

Verksamhetsplan 2018

Strategi och tillväxt



Östra Göinge
kommun

Innehållsförteckning

Verksamhetsplan 2018 Strategi och tillväxt	1
1 Verksamhetsområdets mål	3
2 Förutsättningar	4
3 Nulägesanalys	6
4 Verksamhetsmål, uppföljning och övergripande prioriteringar	10
4.1 Attraktiv arbetsplats	10
4.2 Att öka nettotillväxten av antalet företag	10
4.3 Stärka platsens attraktivitet	11
4.4 Kundtjänst ska vara verksamheternas ansikte utåt	11
5. En förvaltning	11

1 Verksamhetsområdets mål

Ett resultatmål från mål- och resultatplanen 2019, prioriterat förvaltningsmål samt två specifika verksamhetsmål.

- Verksamhetsmål 1 - Attraktiv arbetsplats
- Verksamhetsmål 2 - Att öka nettotillväxten av antalet företag
- Verksamhetsmål 3 - Stärka platsens attraktivitet
- Verksamhetsmål 4 - Kundtjänst ska vara verksamheternas ansikte utåt

2 Förutsättningar

Uppdrag

Verksamhetsområdet Strategi och tillväxts uppdrag innefattar strategiskt stöd till politiska ledningen och förvaltningsledningen i frågor kopplade till strategisk planering och utredning, tillväxt och entreprenörskap, kommunikation och marknad samt kundtjänst.

Grunduppdraget består av följande huvudinriktningar:

Strategisk planering och utredning

- Att säkerställa den strategiska omvärldsbevakningen med fokus på framtidsstudier
- Att genomföra kvalificerade utredningar och kvalitetsstrategiska uppgifter
- Att verka som processledare
- Att arbeta med externa finansieringslösningar

Tillväxt & Entreprenörskap

- Att stimulera och samverka med företagsgrupper, myndigheter, regionala och delregionala organisationer
- Att utveckla servicegraden från kommunens förvaltning gentemot företagare
- Att göra det lätt att starta, växa och driva företag i Östra Göinge
- Att stimulera och samverka med företag så att Östra Göinge blir en attraktiv plats

Kommunikation och marknad

- Att ta fram kommunikationsstrategier, såväl övergripande som för olika projekt och händelser
- Att äga och utveckla relevanta kommunikationskanaler som stödjer verksamheternas interna och externa kommunikation
- Att ge prioriterade målgrupper bred och korrekt inblick i verksamheternas arbete
- Att utveckla och leda arbetet med platsens attraktivitet.

Kundtjänst

- Att vara verksamheternas förlängda arm genom att ge kunderna en unik och sömlös upplevelse
- Att vara ambassadörer för Östra Göinge kommun och platsen Östra Göinge
- Att professionellt utveckla det digitala och fysiska mötet med kunderna
- Att med en välanpassad servicenivå hantera kundens förväntningar och behov

För att utveckla våra grunduppdrag är det viktigt att arbeta strategiskt med digitala verktyg och digital transformering.

Driftsbudget (tkr)		
Verksamhet	Nettokostnad	Vht
Näringslivsfrämjande åtgärder	1 573,9	220X
Kommunikation och marknad	3 121,4	220X
Konsumentrådgivning	26,0	225X
Budgetrådgivning	91,0	571X
Kundtjänst	1 575,1	713X
SPU	2 722,2	702X
EU samordnare	554,4	713X
Turism	1 163,0	230X
Total budget	10 827,0	

3 Nulägesanalys

Analys utifrån Resultatmål från mål och resultatplanen som berör verksamhetsområdet

”Utmaningsområde - Arbete och företagande; År 2019 har företagandet ökat genom riktade insatser inom entreprenörskap.”

Besöksnäringen är en bransch i tillväxt med många nya investeringar inom hotell, restaurang, konferens och aktiviteter. Inom den traditionella tillverkningsindustrin görs investeringar och orderingången ökar vilket tyder på god tillväxt och konkurrenskraft. Konjunktoren för företagen i Östra Göinge bedöms vara god med bra förädlingsvärde.

