

NÄRINGSLIVSSTRATEGI BÅSTADS KOMMUN 2022 – 2027



**BÅSTADS
KOMMUN**

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

3 SAMMANFATTNING NÄRINGSLIVSSTRATEGI

5 SAMMANFATTNING NULÄGESANALYS

7 INLEDNING

7 SYFTE

7 MÅL

7 GENOMFÖRANDE OCH UPPFÖLJNING

8 NÄRINGSLIVSSTRATEGI 2022–2027

8 VISION

9 MÅL OCH INDIKATORER

11 STRATEGISKA FOKUSOMRÅDEN

16 NULÄGESANALYS

16 BÅSTADS KOMMUNS NÄRINGSLIV, FÖRETAGSKLIMAT OCH TILLVÄXT IDAG

16 PRIMÄRDATA

21 DJUPINTERVJUER

24 ENKÄT

26 SWOT-ANALYS

27 BILAGOR

SAMMANFATTNING NÄRINGSLIVSSTRATEGI

Under hösten 2021 har Båstads kommun och Båstad Turism och Näringsliv, i samarbete med Place Promotion, arbetat med en process för att ta fram en näringslivsstrategi för Båstads kommun år 2022–2027.

Arbetet med att ta fram strategin har involverat företag inom olika branscher i Båstads kommun, kommunala tjänstepersoner och politiker samt föreningar som samlar företagare. Syftet med strategin är att skapa gemensamma prioriteringar, värderingar och visioner för hur näringslivsutveckling och ett gott företagsklimat ska bidra till långsiktig hållbar näringslivsutveckling och tillväxt i Båstad kommun. Målet har varit att skapa en strategi som ger vägledning, skapar engagemang i flera organisationer och ett gemensamt ansvar för att genomföra de beslutade åtgärderna som krävs för att nå målen. I näringslivsstrategin enas intressenterna om prioriteringar och satsningar, men också rollfördelning, för att gemensamt åstadkomma största möjliga utveckling för Båstads kommun fram till år 2027.

Båstads kommuns näringslivsstrategi är ett övergripande styrdokument och gäller för kommunen som helhet. Strategin gäller 2022–2027 och revideras därefter, till strategin kopplas en handlingsplan på fem år.

Med utgångspunkt från nulägesanalysen har Båstads kommuns näringslivsstrategi med följande vision, mål och strategiska fokusområden tagits fram:

BÅSTADS KOMMUNS VISION

I Båstads kommun är det enkelt och attraktivt att starta, driva och utveckla företag.

Tillsammans arbetar vi målinriktat för en attraktiv plats och en hållbar tillväxt för företag och människor.

Hög service och tillgänglighet är en självklarhet för oss i Båstad och möjliggör ett stolt ambassadörskap samt ett bättre och enklare sätt att leva, verka och utvecklas på.

MÅL OCH STRATEGISKA FOKUSOMRÅDEN

För att följa upp Båstads kommuns vision och utvecklingen vad gäller näringslivsutveckling och långsiktigt hållbar tillväxt i Båstad finns det fem mål. Målen ska ge en tydlig riktning, och syftet med målen är att tydliggöra de resultat och den utveckling som skapas genom att tillsammans sträva mot visionen och realisera strategierna. Varje mål har indikatorer och varje mål är kopplat till ett av de fem strategiska fokusområdena i näringslivsstrategin. De strategiska fokusområdena handlar om de åtgärder och resurser som krävs för att uppnå Båstads kommuns långsiktiga mål och vision inom området för näringslivsutveckling, företagsklimat och hållbar tillväxt. Strategierna är medel för att nå mål och vision.

1. I BÅSTADS KOMMUN ÄR DET ENKELT OCH ROLIGT ATT STARTA, DRIVA OCH UTVECKLA FÖRETAG

Kopplat till strategi 1: Kommunikation, service och bemötande

Handlar om förenklad företags- och myndighetsservice, upphandlingar samt kommunikation internt och externt i Båstads kommun.

2. BÅSTADS KOMMUN ERBJUDER EN BRA INFRASTRUKTUR OCH VERKSAMHETSMARK SOM STÄRKER UTVECKLINGEN

Kopplat till strategi 2: Infrastruktur och god markberedskap

Handlar om arbetspendling till, från och inom Båstads kommun, men också företagens transporter, bredbandsutbyggnad, tillgång på vatten och energi, återvinning, planlagd mark och verksamhetslokaler i tillräcklig mängd och med olika egenskaper.

3. BÅSTADS KOMMUN ARBETAR AKTIVT MED KOMPETENSFÖRSÖRJNING

Kopplat till strategi 3: Kompetensförsörjning Handlar om att vidareutbilda befintlig personal, men också om en samverkan mellan näringsliv, högre utbildning och andra utbildningslösningar och att lyckas integrera arbetskraft från andra kulturer. Kompetensförsörjning är den enskilt största utmaningen och största hindret för företagens fortsatta tillväxt.

4. BÅSTADS KOMMUN SKAPAR FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR ENTREPRENÖRSKAP OCH KREATIVA MILJÖER

Kopplat till strategi 4: Entreprenörskap och kreativa miljöer

Handlar om kreativa mötesplatser som kan skapa förutsättningar för nätverkande och företagsutveckling, men även om entreprenörskap redan i skolan och i samverkan med näringslivsfrämjande aktörer.

5. BÅSTADS KOMMUN VERKAR TILLSAMMANS MED ANDRA FÖR ATT FRÄMJA PLATSENS UTVECKLING SAMT EN HÅLLBAR TILLVÄXT, OCH ÄR EN ATTRAKTIV PLATS ATT VERKA PÅ, BO I OCH UPPLEVA.

Kopplat till strategi 5: Platsens utveckling, attraktionskraft och hållbar tillväxt

Handlar om att tillgången på kreativ och välutbildad arbetskraft och entreprenörer är en viktig del för ett näringsliv och en plats med tillväxt och utveckling. För att locka, men också för att behålla dessa människor, är en attraktiv kommun ett måste. Hållbarhet har i detta sammanhang fokus på just hållbar tillväxt.

SAMMANFATTNING NULÄGESANALYS

SAMMANFATTNING AV BÅSTADS KOMMUNS NÄRINGSLIV, FÖRETAGSKLIMAT OCH TILLVÄXT IDAG

Båstad är en företagsam kommun med lite mer än 3100 företag, flertalet av dessa är små företag. Båstads näringsliv karaktäriseras också av att det finns tre stora börsnoterade företag. Tittar man på arbetsställen per bransch dominerar jordbruk, handel, besöksnäring, bygg, anläggning och transport. Nyföretagandet är starkt i Båstads kommun, cirka 200 nya företag registrerades 2020 och kommunen ligger på plats 10 i Sverige när det gäller nyföretagande.

När det gäller infrastruktur har kommunen goda förutsättningar med tanke på sin storlek som kommun, även om det finns utvecklingspotential att utveckla delar av infrastrukturen ytterligare. En majoritet av företagen i Industrigruppens enkät säger sig ha behov av mer verksamhetsmark eller lokaler de kommande fem åren, tillgången på färdig kommunal verksamhetsmark är i dagsläget inte så stor. Båstads kommun har ett gynnsamt läge även när det gäller flertalet andra parametrar som invånarantal, utbildningsnivå, arbetslöshet, service, skolor och fritidsutbud och har inte minst ett starkt varumärke. Men i likhet med många andra kommuner har kommunen utmaningar där det exempelvis gäller befolkningsstruktur, kompetensförsörjning och tillgång på bostäder.

Både Sveriges kommuners och regioners (SKRs) mätning Insikt och Svenskt Näringslivs mätningar visar att service och bemötande har förbättrats och utvecklats de senaste två åren i Båstads kommun. 54,9 % av de företagare som svarat på Svenskt Näringslivs enkät tycker att företagsklimatet är bra i Båstads kommun. I SKRs Insiktsundersökning fick Båstad 78 poäng totalt 2021, vilket innebär plats 35 i Sverige och en tredje plats i Skåne.

SAMMANFATTNING AV DJUPINTERVJUER

KOMMUNIKATION, SERVICE OCH BEMÖTANDE

Här anser flera av de intervjuade att Båstads kommun behöver prioritera kommunikation, service och bemötande ännu mer. Service 24/7 efterfrågas vad gäller myndighetsärenden och en möjlighet att följa sitt ärende digitalt. Företagslotsarbetet är bra men har ytterligare utvecklingspotential.

