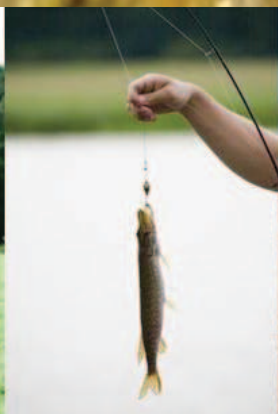




LÄNSSTYRELSEN
VÄSTRA GÖTALANDS LÄN

Utvärdering av Stöd till turism



Rapportnr: 2011:69

ISSN: 1403-168X

Text och bild: SWECO Eurofutures AB

Utgivare: Länsstyrelsen i Västra Götalands län, Landsbygdsenheten

Rapporten finns som pdf på www.lansstyrelsen.se/vastragotaland under Publikationer/Rapporter.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1	Inledning	3
1.1	Läshänvisning	3
2	Bakgrund	3
2.1	Turismen, en bransch på frammarsch	3
2.2	Landsbygdsprogrammets åtgärder för att främja utvecklingen av turism	4
2.2.1	Stödformer	5
2.2.2	Turism – en prioriterad satsning i Västra Götalands län	6
3	Uppdraget	7
3.1	Metod	7
3.2	Genomförande	9
4	Företagsstödet bidrag till utvecklingen av turismbranschen på landsbygden	11
4.1	Resultatanalys	12
4.2	Effektanalys	17
4.3	Sammanfattande nyttoanalys	22
4.4	Uppnådd koppling mellan de olika stödformerna	24
5	Stödets betydelse för jämställdhet på landsbygden	25
5.1	Kvinnors företagande på landsbygden	26
5.2	Kvinnors företagande inom turismbranschen	27
5.2.1	<i>Kvinnor som stödmottagare</i>	29
6	Sammanfattande analys	30
6.1	Stödets betydelse för utvecklingen av landsbygdsturismen i Västra Götaland	30
6.1.1	Stödets betydelse för jämställdhet på landsbygden	31
6.1.2	Nio av tio investeringar ses som lyckade av företagen - kan vara färre ur ett samhällsperspektiv	31
6.2	Reflektioner för framtiden – en framåtsyftande analys	32
6.2.1	Är målen och förväntningarna på stödet realistiska i förhållande till de finansiella resurser som beviljas?	32
6.2.2	Tas Landsbygdsprogrammets potential tillvara när det gäller företagsstöd och inriktningen på flera målgrupper?	33
6.2.3	Urval av stödmottagare	33

1 Inledning

Utvärderingen av stöd till turism genom Landsbygdsprogrammet i Västra Götalands län syftar till att fånga stödets resultat och effekter med fokus på kundnytta – företagarnas nytta av stödet. Utvärderingen bygger på en totalundersökning av företagarnas bild av stödet och vi vill därför tacka medverkande företag och andra aktörer som har ställt upp på intervju för deras tid och synpunkter.

1.1 Lëshänvisning

Följande kapitel ger en bakgrund till den prioriterade satsningen på turism inom Landsbygdsprogrammet och beskriver därmed den kontext stödet verkar i. Detta inledande kapitel kommer även att presentera utvärderingens syfte, metod och genomförande.

I rapportens tredje kapitel kommer utvärderingens resultat att presenteras ingående genom resultat och effektanalys samt en mer sammanfattande nyttoanalys. Detta följs av resonemang kring kopplingen mellan resultat från olika stödformer.

Kapitel 5 behandlar jämställdhetsaspekten av stödet och syftar till att fördjupa läsarens förståelse för kvinnors företagande i gles- och landsbygd samt redovisa eventuella skillnader i resultaten från denna utvärdering.

Det sjätte kapitlet sammanfattar den tidigare beskrivna analysen och belyser viktiga punkter att tänka på inför framtida stöd.

2 Bakgrund

2.1 Turismen, en bransch på frammarsch

Under 2010 ökade turismens totala omsättning i Sverige med 3,2 procent till nästan 255 miljarder kronor. Svenska fritidsresenärer svarade för cirka 50 procent, svenska affärsresenärer för 17 procent och resenärer från utlandet för drygt 34 procent. Turismens exportvärde, mätt som utländska besökares konsumtion i Sverige, uppgick till drygt 87 miljarder kronor under 2010. Vilket var drygt 50 procent mer än järn- och stålexporten och mer än dubbelt så mycket som värdet av den svenska personbilsexporten.¹ Turismen har en stor tillväxtpotential och lyfts fram som en tillväxtfaktor i nästan samtliga regionala tillväxtprogram. Den kan vara en betydelsefull faktor för ekonomisk utveckling och sysselsättning i alla delar av landet.

Turistnäringen kännetecknas av att den omfattar många olika delbranscher och består av ett fåtal stora och många små företag. Särskilt på landsbygden bedrivs verksamheten ofta som familjeföretag eller som en mindre del av företagets totala verksamhet. Turistföretagen är som regel personalintensiva även om många av dem bara är

¹ Fakta om svensk turism. Turismens effekter på ekonomi, export och sysselsättning samt volymer, beteenden, utbud och efterfrågan Fakta & statistik 2010 sid 5

verksamma under delar av året. När turistvolymerna ökar leder det till ökad sysselsättning inte bara i turistföretagen utan också i andra branscher som är viktiga för bygden som t.ex. lokal varu- och tjänsteproduktion, handel och transporter. Turismen kan därför ha stor effekt på den lokala ekonomin och sysselsättningen i framförallt gles- och landsbygdskommuner.

2.2 Landsbygdsprogrammets åtgärder för att främja utvecklingen av turism

Landsbygdsprogrammet är ett verktyg för att nå målen för landsbygdspolitiken. Åtgärderna i programmet finansieras gemensamt av Sverige och EU:s jordbruksstöd. Under innevarande programperiod (2007-2013) uppgår de samlade stödinsatserna i Sverige till cirka 36 miljarder kronor, eller drygt 5 miljarder kronor per år, varav nästan 1,5 miljarder tillfaller Västra Götalands län.

Landsbygdsprogrammet 2007-2013 syftar till att stödja en hållbar ekonomisk, ekologisk och social utveckling av landsbygden. Programmet har en tydlig ambition när det gäller att bredda såväl målgruppen som insatserna i jämförelse med Miljö- och landsbygdsprogrammet för perioden 2000-2006. Fokus på tillväxt, konkurrenskraft och företagande är tydligt. Åtgärderna i programmet syftar till att förstärka företagets konkurrenskraft och främja en diversifiering av landsbygdens näringsliv för att på det sättet bidra till en ökad sysselsättning. Dessa utvecklingsmöjligheter ger förutsättningar för nya eller utökade verksamheter som kan medverka till att det övergripande målet för landsbygdspolitiken nås. Det kan handla om utveckling av turistverksamhet, produktion och förädling av förnybar energi, hästanknuten produktion av tjänster och upplevelser, grön rehabilitering och friskvård samt småskalig verksamhet inom tillverkning och service.

Landsbygdsprogrammet är uppdelat mellan fyra axlar som berör olika områden av landsbygdsutveckling.

Axel 1) Förbättra jord- och skogsbrukets konkurrenskraft

Axel 2) förbättra miljön och landskapet

Axel 3) Förbättra livskvaliteten, bredda företagandet och främja utvecklingen av landsbygdens ekonomi

Axel 4) Leader, landsbygdsutveckling genom lokalt engagemang

Landsbygdsprogrammets axel 3, där främjande av utveckling av turism ingår, syftar till att öka diversifiering av landsbygdens näringsliv i syfte att främja sysselsättningen på landsbygden, möjliggöra en högre livskvalitet för dem som bor på landsbygden och ett hållbart nyttjande av landsbygdens resurser. På landsbygden är turismen viktig ur flera aspekter. Dels för att den skapar arbetstillfällen och intäkter, dels i och med att en utveckling av turismsektorn på landsbygden ökar förutsättningarna för en hållbar utveckling och diversifiering på landsbygden, vilket i sin tur kan höja livskvaliteten på landsbygden. Åtgärderna inom axel 3 ska i Sverige fokusera på förutsättningsskapande insatser för att utveckla företagande och ett breddat och diversifierat näringsliv med

anknytning till landsbygdens samlade resurser.² En relativt stor andel av axel 3-åtgärderna genomförs genom Leader-metoden, som kommer att diskuteras närmare längre fram i rapporten.

Stöd till turism inom landsbygdsprogrammet syftar till ett ökat antal företag som erbjuder tjänster eller produkter som vänder sig till turister och andra besökare på landsbygden med ökad omsättning och sysselsättning inom turism.

Med en diversifiering av verksamheten på landsbygden menas att intäkterna i verksamheten kommer från annan affärsverksamhet än jordbruk. Det finns en växande grupp företagare som genom diversifiering har utvecklat inkomstbringande verksamhet vid sidan om traditionell lantbruksverksamhet. Nya verksamheter inom jordbruket som ökar i betydelse är bl.a. olika former av entreprenadverksamhet, hästverksamhet, turism, småskalig förädling av råvaror från jordbruk och lokal försäljning av företagens produkter samt produktion av råvaror till energiändamål. Av lantbruksföretagen ägnar sig nästan 30 procent åt annan verksamhet än jord- och skogsbruk i en omfattning som har betydelse för företagets inkomster och sysselsättning. En ökad diversifiering av lantbrukets företag bidrar också till ett större utbud av tjänster och produkter som är viktiga för landsbygdens samlade attraktionskraft, både när det gäller möjligheterna att vara bosatt på landsbygden locka till sig externa besökare. En god utveckling av landsbygden som helhet förutsätter ett diversifierat näringsliv, ett ökat fokus på landsbygdens resurser i form av attraktiva miljöer för boende och rekreation samt ett väl utvecklat lokalt samarbete kring t.ex. service och infrastruktur.

2.2.1 Stödformer

För att stödja utvecklingen av turistföretag på landsbygden beviljar Länsstyrelsen i Västra Götaland företagsstöd, projektstöd samt stöd genom Leader. Denna utvärdering syftar till att utvärdera nyttan av företagsstödet, men omfattar också en övergripande analys av de olika stödformernas resultat.

Företagsstöd

Företagsstöd beviljas i fyra kategorier till den som vill utveckla sitt företag på landsbygden.

- startstöd
- Investeringsstöd
- stöd för kompetensutveckling
- stöd för köp av tjänster

I Västra Götaland gäller företagsstödet främst investeringsstöd. Företagsstödet ska underlätta för den som vill utveckla sitt företag och anpassa det till nya förutsättningar,

² <http://www.regeringen.se/content/1/c6/08/27/24/8186e1e7.pdf> sid 92

öka kvaliteten i produktionen, stärka konkurrenskraften eller förbättra miljön och djurens välfärd. Företagsstöd ges för maximalt 30 procent av investeringen, med ett övre tak på 900 000 kronor.

Projektstöd

Projektstödet ska verka för en högre livskvalitet för dem som bor på landsbygden, bredda och stärka landsbygdens näringsliv och stärka konkurrenskraften inom den gröna näringen. Projektstödet är till för dem som vill engagera sig tillsammans för att utveckla en bygd. Det kan t.ex. handla om att göra hembygden bättre genom att arbeta turism, service, vägar, natur, kultur eller att bidra till att skapa nya arbetstillfällen. Projektstöd ges prioriterat till projekt för att utveckla landsbygdsturismen.

Projektstöd ges till den som genomför projekt som förbättrar förutsättningarna för en konkurrenskraftig besöks- och turismnäring på landsbygden. Projektstöd ges även till den som är med och utvecklar och introducerar IT-baserade tjänster för marknadsföring, distribution, kontakt och bokningar för en grupp av turistföretag med syftet att göra det enklare för företag att nå ut till sina kunder.