Totalt antal företag i Östra Göinge kommun är 1 327 stycken per den 2017-09-30 (1 311 stycken 2016-12-31). Totalt antal sysselsatta i Östra Göinge är ca 5000.

Nystartade företag i Östra Göinge kommun skiljer sig mot riket som helhet främst inom branscherna Jord & Skog & Energi (+16,1%), Handel & Restaurang (+22,8%) och Tjänsteföretag (-29,0 %).

Branschsektorn Tjänsteföretag, som är svag i Östra Göinge, innefattar företag som erbjuder tjänster inom bl.a. IT, ekonomi, reklam, juridik, försäkring, uthyrning av fastigheter och maskiner, resor, städning, kropps- och hårvård.

Branschfördelning på arbetsställen i Östra Göinge kommun jämfört med hela Sverige visar att de största skillnaderna finns inom Jord & Skog & Energi (+15,9%) och Tjänsteföretag (-14,5 %). Noterbart är också skillnaden inom Tillverkning (+3,5 %).

Nettotillväxt av företag i Östra Göinge under 2016 samt januari -september 2017:

- 87 företag har tillkommit (nystartade och nyinflyttade)
- 113 företag har försvunnit (upphörda och utflyttade)

Totalt har det skett en minskning med 26 företag i Östra Göinge kommun vilket ger en nettoförändring på – 1,9 % för 2016.

Perioden januari - september 2017 har inneburit en positiv nettotillväxt, med en ökning med 16 företag sedan årsskiftet och vilket innebär +1,2 %.

De största skillnaderna mellan Östra Göinge kommun och riket finns hos soloföretagen (+4,9 %) och de med 1-4 anställda (-3,8 %). Det finns 44 arbetsställen ("arbetsplatser") med minst 20 anställda.

Östra Göinge kommuns 10-i-topplista på företag med säte i kommunen med störst nettoomsättning är; Sibbhultsverken AB, Haki AB, Glimåkra of Sweden AB, Göingehem AB, Theorema Scandinavia AB, Krogshults Maskinstation Lille Mats AB, Scavanti AB, Trading Direct in Sweden AB, AB Järletoft Bygger och Diedenporten AB.

Större filialer med huvudkontor i annan kommun är bl.a. Tarkett AB (i Hanaskog, 100-199 anställda), Bergkvarabuss AB (i Broby, 50-99 anställda) och Swepart Transmission AB (i Sibbhult, 50-99 anställda).

I Östra Göinge kommun finns en betydligt högre andel äldre företag än riket (+10,3 %) i övrigt, medan antalet nya företag och medelålders företag har lägre andel.

Östra Göinge kommun har lägre andel kvinnligt drivna företag jämfört med riket (- 3,6 %) och även jämfört med länet (- 4,1 %).

Företag i Östra Göinge kommun skiljer sig inte så mycket mot riket utan har ungefär samma finansiella värden. Baserat på UC Risk med betyg 1 (högst risk) - 5 (lägst risk) innebär det att aktiebolag med bra kreditvärdighet riskklass 3-5 utgör 92,1 % (samma nivå som riket), vilket innebär att risken att upphöra inom 12 månader är < 3 %.

Sammanställning av diverse övrig statistik:

- Antal enskilda firmor: 808 stycken (58 % andel)
- Antal AB: 445 stycken (32 % andel)
- Soloföretag: 982 stycken (69 % andel)
- Arbetsplatser>20 anställda: 41 st. (3 % andel)
- Andel kvinnliga VD/ansvariga nya: 29 %
- Andel kvinnliga VD/ansvariga alla företag: 23 %
- Största branschen nystartade företag: Tjänsteföretag 30 %
- Största branschen alla arbetsställen: Jord & Skog & Energi 29 %

Sammanfattande analys:

Övervägande del av företagen är i riskklass 3-5 vilket innebär att risken att upphöra inom 12 månader är < 3 %. De 10 företag med störst omsättning har sitt säte i Östra Göinge kommun vilket innebär att de sannolikt inte flyttar sin kärnverksamhet. Största ökning inom nystartade företag är inom tjänsteföretag (30 %). Det är det område som ligger under riksgenomsnittet och bör/ska prioriteras för att få fler företag att flytta hit, samt för att behålla och få befintliga företag att växa och stanna kvar i kommunen. En potential är att vi har ett stort antal soloföretag i kommunen som vi med bearbetning kan förflytta till 1-4 anställda.