INFRASTRUKTUR OCH MARKBEREDSKAP

De som intervjuats tycker att infrastrukturen till och från Båstad är bra, men att infrastrukturen och kommunikationerna inom Båstad och på Bjärehalvön behöver utvecklas. Man konstaterar också att den digitala infrastrukturen är viktig för näringslivet nu och i framtiden. Markberedskapen tycker de intervjuade är dålig, och en ökad proaktivitet och samverkan efterfrågas.

KOMPETENSFÖRSÖRJNING

Alla intervjuade svarar att mer samarbete skola-näringsliv krävs och en plan för hur kommunen arbetar med dessa frågor efterfrågas. Att arbeta proaktivt med den pågående strukturförändringen tillsammans och ta fram en plan för hur man ska arbeta med frågorna är två förslag som lyfts.

ENTREPRENÖRSKAP OCH KREATIVA MILJÖER

Kommunen har ett stort nyföretagande och erbjuder en bra miljö, anser flertalet av de intervjuade. Båstad Turism och Näringsliv och Industrigruppen lyfts som bra mötesplatser. Båstads kommun borde arbeta ännu tigare med Båstad Turism och Näringsliv och vara ännu mer proaktiva i dessa frågor. Många av frågorna är besöksnärlingsrelaterade- därför behöver man bredda sitt fokus ytterligare.

PLATSENS UTVECKLING, ATTRAKTIONSKRAFT OCH HÅLLBAR TILLVÄXT

"Varumärket är starkt och vi är många som filar på det ihop", svarar en av intervjupersonerna. Båstad Turism och Näringsliv arbetar med detta område på ett bra sätt medan Båstads kommuns roll behöver förtydligas. Båstad har en fördel av ett diversifierat näringsliv, småskaligt företagande och att man ser varandra som kollegor istället för konkurrenter. Mer verksamhetsmark, lokaler, attraktiva bostäder och lockande innovationsmiljöer efterfrågas. Kommunen behöver växla upp på hållbarhetsområdet och ladda varumärket med även detta.

SAMVERKAN/ROLLER/ANSVAR

Vikten av en ökad samverkan, rollfördelning och tydlighet mellan alla de aktörer och intressenter som finns i näringslivet lyfts av respondenterna. Kommunen behöver ta en tydligare ledarroll ibland och kommunicera ännu tydligare och proaktivt. Båstad Turism och Näringslivs mandat behöver förtydligas.

BÅSTAD TURISM OCH NÄRINGS LIV

De som deltagit i intervjun är eniga om att Båstad Turism och Näringsliv fyller en bra roll, men har mycket fokus på mindre företag och turism. De är en bra länk mellan kommun och näringsliv. Verksamheten har utvecklats positivt de senaste åren.

SAMMANFATTNING AV ENKÄTSVAR

De områden där Båstad står sig bäst idag inom de fem strategiska fokusområdena, enligt de som besvarat enkäten, är platsens utveckling, attraktionskraft och hållbar tillväxt. Infrastruktur och markberedskap samt området kompetensförsörjning är de två områden som får minst antal "väl godkänt".

Båstads kommuns absoluta styrkor när det gäller näringslivsutveckling och tillväxt är ett starkt varumärke, digital tillgänglighet, marknadsföring av platsen/destinationen, nätverk och mötesplatser respektive starkt nyföretagande. Hållbarhet var däremot det område som idag inte anses vara ett av Båstads absoluta styrkor.

För att det ska bli så enkelt och attraktivt som möjligt att starta, driva, utveckla och/eller etablera företag i Båstads kommun svarar flest respondenter att man behöver utveckla attraktivitet för Båstad som boendeort, myndighetsservice företag, hållbar tillväxt, samverkan kommun-näringsliv-högre utbildning samt tillgång på välutbildad arbetskraft och entreprenörer.

SAMMANFATTNING AV SWOT

Den SWOT-analys som presenteras här är en sammanställd analys av all insamlade data, primär och sekundär, i nulägesanalysen och sammanfattar nuläget för Båstads kommun med fokus på näringslivsutveckling och hållbar tillväxt.

	INTERNA FAKTORER	EXTERN FAKTORER
POSITIVA	STYRKOR Infrastruktur till och från Båstad Starkt varumärke som många bygger Stort nyföretagande Entreprenörsandan Företagslots Bra mötesplatser	MÖJLIGHETER Kommunikation, service och bemötande gentemot företag Service 24/7 (digitalisering) Samarbete skola-näringsliv (kompetensförsörjning) Stödsystem entreprenörer Ladda Båstads varumärke även med hållbarhet Hållbar omställning
NEGATIVA	SVAGHETER Markberedskap och verksamhetslokaler Samverkan, rollfördelning och tydlighet Infrastruktur inom Båstad och på Bjäre Infrastruktur VA och energi Befolkningsstrukturen ("timglasen") Återvinning "Action" kompetensförsörjning	HOT Regelverk och långa ledtider (myndigheter) Energibrist



INLEDNING

Båstads kommun och Båstad Turism och Näringsliv har under hösten 2021, i samarbete med Place Promotion, arbetat med en process för att ta fram en näringslivsstrategi för Båstads kommun år 2022–2027.

Ett starkt näringsliv med framgångsrika företag är en förutsättning för Båstads kommuns utveckling. Företagen skapar arbetstillfällen och tillväxt, kommunen kan i sin roll bidra genom att skapa förutsättningar för företagande och att utveckla näringslivsarbetet i kommunen för att nå de lokala målen.

ORGANISATION OCH ARBETSMETOD

Arbetet med att ta fram strategin har involverat företag inom olika branscher i Båstads kommun, kommunala tjänstepersoner och politiker samt föreningar som samlar företagare. Arbetsgruppen för näringslivsstrategin har bestått av en strategisk styrgrupp samt en projektgrupp med personer från kommun, näringsliv, företagsrelaterade föreningar och Båstad Turism och Näringsliv. Styrgruppen har följt arbetet löpande och tagit beslut om lämpliga mål, ansvarsområden och uppföljningsmetoder för strategin. Deltagarna i arbetsgruppen har träffats vid två tillfällen under hösten och haft workshops för att tillsammans på olika sätt arbeta med nulägesanalys, vision, mål och strategier. En nulägesanalys har gjorts utifrån insamlade data och statistik men även med hjälp av intervjuer med utvalda intressenter samt en enkätundersökning. För mer information om vem som deltagit i processen se bilaga.

SYFTE

Syftet med strategin är att skapa gemensamma prioriteringar, värderingar och visioner för hur näringslivsutveckling och ett gott företagsklimat ska bidra till långsiktig hållbar näringslivsutveckling och tillväxt i Båstad kommun.

MÅL

Målet har varit att skapa en strategi som ger vägledning, skapar engagemang i flera organisationer och ett gemensamt ansvar för att genomföra de beslutade åtgärderna som krävs för att nå målen. I näringslivsstrategin enas intressenterna om prioriteringar och satsningar, men också rollfördelning, för att gemensamt åstadkomma största möjliga utveckling för Båstads kommun fram till år 2027.

GENOMFÖRANDE OCH UPPFÖLJNING AV NÄRINGSLIVSTRATEGIN

Båstads kommuns näringslivsstrategi är ett övergripande styrdokument och gäller för kommunen som helhet. Strategin gäller 2022–2027 och revideras därefter, till strategin kopplas en handlingsplan på fem år. Näringslivsstrategin är relaterad till, och tar utgångspunkt i, den inriktning som uttrycks i Båstads kommuns vision och mål. När ytterligare nya planer, mål och dokument utarbetas ska de stämmas av mot inriktningen i näringslivsstrategin för att skapa samstämmighet.

Ansaret för implementering och genomförande av Båstads kommuns näringslivsstrategi är gemensamt för Båstads kommun som helhet, i tät samverkan med Båstad Turism och Näringsliv (vilket Båstads kommun även är en del av). Alla verksamheter i kommunen (Båstads kommun) ska genomsyras av intentioner och inriktning i strategin. Ytterst ansvarar kommundirektör tillsammans med övrig förvaltningsledning för att näringslivsstrategin används som ett verktyg i verksamheten och alla förvaltningar.