Leaderstöd

Leader är en metod för landsbygdsutveckling där de som bor och verkar i ett område är med och driver den lokala utvecklingen. Leadermetoden grundar sig på fem nyckelord:

- Treparterskap – offentlig sektor, näringsliv och ideell sektor samverkar.
- Underifrånperspektiv – idéerna kommer från dem som berörs.
- Nätverk – i Leadermetoden arbetar man i nätverk lokalt, regionalt, nationellt och på Europainivå.
- Nyttänkande – idéer som stöds får gärna vara nya och oprövade.
- Överförbarhet/lärande – att föra ut kunskap om såväl arbetsmetod som de resultat projekten genererar.

Stöd genom Leader söks för utvecklingsprojekt för landsbygden. Varje Leaderområde består av en LAG-grupp³ sammansatt av lokala aktörer som tillsammans arbetar för en utveckling av landsbygden. De LAG-grupper som verkar inom ett Leaderområde beslutar vilka projekt som ska beviljas stöd utifrån en lokal prioriteringsplan.

2.2.2 Turism – en prioriterad satsning i Västra Götalands län

Turism är ett strategiskt viktigt område i Länsstyrelsen i Västra Götalands läns genomförandestrategi för Landsbygdsprogrammet för. I genomförandestrategin uttrycks följande om turism. *"Turismen är till sin natur mångfacetterad och ger ett stort ekonomiskt utbyte inom ett flertal näringar; främst boende, restaurang och handel [...] för*

³ Förkortningen LAG står för Lokal Utvecklings Grupp.

landsbygdsturismen är ett utvecklat och kvalitetssäkrat boende en förutsättning för att nå framgång”.

3 Uppdraget

Länsstyrelsen i Västra Götalands län har anlitat Sweco Eurofutures för att göra en utvärdering av stödet till turism i länet med fokus på investeringsstödet inom Landsbygdsprogrammet under åren 2007-2010. Utvärderingen syftar till att användas för lärande och utveckling av genomförande av Landsbygdsprogrammet.

Länsstyrelsen efterfrågar även en fördjupning av utvärderingen med fokus på jämställdhet. Syftet är att fördjupa kunskapen om hur stödet påverkar män och kvinnor och om det går att utröna om stödet har olika inverkan på, och betydelse för män och kvinnor.

Behovet av en utredning motiveras bl.a. av att de indikatorer som används för att mäta resultat och effekter ofta är kvantitativa och därmed inte fullt ut förmår spegla de kvalitativa och samlade effekterna av Landsbygdsprogrammet. Även mjuka resultat är viktiga att fånga upp och belysa i samband med stöd inom Landsbygdsprogrammet, särskilt som programmet i sig har som målsättning att höja livskvaliteten på landsbygden och öka diversifieringen i näringslivet på landsbygden – mål som inte nödvändigtvis beskrivs med hjälp av de indikatorer som finns för programmet. Länsstyrelsen önskar få en mer nyanserad bild av hur stöden har påverkat företagen och fokusera på vilken nytta företagen upplever sig ha fått genom stöden. Uppdraget syftar således till att ge en mer heltäckande bild av stödets funktion och vilka resultat stöden till turismföretag har genererat med fokus på kundnytta.

3.1 Metod

De metoder som använts för att utvärdera stödet till turism grundar sig på tre typer av materialinsamling samt analys. Utvärderingen baseras delvis på *dokumentstudier* av slututbetalda projektstöd och Leaderprojekt. Detta för att ge en helhetssyn på det stöd som har beviljats för att främja utvecklingen av turism genom Landsbygdsprogrammet i Västra Götalands län och för att kunna göra en översiktlig analys av den uppnådda kopplingen mellan stödformerna. Vidare har en *enkätundersökning* (totalundersökning), av den grupp som har sökt företagsstöd inom turism, genomförts. Samtliga företag som har sökt stöd till turism inom Landsbygdsprogrammet ingår alltså i utvärderingen. Företagen kan delas in i tre grupper:

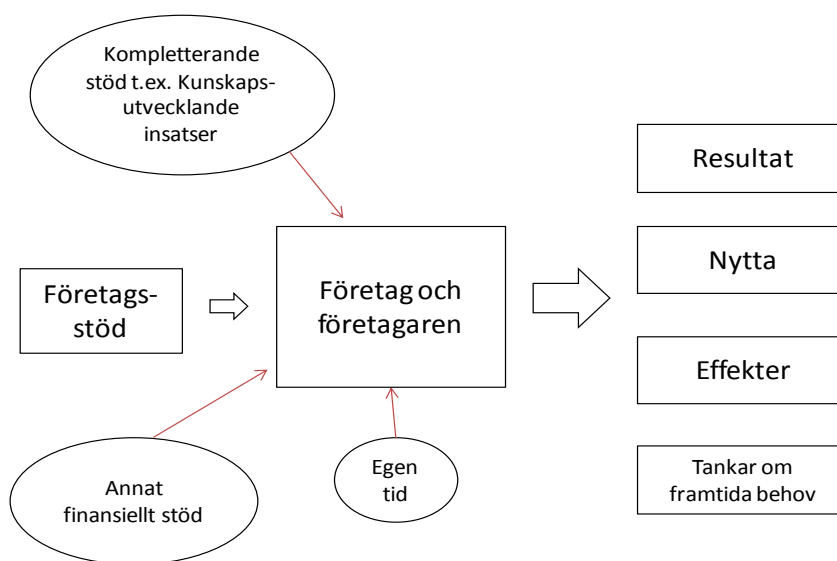
- De som beviljats stöd och genomfört investeringen
- De som beviljats stöd men inte genomfört investeringen
- De som sökt stöd men fått sin ansökan avslagen

Det tredje steget av materialinsamlingen har bestått av uppföljande *intervjuer* med stödmottagare samt andra personer relevanta för utvärderingens genomförande. Användningen av olika metoder – s.k. triangulering – syftar till att fånga upp så många

aspekter som möjligt av stödet, att kvalitetssäkra resultaten och uppnå en hög validitet och tillförlitlighet. Utvärderingen baseras på en kvalitativ ansats då det primära syftet med utvärderingen är att visa på kundnyttan, dvs. stödmottagarnas upplevelse av stödets betydelse för dem och deras verksamheter.

Den modell som ligger till grund för utvärderingen redovisas i figuren nedan. Modellen illustrerar stödets intervention och har använts för såväl framtagande av enkät- och intervjufrågor som utgångspunkt för analysen av det insamlade materialet.

Figur 1: Stödets funktion



1) Resultatanalys

Resultatanalysen syftar till att klargöra vilka förväntade och faktiska resultat som företagsstödet genererat. Det handlar om kortsiktiga och konkreta resultat av stödet i form av påverkan på de deltagande företagens affärsnytta.

2) Effektanalys

Effektanalysen besvarar frågan hur stödet har bidragit till att utveckla företagen och landsbygden. Effektanalysen utgår från en jämförande analys samt en kontrafaktisk analys som syftar till att svara på frågan "vad hade hänt om inte...". D.v.s. vad som är stödets mervärde.

3) Nyttoanalys

Nyttoanalysen beskriver kundnyttan för företag som har nyttjat företagsstödet och eventuellt kompletterande stöd. Den går igenom företagarnas upplevda nytta av stödet i förhållande till dem som företagare.

4) Framåtsyftande analys

Den framåtsyftande analysen sammanfattar de främsta resultat och effekterna. Den framåtsyftande analysen innehåller även reflektioner kring hur man skulle kunna öka stödets mervärde.

3.2 Genomförande

En analys av den uppnådda kopplingen mellan företagsstöd, projektstöd och kompetensutvecklingsinsatser har gjorts genom en genomgång av rapporter från avslutade projekt (projektstöd och Leader).

En enkät har även gått ut till samtliga företag som har sökt företagsstöd inom turismområdet. Länsstyrelsen har försett Sweco med kontaktuppgifter till samtliga som har sökt stöd inom Landsbygdsprogrammet 2007-2010. Enkäten distribuerades först via e-mail till de respondenter där det var möjligt. Till dem som inte besvarade enkäten via webben eller inte har uppgivit en e-mailadress har svaren samlats in via telefon genom strukturerade kvantitativa intervjuer. Enkätsvaren har därmed samlats in genom en kombination av webbenkätutskick och telefonintervjuer, detta för att ge en så hög svarsfrekvens som möjligt.

Webbenkäten skickades ut i början av vecka 39 i september 2011 och avslutades i vecka 42. Ursprungsregistret reducerades till 131 företag, då 8 stycken dubletter. Fyra påminnelser skickades ut under perioden och samtliga som inte besvarade enkäten via e-mail följdes upp via telefon, vilket hade en positiv effekt på svarsfrekvensen. Förutom ett antal bakgrundsvariabler täckte enkäten in olika frågor om företagarnas syfte att söka stödet, uppleva resultat och effekter i företaget samt om stödets påverkan på företagaren. Enkäten besvarades av totalt 76 respondenter via webb och telefonenkäter (svarsfrekvens 58 %, svarsprocenten på de företag som fått bifall är 63 %, medan av de 17 företag som fått avslag är svarsprocenten 25 %).

21 ansökningar har fått avslag och av dessa har ett fåtal inkommit med svar på enkäten. Det är därför inte rimligt att redovisa resultaten av den enkäten kvantitativt. Istället har de öppna svaren från dessa inkluderats i den kontrafaktiska analysen.

Då utvärderingen baseras på data från enkätundersökningar är det viktigt att beakta följande vid en tolkning av materialet:

- Att antalet svar är relativt få innebär att det är svårt att generalisera, särskilt i de fall slutsatserna bygger på en uppdelning av svaren efter t.ex. män och kvinnor. Samtidigt pekar det inkomna materialet på tydliga tendenser och materialet har ett stort värde även utan alltför för starka generaliseringar.
- Risk att respondenterna har besvarat frågorna "fel" för att de inte kommit ihåg rätt och inte haft möjlighet att kontrollera svaren.
- Risk att respondenterna överdriver stödets betydelse för att på så sätt försöka säkerställa att stödet får finnas kvar.

I ett tredje steg av utvärderingen har uppföljande djupintervjuer genomförts med ett urval av företag som har beviljats stöd och genomfört investeringen. Detta i syfte att stärka den kvalitativa materialinsamlingen, för att fördjupa bilden av stödets funktion och komplettera webbenkäten. Urvalet har gjorts för att vara så representativt som möjligt med avseende på variabler som kön, geografisk lokalisering (Leaderområden), beviljat belopp och organisationsform. Intervjuer med sakkunniga inom jämställdhet har även genomförts.

Bortfallsanalys

Svarsprocenten på de företag som fått bifall är 63 %, medan av de 17 företag som fått avslag är svarsprocenten 25 %.

	<i>Ej svar</i>	<i>Svar</i>
Avslag	75%	25%
Bifall	37%	63%

Av de som svarat på enkäten har 88 % fått bifall, det är något lägre för de som inte svarat på enkäten 78 %.

	<i>Ej svar</i>	<i>Svar</i>
Avslag	22%	12%
Bifall	78%	88%

Företag har svarat sämre än kvinnor och män med enskild firma.

	<i>Ej klar</i>	<i>Klar</i>
Företag	40%	34%
Kvinna	24%	32%
Man	36%	34%

När det gäller sökt och fått sitt belopp beviljat är det ingen större skillnad mellan de intervjuade och bortfallet.

<i>Beviljat belopp</i>	<i>Ej svar</i>	<i>Svar</i>
0 - 100 000 kronor	40%	38%
100 000 - 500 000 kronor	40%	47%
500 000 kronor -	21%	15%

I undersökningen förekommer två slags bortfall; internt bortfall då svar på en enskild fråga saknas, och objektsbortfall, då hela enkäten saknas. Det interna bortfallet ligger på några procent för de flesta frågor. För vissa frågor är det något högre.

4 Företagsstödet bidrag till utvecklingen av turismbranschen på landsbygden

Under den nuvarande programperiodens första år, 2007-2010, har 130 ansökningar beviljats medel och 21 ansökningar har fått avslag inom kategorin turism. Med några få undantag där ansökningar om kompetensutvecklande insatser har beviljats har stöd getts i form av investeringsstöd. Vanligt är stöd för renovering och upprustning av lokaler, inköp av kajaker för uthyrning och marknadsföringsinsatser.

