



När kunskap skapar resultat---

Eskilstuna kommun

Eskilstunabarometern

November 2009



Innehållsförteckning

Sammanfattning	3
1. Inledning	4
2. Bakgrund	5
2.1 Svansfrekvens och bortfallsanalys	5
2.2 Resultatens tillförlitlighet	6
3. Resultatredovisning	7
3.1 Hur tror du att omsättningen i ditt företag kommer att utvecklas under år 2010?	7
3.2 Hur tror du att antalet sysselsatta kommer att förändras under de närmaste två åren?	8
3.3 Vilka områden bedömer du som de viktigaste tillväxthindren för ditt företag?	9
3.4 På vilket sätt försöker du stärka ditt företags tillväxtmöjligheter?	11
3.5 Vilka marknader tänker ditt företag inrikta sig på de kommande tre åren?	13
3.6 Skapar Mälardalens högskola nytta för ditt företag?	16
3.7 På vilket/vilka sätt bidrar Mälardalens högskola med nytta för ditt företag?	16
3.8 Samverkar ditt företag aktivt för den gemensamma lokala utvecklingen med oss aktörer som står bakom Eskilstuna-barometern?	17
4. Diskussion och slutsatser	18
4.1 Brist på arbetskraft är fortfarande ett tillväxthinder!	18
4.2 Företagens beroende av den lokala marknaden och behovet av att vidga sin marknad	19
Bilaga	21

Sammanfattning

Eskilstunabarometern är en enkätundersökning som lanserats av Eskilstuna kommun, lokala näringslivsorganisationer och Mälardalens högskola. Undersökningen genomfördes första gången år 2006. Årets enkät genomfördes under hösten år 2009.

Enkäten riktar sig till företag i Eskilstuna kommun med mellan 2 och 49 sysselsatta, där företagen ombetts svara på frågor om sin egen utveckling, förutsättningarna för denna i Eskilstuna samt hur de upplever insatser från lokala aktörer som på olika sätt kan bidra till att stödja företagets utveckling. Syftet med frågorna är att få en gemensam bild av näringslivets utveckling, vilka möjligheter och hinder företagen ser för tillväxt samt att få synpunkter på aktörernas insatser. Enkäten har utarbetats i samråd mellan Eskilstuna kommun, lokala näringslivsorganisationer och Mälardalens högskola. Eskilstuna kommun har svarat för att samla in och bearbeta uppgifterna samt att sammanställa resultatet från undersökningen.

Resultaten av undersökningen visar att företagen, trots den djupa lågkonjunkturen vid undersökningstillfället, har en optimistisk syn på hur omsättning och sysselsättning kommer att utvecklas under de närmaste åren. Även om andelen som förutspår en minskad omsättning under kommande år har ökat, jämfört med 2006 års undersökning, räknar en tredjedel med att omsättningen och antalet sysselsatta skall öka. En fjärdedel bedömer att omsättningen kommer att minska.

Flertalet företag ser den lokala marknaden i Eskilstuna som sin huvudsakliga marknad och det är få företag som är inriktade på exportmarknaden. Företag med en inriktning på export finns framför allt inom *Tillverkningsindustrin* och den kunskapsintensiva tjänstesektorn. Inom vissa branscher, som exempelvis *Byggsektorn* och *Tillverkningsindustrin*, framstår Stockholm och Mälardalen som företagets huvudsakliga marknad.

Trots lågkonjunkturen, minskad total sysselsättning och en ökad arbetslöshet under år 2009 ser många företag *svårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft* som det, näst efter begränsade försäljningsvolymerna, viktigaste hindret för tillväxt. Arbetskraftsbristen finns framför allt inom områden som kräver en yrkesutbildning och i synnerhet gäller detta inom *Byggsektorn*.

Årets undersökning visar att andelen företag som bedömer att Mälardalens högskola skapar nytta för företag är omkring 40 procent. Det sätt på vilket högskolan bidrar till utvecklingen är, enligt företagen, i första hand genom att man ökar Eskilstunas attraktionskraft. Omkring en fjärdedel av företagen lyfter också fram att man bidrar till företagets framtida personalförsörjning. Synen på högskolan i dessa avseenden har i stort sett inte förändrats alls jämfört med Barometerundersökningen från år 2006.

Mönstret i svaren är också mycket stabilt angående om företaget samverkar med någon av aktörerna som står bakom *Eskilstunabarometern*. Endast 20 procent svarar ja på den frågan och andelen har inte förändrats alls jämfört med undersökningen år 2006. Många företag uppger att de saknar kunskaper om vad aktörerna gör.

De slutsatser och förslag till insatser, som baseras på denna undersökning, gäller dels åtgärder som syftar till att förbättra matchningen på arbetsmarknaden, dels insatser för att vidga företagets marknad.

1. Inledning

Syftet med denna studie är att utveckla och datera upp kunskapsunderlaget angående näringslivsklimatet för små och medelstora företag i Eskilstuna kommun. Målgruppen för undersökningen är företag med 2 – 49 sysselsatta och genomfördes under augusti och september 2009.

Utformningen av enkäten, som skickats till samtliga företag i målgruppen, har med undantag av några smärre korrigeringar följt samma mall som i motsvarande undersökning från år 2006. Motivet för detta var att få en god jämförbarhet med den tidigare studien. Även i utformningen av rapporten har strävan varit att underlätta jämförbarheten med den tidigare undersökningen.

Undersökningen har genomförts i samråd mellan lokala näringslivsorganisationer, Mälardalens högskola och Eskilstuna kommun. Följande organisationer står bakom Eskilstunabarometern och har bidragit till arbetet med den: Eskilstuna kommun, Eskilstuna Fabriksförening, Företagarna i Eskilstuna, Idea plant, Mälardalens högskola, Svensk Handel och Östsvenska Handelskammaren.

För Eskilstuna kommun och dess samverkanspartners är Eskilstunabarometern ett informationsverktyg att använda i arbetet med att främja tillväxt och näringslivsutveckling lokalt. Den återkommande undersökningen lämnar viktiga bidrag för att följa utvecklingen i de små och medelstora företagen i kommunen och för att följa upp genomförda insatser för att främja näringslivets utveckling.

Föreliggande rapport presenterar resultaten från Eskilstunabarometern 2009 och slutsatser när det gäller fortsatta insatser för att stödja näringslivets utveckling. Rapporten har sammanställts av avdelningen för näringsliv, kommunledningskontoret, Eskilstuna kommun.

Inledningsvis presenteras bakgrundsfakta om Eskilstunabarometern samt en analys av svarsfrekvens, bortfall och resultatens tillförlitlighet. Därefter redovisas resultaten om företagets framtidsutsikter och tillväxtmöjligheter samt företagets syn på insatser från och samarbete med olika aktörer i kommunen för att förbättra utvecklingsförutsättningarna. Avslutningsvis diskuteras resultaten som redovisats och rekommendationer på insatser ges.

2. Bakgrund

Eskilstunabarometern är en enkätundersökning som riktas till samtliga små och medelstora företag i Eskilstuna kommun. Barometern innehåller frågor om hur företagen bedömer sin framtida utveckling, förutsättningarna för denna i Eskilstuna samt hur de upplever insatser från lokala aktörer som på olika sätt arbetar med näringslivets utveckling. Syftet med frågorna är att skapa en bild av hur företagen i Eskilstuna utvecklas, vilka hinder de ser för tillväxt samt följa upp genomförda utvecklingsinsatser. Informationen bidrar till att vägleda kommunens aktörer i utformningen av framtida insatser för att stimulera näringslivets utveckling. Frågorna i Eskilstunabarometerns enkät år 2009 följer i hög grad utformningen av motsvarande enkät från år 2006, vilka utarbetats i samråd mellan Eskilstuna kommun, lokala näringslivsorganisationer och Mälardalens högskola.

Datinsamlingen för Eskilstunabarometern 2009 genomfördes mellan den 14:e augusti och sista september år 2009. Enkäten skickades dels elektroniskt, dels postalt till samtliga företag med 2-49 sysselsatta.

Kontaktuppgifter till företagen som enkäten skickades till har hämtats från ForReg företagsregister. Sökningen i detta register genomfördes i mitten av juni år 2009. ForReg är ett företagsregister som utgår från uppgifter från Statistiska Centralbyråns företagsregister, men är anpassat för att söka lokala företag. I registret identifierades 1 372 företag med mellan 2 och 49 sysselsatta.

2.1 Svarefrekvens och bortfallsanalys

Det totala bortfallet från den ursprungliga populationen uppgår till 55 företag. Av dessa var det 21 företag där den utsända enkäten kommit i retur och som sedan inte kunnat spåras. Till största delen utgörs denna grupp av små tjänsteföretag. Bortfallet av de övriga 34 företagen beror bland annat på att de flyttat från Eskilstuna, sålts, gått i konkurs eller blivit nedlagda. Undersökningspopulationen efter bortfall är således 1 317 företag.

Tabell 1. Procentuell bransch- och storleksfördelning (sysselsatta) i svars- respektive totala populationen före bortfall.

Branschfördelning	Svarspopulation	Total population
Jord- och skogsbruk, jakt och fiske	2,2%	2,6%
Tillverkningsindustri	15,6%	14,7%
Byggnadsverksamhet	14,3%	11,7%
Handel samt reparation av motorfordon	15,9%	23,8%
Hotell och restaurangverksamhet	5,3%	4,0%
Transport, magasinering	5,7%	5,0%
Informations- och kommunikationsverksamhet	4,6%	2,8%
Fastighetsverksamhet	3,5%	2,8%
Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	4,2%	10,0%
Uthyrning, fastighetsservice, företagstjänster	1,8%	4,7%
Utbildning	1,5%	1,4%
Vård och omsorg	2,4%	2,6%
Kultur, nöje och fritid	1,5%	2,1%
Annan serviceverksamhet	10,6%	3,5%
Övriga branscher	10,8%	8,2%
Totalt	100,0%	100,0%
Storleksfördelning		
2 - 9 sysselsatta	76%	83%
10 - 19 sysselsatta	15%	10%
20 - 49 sysselsatta	9%	7%
Totalt	100%	100%

Antalet företag som besvarat enkäten är totalt 501, vilket motsvarar 38 procent av populationen efter bortfall.

Av tabell 1 framgår hur den totala populationen och de företag som besvarat enkäten fördelar sig per bransch och företagsstorlek. Hur fördelningen av svarspopulationen fördelas grundas på de uppgifter som företagen givit i enkäten. Omkring 50 företag har inte uppgett branschtillhörighet eller företagsstorlek. I enlighet med vad som framgår av tabellen är det en viss underrepresentation av företag inom *Handel, Juridik, ekonomi och teknik* samt av företag i den minsta storleksklassen. Omvänt är företag inom *Annan serviceverksamhet* och inom storleksgruppen med mellan 10 och 19 sysselsatta i viss mån överrepresenterade. För övrigt överensstämmer fördelningen i svarspopulationen och den totala populationen ganska väl.

2.2 Resultatens tillförlitlighet

Hur pass representativa svaren är för den totala populationen är starkt beroende av hur många som svarat och hur svaren fördelar sig för respektive fråga (variansen). Ju fler som svarat desto mindre blir det s k medelfelet (statistiska felmarginalen). Av bilaga 1 framgår svarens fördelning för samtliga frågor och medelfelet för samtliga svar.

När det gäller svar som avser samtliga företag är medelfelet lågt och svaren kan därför med hög sannolikhet antas överensstämma väl med vad alla företag i populationen anser. Exempelvis svarar 35 procent av samtliga företag som besvarat enkäten på fråga 1 att man räknar med att omsättningen skall öka under år 2010. I tabellen framgår också att medelfelet är fyra procent. Det innebär att vi med stor sannolikhet (95 %) kan säga att mellan 31 och 39 procent av företagen i hela populationen (samtliga företag som fått enkäten) tror att omsättningen skall öka.

Av bilagan framgår också att medelfelet blir mycket högt när vi vill studera vissa mindre grupper av företag, som när det gäller företag inom branschen *Kultur och Fritid*. På fråga 1 svarar här 43 procent av företagen att de tror att omsättningen skall öka, men medelfelet är 37 procent. Det innebär att vi med stor sannolikhet endast kan säga att mellan 6 och 80 procent av samtliga företag inom denna bransch tror att omsättningen skall öka, vilket är ett i stort sett meningslöst konstaterande. Antalet svar vi fått från företag inom denna bransch är helt enkelt för få för att vi på rimliga grunder skall kunna anta att det speglar branschens förväntningar som helhet.