Båstads Turism och Näringsliv har ett övergripande uppdrag att samordna och driva näringslivsstrategins genomförande. Det innebär att Båstads Turism och Näringsliv ska säkerställa att åtgärder och insatser genomförs genom samverkan, bland annat genom att koordinera och stödja arbetet i Båstads kommun. Båstads Turism och Näringsliv ansvarar också för att programmet följs upp. En årlig rapportering ska göras till kommunstyrelsen i samband med verksamhetsberättelse/ årsredovisning.

NÄRINGSLIVSSTRATEGI BÅSTADS KOMMUN

2022–2027

Med utgångspunkt från nulägesanalysen har följande vision, mål och strategier tagits fram.

VISION

Vem vill vi vara? Vad vill Båstads kommun åstadkomma, nu och i framtiden? Visionen beskriver den önskade bild som vi strävar mot, den idealsituation vi önskar uppnå. Visionens syfte är skapa samhörighet, engagemang och agera kompass i såväl strategiska som dagliga frågor.

BÅSTADS KOMMUNS VISION

*I Båstads kommun är det enkelt och attraktivt att starta, driva och utveckla företag. Tillsammans arbetar vi målinriktat för en attraktiv plats och en hållbar tillväxt för företag och människor.
Hög service och tillgänglighet är en självklarhet för oss i Båstad och möjliggör ett stolt ambassadörskap samt ett bättre och enklare sätt att leva, verka och utvecklas på.*

MÅL OCH INDIKATORER

För att följa upp Båstads kommuns vision och utvecklingen vad gäller näringslivsutveckling och långsiktigt hållbar tillväxt i Båstad finns det fem mål. Målen ska ge en tydlig riktning och syftet med målen är att tydliggöra de resultat och den utveckling som skapas genom att tillsammans sträva mot visionen och realisera strategierna. Varje mål har indikatorer och varje mål är kopplat till ett strategiskt fokusområde.

Här följer nu en genomgång av målen och de indikatorer som är kopplade till målen.

I BÅSTADS KOMMUN ÄR DET ENKELT OCH ROLIGT ATT STARTA, DRIVA OCH UTVECKLA FÖRETAG

Kopplat till strategi 1: Kommunikation, service och bemötande

Hur mäter vi det?

- Svenskt Näringslivs mätning, det sammanfattande betyget ska öka varje år.
 - Kommunens service till företagen, NKI (Nöjd Kund Index), index ska öka varje år.
 - Följ årligen upp antal myndighetsärenden, de olika myndighetsområdena samt svarsfrekvens av Insiktsundersökningen och eftersträva en ökad svarsfrekvens.
 - Följ årligen upp antal lotsärenden samt utvärdera företagslotsarbetet.
-

BÅSTADS KOMMUN ERBJUDER EN BRA INFRASTRUKTUR OCH VERKSAMHETSMARK SOM STÄRKER UTVECKLINGEN

Kopplat till strategi 2: Infrastruktur och god markberedskap

Hur mäter vi det?

- Rapportera utveckling av bredbandsutbyggnad i Båstads kommun.
 - Sammanställ antal förfrågningar vad gäller verksamhetsmark.
 - Följ upp de företag som väljer att flytta sin verksamhet till en annan plats.
 - Följ upp och säkerställ tillgänglig verksamhetsmark.
-

BÅSTADS KOMMUN ARBETAR AKTIVT MED KOMPETENSFÖRSÖRJNING

Kopplat till strategi 3: Kompetensförsörjning

Hur mäter vi det?

- Sysselsättningssiffror sammanställs årligen.
 - Följ upp företagens kompetensförsörjningsläge årligen genom en enkät, målet är ett kontinuerligt förbättrat resultat årligen.
 - Sammanställ kompetensförsörjningsaktiviteter och resultatet av dessa.
-

BÅSTADS KOMMUN SKAPAR FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR ENTREPRENÖRSKAP OCH KREATIVA MILJÖER

Kopplat till strategi 4: Entreprenörskap och kreativa miljöer

Hur mäter vi det?

- Ökat antal företag, privata arbetsplatser per 1000 invånare ska öka årligen.
 - Antalet nya företag per 1000 invånare ska öka årligen.
 - Öka antalet elever i alla årskurser som är involverade i någon av Ung Företagsamhets aktiviteter i Båstads kommun årligen (2022–2027).
-

BÅSTADS KOMMUN VERKAR TILLSAMMANS MED ANDRA FÖR ATT FRÄMJA PLATSENS UTVECKLING SAMT EN HÅLLBAR TILLVÄXT, OCH ÄR EN ATTRAKTIV PLATS ATT VERKA PÅ, BO I OCH UPPLEVA.

Kopplat till strategi 5: Platsens utveckling, attraktionskraft och hållbar tillväxt

Hur mäter vi det?

- Sammanställ och följ årligen upp till exempel:

Bostadsbyggande

Befolkningstillväxt

Arbetspendling

Handelsutveckling, gästnätter och besöksmål

Företagens tillväxt/lönsamhet

Antal signerade hållbarhetsavtal

- Genomför en enkät vartannat år (udda år) till företag, föreningar och kommun för att mäta vad företagen anser om Båstads kommuns och Båstads Turism och Näringslivs arbete med, och utveckling av, fokusområdena i näringslivsstrategin.

STRATEGISKA FOKUSOMRÅDEN

Här presenteras de fem strategiska fokusområden som Båstads kommun kommer att arbeta med år 2022–2027. Strategierna handlar om de åtgärder och resurser som krävs för att uppnå Båstads kommuns långsiktiga mål och vision inom området för näringslivsutveckling, företagsklimat och hållbar tillväxt. Strategierna är medel för att nå mål och vision.



KOMMUNIKATION, SERVICE OCH BEMÖTANDE

Handlar om förenklad företags- och myndighetsservice, upphandlingar samt kommunikation internt och externt i Båstads kommun.

- Utgångspunkten för alla företagskontakter i Båstads kommun är att ett bra och positivt företagsklimat är en förutsättning för att näringslivet ska fortsätta att välja att starta, driva eller utveckla sitt företag här.
- Alla kontakter med näringslivet ska präglas av proaktivitet, ett positivt bemötande, bra kommunikation och dialog, god tillgänglighet och hög service. Båstads kommun ska även agera rättssäkert och effektivt vid kontakterna med näringslivet.
- Arbeta fram en kommunikationsplan för arbetet i Båstads kommun gentemot företag.
- Tillhandahåll tydliga kontaktvägar för att underlätta för företagen. Ta fram en etableringsguide för företagare i Båstads kommun.
- Arbeta kontinuerligt med attityder och kunskap om företag och företagande hos politiker och tjänstemän i Båstads kommun. Öka medvetenheten kring hur kommunens beslut i relevanta frågor kan påverka näringslivet.
- Fortsätt att förenkla kommunens processer ur ett näringslivsperspektiv. För att ständigt förenkla processer ska Båstads kommun sträva efter att använda digitaliseringens möjligheter och aktivt verka för samverkan så att det blir smidigare för företagen.
- Processer och kommunikation kring upphandlingar ska förbättras och förenklas för att lokala företag ska ges förutsättningar att delta i kommunens inköp och upphandlingar.
- Fortsätt att främja näringslivsutveckling genom att tillhandahålla kontaktytor och arenor för nätverksarbete, samverkansprocesser, dialogarbete och liknande mellan företag inom olika branscher i Båstads kommun, kommunala tjänstepersoner, politiker samt föreningar som samlar företagare och andra intressenter.

2

INFRASTRUKTUR OCH GOD MARKBEREDSKAP

Handlar om arbetspendling till, från och inom Båstads kommun, men också företagens transporter, bredbandsutbyggnad, tillgång på vatten och energi, återvinning, planlagd mark och verksamhetslokaler i tillräcklig mängd och med olika egenskaper.

- Fortsätt utveckla och verka för en fungerande långsiktigt hållbar infrastruktur med god tillgänglighet för både företagare och invånare genom samverkan och påverkansarbete både lokalt, regionalt och nationellt. Gör det lätt att både ta sig runt i kommunen, och till och från kommunen.
- Arbeta proaktivt med planlagd mark och verksamhetslokaler för att möta näringslivets behov av tillväxt och utveckling.
- Ha ett näringslivsperspektiv så tidigt som möjligt i plan- och utvecklingsprocesser som fungerar för ett näringsliv som utvecklas, möjliggör etableringar och skapar förutsättningar för att arbeta nytänkande och hållbart tillsammans med företagen.



