

# Företagsklimat



# Handlingsplan för utveckling av det lokala företagsklimatet i Lidköping 2007- 2010

## Innehållsförteckning

- 1 Så här arbetar vi
- 2 Företagsklimatet en gemensam angelägenhet
  - 2.1 Syfte och mål med handlingsplanen
  - 2.2 Indikatorer
- 3 En utvecklingsbefrämjande verksamhetsidé
- 4 Aktuella insatsområden för bättre företagsklimat
  - 4.1 Dialog mellan företag och kommunledning
  - 4.2 Kommunens service till företagen
  - 4.3 Kommunal konkurrens
  - 4.4 Samverkan mellan företagen i Lidköping
  - 4.5 Kompetens och utbildning
  - 4.6 Infrastruktur
  - 4.7 Hälsa- och sjukvård
- 5 Process och tidplan

Handlingsplanen är utarbetad av Arbetsgruppen för företagsklimatfrågor med representanter för Näringslivet i Lidköping med Ingvar Svensson, Anders Danielson, Tomas Persson och Petter Skantze och för Lidköpings kommun med Leif Eriksson, Lisbeth Nyström och Marcus Johansson från Kommunledningskontoret.



Handlingsplanen utgör ett viktigt styrdokument för utveckling av Lidköpings kommun och dess näringsliv.

Kjell Hedvall  
Kommunstyrelsen ordf.  
Lidköpings kommun

Torbjörn Broberg  
Styrelseordförande  
Näringslivet i Lidköping



Lidköpings  
kommun



Näringslivet i Lidköping

## 1 Så här arbetar vi

Samarbetet mellan politiker och näringslivet i Lidköping har sedan lång tid varit väl utvecklat. Detta har bidragit till en kommun med en god ekonomi, differentierat och livskraftigt näringsliv samt bra levnadsförutsättningar för kommunens invånare.

Det övergripande ansvaret för näringslivsfrågor ligger politiskt på Kommunstyrelsen och för tjänstemannaorganisationen på Kommunledningskontoret. Kommunen har sju förvaltningar med ett eget ansvar för näringslivsfrågor inom sitt sakområde.

Näringslivet i Lidköping engagerar ett stort antal företagsföreträdare i styrelse och de fem arbetsgrupperna för Kommunikationer, Hälsa- och sjukvård, Kompetensfrågor, Företagsklimat och Information/Rekrytering.

För utveckling av handeln och centrumfrågorna finns Samverkansgruppen med köpmännen, fastighetsägarna, krögarna, den lokala FR-föreningen och kommunen.



## 2 Företagsklimatet en gemensam angelägenhet

### 2.1 Syfte och mål med handlingsplanen

Ett bra företagsklimat underlättar för kommunen och dess invånare att klara jobben och få det skatteunderlag som krävs för en bra samhällsservice.

Denna handlingsplan syftar till en förbättring av företagsklimatet och skapar därigenom en grund för mer företagande, flera jobb och bättre levnadsvillkor i vår kommun.

Befintligt näringsliv och etablerat arbets sätt inom kommunen gör att vi redan är en bra bit på väg. Handlingsplanen och de åtgärder som ytterligare kan vidtas kommer att bidra till ett bättre företagsklimat.



# Handlingsplan

## 2.2 Indikatorer

För att kunna jämföra vår konkurrensförmåga med andra kommuner har vi valt att följa den nationella undersökning som Svenskt Näringsliv årligen gör. Den bygger i huvudsak på ett antal frågor till ett urval av företagare i varje kommun om hur de upplever olika delar som tillsammans kan sägas utgöra företagsklimatet på orten.

Lidköpings kommun har mellan åren 2002-2007 i dessa undersökningar haft en placering mellan 43 och 89, bland landets 290 kommuner. Vid 2006 års mätning kom Lidköping på plats 82, vilket innebär att vi har behållit vår position i den övre tredjedelen.

Ett övergripande mål vid mätningarna 2007-2010 är att Lidköpings kommun i den nationella rankinglistan skall ligga bland de 50 bästa kommunerna. Till år 2010 skall kommunen inom de utvalda indikatorerna på den 6-gradiga skalan ha uppnått lägst det genomsnittliga värdet 4 = Bra.

Samtliga tabeller i handlingsplanen återspeglar företagarnas enkätsvar i Svenskt Näringslivs undersökning

Till varje insatsområde i handlingsplanen tillkommer en aktivitetsplan som är tids- och volymsatt.



