

TILLVÄXTBLADET

EXTRA

**FÖRETAG
PÅ LANDSBYGDER**

**VIKTIGARE ÄN
NÅGONSIN!**

**99,4 % AV ALLA FÖRETAG ÄR SMÅFÖRETAG
DRYGT 1,3 MILJONER ANSTÄLLDA!**

Av Sveriges cirka 1,2 miljoner registrerade företag finns drygt 20 procent på landsbygden. I den här rapporten finns mer information om hur situationen ser ut för dem och vilka utmaningar och möjligheter de har utifrån den kontext de befinner sig. Rapporten baseras på gemensamma erfarenheter, kunskap och forskning från Sveriges Lantbruksuniversitet, Affärskompetens Sverige och Småföretagarnas Riksförbund.

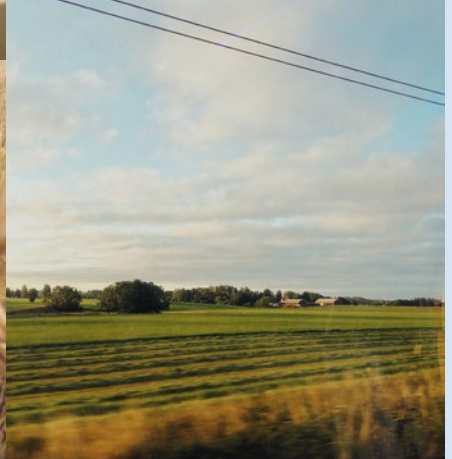
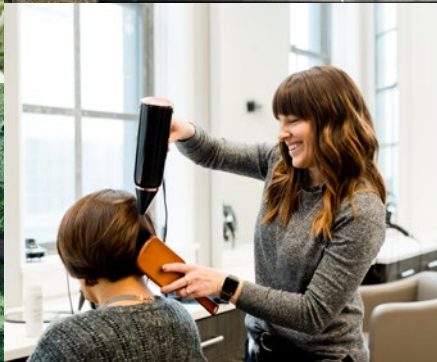
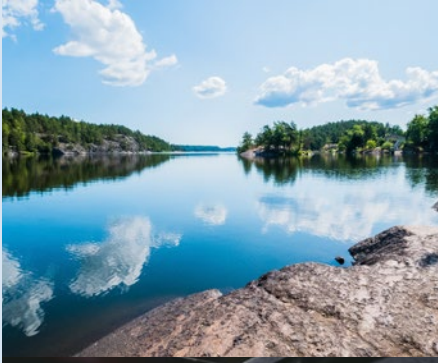
Vad menar vi med landsbygd?

Landsbygd definieras som områden med högst 15 000 invånare per kvadratkilometer enligt SCB:s indelning av Sverige i demografiska statistikområden.

Fördelning kommuntyper (september 2020)

- 1 002 518 personer bor i en landsbygdskommun nära en större stad.
 - 583 317 personer bor i avlägset belägna landsbygdskommuner.
 - 78 320 personer bor i mycket avlägsna landsbygdskommuner.
- Totalt bor alltså 1 674 335 svenskar i en landsbygdskommun.**





Inledning

Det kan vara komplext att driva företag och möjligen är det ännu svårare att driva företag på landsbygder. På landsbygder finns en mer begränsad marknad och ett mindre ekosystem för företagen att verka i – som ställer krav på samarbete. Det är längre avstånd, mindre utbyggd infrastruktur jämfört med städerna och det kan många gånger vara svårt att finna lämplig arbetskraft när det är läge att anställa.

Men på landsbygder finns också ett stort engagemang för bygden och en vilja att hjälpas åt för att ha möjlighet att bo kvar och verka på den plats man har valt.

Majoriteten av företagen både på landsbygd och i stad är småföretag. Småföretagen är en heterogen grupp med olika förutsättningar och verksamhetsinriktningar. De omfattar högteknologiska exportföretag till lokala tjänstebaserade företag och allt däremellan. Även om det finns mycket som skiljer småföretagen åt så finns det också saker de har gemensamt, specifika utmaningar som inte är lika tydliga i företag med många anställda.

De har som småföretagare många roller att behärska och har svårt att få tiden att räcka till när det operativa kräver all uppmärksamhet.

Men trots att det finns många utmaningar finns det också en stor potential för företagande på landsbygder. Vi lyfter upp några av dem i den här rapporten för vi tror också att det finns svar och lösningar. Det är viktigt att förstå nuläget för att skapa en förändring, och att skapa förändring är också ambitionen i vårt gemensamma arbete.

Företag på landsbygder utgör en stor och viktig del av företagandet i Sverige. De bidrar till arbetstillfällen, skatteintäkter och spelar en betydande roll för Sveriges välfärd.

Det är viktigare än någonsin att främjandesystemet når den här målgruppen och att de får hjälp att växa utifrån sina förutsättningar, då har de också möjlighet att öka lönsamheten och skapa fler arbetstillfällen. Många hankar sig fram från år till år trots att det finns en stor inneboende potential för tillväxt.

Vår drivkraft och förhoppning är att vi tillsammans kan förändra situationen för företag som väljer att stanna, väljer att flytta till eller väljer att utveckla sin verksamhet på landsbygder.

Trevlig läsning!

Innehåll

Inledning	5
Bakgrund	8
Om projektet Partners i projektet	
Företagandet i Sverige	9
Starkt samband mellan nyföretagsamhet och lägre arbetslöshet Entreprenörskap smittar	
Fot & Kropp, Jämtland	11
Landsbygdernas företag	12
Drivna och ser möjligheter Mer samarbete i ett mindre ekosystem Få anställda och lägre omsättning på landsbygden Låg tillväxt i Sverige och ännu lägre tillväxt på landsbygden Skilda förutsättningar att driva företag i olika delar av landet Olika branscher på landsbygder behöver olika lösningar Ägarskiften och generationsväxling – en avgörande fråga Olika typer av entreprenörer på landsbygden	
Solberg lantbruk, Västernorrland	16
Företagarna - vilka är de?	18
Småföretagarens roller Företagare är Sveriges hårdast arbetande yrkesgrupp Tillgänglighet eller otillgänglighet?	

Katarina Svender, egen företagare, Ljusdals kommun	20
Fördelning företagsfrämjande systemet under ett företags livscykel	22
Fördelning av stöd Mer stöd till mansdominerade branscher	
So This Is Why, Hälsingland	25
Hur når man företagen och får dem att vilja välja utveckling?	26
Kompetensutveckling på olika villkor Omedveten inkompetens kan felaktigt tolkas som ovilja Strategisk, taktisk, operativ Hur skapar vi förändring på riktigt?	
Varför anstränga oss för småföretagen?	29
Susannes Skogsservice, Värmland	30
Tips för vägen framåt	32
Till beslutsfattare och offentliga aktörer Till näringslivsutvecklare, rådgivare och andra som möter företagen	
Källförteckning	36
Checklista	38
Kontakt	39

Bakgrund

I november 2019 kom Tillväxtverkets utlysning "Utveckla företag på landsbygderna". Utlysningen bestod av två delar. Den första delen handlade om att ge stöd för att tillämpa eller vidareutveckla digitala modeller, metoder och verktyg för målgruppen företagare. Syftet med den andra delen var att bidra till ökade kunskaper om de särskilda förutsättningar och utmaningar som företag på landsbygderna har. Insatserna ska stärka näringsliv och företagande, oavsett bransch. Tillväxtverket beviljade totalt 13 projekt.

Om projektet

Projektet "Landsbygdsfokus" arbetar inom del två och är ett samverkansprojekt med Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU), Småföretagarnas Riksförbund (SFR) och Affärskompetens Sverige, där den sistnämnda är projektägare. Projektbeställare och huvudsaklig finansiär är Tillväxtverket. Denna rapport är en del av arbetet med Landsbygdsfokus.

Målet med projektet Landsbygdsfokus är att höja kunskapen och öka förståelsen för landsbygdsföretagens situation så att företagsfrämjare bättre kan möta de faktiska behoven och erbjuda tjänster som är rätt för just den målgruppen. Om företagsfrämjare kan möta företagen på rätt nivå och se till deras specifika behov så är önskad effekt att det därigenom kan leda till en ökad tillväxt hos de många landsbygdsföretag som finns runt om i landet.

Vi hoppas också att tjänstpersoner och företagare kan få en bättre dialog och en ömsesidig förståelse. Det finns en stor outnyttjad potential hos många företag som med rätt hjälp utifrån deras behov kan öka omsättning och lönsamhet samt skapa fler arbetstillfällen.

Partners i projektet

Affärskompetens Sverige arbetar för att skapa livskraftiga och hållbara företag. De har lång praktisk erfarenhet av att arbeta nära företag med deras utveckling. Medarbetarna i Affärskompetens Sverige drev under åren

2016–2020 projektet Affärskompetens Norduppland där de tillsammans med 350 deltagande småföretag i Uppland utvecklade metoder och arbetssätt för kompetensutveckling. De deltagande företagen fick ta del av utbildningar och parallellt med det även stöd av en affärsutvecklare. De bidrar till denna rapport genom att dela med sig av sina lärdomar och slutsatser från detta lyckade projekt. Så många som 71 procent av de deltagande företagen uppger att de blivit mer affärsmässiga, fått en ökad förståelse för vad det innebär att driva företag och har dessutom ökat sin omsättning sedan de deltog i projektet.

Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU) bidrar till rapporten med mycket kunskap, klokskap och forskning inom olika områden gällande landsbygdernas företag. Institutionen för stad och land (SOL), Sveriges Lantbruksuniversitet bedriver forskning och utbildning inom landsbygdens utveckling både i Sverige och Europa. Viktiga forskningsområden är landsbygdspolitik, markens och naturresursernas användning, sociala och ekonomiska relationer samt samspelet mellan landsbygd och stad.

Småföretagarnas Riksförbund är en intresseorganisation som drivs av småföretagare och företräder cirka 32 000 medlemmar. De arbetar för att småföretagare ska stå starkare tillsammans och driver opinionsbildning för att bevaka medlemmarnas intressen. De har som målsättning att göra det så enkelt som möjligt att äga och driva företag i Sverige. Därför erbjuder de även praktiskt hjälp som exempelvis juridisk rådgivning. De bidrar till projektet och rapporten med mångårig kunskap och forskning om småföretagarnas situation i Sverige.

Förutom att alla deltagande parter generöst delat med sig av material och rapporter har det också inom projektet genomförts ett flertal workshops och digitala möten under större delen av 2020.

Företagandet i Sverige

I Sverige finns cirka 1,2 miljoner registrerade företag. Men för att räknas som ett företag inom det svenska näringslivet krävs en viss rensning i siffrorna, exempelvis är juridiska former som bostadsrättsföreningar, kommuner och dödsbon inte representativa för statistiken. Räknas dessutom offentliga branscher bort som exempelvis försvar och offentlig förvaltning kvarstår cirka 1 miljon företag. Bland dem är de allra flesta små eller medelstora företag¹.