3

KOMPETENSFÖRSÖRJNING

Handlar om att vidareutbilda befintlig personal, men också om en samverkan mellan näringsliv, högre utbildning och andra utbildningslösningar och att lyckas integrera arbetskraft från andra kulturer. Kompetensförsörjning är den enskilt största utmaningen och största hindret för företagens fortsatta tillväxt.

- Öka dialogen och samverkan i Båstads kommun när det gäller kompetensförsörjningsfrågor för att utveckla, attrahera och tillvarata kompetens. Öka medvetenheten om att tillgång till arbetskraft med relevant kompetens är en av de viktigaste förutsättningarna för att näringslivet i Båstads kommun ska vara konkurrenskraftigt och fortsätta utvecklas. Ta fram en plan för arbetet med kompetensförsörjning i Båstads kommun år 2022–2027 med ett årshjul som listar de aktiviteter som ingår.

- Båstads kommun ska arbeta strategiskt, proaktivt och uthålligt i nära samverkan med näringsliv, högre utbildning och andra utbildningslösningar. Skapa forum och aktiviteter för ökad samverkan och för att möjliggöra en kartläggning av fortsatt behov och dialog inom området.

-Lyft kompetensförsörjningsfrågorna i samband med alla företagsbesök för att öka dialogen och få ett ökat kunskapsutbyte kring frågorna.

- Fortsätt att arbeta kontinuerligt med praktikplatser, rekryteringsmäs-
sa och studiebesök på företag för grupper från skolor.



4

ENTREPRENÖRSKAP OCH KREATIVA MILJÖER

Handlar om kreativa mötesplatser som kan skapa förutsättningar för nätverkande och företagsutveckling, men även om entreprenörskap redan i skolan och i samverkan med näringslivsfrämjande aktörer.

- Utveckla samverkan mellan skola och näringsliv och låt entreprenörskap finnas med genom hela utbildningssystemet via Ung Företagsamhet.
- Stötta nyföretagande samt utveckling av små och medelstora företag i hela kommunen i samverkan med externa aktörer som till exempel Nyföretagarcentrum Skåne Nordväst.
- Undersök möjligheterna att i samverkan med näringslivet och näringslivsfrämjande organisationer skapa och tillhandahålla en kreativ mötesplats för entreprenörer i Båstads kommun där idéer har möjlighet att utvecklas.



5

PLATSENS UTVECKLING, ATTRAKTIONSKRAFT OCH HÅLLBAR TILLVÄXT

Handlar om att tillgången på kreativ och välutbildad arbetskraft och entreprenörer är en viktig del för ett näringsliv och en plats med tillväxt och utveckling. För att locka, men också för att behålla dessa människor, är en attraktiv kommun ett måste. Hållbarhet har i detta sammanhang fokus på just hållbar tillväxt.

- Marknadsför Båstads kommun aktivt och stärk varumärket genom att berätta om platsens styrkor och den utvecklingspotential som finns här. Lyft fram Båstads kommun som en plats att verka och bo på, lyft företagen och entreprenörskapet och den utveckling kommunen befinner sig i.
- Utveckla attraktiva boendemiljöer för de som vill verka och bo i Båstads kommun.
- Främja nyföretagande och entreprenörskap för att bidra till ökad tillväxt samt ett inkluderande samhälle.
- Skapa förutsättningar för en hållbar tillväxt i Båstads kommun ihop med näringslivet ur samtliga dimensioner (den ekonomiska, den ekologiska och den sociala), exempelvis genom att tillsammans definiera och prioritera vad som kan göras lokalt inom detta område.
- Verka för att företag och föreningar i Båstads kommun skriver på och arbetar aktivt med det lokala hållbarhetsavtalet tillsammans med Båstads kommun.
- Initiera ett strategiskt arbete i Båstads kommun inom områden som berör både hållbar tillväxt och näringslivsfrågor, som samhällsplanering, infrastruktur, tillgänglighet, markberedskap och fysisk planering.
- Tillhandahåll en tydlig etableringsprocess för företag som vill etablera sig, eller har behov av att utveckla sin verksamhet eller omlokalisera sig i Båstads kommun. Arbeta proaktivt med att utveckla investerings- och etableringsarbetet och ta fram en etableringsstrategi för Båstads kommun.
- Fortsätt att utveckla Båstads kommun som en attraktiv turistort och besöksmål året runt som en viktig del av Båstads attraktionskraft för att skapa förutsättningar för etablering och inflyttning.



NULÄGESANALYS

Vilka strategiska fokusområden ska Båstads kommun fokusera på för att åstadkomma största möjliga utveckling framåt? Vad är grunden för en fortsatt näringslivsutveckling och en hållbar tillväxt, och hur ska kommun och näringsliv samverka och föra dialog på bästa sätt? Hur ser det ut idag i Båstads kommun? Alla dessa frågor har ställts, diskuterats och analyserats på olika sätt i samband med nulägesanalysen. Nulägesanalysen ger en gemensam bild av nuläget och är därför en viktig bas för att tillsammans kunna forma en långsiktigt hållbar strategi framåt.

Nulägesanalysen består av primärdata och sekundärdata insamlad under hösten 2021. Primärdaten utgörs av intervjuer med intressenter, en företagsenkät till Båstads kommuns företag samt två workshops genomförda med arbetsgruppen i oktober och november 2021.

Här följer nu en redovisning av de olika delarna i nulägesanalysen: Båstads kommuns näringsliv, företagsklimat och tillväxt idag, de djupintervjuer som genomfört inom ramen för processen, en redovisning av enkätundersökningen, arbetsgruppen samt den sammanfattande SWOT-analysen. Det sammanställda materialet från de båda workshoptillfällena finns att tillgå.

BÅSTADS KOMMUNS NÄRINGSLIV, FÖRETAGSKLIMAT OCH TILLVÄXT IDAG

Här följer en redovisning av ett urval av tillgängliga data och statistik som är relevant för att ge en bild av nuläget i Båstads kommun med fokus på faktorer som påverkar näringslivsutveckling, företagsklimat och tillväxt.

BÅSTAD ÄR EN FÖRETAGSAM KOMMUN

Båstad är en företagsam kommun, idag finns det 3113 företag i Båstads kommun, av dessa är 1248 aktiebolag. 2280 av dessa har inga anställda, 600 av aktiebolagen har 1–50 anställda och 548 av dessa bolag har endast 1–10 anställda.

DE STÖRSTA FÖRETAGEN

I Båstad finns det tre riktigt stora börsnoterade företag, men på listan med flest anställda finns också betydligt mindre lokala företag. De största arbetsgivarna i Båstad är Peab, Båstads kommun, Lindab, Restaurang och Hotell Skansen, Willab Garden, Hotell Riviera Strand, Torekov Hotell Resort, Nolato, NP Nilssons och MTL Mat (ICA Supermarket). Svenskt Näringslivs bild illustrerar procentuell andel av total antal anställda i kommunen. Observera att Peabs och Nolato's siffror avser hela koncernen, alla arbetar inte i Båstad.