Styrkor: Näringslivsstrategi, personal med rätt kompetens, korta beslutsvägar och snabba förankringsprocesser. Välutvecklat samarbete med externa aktörer och interna verksamheter genom bland annat projekt.

Utmaningar: Att samverka med näringslivet samt utveckla samarbetet mellan kommunens egna interna verksamheter. Att genom lokalt, delregionalt och regionalt arbete verka för fler etableringar i kommunen.

Analys utifrån för verksamhetsområdet relevanta strategier och/eller andra program, policy eller planer beslutade av politiken (KF/KS)

För Strategi och tillväxts verksamhetsmål är det framförallt mål 2 "Att öka nettotillväxten av antalet företag", men också mål 3 "Stärka platsens attraktivitet" som det finns stöd för i kommunens strategier och program. För mål 1 "Attraktiv arbetsplats" och 4 "Kundtjänst ska vara verksamheternas ansikte utåt", finns inga direkta strategikopplingar.

Näringslivsstrategin, Översiktsplanen, Vägen till arbete, Trafikstrategin, Bredbandsstrategi, Grafisk profil, Skåne Nordost (SKNO) – verksamhetsplan samt därtill beslutade planer och strategier, Skånes regionala utvecklingsstrategi, Riktlinjer för bostadsförsörjning.

Styrkor: Väl utarbetade underlag som används kontinuerligt. Flexibla och förändringsbenägna medarbetare.

Utmaningar: En utmaning är att skaffa insyn i styrdokument för att åstadkomma konkreta handlingar utifrån planer och strategier.

Analys utifrån förvaltningens övergripande prioriteringar – Sysselsättning

Utifrån serviceåtagande och hanteringen av näringslivsfrågor berörs sysselsättningsproblematiken på olika sätt genom att utveckla befintliga företag samt verka för att nya företag ska etableras.

Styrkor: Bra kontaktnät inom företagandet i kommunen, god kunskap om infrastruktur och kollektivtrafik samt välutvecklad samverkan med externa aktörer. Kompetenser för att bidra med statistik, omvärldsbevakning och kommunikation samt för att lotsa kunderna rätt i processerna.

Utmaningar: Att minska verksamhetens sårbarhet på grund av organisationens ringa storlek och att tjänster är personberoende. Att kunna verka kraftfullt gentemot externa resurskraftiga organisationer. Att våra kompetenser inte är fullt ut kända i verksamheterna. Att verka för en ökad etableringsgrad och förbättrade pendlingsmöjligheter.

Analys utifrån förvaltningens övergripande prioriteringar – Digitalisering

För att hänga med i den snabba utvecklingen handlar det inte endast om att lansera ytterligare ett tekniskt system, utan det är också en insikt i att förstå människorna bakom de digitala skärmarna. Investeringar handlar inte i första hand om ny teknik utan om att uppnå ett förändrat beteende. Det är först när medarbetarna ändrar sina beteenden och är aktiva användare av den nya tekniken som nyttan uppstår.

Styrkor: Bedriver Framtidens Arbetssätt och Miljö (FRAM)-projektet som är en del av digitaliseringen. Kommunikationsavdelning är duktiga på att använda digitala kanaler som kommunikationsmedel. Digitalt intresserade och engagerade medarbetare. Kundtjänst som har första mötet med kunder arbetar målgruppsanpassat genom att bland annat använda digitala kanaler.