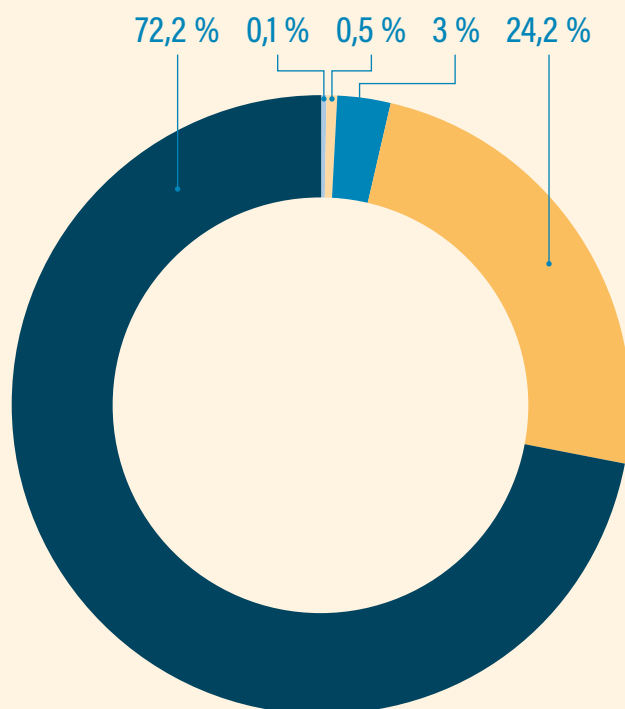
Småföretagen – som avser företag med färre än 50 anställda – utgör 99,4 procent av alla företag i landet. De har skapat fyra av fem arbetstillfällen de senaste decennierna och de sysselsätter cirka 1,3 miljoner anställda. Det är framförallt de som driver den ekonomiska utvecklingen och jobbskapande i landet. De bidrar också med störst andel till Sveriges BNP².

Starkt samband mellan nyföretagsamhet och lägre arbetslöshet

Det finns ett starkt samband mellan ett aktivt företagande och jobbskapande i allmänhet. En genomgång av de 110 svenska kommunerna som har låg befolkningstäthet visar att ju fler som arbetar i nystartade företag, desto lägre är arbetslösheten i kommunen. De tio kommuner som har högst nivå av nyföretagsamhet har hela 32 procent lägre arbetslöshet och 47 procent lägre ungdomsarbetslöshet än genomsnittskommunen. Det innebär att nya företag i glesbefolkade kommuner har en avgörande roll för jobbutvecklingen.³

Antal företag per storleksklass i Sverige⁴

- **Stora företag, >250 anställda**
(sysselsätter 1 069 430 personer)
- **Medelstora företag, 50-249 anställda**
(sysselsätter 612 666 personer)
- **Små företag 10-49, anställda**
(sysselsätter 727 811 personer)
- **Mikroföretag, 1-9 anställda**
(sysselsätter 615 409 personer)
- **Soloföretag**



¹ <https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Foretagande/Naringslivet/Antal-foretag-i-Sverige/>

² <https://www.ekonomifakta.se/Artiklar/2018/januari/fran-stort-till-smatt-i-sveriges-naringsliv/>

³ Sanandaji, Nima (2019) De företagsamma Sveriges 350 000 jobbskapare. ISBN: 978-91-983374-4-0. Småföretagarnas Riksförbund.

Entreprenörskap smittar

Sverige ligger markant under genomsnittet för entreprenörskap där 6,8 procent av Sveriges befolkning kan definieras som entreprenörer⁴. Däremot är det många som ser affärsmöjligheter. Hela 80 procent av den svenska befolkningen tycker sig ha en affärsidé. Trots det verkar få svenskar ha självförtroende och förmågan att starta och driva företag.

Entreprenörskapskulturer är en viktig förklaring till varför det finns skillnader mellan regioner och orter i

form av individers benägenhet till entreprenörskap⁵. I Sverige har regioner med starkt nyföretagande även haft ett starkt nyföretagande historiskt. Det finns tre starka faktorer som bedöms ha en avgörande inverkan: entreprenörer motiverar och ger självförtroende åt andra – "kan hon så kan jag". För det andra så har entreprenören hög social status och respekt i samhället. För det tredje så blir entreprenörer med sin kunskap och erfarenhet viktiga kunskapskällor och mentorer till andra.



Det finns ett gäng eldsjälar här som både vågar och vill, och det i sig smittar av sig. Jag upplever att många likasinnade dras till den här typen av miljö och att cirkeln av människor som engagerar sig växer.

Katarina Svender
egen företagare och ordförande Företagarna Ljusdal
(Läs mer om Katarina på sidan 20.)

4 Pontus Braunerhjelm, Carin Holmquist, Marcus Larsson, Martin Svensson, Per Thulin (2019) Entreprenörskap i Sverige. Nationell GEM-rapport 2019.

5 Entreprenörskap för en levande landsbygd – 15 texter om landsbygdsutveckling och entreprenörskap i Norrland (2019) Demografins betydelse för entreprenörskap i Norrlands inland (s 20). Redaktör: Karl Wennberg.

Fot & Kropp, Jämtland

I Brunflo, en liten ort i Jämtland, driver Karin Hellström en medicinsk fotvårdsmottagning sedan fyra år tillbaks. Hon startade eget företag när hon var färdig med studierna mest på grund av att det inte gick att få en anställning som fotterapeut nära hemmet.

Det var inte självklart att bli egen företagare. Hon är uppväxt med en far som drev eget företag och hon hade en tydlig minnesbild av att han jobbade mycket och att telefonen ofta ringde mitt i middagen hemma i Uppsala.

– Jag hade en ganska negativ bild till att bli egen företagare och tänkte att det skulle bli tufft och periodvis för mycket jobb, säger Karin.

Karin hade under studietiden i Stockholm hört talas om Nyföretagarcentrum så det var inte okänt för henne var hon skulle vända sig för att komma vidare med budget och affärsplan.

– Den ekonomiska biten var det som stressade mig mest i början, men nu är jag inte rädd längre. Man märker ju när man håller på att det går bra, säger Karin.

Karin hade redan F-skattsedel då hon sålt hudvårdsprodukter som sidoinkomst till sitt ordinarie arbete på ett hotell. I samband med företagsstarten sökte hon "starta-eget-bidrag" som beviljades. Företaget drivs som enskild firma, något som hon kanske hade gjort annorlunda idag när hon har fått bättre koll på alternativen.

– Jag startade enskild firma eftersom jag har så små omkostnader och inga lån, hade jag däremot haft stora lån och risker så hade jag definitivt startat aktiebolag. Då hade jag också haft möjlighet att lägga eventuell vinst i en periodiseringsfond, idag går ju ingen vinst tillbaka in i bolaget, säger Karin.

Företaget har idag en stabil kundbas med återkommande kunder, och Karin har lärt sig att balansera jobb och familj något som var tuffare från början när hon skulle få snurr på verksamheten.

För Karin är det viktigt att få bo och jobba i Brunflo, hon ser fördelarna för barnen med en lugn miljö och trygghet. De bor i en villa bland åkrar ovanför Storsjön och barnen är ofta ute och åker fyrhjuling och leker i skogen som omger byn.

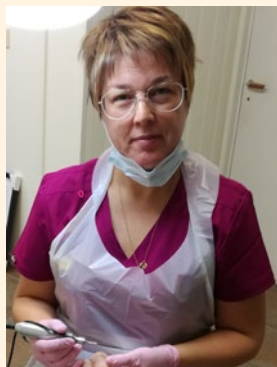
– Hade mitt huvudintresse varit att tjäna mycket pengar så borde jag byta jobb direkt, det är inte det som driver mig, säger Karin.

I sin vardag som företagare har hon inte så mycket kontakt med myndigheter, förutom när "Miljö- och hälsoskydd" ska göra platsbesök. Det kommuniceras som en tjänst, de ska vara till hjälp och ge henne rekommendationer för hygien. Karins upplevelse är inte riktigt överensstämmande.

– Tyvärr känner jag att de mer kommer ut och inspekterar och granskar snarare än att vara till hjälp. Det är dessutom dyrt, det kostar mig 3500 kronor per år. Överhuvudtaget tycker jag att det är dyra avgifter för företagare, ibland vet man inte ens vad man betalar för, säger Karin.

Det finns i nuläget inga planer för "Fot och Kropp" att växa. Verksamheten går bra trots världsläget med pandemin. Om det skulle bli aktuellt i framtiden skulle Karin hellre välja att hitta bra samarbetspartners som hyr in sig än att anställa.

– För mig känns det inte värt mödan att ha personal även om det skulle finnas möjligheter till tillväxt. Det blir väldigt mycket administration med anställda och dessutom är det svårt att hitta rätt personal, avslutar Karin.



Karin Hellström

Landsbygdernas företag

På landsbygder kommer andra typer av värdeskapandet ses utöver det traditionella där man ser värdeskapandet i ekonomiska termer. Det ekonomiska bör vägas mot andra värden i verksamheten som snarare är sociala och miljömässiga. Det är därför viktigt att inte leta efter samma värden på landsbygder som kopplas till urbana kontexter⁶.

Drivna och ser möjligheter

Det franska begreppet "Bricolage" stämmer väl in för många företag på landsbygden. Det innebär att vara bra på att gräva där man står och vara idérik, det är i många fall en förutsättning för att kunna stanna kvar. Det kan också innebära att ha en bredd, att syssla med många saker samtidigt. En stor andel av de företag som finns på landsbygden skulle kunna drivas var som helst i Sverige.

För många är det ett medvetet val av företagaren att bo just där. Men det finns också företag som är beroende av de resurser som finns på just den plats där de verkar, exempelvis turism, kultur och naturtillgångar.⁷

Mer samarbete i ett mindre ekosystem

Man kan se näringslivet, både i stad och landsbygd, som ett ekosystem där små, medelstora och stora företag har olika roller. På landsbygden är det färre aktörer i ekosystemet så det blir ännu viktigare att finna sin plats i det. Det blir även mer sårbart med starka och svaga länkar på landsbygden, man måste vårda relationer och samtidigt undvika att kliva på någons tå och riskera att bli "svartlistad". Samtidigt finns det ett högt socialt kapital mellan företag på landsbygden, de samarbetar för att skapa ett värde för området⁸.



”

Jag bodde tidigare i Stockholm på heltid och skillnaden här i Ljusdal är att man måste vara fler företag som hjälps åt för att skapa hävstång.

Katarina Svender
egen företagare och ordförande Företagarna Ljusdal

⁶ Ferguson, Richard. Institutionen för ekonomi. Sveriges Lantbruksuniversitet. Intervju 2020.

⁷ Ferguson, Richard. Institutionen för ekonomi. Sveriges Lantbruksuniversitet. Intervju 2020.

⁸ Dubois, Alexandre. Institutionen för stad och land. Sveriges Lantbruksuniversitet. Intervju 2020.

Få anställda och lägre omsättning på landsbygden

Företag på landsbygder är ofta små och andelen företag med låg omsättning är större på landsbygder jämfört med i städer.