Stödbeloppet får inte överskrida 900 000 kronor, och det är möjligt att söka stöd för små insatser. De företag som har beviljats investeringsstöd inom turism i Västra Götalands län har beviljats stödbeloppet mellan < 1000 kronor och 900 000 kronor, något som är viktigt att ta hänsyn till i analysen av stödets resultat och effekter.

Medelåldern bland såväl män som kvinnor är runt 50 år, men därefter är det svårt att peka ut en typisk stödmottagare. Ungefär hälften av stödmottagarna har minst treårig eftergymnasial utbildning och hälften gymnasial utbildning. Stödmottagarna återfinns i gles- och landsbygd, men har varierande sysselsättningar. De vanligaste huvudsysselsättningarna är lantbrukare och turismföretagare, men det finns även de som har sysselsättningar helt skilda från den enskilda satsningen. Samma antal ansökningar har beviljats till män som till kvinnor, men här finns det också en stor osäkerhet och mörkertal i och med att stöden är uppdelade efter man, kvinna och företag. Ofta handlar det om familjeföretag där investeringen genomförs gemensamt och det är också möjligt att den ena partnern har ansökt om stöd även om den andra partnern är drivande i utvecklingen av företaget osv. Ytterligare en aspekt som är viktig att beakta vid en utvärdering av stödet, och som bidrar till spridningen av de verksamheter och satsningar som har beviljats stöd, är stödets storlek.

Figuren nedan visar fördelningen av beviljade stöd i antal och summa uppdelat mellan män, kvinnor och företag samt över Leaderområden.

Figur 2: Fördelning av stöd

<i>Leaderområde</i>	<i>Antal beviljade ansökningar</i>	<i>Summa beviljat belopp</i>
Dalsland/Årjäng	14	2 148 060 kr
Företag	8	1 133 850 kr
Kvinna	4	76 410 kr
Man	2	937 800 kr
Göta Älv	2	529 835 kr
Kvinna	1	500 000 kr
Man	1	29 835 kr
Insjörike	2	103 476 kr
Företag	1	3 843 kr

Man	1	99 633 kr
Norra Skaraborg	4	809 197 kr
Företag	2	687 297 kr
Kvinna	1	100 000 kr
Man	1	21 900 kr
Ranrike	17	4 928 208 kr
Företag	11	3 698 883 kr
Kvinna	3	462 000 kr
Man	3	767 325 kr
Sjuhärad	32	7 107 992 kr
Företag	8	1 227 746 kr
Kvinna	11	2 352 985 kr
Man	13	3 527 261 kr
Terra et Mare	17	5 174 361 kr
Företag	9	2 340 741 kr
Kvinna	4	621 620 kr
Man	4	2 212 000 kr
Västra Skaraborg	20	4 414 103 kr
Företag	6	1 724 870 kr
Kvinna	10	2 354 923 kr
Man	4	334 310 kr
Östra Skaraborg	20	3 037 732 kr
Företag	3	1 024 500 kr
Kvinna	5	658 285 kr
Man	12	1 354 947 kr
Ej kategoriserad inom ett Leaderområde	2	273 472 kr
Företag	2	273 472 kr
Totalt	130	28 526 436 kr

Ett fåtal företag har beviljats stöd, men inte genomfört investeringen. Den vanligaste anledningen är att man är mitt inne i arbetsprocessen och att investeringen inte har slutförts. Någon har drabbats av olycka och därför inte haft möjlighet att genomföra investeringen.

4.1 Resultatanalys

Anledningen till att man söker investeringsstödet är ofta mycket konkret, man vill ha finansiell hjälp att genomföra en investering. Syftet med att genomföra investeringen är dock ofta mer mångfacetterat. Man vill kunna öka sin omsättning, förlänga säsongen eller kunna erbjuda en högre standard, bättre service, och ett bredare utbud. Det handlar också om en vilja att kunna förverkliga idéer och få en bra start på nya verksamheter. Det handlar om att kunna bygga ett bärkraftigare företag för framtiden och få en levande gård med fler intäktskällor. Ett par kvinnor har också lyft fram möjligheten att hitta

sysselsättning på gården och kunna jobba hemma med något de tycker är roligt som ett syfte att genomföra investeringen.

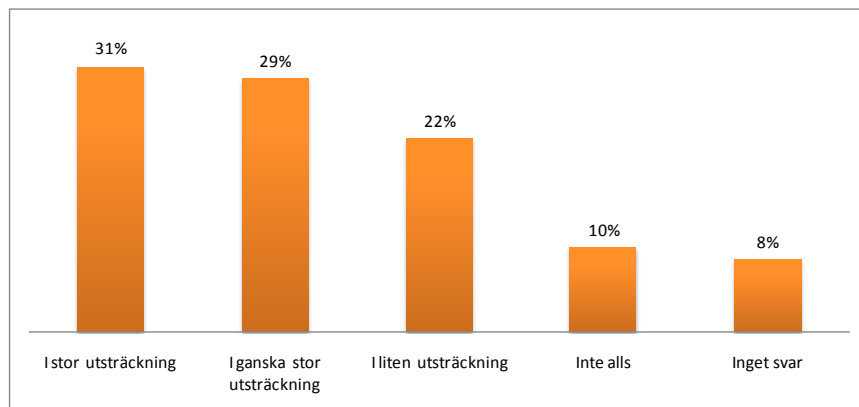
Med några få undantag uppger man att stödet har lett till de resultat man hoppades på. De som inte har uppnått resultat anger att det är för tidigt att bedöma det i dagsläget eller att de inte har lyckats attrahera den mängd besökare de hoppats på och därmed inte har uppnått den omsättning som önskades. Det uppkomna resultatet, i förhållande till förväntat resultat, säger lite om resultatet som sådant eftersom det styrs av förväntningar, men är intressant ur utvärderingssynpunkt genom att det påverkar stödmottagarnas bild av stödet och den upplevda nyttan av stödet. Variationen av på vilka sätt förväntningarna bekräftar detta då svaren kan delas in i tre kategorier. 1) de som uppger att förväntningarna har infriats i och med att de har kunnat genomföra investeringen, byggt det de planerat att bygga. 2) De som menar att de har kommit igång med en verksamhet, men som befinner sig i en startfas. 3) De som uppger att deras förväntningar på fler gäster och ökad omsättning har infriats.

Stödet leder till ökad omsättning

Målet för Landsbygdsprogrammet och insatserna för främjande av turistnäringen är ett ökat antal företag som erbjuder tjänster eller produkter som vänder sig till turister och andra besökare på landsbygden och en ökad omsättning i turistföretagen. Sverige ska ha en hög attraktionskraft som turistland och en långsiktig konkurrenskraftig turistnäring som bidrar till hållbar tillväxt och ökad sysselsättning i alla delar av landet.

Stödmottagarna uppger att stödet har bidragit till ökad omsättning i företagen, hur stort bidraget till en omsättningsökning är varierar dock. Ofta handlar det om småskaligt företagande där även mindre investeringar i verksamheten ger tydliga resultat. I den grupp stödmottagare som har beviljats stöd på mellan 300 000-900 000 kronor, dvs. den grupp som har beviljats högst belopp, uppger omkring hälften att stödet har bidragit i stor utsträckning. Samtidigt har de minsta stöden främst bidragit i liten utsträckning. För grupperna som ligger mellan detta varierar uppfattningen om stödets bidrag till ökad omsättning vilket visar att förhållandet mellan stöd och ökad omsättning är mer komplicerat.

Figur 3: Stödets bidrag till starkare företag på landsbygden



Majoriteten är dock överrens om att stödet bidrar till ökad omsättning, men flera poängterar att stödet trots allt är en begränsad del i det som krävs för att få ett företag att växa. *"Både investeringen och stödet är tämligen blygsamt i kronor och ören. Den stora insatsen har varit mitt eget arbete [...]"*.

Storleken på det beviljade beloppet avgör delvis i vilken utsträckning stöden bedöms ha bidragit till ökad omsättning utifrån. En större andel av de som har beviljats mindre belopp har svarat 'i liten utsträckning' vilket är väntat. Det bör dock påpekas att även vissa mottagare av mindre belopp uppger att stödet har bidragit i stor utsträckning vilket kan relateras till stödets storlek i relation till verksamhetens omfattning och stödets användning. *"Vi fick ett ytterst litet bidrag (under 2000 kr) men marknadsföringssatsningen bidrog ändå till att nå önskad målgrupp på ett bra sätt"*

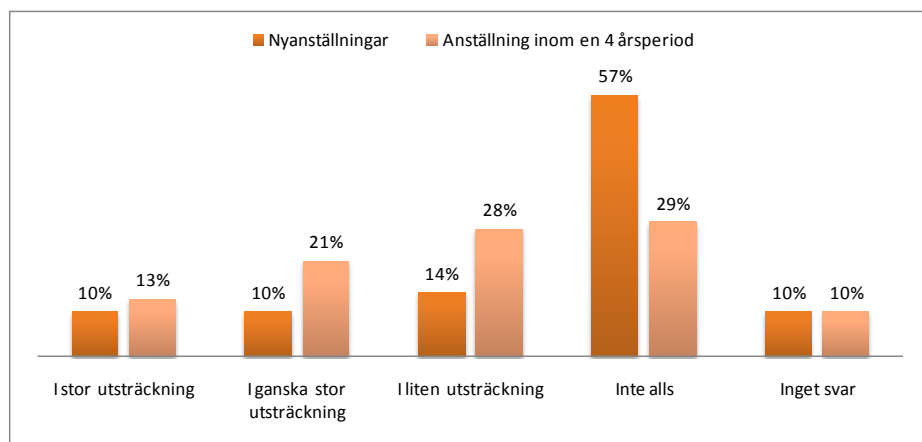
Stödets har i liten utsträckning bidragit till ökad sysselsättning

Resultaten när det gäller stödets bidrag till ökad sysselsättning på landsbygden är mindre starka. Nära 60 procent svarar att stödet inte har bidragit till att skapa nya sysselsättningar inom verksamheten. För en tredjedel har dock stödet bidragit till nya sysselsättningstillfällen.

Utvecklingen av en verksamhet efter en investering är också något som kan ta tid. Stödet till dessa verksamheter har beviljats mellan 2007 och 2010, vilket innebär att vissa investeringar genomfördes för ett par år sedan och andra är genomförda nyligen. Företagen befinner sig därför troligen i olika faser av sin utveckling. Det är därför intressant att undersöka hur företagen ser på framtiden.

Närmare en tredjedel tror inte att stödet kommer ha bidragit till nya sysselsättningstillfällen om fyra år. Men fler tror att stödet i någon utsträckning kommer att ha bidragit till nyanställning inom en fyraårsperiod, vilket tyder på att det finns tillväxtpotential i många av de verksamheter som beviljas stöd, men inte alla.

Figur 4: Stödets bidrag till sysselsättningen på landsbygden



Satsningarna på turism är ofta små, och diversifiering av en befintlig verksamhet och småskaligheten innebär att varje enskilt företag sysselsätter få människor, oftast i form av ett familjeföretag. Vidare är det ofta verksamheter som främst är verksamma under sommarsäsongen när underlaget för turismen är som störst. Steget till att nyanställa är därmed relativt stort för företagen. I flera fall har verksamheten ändå ökat i omfattning tack vare investeringen och man behöver extra hjälp under vissa perioder utan att det leder till en direkt anställning. *"Nyanställningar...använder mig av timanställningar [...]; men de anställs inte"*. En annan företagare förtydligar genom följande kommentar. *"Idag förekommer anställningsformen i liten utsträckning. Idag tar man hjälp av personer med egen F-skattsedel/företag"*.

