. Öka tillgången till, användningen av och kvaliteten på IT-teknik
3. Öka konkurrenskraften för små och medelstora företag
4. Stödja övergången till en koldioxidsnål ekonomi inom alla sektorer
5. Främja anpassning, riskförebyggande och riskhantering i samband med klimat-förändringar
6. Skydda miljön och främja en hållbar användning av resurser
7. Främja hållbara transporter och bygga bort flaskhalsar
8. Främja sysselsättning och arbetskraftens rörlighet
9. Främja social inkludering och bekämpa fattigdom
10. Investera i utbildning, kunskap och livslångt lärande
11. Förbättra den institutionella kapaciteten i den offentliga förvaltningen

Norrbottnens regionala utvecklingsstrategi (RUS) bygger på inriktningen i Europa 2020 – strategin och den nationella politiken. I RUS pekas följande tillväxtområden ut som starka näringar i länet: test- och övningsverksamhet, upplevelsenäring, energi- och miljöteknik, basindustri (förädling) samt kunskapsintensiva tjänstenäringar. Dessa områden är utpekade som strategiskt viktiga för länets fortsatta tillväxt.

Den regionala utvecklingsstrategin för hållbar framtid i Norrbotten 2020 (RUS) belyser att länets näringslivsstruktur är historiskt präglad av stora basindustrier och behöver diversifieras och arbetsmarknaden breddas. Ett regionalt diversifierat näringsliv kan bland annat leda till att konjunktursvängningar blir mindre kännbara. Arbetet med att utveckla regioner utgår i större utsträckning från de förutsättningar som finns i den enskilda regionen. Den egna kraften och förmågan att ta tillvara regionernas tillgångar är av stor betydelse i det regionala utvecklingsarbetet. Ökad kunskap om regionala förutsättningar och olika förhållanden ger därför möjlighet till en god och framgångsrik utveckling.

Syftet med denna rapport är att öka kunskapen om länets styrkor, svagheter och tillväxtpotential och därigenom bidra till en ökad förståelse kring länets möjligheter och utmaningar. I rapporten presenteras en generell analys som beskriver Norrbottens näringsliv och förutsättningar. Denna analys ställs i relation till förutsättningar i övriga riket. Analyserna relateras också till de prioriterade tillväxtområden som finns i RUS samt för Norrbottens FA-regioner.

Därutöver presenteras kvalitativa analyser från intervjuer, samtal och öppna frågeställningar till Norrbottens företagare.

En målsättning med rapporten är att den ska utgöra ett kunskaps- och diskussionsunderlag kring länets möjligheter i förhållande till länets tillväxtförutsättningar. Därmed är också förhoppningen att rapporten ska kunna utgöra ett diskussionsunderlag för prioriteringar under kommande programperiod.

Metod

Studien har genomförts med hjälp av sekundärdata och primärdata. Sekundärdatan har framförallt använts för att beskriva Norrbottens näringslivs nuläge men även till att jämföra och kontrastera en del av de resultat som framkommit i studien. Sekundärdata har samlats in från publik data som tillhandahålls av organisationer såsom SCB, Tillväxtanalys, PRV och UC. Exempel på sådan data är patentansökningar, information om nyföretagande och information om könsfördelning i svenskt näringsliv.

Därtill har en omfattande enkätundersökning genomförts. Samtliga aktiebolag med fem eller fler anställda i Norrbotten har getts möjlighet att svara på en enkät. Efter påminnelser har totalt 295 företagsledare valt att ställa upp genom att komplett fylla i enkäten. Totalt adresserades enkäten till 1709 företag. Efter att registret rensats från okända adressater och företagare som besvarat att de inte uppfyller urvalskriterierna beräknades svarsfrekvensen till 19 %. Denna svarsfrekvens är godtagbar i samhällsvetenskapliga studier, där svarsfrekvenser runt 20 % normalt förekommer.

Flera tester har genomförts för att undersöka det insamlade materialets kvalitet. Bland annat har analyser genomförts av bokföringsdata där företag som valt att svara har jämförts med företag som inte valt att svara på enkäten. På samma sätt har svaren hos företagen som svarade direkt på enkäten analyserats gentemot de företag som sist besvarat enkäten. Dessa analyser följer gängse metoder inom vetenskapliga studier för att undersöka tillförlitligheten i insamlat datamaterial. Ingenting i dessa analyser tyder på att det finns systematiska fel i undersökningen.

Utöver enkäten har ett antal intervjuer och samtal genomförts med företagsledare. De senare har framförallt fokuserat på att utveckla förståelse kring vilka områden som är viktiga för det fortsatta regionala utvecklingsarbetet.

Nuläge

Till att börja med presenteras information om Norrbottens regionala ekonomi, innovation och företagande. Därefter presenteras också i detta avsnitt grundläggande information om Norrbottens företag.

Norrbottens regionala ekonomi

I tabellen nedan presenteras bruttoregionprodukt per invånare för Sveriges län över åren 2000 till 2010. Statistiken är hämtad från SCB och presenteras i löpande priser och tusentals kronor. I en jämförande analys uppvisar Norrbotten näst högst bruttoregionprodukt per invånare i riket 2010 efter Stockholm. Det är samtidigt tydligt att bruttoregionprodukten per invånare nästintill har fördubblats i Norrbotten under det första decenniet av 2000-talet. Norrbottens bruttoregionprodukt 2010 uppgick till närmare 101 miljarder kronor. Endast sex av Sveriges län uppvisade under samma år en högre bruttoregionalprodukt.

Enligt statistik från SCB härstammar ungefär 20 miljarder kronor av Norrbottens bruttoregionalprodukt 2010 från offentlig myndighet samt hushållens icke-vinstdrivna organisationer. Närmare 43 miljarder kommer från marknadsproduktion av varor i länet. Drygt 25 miljarder kommer från marknadsproduktion av tjänster och närmare 13 miljarder tillskrivs ej branschfördelade poster. Emedan bidragen från offentlig myndighet samt marknadsproduktion av tjänster har varit relativt stabil över de fem senaste åren (sett från 2010) så har bidraget till bruttoregionalprodukten från marknadsproduktion av varor varierat kraftigt. Bidraget nästintill fördubblades mellan åren 2009 och 2010 från dryga 23 miljarder kronor till närmare 43 miljarder kronor.

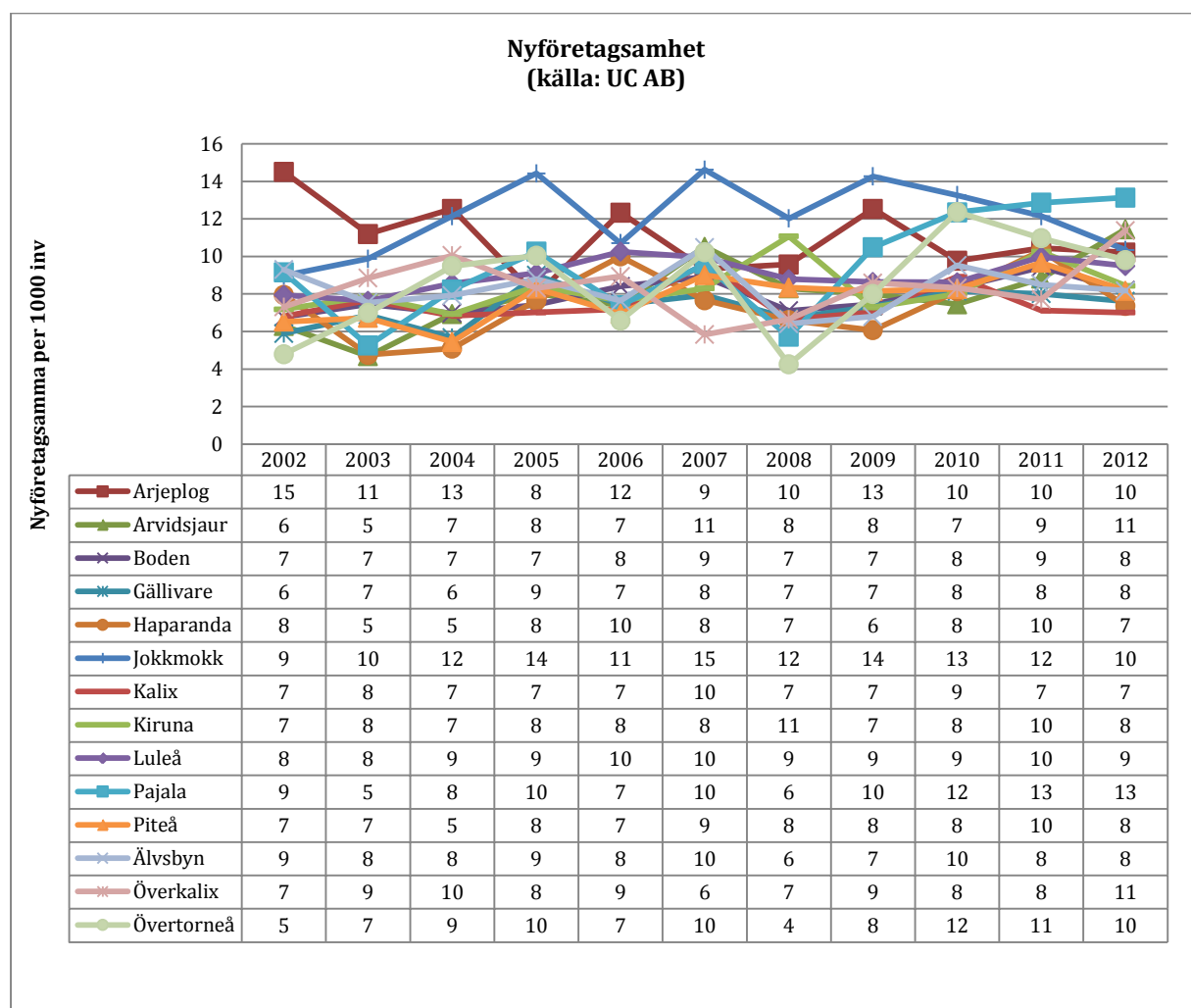
Län	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Stockholm	356	361	377	388	410	429	445	471	478	481	486
Uppsala	215	239	243	257	255	266	286	287	303	289	304
Södermanland	202	209	215	220	234	243	254	279	285	249	284
Östergötland	218	227	239	241	250	261	272	288	286	286	297
Jönköping	240	245	254	261	273	267	291	317	322	289	307
Kronoberg	239	245	254	261	278	264	300	328	336	298	328
Kalmar	218	227	237	249	250	259	276	284	300	273	303
Gotland	195	201	219	230	236	241	252	263	262	259	271
Blekinge	236	222	235	253	268	277	283	293	287	270	290
Skåne	233	240	251	256	263	272	288	313	305	292	308
Halland	200	223	232	249	251	255	278	284	306	284	310
Västra Götaland	253	264	268	284	291	302	321	335	337	321	340
Värmland	213	224	234	241	247	251	265	275	284	258	287
Örebro	217	218	234	244	260	265	288	302	302	286	310
Västmanland	238	236	246	250	257	263	282	302	302	285	308
Dalarna	222	230	238	252	266	279	295	311	313	290	311
Gävleborg	222	217	229	237	250	260	274	281	293	283	308
Västernorrland	242	264	262	263	276	287	293	304	320	318	341
Jämtland	207	227	231	242	252	265	279	276	308	294	348
Västerbotten	206	220	229	242	258	268	292	295	303	290	315
Norrbotten	229	240	251	259	276	296	326	330	367	306	406
Total	255	264	274	284	296	307	324	342	348	334	354