Arbetsställen med 4-9 anställda står för 93 procent av alla arbetsställen på landsbygder⁹.

Både på landsbygder och i städer är det framförallt inom tillverkning, handel, byggverksamhet och transportbranschen som flest personer anställs. Andelen utlandsfödda som driver företag på landsbygder är lägre än i städer.

Låg tillväxt i Sverige och ännu lägre tillväxt på landsbygden

Tillväxten är lägst på landsbygden och Sverige ligger också långt efter omvärlden sett till aktiva företagare i landet (dvs. utbetald lön eller annan ersättning till ägaren under en period om minst 42 månader). Det är endast 4,9 procent av befolkningen i åldrarna 18-64 år som är etablerade företagsägare vilket är långt under snittet på 8,2 procent för utvecklade ekonomier.

Bristen på arbetskraft är landsbygdsföretagarnas största hinder. Arbetskraftskostnader och arbetsrättsliga regler är också ett upplevt tillväxthinder. 14,6 procent av företagen på landsbygden upplever att det är svårt att få extern finansiering. Det är många krav och regler, dessutom är värdet på fastigheter och mark mycket lägre på landsbygder vilket gör det svårt att använda som säkerhet vid lån¹⁰.

Det är främst inom besöksnäring, rekreation och småskalig förädling som man kan se en potential för

sysselsättningstillväxt på landsbygden. Det är också en fördelaktig plats för att bedriva råvaruproduktion, tillverkningsindustri och exportmarknader eftersom landsbygden erbjuder komparativa fördelar.

Skilda förutsättningar att driva företag i olika delar av landet

Förutsättningarna att driva företag skiljer sig kraftigt mellan olika delar av Sverige. I glesbygdskommuner finns det faktorer som i samverkan gör det svårt att driva företag på platsen¹¹. Demografin är en viktig indikator, kommuner med låg andel i arbetsför ålder präglas av låg framtidstro och en utflyttning av yngre personer. Låga skolresultat, hög andel försörjda av bidrag och svag köpkraft bland invånarna är utmaningar. Det är också svårt för små och växande tjänstebaserade företag att få extern finansiering eftersom bankerna inte gärna lånar ut pengar till dem. Till skillnad mot industriföretag, transportföretag och liknande så kan tjänsteföretagen inte använda utrustning och maskiner som säkerhet.

Olika branscher på landsbygder behöver olika lösningar

Företag på landsbygder finns inom många typer av branscher. Självklart är jordbruk, skogsbruk och fiske stora näringar. Andra stora branscher är bygg, handel, juridik, ekonomi, teknik och vetenskap. Varje företag och bransch ställs inför egna situationer och behov. Behovet av främjandeåtgärder kan därför också se olika ut för olika grupper. Det ställer höga krav på kompetens hos främjandeaktörer att kunna möta behov i olika typer av företag inom olika typer av branscher¹².

TIPS!

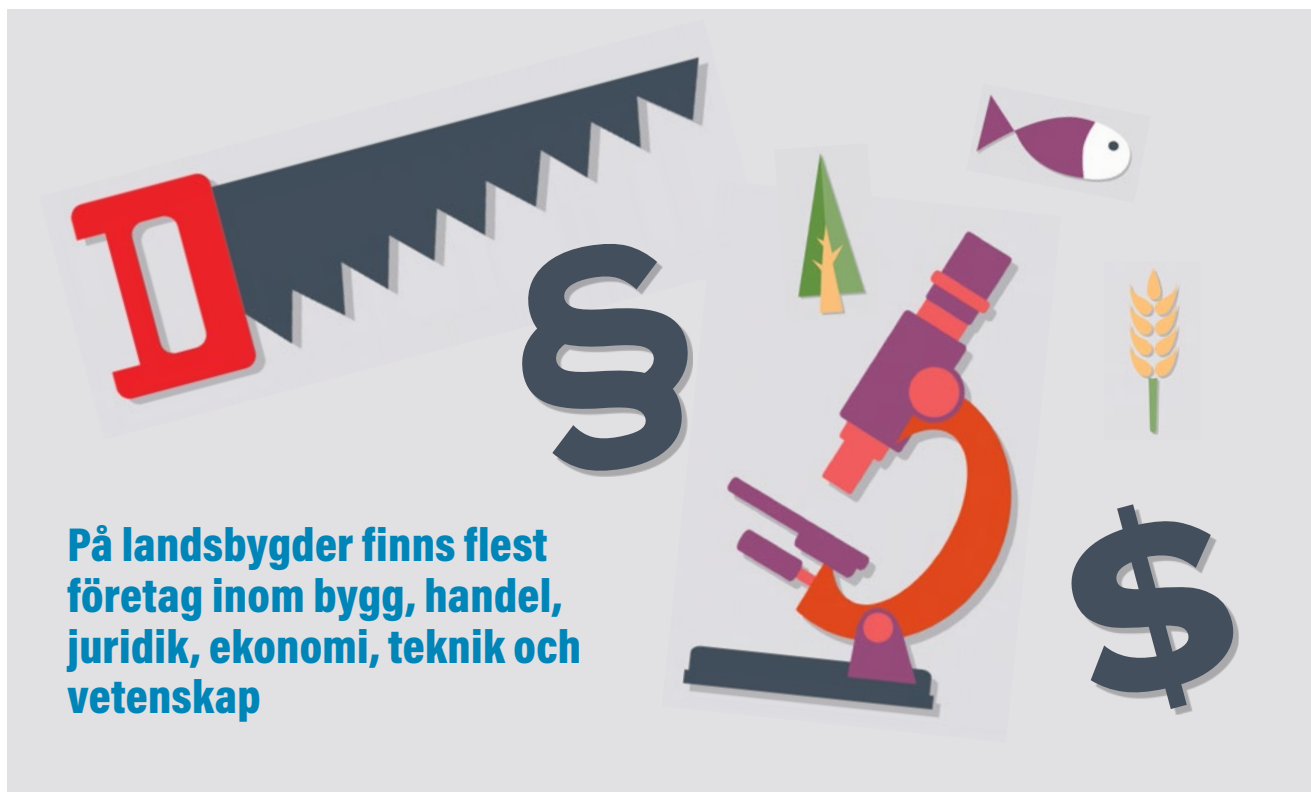
Ta reda på vad företagen verkligen behöver och börja där i det lilla.

9 Suvi Kokko (2020) Landsbygdsfokus. Företagande på landsbygder. Statistik. Sveriges Lantbruksuniversitet.

10 Suvi Kokko (2020) Landsbygdsfokus. Företagande på landsbygder. Statistik. Sveriges Lantbruksuniversitet.

11 Sanandaji, Nima och Sjölander, Erik (2020) Småföretagarindex. Småföretagarnas Riksförbund.

12 Kartläggning av det företagsfrämjande systemet i Sverige (2015) Tillväxtverket.



De gröna näringarna är en mycket bred bransch som omfattar alltifrån skogsbruk, lantbruk, turism, hållbar energi till livsmedelsförädling. Att deras behov varierar är ett faktum. Det ställer höga krav på att rådgivare har god kunskap inom den nisch som entreprenören är verksam. Däremot upplevs dynamiken mellan företagare och rådgivare ofta bristfällig¹³.

När det gäller rådgivning till lantbruksföretag upplever många företagare att rådgivaren kommer med färdiga lösningar. Det gör det svårt att få anpassad rådgivning om företagaren vill göra något som går utanför normen. I den situationen har rådgivaren en mycket viktig roll att vara öppen, lyhörd och möjliggöra kunskapsutbyte mellan företagare.¹⁴

En studie bland entreprenörer inom jord- och skogsbruk i Jämtland visar att de inte främst söker efter stöd, utan snarare omständigheter som gör det möjligt att leva på företaget. De efterlyser nätverk, kunskap om marknadsföring för att medvetandegöra vinsterna med lokalproducerat hos konsumenterna samt tydligare regelverk¹⁵.

Ägarskiften och generationsväxling – en avgörande fråga

Det finns olika anledningar till att företagare upplever att det är besvärligt med ägarskiften. Det kan vara personliga anledningar, att det känns känslomässigt svårt. Det kan också vara att det är svårt att hitta rätt person som kan utveckla bolaget vidare. Många upplever också att det är krångliga regler kring ägarskiften, relaterat till skattesystemet.¹⁶

Fyra av tio företagsledare är 55 år eller äldre. 17 procent av Sveriges företagsledare har redan passerat pensionsåldern. Det innebär att 47 000 företag (aktiebolag) med totalt cirka 310 000 anställda snart står inför ett vägval, skifta ägare eller lägga ned verksamheten.

Ett ägarskifte handlar inte bara om att bolaget byter ägare, att ett företag får finnas kvar ger självklart även effekter på personal, kunder, leverantörer och lokalsamhällen. För var fjärde företagare är det aktuellt med ett ägarskifte inom en period på tio år. Av dem beräknar 25 procent att de kommer att utveckla sitt företag snarare

¹³ Sund, Andreas (2020) Möjliggörare eller bromsklossar? En studie om myndigheters påverkan på företagsutveckling inom de gröna näringarna i Jämtland. Mittuniversitetet.

¹⁴ Dubois, Alexandre. Institutionen för stad och land. Sveriges Lantbruksuniversitet. Intervju 2020.

¹⁵ Sund, Andreas (2020) Möjliggörare eller bromsklossar? En studie om myndigheters påverkan på företagsutveckling inom de gröna näringarna i Jämtland. Mittuniversitetet.

¹⁶ Ägar- och generationsskifte i svenska företag - överlåtelse eller avslut? Rapport | november 2017. Företagarna.

än att genomgå ägarskifte.

I glesbebodda delar av Sverige är det extra påtagligt med en åldrande företagarbefolkning och få yngre företagare¹⁷. Nära hälften av företagarna i Övre Norrland har passerat pensionsåldern. De fortsätter arbeta när jämnåriga har pensionerat sig och bidrar på så vis till skatteintäkter och arbetstillfällen.

Olika typer av entreprenörer på landsbygden

Traditionellt sett så är entreprenören den som omvandlar kunskap till samhällelig nytta. De är drivna personer som hittar på nya saker med befintliga resurser. Ofta kan de generera både arbetstillfällen och tillväxt och är därmed en viktig motor för tillväxten på landsbygden. Men det finns även andra typer av entreprenörer på landsbygderna.

För att förstå företagare på landsbygderna är det viktigt att även väga in det engagemang för lokalsamhällena som finns och allt det ideella arbete som utförs. Det finns ett stort värdeskapande utöver det ekonomiska¹⁸.

Samhällsentreprenören är företagaren som sätter människan och bygden i centrum. Verksamheten bygger på en social eller kollektiv nytta och bedrivs någonstans mellan den sociala och offentliga sektorn. Resultatet blir samhällsutveckling i stor eller liten skala. Målet är inte i första hand ekonomiskt, men det är viktigt att generera så pass mycket pengar så att verksamheten går runt.