I den halvtidsutvärdering som gjordes av SLU⁴ under 2010 kom man fram till att diversifieringsstödet inte bidragit till att öka sysselsättningsmöjligheterna för jordbrukshushållen utanför jordbrukssektorn. SLU:s undersökning bygger dock inte på företagets egen bedömning utan på antal timmar stödmottagarna arbetade utanför jordbruket.⁵ Den undersökningen tar därmed inte hänsyn till nyanställningar utan endast sysselsättningsökning för den egna företagaren. Här har istället stödets bidrag till nyanställningar istället undersöks. Detta är intressant i och med att fler sysselsättningsmöjligheter, för ungdomar eller andra, bidrar till ökad livskvalitet på landsbygden.

En fjärdedel av de som har besvarat enkäten uppger att stödet i stor eller i ganska stor utsträckning har bidragit till att de har bytt sysselsättning. De har antingen helt bytt sysselsättning genom att förverkliga en idé eller så har de breddat en verksamhet och därmed vidgat sin försörjningsbas.

Diversifiering av landsbygden - Nya verksamheter startas och befintliga vidareutvecklas

⁴ Sveriges lantbruksuniversitet

⁵ Dessutom missförstods målvariabeln och respondenterna svarade i procent. Svaren kodades om till timmar utifrån ett årsarbete motsvarande en heltidstjänst vilket ofta är en underskattning av det antal timmar en jordbrukare arbetar per år.

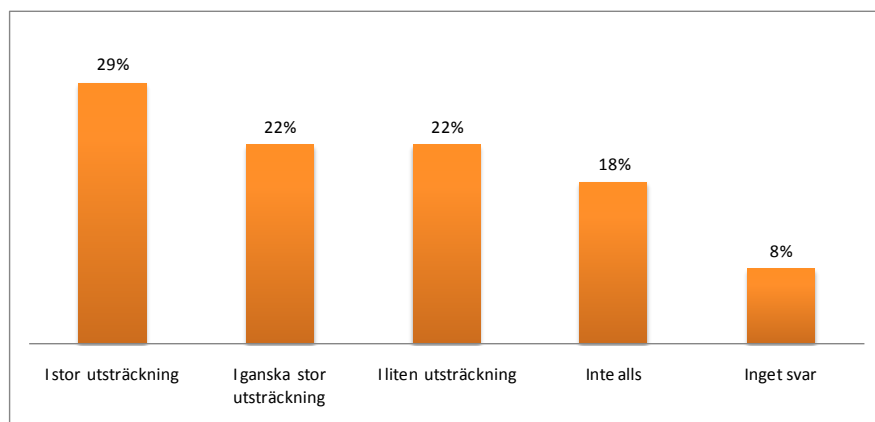
Att lantbruksföretag diversifierar sin verksamhet genom att öka andelen verksamhet annan än jordbruk skapar nya förutsättningar för att hålla Sveriges landsbygd levande och tillgångar i form av byggnader, maskiner, naturresurser och finansiellt kapital tas tillvara och kan skapa inkomster på nya sätt. Möjligheterna till sysselsättning på landsbygden förbättras och utvecklandet av nya produkter och tjänster kan leda till att utbudet av service på landsbygden ökar. Tillsammans ökar landsbygdens attraktionskraft för både företag, boende och turister.

En vanlig anledning att söka företagsstöd är för att bredda verksamheten och göra det möjligt att hålla igång turistverksamheten under en större del av året. Det kan t.ex. handla om att kunna erbjuda boende under vinterhalvåret eller att utveckla verksamheten med en konferensanläggning som möjliggör verksamhet riktad mot turister under sommaren och under övriga delar av året rikta sin verksamhet mot t.ex. företagskonferenser. Omkring hälften av de som har beviljats stöd är redan idag verksamma under stora delar av året, men ofta i liten skala. Omkring 5 procent menar att deras verksamhetsinriktning tillsammans med klimatet i Sverige och Västra Götaland hindrar att verksamheten är igång under annat än sommarhalvåret. Övriga 45 procent menar att det går att utveckla verksamheten, men att det behövs resurser för att t.ex. rusta upp boenden med isolering från kyla och installation av värme, att myndighetskrav för exempelvis naturområden försvårar en utveckling av verksamheten. Andra menar att säsongen skulle kunna förlängas till vår och höst, men att det vore svårt att hitta en verksamhet som kan vara öppen året runt.

Hälften av stödmottagarna uppger att stödet har bidragit till att utveckla företagets affärsplan i stor eller ganska stor utsträckning. Detta handlar både om företag som utvecklar nya verksamheter och företag som vidareutvecklar ett befintligt verksamhetsområde. De företag som har beviljats högre belopp är den grupp som upplever att stödet har haft störst effekt på affärsplanen. Sen kommer dock den grupp som har beviljats mellan 10 000 och 50 000 kronor, vilket pekar på att det inte går att dra slutsatsen att högre stödbelopp leder till högre nytta för företagen.

Investeringsstödet inom Landsbygdsprogrammet i Västra Götaland är uppdelat på främst åtgärdskoderna 311 Diversifiering, 313 Turism och 331 Kompetensutvecklingsinsatser. Enligt projektbeskrivningarna är skillnaden mellan projekten/investeringarna i de olika åtgärdskoderna liten och generellt dras slutsatsen att diversifieringsstödet i viss utsträckning bidrar till att göra lantbruksföretagen mer diversifierade. Nya verksamheter har startas och lantbrukare gör ytterligare satsningar på besöksnäringen. Bland stödmottagarna finns även rena turismföretag som inte bidrar till en omställning från jordbruk, men som bidrar till ökad turismverksamhet på landsbygden. En viktig aspekt som kommer att återkomma senare i rapporten är betydelsen av en attraktiv helhet, att det finns viktiga indirekta effekter av att utveckla turism. Ökat antal besökare hos en företagare ger ett ökat kundunderlag för kringliggande verksamheter om sådana finns och ökar därmed incitamenten för dessa att satsa ytterligare på sina verksamheter.

Figur 5: Stödets bidrag till utveckling av företagets affärsplan



Jordbrukare driver många gånger sitt jordbruk i kombination med andra verksamheter. Den vanligaste kombinationsverksamheten är arbete på entreprenad och därefter kommer just turism. Turism är också den kombinationsverksamhet som ökar snabbast. Mångsyssleri har traditionellt en historia på landsbygden och är därför inte något nytt utan snarare något som uppmärksammas på nytt. Något som delvis beror på en allt lägre avkastning från jordbruket. Flera inkomstkällor blir viktigare för att säkra gårdens framtida överlevnad.

Många av de företag som har beviljats stöd har sedan tidigare turistverksamhet i mindre omfattning och väljer att utvidga denna i och med att de har fått positiv respons på sin verksamhet. Under de uppföljande intervjuerna framträder en bild av att man i dessa verksamheter relativt snabbt ser resultat av investeringen, och risken att investera är mindre än i företag som inte har etablerat sig på marknaden. Nyföretagandet är oprövat och risken för att marknaden sviker är större. Samtidigt som en investering i en etablerad verksamhet är mer säker och snabbare genererar resultat, är det inte säkert att den säkra investeringen ger störst mervärde. Det går därför inte heller att utvärdera ett stöd genom att enbart titta på resultat. Nyttan av ett stöd kan vara större för den som tar en högre risk genom en investering. Effektanalysen undersöker därför stödets mervärde, dvs. "vad hade hänt om inte...".

4.2 Effektanalys

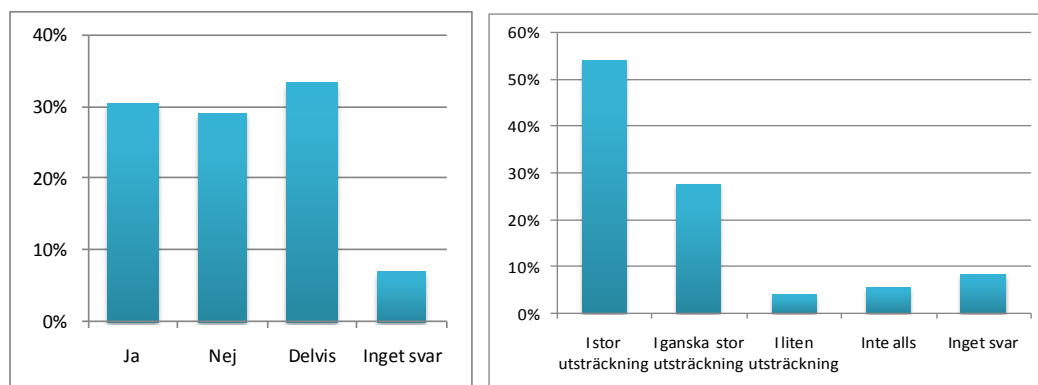
Som resultatanalysen visar har investeringsstödet bidragit till ökad omsättning i en stor del av företagen och i vissa fall även till ökad sysselsättning. För att kunna uttala sig om effekter av stödet måste dock dessa resultat sättas i relation till vad som hade varit möjligt utan stödet. Effektanalysen besvarar frågan hur stödet har bidragit till att utveckla företagen och landsbygden utifrån en kontrafaktisk ansats och syftar till att svara på frågan "vad hade hänt om inte...". D.v.s. vad som är stödets mervärde.

En kontrafaktisk analys; om inte...

Landsbygdsprogrammet ska bidra till fler och livskraftigare företag på landsbygden, och därför är det viktigt att ställa sig frågan om vilka effekter som går att tillskriva programmet

och företagsstödet. I och med att det i den här utvärderingen inte har varit möjligt att göra en regelrätt effektutvärdering med en matchande kontrollgrupp har en subjektiv kontrafaktisk ansats använts. Dvs. stödmottagarna har själva fått bedöma stödets mervärde.

Figur 6: Hade investeringen genomförts även utan stödet från Landsbygdsprogrammet resp. har stödet bidragit till att Du/Ni kunde genomföra investeringen?



Majoriteten av stödmottagarna uppger att de inte hade kunnat genomföra investeringen helt eller delvis utan investeringsstödet. Men det är relativt lika stora grupper som svarar ja, nej och delvis på frågan om stödets mervärde. Av den tredjedel av stödmottagarna som har svarat ja på frågan om investeringen hade genomförts utan stödet från landsbygdsprogrammet uppger cirka 40 procent (alltså totalt drygt 10 %) att investeringen hade genomförts utan stödet, men att investeringen hade genomförts vid ett senare tillfälle eller i mindre omfattning (14 procent uppger att investeringen hade senare lagts och 27 procent att investeringen hade varit mindre omfattande om det inte vore för investeringsstödet). Trots detta bör det påpekas att en tredjedel av dem som har uppgivit att de hade genomfört investeringen utan stödet från Landsbygdsprogrammet inte svarar att investeringen hade genomförts senare eller i mindre omfattning. Istället hade man tagit ett lån för investeringen, genomfört investeringen med privat finansiering eller "kört skottkärran själv".

Runt 80 procent upplever dock att det stödet har bidragit i stor eller ganska stor utsträckning till att de kunde genomföra investeringen, vilket stämmer bra med frågan om de hade genomfört stödet utan stöden från Landsbygdsprogrammet. Som tidigare har nämnts varierar beviljade belopp kraftigt mellan olika stödmottagare. Det är också en större andel av dem som har beviljats mindre belopp som svarar ja på frågan om investeringen hade genomförts även utan stödet från Landsbygdsprogrammet, men skillnaden är inte stor. Stödet måste sättas i relation till en verksamhets omfattning för att stödets upplevda betydelse ska kunna bedömas. Även små stöd kan vara avgörande för att en investering ska kunna genomföras för ett företag med liten omsättning och små marginaler. Det bör dock finnas en medvetenhet om relationen mellan det ansökta stödets storlek om en verksamhets omfattning när en ansökan behandlas av Länsstyrelsen.

De som sökte stöd från Landsbygdsprogrammet men som fick sin ansökan avslagen uppger att de bedömer att företagets utveckling hade sett annorlunda ut om de hade beviljats stöd. Den reella utvecklingen i dessa företag varierar från stillastående till en positiv utveckling. Den som uppger att såväl omsättning som antal anställda har ökat genomförde investeringen på egen hand.