Utmaningar: Att få arbetssättet att styra valet av ändamålsenliga verktyg. Att genom förbättrad analys, kännedom samt förmåga att anpassa oss till olika målgrupper utveckla de digitala arbetsmetoderna. Att skapa insikt genom att lyfta fram påvisa mätbar data som

visar hur dagens förlegade teknik och arbetssätt hämmar produktivitet och engagemang. Att undanröja de hinder som bl.a. de fysiska miljöerna utgör i samband med digitala transformeringsprocesser.

Analys utifrån förvaltningsmål – Attraktiv arbetsplats

Verksamhetsområdet Strategi och tillväxt ska verka som en testbädd* och ambassadörer för den attraktiva arbetsplatsen.

För att bli en attraktiv arbetsplats är digital transformering en av förutsättningarna (se Digitalisering)

Styrkor: Bedriver Framtidens Arbetssätt och Miljö (FRAM)-projektet och är därigenom ambassadörer för projektet. Kompetens av att paketera och sprida budskapet till olika målgrupper, så väl internt och externt.

Utmaningar: Att åstadkomma attityd- och beteendeförändring hos medarbetarna med flera för att få med dem på förändringsresan till det framtida arbetssättet, d.v.s. när vår fysiska och digitala arbetsmiljö stödjer vårt arbetssätt.

*) En testbädd är en fysisk eller virtuell miljö där Framtidens arbetssätt och miljö (FRAM)-projektet kan utveckla, testa samt införa nya produkter, tjänster, processer eller organisatoriska lösningar i samverkan med medarbetarna på Strategi och tillväxt.

Analys utifrån grunduppdraget

Vi är ett verksamhetsområde som spänner över flera funktioner från strategiska dokument till första mötet med kund.

Styrkor: Vi har breda erfarenheter och kompetenser utifrån olika livs- och arbetssituationer vilket bidrar till att vi kan möta våra olika målgrupper.

Utmaningar: Vi är känsliga för kompetensbortfall på grund av att vi är få personer per funktion och ansvarsområde. Vi måste säkerställa kompetensöverföringen från medarbetare med lång erfarenhet och flera tjänsteår i kommunens tjänst. Att bli en arbetsgrupp som nyttjar varandras styrkor och kompetenser och som för vårt arbete framåt.

Verksamhetsområdets övergripande prioriteringar

Prioritering är att skapa medvetenhet om nödvändiga förändringar om den fysiska och digitala miljön, koppla till Framtidens Arbetssätt och Miljö (FRAM)-projektet.

4 Verksamhetsmål, uppföljning och övergripande prioriteringar

4.1 Attraktiv arbetsplats

Målet kopplar till följande:

Övergripande förvaltningsmål 2018 – Attraktiv arbetsgivare.
Det finns inga strategier att tillgå.

Uppföljning av verksamhetsmål

Indikator	Utgångsläge 2017	Målnivå 2018
<i>Hållbart medarbetarengagemang, HME</i>		
HME/ Motivation - 1b. Jag lär nytt och utvecklas i mitt dagliga arbete	HME/ Underlag för 2017 kommer i januari finns inte nedbrutet tidigare	Kommer 1801
HME/ Styrning - 3b. Min arbetsplats mål följs upp och utvärderas på ett bra sätt		Kommer 1801
HME/Stolt över att arbeta i Östra Göinge kommun		Kommer 1801

Verksamhetsområdets övergripande prioriteringar

Prioritering är att skapa medvetenhet om nödvändiga förändringar om den fysiska och digitala miljön kopplat till Framtidens Arbetssätt och Miljö (FRAM)-projektet.

4.2 Att öka nettotillväxten av antalet företag

Målet kopplar till följande:

Resultatmålet: År 2019 har företagandet ökat genom riktade insatser inom entreprenörskap
Mål- och resultatplan 2018-2019, Näringslivsstrategin, Översiktsplanen, Strategisk plattform för destinationsutveckling i nordöstra Skåne, Collaborative Tourism 2020.