I bilagan redovisas samtliga svar på fråga 1 från samtliga grupper av företag (bransch och storleksgrupper). För övriga frågor redovisas endast svar som gäller grupper av företag med fler än tio företag.

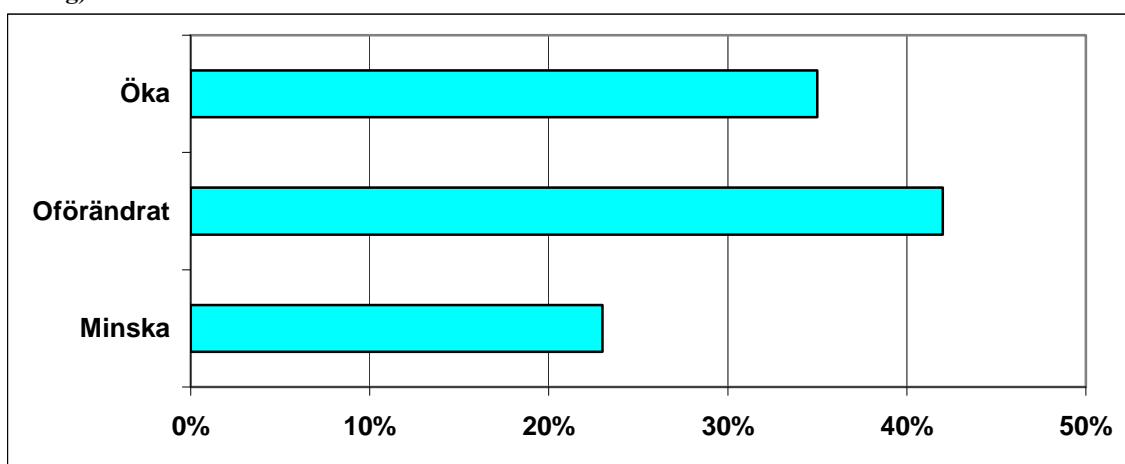
3. Resultatredovisning

I detta avsnitt redovisas och analyseras svaren som företagen lämnat i 2009 års enkät. En jämförelse görs även med svaren från år 2006.

3.1 Hur tror du att omsättningen i ditt företag kommer att utvecklas under år 2010.

35 procent av samtliga företag med mellan 2 och 49 sysselsatta tror att omsättningen kommer att öka under år 2010 (diagram 1). Flertalet eller 43 procent bedömer att omsättningen kommer att vara oförändrad. Nästan en fjärdedel (23 %) räknar med en minskad omsättning under nästkommande år.

Diagram 1. Hur tror du att omsättningen i ditt företag kommer att utvecklas under år 2010 (samtliga företag)?

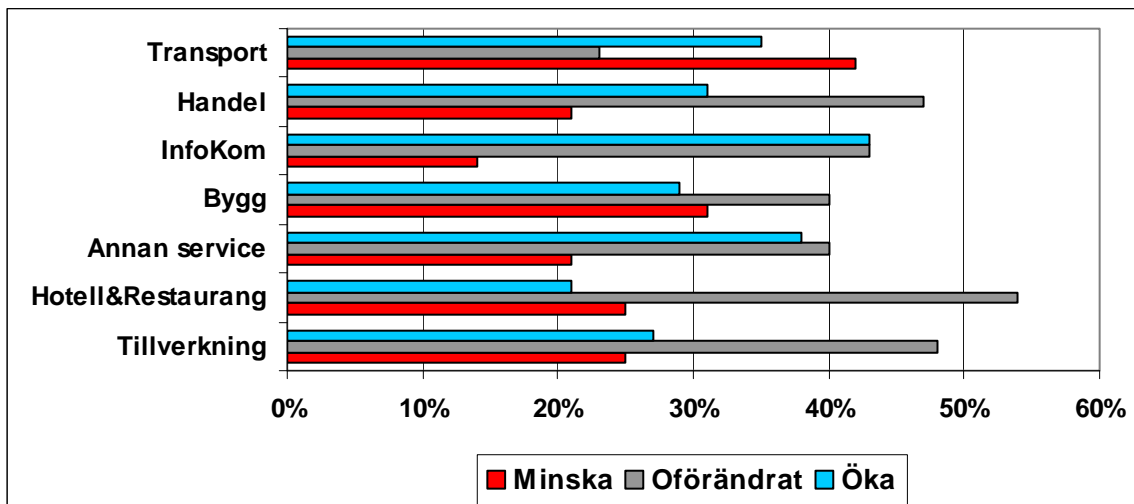


När man jämför med motsvarande fråga i 2006 års enkät är det uppenbart att lågkonjunkturen påverkat företagens framtidsbedömningar. År 2006 räknade hälften av företagen med en ökad omsättning nästföljande år och endast tre procent förväntade sig en minskning.

Skillnaderna i hur man bedömer framtiden är förhållandevis små mellan företag i olika storleksgrupper. Den mest påtagliga förändringen i jämförelse med år 2006 är att företagen med mellan 20 och 49 sysselsatta har en väsentligt mindre optimistisk bedömning av hur omsättningen kommer att utvecklas.

Däremot är skillnaderna större inom olika branschgrupper. Den mest optimistiska bedömningen har företag inom *Information och kommunikation (InfoKom)*, d v s företag som till stor del är verksamma inom informationsteknologiområdet. Här räknar 43 procent av företagen med en ökad omsättning och endast 14 med en minskad (diagram 2). Inom *Transport* är bilden däremot mer splittrad, då flertalet företag räknar med en ökad eller minskad omsättning, men förhållandevis få tror att omsättningen skall förbli oförändrad.

Diagram 2. Hur tror du att omsättningen i ditt företag kommer att utvecklas under år 2010 (per bransch)?

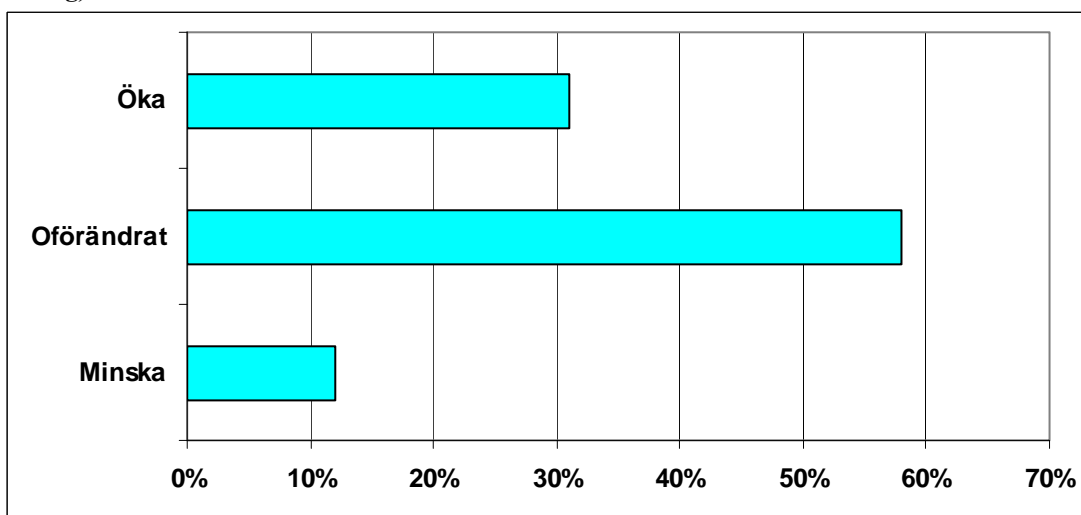


Anm. För övriga branscher hänvisas till bilaga

3.2 Hur tror du att antalet sysselsatta kommer att förändras under de närmaste två åren?

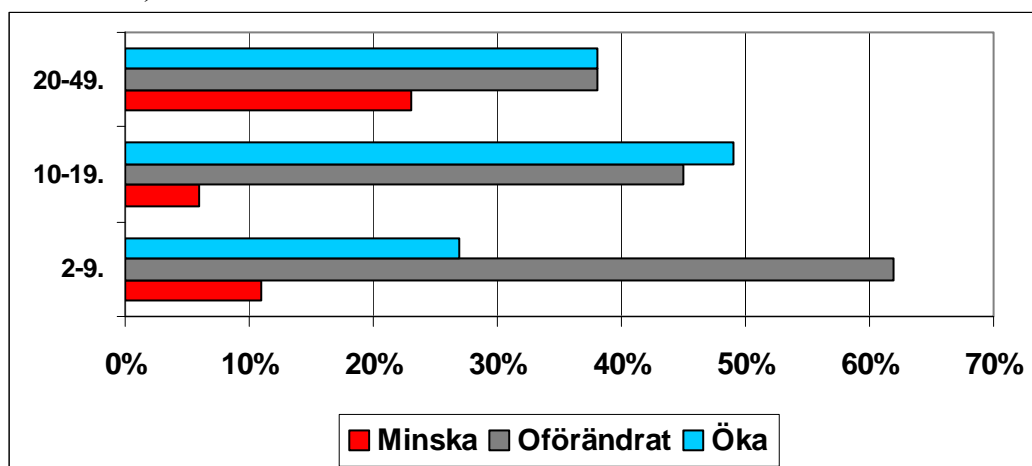
Ungefär lika många företag som räknar med en ökad omsättning räknar också med att antalet sysselsatta kommer att öka (diagram 3). I båda fallen rör det sig om omkring en tredjedel. Påtagligt färre än som räknar med en minskad omsättning (23 %) räknar med att antalet sysselsatta kommer att minska (12 %). Utgångspunkten för majoriteten av företagen är att antalet sysselsatta kommer av vara oförändrat. Någon jämförelse med 2006 års undersökning är dessvärre inte möjlig, eftersom någon motsvarande fråga inte ställdes vid det tillfället.

Diagram 3. Hur tror du att antalet sysselsatta kommer att förändras de närmaste två åren (samtliga företag)?



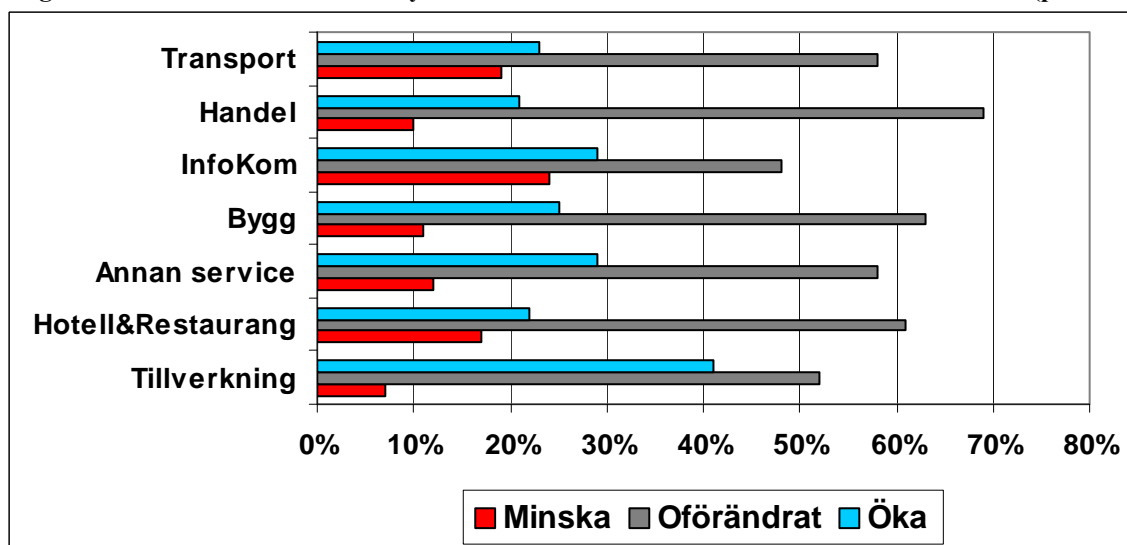
Svaren skiljer sig även för denna fråga mellan olika grupper av företag. När det gäller företag i olika storleksklasser räknar en högre andel bland företagen i gruppen 20 till 49 sysselsatta med en minskad omsättning. I gruppen 10 till 19 sysselsatta är andelen som räknar med ett ökat antal sysselsatta större (diagram 4).