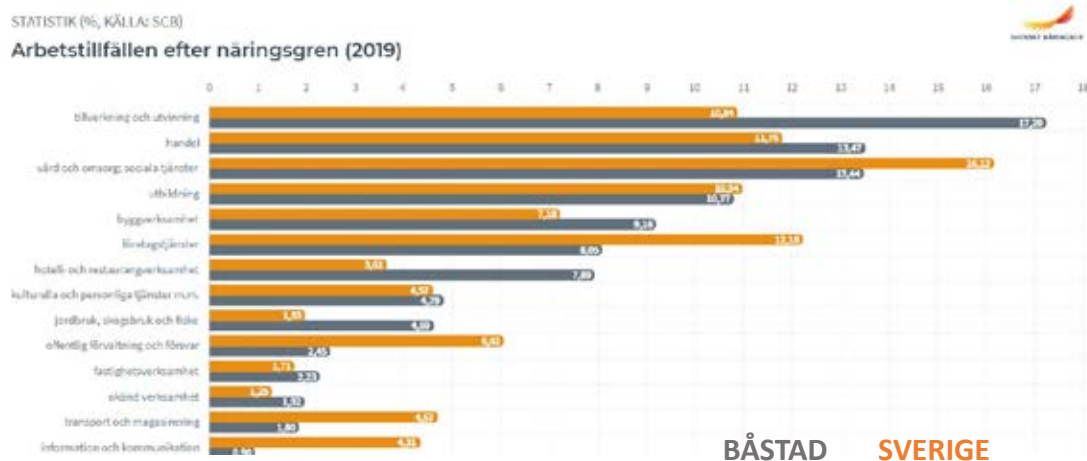
DE STÖRSTA ARBETSGIVARNA I BÅSTADS KOMMUN, SVENSKT NÄRINGSLIV (2020)



BRANSCHFÖRDELNING

De starkaste profilbranscherna i Båstads kommun är tillverkning, handel men också vård, omsorg och sociala tjänster enligt Svenskt Näringslivs siffror. Tittar man på arbetsställen per bransch ser man samma tendenser: jordbruk, handel, besöksnäring (som egentligen kategoriseras som en egen bransch i dessa sammanhang) bygg, anläggning och tillverkning.

ARBETSTILLFÄLLEN EFTER NÄRINGSREN, SVENSKT NÄRINGSLEV (2019)



NYFÖRETAGANDE

2020 utsågs Båstads kommun till Årets Nyföretagarkommun i Sverige av Nyföretagarcentrum och Visma Spcs. Priset baserades på antal nystartade företag och de aktiviteter som genomförs för att inspirera till företagande. Cirka 200 nya företag registrerades 2020 och Båstads kommun är på plats 10 i Sverige när det gäller nyföretagande enligt Nyföretagarcentrums Nyföretagarbarometer, som mäter antal startade företag per 1000 invånare i kommunerna.

ENTREPRENÖRSKAP

Ett annat område som är betydelsefullt för en kommuns näringslivsutveckling och tillväxt är entreprenörskap. Hur arbetar man med entreprenörskap? Vilken attityd har man till företagande? Finns det bra mötesplatser för företagare och entreprenörer? Hur samverkar man med näringslivsfrämjande organisationer? Hur ser samverkan ut mellan skola, näringsliv och högre utbildning? Bilden från Svenskt Näringsliv visar andel elever som drev så kallade UF-företag (Ung Företagsamhet) i Båstads kommun jämfört med i Sverige som helhet.

UNG FÖRETAGSAMHET I BÅSTAD 2015-2019



INFRASTRUKTUR

En bra infrastruktur i en kommun, men självklart även till och från kommunen, är en oerhört viktig bas för näringslivsutveckling, tillväxt och attraktivitet. I Båstads kommun har man goda förutsättningar när det gäller infrastruktur med tanke på sin storlek som kommun, även om det finns ytterligare utvecklingspotential. Kommunen ligger nära E6, man har en egen tågstation i både Båstad och Förslöv, Skånetrafiken trafikerar kommunen, man har flera flygplatser inom nära räckhåll och det finns en ganska väl utbyggd infrastruktur för både cykelpendling och cykelturism. Cirka 40% pendlar in till kommunen och cirka 42% pendlar ut dagligen. Tillgång till energi, VA och bredband spelar även en central roll för kommunens attraktivitet för företag. Ungefär 75 % av fastigheterna på landsbygden i Båstad kommun har idag fiber eller möjlighet till fiber. I tätorten Båstad är denna siffra 92%.

KOMMUNAL VERKSAMHETSMARK

När Industrigruppens i Båstads kommun gjorde en inventering till sina medlemsföretag under hösten 2021 och frågade om företagets förväntade behov av ny verksamhetsmark och lokaler de kommande fem åren, svarade 10 av de totalt 17 deltagande företagen att de kommer att ha ett behov av detta. I Båstads kommuns översiktsplan pekas de områden ut som kommunen idag satsar på när det gäller verksamhetsmark: Förslöv, Båstad centralt, Båstad norr, Greve och Östra Karup. Tillgången på färdig kommunal verksamhetsmark är i dagsläget inte så stor i Båstads kommun.

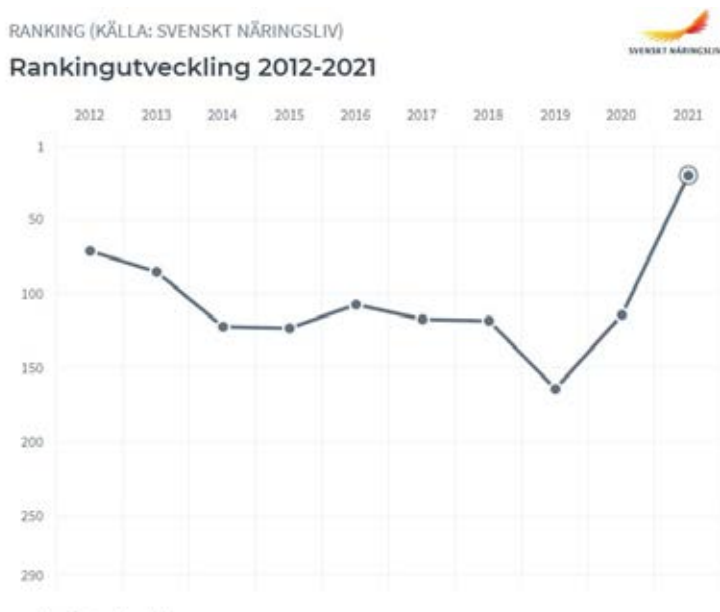
ANDRA FAKTORER SOM PÅVERKAR ATTRAKTIVITETEN

Det finns även andra faktorer som påverkar attraktiviteten för företag i en kommun som är av betydelse för en kommuns näringslivsutveckling och hållbara tillväxt. De faktorer är till exempel invånarantal (folkmängd, åldersfördelning men även antal åretruntboende), in- och utflyttning, utbildningsnivå, tillgång till arbetskraft med rätt kompetens, arbetslöshet, andel personer som har sitt arbete i kommunen, tillgång till bostäder, service och skolor, fritidsutbud men även Båstads kommuns varumärke. Alla dessa faktorer påverkar företagets närmarknad, hur kompetensförsörjningen ser ut, vilka målgrupper man har, men självklart också attraktivitet för företagarna själva och standarden för att bo, leva och verka (både när det gäller bostäder, service, skolor och fritidsutbud). Båstads kommun har ett gynnsamt läge när det gäller de flesta av dessa parametrar men har även, i likhet med flera andra kommuner, till exempel utmaningar när det gäller befolkningsstruktur, kompetensförsörjning och tillgång på bostäder.

BÅSTADS KOMMUNS FÖRETAGSKLIMAT

Både Sveriges kommuners och regioners (SKRs) mätning Insikt och Svenskt Näringslivs mätningar visar att service och bemötande har förbättrats och utvecklats de senaste två åren i Båstads kommun. I Svenskt Näringslivs senaste enkät (2021) har 104 företag svarat på en rad frågor om vad de anser om företagsklimatet i Båstads kommun. 2021 ligger Båstad på plats 20, tidigare år på plats 114, vilket innebär en rejäl klättring i Svenskt Näringslivs ranking av företagsklimatet i Sverige. 54,9 % av de som svarat tycker att företagsklimatet är bra i Båstads kommun.

SVENSKT NÄRINGSLIVS RANKING AV FÖRETAGSKLIMATET ÅR 2012-2020



Företagen anser att företagsklimatet som helhet har blivit bättre och ger ett högre sammanfattande omdöme men även områdena service och bemötande, dialogen mellan företag och beslutsfattare, kommunpolitikernas och tjänstepersonernas attityd till företagande samt informationen till företagen anses ha blivit bättre.

SAMMANFATTANDE OMDÖME AV FÖRETAGSKLIMATET I BÅSTADS KOMMUN



Svenskt Näringsliv ställde även frågan till företagare och politiker i Båstads kommun om vilket eller vilka områden som de tycker att kommunen ska prioritera för att förbättra företagsklimatet i kommunen. Här svarade företagen minskad brottslighet och ökad trygghet, bättre förståelse för företagande samt bättre dialog mellan kommun och företag. Politikerna svarade mer byggbar mark, snabbare handläggning och bättre dialog mellan kommun och företagare.

