# Resultat Maritim utveckling i Bohuslän 2.0

2021-06-18

Företagsarenor Väst

EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala utvecklingsfonden

VÄSTRA GÖTALANDSREGIONEN

Fyrbodal

# Bakgrund och Fas 1 MUB

- https://www.tillvaxtbohuslan.se/mub/

- För mer info se:

https://www.tillvaxtbohuslan.se/maritim-naringslivsstrategi/

# Syfte

- Etablering av lokala företagsarenor utifrån uppnådda resultat och erfarenheter i projekt ”Maritim utveckling i Bohuslän”.

Resurser och stöd

Företagsarenor väst är en **samverkansplattform** för företag, kommuner, forskare och offentlig sektor. Att vara del av Företagsarenor Väst innebär att man är en lokal mötesplats med affärscoachning, kompetensutveckling och en direkt väg till de kommunala funktionerna. Dessutom kanaliserar man kontakt med regionala testsiter, det regionala företagsfrämjarstödet och forskarvärlden.

Affärscoach
Testmiljö
Nätverk, stöd och finansiering
Kommunal företagslots
Forskning och Innovation
Kunskap och kompetensutveckling

Perspektiv

- Lokal närvaro
- Behovsfokus
- Kanalisera kommunernas insatser
- Starkare kopplingar regionalt
- Samverkan mellan kommuner
- Möjliggöra forskningskontakt och nyttjande av testmiljöer

# Målsättning

Huvudmål: SMF:s professionalitet, hållbarhet och innovationskraft har stärkts vilket ökar viljan att utvecklas och bidra till hållbar tillväxt i Bohuslän.

Delmål:

- etablera ett varaktigt samarbete mellan minst 4 lokala företagsarenor
- möjliggöra coaching för 150 företag

Företagsarenor Väst

# Affärscoachning

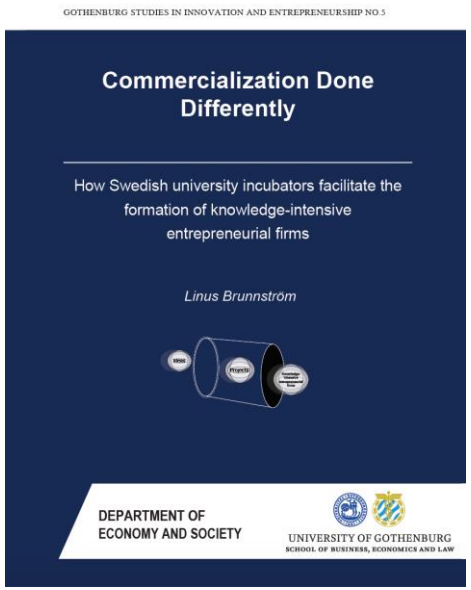
GÖTEBORGS UNIVERSITET

# MARITIM UTVECKLING I BOHUSLÄN

LINUS BRUNNSTRÖM, PHD

# Linus Brunnström

- Ekonomie doktor och forskare vid Handelshögskolan, Göteborgs universitet
- Knuten till (1) Enheten för innovation och entreprenörskap och (2) Centrum för hav och samhälle
- Disputerade januari 2021
- Tidigare affärscoach vid en stor universitetsinkubator
- Forskningsfokus: universitetets roll i samhället, hållbara kunskapsintensiva ekosystem och företag, maritima näringar, kommersialisering, inkubatorer och tillväxt



# Maritim utveckling i Bohuslän

- Ett projekt riktat mot lokalt näringsliv med fokus på den maritima sektorn i Bohuslän.
- Aktörer som har varit involverade inkluderar lokalt näringsliv, kommunerna i Fyrbodal, det kunskapsintensiva ekosystemet i Västsverige och Tillväxtverket samt de två universiteten Göteborgs universitet och Chalmers.
- Insatserna som bedrivits har främst utgått från sju stycken så kallade sprinter (sprint 0 till sprint 6).

# Vad är sprintar?

- Riktade coachningsinsatser med stöd i form av enskild coachning, gruppcoachning och tillgång till ett digitalt coachningsverktyg
  - Deltagarna matchades med en coach utifrån deras bransch och personlighet
  - Inte rådgivning utan coachning

# Hur fungerar coachning?

- Utgår från nuläget
  - Vad fungerar?
  - Vad fungerar inte?
  - Hur gör man idag?
- Vilken målbild har företagaren?
- Coachningen inriktas på hur företagaren kan nå sin målbild

# En samlad bild av sprinterna

- I rapporten analyserar jag data från fyra källor:
  - SCB data på de deltagande företagen
  - Enkätdata från deltagarna i alla sprinter (svarsfrekvens 41%)
  - Intervjudata från intervjuer genomförda tre månader efter avslutad sprint, från 44% av deltagarna (randomiserat urval)
  - Långtidsintervjuer genomförda ett respektive ett och ett halvt år efter genomförd sprint, från 38% av deltagarna i sprint 0 och 1 (randomiserat urval)

# Vilka företag har deltagit i sprinterna?

- 114 stycken i totalt 7 sprinter
- Könsfördelning deltagare: 58% kvinnor och 42% män
- Företagen i snitt:
  - 11 år gamla
  - Omsättning 2020: ca. 750 000kr (största ca. 75mkr)
  - Antal anställda 2020: ca. 2 (största ca. 35 anställda)

Väldigt stor spridning i antalet branscher företagen verkar i.

De vanligaste branscherna:

- Butikshandel
- Tillverkning
- Partihandel
- Konsultverksamhet
- Restaurang och hotellverksamhet
- Specialiserad verksamhet såsom:
    - fiskodling, båtar, drift, saltvattensfiske, bearbetning och blötdjur.

# Deltagarnas generella upplevelse

- Från **enkäterna** utmålas en väldigt positiv bild ut och de flesta deltagarna är väldigt nöjda
- Från **intervjuerna** nyanseras den ensidiga bilden från enkäten men generellt är de nöjda
- Från **långtidsintervjuerna** bekräftas bilden av generellt väldigt nöjda deltagare som anser att sprinterna gett direkta positiva effekter för deras företag

# Vad tyckte deltagarna?

| | Estimering | Min | Max |
|---|---|---|---|
| Antal coach-tillfällen | 3.512*** | 0 | 5 |
| Betalningsvilja | 494.2*** | 0 | 1500 |
| Skulle rekommendera andra | 2.116*** | 0 | 3 |
| Behov av mer coachning | 1.116*** | 0 | 2 |
| Betydelse för verksamhet | 2.047*** | 0 | 3 |
| Betydelse för mig som person | 1.744*** | 0 | 2 |
| Hur var coachens kompetens | 1.558*** | 0 | 2 |