Diagram 4. Hur tror du att antalet sysselsatta kommer att förändras de närmaste två åren (per storleksklass)?



Av branscherna är det inom *Tillverkningsindustrin* som man räknar med ett ökat antal sysselsatta (diagram 5). Genomgående för alla branscher är att det är fler som räknar med att öka antalet sysselsatta än som räknar med motsatsen. En majoritet av företagen i alla branscher tror dock att antalet sysselsatta kommer att vara oförändrat.

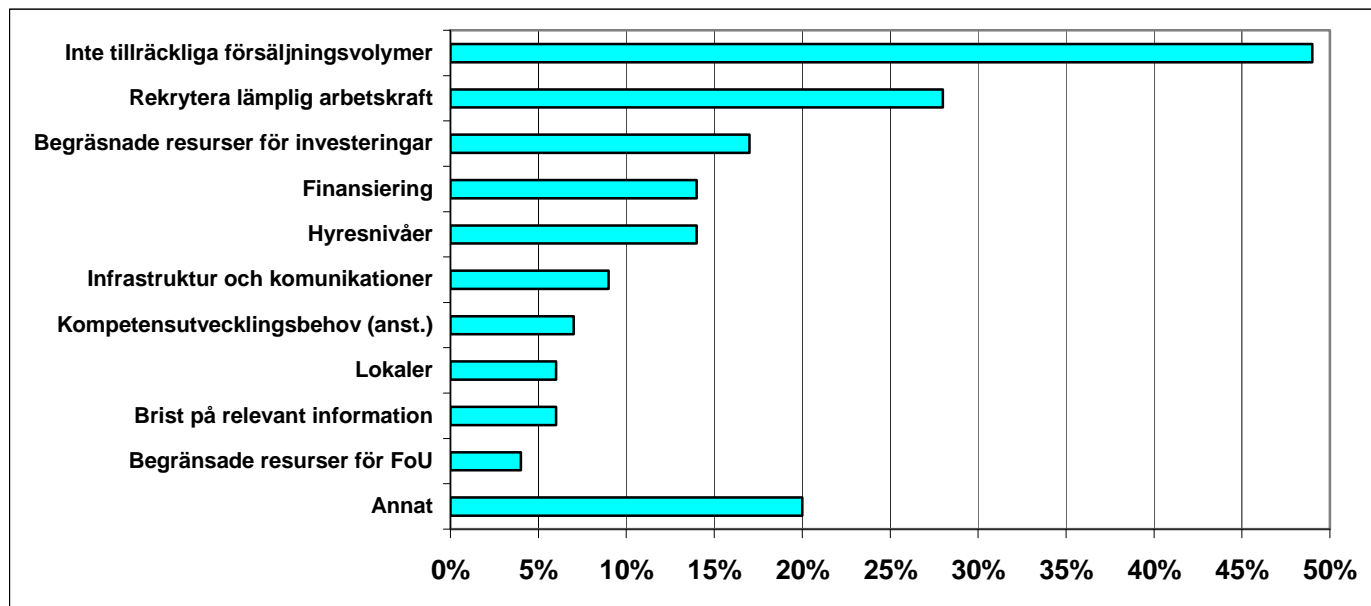
Diagram 5. Hur tror du att antalet sysselsatta kommer att förändras de närmaste två åren (per bransch)?



3.3 Vilka områden bedömer du som de viktigaste tillväxthindren för ditt företag?

För nästan hälften av alla företag är otillräckliga försäljningsvolymen ett av de viktigaste tillväxthindren (diagram 6). Svaret gäller för samtliga storleksgrupper och branscher, men med *Byggnadsnäringen* som ett viktigt undantag.

Diagram 6. Vilka områden bedömer du som de viktigaste tillväxthindren för ditt företag (samtliga)?



För byggsektorn är det istället *Svårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft* som flest företag anser hör till de viktigaste hindren. Det är dubbelt så många företag inom byggsektorn som anser att detta är ett problem än som anger otillräckliga försäljningsvolymerna.

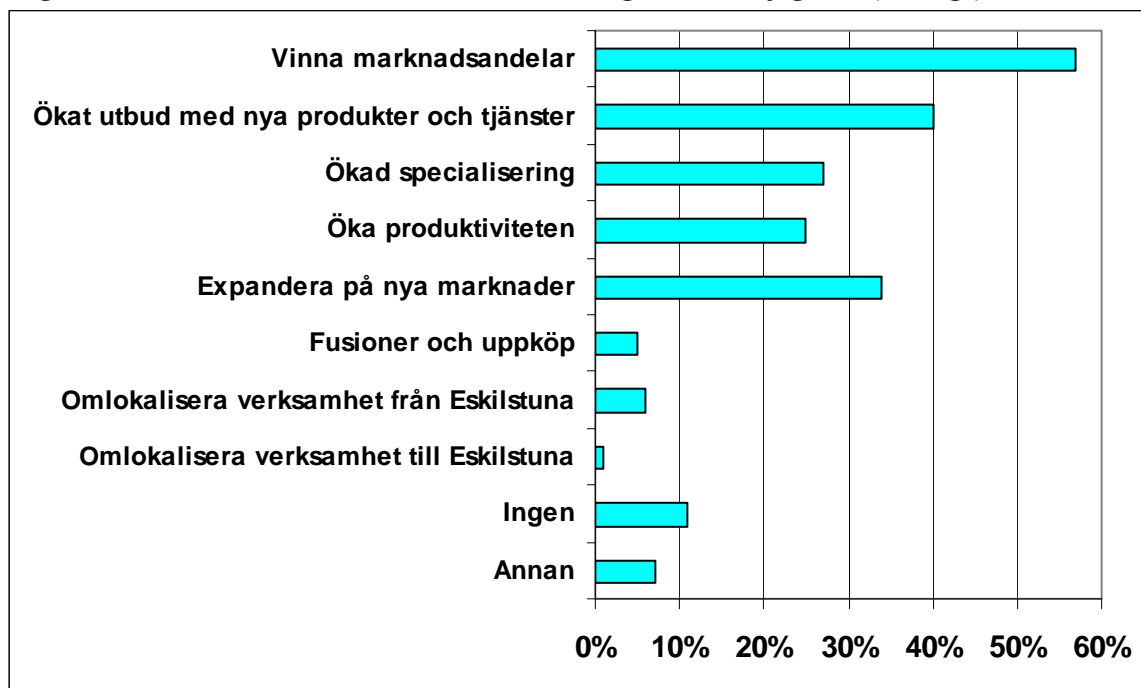
Svårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft är det tillväxthinder som näst flest av samtliga företag nämner (28%) och det är en hög andel företag som ger detta svar i alla storleksklasserna och i alla branscher. För *Tillverkningsindustrin* och *Transportnäringen* framstår dock *Begränsade resurser för investeringar* som, förutom begränsade försäljningsvolymerna, det viktigaste tillväxthindret. Inom *Handeln* är det istället *Hyresnivåer* som flest företag ser som det främsta tillväxthindret.

I 2006 års undersökning var det *Svårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft* som flest företag ansåg vara det viktigaste hindret för tillväxt. Även om andelen minskat, från 38 till 28 procent, så utgör det, trots den djupa lågkonjunkturen och stigande arbetslöshet, fortfarande ett viktigt tillväxthinder för många företag.

3.4 På vilket sätt försöker du stärka ditt företags tillväxtmöjligheter?

För att få en bild av hur företagen avser att gå tillväga för att expandera har de blivit tillfrågade om vilka tillväxtstrategier de valt. En klar majoritet (57 %) har svarat att de avser att försöka *vinna marknadsandelar* (diagram 7). Det är i stort sett en lika hög andel som i undersökningen från år 2006.

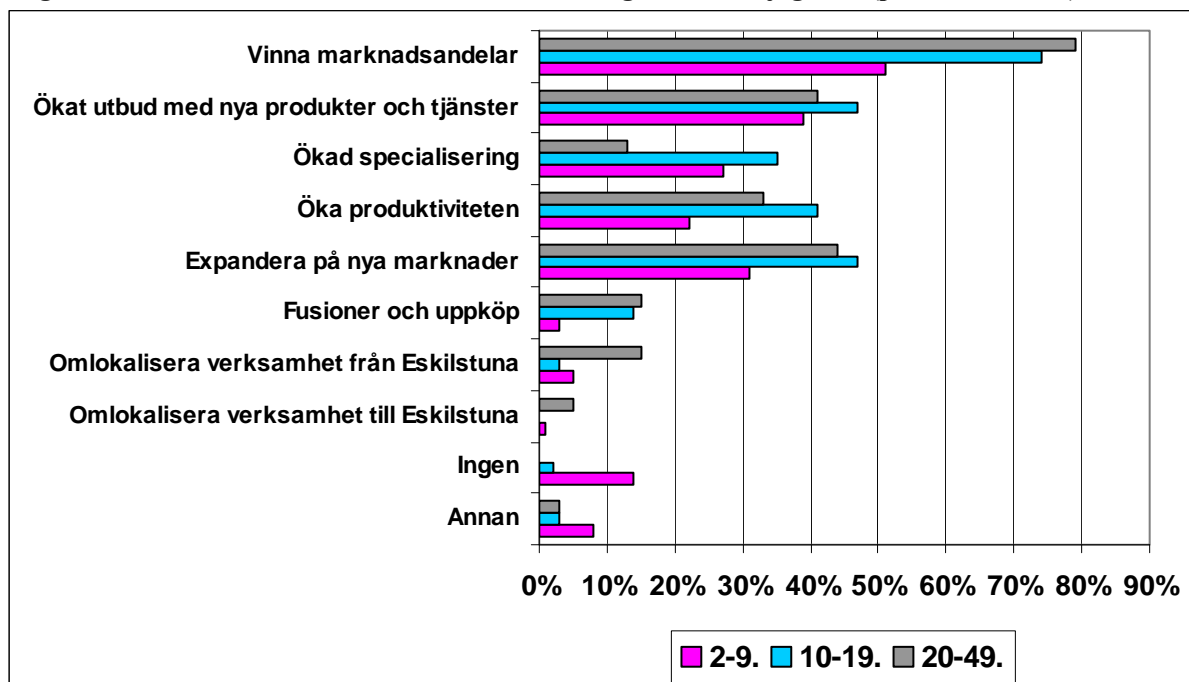
Diagram 7. På vilket sätt försöker du stärka ditt företags tillväxtmöjligheter (samtliga)?



Även andelen företag som angett något av de övriga alternativen i årets undersökning stämmer väl överens med svaren vi fick i Barometern 2006. Det innebär att omkring 40 procent av företagen avser att *öka utbudet med nya produkter och tjänster* och att mellan 25 och 30 procent har som strategi att *expandera på nya marknader*, *öka specialiseringsgraden* och/eller *öka produktiviteten*. Delvis kan ju de tre sistnämnda strategierna ses som olika sidor av samma mynt. Endast några få procent har angett några av de övriga alternativen.

Företagen har i stort sett samma prioriteringsordning mellan de olika tillväxtstrategierna oberoende av vilken storleksklass de tillhör (diagram 8). Den mest anmärkningsvärda skillnaden är att en väsentligt högre andel av de större företagen (10-19 respektive 20-49 sysselsatta) avser att öka sina marknadsandelar än vad som gäller för de minsta (2-9 sysselsatta). Bland de större företagen är det också högre andelar som avser att *expandera på nya marknader* och att *öka produktiviteten*. Även när det gäller hur företagen i olika storleksklasser besvarat denna fråga är det små skillnader mellan årets undersökning och Barometern 2006. Den djupa lågkonjunkturen har således inte inneburit några förändringar i detta avseende.

Diagram 8. På vilket sätt försöker du stärka ditt företags tillväxtmöjligheter (per storleksklass)?



Mellan företagen i olika branscher finns det betydande skillnader (diagram 9 och 10). I långt högre utsträckning avser företag inom *Tillverkningsindustrin* och *InfoKom* att expandera på nya marknader. I båda fall handlar det om en majoritet av företagen. För företag inom dessa branscher är ambitionen att öka produktiviteten också betydligt vanligare. Inom *Transportnäringen* är det en klart högre andel av företagen som avser att öka specialiseringsgraden. För företag inom denna sektor är också tillväxt genom *Fusioner och uppköp* en vanligare strategi.

Diagram 9. På vilket sätt försöker du stärka ditt företags tillväxtmöjligheter (per bransch)?