SKR mäter årligen Nöjd Kund Index i sin Insiktsundersökning. 2021 fick Båstad 78 poäng totalt, vilket innebär plats 35 i Sverige och en tredje plats i Skåne. Insikt är en servicemätning av kommunernas myndighetsutövning och mäter sex serviceområden: tillgänglighet, bemötande, information, rättssäkerhet, kompetens och effektivitet.

SKRS NKI UNDERSÖKNING

Kommun	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Förändring ¹ 2012-2020	Förändring ² 2019-2020
Ale	64	63	69	74	71	67	71	70	6	-1
Alingsås	59	62		60	62	63	59	67	8	8
Alvesta	64	65		77	73	72	73	84	20	11
Arboga	64	65		69	75	77	76	75	11	-1
Askersund	75	73		80	76	73	73	78	3	5
Avesta	69	75		68		81	80	77	8	-3
Bengtstors	71				77	82	76	83	12	7
Bjuv	64	67		66			68	62	-2	-6
Boden	66	76		78	84	80	78	86	20	8
Bollnäs	71	64		66	65	75		73	2	*
Borås		62		66	72	71	71	73	11	2
Botkyrka	66	72	66	68	71	70	73	75	9	2
Bromölla	75	76	84	82	73	71		56	-19	*
Burlöv	69	72			70	79	73	77	8	4
Båstad	61	69		73		71	71	78	17	7
Dals-Ed				80	69	79	75	80	0	5

Kommun	NKI						
	Totalt	Brandskydd	Bygglov	Mark-upplåtelse	Miljö- och hälsoskydd	Livsmedelskontroll	Serverings-tillstånd
Ale	70		56		72	85	
Alingsås	67		52	72	56	78	84
Alvesta	84		85				
Arboga	75				75		
Askersund	78		72			82	
Avesta	77		78		71	79	
Bengtstors	83		86			84	
Bjuv	62				55	64	
Boden	86		93		71	90	
Bollebygd	60						
Bollnäs	73		70			74	
Borås	73	76	76	77	68	74	76
Botkyrka	75	80	70	73	70	80	
Bromölla	56						
Burlöv	77		81		63	88	
Båstad	78		81		67	87	
Dals-Ed	80						
Danderyd	76		71			77	
Ekerö	69				64	74	
Eksjö	79		77			81	
Falkenberg	68		63	66	63	84	73

DJUPINTERVJUER

Intervjuerna är en del i nulägesanalysen och arbetet med att ta fram en ny näringslivsstrategi för Båstads kommun. Totalt har fem personer intervjuats under oktober 2021. Personerna valdes ut och föreslogs av Båstads Turism och Näringsliv och beslutades av referensgruppen. Samtliga fem personer verkar i Båstads kommun och representerar näringslivet och Båstads kommun (kommunen). Intervjufrågorna har handlat om Båstads kommuns näringslivsutveckling, företagsklimat och hållbar tillväxt med fokus på utvecklingspotential och framgångsfaktorer samt vilken utveckling man vill se framöver.

Intervjusvaren har sammanställts av Place Promotion. Samtliga intervjufrågor finns i bilagan 1. Nedan sammanfattas intervjuerna under de fokusområden som strategin baseras på.

KOMMUNIKATION, SERVICE OCH BEMÖTANDE

Här säger några av de intervjuade att Båstads kommun inte sticker ut på detta område och att det ibland kan vara svårt att få kontakt. Någon anser att kommunen borde lägga mer tid på att prioritera kommunikation, service och bemötande när det gäller just de större företagen eftersom de har en nyckelroll, många är beroende av dem och de drar till sig andra företag. Någon svarar att det främst är Båstad Turism och Näringsliv, och inte Båstads kommun, som kommunicerar gentemot företagen. Några respondenter upplever att Båstads kommun fungerar bra när det gäller just service och bemötande, och bättre än några andra kommuner som de har erfarenhet från, men att det självklart finns förbättringsområden även om både bemötandet och tillgängligheten blivit bättre.

Service 24/7 pratar några av de intervjuade om och att det både krävs och förväntas idag. Ökad enkelhet, tillgänglighet och att kunna följa sitt ärende på webben 24/7 är något som efterfrågas. Företagslotsarbetet lyfts som något positivt av flera av de intervjuade och här ser man att det finns ytterligare utvecklingspotential till exempel genom att börja mäta utfallet med lotsarbetet.

INFRASTRUKTUR OCH GOD MARKBEREDSKAP

Här svarar samtliga intervjuade personer att infrastrukturen är bra till och från Båstads kommun när det gäller större vägar, tillgång till flygplatser och järnväg. Någon säger att det finns förbättringsområden inom exempelvis vattenområdet. Att infrastrukturen och kommunikationerna inom Båstad och på Bjärehalvön behöver utvecklas lyfts också i intervjuerna som ett utvecklingsområde. Här nämns bland annat den ökande trafiken genom Båstad, kollektivtrafiken till och från stationen, Norrviken och Apelrydsskolan men också bättre parkeringsmöjligheter. Att den digitala infrastrukturen är viktig för näringslivet nu och i framtiden, konstateras också, likaså att utbygganden av den digitala infrastrukturen inte får stanna upp utan måste fortsätta att utvecklas på Bjärehalvön.

Samtliga respondenter tycker att markberedskapen är dålig i Båstads kommun. Markberedskapen anses vara viktig för företagens utveckling och nyetableringar, och det poängteras att risken är stor att företagen väljer en lösning i en annan kommun. Någon intervjuade efterfrågar en proaktiv politik och kommun som arbetar för att underlätta markberedskapen och inte "lägger över ansvaret på näringslivet". En intervjuade föreslår en tätare samverkan med näringslivet kring dessa frågor exempelvis genom Industrigruppen.

KOMPETENSFÖRSÖRJNING

När det handlar om kompetensförsörjning svarar alla att det krävs mer samarbetet skola-näringsliv. Någon upplever att det inte finns en plan för hur man arbetar med dessa frågor i kommunen. Alla de intervjuade har själv erfarenhet av utmaningar med kompetensförsörjning och rekrytering av vissa yrkesgrupper. En av de intervjuade konstaterar att även om detta inte är ett Båstadspecifikt problem behöver alla aktörer ta sitt ansvar och bidra till lösningar eftersom det får direkta konsekvenser för företagen. Att arbeta proaktivt med den pågående strukturförändringen tillsammans och att ta fram en plan för hur man ska arbeta med frågorna i Båstad är två av de förslag som lyfts.

ENTREPRENÖRSKAP OCH KREATIVA MILJÖER

Några av de intervjuade tycker att Båstads kommun står sig bra på detta område, då kommunen har ett stort nyföretagande och erbjuder en bra miljö. Båstads Turism och Näringsliv och Industrigruppen lyfts som bra mötesplatser av flera. Kommunen anses också ha bra förutsättningar att attrahera fler företagare, även om det då är viktigt att exempelvis ha attraktiva bostadsområden som lockar entreprenörer.

Flera lyfter att Båstads kommun borde arbeta ännu tigare med Båstads Turism och Näringsliv och vara mer proaktiva än vad de är idag i dessa frågor. "Att det är en fin miljö att driva företag i Båstads kommun har främst med superentreprenörerna att göra", säger en person. Någon tycker att "Båstad har redskapen inom detta område men att de behöver vidareutvecklas, och att det behöver finnas fler lokaler". En person konstaterar att det startas mycket företag i Båstad men att det kanske inte är så många av dessa företag som växer till sig och blir större. Någon upplever också att många av frågorna är besöksnärliga relaterade och att fokus därför behöver breddas.

"Vi saknar kreativa växthus och gödning här, vi odlar men förädlar inte det vi har. Vi har inga innovationsföretag eller techbolag, ingen akademi eller högskola, även om de stora företagen här anlitar den kompetensen. Vi borde ta tillvara på huben och kreativiteten! Näringslivet har nog inte tid att driva men de finansierar nog gärna", säger en företagare.