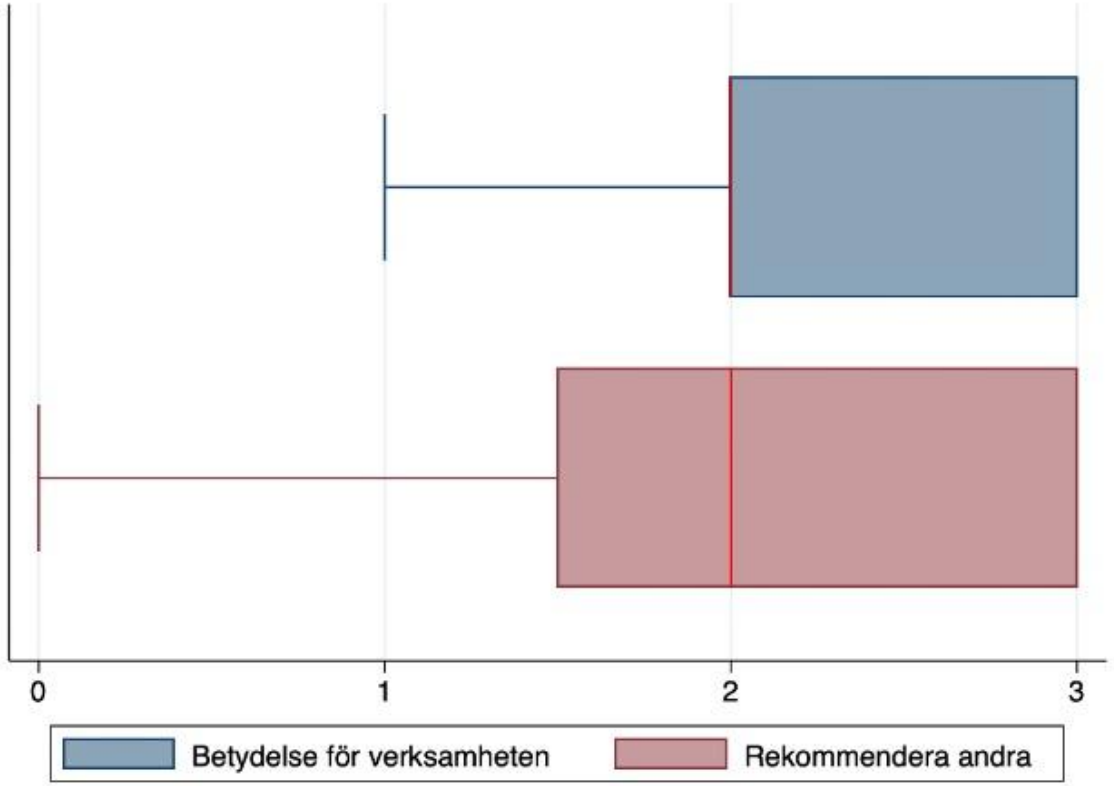
Tabell 1 Sammanställning estimat på hela populationen

(* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$)

- I snitt deltog deltagarna på 3,5 tillfällen
- Betalningsviljan hos företagarna är ca 500kr för coachning per tillfälle i framtiden.
- De skulle starkt rekommendera andra att få coachning
- Coachningen hade stor betydelse för verksamheten och väldigt stor betydelse för deltagarna på ett personligt plan
- Coachens kompetens bedömdes som väldigt stor

# Hur stor betydelse har coachningen haft för din verksamhet?

- 0=ingen
- 1=liten
- 2=stor
- 3=mycket stor



# Tema 1: Coachens roll

- De flesta företagarna var nöjda med coacherna.
  - Men vissa uttryckte missnöje kring bristande branschspecifik kunskap.
- En del företagare uttrycker osäkerhet vad (1) coachning är och (2) om inte rådgivning hade varit bättre.
  - Mer konkreta råd
  - Hjälp med marknadsföring, försäljning eller liknande tjänster
- 1 till 1,5 år efter att ha deltagit på en sprint har flera av företagarna i sprint 0 och 1 anlitat en coach igen.
  - Tyder på att det passar vissa företagare så bra att de är villiga att själva investera i ytterligare coachning.

# Tema 2: Nyttan av coachning

Tabell 3 Utfall problem- och kompetensområden

| Förändring(t1-t0) | N | Medelvärde | Standardavvikelse | min | max |
|---|---|---|---|---|---|
| Måltydlighet | 74,00 | 11,49 | 5,68 | 4,00 | 19,00 |
| Arbetsbelastning | 74,00 | 5,68 | 2,22 | 2,00 | 8,00 |
| Framtidsutsikter | 74,00 | 3,78 | 5,05 | -5,00 | 9,00 |
| Återhämtning | 74,00 | 4,49 | 1,47 | 2,00 | 6,00 |

Tabell 4 Estimat på hur många nyanställningar till följd av coachningen

| Sprint | Antal ftg | Antal intervjuer | Antal ftg som anställt | Genomsnitt urval | Populationsestimat |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 27 | 10 | 2 | | |
| 1 | 21 | 8 | 1 | | |
| 2 | 15 | 10 | 0 | | |
| 3 | 17 | 10 | 1 | $\bar{X} = \sum x / n$ | $t = N\bar{x}$ |
| 4 | 18 | 10 | 2 | | |
| 5 | 13 | 0 | 0 | | |
| 6 | 3 | 0 | 0 | | |
| **Totalt** | **114** | **48** | **6** | **0,125** | **14,25** |

- Från före-efter mätning:
  - Måltydligheten ökade med ca. 11%
- Ca. 14 har nyanställts till följd.
- Ingen skillnad på nöjdhet mellan sprint 0 och 1 trots olika leverantörer av coachningstjänster.
  - Belyser vikten av coachningen i sig framför den enskilde coachen.

# Tema 3: Minskande deltagarantal

- Negativ trend i antalet deltagare från och med sprint 3, möjliga förklaringar:
  - Mättnad?
  - Låg interaktion mellan företagare som deltagit och de som potentiellt hade velat delta?
  - Ett minskande intresse i och med pandemin som tvingade företagare att fokusera på mer direkta hot och mindre på framtida möjligheter?

# Tema 4: Hur pandemin påverkat företagen

- Från intervjuerna träder en nyanserad bild fram, som bekräftas av långtidsintervjuerna:
  - ca. 1/3 har påverkats negativt och tex. tvingats avskeda anställda eller dra ner på andra sätt.
  - ca. 1/3 är opåverkade.
  - ca. 1/3 har ökat pga. effekter av pandemin. Tex. de med internet-baserad försäljning.