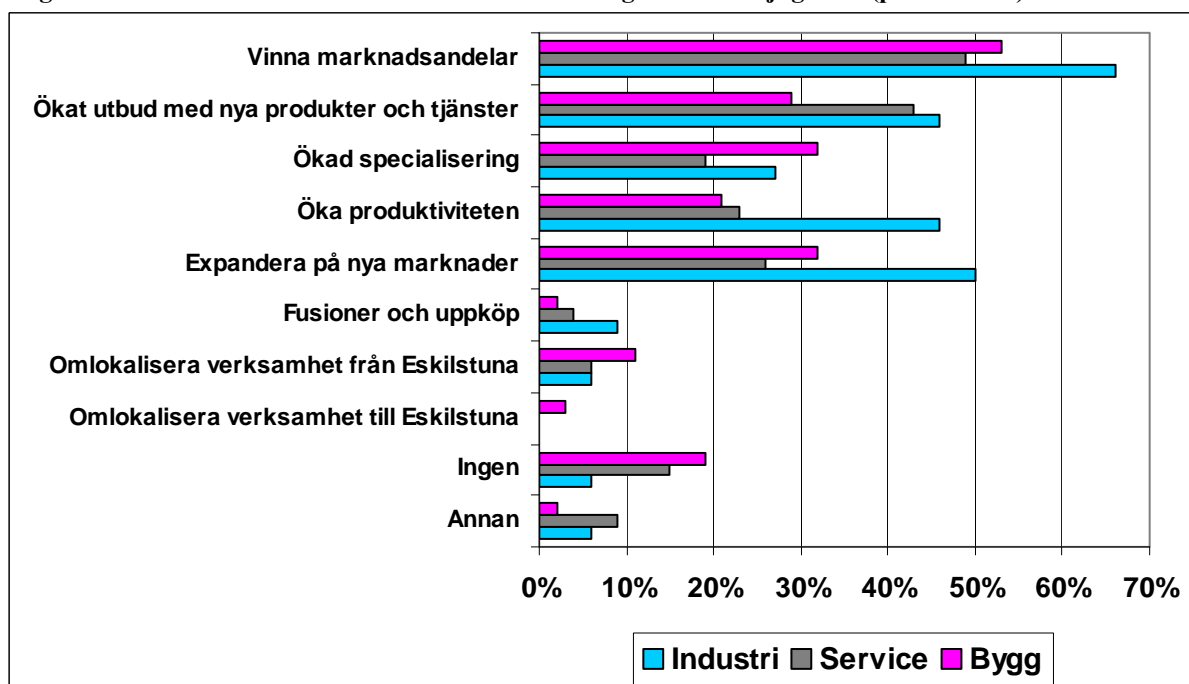
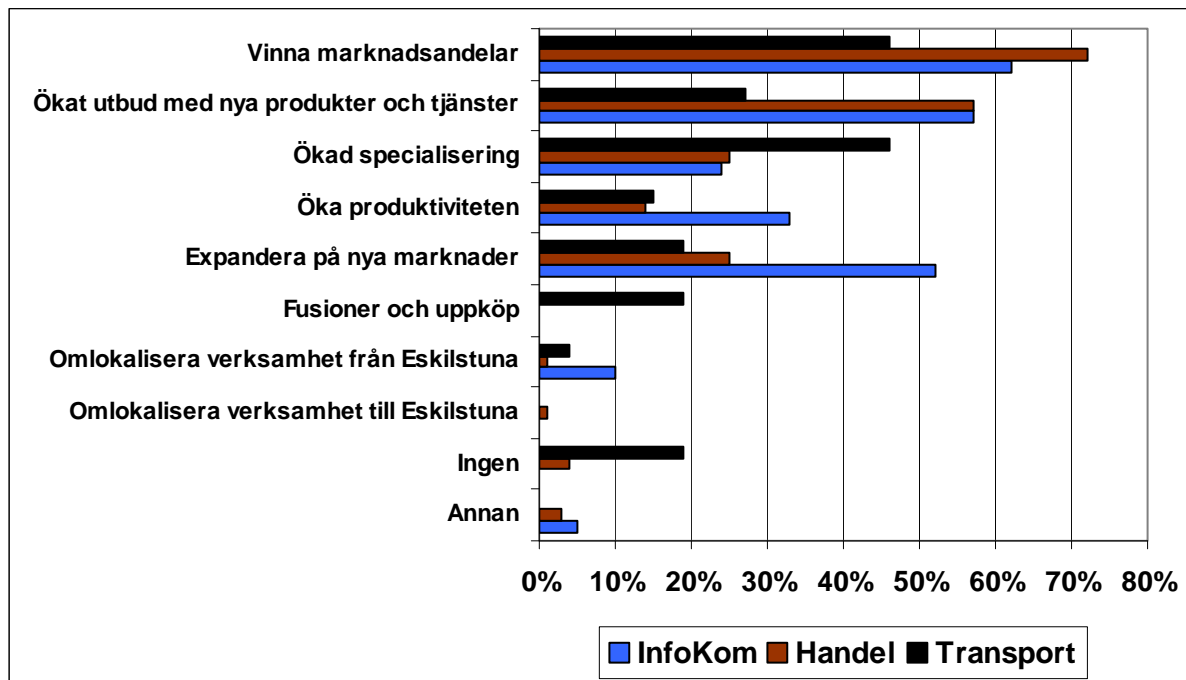


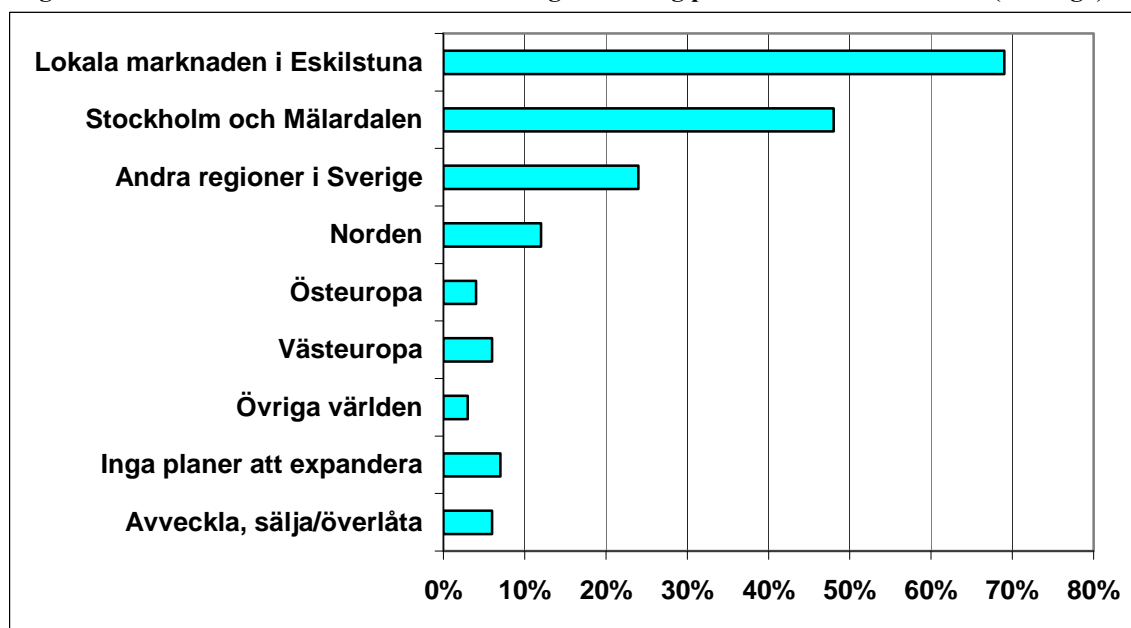
Diagram 10. På vilket sätt försöker du stärka ditt företags tillväxtmöjligheter (per bransch)?



3.5 Vilka marknader tänker ditt företag inrikta sig på de kommande tre åren?

Den lokala marknaden i Eskilstuna är den marknad som företagen i första hand (knappt 70 %) tänker inrikta sig på under de närmaste åren (diagram 11). Knappt hälften avser att vända sig till kunder i Stockholm och/eller övriga Mälardalen. Däremot är det relativt få företag som tänker inrikta sig mot någon exportmarknad. I den mån det förekommer anger cirka 12 % något annat nordiskt land, cirka 4 % anger Östeuropa, cirka 7 % Västeuropa och cirka 3 % övriga världen. Ungefär en fjärdedel av företagen avser således att inrikta sig på marknader utanför Sverige.

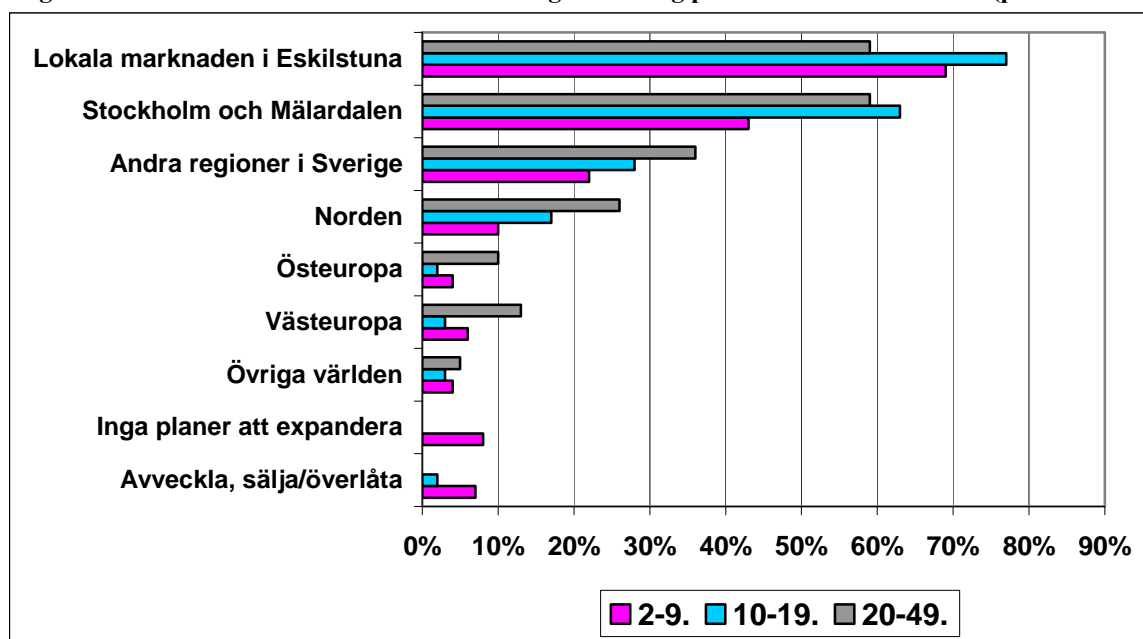
Diagram 11. Vilka marknader tänker ditt företag inrikta sig på de kommande tre åren (samtliga)?



Hur svaren fördelar sig mellan de olika svarsalternativen är i stort sett identiskt med den tidigare undersökningen från år 2006. Det innebär att den slutsatsen att de mindre företagen i första hand räknar med att vinna marknadsandelar på den lokala marknaden fortfarande står sig.

När det gäller de minsta företagen (2-9 sysselsatta) är nästan samtliga inriktade mot den lokala marknaden (96 %) och mindre än hälften prioriterar någon marknad utanför Eskilstuna (diagram 12). Även för de större företagen (10 – 49 sysselsatta) är den lokala marknaden viktig för en majoritet, men en högre andel av företagen ser Stockholm och Mälardalen eller andra delar av Sverige som en intressant marknad. Det är dock få företag även bland de större företagen som avser att rikta sig mot någon exportmarknad.

Diagram 12. Vilka marknader tänker ditt företag inrikta sig på de kommande tre åren (per storleksklass)?



Vilka marknader man prioriterar eller är beroende av skiljer sig mellan olika branscher. För handeln eller serviceföretagen är den lokala marknaden i Eskilstuna den helt dominerande (diagram 13 och 14). Över 80 procent av företagen i de två branscherna svarar att de prioriterar den lokala marknaden under de kommande tre åren. Även för företagen i de övriga branscherna utgör Eskilstuna en prioriterad marknad. Mellan 50 och 60 procent avser att inrikta sig lokalt under kommande år, men en nästan lika hög andel ser uppenbarligen Stockholm och Mälardalen som en viktig *hemmamarknad*. Det gäller i synnerhet *Byggsektorn* och *InfoKom*. För mellan 40 och 50 procent av företagen i *Tillverkningsindustrin* är också marknader i övriga delar av landet och i andra nordiska länder prioriterade. Drygt tio procent av företagen inom *Tillverkningsindustrin*-, *InfoKom*- och *Transportbranscherna* svarar att de avser att inrikta sig mot den europeiska marknaden.