PLATSENS UTVECKLING, ATTRAKTIONSKRAFT OCH HÅLLBAR TILLVÄXT

Här svarar flera av de intervjuade att Båstads varumärke är oerhört starkt, här finns "allt". Någon säger att kommunen är liten och har goda möjligheter att vara snabbfotad, men att man också har många entreprenörer som jobbar för att göra platsen bra för företagande och turism. "Varumärket är väldigt starkt och vi är många som filar på det ihop". En annan fördel, enligt intervjuerna är det diversifierade näringslivet, det småskaliga företagandet och att man ser varandra som kollegor istället för konkurrenter. Man nämner också att Båstad Turism och Näringsliv arbetar med detta område på ett bra sätt, bland annat ihop med Familjen Helsingborg. Någon säger att Båstads kommun bidrar med infrastrukturen. En annan av de intervjuade svarar att hans företag har en bra dialog med många i kommunen när det gäller detta. Några av de intervjuade är däremot kritiska till Båstads kommuns roll inom detta område och osäkra på hur, och om, kommunen arbetar aktivt med dessa frågor. "Båstad är en kommun som får mycket gratis via tennis och turism, även om kommunen har begränsade resurser och kunskaper borde de ändå kunna vara mer snabbfotade." För att utveckla Båstads kommun ytterligare och attrahera fler nämner flera av intervjupersonerna att det behövs mer verksamhetsmark, lokaler, attraktiva bostäder och lockande innovationsmiljöer. Att lyfta företag och entreprenörer som redan verkar här, exempelvis de större börsbolagen, skulle också vara ett sätt att marknadsföra Båstads kommun som en attraktiv kommun. Att vara "bra på att vara kommun" och erbjuda kvalitet när det gäller det en kommun levererar till sina invånare är ett annat förslag i detta sammanhang.

Inom området för hållbarhet finns det mer att önska i Båstads kommun och att hållbarhet handlar så mycket mer än om miljö, anser några företagare. Många säger också att det är svårt att definiera hållbarhet i detta sammanhang och veta vilka aktiviteter som ska kopplas till detta. Flera är eniga om att kommunen behöver växla upp på hållbarhetsområdet och ladda varumärket även med det. Bjäre Klimatkonsortium lyfts som ett bra näringslivsinitiativ. Någon tycker att Båstads kommun måste arbeta och agera tydligare när det gäller hållbarhet eftersom det är nödvändigt för kommunens attraktivitet framöver. "Kommunen skulle kunna ta mer lead inom hållbarhet för att inspirera företag i kommunen, exempelvis genom sina inköp, använda mer lokalproducerat och genom att ha fler mjuka parametrar i sina upphandlingar". Att arbeta mer med laddinfrastrukturen i kommunen efterlyses också.

Någon säger att Båstads kommun har en ÖP (översiktsplan) som är väldigt restriktiv, det finns en tydlig strategi att satsa på vissa områden och slå vakt om de värden som finns. Ofta är det svårt i den enskilda frågan att se detta i det större perspektivet, vilket är ett utvecklingsområde.

SAMVERKAN/ROLLER/ANSVAR

"Vi måste satsa och hitta lösningar tillsammans! Vi i Båstads kommun har alla förutsättningar att göra detta rätt och vettigt jämfört med många andra kommuner som inte alls har samma förutsättningar som oss", säger en företagare som intervjuats. Detta synsätt är det flera av de som intervjuats som håller med om och uttrycker. Alla av de intervjuade lyfter vikten av just ökad samverkan, rollfördelning och tydlighet mellan alla de olika aktörer och intressenter som finns i näringslivet (Båstads kommun, företag, Båstad Turism och Näringsliv, föreningar och intresse-organisationer som samlar företag samt andra näringslivsrelaterade aktörer). Några av de intervjuade upplever en otydlighet kring dessa frågor idag. Även kommunens roll behöver förtydligas ibland när det gäller just myndighetsutövning för att öka förståelsen för kommunens ibland komplexa roll och varför vissa processer tar tid.

Rollfördelningen mellan Båstads Turism och Näringsliv och Båstads kommun är emellanåt otydlig. Några säger att kommunen bör samverka tätare med Båstads Turism och Näringsliv. "Kommunen behöver ta ledarrollen tydligare ibland, synas mer och ge näringslivet uppskattning", säger en av företagarna. Båstads Turism och Näringslivs mandat nämns också som något som behöver förtydligas i vissa frågor.

Hur Båstads kommun arbetar med näringslivsutvecklingsfrågor, företagsklimatsfrågor och hållbar tillväxt är ibland oklart för några av de intervjuade. Flera efterlyser en tydligare kommunikation från Båstads kommun kring detta men också från politikerna, vad gäller deras engagemang i frågorna, vilka ambitioner man har och hur man prioriterar näringslivsfrågorna. En proaktiv dialog, information och kommunikation med företagen från kommunens sida kring näringslivsutveckling, aktuella bygg- och utvecklingsprojekt efterfrågas även. Ibland upplever några av intervjupersonerna att Båstads kommun "lämnat över näringslivsfrågorna till entreprenörerna och att entreprenörerna förväntas lösa mycket av det som kommunen inte själva kan lösa".

BÅSTAD TURISM OCH NÄRINGS LIV

En av frågorna i intervjuerna handlade om Båstad Turism och Näringslivs roll. Många av de intervjuade svarar att de tycker att de fyller en bra roll, men att de har mycket fokus på mindre företag och på turism. Även här svarar några att de anser att kommunens verksamhet behöver vävas ihop tydligare med Båstad Turism och Näringslivs och att de behöver mer mandat i vissa frågor. Man anser också att de fyller en viktig roll, att de är en bra länk mellan kommun och näringsliv och att deras verksamhet utvecklats positivt de senaste åren. Flera nämner företagslotsarbetet som något mycket positivt även om några anser att det arbetet kan utvecklas ytterligare.

MÄTETAL

För att följa upp näringslivsstrategin och näringslivsutvecklingen föreslår de intervjuade flera saker: Mät nyinvesteringar, antal nyetableringar, skapa en fokusgrupp för industri, mät och följ upp hållbarheten, väg gärna in några sociala mål (exempelvis hur många har gått ut åk 9 med fullständiga betyg?), berätta om allt nytt som händer i kommunen och hitta nya sätt att arbeta med investeringar. Följ också upp och kontakta de företag som väljer att lämna Båstads kommun och flyttar sin verksamhet någon annanstans för att få reda på varför.

ÖVRIGA KOMMENTARER

Allra sist i intervjun gavs intervjupersonen möjlighet att lägga till något som personen ville lyfta: Genom att ta fram en näringslivsstrategi anser några av intervjupersonerna att man skapar större förutsättningar för att få en stabilitet och långsiktighet i företagsklimatet (näringslivsraking). Någon säger även att man bör fundera på vilka etableringar man vill ha framöver och vad "som passar in i Båstads kommuns varumärke" för att förtydliga hur man vill att Båstad ska växa och inom vilka branscher. En person uttrycker det som att "man måste våga välja väg för hur man ska ta tillvara på de företag man har och vilka företag man vill ha hit".

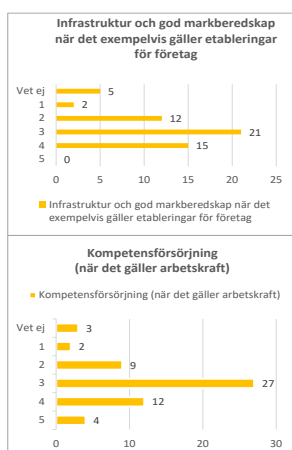
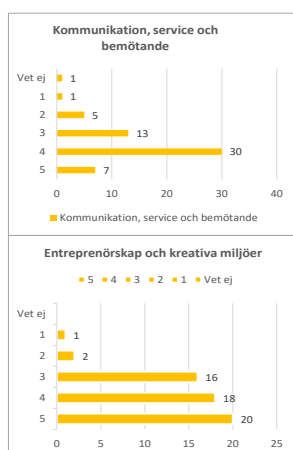
ENKÄT

Under oktober/november 2021 skickade Båstad Turism och Näringsliv ut enkät som alla företag i Båstads kommun erbjöds att svara på. Möjligheten att besvara enkäten marknadsfördes även bland annat i sociala kanaler. Totalt besvarade 54 personer enkäten. Tre nyckelfrågor har lyfts ut i denna rapport, samtliga enkätfrågor finns i bilaga 2. Samtliga enkätsvar finns att tillgå.

HUR VÄL STÅR DIG BÅSTAD IDAG INOM DE FEM STRATEGISKA FOKUSOMRÅDEN?