Företagande i Norrbotten

I en jämförande analys av företagande ligger Norrbotten något under Sverigemedlet. Antal privata arbetsplatser med minst en anställd per 1000 invånare uppgick 2011 i Norrbotten till 30,4 stycken att jämföra med 33,7 för riket som helhet. Stockholms län placerades högst i undersökningen med 41,7 privata arbetsplatser per 1000 invånare och Östergötlands län placerade sig lägst med 29,7 privata arbetsplatser per 1000 invånare.

Situationen ser däremot något annorlunda ut när det gäller nyföretagande. Sedan 2008 har mer än 60000 nya företag etablerats i Sverige varje år (enligt statistik från Tillväxtanalys). Flest etableringar utslaget per tusen invånare står Jämtland för. Följt av Dalarna, Stockholm, Västerbotten och Gotland i ordning. Norrbotten redovisar 2011 att antalet nyföretagare per 1000 invånare är strax över riksgenomsnitt.

I Norrbotten redovisar Pajala, Överkalix, Arvidsjaur, Jokkmokk, Arjeplog, och Övertorneå högst antal nyetableringar per 1000 invånare under 2012. Spridningen är dock inte så stor mellan länets kommuner. Medan Pajala redovisade flest (13) nya företag per 1000 invånare så redovisade Kalix minst (7) antal nya företag per 1000 invånare under 2012.



Regional specialisering

Norrbottnens näringslivs struktur följer i stort den nationella statistiken för hur stor andel som är sysselsatt inom respektive näringsgren (se tabell nedan). Dock är skillnaderna mellan länets FA-regioner betydligt större. Flera av regionerna har betydande andel av förvärvsarbetare koncentrerade inom en eller ett fåtal av näringsgrenarna. Mest tydligt är betydelsen av tillverknings- och utvinningsindustrin i Gällivare och Kiruna där 29,1 % respektive 24,0 % av samtliga förvärvsarbetare i regionen är sysselsatta. På liknande sätt är 18,6 % av förvärvsarbetarna anställda inom handeln i Haparanda och 18,5 % är anställda inom företagstjänster i Arjeplog. Flera av FA-regionerna har med andra ord en stark näringsgren som sysselsätter en betydande del av invånarna.

Att det finns starka näringar vilka också bidrar med många arbetstillfällen är i grunden positivt. Det utgör också viktiga förutsättningar för att bygga starka kluster och konkurrenskraftiga miljöer. Något som inte minst EU har fokuserat på i utvecklingen av smart specialisering. Samtidigt så kan en hög koncentration av förvärvsarbetare innebära att regioner blir mer känsliga för omvärldsfaktorer såsom förändringar i konjunkturer och priser.

Andel förvärvsarbetare Näringsgren\Region	Riket	Norrbottnen	Arvidsjaur	Arjeplog	Luleå	Övertorneå	Övertorneå	Haparanda	Pajala	Jokkmokk	Gällivare	Kiruna
Jordbruk, skogsbruk och fiske	2,2	7,3	5,2	5,9	3,2	11,1	12,3	3,6	12,4	8,6	2,5	2,1
Tillverknings- och utvinningsindustri	13,4	13,2	7,2	1,2	11,8	9,5	9,1	8,0	10,5	8,0	29,1	24,0
Företag inom energi och miljö	1,0	1,5	1,1	1,8	1,3	0,5	0,8	0,9	0,4	8,2	0,7	1,1
Byggindustri	7,0	9,3	8,4	11,9	8,7	8,4	6,8	7,9	10,0	15,5	10,1	9,9
Handel	12,3	8,9	8,6	6,4	9,2	8,3	7,2	18,6	8,3	5,8	8,2	9,3
Transportföretag	5,0	5,2	4,5	4,5	4,8	10,4	7,4	3,9	3,8	3,6	5,2	6,1
Hotell och restauranger	3,1	2,7	2,8	8,7	2,6	2,5	1,0	3,9	2,4	3,8	3,0	4,6
Informations- och kommunikationsföretag	3,8	1,0	0,4	0,9	2,8	2,0	0,3	0,8	0,8	0,5	0,4	2,6
Kreditinstitut och försäkringsbolag	2,0	0,6	0,5	0,6	1,5	0,7	0,5	0,7	0,6	0,8	0,4	1,1
Fastighetsbolag	1,5	1,3	1,8	1,5	1,3	0,7	0,7	1,9	1,3	0,9	1,1	1,9
Företagstjänster	11,2	7,6	11,1	18,5	9,9	6,4	7,2	7,0	5,9	7,8	6,6	8,7
Civila myndigheter och försvaret	5,6	5,3	15,6	7,5	8,4	4,1	3,4	6,7	4,5	6,1	4,2	5,0

Tabell 1: Andel förvärvsarbetare (%) per FA-region i jämförelse med länet och riket (Källa: SCB; År: 2011)

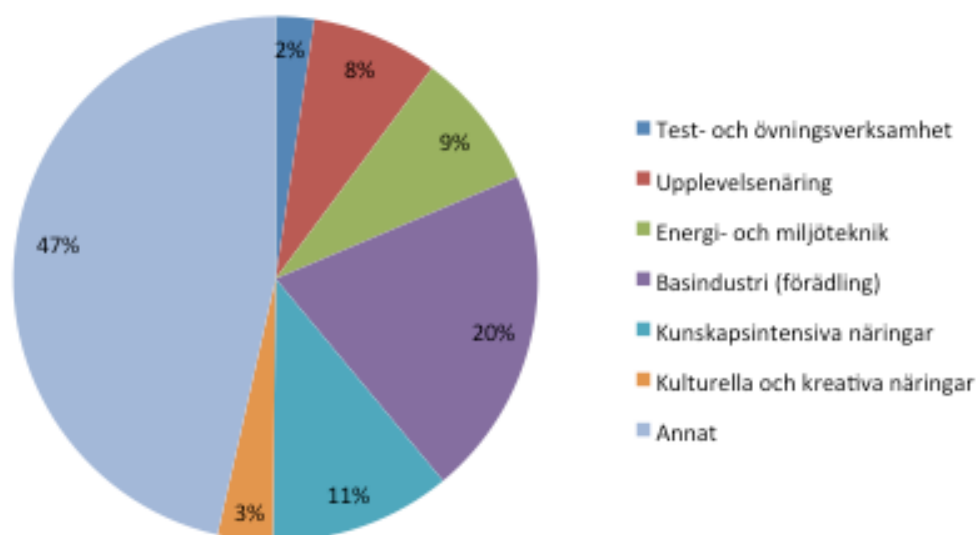
Starka näringar

I det regionala arbetet har såväl i utvecklingsstrategin som innovationsstrategin ett antal starka näringar diskuterats. Dessa är test- och övningsverksamhet, energi- och miljöteknik, basindustri (förädling), kunskapsintensiva näringar, och upplevelsenäring tillsammans med kulturella och kreativa näringar. De starka näringarna ryms inte inom traditionella näringsgrenar (SNI-koder) utan visar

snarare inom vilka områden som länets företagande har utvecklats och vilka näringar som i regionalt arbete har betraktats som potentiella tillväxtområden.

Enkätundersökningen som ligger till grund för denna analys lät företagen själva klassificera huruvida de tillhörde en eller flera av dessa starka näringar eller om de hörde till någon annan näring. Närmare hälften av företagen som besvarade enkäten valde att klassificera sin verksamhet som tillhörande annan näring. 20 % tillhör basindustrin och därefter är kunskapsintensiva näringar (11 %) och energi- och miljöteknik (9%) de största näringarna. Upplevelsenäringen (8 %) och kulturella och kreativa näringar (3%) tillsammans med test- och övningsverksamhet (2%) representerar de näringar som minst antal företagare i studien tillhörde.

Starka näringar



I syfte att utreda näringarnas förutsättningar genomfördes t-test¹ av vardera näring i förhållande till övriga urvalet med variablerna: genomsnittlig omsättning, genomsnittlig omsättningsförändring, genomsnittlig avkastning på eget kapital och genomsnittlig vinstmarginal. Genomsnitten är beräknade utifrån de fyra senaste verksamhetsåren och är direkt hämtade från företagens bokslut. Resultaten från analyserna visar att ingen av näringarna skiljer sig signifikant från det övriga urvalet.

Variationerna inom vardera näring är stor och det finns tydliga tillväxtföretag inom de flesta av näringarna. På samma sätt finns det företag som presterar sämre inom samtliga näringar. För regionala utvecklare innebär detta att selekteringsverktyg för att identifiera och stödja företag med bra förutsättningar för tillväxt är ett arbete som behöver genomföras över alla näringar snarare än inom ett begränsat urval. Samtidigt kan det finnas argument för att stödja ett urval näringar från ett regionalt utvecklingsperspektiv för att säkerställa att en

¹ Statistisk metod för hypotesprövning av medelvärdesskillnader

regional diversifiering uppmuntras. Detta urval av företag är däremot sannolikt inte överlägsna andra näringar i termer av omsättning och lönsamhet, speciellt inte på kort sikt.