Resultaten från enkäten tyder på att stöden varit betydelsefulla och bidragit till att stödmottagarna har kunnat genomföra sina investeringar. Vid bedömningen av detta resultat bör dock beaktas att de som har besvarat enkäten vet om att enkäten är en del av en utvärdering och möjligen vill att stödet ska finnas kvar.

Viljan att växa

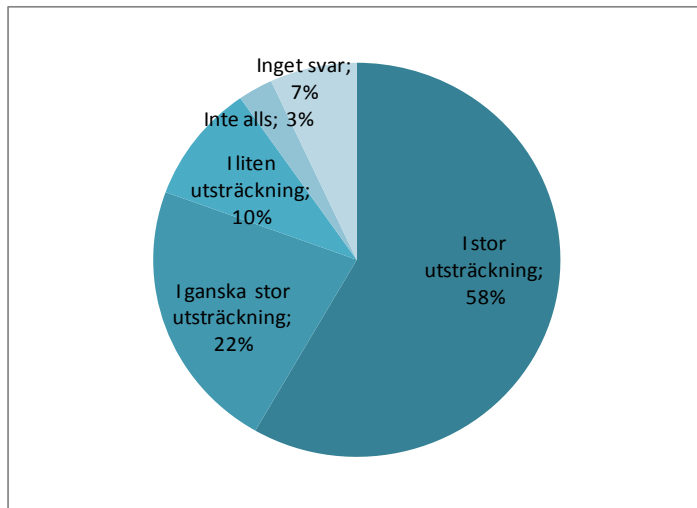
Svensk forskning visar att unga och små företag i högre utsträckning än stora har en organisk tillväxt och skapar flest nya sysselsättningsmöjligheter och att det därför finns stora fördelar med att stödja små företags utveckling.⁶ De flesta national- och företagsekonomiska teorier tar för givet att företag utnyttjar alla möjligheter till lönsam tillväxt. Viljan att växa, och ibland också förmågan att se och utnyttja tillväxtpotentialer, ses som självklar. *"Men bakom verklighetens småföretag står företagare som inte nödvändigtvis är eller tror sig kapabla att leda vilken tillväxtprocess eller organisationsstorlek som helst. Troligen har företagaren också andra mål i livet än att krama varje ens ekonomisk potential ur sitt företag. Detta kan leda till att företagaren frivilligt avstår från tillväxt även om omgivningsförhållandena är gynnsamma".*⁷ Av alla företag som startas och som existerar är det endast en liten andel som ens försöker att växa och en ännu mindre andel som kommer att växa. Även om det är en liten del av småföretagen som växer så är ändå antalet så stort att det tillsammans ger sysselsättningseffekter. Det är därför intressant att titta på stödets bidrag till viljan att växa bland stödmottagarna. En grundläggande förutsättning för att nya och små företag skall växa är att företagaren själv vill expandera sitt företag.

Företag inom landsbygdsturism handlar i vissa fall om vad som brukar benämnas livsstilsföretag, dvs. företagande som till stor del handlar om möjligheten att kunna byta eller bibehålla en livsstil och t.ex. kunna leva på en hobby. Dessa har inte som syfte att växa utan att själva kunna leva på att jobba med det de brinner för och är intresserade av. Genom investeringen i en mindre verksamhet kan man trygga den egna försörjningen och sysselsättningen. Förutom trivseln är det viktigt för många företagare att få behålla oberoende och flexibilitet. Just oberoende och flexibilitet lyfts av vissa stödmottagare fram som en anledning att söka stöd och genomföra investeringen. Några menar att de inte vill att företaget ska växa utan att de vill kunna sköta verksamheten själva. Andra vill växa, utöka verksamheten och få en högre omsättning. På frågan om stödet har bidragit till att de satsar på att växa som företag svarar en klar majoritet (80 procent) att stödet har bidragit i stor eller ganska stor utsträckning till att de satsar på att växa.

⁶ Se t.ex. Tillväxt i små och nya – och något större och mognare – företag. Per Davidsson och Frédéric Delmar, Handelshögskolan i Jönköping http://www.ratio.se/pdf/wp/pd_fd_sm%E5nya.pdf

⁷ <http://www2.hh.se/staff/joru/Davidsson-1.pdf>

Figur 7: Har stödet bidragit till att du satsar på att växa som företag



Som resultatanalysen visar är det fler som tror att de kommer att anställa inom en fyraårsperiod än de som har nyanställt till följd av stödet och investeringen idag. Detta tyder på att det finns en vilja att växa och en framtidstro i flera av företagen. Ovanstående frågeställning ger indikationer på att majoriteten av företagen vill satsa på att växa, men inte i vilken omfattning.

Vissa uppger att de i och med den nya verksamheten själva har blivit mer involverade i företaget vilket i sin tur ökar företagets tillväxtpotential. Viljan att växa kan även komma ur det faktum att företagaren märker att det finns en stark efterfrågan på den produkt och tjänst det nya företaget erbjuder. Under de intervjuer som har genomförts i samband med utvärderingen har det framkommit att många ser vidare utvecklingsmöjligheter för sin verksamhet och att detta är något de i framtiden kan komma att söka ytterligare stöd för. Det kan i sin tur vara ett tecken på att man är villig att växa, men utan ett för stort risktagande.

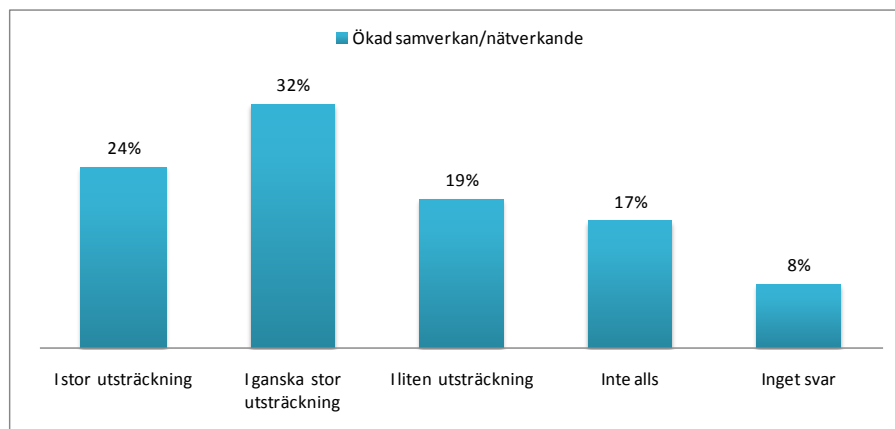
Vilken prioritering denna fråga ska ha under behandlandet av ansökningar är tänkvärd. Det är viktigt att ställa frågan vilka resultat och effekter man eftersträvar, exempelvis bibehållen sysselsättning på landsbygden eller ökad sådan?

Ökad samverkan på landsbygden och spill över effekter till andra verksamheter

Framför allt i glesbygds- och landsbygdskommuner kan turismen ha stor effekt på den lokala ekonomin. Fler besökare till ett företag kan också leda till ökat marknadsunderlag för andra turismföretag och även företag i andra branscher som är viktiga för bygden som t.ex. lokal varu- och tjänsteproduktion och transporter. Vissa av dessa spill över effekter uppstår av sig självt genom fler besökare, men kan också vara resultatet av ett samarbete mellan t.ex. flera turistföretagare eller en turistföretagare och lokala råvaruproducenter. En stor andel av de som har beviljats stöd uppger att stödet och den

genomförda investeringen har lett till ökad samverkan med andra företag eller att de har etablerat nya affärskontakter. Detta är inte förvånande i och med att flera av stödmottagarna startar upp nya affärsområden och därmed får behov av andra kontakter än de har haft tidigare.

Figur 8: Stödets bidrag till ökad samverkan och nätverksbyggande



De uppföljande intervjuer som har genomförts visar på betydelsen av samverkan, framförallt mellan mindre turistföretag, i en bygd eller ett närområde. I och med att flera mindre verksamheter ofta vänder sig till samma målgrupp kan ett bredare eller förbättrat utbud eller erbjudande att rikta mot besökare leda till att den enskilda verksamheten utgör en del av en attraktivare helhet.

Ett exempel är en verksamhet som har beviljats medel för renovering av en byggnad till ett vandrarhem samt byggnaden av en läktare till en öppen scen på området. Med investeringen hoppas de på en fördubbling av omsättningen i och med att de kommer att kunna fördubbla antalet uthyrda gästrätter. I anslutning till denna verksamhet drivs ett café som drar nytta av vandrarhemmets gäster. Den verksamhet som har beviljats medel tror inte att de kommer att nyanställa, men att antalet gäster kan leda till att caféet behöver utöka sin säsongspersonal. I närheten finns också en flygskola för sportplan som de har ett gott samarbete med. Det företagets gäster kan bo på vandrarhemmet och företagaren använder deras lokaler för föreläsningar. Intervjupersonen påpekar att det här inte går att utse vem som driver utvecklingen utan menar att det är en situation som han liknar vid hönan och ägget. Tillsammans blir de en attraktivare helhet som lockar besökare till deras naturområde och avfolkningsbygd.

Flera exempel på detta finns där samverkan sker genom att man marknadsför varandra i syfte att själv kunna locka fler besökare. I halvtidsutvärderingen av Landsbygdsprogrammet som genomfördes 2010 kommer man fram till att diversifieringsstödet inte kan sägas bidra till ökad sysselsättning för jordbrukarhushållen utanför jordbrukssektorn. Inte heller anser man att stödet har bidragit till spridningseffekter mellan de stödda företagen och andra företag så att "hela landsbygds ekonomin kan sägas ha diversifierats". Effekterna är ofta små vilket är ett

resultat av ofta små bidrag, men att en betydande andel av de investeringar som landsbygdsprogrammet medfinansierar leder till spridningseffekter i den övriga ekonomin. Detta i och med att företag aktivt väljer att samverka kring t.ex. paketering eller marknadsföring eller där en naturlig närhet gör att flera verksamheter bildar en attraktivare helhet som tillsammans lockar besökare. Effekterna av en stödinsats kommer ofta i andra segment än de direkt kopplade till stödet vilket gör dem svåra att följa upp.

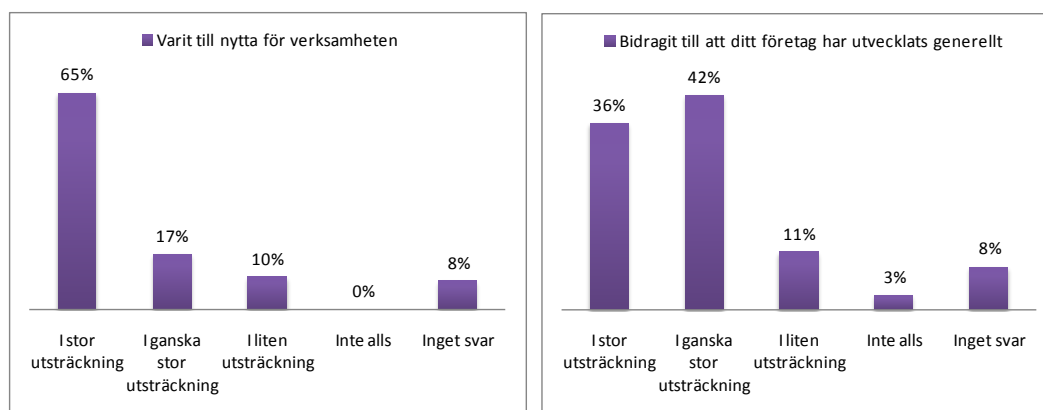
Större verksamheter har ofta ett bredare erbjudande till sina besökare vilket gör att behovet av att samverka minskar även om det finns exempel på detta. Att samverka tar tid och kräver engagemang. Incitamenten att samverka ser olika ut för olika sorters verksamheter, men den här undersökningen visar att samverkan uppstår där det föreligger ett behov och att stöd genom landsbygdsprogrammet därigenom kan leda till spridningseffekter i den omgivande ekonomin. Om stödmottagaren inte har incitament eller förutsättningar att samverka med andra kommer resultaten av stödet koncentreras till den enskilde stödmottagaren.