# Sammanfattning

- Stor spridning på typ av bransch och företag, de flesta små och relativt nystartade.
- Företagarna är generellt väldigt nöjda, dock finns oenigheter kring typen av insats, eg. coachning vs. rådgivning/konsulttjänst
- Företagarna uppger att coachningen har haft positiv inverkan på deras verksamheter.
  - ..men att den hade ännu mer påverkan på deras personliga utveckling, tex. ökade deras måltydlighet med ca. 11%.
  - Och de skulle bara vara villiga att lägga ca. 500kr per tillfälle på något liknande i framtiden.

# Rekommendationer

- Coachningen som sådan leder till att företagare lyfter blicken och tänker på framtiden, vilket kan leda till utveckling i olika former, därför är det viktigt att liknande tjänster finns tillgängliga lokalt.
  - Ett gott exempel är företagsarenor som erbjuder coachning från regionala aktörer (tex. Almi, Innovatum, etc.) tex. en dag i veckan.
- Fortsätt skapa sammanhang för lokala företagare, ett gott exempel är etableringen av små företagarnätverk ca. 5 företagare.
  - Ett annat skulle kunna vara att samlokalisera maritima företag som vill utvecklas i eller nära Kristineberg forskningsstation och därigenom ge tillgång för lokala företag till infrastruktur och kunskap.
- Något mindre fokus på uppföljning i framtida projekt samt förbättra enkät-design, vilket kan ge noggrannare och mer exakta mätningar.

# Vidare forskning på GU

- *Skapar coachning tillväxt i små lokala företag i Bohuslän?*
  - Uppföljning med SCB-data på de 114 företagen 2022-2023
  - Mäta effekten av coachningen med olika tillväxtmått
  - Mäta mot en kontrollgrupp som ej genomgått coachning

- *Kunskapsintensitet, hållbarhet och pandemi*
  - Om och hur vissa typer av företag klarar sig bättre vid en extern chock, exemplifierat av den pågående pandemin
  - Baserat på långtidsintervjuer med de företag som genomgått sprint 0 och sprint 1, alltså en sprint som genomfördes innan pandemin och en som genomfördes efter

# Kontakt

**Linus Brunnström**

Linus.brunnstrom@gu.se

Projektledare vid
Centrum för hav och samhälle
Göteborgs universitet
Besöksadress:
Carl Skottbergsgata 22A, Göteborg
Box 461, 413 19 Göteborg,
www.havochsamhalle.gu.se

Forskare vid
Enheten för innovation och entreprenörskap
Institutionen för ekonomi och samhälle
Handelshögskolan, Göteborgs universitet
P.O. Box 625; 405 30 Gothenburg, Sweden

www.gu.se/handelshogskolan/ekonomi-samhalle/om-oss/vara-avdelningar/avdelningen-for-innovation-och-entreprenorskap

# Bensträckare 10 min

# Företagsarenor Väst

# Varumärkesplattform

## Företagsarenor Väst

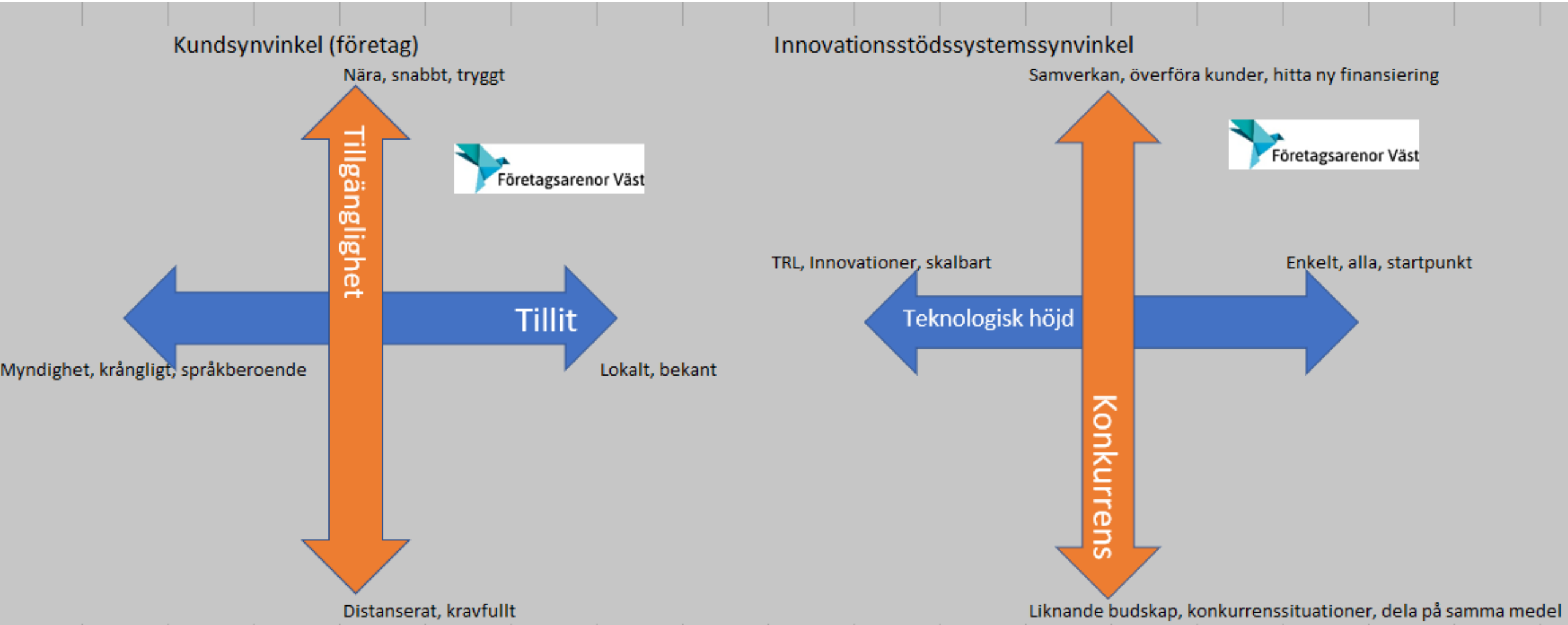
**Vision:**
*En **samverkansplattform** för företag, kommuner, forskare och offentlig sektor. Att vara del av FÖRETAGSARENOR VÄST innebär att man är en lokal mötesplats med affärscoachning, kompetensutveckling och en direkt väg till de kommunala funktionerna. Dessutom kanaliserar man kontakt med regionala testsiter, det regionala företagsfrämjarstödet och forskare.*

**Mission:**
Tillväxt på hemmaplan!

**Positionering:**
Tillgängligt, bekant, stöd utan krav i samverkan med övriga aktörer

**Varumärkeslöfte:**
Vi lovar att leverera relevant stöd till företag och andra med deras bästa för ögonen.

**Vilken berättelse vill vi berätta:**
Det är här det händer. Kan vi få våra små företag att växa, tro på framtiden och dra nytta av det stöd som finns så innebär det mycket för våra kommuner och vår framtida utveckling. Stödet måste vara tillgängligt och nära initialt. Alla affärer är lokala men kontakterna utåt är centrala.