Regional innovation

Nyskapande är en förutsättning för att utveckla och bibehålla ett konkurrenskraftigt näringsliv över tid. Det finns dock många sätt att vara nyskapande på och minst lika många sätt att mäta detta nyskapande. Traditionella mått är patentansökningar, designansökningar och varumärkesansökningar. Nedan presenteras komparativ information om dessa mått relativt svenska län. Därefter diskuteras kortfattat andra sätt att mäta regional innovation samt vilken betydelse detta har för Norrbottens län.

Patentansökningar

Patentansökningar har länge använts som en indikator för att uppskatta regional innovation. Flera forskningsstudier har validerat indikatorn² men samtidigt visat att det inte är helt utan problem att använda patent som en enskild indikator för att uppskatta regional innovation.

Under perioden 2010 till 2012 ansöktes det i Sverige om cirka 2000 patent per år. Närmare hälften av dessa ansökningar kommer från huvudstadsområdet. En förklaring till denna obalans är att flera större organisationer inte sällan ställer samtliga sina patentansökningar från bolagets huvudkontor. Detta innebär att en verksamhet som har verksamhet på flera ställen redovisar sina patentansökningar enbart utifrån var huvudkontoret är beläget. Detta innebär en förmodad överrepresentation av regioner med större städer i patentdatan.

Under perioden 2010 till och med 2012 har 96 patentansökningar sänts in från Norrbotten, vilket placerar Norrbotten på en 13:e plats i listan över vilka län som

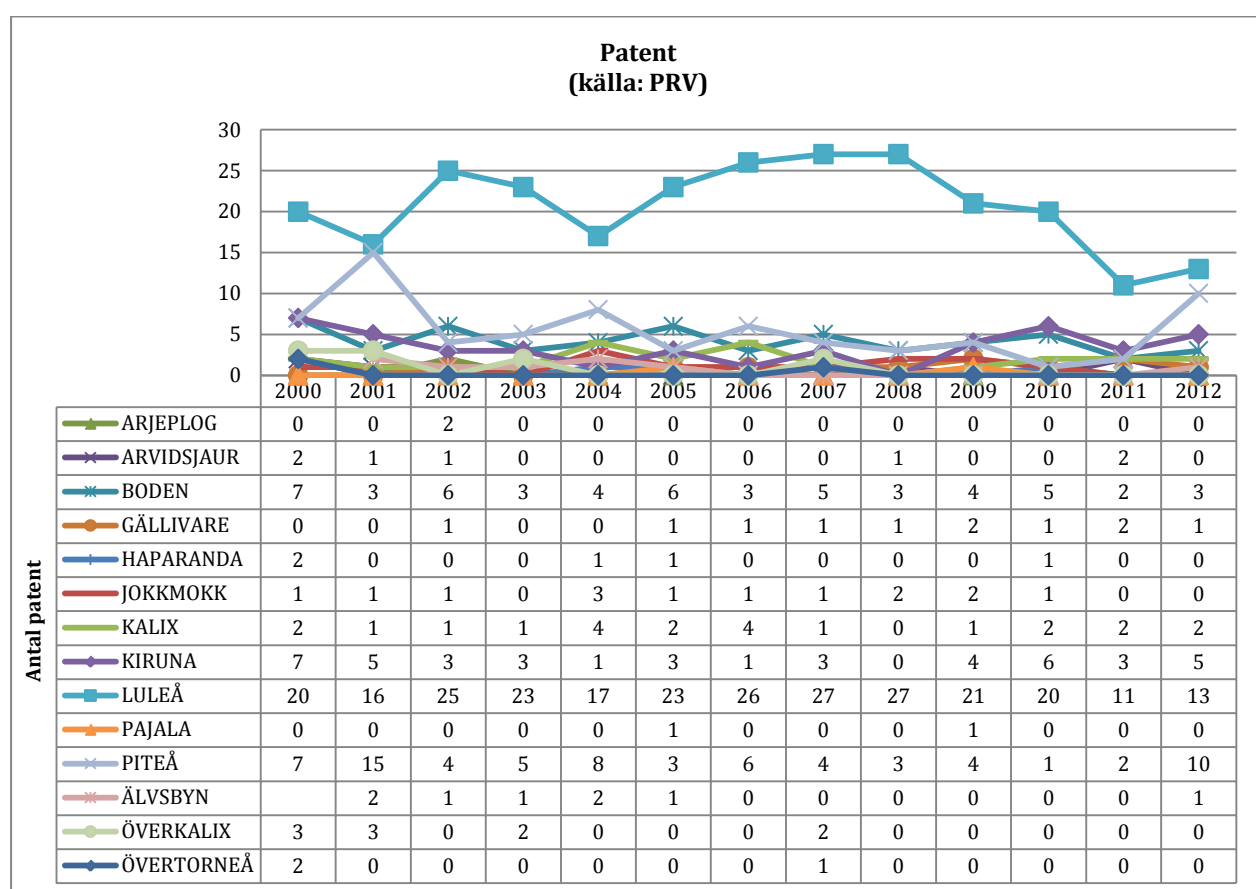
	2010	2011	2012
Blekinge	12	5	11
Dalarna	39	35	20
Gotland	1	4	5
Gävleborg	51	34	53
Halland	34	25	32
Jämtland	13	11	7
Jönköping	56	39	48
Kalmar	31	25	27
Kronoberg	24	15	22
Norrbotten	37	24	35
Skåne	281	288	291
Stockholm	800	782	830
Södermanland	42	31	44
Uppsala	130	117	107
Värmland	37	27	31
Västerbotten	66	63	49
Västernorrland	54	66	56
Västmanland	48	31	32
Västra götaland	289	247	230
Örebro	65	59	64
Östergötland	85	70	75

² Acs, Z.J., Anselin, L. & Varga, A. (2002). Patents and innovation counts as measures of regional production of new knowledge. Research Policy, 31(7): 1069-1085.

sänt in flest patentansökningar. 36 % av patentansökningarna i Norrbotten kommer från privatpersoner och 64 % från företag. Av företagen så har flest patentansökningar ställts från:

- Luossavaara-Kiirunavaara AB (LKAB; 8 ansökningar),
- Gestamp HardTech AB (7 ansökningar),
- Gas Power Energy System AB (4 ansökningar), och
- Kiruna Wagon AB (3 ansökningar).

På kommunnivå (se figur nedan) har flest ansökningar kommit från Luleå kommun. Detta till stor del på grund av att både LKAB och Gestamp HardTech har sina säten i Luleå. Piteå, Kiruna och Boden är också kommuner som över de senaste tio åren placerat sig högt inom Norrbotten vad gäller patentansökningar.



Designansökningar

Mellan 500-600 designansökningar registreras varje år i Sverige. En stor andel av ansökningarna registreras från storstadsområden, vilket ges av tabellsammanställningen. En betydande andel av samtliga designansökningar skickas in från Stockholms län. Under perioden 2010-2012 registrerades 36 designansökningar från Norrbotten (13:e plats i landet). Av Norrbottens ansökningar är ca 76 % ställda från privatpersoner och 24 % från företag. Flest ansökningar från företag kommer från:

- International Gateway Aktiebolag (5)
- Förädling i Norrbotten Snickeri AB (4)
- Evosport AB (4)
- C.O. Persson Kulturarv AB (3)

	2010	2011	2012
Blekinge	4	5	5
Dalarna	27	10	6
Gotland	6	1	4
Gävleborg	28	11	27
Halland	26	17	20
Jämtland	9	3	8
Jönköping	36	27	48
Kalmar	15	7	15
Kronoberg	16	16	7
Norrbotten	12	12	12
Skåne	68	47	54
Stockholm	169	164	168
Södermanland	12	11	11
Uppsala	22	17	24
Värmland	10	6	13
Västerbotten	9	10	8
Västernorrland	10	12	12
Västmanland	22	9	9
Västra götaland	78	78	94
Örebro	11	13	9
Östergötland	10	7	24

Varumärkesansökningar

Ca 10000 varumärkesansökningar registreras varje år i Sverige. Majoriteten av dessa registreras från länen med storstadssområden. 2010-2012 registrerades 477 varumärkesansökningar från Norrbotten (10:e plats i landet). Av Norrbottens ansökningar är ca 38 % ställda från privatpersoner och 62 % från företag. Flest ansökningar från företag kommer från:

- Max
- Hamburgerrestauranger (94)
- Luleå tekniska universitet (61)
- Polinova (51)

	2010	2011	2012
Blekinge	89	82	62
Dalarna	228	186	212
Gotland	50	54	47
Gävleborg	155	147	136
Halland	340	245	293
Jämtland	122	113	76
Jönköping	246	204	228
Kalmar	125	91	95
Kronoberg	112	111	100
Norrbotten	208	128	141
Skåne	1258	1260	1136
Stockholm	4296	3934	3621
Södermanland	177	159	128
Uppsala	295	306	218
Värmland	138	132	101
Västerbotten	173	154	123
Västernorrland	159	141	157
Västmanland	178	130	164
Västra götaland	1589	1429	1356
Örebro	199	168	186
Östergötland	289	291	266

Polarrenen (29)
Norrbottens media (21)

Alternativa metoder för att mäta regional innovation

På senare tid har ett antal alternativa mätningar utvecklats med syfte att adressera de brister som kommer från att använda patentansökningar mfl som indikatorer på regional innovation. I många fall ställs patentansökningar från företagens huvudkontor vilka ofta är lokaliserade i storstadsområden även om verksamheterna vid vilken forskning och utveckling sker är fördelade över hela landet.

För att möta dessa tillkortakommanden har en uppsjö av nationella och internationella mätverktyg utvecklats. Ett av dessa baseras på en så kallad data envelopment analysis av ett produktivitetsindex. Utifrån denna metod är Norrbotten det fjärde mest innovativa länet i Sverige. Norrbotten framstår även som en stark innovativ region i European Innovation Scoreboard (2013) där Norrbotten klassificeras som en innovation leader (den främsta av innovationsklassificeringar i analysen). I Reglabs innovationsindex för 2011 placerar sig Norrbotten på en åttonde plats av de svenska länen.