Uppföljning av verksamhetsmål

Indikator	Utgångsläge 2017	Målnivå 2018
Antal registrerade företag med minst 400 tkr i omsättning	506 (2016) 2017 år siffra 180501	520
Mått 32 KKik: startade nya företag/1000 inv.	4,8 (värde 2016)	5,0 (6,4*)
Mått 33 KKik: företagens omdöme om kommunservice (Insikt)	79 (värde 2016)	81 (75*)
Svensk Näringslivsränking	Plats 108 (2016)	Plats 95

Verksamhetsområdets övergripande prioriteringar

Att öka nätverksbyggande mellan strategiskt utvalda kluster, där kommunen går in som förstärkande aktör i syfte att öka antalet etableringar i Östra Göinge.

4.3 Stärka platsens attraktivitet

Målet kopplar till följande:

Visionen, Grafisk profil

Uppföljning av verksamhetsmål

Indikator	Utgångsläge 2017	Målnivå 2018
SCB/ Medborgarna i Östra Göinge kommun rekommendera vänner och bekanta att flytta till kommunen	53	55
Mått 13 KKiK: webbinfo till medborgare	81 (värde 2016)	85*)
*) Motsvarar plats bland den fjärdedel av kommunerna som toppar resultatlistan		

Verksamhetsområdets övergripande prioriteringar

Att samverka med kärnverksamheter – skola, vård och omsorg, fritid och kommunikationer.

Att öka nätverksbyggande mellan strategiskt utvalda kluster där kommunen går in som förstärkande aktör.

Att skapa stolta ambassadörer.

4.4 Kundtjänst ska vara verksamheternas ansikte utåt

Målet kopplar till följande:

Kundtjänsts grunduppdrag

Uppföljning av verksamhetsmål

Indikator	Utgångsläge 2017	Målnivå 2018
Mått 2 KKiK: svar på enkel telefonfråga	57(värde 2016)	60*)
Mått 3 KKiK: gott bemötande via telefon	70 (värde 2016)	82*)
*) Motsvarar plats bland den fjärdedel av kommunerna som toppar resultatlistan		

Verksamhetsområdets övergripande prioriteringar

Att skapa medvetenhet hos övriga verksamhetsområden om vikten av att ta ansvar för kontakterna med sina kunder.

5. En förvaltning

Prioriterade samarbeten inom förvaltningen (mellan enheter och verksamhetsområden, samt relevanta verksamheter där kommunen är medfinansiär)

Digital utveckling; för att bättre kunna utveckla digitala arbetssätt och arbetsformer inom ramen för Göingemodellen (Framtidens Arbetssätt och Miljö, FRAM-projektet).

Samhällsbyggnad; för att stärka näringslivet genom bland annat exploateringsprocess och företagslots samt platsens attraktivitet.

Familj och utbildning; för att tidigt arbeta med och utveckla ett entreprenöriellt synsätt (Grund- och gymnasieskolorna/Göingeutbildningscenter).

Inflyttning och arbete; knyta samman verksamheterna kring ett entreprenöriellt synsätt (HUB, Innovativa finansieringslösningar).

Strategi och tillväxt (SPU och kommunikation); skapa ett "föreläsnings- och konferens-varumärke, vars syfte är att sätta platsen Östra Göinge på kartan (Göingeakademin).

Strategi och tillväxt (Kundtjänst och kommunikation); skapa en sammanhållen sömlös kedja mellan strategisk och operativa kommunikation för att en slagkraftig kundfokuserad verksamhet.

Externt finansierade projekt med ansvar inom Strategi och tillväxt samt finansiär:

- Innovativa finansieringslösningar på landsbygden (Leader)
- SBPIN (Södra Östersjöprogrammet)
- Tillväxt östra Skåne (TÖS) (ESF)
- Naturliga Göinge (Leader)

I omvärldsbevakning, ansökningsprocess samt uppstart av projekt är EU-samordnaren involverad som en resurs för respektive verksamhetsområde.