**Ny positionering: Tillgängligt, bekant, stöd utan krav i samverkan med övriga aktörer**

Grafisk Profil!

Företagsarenor Väst

EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala utvecklingsfonden

ERBJUDANDEN FÖRETAGSARENOR OM ARKIV

# Tillväxt på hemmaplan

Det är här det händer. Vi vill att våra små och medelstora företag ska växa, tro på framtiden och dra nytta av det stöd som finns. Det innebär i sin tur mycket för våra kommuner och den framtida utvecklingen. Stödet du får är på hemmaplan. Företagsarenor finns eller är på gång att starta på våra orter.

Kontakt:
Carl.dahlberg@lysekil.se

# Webbinarier

# Synergier: Spindlar i nätet

# Synergier

## För våra företag

- Större och bredare utbud av webinarier, infomöten, nätverk mm
- Närmare till forskning, innovationssystem och andra stödfunktioner
- På hemmaplan
- På företagens villkor
- Mm mm

## För Näringslivsutvecklarna

- Ge en sak och få fem tillbaks
- Spindeln i nätet med resurser; kan alltid hjälpa
  - Förväntat stöd, intresse och engagemang kan efterlevas
- Systematiserat arbetssätt
  - Enkelhet och samkörda även över tid
  - Samordnad kravbild för tjänster till Fyrbodal, VGR och nationella aktörer

## För våra samarbetspartner

- Känna sig hemma och välkomna på vår hemmaplan
- Brett konkret utbud tillsammans
- Ökade volymer genom ett tydligt marknadsfönster

# Partnerskap

# Utvärdering

# Maritim utveckling i Bohuslän (MUB)

SLUTRAPPORT FAS 2 – LÖPANDE UTVÄRDERING

LENA BLOMBERG, OCHSTRA AB

2021-06-18

# MUB projektet

**Övergripande projektmål**

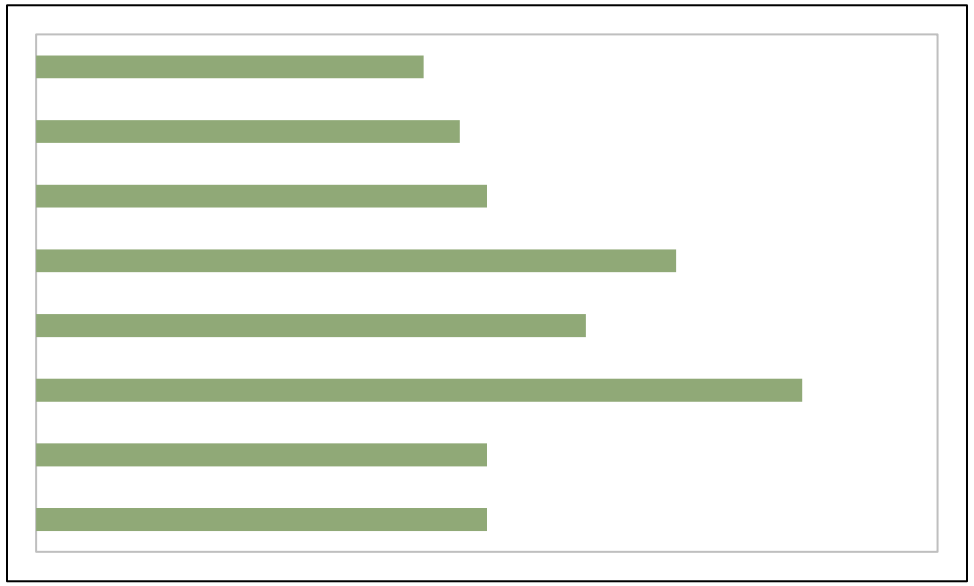
*SMF:s professionalitet, hållbarhet och innovationskraft har stärkts vilket ökar viljan att utvecklas och bidra till hållbar tillväxt i Bohuslän*

| | FAS 1 | FAS 2 |
|---|---|---|
| | INNOVATIONSARENA<br>Produkt & affärsutveckling | FÖRETAGSARENOR VÄST<br>Produkt & affärsutveckling |
| **Delprojekt** | Evenemang<br>Gästhamnar<br>Skärgårds-transporter<br>Marina Livsmedel<br>Kunskaps-turism | Lokala arenor<br>Affärscoachning |
| **Målgruppens behov** | Samverkan med kommunerna<br>Affärsutveckling<br>Tillgång till kunskap/kompetens<br>Affärsutveckling | Samverkan med kommunerna<br>Affärsutveckling |
| **Målgrupp** | SMF inom maritim turism | Alla SMF |
| **Utmaningar** | **Många säsongsberoende små företag med begränsad konkurrenskraft och lönsamhet.** | **Många små företag med begränsad konkurrenskraft och lönsamhet.** |
| | 2016-2019 | 2020-2021 |

# Vad anser nyckelpersoner?

ENKÄT TILL PARTNER- OCH STYRGRUPP 202105

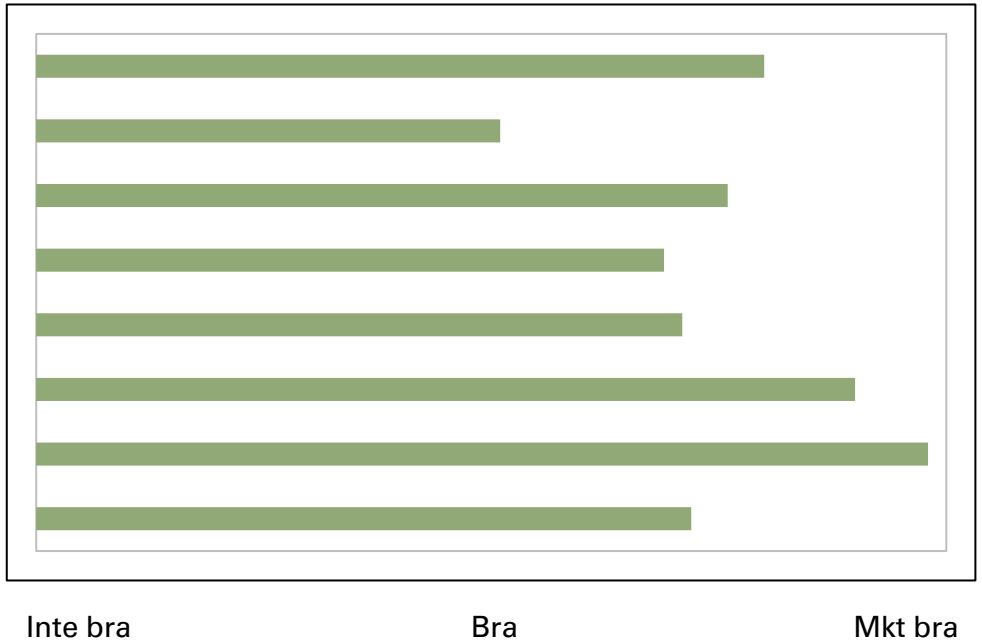
# Till vilken grad anser du att utfallet av affärscoachningen har motsvarat dina förväntningar?