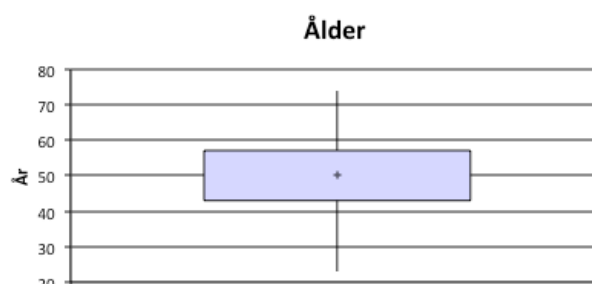
Information om Norrbottens företagare

I syfte att bättre förstå Norrbottens företagare presenteras i de följande underrubrikerna beskrivande statistik om Norrbottens företagare. Informationen kommer från den enkätundersökning som ställts till samtliga företagsledare för aktiebolag i Norrbotten med fem eller fler anställda.

Företagarnas ålder

Av de som svarat på enkäten är hälften över 50 år. Figuren³ visar åldersspridningen hos gruppen företagsledare som valt att delta i studien. Den yngsta företagaren som svarat är 23 år och den äldsta som svarat är 74 år. 50 % av företagarna är mellan 43 år och

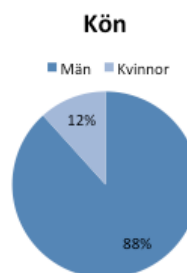
57 år. Fördelningen verkar rimligt representativ i jämförelse med statistik från SCB över operativa företagsledare i Sverige 2010.



³ Figuren är ett lådagram vilket används för att visa distributionen av svaren. Det plustecken som finns i figuren anger medianvärdet (det mittersta värdet i en ordnad talserie) medan övre och nedre kanten på lådan visar den första(/nedre kanten) respektive tredje(/övre kanten) kvartilen. Ändpunkterna markerar det lägsta respektive högsta svaret. Mellan minimivärdet och den första kvartilen (nedre kanten på lådan) finns 25% av svaren. Mellan den första kvartilen och median finns ytterligare 25% av svaren. På samma sätt återfinns 25% av svaren mellan medianen och den tredje kvartilen respektive mellan den tredje kvartilen och maxvärdet.

Könsfördelning bland företagare och inom företagen

Vad gäller könsfördelningen framgår av undersökningen att det överlag finns stora obalanser i könsfördelningen på de organisatoriska positionerna. Av de som svarat på enkäten är hela 88 % män. Vid en manuell analys av registrerade VD-namn förefaller denna siffra vara en



rimlig representation av företagare i Norrbotten. SCB anger att kvinnor representerar ca 24 % av företagare i eget aktiebolag i Sverige 2011. Den senare siffran är inte helt jämförbar då urvalet i enkätundersökningen riktas till företag med minst fem anställda.

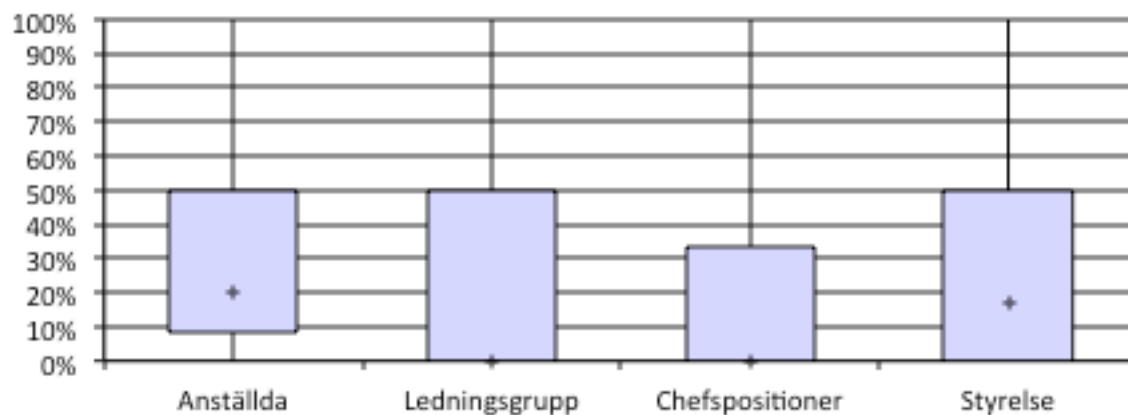
Av de företagare som besvarat enkäten anger hälften av företagarna att de har högst 20 % anställda kvinnor. I endast 39 % av företagen utgör kvinnor mellan 20-80% av de anställda. Detta innebär att drygt 60 % av företagen har mindre än en femtedel anställda från det motsatta könet.

I en direkt jämförelse noterar vi liknande obalanser i företagens ledningsgrupper och i andelen anställda chefer. I 57 % av företagen finns ingen kvinnlig representant i ledningsgruppen och i 66% av företagen finns ingen anställd chef. Samtidigt är dock korrelationen⁴ mellan andelen anställda kvinnor och andelen kvinnliga representanter i ledningsgruppen hög ($r=,57$) vilket indikerar att representationen i ledningsgruppen följer representationen i företaget. På samma sätt är korrelationen mellan andelen kvinnliga chefer och andelen kvinnliga anställda hög ($r=,56$) vilket också tyder på att representationen av kvinnliga chefer ökar med andelen kvinnor i företaget. I en jämförelse med nationell statistik framgår att representationen kvinnor i Norrbottniska chefspositioner är lägre än riksgenomsnittet. SCB anger att 29 % kvinnor är chefer i privat sektor 2012 medan enkätundersökningen som genomförts i Norrbotten redovisar att i snitt 19 % kvinnor är chefer. Det bör samtidigt poängteras att metoden bakom beräkningarna i SCBs undersökning och i enkätundersökningen skiljer sig åt.

Representationen av kvinnliga styrelseledamöter är högre än andelen i ledningsgrupp och chefspositioner. 75 % av alla bolag har minst en kvinnlig styrelseledamot. I 25 % av bolagen är mer än hälften av styrelseledamöterna kvinnor.

⁴ Statistiskt begrepp som avser i vilken utsträckning och omfattning två variabler samvarierar

Könsfördelning

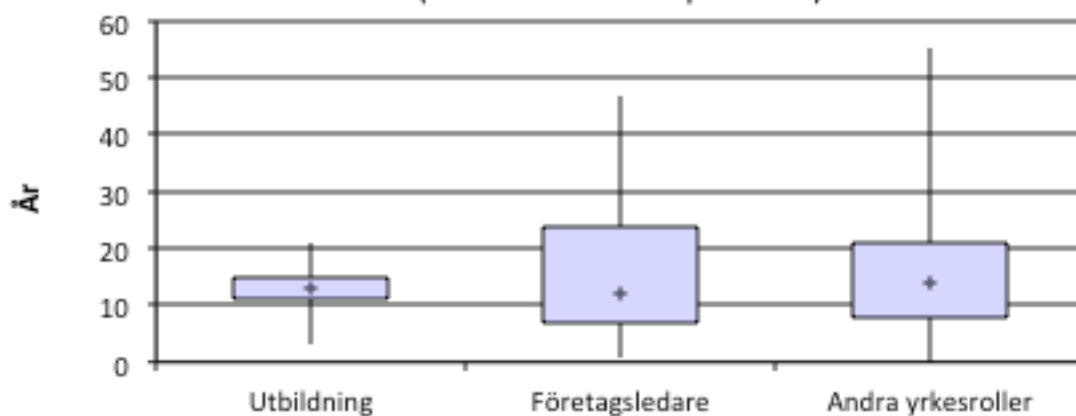


Humankapital

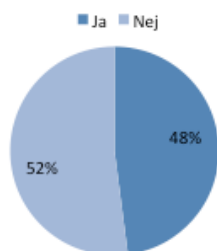
Hälften av företagarna har gymnasiekompetens (dvs. högst 12 års total utbildning; se figur nedan). En fjärdedel har mer än 15 års total utbildning. Ungefär hälften av företagarna har mer än 12 års erfarenhet av att arbeta som företagsledare. 25 % av har mer än 24 års erfarenhet som företagsledare och en person anger hela 47 års erfarenhet som företagsledare. På samma sätt anger hälften av företagsledarna att de har mer än 14 års erfarenhet från andra yrkesroller.

Erfarenheter

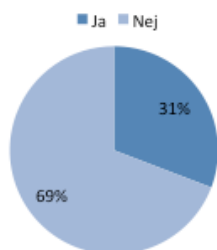
(Antal år fördelat på roller)



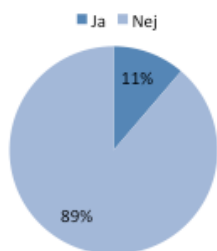
Erfarenhet av att starta nya företag



Erfarenhet av att leda tillväxtföretag



Erfarenhet av konkurser



Av företagen som besvarade undersökningen hade närmare hälften erfarenhet av att starta nya företag. Av dessa har ungefär hälften erfarenhet av att starta flera företag (mellan 2-30 företag) medan resterande andel har erfarenhet av att starta ett företag.

Ungefär en tredjedel har erfarenhet av att driva tillväxtföretag (företag med mer än 20 % omsättningstillväxt). Av denna tredjedel har ungefär hälften erfarenhet av att leda tillväxtföretag mellan 3 och 20 år. Resterande personer har erfarenhet av att leda tillväxtföretag under 1 till 3 år.

En lägre andel, närmare bestämt 11 %, har erfarenhet från konkurs. Av dessa har 85 % gått igenom en konkurs, 12 % har gått igenom två konkurser och 3 % har gått igenom tre konkurser.