Den sociala entreprenören ger av sin tid och sin energi för att bidra till ett bättre samhälle, utan att vänta sig någonting direkt i ekonomisk ersättning. Eventuella vinster återinvesteras istället i samhället¹⁹.



Jag har många äldre grannar, det är klart att vi tar ansvar för dem och hjälper till med snöskottning och sådant. De skulle inte kunna bo kvar här annars.

Christian Borthey
Solberg Lantbruk
(Läs mer om Christian på nästa sida.)



¹⁷ Sanandaji, Nima och Sjölander, Erik (2018) Sveriges hårdast arbetande grupp – småföretagarna. En bok om varför bättre villkor för företagare behövs och hur det kan skapas.

¹⁸ Gaddefors, Johan (2019) Entreprenörskap i gränslandet mellan olika värden. Sveriges Lantbruksuniversitet. Artikel

¹⁹ Gaddefors, Johan (2019) Entreprenörskap i gränslandet mellan olika värden. Sveriges Lantbruksuniversitet. Artikel

Solberg lantbruk, Västernorrland

I den lilla byn Solberg söder om Sundsvall driver Christian Borthney ett lantbruk tillsammans med sin fru Moa. I nio generationer har gården haft mjölkproduktion och hösten 2016 startades även ett mikromejeri under eget varumärke.

– Vi säljer cirka 60 procent av mjölken till Arla och resterande 40 procent är egen förädling. Det är ju det egna mjölkmärket som är det roliga i verksamheten, säger Christian.

Det var inte solklart att Christian skulle ta över den dagliga driften av gården. I början av 90-talet var det stora kriser i Sverige och i samband med EU-inträdet var det en stor osäkerhet.

– Det var en turbulent tid och jag valde därför att utbilda mig inom styr- och reglerteknik samt förpackningsteknik. Då visste jag inte att det skulle uppta en stor bit av mitt yrkesliv 30 år senare, det är en minst lika stor del som att sköta djuren, säger Christian.

På gården finns ungefär 80 mjölkkor och förutom familjen med fru, föräldrar och bröder sysselsätts en heltidsanställd och en deltidsanställd. När Christians farfar drev gården med samma antal djur var han en av de största mjölkbönderna i Västernorrland. Idag är läget annorlunda, Solberg lantbruk är av de mindre producenterna i länet.

– Som det ser ut vid generationsskiften brukar det vara så att man ska bygga en ny ladugård eller dubbla boskapen. Man måste hela tiden växa för att överleva, och det är lite av marknadsekonomins akilleshäla, säger Christian.

Christian lockades inte av att öka kvantiteten ytterligare, mjölkpriset var nere på 2 kronor litern och han ansåg det alldeles för riskabelt att investera i en ny ladugård. Istället valde han att satsa på egen förädling. Mjölken distribueras nu till ett antal butiker i närområdet och mejerisatsningen har verkligen sträckt ut alla kompetenser i familjen.

– Vi tog tag i det själva och undersökte marknaden.

Vi kontaktade ICA-handlare och fick bra hjälp av dem i hur vi skulle tänka med produkten. Det var nödvändigt att hålla nere konsultkostnaderna så vi tog aldrig någon extern hjälp i affärsutvecklingen, säger Christian.

Det blir många sena kvällar med pappersarbete. Christian upplever att regelverket och rapporteringen blir allt svårare för varje år och att det ställs samma krav på en småföretagare som om det varit en koncern med 2 000 anställda.

– Det känns som att alla Sveriges myndigheter jobbar mot oss istället för med oss, kraven ökar från alla håll. Krocken blir också stor eftersom ett jordbruk jobbar med generationsplanering, det går inte att tänka i kvartalsrapporter när det kommer till djur och natur, säger Christian.

Solberg lantbruk har fått politikerbesök och vid de tillfällena har Christian uppmanat politiken att dra upp en riktning oavsett mandatperiod. Det behövs mer långsiktighet och lugn och ro för ett lantbruk.

– Allting är så kortsiktigt, och det rinner ner på oss småföretagare som får anpassa oss. För några år sedan fick vi direktiv att vi skulle använda ett visst drivmedel till traktorerna, nu har det visat sig att drivmedlet innehåller palmolja som ligger bakom skövlingen av regnskogen. Eller att vi ska sätta ett lock på brunnen och producera biogas, det är en investering på 10 miljoner, då krävs att vi vet att det bär sig på sikt, säger Christian.

De gröna näringarna sägs ha stor potential och betydelse för Sveriges landsbygd. Hur ser Christian på det i en framtid?



Christian Borthney

- Jag upplever fortfarande att det är jättarnas värld, men jag tycker att det vore bättre att ha mindre företag som verkar med högre precision. Jag brukar jämföra det med att gå ut på en svag is, då är det bra att sprida ut sig. Står man på samma ställe så brister det, säger Christian.

Christian tror att det är en hög tröskel för många att starta småföretag inom gröna näringar eftersom det är förenat med så mycket regler och avgifter. Han nämner ett aktuellt exempel där de precis aviserats om att tillsynsavgiften från Livsmedelsverket på 25 000 kronor ska höjas med 40 procent på ett år.

Det är kärleken till jorden och djuren som är Christians drivkraft. Han har fått besök från konsulter som tycker att han ska ha tre skördar per år för att maximera uttaget, men trots det fortsätter Solberg lantbruk att skörda en gång per år.

- Det bidrar till att våra jordar binder kol och vatten bättre, och i större grad kan vara hem för fåglar, humlor och andra insekter. Det är ett hållbart lantbruk för oss, säger Christian.

Företagarna – vilka är de?

Småföretagarens roller

En företagare är kunnig och specialiserad inom sitt yrkesområde och startar företag för att jobba som detta, exempelvis snickare, frisör eller jurist. På köpet, så fort verksamheten har startat, kommer andra saker som företagaren också måste behärska för att driva ett livskraftigt och regelrätt företag. Rollerna som tillkommer är bland annat marknadsförare, säljare, ekonom, IT-ansvarig, administratör och i många fall även ledare och personalansvarig. Det är många områden att klara av för de allra flesta.

Dessvärre medföljer inget facit eller checklista när företagaren får sin F-skattsedel. Som företagare är det svårt att veta vad som förväntas och vad man ska kunna, det är något som de själva får lista ut under resans gång och lösa. Det är inte ovanligt att en ny företagare får rådet att köpa in stöd inom de områden som de är obekanta med, exempelvis bokföring eller marknadsföring. Men det ställer även krav på att det finns vissa grundkunskaper hos företagaren i rollen som beställare, eftersom de i slutändan alltid är ytterst ansvariga för verksamheten och bolagets framdrift.

Företagare är Sveriges hårdast arbetande yrkesgrupp

Jämfört med en anställd arbetar de i snitt både längre dagar och har ett längre arbetsliv. De betraktar alla dagar som arbetsdagar och gör i snitt 38,3 timmar per vecka jämfört med en anställd som snittar 30,7 timmar per vecka. Det är den faktiskt arbetade tiden under varje genomsnittlig vecka

under året, när hänsyn tagits till ledighet och sjukdom²⁰.

Vid 69 års ålder förvärvsarbetar fortfarande mer än hälften (52 procent) av dem som driver egna företag. För anställda är motsvarande siffra endast 11 procent. En tredjedel av företagarna sover dåligt och sex av tio säger att de önskar jobba mindre och umgås mer med sin familj. De är de som rycker in när anställda blir sjuka eller vid hög arbetsbelastning. Här finns det en tydlig skillnad mot att vara anställd. Som anställd finns lagstadgade

rättigheter som reglerar arbetstid och semester. Motsvarande saknas för företagaren.

När verksamheten går sämre väljer många företagare att gå ner i lön och samtidigt jobba ännu fler timmar. Den stora inkomstvariationen över tid ger effekter i form av sänkt SGI och även längre fram i beräkningar av statlig pension. På grund av låg lön är det också många företagare som blir ekonomiskt beroende av sin partner/make/maka.

Företagandet är inte alltid bara ett jobb – det kan vara ett driv, ett

intresse och i många fall en passion. Det kan också vara en livlina till försörjning när en anställning är svår att få eller en möjlighet att få stanna kvar där man önskar vara, exempelvis landsbygden.

Nästan hälften av Sveriges befolkning i arbetsför ålder (47 procent) kan tänka sig att bli företagare. Samtidigt är det bara nio procent av befolkningen i samma grupp som har företagande som huvudsaklig sysselsättning. Så långt många fler kan tänka sig att bli företagare än vad det faktiskt är²¹.

Ekonomisk osäkerhet och minskad trygghet är



Det ställs samma krav på en småföretagare som om det varit en koncern med 2 000 anställda. Det känns som att alla Sveriges myndigheter jobbar mot oss istället för med oss, kraven ökar från alla håll.

Christian Borthey
Solberg Lantbruk

20 Nima Sanandaji, Erik Sjölander (2018) Sveriges hårdast arbetande grupp – småföretagarna. Småföretagarnas Riksförbund SRF.

21 Entreprenörskapsbarometern (2016) Tillväxtverket

**Företagare jobbar i snitt
en dag mer i veckan än en
anställd.**



de största anledningarna som anges till att inte starta företag. Hos de som redan driver företag är det snarare många och krångliga regler som ses som ett tillväxthinder.

Tillgänglighet eller otillgänglighet?

Så mycket som var tionde svensk har någon form av funktionsnedsättning vilket naturligtvis också speglar sig hos personer som driver företag. Det finns studier som visar att ADHD och dyslexi är vanligare bland företagare. I rollen som företagare kan de då själva utforma sitt arbete och arbetsuppgifter och i större utsträckning dra nytta av sina styrkor²². Det kan också vara ett sätt att ta kontroll över sin egen situation, personer med kognitiva funktionsnedsättningar kan ha svårigheter att arbeta på en konventionell arbetsplats men däremot finna sig väl tillrätta i en entreprenöriell miljö.

För någon med exempelvis koncentrations-, läs- eller skrivsvårigheter kan det vara svårt att ta till sig och förstå långa och invecklade texter som kommer från myndigheter. Det kan leda till en besvärlig situation, personen kanske har valt att driva eget företag för att ha möjlighet att styra själv och klara av sitt jobb. Men istället blir de

fast i byråkrati och komplicerade skrivelser.

Solo- och mikroföretagare med funktionsnedsättningar möter ofta hinder i sitt företagande, detta gäller inte bara landsbygd utan i hela landet. 25 procent av alla småföretagare tycker att lagar och myndighetsregler är ett hinder för tillväxt.²³ Samtidigt finns bestämmelser om hur data ska rapporteras in till statliga myndigheter och regelverk som måste följas, de är oftast anpassade till en verklighet där företagen är stora och har administrativ hjälp. Här finns en stor avvikelse mellan kunskap, förmåga och krav i dialogen mellan företag och myndighet²⁴.



²² Otillgänglighet - hinder för tillväxt? En studie om olika förutsättningar för solo- och mikroföretagare att navigera i det företagsfrämjande systemet (2018) Kontigo.