*Inte alls* *Enligt förväntan* *Mycket över*

*Enkätsvar från NLU i partnergrupp (6) och ledamöter styrgrupp (2)*

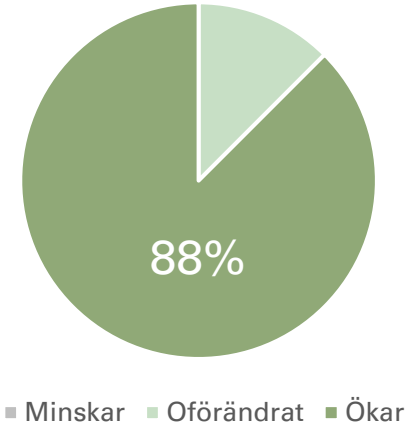
# Vad anser du om utformningen av den digitala plattformen foretagsarenor.se?



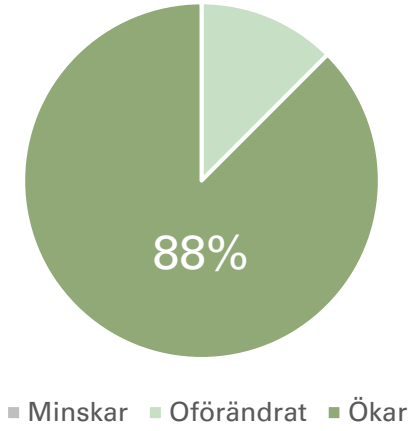

*Enkätsvar från NLU i partnergrupp (6) och ledamöter styrgrupp (2)*

# Hur tror du att den digitala plattformen på sikt kommer att påverka:

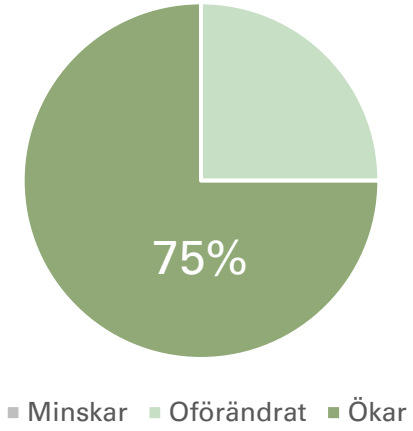
Antal företag som kontaktar kommunernas näringslivsutvecklare?



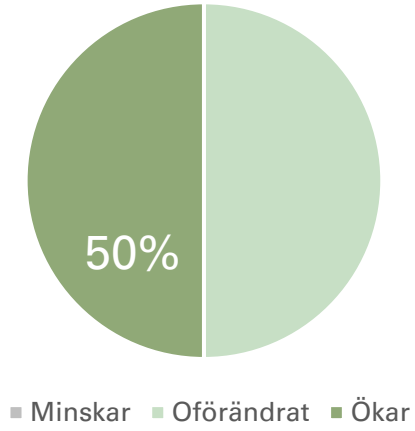

Antal företag som deltar i event arrangerade av lokala företagsarenor?




Företagens tillgång till regionalt innovationsstöd?