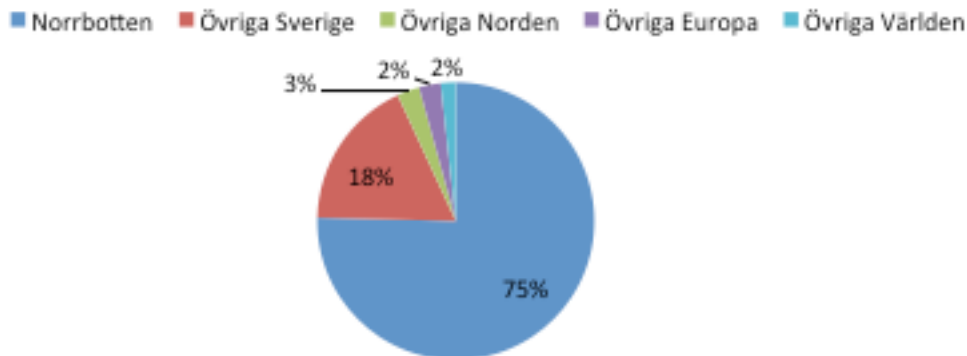
Marknader

Av den totala omsättningen från företagen som besvarat enkäten så kommer tre fjärdedelar från försäljning i Norrbotten. Närmare en femtedel kommer från försäljning i övriga Sverige. 2-3 procent av omsättningen finns vardera på marknader i resten av Norden, Europa och världen.

4 % av företagen anger att de endast har marknader utanför Norrbotten. 54 % av företagen anger att de har någon del av sin omsättning i övriga Sverige. 20 % av företagen anger att de har en försäljning i övriga Norden. 14 % anger att de har försäljning i övriga Europa. 10 % av företagen anger att de har en försäljning utanför Europa.

Marknader

(Del av omsättning på följande marknader)



Industrilivscykel

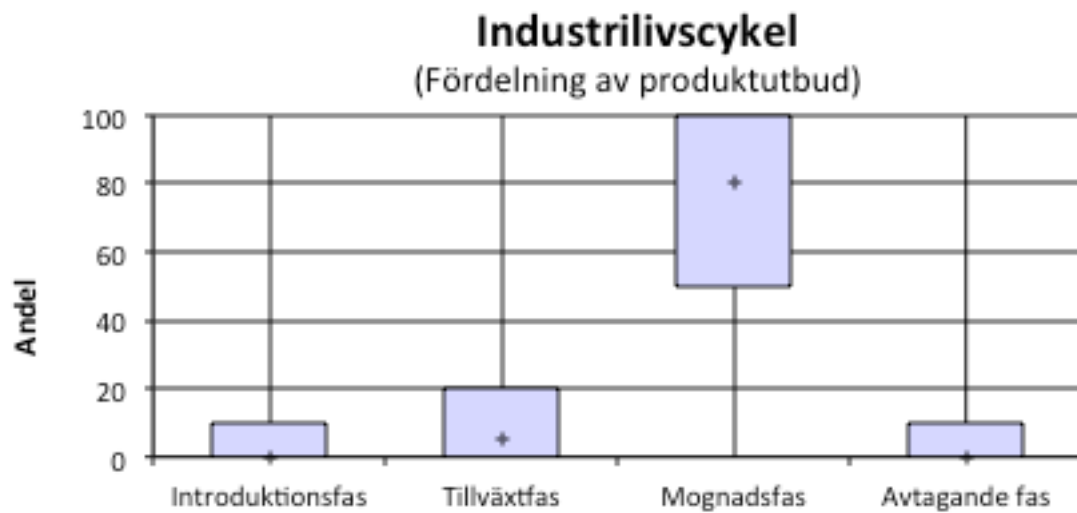
Företag kan erbjuda produkter eller tjänster som är nya och innovativa, familjära och vida använda, eller gamla och närmare föråldrade. I syfte att förstå företagens utbud av produkter och tjänster efterfrågades hur stor andel av företagens försäljning som utgörs av produkter eller tjänster i de följande livscykelstegen.

1. Introduktionsfas
 - a. Produkter och tjänster i den här fasen är inte familjära för många potentiella användare och omfattande efterfrågan för dessa produkter eller tjänster har precis börjat växa
2. Tillväxtfas
 - a. Den totala efterfrågan för produkter eller tjänster i den här fasen växer för hela industrin med >10% årligen
3. Mognadsfas
 - a. Produkter eller tjänster i den här fasen är familjära för den större delen av potentiella användare och efterfrågan för dessa produkter eller tjänster är relativt stabil för hela industrin
4. Avtagande fas
 - a. Den totala efterfrågan för produkter och tjänster i den här fasen minskar i en mer eller mindre stabil takt för hela industrin

Nedan visas fördelningen av svaren. 50 % av företagen har inga produkter eller tjänster som är i en introduktionsfas. Motsvarande har 50 % av företagen inga produkter eller tjänster som är i en avtagande fas. Majoriteten av produktutbudet befinner sig i en mognadsfas.

Överlag följer de Norrbottniska företagen en genomsnittlig fördelning av omsättning på industrilivsfaser. I de flesta industrier och sammanhang står mognadsfasen för en större del av omsättningen och därför är också en större

andel av produktutbudet representerat i mognadsfasen. Samtidigt är det värt att notera att undersökningen visar att det finns stora variationer bland de företag som besvarat enkäten. En del företag har stora andelar av sina produkter i en introduktionsfas medan andra har stora andelar av sina produkter i en avtagande fas.



Företagens inställning till tillväxt

I en stor del av den ekonomiska litteraturen tas det ekonomiska motivet för givet. Människor förväntas att styra sina beteenden för att maximera sina vinster. Samtidigt vet vi att det finns många företagare som driver sina företag för att uppnå personliga målsättningar vilka kan vara helt skilda från att generera vinster. Motiven kan vara många och inte allt för sällan anger företagare att de istället för ekonomiska vinster föredrar ökat oberoende och utrymme för att få utveckla egna idéer som motiv till företagande snarare än tillväxt och ekonomiska resultat. Alla företagare har inte tillväxtambitioner.

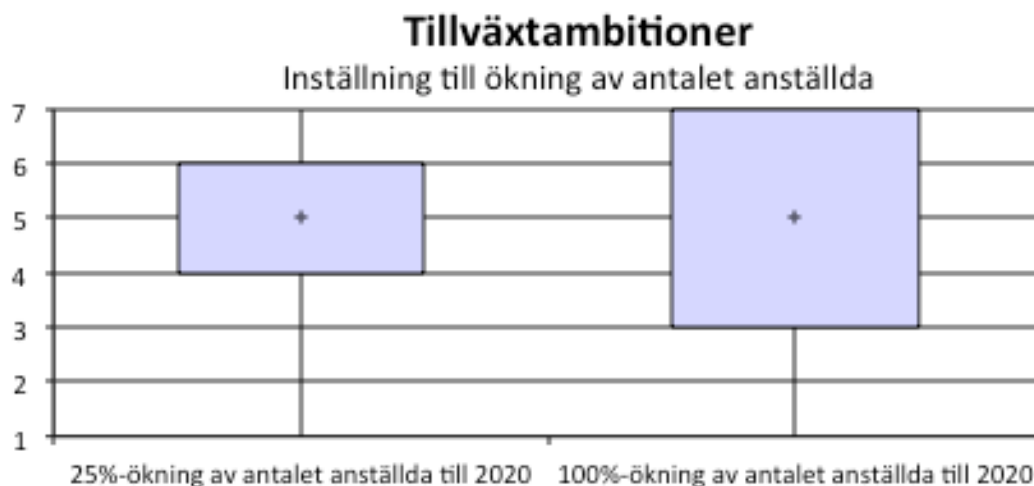
I syfte att förstå tillväxtförutsättningar i Norrbottens näringsliv har därför företagare frågats om vilka tillväxtambitioner de har fram till 2020. Frågeställningarna som har använts är baserade på en vetenskaplig studie som publicerats i *Journal of Management Studies*⁵. I studien läggs fram tydliga bevis för att tillväxtambitioner är en viktig förklaring för företags framtida tillväxt.

Figuren nedan summerar resultaten från enkätundersökningen och visar Norrbottens företagsledares inställning till en 25 % respektive 100 % ökning av antalet anställda fram till 2020. Svarsalternativen sträcker sig från väldigt negativ (=1) till väldigt positiv (=7), där neutral utgör det mellersta alternativet (=4).

Ungefär 60 % av företagen ser en 25 % tillväxt i antal anställda till 2020 som positivt medan motsvarande 54% av företagen ser en 100% tillväxt i antal anställda till 2020 som positivt. Samtidigt såg 19 % av företagen en 25% tillväxt som negativ medan 26 % av företagen såg en 100 % tillväxt som negativ.

Företagarna blev också tillfrågade om vilken idealstorlek deras verksamheter skulle ha 2020 i termer av antal anställda och omsättning. I jämförelse med värden som rapporterats i föregående års bokföring är en fördubbling av antalet anställda idealstorleken (läs genomsnittliga värdet) samtidigt som omsättningen ökar med 2,5 gånger den omsättning som senast rapporterades. 7% av bolagen angav att idealstorleken av företaget i antal anställda är mindre än nuvarande antalet anställda. Motsvarande ansåg 6 % av bolagen att idealstorleken av företaget i omsättning är mindre än nuvarande omsättning.

⁵ Wiklund, J. & Shepherd, D. (2003) Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8): 1919-1941.



I Norrbottens regionala utvecklingsstrategi (RUS) pekas ett antal starka näringar ut som tillväxtområden och som strategiskt viktiga för länets fortsatta tillväxt. Dessa är: test- och övningsverksamhet, upplevelsenäring, energi- och miljöteknik, basindustri (förädling) samt kunskapsintensiva tjänstenärings. I undersökningen uppmanades företagsledarna ta ställning till om deras företag tillhörde en eller flera av dessa näringar. I syfte att utreda hur tillväxtambitioner ser ut i respektive näring genomfördes ett antal t-test där vardera näring jämfördes med resterande företag i undersökningen. Analysen visar att ingen av näringarna har signifikant högre tillväxtambitioner än företagen som deltagit i studien. Däremot visar analysen att kunskapsintensiva näringar visar en statistiskt säkerställd lägre tillväxtambition i omsättning jämfört med resterande urval.