²³ <https://tillvaxtverket.se/statistik/foretagande/hinder-for-tillvaxt.html>

²⁴ Nima Sanandaji, Erik Sjölander (2018) Sveriges hårdast arbetande grupp - småföretagarna. Småföretagarnas Riksförbund.

Katarina Svender, egen företagare, Ljusdals kommun

Forskning visar att företagare på landsbygder verkar i ett mindre ekosystem än i städer och ger till följd att samarbete och gemenskap blir ännu mer betydelsefullt. Katarina Svender är benägen att hålla med. Hon är själv företagare och driver tillsammans med sin bror ett familjeföretag inom fastighetsbranschen, dessutom är hon ordförande i Företagarna Ljusdal. Engagemanget och viljan att påverka fick hon med sig redan från barnsben. Hon är uppvuxen i en företagarfamilj och hennes far lärde henne tidigt att vara delaktig och hjälpa till för att skapa förändring.

– Skillnaden mellan landsbygd och storstad är att man på en mindre plats är mer tigt, ser värdet i att vara det och det är en viktig förutsättning för att saker ska fungera. Därtill måste en kommun på landsbygden kratta manegen tydligare för att företag och verksamheter ska ha förutsättningar att växa och utvecklas, säger Katarina Svender.

Ljusdals kommun med tätorter såsom Ljusdal och Järvsö är känd för sin entreprenöriella anda. Här finns många företagssamma människor som vågar agera i kombination med en stark sammanhållning. Precis som i övriga Sverige är det småföretag med mindre än tio anställda som är i majoritet. Här finns också starka lokala branschorganisationer som exempelvis Destination Järvsö och Mekangruppen.

– Det är en styrka som jag ser det, branschorganisationerna bevakar sitt område som de är specialister på, exempelvis turism eller industriutveckling. Då kan Företagarna Ljusdal fokusera på generella frågor som hur det är att vara företagare i kommunen, hur den kommunala dialogen fungerar, företagsklimatet eller på vilket sätt olika utvecklingsprojekt kan komma att påverka näringslivet, säger Katarina.

Drivkraft smittar

Att vara ordförande i lokalföreningen är ett åtagande som Katarina gör vid sidan av sitt ordinarie arbete. Hon kallar sig själv för "företagskombinator" och menar att om man vill leva på landsbygden så får man många gånger skapa sin egen tillvaro. Det är också det hon tror är nyckeln till att Ljusdal har en stark och växande företagskultur.

– Det finns ett gäng eldsjälar här som både vågar och vill, och det i sig smittar av sig. Jag upplever att många likasinnade dras till den här typen av miljö och att cirkeln av människor som engagerar sig växer, säger Katarina.

För många företagare är tiden en kritisk faktor som kan förhindra att möjligheter tas tillvara och att företagen utvecklas. Trots det tycker Katarina att företagen

i kommunen har varit duktiga på att söka olika typer av medel för att göra investeringar och satsa på sin verksamhet.

– Företagsfrämjare måste vara nära småföretagen, det är krångligare om avstånden blir långa. I Ljusdal har näringslivet till exempel ett gott samarbete med näringslivsorganisationen Närljus, ett samarbete som bygger



Katarina Svender

på samsyn, ömsesidig respekt och god kommunikation. NärLjus hjälper företag bland annat genom information, tips och utbildning, säger Katarina.

Attityden till företagande

Katarina upplever att attityden till företagande har förändrats till det bättre under senare år.

– Det är viktigt att komma ihåg att fyra av fem jobb skapas i småföretag och att företagare är beredda att göra ganska stora uppoffringar, både i sin egen lön och arbetstid, för att personalen ska ha det bra och för att företaget ska kunna finnas kvar. Många företagare är väldigt engagerade i det samhälle de verkar, säger Katarina.

I Ljusdal stod småföretagen för 37 procent av kommunens skatteintäkter i den senaste mätningen.

–Det är relevant att se företagen och vad de faktiskt bidrar med. Det skulle drabba hela välfärden om de försvann, säger Katarina.

Tack vare Ung Företagsamhet (UF) har många ungdomar fått en nyanserad bild av hur det är att driva företag. Katarina önskar att det gick att använda skolorna ännu mer för att nå de unga, i syfte att utbilda i entreprenörskap och företagande.

– Entreprenörskap och företagsamhet är ju viktigt i alla former av organisationer, alla bör få möjlighet att förstå och utveckla dessa förmågor. Skolan bör ges möjlighet att ge fler en bild av att det finns alternativ utöver att vara anställd. Företagande handlar om att ha en passion för något och se möjligheterna till att göra det. Den drivkraften och viljan finns överallt i samhället, man ska inte behöva ha växt upp i en företagarfamilj för att se alternativet att starta företag, säger Katarina.

Förändrat arbetsliv kan skapa möjligheter för landsbygden

I samband med pandemin, som har gett ett förändrat arbetssätt med fler videomöten och mindre resande, tror Katarina att det öppnats nya möjligheter för ett arbetsliv på landsbygden i större utsträckning än tidigare.

– Det finns en inflyttning framför allt till Ljusdal och Järvsö, det är en typ av miniurbanisering till de orterna, från mindre orter runt omkring. Det märks på fastighetsmarknaden och boendemöjligheterna, säger Katarina.

Förutom boende, skola omsorg och samhällsservice ser Katarina andra saker som måste utvecklas till det bättre för att möjliggöra ett liv på landsbygden. Det handlar om tillgänglighet och infrastruktur i form av transportnät, bredband och elförsörjning men även hållbarhetstänket är en viktig faktor.

– Miljömässigt och hållbarhetsmässigt borde man tänka lite större när det gäller upphandlingar. Ibland skulle det vara mer värdefullt för kommunen att ha närhet till företagen de samarbetar med, och det ger i sin tur företagen på orten en stabilare situation, säger Katarina.

Fördelning företagsfrämjande systemet under ett företags livscykel

Det företagsfrämjande systemet består av en mängd aktörer och utförandet sker främst på regional och kommunal nivå. Idag ges allt större möjligheter för Sveriges regioner att själva utforma sin egen främjandepolitik och inriktning, mycket tack vare regionala företagsstöd och EU:s strukturfonder. Sedan 1990 har det dessutom riktats främjandeinsatser inte bara gentemot specifika branscher utan även riktat mot specifika målgrupper, exempelvis kvinnors företagande. Det övergripande målet med näringspolitiken är: "att stärka den svenska konkurrenskraften och skapa förutsättningar för fler jobb i fler och växande företag, för att därigenom bryta utanförskapet. De näringspolitiska insatserna ska även

bidra till att uppnå målen i EU:s gemensamma strategi för tillväxt och sysselsättning²⁵!

På verksamt.se är företag indelade i olika livsfaser; Fundera, Starta, Driva, Utveckla och Avveckla²⁶. Mest resurser i främjandesystemet läggs på nyföretagande och innovationer samt företag som ses som potentiella tillväxtbolag. Trots att majoriteten av alla företag befinner sig i driva-fasen är det där det satsas minst företagsfrämjande åtgärder²⁷. Det kan liknas vid att satsa alla resurser på den person som är ny i klassen och den som är bäst i klassen, och strunta i alla andra.

Det krävs ofta stora resurser att fånga uppmärksamheten hos de många företag som finns i driva-fasen. Dessa företag har sällan öronen spetsade när kompetensutvecklingsinsatser marknadsförs utan har fullt fokus på arbetet i vardagen. Den kan vara en anledning till varför det också är den grupp som nås minst av främjandesystemet.

Det är inte ovanligt att systemet kommer med riktade satsningar mot en specifik bransch. Ibland kan det naturligtvis bli en vinnande satsning, det är lättare att få en företagare att lyssna då det är uppenbart att "detta är just för mig". Samtidigt är det synd att spä på fördomar som exempelvis "det är annorlunda i min bransch" och "du kan aldrig förstå min situation, det är helt unik". Företagare från olika branscher och olika delar av landet har ofta mycket mer gemensamt än vad de tror och kan lära av varandra.

Främjandesystemets huvudmän

Nationell nivå

Departement
Myndigheter
Lärosäten
Nationella program

Regional nivå

Regionalt tillväxtansvariga
Länsstyrelser

Lokal nivå

290 kommuner

Almi, Nyföretagarcentrum, Hushållningssällskapet och Coompanion är några av de främjare som verkar på regional och lokal nivå.

²⁵ Kartläggning av det företagsfrämjande systemet i Sverige (2015) Tillväxtverket.

²⁶ <https://www.verksamt.se>

²⁷ Slutrapport till Europeiska socialfonden (2020) avseende projekt Affärskompetens Norduppland.



Erfarenheter från det treåriga projektet Affärskompetens Norduppland visade att det fanns stora fördelar med att undvika att dela in företagen i branscher eller olika smala satsningar. Företag i driva-fasen hade liknande behov oavsett bransch eller ålder på företag.

Det är också smart och effektivt att dra nytta av storskaligheten. Eftersom det finns så många företag som befinner sig i driva-fasen med liknande behov blir det kostnadseffektivt att samla flera samtidigt och skräddarsy själva insatsen. Exempelvis har många företag nytta och glädje av att gå en kurs i Excel, behovet kan däremot variera. En del vill lära sig att göra en ordnad budget medan andra vill

ta fram en mall för att arbeta smart med lagersaldo.

Fördelning av stöd

Främjandesystemet har funnits i Sverige i 150 år och har i mycket präglats av att vara ett linjärt system där man identifierar behov utifrån styrsystemet istället för företagens verklighet²⁸. Strukturerna för främjandesystemet byggs på riksnivå och är av formell karaktär samtidigt som företagen finns på lokalnivå och arbetar informellt och i det operativa. För företag på landsbygden utanför städer är det en utmaning att företagsfrämjare ofta är placerade i stadskärnor. Det leder till att landsbygder har

Insatser för olika företagsfaser

Främja

Insatser för attitydspåverkan och utbildning i entreprenörskap (ofta riktat till särskilda målgrupper).

Starta

Informationsinsatser och stöd till potentiella företagare före eller i samband med start av företag.

Driva

Stöd och rådgivning till befintliga företag med fokus på affärsutveckling, kapital och information.

Utveckla

Stöd och rådgivning med expansion, tillväxt och internationalisering som fokus.



Fler män än kvinnor leder företag både i land och stad, och kvinnor driver, i högre utsträckning än män, företag i branscher som är lokala, konsumentnära och arbetsintensiva.

svårt att ta tillvara innovationssystemet²⁹. Att ta del av det offentliga främjandesystemet handlar också till stor del om att känna till hur systemet är uppbyggt³⁰. Det är inget nytt att det är så det ser ut. Det finns rapporter redan från 90-talet som visar att det finns perspektivskillnader mellan företag och konsulter inom stödorganisationerna. Många av företagen vittnar om möten med konsulter som inte lyssnat på deras uttalade behov och önskemål utan arbetar över huvudet på dem. "Det här måste du ha, vet du, och då tänker man att det kanske jag måste. Sen så märker man att man bara har gjort av med tid och att man inte lärt sig någonting, att det inte har varit till någon nytta". "Man behöver någon som tar en i handen och säger kom så går vi. Någon som hjälper en att få ändan ur vagnen"³¹.