*Rättvis behandling*

# Handlingsplan

## 3 En utvecklingsbefrämjande verksamhetsidé

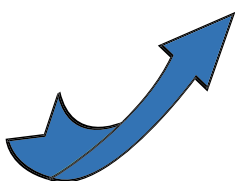
Varje framgångsrik kommun behöver en samlande idé kring näringslivsutveckling och vad den skall förmedla till sina invånare och sin omvärld. Vår gemensamma utvecklingsbefrämjande verksamhetsidé är:

Genom ett effektivt och engagerat samarbete skapar näringslivet och kommunen i Lidköping mervärden för oss och för alla som vi har kontakt med.

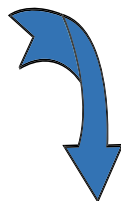
BASEN ÄR EN GEMENSAM  
VÄRDEGRUND



VILJA OCH FÖRMÅGA ATT  
SKAPA UTVECKLING



FOKUS PÅ VÄRDESKAPANDE  
OMRÅDEN DÄR DEFINIERADE  
AKTIVITETER GENOMFÖRS



FÖRBÄTTRAT FÖRETAGSKLIMAT,  
ÖKAD KONKURRENSKRAFT  
OCH STÖRRE ATTRAKTIVITET

I handlingsplanen har sju värdeskapande områden för insatser identifierats och prioriterats för perioden 2008-2010:

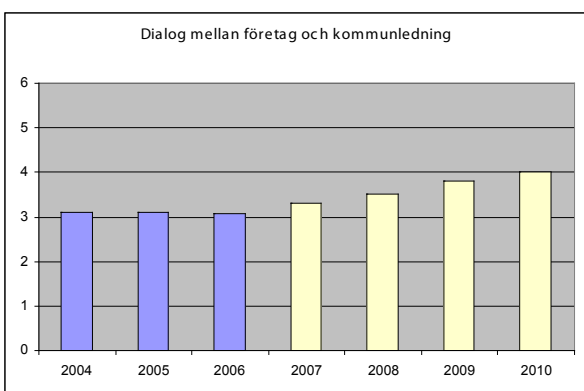
- Dialog mellan företag och kommunledning
- Kommunens service till företagen
- Kommunal konkurrens
- Samverkan mellan företagen i Lidköping
- Kompetens och utbildning
- Infrastruktur
- Hälso- och sjukvård



Nobelt festligt

## 4 Aktuella insatsområden för bättre företagsklimat

### 4.1 Dialog mellan företag och kommunledning



Positiva attityder och en god dialog i möten mellan kommunen och dess näringsliv är ofta företagsklimatets verkliga kärnfrågor. Så självklara, men ändå så svåra att få en genomgående hög kvalitet på i det professionella mötet mellan två personer som i någon form är beroende av varandra.

Indikator utgörs av värdet på utfallet av mätningen av "Dialog mellan företag och kommunledning, politiker och tjänstemän". För närvarande är medelvärdet för denna indikator 3,1.



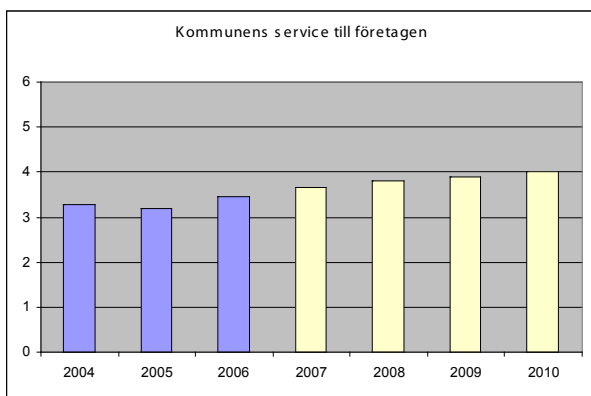
*Framgångsrika entreprenörer*

#### Framgångsfaktorer

- En positiv grundsyn och ett ökat engagemang i den ömsesidiga dialogen
- Företagsbesök från kommunledningen
- Företagare på gemensamma dialogmöten



## 4.2 Kommunens service till företagen



Alla som behöver kommunala beslut som påverkar den egna näringsverksamheten är angelägna att få ett så snabbt beslut som möjligt. Olika beslut kräver naturligtvis olika tid för beredning och hantering. Företagare kan med tidiga kontakter och ett bra underlag bidra till att snabba upp besluts-gången.