4.3 Sammanfattande nyttoanalys

Nytan av ett företagsstöd är dels de resultat och effekter som stödet leder till och som har redovisats i respektive delkapitel, dels handlar det om företagarens upplevelse av stödet och hur stödet har stärkt stödmottagaren i dennas roll som företagare. Nyttoanalysen beskriver kundnyttan för företag som har nyttjat företagsstödet och eventuellt kompletterande stödinsatser.

Företagarna upplever att stödet har varit till nytta för deras verksamheter i relativt stor utsträckning vilket stämmer med de resultat och effekter som vi har sett i de tidigare delkapitlen. De upplever även att stödet har bidragit generellt till att deras företag har utvecklats. Dessa frågeställningar är allomfattande, men speglar stödmottagarnas inställning till stödet och den upplevda nyttan för deras verksamheter.

Figur 9: Stödets generella nytta för företagen och bidrag till att företagen utvecklas



I begreppet kundnytta ingår förutom resultat och effekter även stödets betydelse för företagaren. Vilka effekter får ett investeringsstöd för den som genomför stödet utöver möjligheten att utveckla företaget eller verksamheten?

Figur 10: Stödets betydelse för företagaren

	<i>I stor utsträckning</i>	<i>I ganska stor utsträckning</i>	<i>I liten utsträckning</i>	<i>Inte alls</i>	<i>Inget svar</i>
Stödet har bidragit till att du har utvecklats som företagare	15%	33%	31%	13%	8%
Kompletterande insatser har bidragit till att du har utvecklats som företagare	10%	22%	19%	42%	7%
Stödet har lett till att du har bytt sysselsättning	11%	14%	22%	44%	8%
Det var viktigt att någon annan trodde på din idé	35%	32%	11%	15%	7%
Du ser dig själv som entreprenör	63%	17%	7%	6%	8%

Något som visar sig ha varit betydelsefullt för företagarna är att det fanns någon annan som trodde på deras idé. Detta stämmer även överens med den bild de som arbetar med programmet har. Att det finns ett behov av stöd som inte handlar om finansiellt stöd. Stödmottagarna uppger att stödet har varit viktigt för verksamheten ur en ekonomisk synpunkt, men även att det har bidragit till att de vågade satsa. *"Inte enbart en ekonomisk investering utan också ett sätt att visa att vår idé låg rätt i tiden"*.

30 procent av stödmottagarna har deltagit i kompletterande insatser i samband med ansökan om investeringsstödet. Åsikterna om det kompletterande stödets nytta går dock isär. Vissa anger att deltagandet var obligatoriskt och att de deltog av den anledningen, men att insatsen inte har varit till någon direkt nytta. Andra anser att stödet har varit mycket viktigt för dem, och också att det har gett nya kontakter. *"Bra tips och kontakter för utveckling av verksamheten"*. Den varierande inställningen till de kompletterande stöden visar att det kan finnas ett behov av att titta närmare på dessa i relation till företagsstödet för att rikta medlen till stöd som är betydelsefulla för mottagaren och som får effekter på landsbygdsutvecklingen. Undersökningen visar alltså att kompletterande stöd kan vara till stor nytta för företagarna, men att så inte alltid är fallet. Detta baseras dock på stödmottagarnas åsikt. Ett stöd kan vara värdefullt även om mottagaren inte anser det, men det kan också vara en anledning av att se över de kompletterande stödåtgärderna.

Investeringsstödet har varit till nytta för företagarna och investeringarna har gett resultat, men hur stor del av nyttan kan tillskrivas investeringsstödet och hade nyttan kunnat vara större än vad den är idag? Delar av stödmottagarna hade genomfört investeringen även utan stödet från Landsbygdsprogrammet och utvärderingen visar också att vissa stödmottagare upplever att stödet har bidragit i mycket stor utsträckning, medan andra upplever att bidraget är marginellt.

4.4 Uppnådd koppling mellan de olika stödformerna

En genomgång av resultat och effekter i slutrapporter från projekt finansierade genom projektstöd och Leader visar att dessa satsningar, i likhet med företagsstöden, har lett till fler besökare och ökad omsättning i involverade företag. En anledning till att söka projektstöd har också varit att genom gemensamma event på en ort förlänga turistsäsongen med en helg med lyckat resultat. Genomgången av rapporterna visar att anledningen att söka stöd bygger på samma problematik inom såväl företagsstöd som projektstöd och stöd genom Leader.

Projekten har lett fram till ökad gemensam attraktionskraft och fört samman olika intressenter. Detta är något som sker även i vissa fall där enskilda företag har fått stöd. En utökning av en verksamhet kan i det fallet leda till att andra verksamheter som vänder sig mot turister gynnas och ett informellt samarbete verksamheterna emellan kan uppstå. Det kan handla om att man marknadsför den egna verksamheten genom de andras eller att man ökar sin egen konkurrenskraft genom den gemensamma helheten. Detta samarbete är dock ofta mer eller mindre informellt. Till skillnad från företagsstöden är ett formellt samarbete en förutsättning för att beviljas projektstöd och stöd genom Leader.

Slutrapporterna visar att projekten har resulterat i ökat lokalt engagemang och ett stärkt samarbete mellan en bygds företagare och i vissa fall även mellan företagare och kommunen. En viktig slutsats i ett antal av slutrapporterna är även att projekten har ökat förståelsen för lokala aktörer att de gynnas av att utveckla t.ex. ett naturområde för turism. *"För att kunna ta fram underlag för beslut utan stor ekonomisk risk för enskilda företag var det motiverat att genomföra projektet inom ramen för Leader. Utan stödet hade inte ett gemensamt projekt uppstått och genomförts".*

Citatet ovan kommer från en av rapporterna och visar att det ofta är svårt att engagera en grupp med aktörer som är villiga att satsa såväl tid som pengar innan de vet vad de får ut av en gemensam satsning. Resultaten för en enskild verksamhet är ofta mer indirekt än i fallet med företagsstödet i och med att satsningen sker i något som ligger utanför den egna verksamheten. Stödet minskar den enskildes risk i och med att finansieringen kommer utifrån. Det kan också vara av betydelse att stödet är en bekräftelse på idéernas bärkraft. Ett exempel på detta är upprustningen av vandringsleder och paketupplevelser där det lokala engagemanget var en förutsättning. Lokala råvaror skulle användas i restaurangerna som fanns i anslutning till lederna och lokala markägare bidrog med service under vandringen (t ex skjutsa packning mellan övernattningsställen).

En ofta småskalig landsbygdsturism bygger på ett lokalt engagemang som innebär att de som äger, driver och är sysselsatta inom näringen är bosatta och/eller har anknytning till orten. För landsbygdens fortlevnad är det viktigt att tillvarata det lokala engagemanget och att stötta lokala utvecklingsgrupper och nätverk som kan bidra till landsbygdens sammanhållning och utveckling. Projektstöd och Leader ger ofta större samverkans effekter och mer formella samarbeten. De samarbeten som uppkommer i samband med företagsstödet är istället ofta informella och handlar om att man drar nytta av varandras verksamheter genom att man gemensamt bildar en attraktivare helhet snarare än gemensamma utvecklingssatsningar.

Etablerade samarbeten har större chans att fortsätta, men sedan tidigare är det belagt att en brist med projektsatsningar är att arbete och engagemang "rinner ut i sanden" när projektet avslutas och det inte längre finns en projektbudget och projektledare. Men om tex de lokala företagen har insett att de gynnas av den satsning som har genomförts finns nya incitament att fortsätta driva samarbetet. *"projektet gav organisationen den skjuts som behövdes för att vi skulle nå organisationens mål och de aktörer vi behövde få kontakt med"*.

Projekten har ofta mer medel att tillgå och syftar även till att ge spridningseffekter till många olika verksamheter. Bland företagsstöden ser vi att detta uppkommer i vissa fall, men att spridningar till den övriga ekonomin sker i mindre utsträckning. Syftet och resultat av de olika stödformerna är i många fall likartade. Det handlar om ökad konkurrens- och attraktionskraft i syfte att stärka verksamheter inom besöksnäring. Stödet har ofta bidragit till en ökad omsättning. Den största skillnaden är bidraget till lokalt engagemang och samverkan.

5 Stödets betydelse för jämställdhet på landsbygden

Det svenska övergripande jämställdhetspolitiska målet innebär att kvinnor och män ska ha samma makt att forma samhället och sina egna liv.⁸ Åtgärderna i programmet syftar till att förstärka företagets konkurrenskraft och främja en diversifiering av landsbygdens näringsliv för att på det sättet bidra till en ökad sysselsättning och livskvalitet på landsbygden. Dessa utvecklingsmöjligheter ger förutsättningar för nya eller utökade verksamheter som kan medverka till att det övergripande målet för landsbygdspolitiken nås. Det kan t.ex. handla om utveckling av turistverksamhet, produktion och förädling av förnybar energi och friskvård samt småskalig verksamhet inom tillverkning och service.

I landsbygdsprogrammets prioriteringar anges att unga, kvinnor, och personer med utländsk bakgrund är underrepresenterade inom jord- och skogsbrukssektorn. Att öka småföretagandet och då särskilt bland kvinnor ses som ett område där det också finns en tillväxtpotential. Ett ändrat fokus mot nya målgrupper i landsbygdsprogrammet 2007-2013 kräver att man på myndighetsnivå hittar nya kanaler och nya andra sätt att arbeta för att nå ut med information till dem som tidigare inte kunnat få stöd. Länsstyrelserna har en

⁸ Regeringskansliet, 2009

särskilt viktig roll att regionalt kommunicera möjligheterna i programmet och att tillsammans med lokala aktörer prioritera de satsningar som kan utveckla regionen.

För att undersöka jämställdhet i relation till stödet är det därför intressant att t.ex. titta på om inställningen till det egna företagandet skiljer sig åt mellan män och kvinnor och om fler kvinnor använder stödet för att skapa sig en ny sysselsättning snarare än att utveckla en befintlig verksamhet. En viktig del av djupdykningen i jämställdhet i relation till stödet blir därför att utveckla enkäten med fler frågor som kan hjälpa till att få svar på ovanstående frågor. Undersökningen av jämställdhet inkluderar även uppföljande intervjuer med företag, sakkunniga och ansvariga inom Landsbygdsprogrammet för att diskutera både jämställdhet på landsbygden och hur integrerad jämställdhetsaspekten är i arbetet med företagsstöd.

Länsstyrelsen i Västra Götaland har under den pågående programperioden vidtagit ett flertal satsningar för att öka insatserna för kvinnliga företagare på landsbygden. Det handlar framförallt om kompetensutveckling och nätverksbyggande. Exempel är kursen 'Ta klivet tjejer' och projektet Grogrund, satsningar som syftar till att stärka kvinnor som företagare på landsbygden. Dessa satsningar har även lett till att delar av personalen har specialiserat sig på kvinnors företagande även i sitt arbete utanför specifika projekt och många kvinnor vänder sig till just dessa medarbetare för rådgivning.

På länsstyrelsen framhåller man att kvinnor har en hög representation inom just turism och att en stor del av de kvinnor som söker kompletterande stöd verkar inom besöksnäringen. En diskussion om jämställdhet när det kommer till företagsstöd inom Landsbygdsprogrammet och turism berör därför tre dimensioner; jämställdhet på landsbygden, jämställdhet inom turismbranschen och jämställdhet inom stödsystem.