Mer stöd till mansdominerade branscher

Främjandesystemet visar sig inte nå kvinnors och mäns företag i samma utsträckning. Det gäller både i känedom om var man som företagare ska vända sig för stöd

liksom fördelningen av företagsstöd och deltagande i företagsprogram, män beviljas medel i betydligt större utsträckning än kvinnor. En anledning kan vara att insatserna ofta omfattar mansdominerade branscher³².

Det är mänskligt att ha fördomar, alla har föreställningar om hur saker förhåller sig. Inom främjandesystemet finns till viss del förutfattade meningar kring olika branscher, exempelvis att företag inom tjänstesektorn saknar tillväxtpotential. Samtidigt är det inom den sektorn som flest kvinnor driver företag³³. Kvinnor upplevs också vara mer försiktiga än män, ha bristande självförtroende och mindre intresserade av att driva företag med tillväxtambitioner.

Främjandesystemet har till stor del bistått och förstärkt inom den svenska industrin, en bransch som övervägande företräds av män³⁴. Företagsstöd beviljat genom landsbygdsprogrammet visar att företag ledda av män procentuellt sett har erhållit den största andelen av företagsstöd nationellt³⁵.

²⁹ Bjerke, Lina. Jönköpingsuniversitetet. Utveckling, policy, innovation. Intervju 2020.

³⁰ Kartläggning av det företagsfrämjande systemet i Sverige (2015) Tillväxtverket.

³¹ <https://www.regeringen.se/49bbba/contentassets/d7aa6886f48d47de9510db98fb205d0d/kompetens-i-smaforetag>

³² Kartläggning av det företagsfrämjande systemet i Sverige (2015) Tillväxtverket.

³³ Ibid

³⁴ Ibid (s. 88)

³⁵ Suvi Kokko (2020) Landsbygdsfokus. Företagande på landsbygder. Statistik. Sveriges Lantbruksuniversitetet.

So This Is Why, Hälsingland

I Kilafors i Hälsingland arbetar Peter Mattsson i en gammal nedlagd skola med hela världen som arbetsfält. So This Is Why är namnet på hans företag som har två verksamhetsområden, filmproduktion och efterbearbetning av film, exempelvis färgkorrigering. För tillfället håller han på att färdigställa den första svenska Netflixlångfilmen som spelats in tidigare under året.

– Det är en förutsättning för mig att det finns utbyggt bredband, eftersom jag skickar stora datamängder till olika delar av världen. Oftast fungerar det bra, men nyligen skulle jag skicka en långfilm till Canada och då blev det problem med kapaciteten, säger Peter.

I den gamla ombyggda skolan sitter han tillsammans med en hub av andra företagare. De gick samman och ansökte om ett stöd för att få in bredband i fastigheten vilket de har fått med hjälp av det lokala elbolaget. Vad lockar då en kille från Uppsala att flytta till Kilafors och driva sitt företag från landsbygden?

– För mig är det närheten till naturen, jag älskar lugnet – det är inget ljud och inget stök. Det finns mindre utbud såklart, mina barn har exempelvis inte flera olika skolor att välja bland utan vi går i den skola som finns, säger Peter.

Peter har rest mycket i tjänsten, i snitt har han haft cirka 100 filminspelningsdagar per år.

– Geografiskt spelar det ingen större roll om jag bor i Kilafors eller söder om Stockholm, restiden till Arlanda är ungefär densamma. Men i Kilafors får jag ett slott jämfört med en etta i storstan. Jag märker också att jag jobbar mer effektivt idag mot tidigare, i Stockholm och Uppsala var det många möten, säger Peter.

Urbaniseringen är ingen avtagande trend i Sverige utan fortsätter i oförminskad takt. Vad tror Peter om framtiden för landsbygden?

– Jag tror att många i min ålder som har fått barn och gjort sin initiala karriär i storstad skulle vilja flytta ut till landsbygden. Det skulle kunna bli en win-win om det gick att organisera på ett bra sätt, säger Peter.

Peter ser en stor potential i landsbygden och märker att det händer mycket bra, men det rapporteras ofta i negativa ordalag i media. Han efterfrågar en mer balanserad retorik när landsbygden omnämns.

– Ja, exempelvis lade verksamheten "Skogens kol" ned här i Kilafors och ett tiotal personer blev varslade. Det är tråkigt såklart, men i den fastigheten är det idag full fart med flera nyetablerade företag och ett 30-tal anställda, det skulle vara roligt att läsa om, avslutar Peter.



Peter Mattsson

Hur når man företagen och får dem att vilja välja utveckling?



Om jag vill lyckas med att föra en människa mot ett bestämt mål måste jag först finna henne där hon är och börja just där.

Sören Kierkegaard

Affärskompetens Norduppland³⁶ var ett treårigt projekt som arbetade med kompetensutveckling för småföretag på landsbygder. Sammanlagt ingick 350 företag från de fyra kommunerna Heby, Tierp, Älvkarleby och Östhammar. Företagen kom från alla möjliga branscher och merparten var mikroföretag. Projektet är nu avslutat men kunskapen och erfarenheten lever vidare i Affärskompetens Sverige som arrangerar utbildningar, leder grupprocesser, coachar och håller i nätverksträffar för just småföretagare på landsbygder. Detta kapitel beskriver praktiska erfarenheter och lärdomar från detta arbete.

Kompetensutveckling på olika villkor

Kunskap och kompetens är en av de viktigaste konkurrensfördelar ett företag har. Det är ovanligt att vara helt ensam om sin affärsidé eller erbjudande, det är andra faktorer som är avgörande för hur väl företaget lyckas och överlever.

På större företag finns helt andra förutsättningar att arbeta med kompetensutveckling än i de mindre företagen. Dessutom finns det på stora företag hela avdelningar som

arbetar med omvärldsbevakning och håller sig uppdaterade på vilka kunskaper de anställda bör ha för att företaget fortsatt ska vara konkurrenskraftigt. En del kan erbjuda egna interna utbildningar för personalen, eller har koll på var de kan hitta de bästa på marknaden för att tillgodose sitt kunskapsbehov. På ett mindre företag ska en eller några få personer besitta alla kompetenser som krävs för att driva ett företag och samtidigt klara av den operativa verksamheten.

Personal som är anställda i mindre företag (år 2020 var cirka 600 000 personer anställda i mikroföretag³⁷) får inte tillgång till kompetensutveckling i samma utsträckning som anställda i ett större företag.

Det har exempelvis skett en snabb och omfattande digitalisering i samhället, 96 procent av svenskarna använder nu internet och digitala tjänster mer frekvent än tidigare³⁸. Under pandemin har allt fler svenskar börjat använda digitala tjänster, fler än tidigare e-handlar exempelvis och har videomöten. Dessutom har fler börjat arbeta hemifrån än tidigare både på landsbygder och i stan.

³⁶ <https://affarskompetens.se/projekt/projektet-aknu/>

³⁷ <https://www.ekonomifakta.se/fakta/foretagande/naringslivet/naringslivets-struktur/>

³⁸ Internetstiftelsen (2020) Svenskarna och internet

De olika stegen i inlärning*

För varje ny färdighet vi lär oss går vi igenom de fyra stegen i modellen.

* En modell för lärande utvecklad av Gordon Training International

Omedveten inkompetens

Vi är omedvetna om vår oförmåga och ineffektivitet.

Medveten inkompetens

Vi är medvetna om vår oförmåga och ineffektivitet.

Medveten kompetens

Vi utför effektivt om vi är medvetna om det.

Omedveten kompetens

Vi utför effektivt utan att vara medvetna om det.

I ett företag som arbetar löpande med att digitalisera verksamheten får de anställda ett kunskapsövertag eftersom de kompetensutvecklas inom tjänsten. Det skapar stora klyftor, både mellan stora och små företag, men även på individnivå.

Omedveten inkompetens kan felaktigt tolkas som ovilja

Företagaren har ofta god insikt om sina kunskaper och eventuella kunskapsluckor inom det egna yrket. Dessutom finns en hög motivation till att lära sig mer och förkovra sig. Branschorganisationer har en stark ställning och genom medlemskap i en sådan får företagaren ta del av branschspecifik kunskap och nätverk.

När det gäller kompetensutveckling inom företagarrämnen ser det ofta annorlunda ut. Inom begreppet ryms arbete som inte direkt har med den operativa verksamheten att göra, utan som istället handlar om att driva företag. Det kan exempelvis vara utbildningar i budgetarbete, marknadsplan eller styrelsearbete.

Här är insikten jämförelsevis låg och motivationen likaså. Därtill upplever många en tidsbrist, de jobbar redan väldigt mycket, då faller det sig ganska naturligt att det prioriteras ned (eller till och med bort).

Det innebär inte att de inte önskar utvecklas i rollen som företagare. De vet helt enkelt inte om vilka kunskaper de saknar eller tycker att det känns krävande att hitta rätt instans för att införskaffa sig kunskapen. Ett mindre företag har mindre resurser och när det kommer till kom-

petensutveckling så är det flera steg som på något sätt ska bekostas i tid och/eller pengar:

1. Hjälpa att förstå vad du behöver
2. Leta upp rätt insats (rådgivning eller utbildning)
3. Göra själva insatsen.
4. Implementera kunskaperna

De allra flesta förstår att det skulle kunna ge positiva effekter för företagandet men samtidigt kan det för dem vara stora investeringar som inte ger några garantier. En investering

i en ny maskin är ganska tydligt vilken nyttan är, så är det inte med kunskap.

Mikroföretagare är den vanligaste företagsgruppen i Sverige och samtidigt är det företagsledare i dessa bolag som ges minst möjlighet till kompetensutveckling inom ramen för sitt arbete³⁹.

”

Jag köper inte en utbildning om jag inte vet att jag behöver den.

Citat från en deltagare i projektet Affärskompetens Norduppland

Det finns egentligen inga genvägar. Det krävs att insikten om den egna kompetensen eller inkompetensen landar hos företagaren själv. Det spelar ingen roll att exempelvis en rådgivare gör en analys av företaget om inte företagaren själv är med på tåget och inser vad som krävs. De som har erfarenhet av att jobba med coaching känner till detta, du säger inte till en person vad hon eller han ska göra, den behöver inse det själv. Först då blir hon eller han motiverad att faktiskt göra det.

39 Otiliggänglighet - hinder för tillväxt? En studie om olika förutsättningar för solo- och mikroföretagare att navigera i det företagsfrämjande systemet (2018) Kontigo.

**Majoriteten av
alla företagare
befinner sig på
den operativa
nivån**



Att en företagare har en omedveten inkompetens handlar inte om ett ointresse eller ovilja. Det handlar om att förändringar börjar på individnivå och mötet med företagaren måste också ske där personen befinner sig.