Diagram 13. Vilka marknader tänker ditt företag inrikta sig på de kommande tre åren (per bransch)?

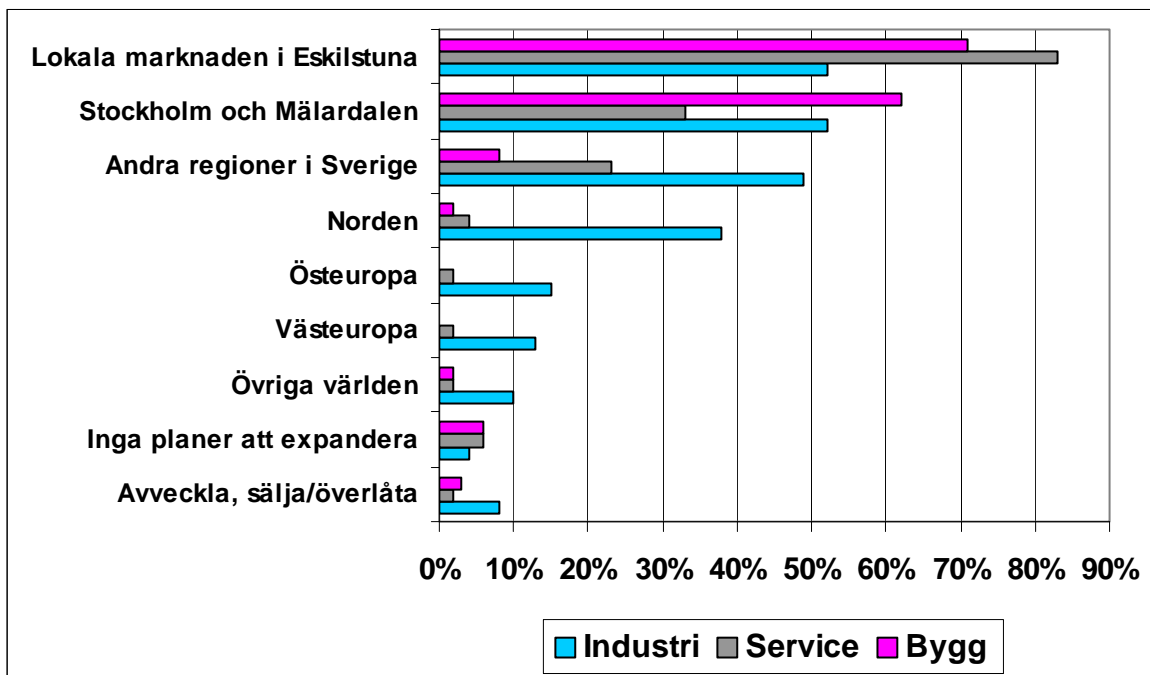
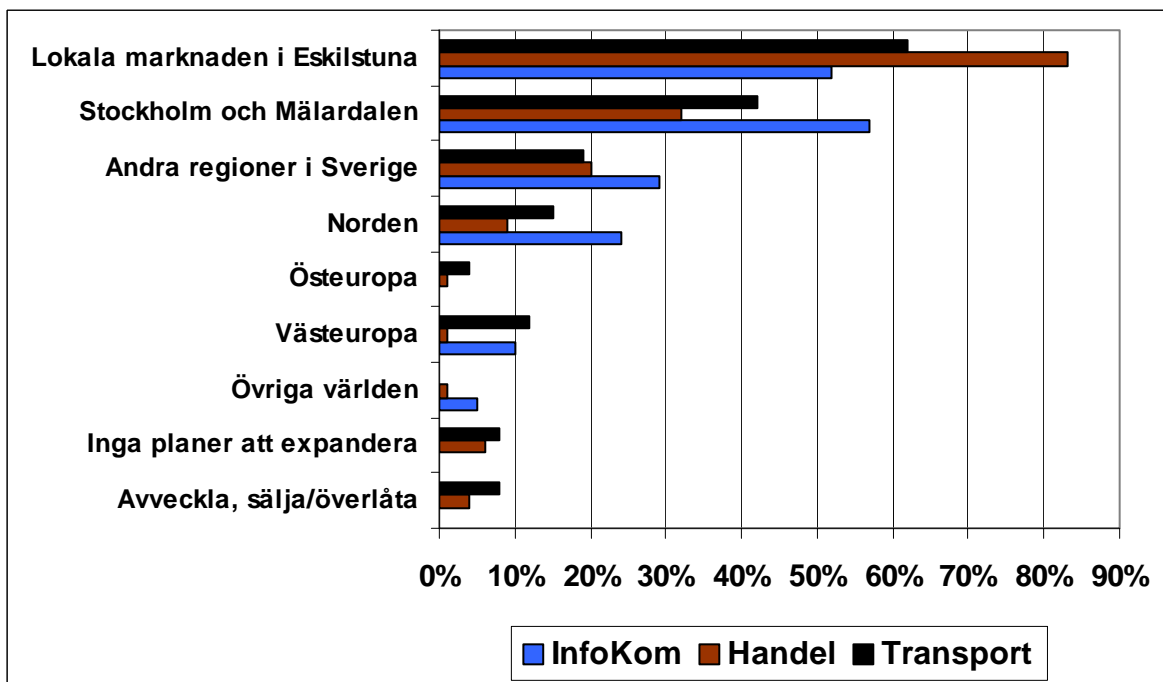


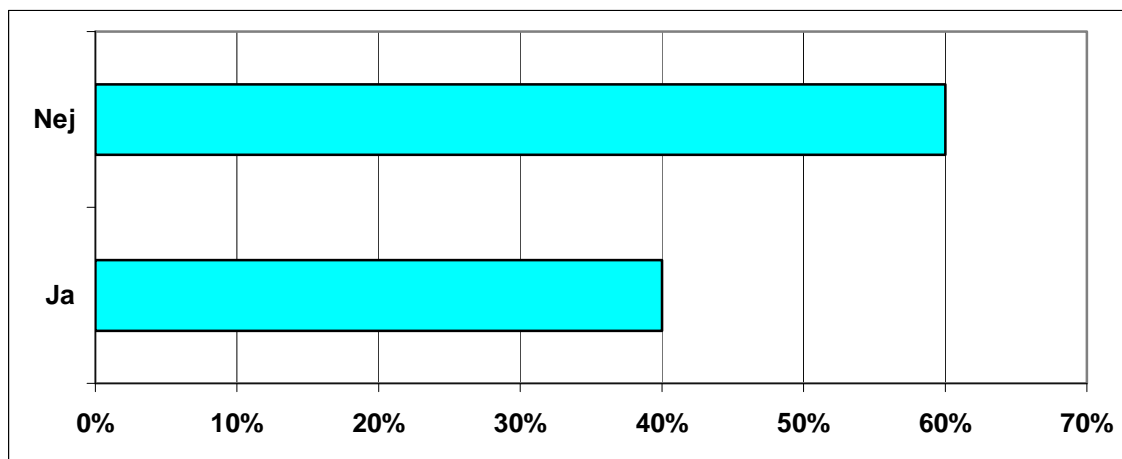
Diagram 14. Vilka marknader tänker ditt företag inrikta sig på de kommande tre åren (per bransch)?



3.6 Skapar Mälardalens högskola nytta för ditt företag?

40 procent av företagen som besvarat frågan i enkäten anser att Mälardalens högskola skapar nytta för företaget (diagram 15). Det är i stort sett samma andel som i barometerundersökningen från år 2006 och har således inte förändrats alls.

Diagram 15. Skapar Mälardalens högskola nytta för ditt företag (samtliga)?



Det är framförallt företagen i den minsta storleksgruppen som inte anser att Mälardalens högskola skapar någon nytta (64 %), medan en majoritet av de större företagen har en motsatt uppfattning. Hälften av företagen med mellan 10 och 19 sysselsatta och två tredjedelar av företagen med mellan 20 och 49 sysselsatta har svarat att högskolan är till nytta för företaget.

Mest positiva är företag inom informations- och kommunikationssektorn, där två tredjedelar anser att Mälardalens högskola skapar nytta. Minsta nytta anser företag inom *Juridik, ekonomi och teknik* att högskolan skapar (se bilaga, fråga 5), där endast 26 procent svarar ja på denna fråga.

På frågan om varför högskolan *inte* skapar nytta för företaget anser nästan 34 % att högskolans inriktning på utbildningar och verksamheter inte matchar behovet i det egna företaget. Många uppger också att de inte känner till högskolan särskilt väl, och aldrig haft kontakt med dem.

3.7 På vilket/vilka sätt bidrar Mälardalens högskola med nytta för ditt företag?

När det gäller på vilket sätt företagen anser att Mälardalens högskola skapar nytta för företaget, så anser det övervägande flertalet att högskolan i första hand bidrar till att öka regionens attraktionskraft (diagram 16). Därutöver svarar en fjärdedel att högskolan utbildar företagets framtida personal. Drygt en femtedel ser också betydelsen av den forskning som bedrivs på högskolan. Ungefär 20 % av företagen har angett andra orsaker, varav högskolans kundnytta är den dominerande.

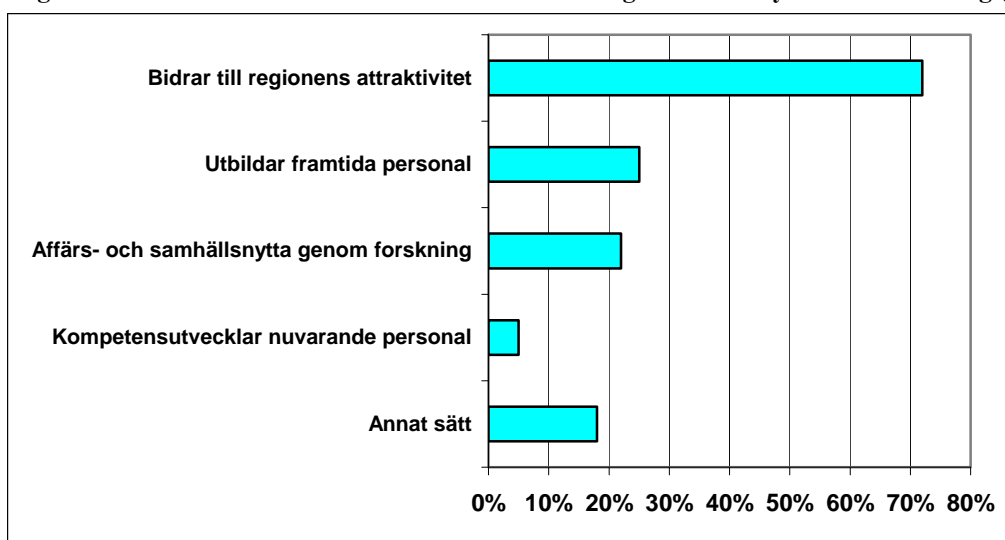
Bedömningen av högskolans betydelse varierar dock kraftigt mellan olika företagsgrupper. Företagen i storleksgruppen med mellan 20-49 sysselsatta anser i långt högre utsträckning att Mälardalens högskola bidrar med företagets framtida personal.

Företag inom *Tillverkningsindustrin* betonar i högre utsträckning än andra betydelsen av den forskning som högskolan bedriver. Det är också en högre andel av företagen inom

Tillverkningsindustrin och *InfoKom* som värdesätter betydelsen av att högskolan utbildar företagets framtida personal.

Drygt 30 % av företagen har lämnat förslag på åtgärder som de anser skulle öka högskolans nytta för företaget. En stor del av dem avser förslag till komplettering av kursutbudet, samt att högskolan borde vara mer aktiv i kontakten och dialogen med de små och medelstora företagen.

Diagram 16. På vilket/vilka sätt bidrar Mälardalens högskola med nytta för ditt företag (samtliga)?