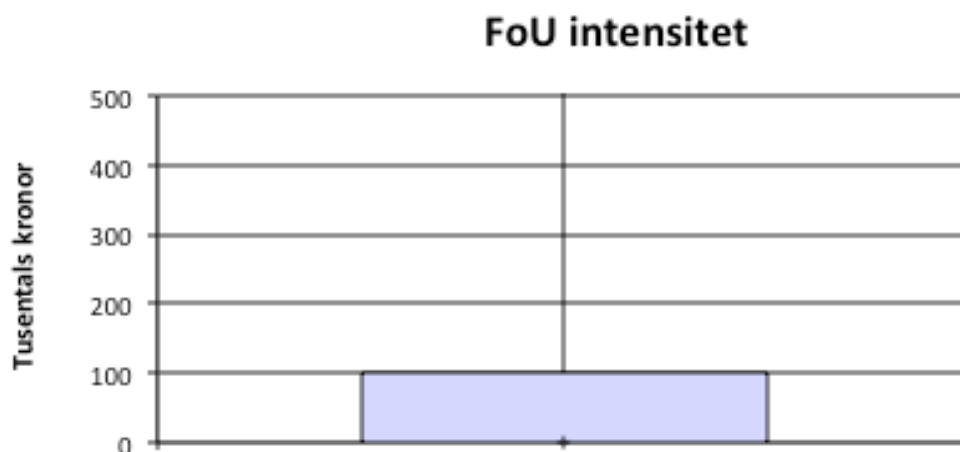
En jämförelse mellan FA regionerna i länet visar också att tillväxtambitionerna inte är signifikant högre i någon av FA-regionerna jämfört med de andra. Däremot uppvisar FA-regionen Gällivare lägre ambitioner att uppnå 100 % tillväxt till 2020 jämfört med övriga länet.

Företagens tillväxtkapacitet

Utifrån företagens nuläge och tillväxtambitioner är tillväxtkapacitet en kritisk faktor. I det här avsnittet diskuteras företagens förutsättningar att växa utifrån deras arbete med innovationer och entreprenörskap.

Innovationsverksamhet

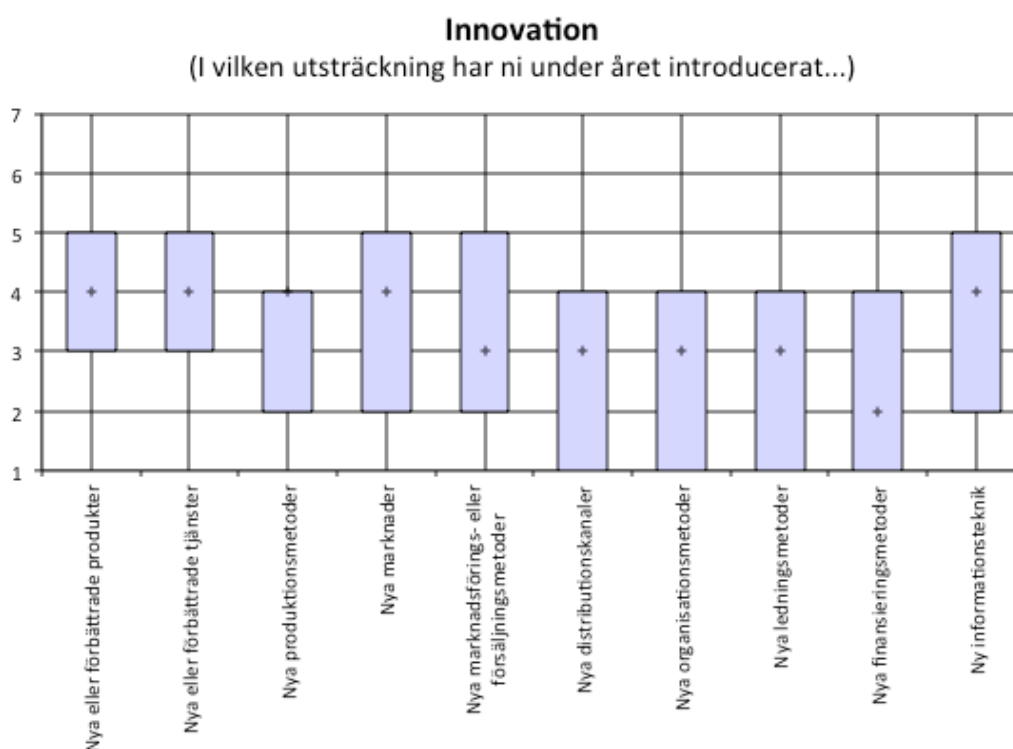
I syfte att förstå hur företagen satsar för att uppnå sina ambitioner ställdes en fråga om hur stora kostnader företagen under föregående år haft som kan relateras till forskning och utveckling av företaget. 50 % av företagen anger att de inte har haft några kostnader för forskning och utveckling för det gångna året. 25 % anger att de satsar upp till 100 tusen kronor på forskning och utveckling och ytterligare 25 % satsar mer än 100 tusen kronor på forskning och utveckling. Av de företag som satsar på forskning och utveckling så läggs i genomsnitt närmare 5 % av omsättningen på FoU-kostnader (standardavvikelse=21%). Denna uträkning bygger på att kostnadsuppskattningen har ställts i relation till verksamhetens faktiska bokförda omsättning. I jämförelse av länets starka näringar samt av länets FA-regioner uppvisas inga signifikanta skillnader i FoU-intensitet vare sig i absoluta kostnader eller i andel av omsättning. Samtidigt visar statistik från SCB att Norrbotten placerar sig på en 16:e plats bland Sveriges län vad gäller utgifter för egen forskning och utveckling inom företagssektorn 2011.



Utöver intentioner och intensitet uppskattades även företagens innovationsarbete i undersökningen. Företagen tillfrågades i vilken utsträckning de under året introducerat innovationer i allt från produkter, produktionsmetoder, marknader, distributionskanaler etc. Samtliga variabler redovisas i figuren nedan vilken visar vilka andelar av de som svarat som under det gångna året genomfört förändringar över de dimensioner som uppskattats. Skalan utgår från inte alls (=1) till i mycket stor utsträckning (=7).

Undersökningen visar att de områden inom vilka företagen framförallt är nyskapande är relaterade till produkterbjudande (varor och tjänster), marknader och marknadsföring, samt informationsteknik. Något mindre vanligt

är det att företag satsar på produktionsmetoder, distributionskanaler, organisationsmetoder, ledningsmetoder och finansieringsmetoder.



Dynamiska förmågor

Ett alternativt sätt att redovisa företags kapacitet att uppnå sina tillväxtambitioner är att undersöka dess dynamiska förmågor. Under den senaste tiden har forskning inom entreprenörskap och företagsutveckling fokuserat på betydelsen av företag att ha förmågan att snabbt anpassa och förändra sina marknadsstrategier, sitt sätt att agera på marknader och även den operativa verksamheten. Studien visar att 41 % av företagen anger att de har den kombination av dynamiska förmågor som i litteratur har visats vara viktig för att utveckla konkurrenskraftiga företag.

Absorberingskapacitet

Studien visar att företagen i Norrbotten generellt har liknande förutsättningar för att samla in, använda, transformera och exploatera information som andra företag. I en jämförelse av medelvärden med befintlig forskning på området noteras att skillnader mellan Norrbottniska företags kapacitet och andra organisationer är minimala. 46 % av de undersökta företagen anger att de har en kapacitet att nyttja information för att utveckla sin verksamhet och prestera väl.

Ekonomiska förutsättningar

Över de fyra senaste åren har företagen i Norrbotten generellt växt. Utvinning av mineral har varit den industri som haft de genomsnittligt största företagen sett

till antal anställda. Jämfört mellan 2008 och 2011 har också antalet anställda i utvinning av mineral ökat (statistisk signifikant $p < 0,05$). Totalt kan 9 av de 19 undersökta industrierna påvisa med statistisk signifikans att deras företag i genomsnitt har anställt flera personer över åren 2008 till 2011. Endast en industri uppvisar företag som i genomsnitt anställer färre personer och det är informations- och kommunikationsverksamhet ($p < 0,01$).

65 % av företagen uppvisade en positiv omsättningsförändring för det senaste bokslutet. 26 % av företagen ökade omsättningen med mer än 20 % och 4 % av företagen ökade omsättningen med mer än 100 %. I industrialanalysen framkommer det att tillverkningsindustrin har minskat den genomsnittliga omsättningen från 2008 till 2011 ($p < 0,05$). Detsamma gäller Handel; Reparation av motorfordon och motorcyklar samt Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik. I övrigt har medelomsättningen i flera industrier ökat under den studerade perioden. Statistiskt säkerställda ökningar ($p < 0,05$) noteras för följande industrier:

- Jordbruk, skogsbruk och fiske
- Vattenförsörjning; Avloppsrening, avfallshantering och sanering
- Byggverksamhet
- Transport och magasinering
- Uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster
- Vård och omsorg; Sociala tjänster
- Kultur, nöje och fritid

Samtidigt är det endast tre industrier som med statistisk säkerhet har förändrat sitt genomsnittliga resultat från 2008 till 2011 och samtliga tre har ökat resultatet. Dessa industrier är:

- Byggverksamhet
- Handel; Reparation av motorfordon och motorcyklar
- Uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster

Räntabilitet på eget kapital mäter ett företags effektivitet att generera vinster från varje krona av nettotillgångar (dvs. tillgångar minus skulder). Måttet anger hur väl ett företag använder investerat kapital för att generera inkomstillväxt. Ungefär hälften av företagen (52 %) har en räntabilitet på eget kapital över 20 %. 22 % har en negativ räntabilitet på eget kapital.

Vinstmarginal är ett nyckeltal som anger företagets vinst i förhållande till dess omsättning. En fjärdedel av företagen har en vinstmarginal över 10 % medan 17 % av företagen gör förluster (dvs har en negativ vinstmarginal).