Strategisk, taktisk, operativ

Beroende på var vi befinner oss så har vi olika perspektiv och infallsvinklar. Många företagare är fullt upptagna med det operativa arbetet. Det innebär att fokusera på konkret utförande och vara i nuet, oftast från en dag till en annan. Företagare som orkar lyfta blicken något och förflyttar sig från detaljfokus till lite större delar av verksamheten har kommit till den taktiska nivån. Det är först i det strategiska steget som företagaren ser till helheten och tänker långsiktigt. Då sätts riktningen för företaget och det är viktigt att som företagare komma till (och återkomma) det strategiska arbetet emellanåt.

Det faller sig naturligt att majoriteten av företagarna befinner sig i det operativa arbetet. Företagsfrämjare, eller andra som jobbar med företagsutveckling och stöttning, är av naturliga skäl däremot i det strategiska arbetet. Det kan leda till att företaget och främjaren talar förbi varandra trots goda intentioner. De förstår inte varandra eftersom de har olika utgångspunkter och perspektiv. För att få en person i det operativa steget att lyssna är det direkt avgörande att ta utgångspunkt i det perspektivet.

Hur skapar vi förändring på riktigt?

För att verkligen uppnå en förändring räcker det inte med en avgränsad utvecklingsinsats. Ofta behöver företaga-

ren stöd i implementeringen av de nya kunskaperna. En del vet inte hur man ska omsätta kunskaperna till praktik eller är för stressade för att försöka. Det har sin grund i att människan är ett vanedjur. Det är helt enkelt lättare att fortsätta som man alltid har gjort istället för att orka ändra. Det tar tid att lära sig att jobba på ett nytt sätt.

För en företagare är det viktigt att snabbt kunna implementera nya kunskaper eller verktyg i sin vardag. Här kan de behöva hjälp annars finns stor risk att inget händer. Det är därför bra att redan vid utvecklingstillfället ge praktiska exempel och förslag till vilka de första stegen kan vara. Det är bra att tona ner känslan av kontroll och krav och istället ha en peppande attityd som förmedlar känslan av samarbete och utveckling.

TOPPLISTA

Inom kompetensutvecklingsprojektet

Affärskompetens Norduppland arrangerades

427 utbildningstillfällen och drygt 100 olika

utbildningar. Mest slående var att utbildningar

inom personlig utveckling samt med koppling

till det operativa arbetet var populärast.

- **Excel (olika nivåer)**
- **DISC workshop**
- **Balans- och stresshantering**
- **Struktur- och effektivitet**
- **Ledarskap**
- **Personligt ledarskap**
- **Företagsekonomi grund**

Varför anstränga oss för småföretagen?

För att de utgör merparten av alla företag i Sverige

99,4 procent av det svenska näringslivet består av företag med 0-49 anställda. Mikroföretagen (1-9 anställda) är drygt 240 000 stycken och soloföretagen över 800 000 stycken. Det är svindlande att tänka på vad som skulle hända om de försvann. Varje företag som försvinner innebär minst ett förlorat arbetstillfälle. Även om ett litet företag kanske bara ökar från fem till sex anställda, och definitivt inte räknas som tillväxtbolag, så ger det stora effekter i ett större perspektiv. För säg att exempelvis tusen företag gör detsamma, det blir 1 000 arbetstillfällen. Dessutom ger företagen i sin tur ringar på vattnet genom att köpa tjänster och varor av andra företag.

Företagare på landsbygderna är ovärderliga

På Sveriges landsbygder är det ännu större andel av företagen som är små. Varje enskilt företag är viktigt för orten eftersom de verkar i ett mindre ekosystem där be-

roendet av varandra är större. Ta exempelvis en livsmedelsbutik på landet, där handlar alla ortens invånare och butiken upprätthåller en nivå av samhällsservice som gör att människor kan bo kvar. Det får mycket större konsekvenser om den butiken tvingas lägga ner, än om en butik bland tio andra lägger ner i en större stad.

Fördelar med många små företag

Fokus hamnar ofta på större företag eller snabbt växande företag eftersom de är stora arbetsgivare. Samtidigt finns fyra av fem jobb inom små företag (färre än 50 anställda) och på kommunal nivå står småföretagen för den största delen av skatteintäkterna i 208 av 290 kommuner⁴⁰. För en kommun spelar småföretagare en viktig roll som riskspridare, när ett småföretag lägger ner sin verksamhet ger det inte lika stor effekt på kommunens skatteintäkter som när storföretagen lämnar. I områden med en utbredd småskalighet är man dessutom mer benägen att köpa tjänster från andra företag.

Kommuner med många företag har lägre arbetslöshet.



Susannes Skogsservice, Värmland

Året var 1997 när Susanne Andersson startade sitt företag Susannes Skogsservice. Hon hade då en fast anställning hos Skogsvårdsstyrelsen men efter en stor omorganisation blev många av de anställda övertaliga och erbjöds starta eget bidrag. Susanne blev tillfrågad av skogsbolaget STORA, numera Stora Enso, om hon kunde tänka sig att driva eget inom skogsvård.

– Jag var tveksam, storbolagen hade sina anställda på säsongsarbete i sex månader och jag såg ingen möjlighet att överleva på så få månaders arbete, säger Susanne.

Trots betänkligheterna valde hon att gå vidare med företagsplanerna. Det blev en tuff start för Susanne som saknade kapital. Firman drevs initialt som enskild firma, och omvandlades först senare till aktiebolag. Det saknades pengar till både sågar och utrustning. Tack vare goda relationer med återförsäljaren beviljades Susanne en tre månaders kredit som möjliggjorde inköpen.

– Nästa hinder var F-skatten. Myndigheterna skickade mig ett brev att ifall jag investerade i en traktor skulle jag få min F-skatt. Då kontaktade jag dem väldigt snabbt och meddelade att jag inte ville inleda mitt företagande med stora skulder, säger Susanne.

Susanne chansade och fortsatte att rekrytera personal och skrev anställningsavtal. När F-skatten slutligen blev godkänd var det fredag, och måndagen därpå började företagets första anställda.

– De första månaderna var jättetuffa men efter ett tag kunde vi jobba 10 månader per år på "bar mark", det vill säga den period när skogen är framkomlig och snöfri, säger Susanne.

En högst aktiv pensionär

Susannes Skogsservice jobbar främst med skogsservice för hand, men det finns ett stort nätverk så när det gäller större jobb hyr de in maskiner. Susanne är en pragmatisk person som trots att hon gått i pension sedan några år

tillbaka ändå befinner sig i skogen under intervjun och hjälper personalen att fälla träd med vinsch.

– Ja det är svårt att släppa jobbet, jag driver firman ändå. Men tidigare hade jag 30 anställda, nu är det två stycken kvar så det är stor skillnad, säger Susanne.

Den största anledningen till att Susanne trots pension fortsatt att driva företaget har främst haft att göra med att hon känt en ansvarskänsla gentemot personalen.

– De är viktiga för mig och vi har jobbat tillsammans i många år. Men nu har jag lyckats placera ut dem på andra företag och för de allra flesta har det fungerat bra, säger Susanne.

Men inte kan väl du

Att driva företag har aldrig varit någon ator sak för Susanne. Hennes far hade eget företag och hon kände många gånger i sin statliga anställning på Skogsvårdsstyrelsen att det skulle gå att göra saker mycket billigare och snabbare om hon fick bestämma själv, utan mellanchefer och mellanhänder. Däremot har hon upplevt mistrogethet från många när hon som kvinna drivit företag i skogsbranschen.

– Jo men visst har det varit en hel del "men inte kan väl du". Ärlig talat så har jag inte brytt mig så mycket, jag är som jag är och vad jag kan brukar visa sig, säger Susanne.

Susanne förstärker bilden av den klassiska företagaren som jobbar mycket och länge. Sedan hon blev pensionär



Susanne Andersson

så har hon själv reflekterat och funderat över hur hon fick tiden att räcka till.

– Jag tänker ofta "hur sjutton har jag hunnit?": De flesta som har varit i närheten av mig har sett hur mycket jag har jobbat och de har inte varit avundsjuka. Mina arbetsdagar började oftast klockan 05:00 och pågick till cirka 21 på kvällen. All vaken tid cirkulerade tankar om jobbet i huvudet, säger Susanne.

En inte så levande landsbygd längre

Utmaningen med att driva företag på landsbygden är att landsbygden inte längre är levande. Affärerna slår igen och samhällsservicen blir allt sämre.

– Här i trakten hade skogsbolagen tidigare i sin policy att de skulle anställa folk från trakten och verka för en levande landsbygd. Så är det nog inte längre. Nu kommer det företag som ska röja eller plantera, oftast med utländsk arbetskraft och utför jobbet under en kortare period. När de drar vidare är jag inte ens säker på att de vet var de har varit, avslutar Susanne.

Tips för vägen framåt

Vårt uppdrag för detta projekt är att "bidra till ökade kunskaper om företag på landsbygderna". Målgrupp är företagsfrämjare generellt och Tillväxtverket specifikt.

Det latinska ordet för projekt, *projicere*, innebär att kasta fram något, alla projekt syftar till att prova nya saker för att föra utvecklingen framåt. Genom denna rapport vill vi som har arbetat i projektet Landsbygdsfokus minska det kunskapsglapp som finns mellan främjandesystemet och företagen, främst gällande landsbygders företag. Avslutningsvis kommer här några medskick riktade till offentliga aktörer som på olika sätt påverkar och arbetar för Sveriges företag och som ansvarar för att fördela verksamhetsstöd. Vi riktar även några välmenade tips till de som möter företag i sin vardag, rådgivare hos en främjandeaktör, landsbygdsutvecklare på en kommun eller företagsutbildare.

Till beslutsfattare och offentliga aktörer

▪ Se över hur resurser riktas

Majoriteten av Sveriges företag både i stad och på landsbygd befinner sig i driva-fasen och samtidigt är det här som minst resurser riktas. Ett förslag är att se över hur projektmedel fördelas genom att kartlägga vilka pengarna når i slutänden.

▪ Våga öppna upp för nya typer av främjare

Det offentligfinansierade systemet borde kompletteras med andra typer av företagsstödjare. Särskilt i samband med utvecklingsprojekt vore det spännande med nytänk även då det kommer till projektägare.

▪ En bro mellan privata aktörer/hjälpare och småföretag

Det är svårt för en privat aktör (ex. affärsutvecklare eller utbildningsföretag) att sälja sina erbjudanden till småföretagen. Det beror främst på två saker:

1. Företagen vet inte vad de behöver och saknar därmed motivation att göra denna investering.
2. Företagen har ofta väldigt knappa resurser (tid och pengar).

Det offentliga ska inte gå in och konkurrera med den privata marknaden, ändå satsas det mer offentliga medel på större företag än de små. Detta trots att de stora företagen egentligen är de som faktiskt skulle kunna handla av de privata aktörerna.

Kanske skulle det offentliga kunna bidra genom att agera mellanhand, vara en bro i mycket högre utsträckning. Tänk om det offentliga ännu mer skulle arbeta med stegen insikt och motivation och de privata kunna koncentrera sig på stegen kunskap, övning och uppföljning.