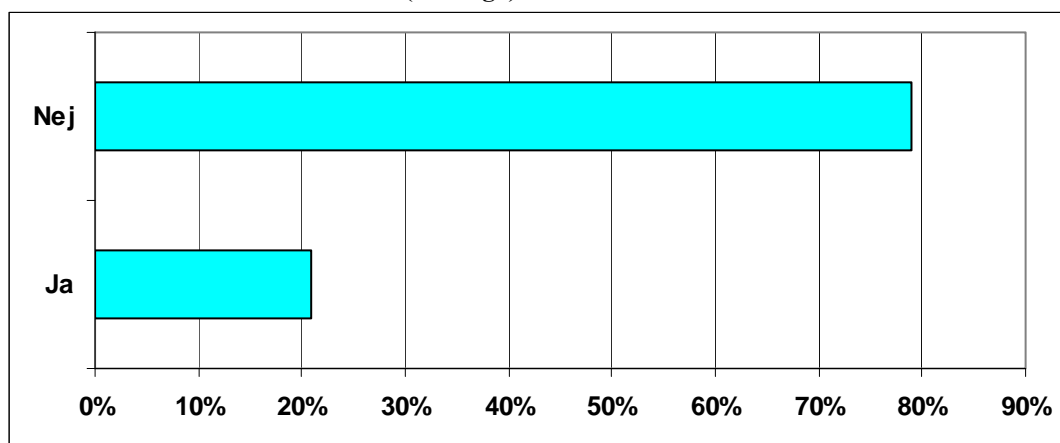


3.8 Samverkar ditt företag aktivt för den gemensamma lokala utvecklingen med oss aktörer som står bakom Eskilstuna barometern?

En femtedel av företagen har svarat ja på frågan om de aktivt samverkar med aktörerna som står bakom *Barometern* (diagram 17). Det är en i det närmaste exakt lika stor andel som i undersökningen från år 2006.

En majoritet av de företag som angett på vilket sätt de samverkar med någon av aktörerna som står bakom Eskilstunabarometern, uppger medlemskap (passivt eller aktivt) i någon av näringslivsorganisationerna eller att de deltagit i olika seminarier som anordnats av aktörerna, deltar i olika nätverk och samarbetsprojekt.

Diagram 17. Samverkar ditt företag aktivt för den gemensamma lokala utvecklingen med oss aktörer som står bakom Eskilstuna barometern (samtliga)?



Bland framför allt de lite större företagen, med mellan 10 och 19 sysselsatta, är det en högre andel (38 %) som svarar ja på frågan. I vilken mån som andelen förändrats sedan år 2006 för företag med tio eller fler sysselsatta är svårt att avgöra, eftersom skillnaderna mellan de två undersökningarna ligger inom felmarginalen. Även år 2006 var det en högre andel bland de större företagen (10 – 49 sysselsatta) som samverkade.

Det är framför allt inom *InfoKom*, *Hotell och restaurang* och *Tillverkning* där andelen företag som svarat ja på frågan är högst (30 – 40 %). Inom *Transport*, *Byggsektorn* och *Annan service* är andelen som svarat ja låg (< 15 %).

De företag som svarade nej på frågan fick redogöra för vad aktörerna kan göra för att engagera företagen i det lokala utvecklingsarbetet. De flesta anger att de vet för litet om vad aktörerna gör för att kunna lämna förslag.

4. Diskussion och slutsatser

Resultaten i årets Barometerundersökning är i hög grad samstämmiga med resultaten i 2006 års undersökning. De bedömningar som företagen gett är i många avseenden mycket stabila över tid.

Den mest markanta förändringen är att andelen företag som räknar med en ökad omsättning och/eller sysselsättning de närmaste åren är lägre i Barometerundersökningen 2009. Det är knappast förvånande med tanke på den djupa lågkonjunkturen. Endast en fjärdedel räknar med en minskad omsättning de närmaste åren, och en ännu lägre andel räknar med att antalet sysselsatta skall minska. Under rådande omständigheter är det trots allt en optimistisk bedömning av framtidsutsikterna som företagen gör.

4.1 Brist på arbetskraft är fortfarande ett tillväxthinder!

Enkätundersökningen visar att brist på arbetskraft fortfarande är ett det viktigaste tillväxthindret, näst brist på tillräckliga försäljningsvolymmer, för företagen. Även om andelen företag som gör den bedömningen har minskat sedan högkonjunkturen är det fortfarande knappt en tredjedel som lyfter fram denna fråga.

Det kan kanske tyckas märkligt med tanke på den snabbt stigande arbetslösheten under år 2009, men visar att matchning av utbud och efterfrågan fortfarande är en mycket central fråga.

Ungefär hälften av de yrken/kompetenser som företagen nämner avser bristyrken med krav på någon form av yrkesutbildning. Det är särskilt tydligt bland företagen inom byggsektorn, men även hos många andra. Yrken som nämns är exempelvis:

- Olika yrken inom byggsektorn (elektriker, VVS- tekniker, m fl)
- Säljare
- Restaurangpersonal
- Verktygsmakare
- Livsmedelstekniker

Det är med andra ord yrken inom en mängd olika yrkeskategorier, men i synnerhet framstår hantverksyrken inom byggsektorn som den del av arbetsmarknaden med störst arbetskraftsbrist.

Drygt en tredjedel av företagen pekar också på brister inom många yrkesområden som kräver högskoleutbildning. Det gäller exempelvis maskiningenjörer, fastighetsekonomer, tandvårdspersonal och jurister. Ett problem som några av företagen pekar på i detta sammanhang är att få personal inom dessa grupper att stanna kvar en längre tid i Eskilstuna.

Det kanske mest uppenbara området där näringslivsaktörerna skulle kunna göra en insats, både på kort och lång sikt, är att utveckla former för samverkan så att kompetensmatchningen på arbetsmarknaden kan fungera bättre. Det skulle kunna gälla:

- Behovs- och kompetensinventeringar inom olika branschområden
- Förbättra kommunikationen mellan utbildningsanordnare och näringsliv inom dessa frågor för aktuella delar av arbetsmarknaden
- Utveckla en strategi för att öka Eskilstunas attraktivitet som boendeort för i synnerhet kvalificerad arbetskraft
- Bidra till att förbättra informationen till unga om villkoren på dagens och framtidens arbetsmarknad.

4.2 Företagens beroende av den lokala marknaden och behovet av att vidga sin marknad

Årets barometer, liksom undersökningen från år 2006, visar tydligt att flertalet små och mindre företag i Eskilstuna är fokuserade på den lokala marknaden. Det är i första hand genom att öka marknadsandelarna på den lokala arbetsmarknaden som företagen planerar att växa. Samtidigt är det få företag som avser att inrikta sig på någon exportmarknad.

Ett resultat från den tidigare undersökningen var att öka insatserna för att öka företagens kunskaper om olika exportmarknader. De exportmarknadsseminarier som genomförts har också varit välbesökta och uppskattade. Det tycks dock inte ha inneburit att företagen i Barometerns målgrupp förändrat sina tillväxtstrategier. Den bild som ges i Barometern 2009 är i stort sett identisk med den från år 2006.

En starkt bidragande orsak till detta är sannolikt att i synnerhet de minsta företagen är verksamma inom områden som är starkt lokala till sin karaktär. Förutsättningarna för dessa att ta steget ut på en internationell marknad är vanligen små.

En slutsats av detta skulle kunna vara att framtida aktiviteter för att öka de mindre företagens internationalisering kanske skulle kunna vara mer avgränsade till specifika målgrupper, och kanske mer uttalet rikta sig till företag inom vissa delar av industrin eller de mer kvalificerade tjänstenäringarna.

För andra företag kan ett mer realistiskt alternativ vara att vidga sin marknad i närområdet (Stockholm och Mälardalen).

BILAGA

Fråga 1. Hur tror du omsättningen i ditt företag kommer att utvecklas under 2010, jämfört med förra året?

Samtliga	Antal	Andel	Medelfel	Fastighet	Antal	Andel	Medelfel
Öka	171	35%	4%	Öka	9	56%	24%
Oförändrat	207	42%	4%	Oförändrat	5	31%	23%
Minska	112	23%	4%	Minska	2	13%	16%
Totalt	490	100%		Totalt	16	100%	
2-9.				Juridik, ekonomi, teknik			
Öka	112	33%	5%	Öka	6	32%	21%
Oförändrat	147	44%	5%	Oförändrat	11	58%	22%
Minska	78	23%	5%	Minska	2	11%	14%
Totalt	337	100%		Totalt	19		
10-19.				InfoKom			
Öka	28	43%	12%	Öka	9	43%	21%
Oförändrat	24	37%	12%	Oförändrat	9	43%	21%
Minska	13	20%	10%	Minska	3	14%	15%
Totalt	65	100%		Totalt	21	100 %	
20-49.				Kultur&Fritid			
Öka	13	33%	15%	Öka	3	43%	37%
Oförändrat	14	36%	15%	Oförändrat	2	29%	33%
Minska	12	31%	14%	Minska	2	29%	33%
Totalt	39	100%		Totalt	7	100 %	
Jordbruk				Handel			
Öka	2	20%	25%	Öka	22	31%	11%
Oförändrat	4	40%	30%	Oförändrat	33	47%	12%
Minska	4	40%	30%	Minska	15	21%	10%
Totalt	10	100%		Totalt	70	100 %	
Tillverkning				Transport			
Öka	19	27%	10%	Öka	9	35%	18%
Oförändrat	34	48%	12%	Oförändrat	6	23%	16%
Minska	18	25%	10%	Minska	11	42%	19%
Totalt	71	100%		Totalt	26	100 %	
Hotell&Restaurang				Utbildning			
Öka	5	21%	16%	Öka	2	29%	33%
Oförändrat	13	54%	20%	Oförändrat	5	71%	33%
Minska	6	25%	17%	Minska	0	0%	0%
Totalt	24			Totalt	7	100 %	
Annan service				Företagstjänster			
Öka	18	38%	14%	Öka	3	43%	37%
Oförändrat	19	40%	14%	Oförändrat	1	14%	26%
Minska	10	21%	12%	Minska	3	43%	37%
Totalt	47			Totalt	7	100 %	
Bygg				Vård&Omsorg			
Öka	19	29%	11%	Öka	2	18%	23%
Oförändrat	26	40%	12%	Oförändrat	5	45%	29%
Minska	20	31%	11%	Minska	4	36%	28%
Totalt	65	100%		Totalt	11	100 %	

Fråga 2. Vilka områden bedömer du som de viktigaste tillväxthindren för ditt företag?

Samtliga	Antal	Andel	Medelfel	10-19.	Antal	Andel	Medelfel
Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	230	49%	5%	Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	39	60%	12%
Svårigheter att hitta finansiering	67	14%	3%	Svårigheter att hitta finansiering	8	12%	8%
Svårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	131	28%	4%	Svårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	24	37%	12%
Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	32	7%	2%	Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	7	11%	8%
Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	78	17%	3%	Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	11	17%	9%
Begränsade resurser för FoU	19	4%	2%	Begränsade resurser för FoU	4	6%	6%
Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	29	6%	2%	Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	2	3%	4%
Hysesnivåer	65	14%	3%	Hysesnivåer	6	9%	7%
Infrastruktur och kommunikationer	40	9%	3%	Infrastruktur och kommunikationer	7	11%	8%
Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	29	6%	2%	Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	4	6%	6%
Annat	93	20%	4%	Annat	9	14%	8%
Totalt	466			Totalt	65		
2-9.				20-49.			
Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	155	47%	5%	Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	22	56%	16%
Svårigheter att hitta finansiering	47	14%	4%	Svårigheter att hitta finansiering	5	13%	10%
Svårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	78	24%	5%	Svårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	17	44%	16%
Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	16	5%	2%	Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	4	10%	10%
Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	60	18%	4%	Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	4	10%	10%
Begränsade resurser för FoU	13	4%	2%	Begränsade resurser för FoU	2	5%	7%
Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	24	7%	3%	Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	2	5%	7%
Hysesnivåer	53	16%	4%	Hysesnivåer	3	8%	8%
Infrastruktur och kommunikationer	30	9%	3%	Infrastruktur och kommunikationer	2	5%	7%
Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	22	7%	3%	Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	0	0%	0%
Annat	75	23%	5%	Annat	2	5%	7%
Totalt	328			Totalt	39		

Fråga 2. forts.