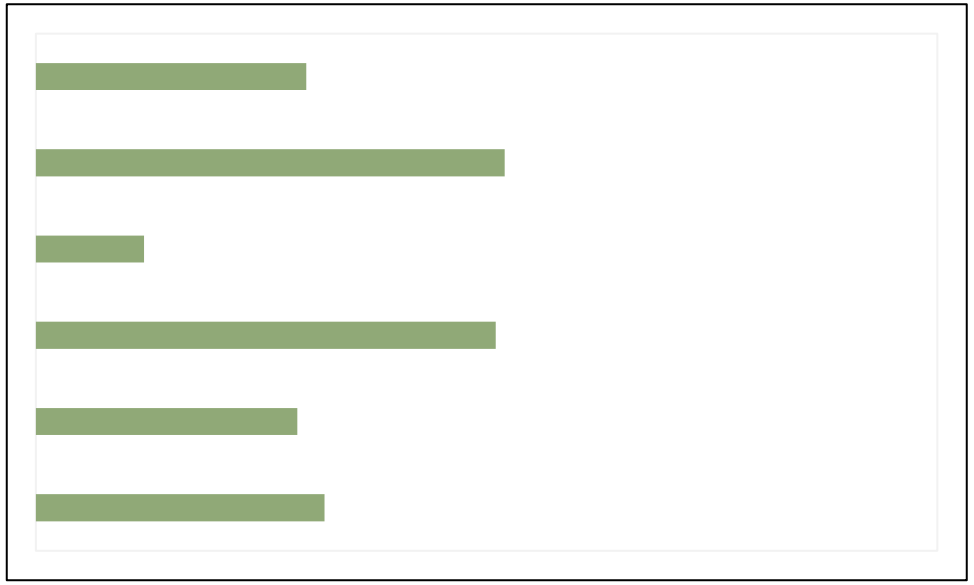



Företagens kontakter med experter och forskare



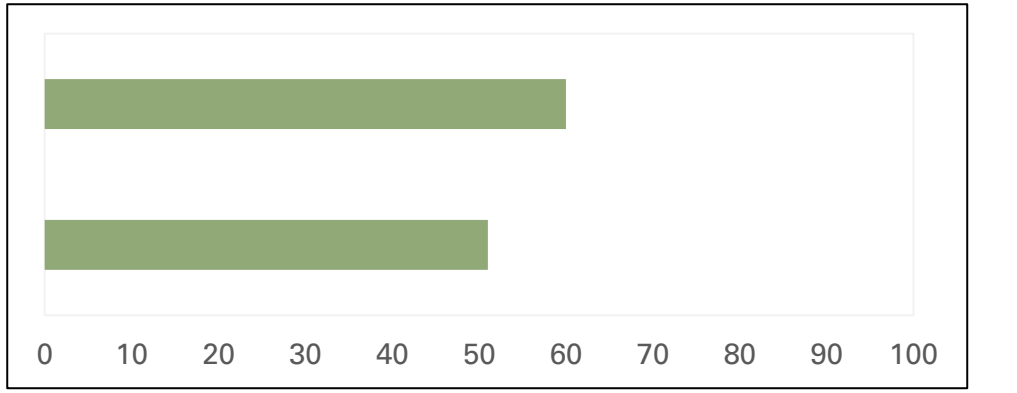

*Enkätsvar från NLU i partnergrupp (6) och ledamöter styrgrupp (2)*

# Har utvecklingen av lokala företagsarenor gått i den takt som du förväntade dig?



*Inte alls* *Enligt förväntan* *Mycket över*

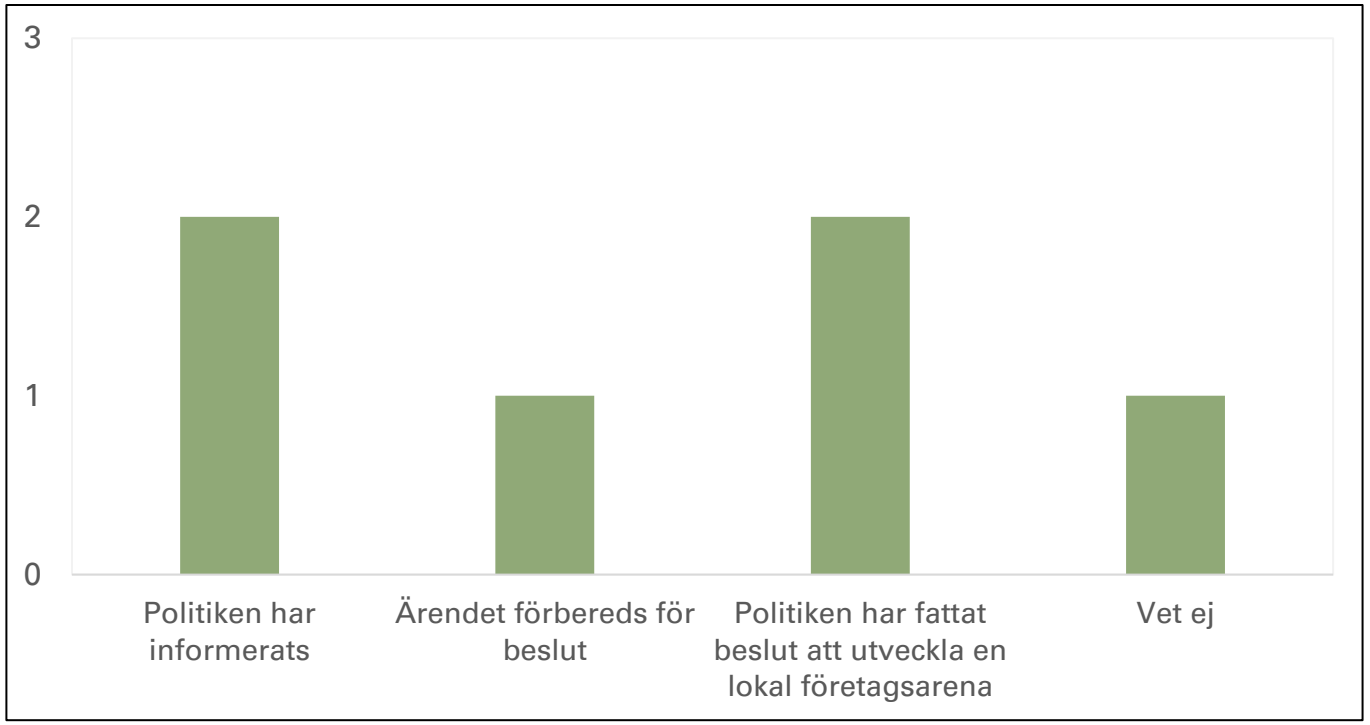
*NLU – partnergrupp*
*Företagsarenan i din kommun*




*Inte alls* *Enligt förväntan* *Mycket över*

*Styrgrupp*
*Företagsarenorna i kommunerna som ingår i projektet*

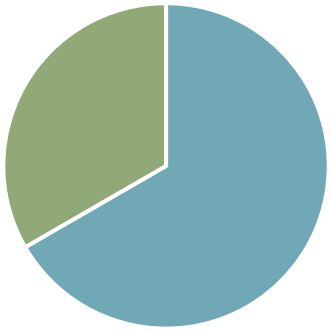
# I vilken fas befinner sig den lokala företagsarenan i din kommun?



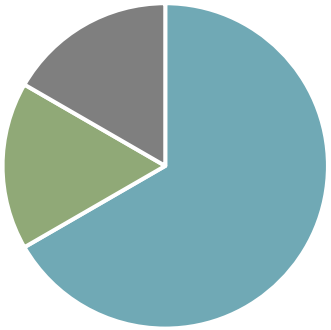

*Enkätsvar från NLU i partnergrupp (6)*

# Vad anser du är viktigast att prioritera det kommande året när det gäller den lokala företagsarenan i din kommun?

**Skapa/etablera ett företagshotell**

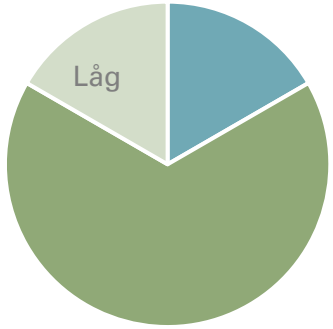


**Tydliggöra/etablera funktionen ”Kommunal företagslots” på arenan**



**Att politiken fattar beslut om att skapa en lokal företagsarena**

**Etablera företagsarenan som en naturlig plats för möten mellan företag och regionala innovationsstödaktörer**




**Åtgärdat + Hög prio**

100% | 84% | 83% | 83%

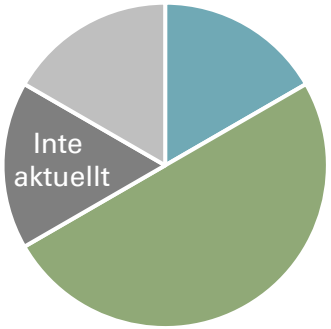
- Redan åtgärdat
- Hög prioritet
- Låg prioritet
- Inte aktuellt
- Vet inte

*Enkätsvar från NLU i partnergrupp (6)*

# Vad anser du är viktigast att prioritera det kommande året när det gäller den lokala företagsarenan i din kommun?

**Skapa en fysisk/digital mötesplats för seminarier/workshops**

**Skapa/etablera en lotsfunktion till experter och forskare för företagen**




**Förenkla tillgången till testmiljöer i den egna och andra kommuner för företagen**

**Affärscoachning för små och medelstora företag**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Åtgärdat + Hög prio** | 83% | 67% | 67% | 34% |