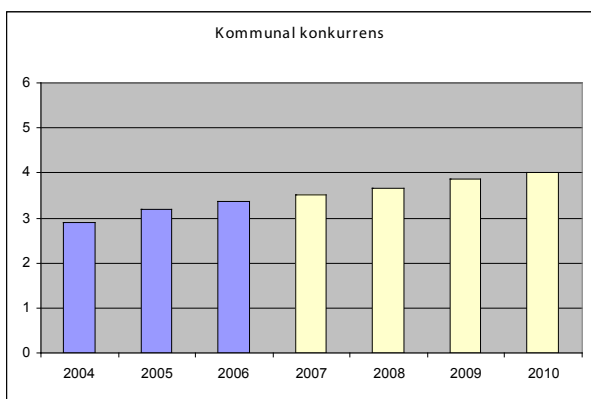
Indikator utgörs av värdet på utfallet av mätningen av "Kommunens service till företagen". För närvarande är medelvärdet för denna indikator 3,5.

### Framgångsfaktorer

- Löpande effektivisering av handläggningsrutiner
- Entreprenöriell förståelse bland handläggare
- Företagens förståelse för kommunens beslutsprocesser



## 4.3 Kommunal konkurrens



Företagare upplever i olika sammanhang att det från kommunens sida förekommer vad de anser vara osund konkurrens. Företagare vill gärna medverka till en bra utveckling genom att, i så stor utsträckning som möjligt, erbjuda sina befintliga eller nya tjänster och produkter till kommunen. Kommunen kan också bidra till att stödja utveckling av effektiva och öppna marknader som släpper fram nya idéer, nya företag och nya produkter.

Indikator utgörs av värdet på utfallet av mätningen av "Konkurrens från kommunens verksamheter mot de privata företagen". För närvarande är medelvärdet för denna indikator 3,4.

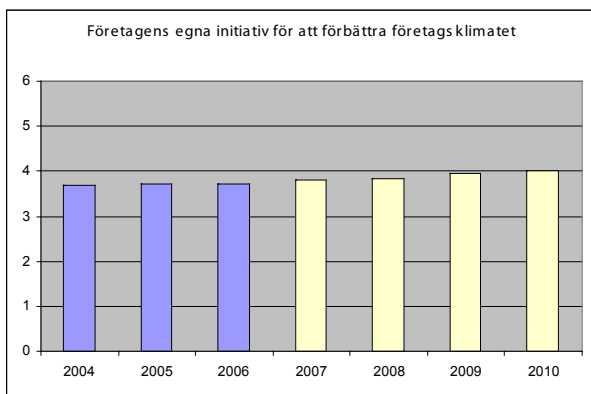


*Enkel och genialt*

### Framgångsfaktorer

- Mindre upplevd konkurrens från kommunens verksamheter
- Bred och lättillgänglig kommunal upphandling av varor och tjänster
- Fler lokala företag lämnar anbud på kommunal upphandling

## 4.4 Samverkan mellan företagen i Lidköping



Företagen i Lidköping har under lång tid utvecklat många olika verksamheter och är väl differentierat. Det har konstaterats i en utredning att näringslivet är fragmenterat och ännu inte har fullt utnyttjat sin samarbetspotential. I relation till sin storlek har Lidköping idag många små och medelstora företag. Det finns därför en stor potential för framtida värdeskapande genom ökad samverkan.

Indikator utgörs av värdet på utfallet av mätningen av "Företagens egna initiativ för att förbättra företagsklimatet". För närvarande är medelvärdet för denna indikator 3,7.

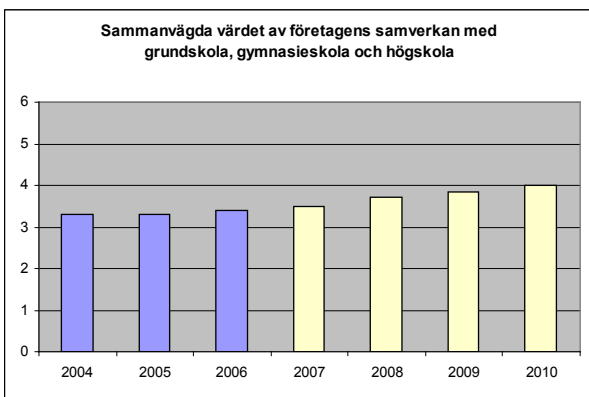


*Lidköping i världen*

### Framgångsfaktorer

- Ökad samverkan mellan företagen för att öka deras konkurrenskraft
- Bredda kunskapsbasen så att företagen utvecklar sina erbjudanden på marknaden
- Positivt förhållningssätt och stöd till nyföretagande och avknoppningar

## 4.5 Kompetens och utbildning



Det är viktigt att möta det lokala behovet av arbetskraft nu och i framtiden. I Lidköping finns det största behovet av arbetskraft inom områdena naturvetenskap, teknik och entreprenörskap.