5.1 Kvinnors företagande på landsbygden

Ett antal forskningsöversikter har gjorts under senare år och dessa visar att forskningen om kvinnors företagande på gles- och landsbygden är minst sagt begränsad, och att detta är ett resultat av att såväl forskningen om kvinnors företagande som företagande på landsbygden är relativt nya forskningsområden. Den historiska forskningen om kvinnors företagande har främst fokuserat på företagande i städer. Företagande i gles- och landsbygd studeras sällan som just företagande utan som en livsstil, lantbrukare, skogsägare etc. Det finns alltså få studier som fokuserar på företagande och genus på landsbygden och studier om kvinnor på landsbygden fokuserar ofta på just kvinnan och inte kvinnan i relation till dess omgivning ur ett genusperspektiv. LRF's jämställdhetsakademi framhåller därför betydelsen av att *"sätta genus och företagande på landsbygden i dess sociala, kulturella och ekonomiska sammanhang. För att förstå kvinnor och mäns företagande måste man förstå deras livssituation inom ramen för dessa sammanhang"*.⁹

Den mycket begränsade forskning som finns belyser resterna av kvinnans traditionella roll på landsbygden där mannen i hög grad har varit arbetaren och försörjaren och

⁹ LRF. Den osynliga entreprenören sid 59

kvinnan medhjälparen, detta oavsett om de har utfört likvärda arbetsuppgifter. Detta är något som även har varit gällande i forskningen. LRF:s jämställdhetsakademi använder sig av begreppet "den osynlige entreprenören" för att åskådliggöra just att kvinnor alltid har varit en del av den jordbrukande kraften, men att deras arbete tenderar att vara osynligt. Kvinnor tar t.ex. i lägre utsträckning ut lön för deras arbete på gården vilket resulterar att kvinnans arbetsinsats blir osynlig i statistiken.¹⁰

En del av entreprenörskapsforskningen som även har inkluderat landsbygden handlar om kvinnors företagande som livsform. Denna konstaterar att en gemensam nämnare för många företagare på landsbygden är en önskan om frihet och att drivkraften ofta inte är ekonomisk utan istället en vilja att förverkliga en idé, en dröm eller att ha en meningsfull sysselsättning.¹¹

En större andel av kvinnorna som har beviljats stöd genom landsbygdsprogrammet har bytt sysselsättning i och med investeringen, men skillnaden mellan män och kvinnor är marginell. Undersökningen bygger också på ett alltför litet antal företag för att det ska gå att uttala sig om generella tendenser, men det ger ändå en fingervisning om divergenser mellan män och kvinnor på landsbygden som stödmottagare.

Kvinnans roll på landsbygden har förändrats mycket de senaste 80 åren. Traditionellt har både kvinnans och mannens medverkan varit en förutsättning för att kunna driva lantbruk. I och med en utveckling mot mer maskinellt arbete i jordbruket blev kvinnan överflödigt och tog istället andra jobb utanför lantbruket.¹² Jord- och skogsbrukets betydelse för sysselsättningen på landsbygden och därmed för den demografiska strukturen på glesbygden blev under de sista decennierna allt mindre.

Men, landsbygden har fortsatt att utvecklas. Avkastningen från jordbruket har minskat genom pressade priser på livsmedel, och behov av skalfördelar och effektivisering har lett till färre och större jordbruk. Samtidigt har landsbygdens betydelse inom andra områden har framhållits och nya möjligheter till sysselsättning och företagande på landsbygden har uppstått. En av dessa möjligheter är landsbygdsturism.

5.2 Kvinnors företagande inom turismbranschen

Turism innebär en ny möjlighet till företagande på landsbygden för både män och kvinnor, och en diversifiering av jordbrukets verksamhet skapar nya arbetsmöjligheter för kvinnor på gården och i gles- och landsbygder.

På landsbygden är andelen kvinnor lägre än i landet som helhet och överlag är män överrepresenterade inom Landsbygdsprogrammets företagsstöd, i både antal och storlek på stödet. Tittar man enbart på stöd inom axel 3 ser det dock annorlunda ut. I axel 3 är andelen kvinnor tre gånger högre än i axel 1 (stöd till de areella näringarna och

¹⁰ LRF. Den osynlige entreprenören sid 31; LRF. De gröna näringarnas ekonomiska flöden ur ett genusperspektiv.

¹¹ Kvinnors företagande i gles- och landsbygder sid 30

¹² Kvinnors företagande i gles- och landsbygder sid 127

livsmedelsförädling) sett till hela landet.¹³ Överlag arbetar kvinnor i högre grad med tjänsteproduktion än män, och studier som har gjorts visar att det är betydligt fler kvinnor än män som ägnar sig åt turism- och hästverksamhet på gårdarna. Detta stämmer med den uppfattning man har på länsstyrelsen i Västra Götalands län och också den bild som framträder av enkätundersökningen och intervjuerna. Att det finns fler kvinnor inom axel 3 gäller även för Västra Götaland, och inom turism är antalet beviljade företagsstöd ungefär lika stort till kvinnor som till män (ca 35 procent vardera och 30 procent av antalet ansökningar har beviljats till Företag). Det är också en något högre andel kvinnor som uppger att stödet har bidragit till att ha bytt sysselsättning. Nästan 60 procent av kvinnorna i undersökningen uppger att stödet i någon grad har bidragit till att de har bytt sysselsättning. Motsvarande siffra för män är 45 procent.

Stödmottagarna är i det material som utvärderingen grundar sig på uppdelade på män, kvinnor och företag/bolag. Men även om en kvinna har sökt stöd till en enskild firma framkom snart att investeringen lika gärna kunde vara en gemensam satsning på gården. Detta komplicerar en jämförelse av resultaten mellan män och kvinnor. Stödmottagarna har dock även tillfrågats om de driver sitt företag själva, tillsammans med en familjemedlem eller tillsammans med någon annan. Kvinnorna som har beviljats företagsstöd i Västra Götalands län har i betydligt högre grad sökt stöd för en investering i ett företag som de driver själva. 65 procent av kvinnorna sökte stöd för en verksamhet som de driver själva, medan motsvarande siffra för män är endast 16 procent. Istället uppger 80 procent av männen att de driver företaget tillsammans med en familjemedlem, vilket innebär att det förmodligen finns fler kvinnor som är med och arbetar med de investeringar som män har beviljats stöd för än tvärt om. Vi kommer ändå göra jämförelser ur det material vi har samlat in, men dessa bör ses som indikationer på resultat snarare än resultat i vetenskaplig mening.

Bidrar då fler kvinnliga företagare på landsbygden till ökad jämställdhet? Kritiker menar att när kvinnor startar företag inom traditionellt kvinnliga branscher, t.ex. turism och servicenäringar generellt, förstärker det befintliga könsroller. Att företagandet ofta sker integrerat med familjen ger kvinnan möjlighet att behålla ansvaret för familjen. Företagande kvinnor på landsbygden startar dessutom främst företag inom service- och tjänstenäringarna och är underrepresenterade som lantbrukare. Uppdelningen mellan män och kvinnor fortsätter därmed och det finns undersökningar som visar att kvinnor som startar lantbruksföretag möter mer motstånd än kvinnor som startar företag inom icke traditionellt manliga branscher. Antalet kombinatorer, ett begrepp som syftar på dem som kombinerar en anställning med att driva ett företag, ökar också mest bland kvinnor. Samtidigt som möjligheten till företagande ger nya möjligheter till sysselsättning och försörjning på landsbygden kan det också leda till en ökad arbetsbelastning om man driver sitt företag på fritiden.

¹³ http://www2.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/trycksaker/Pdf_rapporter/ra11_8.pdf

Andra menar att fler kvinnor som företagare stärker kvinnans position på landsbygden och ger även kvinnor fler möjligheter att arbeta på gården eller landsbygden och, som vi har sett exempel på, förverkliga idéer och arbeta med något de är intresserade av.¹⁴

Skillnaden mellan mäns och kvinnors inställning till sitt företagande är marginell även om den finns då kvinnor raknar sig själva som entreprenörer och företagare i något lägre grad än män. Kvinnorna som har besvarat enkätundersökningen ser sig som entreprenörer och företagare i relativt hög utsträckning. Utvecklingen inom lantbruket gör också att lantbrukare idag ofta ser sig som företagare i högre utsträckning än bönder. Denna utveckling, tillsammans med andelen kombinationsverksamheter, kan leda till att glappet mellan olika företagarformer på landsbygden minskar och att detta gör företagandet mer jämställt.

5.2.1 Kvinnor som stödmottagare

Kvinnor söker sig i högre grad än män till stödfunktioner för företagande så som t.ex. företagsrådgivning. Kvinnor som företagare är försiktigare i sitt företagande, de söker ofta stöd för lägre belopp än män och uppvisar ett större behov av kompletterande stöd. Samma bild framträder av företagsstödet i Västra Götalands län. Tidigare studier visar att kvinnor söker lägre summor än män och att de ofta gör försiktigare satsningar i sitt företagande. Ett genomsnitt av de beviljade stöden visar att Företag och Män i snitt beviljas 250 000 kronor. Kvinnor i sin tur har ett genomsnittligt stödbelopp på 190 000 kronor. Samtidigt söker de i högre utsträckning kompletterande stöd i sitt företagande, vilket stämmer med den bild som finns hos länsstyrelsen i Västra Götalands län.

Kvinnor uppvisar ett större behov av rådgivning, av att få träffa personer i samma situation, och av att ha någon att bolla idéer och tankar med. Erfarenheten från de kvinnor som har deltagit i riktade satsningar mot kvinnor är att det finns ett behov av ett kvinnligt nätverk och träffa andra företagare som har samma utgångspunkt som dem själva. Kvinnorna upplever inte att de är uteslutna från männens kontaktforum, men att de måste spela på männens planhalva och att de bland andra kvinnor kan lyfta fram andra frågor till diskussion. Kvinnorna i undersökningen uppger också i hög grad, och i högre grad än männen, att det var viktigt för dem att någon annan trodde på deras idé.

Hälften av kvinnorna som har besvarat enkäten och som driver sitt företag ensamma har deltagit i kompletterande uppsatser. Motsvarande siffra för Män är 0 procent och för Företag 25 procent (de som driver sina företag ensamma). Däremot uppger män i högre utsträckning att kompletterande insatser har bidragit till att de utvecklats som företagare. Detta skulle kunna bero på att män i högre grad deltar i t.ex. kunskapshöjande åtgärder, utbildningar, medan kvinnor kanske deltar i mer nätverkande insatser. Detta går dock inte att säga utifrån den här undersökningen, men kan vara intressant att undersöka vidare.

En viktig del i stödsystemet handlar därför om att stötta kvinnor att våga satsa på sina idéer och sitt företagande. Detta behöver inte innebära riktade insatser mot kvinnor, men det innebär att det måste finnas en genusmedvetenhet i befintliga stödsystem och en

¹⁴ LRF. Den osynlige entreprenören sid 60

kunskap om de hinder som kvinnor som vill starta och driva företag på landsbygden möter. I och med fokuset på nya målgrupper för programperioden 2007–2013 och den betydelse kompletterande stöd har för kvinnliga företagare är det viktigt att stödet är mer än en insats i form av exempelvis ekonomiskt stöd. Forskning¹⁵ visar att nätverk mellan kvinnor, genusmedveten rådgivning och utbildningsinsatser har positiva effekter på kvinnors jordbruksföretagande.¹⁶ Många söker sig till länsstyrelsen med frågor om finansiellt stöd och får på så vis veta vilka övriga stödfunktioner som finns, och en viktig fråga är också hur man marknadsför stödet och vilka man når ut med information till.

6 Sammanfattande analys

I detta avsnitt sammanfattas de viktigaste resultaten och effekterna av företagsstödet. Detta följs sedan av en diskussion kring frågeställningar som kan vara viktiga att beakta inför kommande stöd för att ta tillvara på den potential som stödet har visat sig ha.

6.1 Stödets betydelse för utvecklingen av landsbygdsturismen i Västra Götaland

Resultat och effektanalyserna visar att företagen upplever att stödet framförallt har bidragit till en ökad omsättning i företagen. Flera verksamheter har också breddats i sitt erbjudande eller vidareutvecklats för att kunna generera intäkter under en större del av året. Detta indikerar i sin tur att stödet har bidragit till en ökad diversifiering på landsbygden - omsättningen från verksamheter skilda från lantbruksverksamhet har ökat. En diversifieringseffekt avspeglas även i den stora andel företag som upplever att stödet och den genomförda investeringen har bidragit till att företagets affärsplan har ändrats.