▪ Från kontrollapparat till stödfunktion

Myndigheter behöver se över och ändra sitt språkbruk, även i de interna processerna. Istället för att uttrycka att de ska "kontrollera företag" säga sig vilja vara en hjälpande hand som underlättar för företag att göra rätt.

▪ Ekonomisk tillväxt inte enda faktorn

Släpp idén om att antingen ska företag växa, eller så ska det bli fler företag. Många landsbygdsföretag hankar sig fram frivilligt för att få leva i den miljö de önskar. Det är viktigt att inse vilket värde de har redan idag och att ha dem i åtanke vid olika företagsfrämjande satsningar som görs i hela landet.

Ekonomisk tillväxt är inte allt för landsbygdsföretag.



Till näringslivsutvecklare, rådgivare och andra som möter företagen

- **Berätta framgångshistorier i det lilla formatet - även om företag på landsbygder**

Det behövs en bredd i berättelsen om företagaren. För att inspirera fler företag behövs historier som de kan relatera till, som talar till dem. Det är inspirerande att läsa om andra som liknar en själv och som har lyckats, och inte enbart genom ekonomisk framgång.

- **Möt företagaren på rätt nivå**

Som främjare eller rådgivare behöver man i större utsträckning ställa sig i småföretagarens skor. De befinner sig oftast i det operativa och går inte att nå genom att tala ur ett strategiskt perspektiv. Börja istället i ett verkligt behov eller problem som finns i det dagliga och bygg sedan vidare mot ett mer strategiskt arbete. Om du exempelvis ska hjälpa någon i en brand så ger du dem en brandsläckare eller en brandfilt, du börjar ju inte hålla föredrag om hur viktigt det är att ha en policy eller utrymningsplan.

- **Börja med något enkelt**

Sänk trösklarna, ha till exempel inte alltför omfattande

erbjudanden, bjud hellre in till något litet konkret till att börja med. En klädbutik brukar ju inte basunera ut "byt ut hela din garderob, utan istället "lägg till några nya fräscha accenter till din kappa". Det är en bra början. En småföretagare tilltalas som regel inte av "börja din digitaliseringsresa nu", däremot kan det locka att få ordning på alla dokument och se till att de sparas i molnet.

- **Slösa inte företagarnas tid med för många generella insatser**

Det kan förvisso vara en bra start att inleda med en generell insats, men ganska snart bör det bli mer behovsanpassat. Det passar kanske inte alla, men de som kommer blir nöjda. "One size fits none". Det handlar också om respekt för företagarnas tid.

- **Kommunikation sker på mottagarens villkor**

En gammal sanning som består, kommunikation sker alltid på mottagarens villkor. Om vi vill nå fram behöver vi kommunicera på ett sätt som fungerar. Framförallt – använd ett enkelt språk och undvik branschuttryck.

Få orkar vara strategiska när när det operativa arbetet kräver all tid.



- **Ta inte digitala förkunskaper för givet**

Ta hänsyn till tillgänglighetsaspekten även i det digitala mötet med företagaren. Behöver de särskilda förkunskaper för att kunna delta? Hur kan vi hjälpa till? Behövs en instruktion eller genomgång för vissa personer? Precis som att många kurser brukar specificera förkunskapskrav i ämnet så kanske man i dessa sammanhang behöver tänka på det även kring den digitala vanan.

- **Make it simple**

För vissa personer är helt nödvändigt med ett enkelt språk, men det är ingen nackdel för andra heller! Undvik att låta som en myndighet eller akademiker. Prata och skriv enkelt. Särskilt när det kanske handlar om ämnen som inte är vardag för mottagaren. Det är väldigt lätt att utgå från sig själv och sina närmsta och skriva saker som är självklara för oss.

- **Det räcker inte med mejl**

Mejl är en fantastisk kanal, snabb, smidig och miljövänlig. Men tyvärr drunknar många i mejl och läser dem heller inte så noga. Ofta behöver de kompletteras med ett uppföljande samtal eller sms.

- **Kom ihåg att du också behöver sälja!**

Ni kanske inte tänker er själva som säljare, särskilt inte i en offentligfinansierad organisation, men det är ändå ingen nackdel att tänka och agera som en säljare. Inget erbjudande är så bra att det säljer sig självt.



Källförteckning

Workshop Sveriges Lantbruksuniversitet, Uppsala. 23 september 2020. Deltagande parter var:

Sveriges Lantbruksuniversitet: Suvi Kokko, Thomas Norrby, Per-Anders Langedahl, Magnus Ljung, Johan Gaddefors och Richard Ferguson.

Småföretagarnas Riksförbund: Peter Thörn och Mattias Andersson.

Tillväxtverket: Tony Meurke.

Affärskompetens Sverige: Vera Andersson och Sara Hellberg.

Litteratur

Bjerke, Lina. Jönköpingsuniversitetet. Utveckling, policy, innovation. Intervju 2020.

Carson, Doris. Umeå Universitet. Institutionen för geografi. Intervju 2020.

Dubois, Alexandre. Institutionen för stad och land. Sveriges Lantbruksuniversitet. Intervju 2020.

Entreprenörskap för en levande landsbygd- 15 texter om landsbygdsutveckling och entreprenörskap i Norrland (2019)
Demografins betydelse för entreprenörskap i Norrlands inland (s 20). Redaktör: Karl Wennberg.

Entreprenörskapsbarometern (2016) Tillväxtverket

Ferguson, Richard. Institutionen för ekonomi. Sveriges Lantbruksuniversitet. Intervju 2020.

Företagarna. Välfärdsskaparna (2019).

Gaddefors, Johan (2019) Entreprenörskap i gränslandet mellan olika värden. Sveriges Lantbruksuniversitet. Artikel

Internetstiftelsen (2020) Svenskarna och internet

Otillgänglighet – hinder för tillväxt? En studie om olika förutsättningar för solo- och mikroföretagare att navigera i det företagsfrämjande systemet (2018) Kontigo.

Pontus Braunerhjelm, Carin Holmquist, Marcus Larsson, Martin Svensson, Per Thulin (2019) Entreprenörskap i Sverige. Nationell GEM-rapport 2019.

Sanandaji, Nima och Sjölander, Erik (2018) Sveriges hårdast arbetande grupp – småföretagarna. En bok om varför bättre villkor för företagare behövs och hur det kan skapas. Småföretagarnas Riksförbund.

Sanandaji, Nima och Sjölander, Erik (2020) Småföretagarindex. Småföretagarnas Riksförbund.

Sanandaji, Nima (2019) De företagsamma Sveriges 350 000 jobbskapare. ISBN: 978-91-983374-4-0. Småföretagarnas Riksförbund.

Kartläggning av det företagsfrämjande systemet i Sverige (2015) Tillväxtverket.

Slutrapport till Europeiska socialfonden (2020) avseende projekt Affärskompetens Norduppland.

Sund, Andreas (2020) Möjliggörare eller bromsklossar? En studie om myndigheters påverkan på företagsutveckling inom de gröna näringarna i Jämtland. Mittuniversitetet.

Suvi Kokko (2020) Landsbygdsfokus. Företagande på landsbygder. Statistik. Sveriges Lantbruksuniversitet.

Tillmar, Malin. Linnéaus Universitet. Genus. Intervju 2020.

Webster, Natasha. Stockholms universitet, kulturgeografiska institutionen. Intervju 2020.

Ägar- och generationsskifte i svenska företag - överlåtelse eller avslut? (2017) Rapport. Företagarna.

Länkar

<https://www.forskning.se/2020/05/14/livet-efter-coronakrisen/>

<https://www.regeringen.se/49bbba/contentassets/d7aa6886f48d47de9510db98fb205d0d/kompetens-i-smaforetag>

<https://www.scb.se/vara-tjanster/foretagsregistret/>

<https://smaforetagarna.se/press/varfor-raknas-inte-enskilda-foretagare-3/>

<https://www.ekonomifakta.se/Artiklar/2018/januari/fran-stort-till-smatt-i-sveriges-naringsliv/>

<https://tillvaxtverket.se/statistik/foretagande/hinder-for-tillvaxt.html>

Checklista

Affärskompetens Sverige har en checklista som brukar användas i arbetet med företagaren. Vi vill gärna dela med oss av den och hoppas att den kommer till nytta.

- Undersök vilka behoven är. Tänk brett och så ofärgat du kan. Var öppen.
- Beskriv nyttan – vilka problem som insatsen kan hjälpa till att lösa.
- Börja i det lilla – erbjud något konkret som är riktat till där det brinner som mest för tillfället, kopplat till företagarens operativa arbete.
- Erbjud korta insatser, företagare är en upptagen grupp.
- Byt perspektiv och bolla saker med andra utanför den egna organisationen.
- Från kunskap till kompetens – hjälp till att göra kunskapen så konkret som möjligt och hur man kan börja använda dessa kunskaper i sitt företag.
- Glöm inte människan – personlig utveckling är viktigt eftersom det är människor som utvecklar företag.
- Sänk trösklarna – fysiskt, praktiskt och språkligt.
- Var ödmjuk – ingen kan allt och alla kan lära .
- Dela generöst – genom att dela lärdomar, erfarenheter och även misstag så vågar andra också dela med sig. Tillsammans blir vi bättre.
- Ta inte saker för givet – var tydlig med vilka eventuella förkunskaper eller förberedelser en viss insats eller aktivitet kräver.
- Använd enkelt språk – nödvändigt för vissa men underlättar för alla.
- Att hjälpa sin kund är service, och service är att sälja.
- Ditt leende hörs – det märks när du pratar i telefon om du ler eller inte. 😊

Kontakt

Affärskompetens Sverige fortsätter att driva arbetet för Sveriges minsta företag. Den 1 augusti 2020 inleddes projektet Digilo där det primära syftet är att höja den digitala kompetensen hos småföretag och deras anställda. Projektet riktar sig till företag i de 25 kommunerna i Gävleborgs och Dalarnas län. Totalt handlar det om 400 företag och 1000 personer.

För oss står det klart att många av småföretagarna generellt inte ser sitt behov tillräckligt tydligt, och upplever heller inte att de har så mycket tid över, varken för kompetenshöjning eller omvärldsspaning. Att hjälpa företagen med att vässa det vi kallar affärskompetens (sådan kompetens som behövs för att driva ett företag) är det som driver oss i vårt arbete.

Välkommen att kontakta oss för mer information och material!

Affärskompetens Sverige

Telefon: 010-641 01 10

Mejl: info@affarskompetens.se

Webb: affarskompetens.se

Följ oss på Facebook!

Rapporten "Företag på landsbygder, viktigare än någonsin" är en del av projektet Landsbygdsfokus inom Tillväxtverkets utlysning "Utveckla företag på landsbygderna". Den har tagits fram i samverkan mellan Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU), Småföretagarnas Riksförbund (SFR) och Affärskompetens Sverige, där de sistnämnda är projektägare.

Projektbeställare och huvudsaklig finansiär är
Tillväxtverket.



MED FINANSIERING FRÅN