Tillverkning	Antal	Andel	Medelfel	Annan service	Antal	Andel	Medelfel
Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	46	66%	11%	Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	29	63%	14%
Svårigheter att hitta finansiering	13	19%	9%	Svårigheter att hitta finansiering	4	9%	8%
Sårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	16	23%	10%	Sårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	10	22%	12%
Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	5	7%	6%	Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	3	7%	7%
Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	26	37%	11%	Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	9	20%	11%
Begränsade resurser för FoU	10	14%	8%	Begränsade resurser för FoU	1	2%	4%
Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	2	3%	4%	Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	4	9%	8%
Hysesnivåer	6	9%	7%	Hysesnivåer	8	17%	11%
Infrastruktur och kommunikationer	2	3%	4%	Infrastruktur och kommunikationer	4	9%	8%
Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	5	7%	6%	Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	3	7%	7%
Annat	7	10%	7%	Annat	11	24%	12%
Totalt	70			Totalt	46	63%	14%
Hotell&Restaurang				Bygg			
Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	13	54%	20%	Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	15	23%	10%
Svårigheter att hitta finansiering	5	21%	16%	Svårigheter att hitta finansiering	10	15%	9%
Sårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	8	33%	19%	Sårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	30	46%	12%
Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	4	17%	15%	Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	4	6%	6%
Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	4	17%	15%	Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	10	15%	9%
Begränsade resurser för FoU	0	0%	0%	Begränsade resurser för FoU	0	0%	0%
Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	2	8%	11%	Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	5	8%	6%
Hysesnivåer	8	33%	19%	Hysesnivåer	6	9%	7%
Infrastruktur och kommunikationer	2	8%	11%	Infrastruktur och kommunikationer	4	6%	6%
Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	4	17%	15%	Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	2	3%	4%
Annat	4	17%	15%	Annat	13	20%	10%
Totalt	24			Totalt	65		
Juridik, ekonomi, teknik							
Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	4	22%	19%				
Svårigheter att hitta finansiering	2	11%	15%				
Sårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	4	22%	19%				
Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	2	11%	15%				
Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	1	6%	11%				
Begränsade resurser för FoU	1	6%	11%				
Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	0	0%	0%				
Hysesnivåer	0	0%	0%				
Infrastruktur och kommunikationer	1	6%	11%				
Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	2	11%	15%				
Annat	7	39%	23%				
Totalt	18						

Fråga 2. forts

InfoKom	Antal	Andel	Medelfel	Transport	Antal	Andel	Medelfel
Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	11	52%	21%	Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	13	54%	20%
Svårigheter att hitta finansiering	3	14%	15%	Svårigheter att hitta finansiering	4	17%	15%
Sårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	5	24%	18%	Sårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	6	25%	17%
Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	1	5%	9%	Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	1	4%	8%
Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	2	10%	13%	Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	7	29%	18%
Begränsade resurser för FoU	0	0%	0%	Begränsade resurser för FoU	0	0%	0%
Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	1	5%	9%	Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	1	4%	8%
Hyresnivåer	2	10%	13%	Hyresnivåer	1	4%	8%
Infrastruktur och kommunikationer	4	19%	17%	Infrastruktur och kommunikationer	2	8%	11%
Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	2	10%	13%	Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	0	0%	0%
Annat	2	10%	13%	Annat	4	17%	15%
Totalt	21			Totalt	24		
Handel				Fastighet			
Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	42	63%	12%	Svårigheter att uppnå tillräckliga försäljningsvolym	7	44%	24%
Svårigheter att hitta finansiering	6	9%	7%	Svårigheter att hitta finansiering	0	0%	0%
Sårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	10	15%	9%	Sårigheter att rekrytera lämplig arbetskraft	7	44%	24%
Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	4	6%	6%	Kompetensutvecklingsbehov bland de anställda	1	6%	12%
Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	4	6%	6%	Begränsade resurser för att investera i maskiner och anläggningar	1	6%	12%
Begränsade resurser för FoU	2	3%	4%	Begränsade resurser för FoU	1	6%	12%
Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	4	6%	6%	Svårigheter att hitta lämpiga lokaler	1	6%	12%
Hyresnivåer	15	22%	10%	Hyresnivåer	3	19%	19%
Infrastruktur och kommunikationer	10	15%	9%	Infrastruktur och kommunikationer	2	13%	16%
Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	1	1%	3%	Brist på information som är nyttig/relevant för mig som företagare	1	6%	12%
Annat	14	21%	10%	Annat	3	19%	19%
Totalt	67			Totalt	16		

Fråga 3. På vilket sätt försöker du stärka ditt företags tillväxtmöjligheter?

Samtliga	Antal	Andel	Medelfel	Tillverkning	Antal	Andel	Medelfel
Vinna marknadsandelar	264	57%	5%	Vinna marknadsandelar	46	66%	11%
Expandera på nya marknader	157	34%	4%	Expandera på nya marknader	35	50%	12%
Fusioner och uppköp	25	5%	2%	Fusioner och uppköp	6	9%	7%
Ökad specialisering	123	27%	4%	Ökad specialisering	19	27%	10%
Ökat utbud med nya produkter/tjänster	184	40%	4%	Ökat utbud med nya produkter/tjänster	32	46%	12%
Öka produktiviteten	118	25%	4%	Öka produktiviteten	32	46%	12%
Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	27	6%	2%	Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	4	6%	5%
Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	4	1%	1%	Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	0	0%	0%
Ingen	50	11%	3%	Ingen	4	6%	5%
Annan	32	7%	2%	Annan	4	6%	5%
Totalt	464			Totalt	70		
2-9.				Hotell&Restaurang			
Vinna marknadsandelar	169	51%	5%	Vinna marknadsandelar	14	61%	20%
Expandera på nya marknader	102	31%	5%	Expandera på nya marknader	7	30%	19%
Fusioner och uppköp	9	3%	2%	Fusioner och uppköp	3	13%	14%
Ökad specialisering	90	27%	5%	Ökad specialisering	2	9%	12%
Ökat utbud med nya produkter/tjänster	130	39%	5%	Ökat utbud med nya produkter/tjänster	11	48%	20%
Öka produktiviteten	73	22%	4%	Öka produktiviteten	5	22%	17%
Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	18	5%	2%	Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	0	0%	0%
Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	2	1%	1%	Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	0	0%	0%
Ingen	45	14%	4%	Ingen	3	13%	14%
Annan	27	8%	3%	Annan	1	4%	8%
Totalt	331	51%	5%	Totalt	23		
10-19.				Annan service			
Vinna marknadsandelar	49	74%	11%	Vinna marknadsandelar	23	49%	14%
Expandera på nya marknader	31	47%	12%	Expandera på nya marknader	12	26%	12%
Fusioner och uppköp	9	14%	8%	Fusioner och uppköp	2	4%	6%
Ökad specialisering	23	35%	11%	Ökad specialisering	9	19%	11%
Ökat utbud med nya produkter/tjänster	31	47%	12%	Ökat utbud med nya produkter/tjänster	20	43%	14%
Öka produktiviteten	27	41%	12%	Öka produktiviteten	11	23%	12%
Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	2	3%	4%	Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	3	6%	7%
Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	0	0%	0%	Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	0	0%	0%
Ingen	1	2%	3%	Ingen	7	15%	10%
Annan	2	3%	4%	Annan	4	9%	8%
Totalt	66			Totalt	47		
20-49.				Bygg			
Vinna marknadsandelar	31	79%	13%	Vinna marknadsandelar	33	53%	12%
Expandera på nya marknader	17	44%	16%	Expandera på nya marknader	20	32%	12%
Fusioner och uppköp	6	15%	11%	Fusioner och uppköp	1	2%	3%
Ökad specialisering	5	13%	10%	Ökad specialisering	20	32%	12%
Ökat utbud med nya produkter/tjänster	16	41%	15%	Ökat utbud med nya produkter/tjänster	18	29%	11%
Öka produktiviteten	13	33%	15%	Öka produktiviteten	13	21%	10%
Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	6	15%	11%	Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	7	11%	8%
Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	2	5%	7%	Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	2	3%	4%
Ingen	0	0%	0%	Ingen	12	19%	10%
Annan	1	3%	5%	Annan	1	2%	3%
Totalt	39			Totalt	62	53%	12%

Fråga 3. forts

Juridik, ekonomi, teknik	Antal	Andel	Medelfel	Transport	Antal	Andel	Medelfel
Vinna marknadsandelar	7	37%	22%	Vinna marknadsandelar	12	46%	19%
Expandera på nya marknader	4	21%	18%	Expandera på nya marknader	5	19%	15%
Fusioner och uppköp	2	11%	14%	Fusioner och uppköp	5	19%	15%
Ökad specialisering	5	26%	20%	Ökad specialisering	12	46%	19%
Ökat utbud med nya produkter/tjänster	5	26%	20%	Ökat utbud med nya produkter/tjänster	7	27%	17%
Öka produktiviteten	4	21%	18%	Öka produktiviteten	4	15%	14%
Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	3	16%	16%	Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	1	4%	7%
Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	0	0%	0%	Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	0	0%	0%
Ingen	5	26%	20%	Ingen	5	19%	15%
Annan	1	5%	10%	Annan	0	0%	19%
Totalt	19			Totalt	26		
InfoKom				Fastighet			
Vinna marknadsandelar	13	62%	21%	Vinna marknadsandelar	9	56%	24%
Expandera på nya marknader	11	52%	21%	Expandera på nya marknader	5	31%	23%
Fusioner och uppköp	0	0%	0%	Fusioner och uppköp	1	6%	12%
Ökad specialisering	5	24%	18%	Ökad specialisering	4	25%	21%
Ökat utbud med nya produkter/tjänster	12	57%	21%	Ökat utbud med nya produkter/tjänster	4	25%	21%
Öka produktiviteten	7	33%	20%	Öka produktiviteten	6	38%	24%
Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	2	10%	13%	Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	0	0%	0%
Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	0	0%	0%	Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	0	0%	0%
Ingen	0	0%	0%	Ingen	1	6%	12%
Annan	1	5%	9%	Annan	1	6%	12%
Totalt	21			Totalt	16	56%	24%
Handel							
Vinna marknadsandelar	50	72%	11%				
Expandera på nya marknader	17	25%	10%				
Fusioner och uppköp	0	0%	0%				
Ökad specialisering	17	25%	10%				
Ökat utbud med nya produkter/tjänster	39	57%	12%				
Öka produktiviteten	10	14%	8%				
Omlokalisera verksamhet från Eskilstuna	1	1%	3%				
Omlokalisera verksamhet till Eskilstuna	1	1%	3%				
Ingen	3	4%	5%				
Annan	2	3%	4%				
Totalt	69						

Fråga 4. Vilka marknader tänker ditt företag inrikta sig på de kommande tre åren?