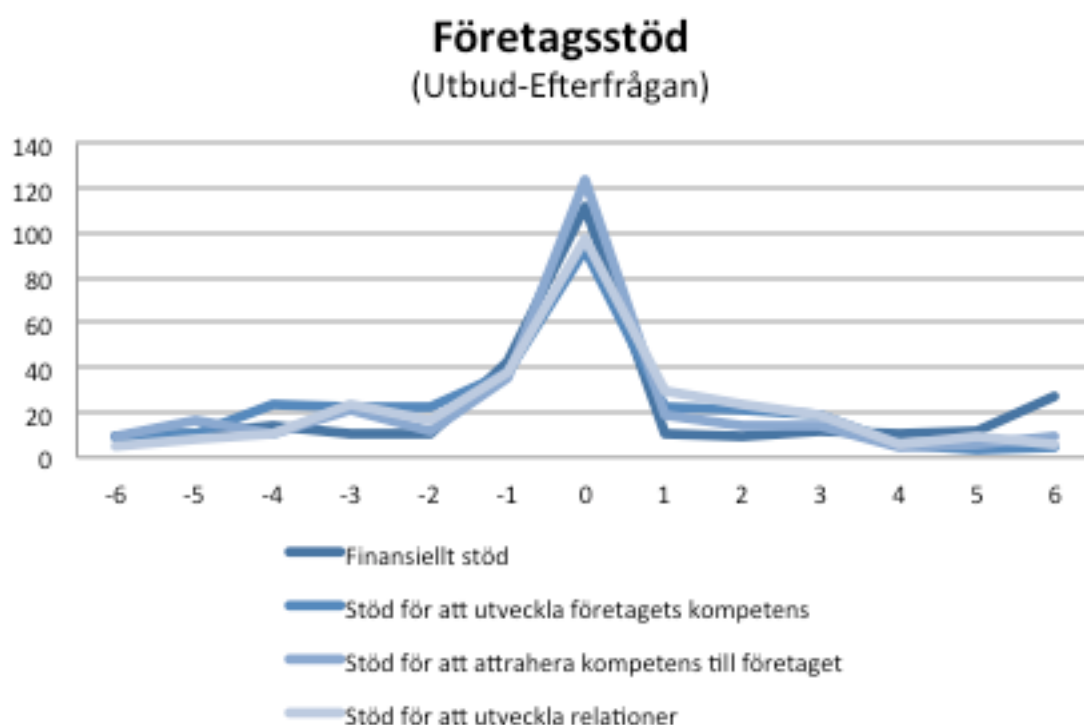
Överlag förefaller därmed de ekonomiska förutsättningarna för regionens företag att utvecklas i en positiv riktning, såväl vad gäller anställningar och omsättningsförändringar. För att uppnå en vidare tillväxt är det också viktigt att företagen har likvida medel. Kassalikviditet är ett likviditetsmått som visar ett företags kortsiktiga betalningsförmåga. En kassalikviditet om minst 100% anger att ett företag direkt kan betala sina kortfristiga skulder (under förutsättningar

att omsättningstillgångar kan användas). En kassalikviditet under 100 % anger istället att ett företag kan behöva avyttra långsiktiga tillgångar alternativt skjuta till nytt kapital till verksamheten för att finansiera de kortfristiga skulderna. Ett företags kassalikviditet bör därför inte vara speciellt långt under 100 %. Bland de Norrbottniska företagen med fem eller fler anställda – även inkluderat de som inte deltog i enkätundersökningen – har 41 % av företagen en kassalikviditet under 100 %. 30 % av företagen har en kassalikviditet under 80 % och 15 % har en kassalikviditet under 50 %. På senare tid har Statistiska centralbyrån rapporterat att det är en nationell trend att kassalikviditeten har sjunkit. Detta är en förutsättning vilken försvårar företagens tillväxtambitioner.

Företagens stöd

Det finns flera sätt att stödja företagande. Bland de vanligare ingår finansiellt stöd, stöd för att utveckla företagets kompetens, stöd för att attrahera kompetens till företaget, och stöd för att utveckla relationer. I syfte att förstå de Norrbottniska företagens förutsättningar ställdes frågan i vilken utsträckning företagen i Norrbotten under de tre senaste åren haft behov respektive tillgång till de olika typerna av stöd. Ett alternativ med övrigt angavs där det gavs möjlighet att fylla i andra typer av stöd. Alternativet övrigt användes inte av någon i undersökningen.

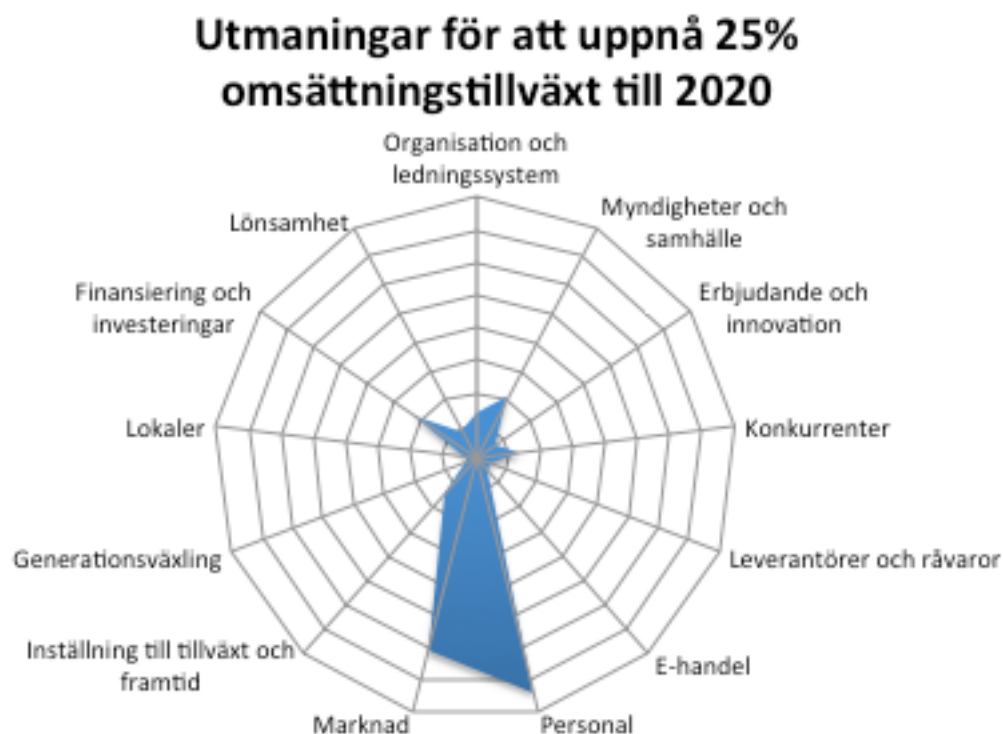
I syfte att redovisa huruvida företagen upplever att deras efterfrågan av stöd matchas av ett utbud av stöd i länet jämfördes efterfrågan med utbud. De respektive frågeställningarna uppskattades på en sjugradig skala som sträcker sig från inte alls (=1) till i mycket stor utsträckning (=7). Figuren nedan redovisar skillnaden mellan utbud och efterfrågan (=utbud-efterfrågan). Skalan sträcker sig mellan -6 till +6 där negativa tal innebär att det finns en större efterfrågan än utbud och där positiva tal innebär att utbudet av stöd är större än efterfrågan. Svar kring 0 visar att utbud och efterfrågan matchar varandra.



Totalt anger 25 % av företagen att de har behov av finansiellt stöd i relativt till mycket stor utsträckning. Motsvarande anger 33 % av företagen att de har behov av stöd för att utveckla företagets kompetenser, 22 % anger behov i samma utsträckning för att attrahera kompetenser, och 20 % anger ett behov av stöd för att utveckla relationer i relativt stor till mycket stor utsträckning. Samtidigt anger merparten av företagen att deras behov av stöd möts av de stöd som erbjuds i regionen.

Företagens utmaningar

I intervjuer och samtal med företagare samt i enkätundersökningens öppna frågeställningar har det kommit fram ett antal olika utmaningar för att regionens företag ska uppnå tillväxt. I enkätundersökningen ställdes specifikt frågan: "Vilka är de största utmaningarna för att ert företag ska uppnå 25 % omsättningstillväxt till 2020?". Svaren har tematiserats och för figuren nedan visar vilka teman som har varit mest frekvent återkommande. Varje tema presenteras därefter närmare med exempel på kommentarer.



Personal

En av de absolut mest kommenterade faktorerna som påverkar företagens tillväxtförutsättningar är tillgången till personal med rätt kompetensprofil.

- att hitta personer med rätt kompetens att rekrytera
- få kvalificerad personal som vill bosätta sig på orten bostäder saknas i kommunen
- att hitta personal som blir långvariga resurser i bolaget vi upplever en svår konkurrens från gruvnäringen när det gäller arbetskraft

Marknad

En annan vanligt kommenterad faktor som påverkar företagens tillväxtförutsättningar berör företagens marknad. Det handlar om tillgång till kunder, expansion av nuvarande marknader och fortsatt gynnsam konjunktur.

- att nå ut till fler kunder inom andra marknadssegment inom regionen samt att utveckla marknader utanför regionen
- förbättrad konjunktur i Norrbotten och därigenom tillväxt på hemmamarknad
- ta nya/ fler marknadsandelar

Myndigheter och samhälle

Ett antal kommentarer har berört myndigheter och samhälle. Flera har att göra med regelverk för företagare, såsom exempelvis storlek på arbetsgivaravgifter, att ROT-avdrag behålls etc. Andra kommentarer har belyst vikten av fungerande kontakter och samarbete med myndigheter och samhälle.

- förändringar i lagar och förordningar
- bibehålla lägre arbetsgivaravgifter för ungdomar
- att ROT-avdrag finns kvar

Organisation och ledningssystem

Ett antal företag har betonat att verksamhetens organisation och ledningssystem är en nyckelkomponent för framtida tillväxt. För fler företag handlar tillväxt om att anpassa organisation och ledningssystem så att ytterligare tillskott på personal och resurser kan ge samma eller högre effektivitet som nuvarande organisation. Flera kommentarer handlar om att implementera LEAN, bättre stödsystem, anpassa företagsledning, utveckla mellancheffsstrukturer, anpassa styrelse.

- kunna hantera mer personal med samma effektivitet som med nuvarande organisation. Kunna hantera svängningar i omsättning med ett större företag
- utveckling LEAN
- förbättrade interna stödsystem

Erbjudande och innovation

Ett par kommentarer handlar om hur företagets erbjudande ser ut. En del företag har kommenterat att de behöver utveckla sitt erbjudande och lyckas med nya innovationer som ska lanseras. För en del handlar innovation om att utveckla och säkerställa en bra produktmix medan för andra så handlar innovation om att utveckla och förbättra tekniska hjälpmedel för att producera erbjudandet.