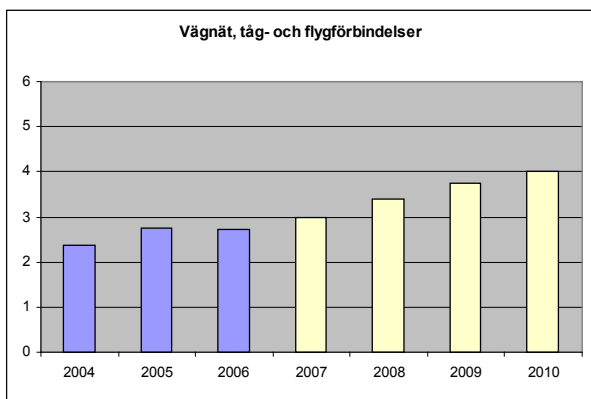
Indikator utgörs av värdet på utfallet av mätningen av "Sammanvägda värdet av företagens samverkan med grundskola, gymnasieskola och högskola". För närvarande är medelvärdet för denna indikator 3,4.



### Framgångsfaktorer

- Ständig tillgång till välutbildad arbetskraft
- Skola inriktad mot språk, naturvetenskap, teknik, humaniora, entreprenörskap och yrkesinriktade utbildningar
- Praktiskt samarbete mellan näringsliv och grundskola, gymnasieskola och högskola

## 4.6 Infrastruktur



Kommunikationerna till och från Lidköping är avgörande för tillväxt i vår kommun. En god utbyggd infrastruktur är nödvändig för effektiva och säkra gods- och persontransporter. Lidköping behöver tillgång till ett konkurrenskraftigt väg- och järnvägsnät samt modern hamn- och flygterminal.

Indikator utgörs av värdet på utfallet av mätningen av "Vägnät, tåg- och flygförbindelser". För närvarande är medelvärdet för denna indikator 2,7.

### Framgångsfaktorer

- Väginvesteringar för bättre tillgänglighet till Europavägnätet
- Investeringar i befintliga och kompletterande järnvägsförbindelser
- Investeringar i hamn och flygplats
- Utbyggt telekomnät

## 4.7 Hälsa- och sjukvård

En god vård vilken förmedlar hälsa och välbefinnande och trygghet till invånarna i Lidköpings kommun är en viktig faktor för ett förbättrat företagsklimat men även för ett ökat välstånd generellt.

Indikator utgörs av värdet på ”Servicenivå och kvalitet för hälso- och sjukvård till kommunens invånare”, enligt Sveriges kommuner och Landstings vårdbarometer.

Målet är att till 2010 bibehålla och utveckla modern hälso- och sjukvård i nivå med omvärlden.



### Framgångsfaktorer

- Tillgänglighet till ett sjukhus (SiL) med ett tillräckligt brett vårdutbud av akut och planerad vård
- En väl fungerande primärvård med hög tillgänglighet

## 5 Process och tidplan

- Presentation på gemensamt möte med Kommunstyrelsen och Näringslivet i Lidköping 28 augusti 2007
- Beslut i Kommunstyrelsen 2 oktober 2007
- Beslut i Näringslivets styrelse 3 oktober 2007
- Aktivitetsplan för gemensam marknadsföring 30 november 2007
- Aktivitetsplaner för aktuella insatsområden utarbetas i samarbete mellan kommunen och näringslivet hösten 2007:
  - ansvarig för område 4.1-4.4 är Företagsklimatgruppen
  - ansvarig för område 4.5 är Kompetensgruppen
  - ansvarig för område 4.6 är Infrastrukturgruppen
  - ansvarig för område 4.7 är Hälsa- o sjukvårdsgruppen
- Genomförande av handlingsplan för utveckling av det lokala företagsklimatet i Lidköping 2008-2010



För mer information kontakta:

Leif Eriksson  
Näringslivschef  
Lidköpings kommun  
Tel: 0510-77 03 05

Ingvar Svensson  
Lidköpings näringsliv  
Tel: 0706-35 18 71



Lidköpings kommun  
531 88 Lidköping vid Vänern

&

Näringslivet i Lidköping