Samtliga	Antal	Andel	Medelfel	Hotell&Restaurang	Antal	Andel	Medelfel
Den lokala marknaden i Eskilstuna	323	69%	4%	Den lokala marknaden i Eskilstuna	22	96%	8%
Stockholm och Mälardalsregionen	224	48%	5%	Stockholm och Mälardalsregionen	7	30%	19%
Andra regioner i Sverige	111	24%	4%	Andra regioner i Sverige	3	13%	14%
Norden	56	12%	3%	Norden	1	4%	8%
Östeuropa	18	4%	2%	Östeuropa	1	4%	8%
Västeuropa	26	6%	2%	Västeuropa	1	4%	8%
Övriga världen	16	3%	2%	Övriga världen	1	4%	8%
Inga, planerar inte att expandera	32	7%	2%	Inga, planerar inte att expandera	4	17%	15%
Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	26	6%	2%	Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	2	9%	12%
Totalt	470			Totalt	23		
2-9.				Annan service			
Den lokala marknaden i Eskilstuna	323	96%	2%	Den lokala marknaden i Eskilstuna	40	83%	11%
Stockholm och Mälardalsregionen	145	43%	5%	Stockholm och Mälardalsregionen	16	33%	13%
Andra regioner i Sverige	73	22%	4%	Andra regioner i Sverige	11	23%	12%
Norden	33	10%	3%	Norden	2	4%	6%
Östeuropa	13	4%	2%	Östeuropa	1	2%	4%
Västeuropa	19	6%	2%	Västeuropa	1	2%	4%
Övriga världen	12	4%	2%	Övriga världen	1	2%	4%
Inga, planerar inte att expandera	28	8%	3%	Inga, planerar inte att expandera	3	6%	7%
Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	23	7%	3%	Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	1	2%	4%
Totalt	338			Totalt	48		
10-19.				Bygg			
Den lokala marknaden i Eskilstuna	50	77%	10%	Den lokala marknaden i Eskilstuna	46	71%	11%
Stockholm och Mälardalsregionen	41	63%	12%	Stockholm och Mälardalsregionen	40	62%	12%
Andra regioner i Sverige	18	28%	11%	Andra regioner i Sverige	5	8%	6%
Norden	11	17%	9%	Norden	1	2%	3%
Östeuropa	1	2%	3%	Östeuropa	0	0%	0%
Västeuropa	2	3%	4%	Västeuropa	0	0%	0%
Övriga världen	2	3%	4%	Övriga världen	1	2%	3%
Inga, planerar inte att expandera	0	0%	0%	Inga, planerar inte att expandera	4	6%	6%
Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	1	2%	3%	Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	2	3%	4%
Totalt	65			Totalt	65		
20-49.				Juridik, ekonomi, teknik			
Den lokala marknaden i Eskilstuna	23	59%	15%	Den lokala marknaden i Eskilstuna	10	53%	22%
Stockholm och Mälardalsregionen	23	59%	15%	Stockholm och Mälardalsregionen	14	74%	20%
Andra regioner i Sverige	14	36%	15%	Andra regioner i Sverige	4	21%	18%
Norden	10	26%	14%	Norden	0	0%	0%
Östeuropa	4	10%	10%	Östeuropa	0	0%	0%
Västeuropa	5	13%	10%	Västeuropa	0	0%	0%
Övriga världen	2	5%	7%	Övriga världen	2	11%	14%
Inga, planerar inte att expandera	0	0%	0%	Inga, planerar inte att expandera	2	11%	14%
Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	0	0%	0%	Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	3	16%	16%
Totalt	39			Totalt	19		
Tillverkning				InfoKom			
Den lokala marknaden i Eskilstuna	37	52%	12%	Den lokala marknaden i Eskilstuna	11	52%	21%
Stockholm och Mälardalsregionen	37	52%	12%	Stockholm och Mälardalsregionen	12	57%	21%
Andra regioner i Sverige	35	49%	12%	Andra regioner i Sverige	6	29%	19%
Norden	27	38%	11%	Norden	5	24%	18%
Östeuropa	11	15%	8%	Östeuropa	0	0%	0%
Västeuropa	9	13%	8%	Västeuropa	2	10%	13%
Övriga världen	7	10%	7%	Övriga världen	1	5%	9%
Inga, planerar inte att expandera	3	4%	5%	Inga, planerar inte att expandera	0	0%	0%
Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	6	8%	6%	Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	0	0%	0%
Totalt	71			Totalt	21		

Fråga 4. forts

Handel	Antal	Andel	Medelfel	Fastighet	Antal	Andel	Medelfel
Den lokala marknaden i Eskilstuna	57	83%	9%	Den lokala marknaden i Eskilstuna	13	81%	19%
Stockholm och Mälardalsregionen	22	32%	11%	Stockholm och Mälardalsregionen	6	38%	24%
Andra regioner i Sverige	14	20%	9%	Andra regioner i Sverige	1	6%	12%
Norden	6	9%	7%	Norden	1	6%	12%
Östeuropa	1	1%	3%	Östeuropa	0	0%	0%
Västeuropa	1	1%	3%	Västeuropa	0	0%	0%
Övriga världen	1	1%	3%	Övriga världen	0	0%	0%
Inga, planerar inte att expandera	4	6%	6%	Inga, planerar inte att expandera	2	13%	16%
Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	3	4%	5%	Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	1	6%	12%
Totalt	69			Totalt	16		
Transport							
Den lokala marknaden i Eskilstuna	16	62%	19%				
Stockholm och Mälardalsregionen	11	42%	19%				
Andra regioner i Sverige	5	19%	15%				
Norden	4	15%	14%				
Östeuropa	1	4%	7%				
Västeuropa	3	12%	12%				
Övriga världen	0	0%	0%				
Inga, planerar inte att expandera	2	8%	10%				
Kommer att avveckla eller sälja/överlåta verksamheten	2	8%	10%				
Totalt	26						

Fråga 5. Skapar Mälardalens högskola nytta för ditt företag?

Samtliga	Antal	Andel	Medelfel	Juridik, ekonomi, teknik	Antal	Andel	Medelfel
Ja	187	40%	4%	Ja	5	26%	20%
Nej	279	60%	4%	Nej	14	74%	20%
Totalt	466			Totalt	19		
2-9.				InfoKom			
Ja	122	36%	5%	Ja	16	76%	18%
Nej	213	64%	5%	Nej	5	24%	18%
Totalt	335			Totalt	21		
10-19.				Handel			
Ja	33	50%	12%	Ja	29	41%	12%
Nej	33	50%	12%	Nej	41	59%	12%
Totalt	66			Totalt	70		
20-49.				Transport			
Ja	26	67%	15%	Ja	9	35%	18%
Nej	13	33%	15%	Nej	17	65%	18%
Totalt	39			Totalt	26		
Tillverkning				Fastighet			
Ja	29	43%	12%	Ja	9	56%	24%
Nej	39	57%	12%	Nej	7	44%	24%
Totalt	68			Totalt	16		
Hotell & Restaurang							
Ja	11	46%	20%				
Nej	13	54%	20%				
Totalt	24						
Annan service							
Ja	21	44%	14%				
Nej	27	56%	14%				
Totalt	48						
Bygg							
Ja	20	31%	11%				
Nej	45	69%	11%				
Totalt	65						

Fråga 6. På vilket sätt skapar Mälardalens högskola nytta för ditt företag?

Samtliga	Antal	Andel	Medelfel	Annan service	Antal	Andel	Medelfel
Utbildar företagets framtida personal	47	25%	6%	Utbildar företagets framtida personal	2	10%	13%
Kompetensutvecklar nuvarande personal	10	5%	3%	Kompetensutvecklar nuvarande personal	0	0%	0%
Affärs- och samhällsnytta genom forskning	41	22%	6%	Affärs- och samhällsnytta genom forskning	2	10%	13%
Bidrar till regionens attraktionskraft	135	72%	6%	Bidrar till regionens attraktionskraft	14	70%	20%
Annat sätt	34	18%	6%	Annat sätt	5	25%	19%
Totalt	188			Totalt	20		
2-9.				Bygg			
Utbildar företagets framtida personal	23	19%	7%	Utbildar företagets framtida personal	5	25%	19%
Kompetensutvecklar nuvarande personal	5	4%	3%	Kompetensutvecklar nuvarande personal	0	0%	0%
Affärs- och samhällsnytta genom forskning	22	18%	7%	Affärs- och samhällsnytta genom forskning	4	20%	18%
Bidrar till regionens attraktionskraft	89	72%	8%	Bidrar till regionens attraktionskraft	16	80%	18%
Annat sätt	26	21%	7%	Annat sätt	3	15%	16%
Totalt	124			Totalt	20		
10-19.				Juridik, ekonomi, teknik			
Utbildar företagets framtida personal	9	27%	15%	Utbildar företagets framtida personal	1	20%	35%
Kompetensutvecklar nuvarande personal	3	9%	10%	Kompetensutvecklar nuvarande personal	0	0%	0%
Affärs- och samhällsnytta genom forskning	11	33%	16%	Affärs- och samhällsnytta genom forskning	3	60%	43%
Bidrar till regionens attraktionskraft	24	73%	15%	Bidrar till regionens attraktionskraft	3	60%	43%
Annat sätt	3	9%	10%	Annat sätt	0	0%	0%
Totalt	33			Totalt	5		
20-19.				InfoKom			
Utbildar företagets framtida personal	14	54%	19%	Utbildar företagets framtida personal	10	63%	24%
Kompetensutvecklar nuvarande personal	2	8%	10%	Kompetensutvecklar nuvarande personal	2	13%	16%
Affärs- och samhällsnytta genom forskning	6	23%	16%	Affärs- och samhällsnytta genom forskning	2	13%	16%
Bidrar till regionens attraktionskraft	18	69%	18%	Bidrar till regionens attraktionskraft	11	69%	23%
Annat sätt	5	19%	15%	Annat sätt	2	13%	16%
Totalt	26			Totalt	16		
Tillverkning				Handel			
Utbildar företagets framtida personal	10	38%	18%	Utbildar företagets framtida personal	5	17%	14%
Kompetensutvecklar nuvarande personal	4	15%	13%	Kompetensutvecklar nuvarande personal	0	0%	0%
Affärs- och samhällsnytta genom forskning	17	65%	17%	Affärs- och samhällsnytta genom forskning	0	0%	0%
Bidrar till regionens attraktionskraft	20	77%	15%	Bidrar till regionens attraktionskraft	23	79%	15%
Annat sätt	4	15%	13%	Annat sätt	4	14%	13%
Totalt	29			Totalt	29		
Hotell & Restaurang							
Utbildar företagets framtida personal	0	0%	0%				
Kompetensutvecklar nuvarande personal	2	17%	21%				
Affärs- och samhällsnytta genom forskning	1	8%	16%				
Bidrar till regionens attraktionskraft	8	67%	27%				
Annat sätt	3	25%	25%				
Totalt	12						

Fråga 7. Samverkar ditt företag för den gemensamma lokala utvecklingen med oss aktörer som står bakom Eskilstunabarometern? (Eskilstuna kommun, Eskilstuna Fabriksförening, Företagarna i Eskilstuna, Mälardalens högskola, Svensk Handel, Östsvenska handelskammaren)

Samtliga	Antal	Andel	Medelfel	Bygg	Antal	Andel	Medelfel
Ja	94	21%	4%	Ja	8	13%	8%
Nej	350	79%	4%	Nej	55	87%	8%
Totalt	444			Totalt	63		
2-9.				Juridik, ekonomi, teknik			
Ja	59	18%	4%	Ja	2	11%	14%
Nej	271	82%	4%	Nej	17	89%	14%
Totalt	330			Totalt	19		
10-19.				InfoKom			
Ja	24	38%	12%	Ja	9	43%	21%
Nej	40	63%	12%	Nej	12	57%	21%
Totalt	64			Totalt	21		
20-49.				Handel			
Ja	10	26%	14%	Ja	13	19%	9%
Nej	28	74%	14%	Nej	56	81%	9%
Totalt	38			Totalt	69		
Tillverkning				Transport			
Ja	22	31%	11%	Ja	3	12%	12%
Nej	48	69%	11%	Nej	23	88%	12%
Totalt	70			Totalt	26		
Hotell & Restaurang				Fastighet			
Ja	7	32%	19%	Ja	3	19%	19%
Nej	15	68%	19%	Nej	13	81%	19%
Totalt	22			Totalt	16		
Annan service							
Ja	6	13%	10%				
Nej	40	87%	10%				
Totalt	46						

Fråga 8 Hur tror du att antalet sysselsatta kommer att förändras de närmaste två åren?

Samtliga	Antal	Andel	Medelfel	Bygg	Antal	Andel	Medelfel
Öka	138	31%	4%	Öka	16	25%	11%
Oförändrat	259	58%	5%	Oförändrat	40	63%	12%
Minska	53	12%	3%	Minska	7	11%	8%
Totalt	450			Totalt	63		
2-9.				Juridik, ekonomi, teknik			
Öka	90	27%	5%	Öka	4	21%	18%
Oförändrat	210	62%	5%	Oförändrat	13	68%	21%
Minska	37	11%	3%	Minska	2	11%	14%
Totalt	337			Totalt	19		
10-19.				InfoKom			
Öka	32	49%	12%	Öka	6	29%	19%
Oförändrat	29	45%	12%	Oförändrat	10	48%	21%
Minska	4	6%	6%	Minska	5	24%	18%
Totalt	65			Totalt	21		
20-49.				Handel			
Öka	15	38%	15%	Öka	15	21%	10%
Oförändrat	15	38%	15%	Oförändrat	48	69%	11%
Minska	9	23%	13%	Minska	7	10%	7%
Totalt	39			Totalt	70		
Tillverkning				Transport			
Öka	29	41%	11%	Öka	6	23%	16%
Oförändrat	37	52%	12%	Oförändrat	15	58%	19%
Minska	5	7%	6%	Minska	5	19%	15%
Totalt	71			Totalt	26		
Hotell & Restaurang				Vård & Omsorg			
Öka	5	22%	17%	Öka	2	18%	23%
Oförändrat	14	61%	20%	Oförändrat	7	64%	28%
Minska	4	17%	15%	Minska	2	18%	23%
Totalt	23			Totalt	11		
Annan service				Fastighet			
Öka	14	29%	13%	Öka	8	50%	25%
Oförändrat	28	58%	14%	Oförändrat	7	44%	24%
Minska	6	13%	9%	Minska	1	6%	12%
Totalt	48			Totalt	16		