- Redan åtgärdat
- Hög prioritet
- Låg prioritet
- Inte aktuellt
- Vet inte

*Enkätsvar från NLU i partnergrupp (6)*

# Vad anser NLU i partnergruppen om samarbetet?

**100% anser att**

- samarbetsklimatet i partnergruppen under fas 2 har varit mycket bra
- deras samarbete med andra näringslivsutvecklare inom partnerskapet har ökat under fas 2

# Vad tycker du är de viktigaste effekterna av MUB fas 2 i din kommun?

***Ökat vårt samarbete med andra NLU***

***Ett bra utbud av erbjudanden till företagen trots pandemin***

***Att vi kan hjälpas åt över kommun-gränserna för företagens bästa***

***ATT VÅRT SAMARBETE FORTSÄTTER!!***

***Vad vi lärt från affärscoachnings-testen***

***Kommit en bit på väg med den lokala arenan***

***Gemensam web: Lättare för företagen att hitta information***

***Förändrat det regionala stödsystemet***

*Enkätsvar från NLU i partnergrupp (6)*

# Nyckeltal

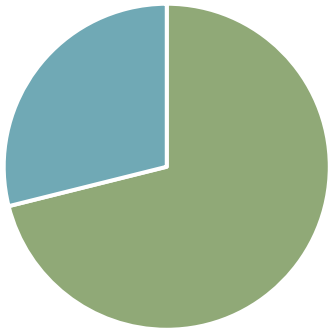
AKTIVITETER SOM FÖRT PROJEKTET MOT MÅLEN

# Lokala företagsarenor – nuläge

| Kommun | Lokal arena/fysisk mötesplats |
|---|---|
| Lysekil | Ja |
| Munkedal | Nej |
| Orust | Under utredning |
| Sotenäs | Ja |
| Strömstad | Ja |
| Tanum | Ja |

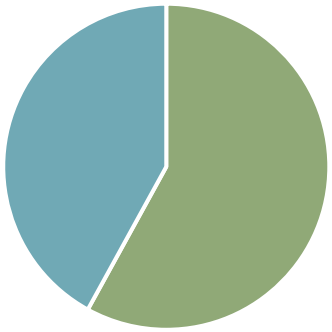
# Webbinarier (fas 2)

- **9 Webbinarier** genomförda
- **Digital** försäljning och marknadsföring dominerar som tema
- Totalt **294** anmälda från bl.a. **61 unika företag**




# Affärscoachning (fas 1+2)

- **ca 114** unika företag
- **Stor spridning** mellan branscher
- **Hög affärsmässiga påverkan** anser deltagarna



# Indikatorer – fas 1 och 2

| Indikatorer | Målvärde MUB | Utfall MUB |
|---|---|---|
| Sysselsättningsökning i företag som får stöd* | 50 | Ca 34 |
| Antal företag som får stöd ** | 200 | > 250 |
| Antal företag som får annat stöd än ekonomiskt stöd ** | 200 | > 250 |

** Extrapolerade siffror baserat på intervjudata (42% svarsfrekvens,), Linus Brunnström Göteborgs universitet.*
*** Unika företag som deltagit i Affärscoachning o/e seminarier, webbinarier, workshops*

# Slutsatser & rekommendationer

# Framgångsfaktorer MUB fas 2

- **Nya samarbeten**
  - Mellan kommunernas näringslivsutvecklare
  - Kopplingen till Fyrbodal och ALMI
  - Med regionala innovationsstödaktörer
- **Anpassningsförmågan** under pandemin
- **Foretagsarenor.se** - synliggör samarbetet, bredare utbud
- Att de lokala arenorna utformas utifrån **lokala förutsättningar och företagens behov**
- Att det har funnits och finns en **tydlig vilja att fortsätta samarbetet**