Denna fråga (fråga 1 i enkäten) handlade om hur väl Båstad står sig idag inom de fem strategiska områdena kommunikation, service och bemötande till företag, infrastruktur och markberedskap, kompetensförsörjning, entreprenörskap och kreativa miljöer samt platsens utveckling, attraktionskraft och en hållbar tillväxt. Här får platsens utveckling, attraktionskraft och hållbar tillväxt flest "väl godkänt" (flest betyg 4 eller 5) medan Infrastruktur och markberedskap samt området kompetensförsörjning är de två områden som får minst antal "väl godkänt" (betyg 4 eller 5).

HUR VÄL STÅR DIG BÅSTAD IDAG INOM DE FEM STRATEGISKA FOKUSOMRÅDEN?



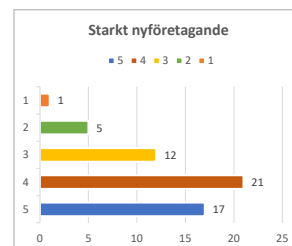
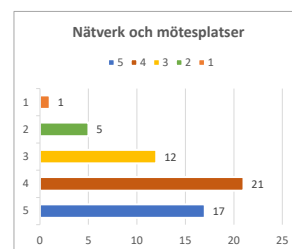
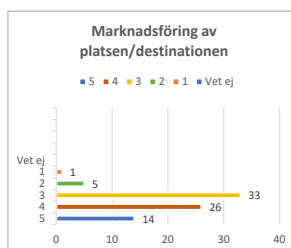
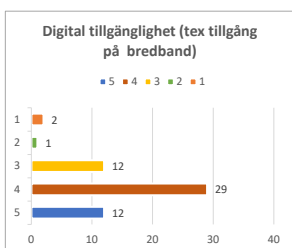
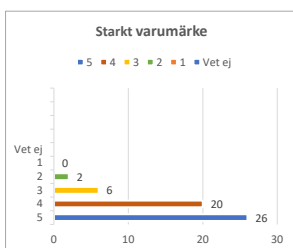
- **Platsens utveckling, attraktionskraft och hållbar tillväxt** får mest "väl godkänt" (flest betyg 4 eller 5)
- **Infrastruktur och markberedskap** samt området **kompetensförsörjning** är de två områden som får minst antal "väl godkänt" (betyg 4 eller 5)

BÅSTADS ABSOLUTA STYRKOR NÄR DET GÄLLER NÄRINGSUTVECKLING OCH TILLVÄXT

På frågan om vilka som är Båstads absoluta styrkor när det gäller näringsutveckling och tillväxt svarade respondenterna att ett starkt varumärke, digital tillgänglighet, marknadsföring av platsen/destinationen,

nätverk och mötesplatser respektive starkt nyföretagande är Båstads kommuns absoluta styrkor. Hållbarhet är det område som fick minst 4:or och 5:or och därmed inte anses vara ett av Båstads absoluta styrkor idag av de som svarat på enkäten.

BÅSTADS ABSOLUTA STYRKOR NÄR DET GÄLLER NÄRINGSUTVECKLING OCH TILLVÄXT



TOPP FEM:

Starkt varumärke, digital tillgänglighet, marknadsföring av platsen/destinationen, nätverk och mötesplatser respektive starkt nyföretagande

VAD BEHÖVER BÅSTAD UTVECKLA?

I enkäten frågade vi även (i enkätfråga två) vad Båstad behöver utveckla för att det ska bli så enkelt och attraktivt som möjligt att starta, driva, utveckla och/eller etablera företag i Båstads kommun. Här skulle respondenterna välja fem områden var. De fem områden som flest av de som svarat på enkäten valde här är:

Attraktivitet för Båstad som boendeort

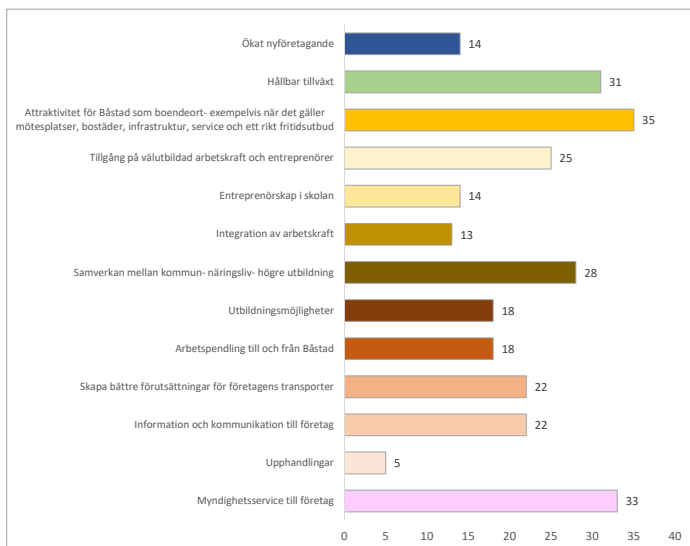
Myndighetsservice företag

Hållbar tillväxt

Samverkan kommun-näringsliv-högre utbildning

Tillgång på välutbildad arbetskraft och entreprenörer

VAD BEHÖVER BÅSTAD UTVECKLA?



TOPP FEM:

- Attraktivitet för Båstad som boendeort (35)
- Myndighetsservice till företag (33)
- Hållbar tillväxt (31)
- Samverkan mellan kommun-näringsliv-högre utbildning (28)
- Tillgång på välutbildad arbetskraft och entreprenörer (25)



SWOT-ANALYS

I framtagandet av strategin har arbetsgruppen i samband med de två workshoptillfällena bland annat fått göra en SWOT-analys för att arbeta med nulägesanalys, vision, mål och strategier. SWOT-analysen är en metod som kan användas bland annat för att analysera strategier, göra utvärderingar och nulägesanalyser och för att dra upp riktlinjer för framtiden. Vad görs bra idag? Vad kan man dra nytta av och utveckla ytterligare? Vad kan man förbättra? Vilka utmaningar står vi inför- och är det något vi kan påverka? En SWOT kan också användas med fördel när man ska formulera en gemensam strategi gällande någon fråga. SWOT är en förkortning av: S = Strengths (Styrkor) W = Weakness (Svagheter) O = Opportunities (Möjligheter) T = Threats (Hot)

Den SWOT-analys som presenteras här är en sammanställd analys av all insamlade data, primär och sekundär, i nulägesanalysen och sammanfattar nuläget för Båstads kommun med fokus på näringslivsutveckling och hållbar tillväxt.

SWOT-ANALYS

	INTERNA FAKTORER	EXTERNA FAKTORER
POSITIVA	STYRKOR Infrastruktur till och från Båstad Starkt varumärke som många bygger Stort nyföretagande Entreprenörsandan Företagslots Bra mötesplatser	MÖJLIGHETER Kommunikation, service och bemötande gentemot företag Service 24/7 (digitalisering) Samarbete skola-näringsliv (kompetensförsörjning) Stödsystem entreprenörer Ladda Båstads varumärke även med hållbarhet Hållbar omställning
NEGATIVA	SVAGHETER Markberedskap och verksamhetslokaler Samverkan, rollfördelning och tydlighet Infrastruktur inom Båstad och på Bjäre Infrastruktur VA och energi Befolkningsstrukturen ("timglas") Återvinning "Action" kompetensförsörjning	HOT Regelverk och långa ledtider (myndigheter) Energibrist

BILAGOR

1. Intervjufrågor djupintervjuer
 2. Enkätfrågor
 3. Deltagande personer
- Deltagare i arbetsgruppen (projektgrupp och styrgrupp)
- Intervjuade personer

REFERENSMATERIAL

Data och statistik inhämtad från Båstad Turism och Näringsliv.

Svenskt Näringslivs mätning av lokalt företagsklimat 2021, se: www.foretagsklimat.se

Sveriges Kommuner och Regioners Insiktsundersökning 2021 (servicemätning av kommunernas myndighetsutövning), se: DENNA STRATEGI ÄR FRAMTAGEN I SAMARBETE MED PLACE PROMOTION <https://skr.se/skr/naringslivarbetedigitalisering/naringslivforetagsklimat/foretagsklimat/insikt.6696.html>

DENNA STRATEGI ÄR FRAMTAGEN I SAMARBETE MED PLACE PROMOTION