- att vi lyckas i vår lansering av tre produkter
- vi omprövar vår produkt (tjänster) portfölj och kastar 50 %, vi skall komma åter med 25 % nytt till 2015 den resterande del av ökningen skall ske via nya affärer/modeller.
- Utmaningen är bland annat att erbjuda kunderna den bästa teknologin och det bästa arbetssättet

Konkurrenter

Ett antal företagare nämner att konkurrenssituationen är en avgörande faktor för tillväxtmöjligheter. Flera nämner oseriösa aktörer som ett hinder för framtida tillväxt medan andra hänvisar till en hårdare konkurrens till följd av krympande marknader. Ett par kommentarer berör också hot från utländska konkurrenter.

- slippa oseriösa aktörer på marknaden som dumpar priser och status för lokalvård
- konkurrens av övriga entreprenörer
- konkurrens från billigare EU- länder inom byggsektorn

Leverantörer och råvaror

Ett fåtal företag anger att leverantörer och tillgången till råvaror är faktorer som påverkar tillväxtförutsättningar. Det handlar bland annat om tillgång och prissättning på råvaror samt möjligheten att kunna outsourca delar av produktion alternativt administration.

- att bromsa prishöjningar från leverantörer så att varorna inte blir alltför svårsålda
- tillgång på råvara
- råvarubrist

E-handel

Ett par företag har specifikt poängterat att näthandeln påverkar tillväxtförutsättningar. En del företag har sett det här som en möjlighet att utvidga sina marknader medan andra har sett det som hot när konkurrenter från övriga Sverige och EU ökar sin närvaro även på marknaden i Norrbotten.

- konkurrera med näthandeln!
- vi ska avsäga oss ett stort kontrakt vi äger och sen satsa på e- handel, rikta in oss utanför vår ort och börja arbeta mer mot storstäder.
- anpassa oss till handelns utveckling med näthandel i samband med den fysiska handeln

Inställning till tillväxt och framtid

Ett antal företag kommenterar också att tillväxt inte är ett fokus för framtiden alternativt att planerna med företaget är annorlunda. Några har till och med angett att verksamheten är såld eller på väg att upphöra.

- är inte intresserad av att öka 25 % till 2020 vi har det bra som vi har det nu
- tror ej att vårt företag bedriver verksamhet 2020
- förhoppningsvis verksamheten såld

Generationsväxling

En del företagare nämner också att planerade generationsväxlingar måste kunna genomföras för att företaget ska kunna fokusera på tillväxtfrågor. En del av dessa personer uttrycker också en oro över att det inte finns personer som uppvisar intresse för att överta befintliga företag.

- jag ... behöver överlåta verksamheten om 3 år. Det finns få möjliga ersättare.
- att jag får en efterträdare
- att ägarskifte kan genomföras

Lokaler

Lokalfrågor framkommer i ett par fall som viktiga frågor för tillväxt.

- ändamålsenliga lokaler (vi har mycket bra lokaler idag för vår verksamhet)
- att vi får en fungerande bostadspolitik
- lokalerna

Finansiering och investeringar

Tillgång till kapital med låg ränta anges av flera som en nyckelfaktor för framtida expansioner och tillväxt. Flera företag har angett att egen kassalikviditet är för låg och att det krävs tillgång till riskvilligt kapital för att klara av kommande investeringar.

- tillgång till kapital (finansiering)
- kassalikviditet
- vi måste i så fall delvis byta ut vår maskinella kapacitet och slå oss in på marknader som för oss idag är främmande. Investeringar för ca 50 miljoner kronor

Lönsamhet

En del kommenterar att det är svårt att få tillräcklig lönsamhet för att tillväxt ska vara ett mål. Frakt och andra kostnader äter upp små vinstmarginaler vilket gör det svårt och oattraktivt att expandera.

- det är för dåliga priser
- få betalt för våra tjänster
- fraktkostnader

Kommentarer till det regionala utvecklingsarbetet

I de intervjuer och samtal med företagare som genomförts samt i enkätundersökningens öppna frågeställningar har det kommit fram ett antal olika kommentarer rörande det regionala utvecklingsarbetet. I enkätundersökningen ställdes specifikt frågan: "Vilka frågeställningar är enligt er viktiga för det regionala utvecklingsarbetet i Norrbotten fram till 2020?". Svaren har tematiserats och figuren nedan visar vilka teman som har varit mest frekvent återkommande. Varje tema presenteras därefter närmare med exempel på kommentarer.

Viktiga frågeställningar för det regionala utvecklingsarbetet i Norrbotten 2020?



Infrastruktur

Den mest frekvent omnämnda frågeställning som företagen anser är av vikt för utvecklingsarbetet i Norrbotten är infrastrukturen. Framförallt är det många som poängterar vikten av Norrbottenbanan. Vanligt är också kommentarer om satsningar på vägnät och flygförbindelser. Ett par kommentarer handlar även om satsningar på utbyggnad av bredband och telenät.

- Norrbottenbanan
- har företaget i en by utan bredband, innebär stora begränsningar för min företagsutveckling
- kraftiga förbättringar i Norrbottens infrastruktur: vägar, järnvägar och telekommunikation

Attraktiv region

Den näst mest frekvent nämnda frågeställningen för många företagare är behovet av att det regionala utvecklingsarbetet stödjer utvecklingen av Norrbotten som en attraktiv region. Kommentarer har rört allt mellan att hela länet ska leva, att det ska finnas ett rikt utbud av aktiviteter och kultur, att Norrbotten ska vara en attraktiv plats att bo och vara på, till att det ska finnas en god samhällsservice i hela länet.

Ett antal kommentarer och diskussioner har också visat på de behov som finns i glest bebyggda områden. Bland annat har det uttryckts att det är svårt att driva vissa näringar över hela regionen. Såväl utbuds som efterfrågeorsaker har angetts. Bland annat nämnde en företagare att "orten där jag har min verksamhet är Älvsbyn denna kommun attraherar ej min yrkesgrupp(tandläkare) det är svårt att överlåta trots stora fördelar med lokaler, tillgänglig till patienter osv". Det har också framkommit mer privata funderingar på glesbygdsproblematik. Ett exempel på detta är det behov som uttryckts som "att det skall bli möjligt för människor att kunna finansiera ett bostadsbyggande i glesort".

- det är viktigt att Norrbotten upplevs som attraktivt att bo i annars väljer människor med efterfrågad kompetens att bosätta sig någon annanstans.
- Norrbotten behöver fler unga familjer. Det innebär att unga kvinnor ska kunna uppfatta att länet erbjuder en intressant arbetsmarknad spännande kulturutbud och bra miljö i övrigt.
- att locka arbetskraft från övriga Sverige(/Världen) till Norrbotten och få dem att stanna i länet.

Marknader

Flera företagare kommenterar att det är centralt att lokala alternativ stöds i upphandlingar och affärer. En del kommenterar också behovet av utveckling för att hitta marknadskanaler till andra regioner och utomlands.

- marknadsföra regionen hårdare mot utlandsmarknader
- stark närmarknad regionalt
- att tillhandahålla varor och tjänster i Norrbotten

Utbildning

Tillgång till utbildning och kompetensutveckling diskuteras som viktiga faktorer av flertalet företagare. Kommentarer till detta har också angett vikten av att utbildning kan ges i hela länet och under förutsättningar så att personal kan genomföra kompetenshöjningar parallellt med sina tjänster.

- ytterligare satsningar på utbildningar
- ha tillgång till utbildad arbetskraft
- stöd för utbildningar

Forskning och utveckling

Företag har också kommenterat vikten av att forskning och utveckling stöds i länet. Flera företagare har uttryckt vikten av att det bedrivs forsknings och utvecklingsarbete inom länet och att det också bör vara en prioriterad agenda för att uppnå tillväxt.

- forskning inom vårt område
- prioriterad tillväxtagenda för länet satsa på FoU-arbete och underlätta för högteknologiska företag
- nya produkter och förädling av råprodukter i länet

Samverkan

Satsningar på samverkan och strategiska nätverk nämns av flera företagare som önskvärda utvecklingsfrågor. Kommentarer har berört allt från attityder till samverkan, till kompetensöverföring och etablering av nätverk.

- större reell samverkan mellan basindustrin och små/medelstora företag
- bättre samverkan med universitet, kommun och näringsliv
- samverkan mellan branschföretag

Stöd och finansiering

Ett antal kommentarer har också specifikt berört stöd och finansiering. Tillgång till riskvilligt externt kapital och relation med banker är några av de kommentarer som finns. En del kommentarer syftar också på att stöd och finansiering ska riktas till speciella ändamål. Exempelvis nämns specifikt tillgång till finansiering för nya företag och för företag som vill satsa på export.

- Stödja sälj och export ansträngningar
- satsa långsiktigt på exportprojekt, tillväxtprojekt i befintliga företag och tillväxt av nya företag
- varför ger man inte små företag samma förutsättningar till förmånliga lånevillkor utanför banksystemet

Myndigheter och regelverk

Ett antal kommentarer berör myndigheter och regelverk. De handlar framförallt om behov av förenkling av regler, relationer med myndigheter och tydlighet i regelverk.

- förenklade regler
- förenkla handläggning av eu-bidragsansökningarna (samt förenkla uppföljningen av beviljade bidrag)
- bättre organiserat arbete med regionala strategier som bygger på bra underlag och bättre förankringsprocesser

Satsningar på starka näringar

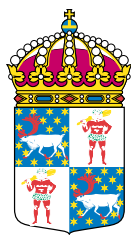
Ett antal kommentarer berör vikten av satsningar på starka näringar. Att stödja utveckling av gruvindustrin, tillverkande industri, skogen och testverksamhet är några av de satsningar som föreslås av företagsledarna.

- tunga industrin framförallt gruvindustrin
- turism är jätteintressant
- att göra skogsnäringen mer intressant och lönsam det måste bli coolt att jobba i skogen!

Attityder till företagande och entreprenörskap

Avslutningsvis föreslår flera företagsledare att det är viktigt att arbeta med attityder till företagande och entreprenörskap. Det handlar framförallt om att skapa en entreprenöriell kultur och en entreprenörsanda i länet.

- stödja arbete att öka självförtroendet för entreprenörer och företagsledare
- entreprenörsanda
- ökad entreprenörskap, regionen måste återta produktion igen inom alla näringar lokal förädling av produkter o tjänster



Länsstyrelsen
Norrbotten