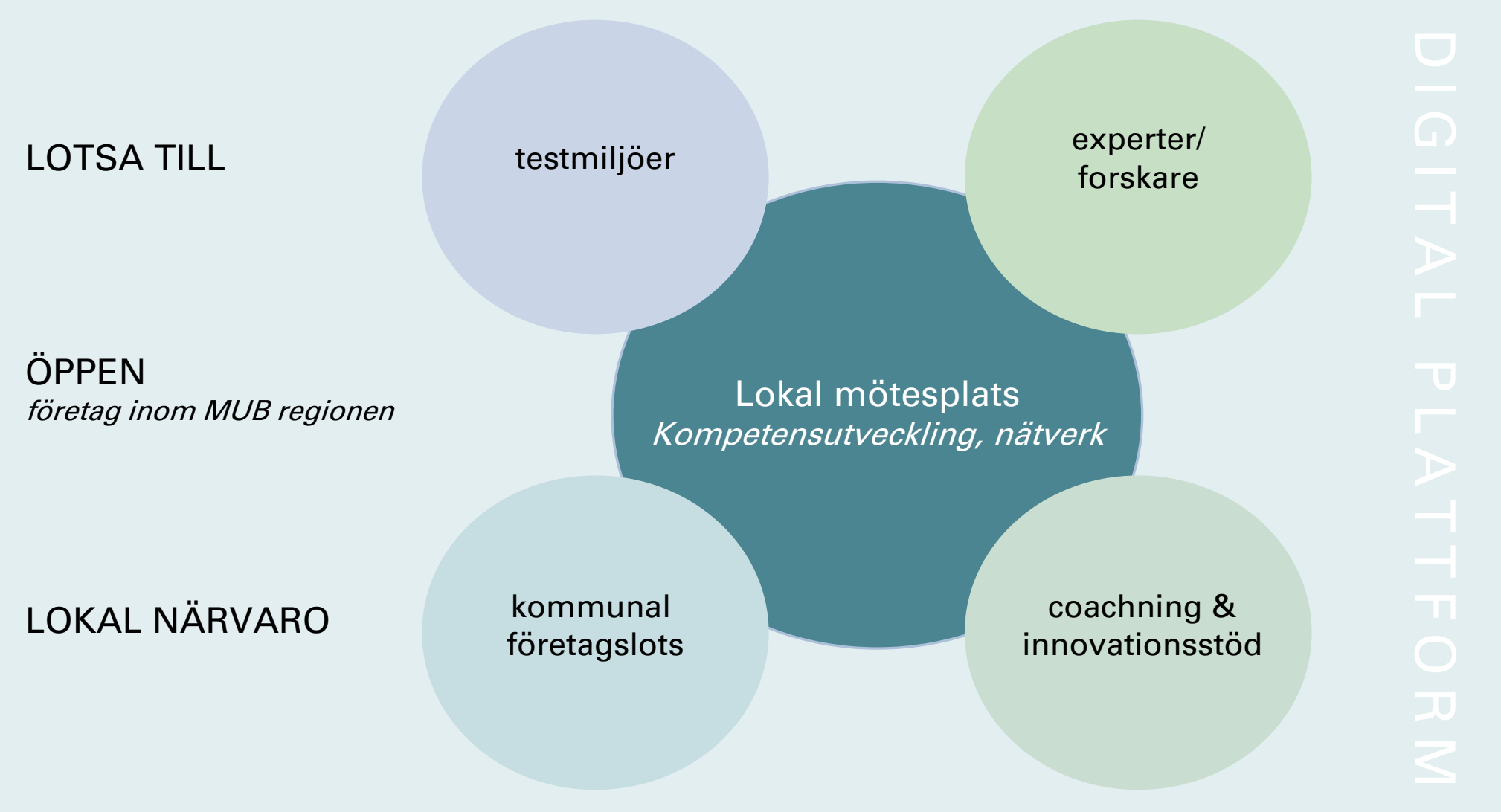
# Hinder MUB fas 2

- **Covid-19 pandemin**
  - Inga fysiska möten
  - Effekter på företagen (Kris/Tillväxt)
  - Hög belastning på NLU
- **Arbetskrävande** att intressera företagen för att delta i affärscoachning
- **Kommunallagens och ekonomins begränsningar** när det gäller vilket ansvar kommunen kan ta avseende affärscoachning i framtiden
- **Svagare koppling till politiken** efter att Tillväxt Norra Bohuslän avvecklades

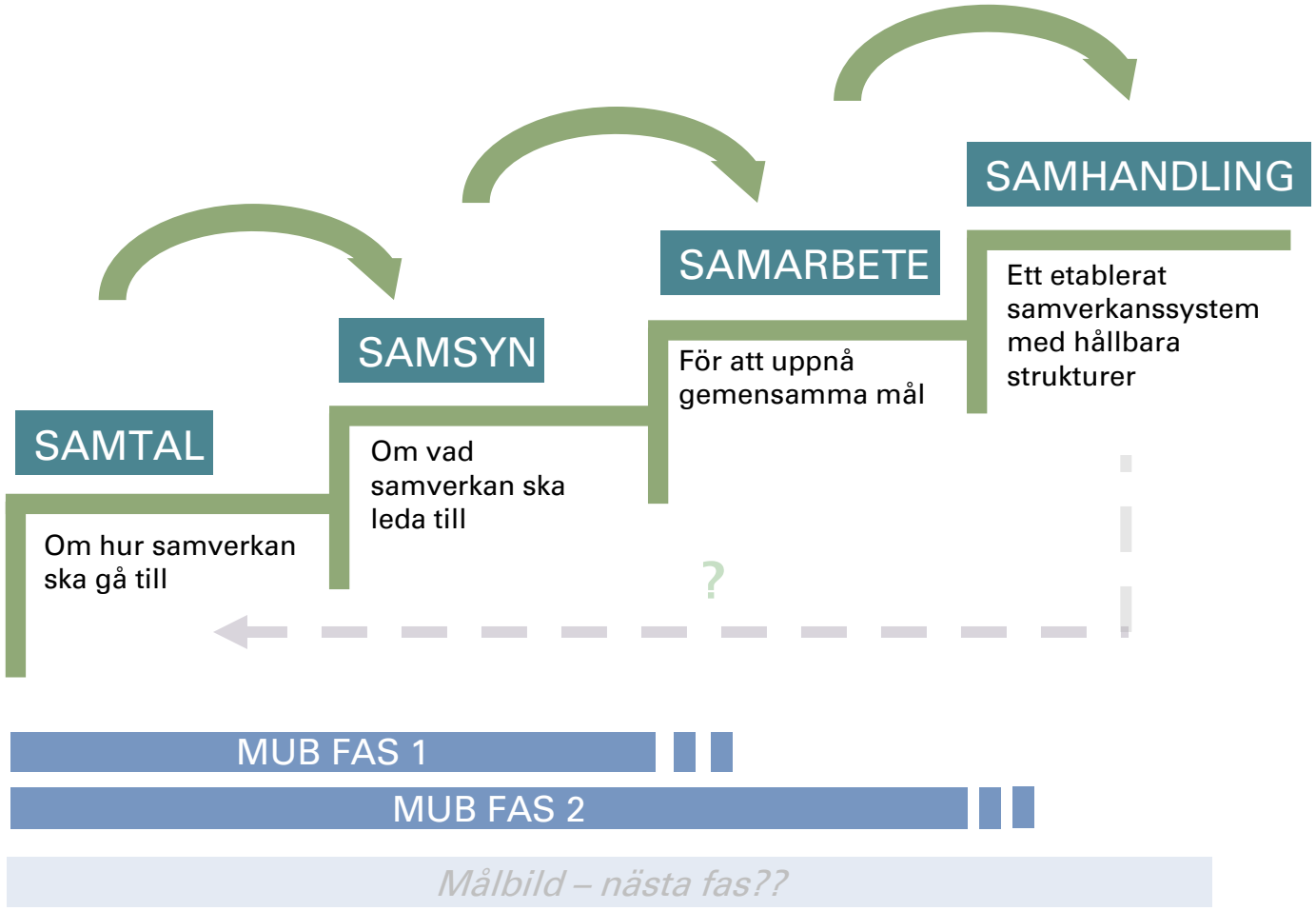
# Rekommendationer inför nästa steg

- **Affärscoachning**
  - Använd erfarenheterna från MUB för att påverka befintliga innovationsstödaktörer att inkludera affärscoachning i sina erbjudanden till företagen.
- **Lokala arenor**
  - Politisk förankring och politiska beslut – PRIO!
  - Öppna för företag i ”MUB kommunerna”
- **Företagsarenor Väst**
  - Skapa en professionell och gemensam lotsfunktion (kontaktperson/digital rådgivning) som kan hjälpa företag att identifiera relevanta forskare/experter och testmiljöer.
- **Lyft fram modellen** i presentationer om kommunens näringslivsutveckling

# Företagsarenor Väst i framtiden?



# Ta samverkan till nästa nivå!




*Figur inspirerad av Arne Erikssons Samverkanstrappa*

# Avslutande reflektioner

- Ni har mycket att vara stolta över!
- Borde accelerera implementeringen och positionera er som ett framgångsexempel

# LYCKA TILL!

*Lena Blomberg*

*Ochstra AB*

# Frågor, synpunkter och slutord

# Styrgrupp

# Anna Lärk Ståhlberg
# Michael Johansson

Kontakt:

Carl.Dahlberg@lysekil.se

0768082260

Företagsarenor Väst