Vidare visar utvärderingen att stödet har bidragit till att stimulera samverkan mellan framförallt turistföretag på landsbygden och genom, mer eller mindre, strukturerad samverkan drar man nytta av varandras verksamheter för att öka en bygds eller ett områdes attraktions- och konkurrenskraft. En god utveckling av landsbygden som helhet förutsätter ett diversifierat näringsliv med ökat fokus på landsbygdens attraktiva miljöer för såväl besökare som året-runt-boende, samt ökat fokus på lokalt samarbete för upprätthållen service och synergieffekter.

Utvärderingen visar även att vissa faktorer kan komma att påverka stödets bidrag till uppkomsten av resultat och effekter. Stödets storlek har visat sig påverka stödets bidrag till flera av resultaten. Bland de intervjuade företagen har det visat sig att relativt väl etablerade företag har i högre utsträckning fått resultat av sin investering. Detta kan bero på att det finns en god kunskap om marknaden och att man genom sin investering möter en efterfrågan som man har känt av sedan tidigare. Enkätundersökningen visar också att större stöd i vissa fall leder till att stödets bidrag till framförallt ökad omsättning, men även sysselsättning, är större än för små stöd. Det finns dock flera exempel på mycket små bidrag som har lett till goda resultat. Mindre stöd tilldelas ofta mindre företag som ofta har relativt stora incitament att samverka med kringliggande verksamheter för att kunna

¹⁵ Trauger et al., 2008

¹⁶ LRF, Den osynlige entreprenören sid 48

attrahera besökare. Resultaten av stödet kan då spridas till andra verksamheter genom spill över effekter. Det är också vår erfarenhet att vissa effekter inte uppkommer i direkt anslutning till ett stöd utan visar sig först senare eller i andra verksamheter.

Stödet är inte avgörande, men innebär en tryggare investering

Det är tydligt från såväl enkätundersökningen som från intervjuundersökningen att stödet ofta svarar är en liten del av investeringen, men flera uppger att detta är ett viktigt bidrag. Samtidigt säger en stor del av företagen att investeringen delvis hade kunnat genomföras utan Landsbygdsstödet. Effekten hade framför allt blivit att arbetet hade försenats och i mindre utsträckning.

Flera av företagarna upplever dock att stödet har varit viktigt för att de ska våga satsa på en utveckling av företaget och att det är betydelsefullt att någon annan tror på deras idé. Genom stödet har vissa av företagen vågat inleda arbetet med investeringen, medan det för andra har handlat om ett nödvändigt finansiellt tillskott.

6.1.1 Stödets betydelse för jämställdhet på landsbygden

Företagsstödet har bidragit till att skapa nya möjligheter till alternativ sysselsättning på landsbygden för kvinnor. Det ekonomiska stödet som företagsstöden bidrar med kan göra att personer vågar ta steget och satsa på ett företagande. Genom företagsstödet kan företagaren minska sitt risktagande vid en investering samt få stöd för t.ex. kostnader för kompetensutveckling. Stödet har bidragit till att kvinnor har bytt sysselsättning i högre grad än män och enkätundersökningen visar att kvinnor i högre utsträckning än män upplever det som viktigt att någon annan trodde på deras idé.

Kompletterande insatser är också viktiga för att öka andelen företagande kvinnor på landsbygden. Tidigare forskning menar att kvinnans kontext som företagare på landsbygden gör det nödvändigt med kompletterande stöd. För att kunna ge företagande kvinnor på landsbygden ett så bra stöd som möjligt bör stödsystemet vara genusmedvetet och ha kunskap om vilka hinder företagande kvinnor som vill driva företag på landsbygden möter. Är det samma hinder som företagande kvinnor möter inom andra områden och sammanhang, eller möter företagande kvinnor på landsbygden andra trösklar i sitt företagande? Stöd till företagande kvinnor måste ta hänsyn till kvinnors situation, val och prioriteringar, och att då är det nödvändigt att ha en förståelse för drivkrafter bakom och hinder emot kvinnorna. Bristen på kunskap inom det här området har uppmärksamats tillsammans med vikten att få mer kunskap om vilken typ av stöd, finansiella och kompletterande insatser, som ger bäst resultat.

6.1.2 Nio av tio investeringar ses som lyckade av företagen - kan vara färre ur ett samhällsperspektiv

Det är viktigt att komma ihåg att det finns en skillnad mellan att företag som fått pengar till en given insats upplever detta som lyckat och positivt och att stödet verkligen varit framgångsrikt och värt kostnaden ur ett samhällsperspektiv.

För att knyta ihop diskussionen om stödets resultat och effekter kan man konstatera att kundnyttan av stödet är stor, och att majoriteten upplever att den investering de sökt och beviljats stöd för har gett önskade resultat. Stödet har i hög grad bidragit till att verksamheterna har kunnat öka antalet besökare och därmed ökat företagets omsättning. Men, delar av effekterna från stödet hade troligen uppkommit även utan stödet. Flera av investeringarna hade genomförts även om företagen inte hade beviljats stöd från Landsbygdsprogrammet. De hade dock i relativt hög utsträckning genomförts senare och/eller i mindre omfattning. Men, i och med att det är stödets mervärde för utvecklingen på landsbygden och samhället i stort som berättigar en intervention är det ändå viktigt att föra en kontinuerlig diskussion om stödets eventuella oumbärlighet.

6.2 Reflektioner för framtiden – en framtidsytande analys

Företagsstödet leder till resultat och stöder utvecklingen av turism i gles- och landsbygd, men samtidigt bör man fråga sig om stödets fulla potential tas tillvara?

6.2.1 Är målen och förväntningarna på stödet realistiska i förhållande till de finansiella resurser som beviljas?

Stödets storlek varierar kraftigt mellan olika stödmottagare. Det är därför relevant att ifrågasätta om förväntningarna på resultat och effekter, t ex ökad sysselsättning, är realistiska i förhållande till vissa av stöden som är av mycket begränsad omfattning.

Stödets varierande storlek kräver en flexibilitet i utvärderingen

Stödets varierande storlek är en punkt som återkommer flera gånger i rapporten vilket beror på att variationen i stödet kräver en flexibilitet i utvärderingen av företagsstödet och en flexibilitet i tolkningen av resultat och effekter. Det är inte realistiskt att förvänta sig att mycket små stöd, det handlar i vissa fall om stöd < 1000 kronor, ska leda till ökad sysselsättning. Detta är något som måste tas i beaktande när resultat och effekter bedöms. Stöden måste analyseras utifrån beloppsstorlek i förhållande till satta mål. I en utvärdering där målen och förväntningarna på ett stöd inte alltid är realistiska krävs därför även en bedömning av huruvida resultaten är realistiska i förhållande till stödet snarare än till satta mål.

Även små stöd kan vara betydelsefulla

Med det är inte sagt att små stöd inte kan vara betydelsefulla och bidra med såväl resultat som effekter. Många av de lägre utbetalda beloppen har använts till kompetensutvecklingsinsatser och marknadsföring där även mindre medel kan vara en förutsättning för att ett företag t.ex. ska nå ut med sitt erbjudande till viktiga målgrupper. Små stöd kan även vara särskilt betydelsefulla för små företag med knappa resurser och små marginaler. Företagets mognad och storlek är därför faktorer som kan ha betydelse för nyttan av mindre stöd.

Viktigt att beakta företagets förutsättningar i relation till stödet

Det är alltså viktigt att sätta stödets storlek i relation till företagets omfattning. Dels för att säkerställa kundnyttan men även för att i så hög grad som möjligt minska risken för att

samma investering hade genomförts utan stödet från Landsbygdsprogrammet. Ett större företag har ofta större möjligheter att finansiera mindre investeringar på egen hand. Tilldelningen av företagsstöd bör utgå från den förväntade nyttan av stödet och en analys av vilka behov som föreligger vid en ansökan om medel samt vad investeringen syftar till.

6.2.2 Tas Landsbygdsprogrammets potential tillvara när det gäller företagsstöd och inriktningen på flera målgrupper?

Når man ut till berörda företag, och når man samtliga prioriterade målgrupper i programperioden 2007-2013?

Når man ut till alla målgrupper?

I den nuvarande programperioden framhålls vissa målgrupper som särskilt prioriterade, däribland kvinnor. Kvinnor anses dessutom vara en prioriterad målgrupp med en stark tillväxtpotential för ökat företagande. Det är viktigt att fundera kring hur man kommunicerar stödet för att nå ut till de prioriterade målgrupperna i utlysningen av programmet. Ett ökat antal ansökningar skulle öka konkurrensen om stödet och därmed kunna ställa högre krav på urvalet.

Jämställt företagande

För att kunna gå vidare i en jämställdhetsanalys av stödet krävs mer information om relationen mellan män och kvinnor i företag. Det är inte självklart att fler kvinnor som beviljas stöd gör stödet mer jämställt. Det har i den här utvärderingen varit svårt att differentiera mäns och kvinnors verksamheter. Ofta handlar det om ett familjeföretag där den som har sökt stödet kan vara en annan än den som är drivande i företagets utveckling. En kvinna kan ha sökt och beviljats stöd utan att det finns kunskap om investeringen sker i ett enskilt eller gemensamt företag. Det kan t.ex. vara strategiskt av företaget att en kvinna söker stöd i och med att det är en prioriterad målgrupp. Detta kan leda till att kvinnor framträder som stödmottagare i högre grad än vad de är i realiteten.

6.2.3 Urval av stödmottagare

Vart sätter man ribban?

Urvalet av beviljade stöd är en kritisk faktor för uppkomsten av resultat och effekter, och därmed för nyttan av stödformer såsom företagsstödet till turism. Av intresse är vilka kriterier som är gällande vid urval av företag som beviljas stöd då urvalet i viss utsträckning styr vilka resultat och effekter som uppkommer. Landsbygdsprogrammet syftar dels till ökat antal företag inom turism, dels till ökad omsättning och sysselsättning inom turism på landsbygden. Vart sätter man ribban? Vill man uppnå bibehållen sysselsättning eller ökad sådan? Eller är kanske målsättningen att nå ut till en bred grupp företag och på så vis sprida resultaten av stödet? Ska man uppnå ett högre mervärde är det t.ex. viktigt att det finns en vilja att växa och en tillväxtpotential i de företag som beviljas stöd.

Företagets storlek och kontext

Utvärderingen visar också att det finns fler faktorer som påverkar spridningen av effekter till den övriga landsbygdsekonomin. Företagets storlek och kontext skapar olika incitament till samverkan. Större turistattraktioner klarar på egen hand av att locka besökare genom ett brett utbud inom den egna verksamheten. För mindre företag kan det istället vara positivt att vara en del av en helhet, då flera små företag tillsammans kan skapa ett attraktivare erbjudande. En viktig frågeställning att beakta i urvalet av stödmottagare är därför om företaget ensamt kan attrahera besökare till verksamheten eller verksamheten är lokaliserad i en omgivning som attraherar besökare?

Råder det konkurrens om stödet?

Mellan 2007 och slutet av 2010 vet vi att 130 ansökningar har beviljats medel och att 21 ansökningar har fått avslag. Det är möjligt att en större konkurrens om stödet skulle höja kvaliteten på ansökningarna och ställa högre krav på urvalskriterierna. Ökad konkurrens och stödet kräver mer av urvalsprocessen och skulle kunna stärka effekterna av stödet och öka stödets mervärde. Tas geografisk hänsyn i urvalet? Använder man sig av selektivt urval av män och kvinnor? Den övergripande frågan är hur kvaliteten på beviljade ansökningar säkras och vilka kriterier som gör sig gällande i urvalet? En medvetenhet om frågor som rör urvalet är viktig för att möjliggöra så stor effekt som möjligt av stödet. Inte minst ur synpunkten att vissa stödmottagare hade genomfört investeringen även utan stöd från Landsbygdsprogrammet. Därför är det motiverat att utforma kriterier för att filtrera bort de ansökningar som egentligen inte behöver stödet.



LÄNSSTYRELSEN
VÄSTRA GÖTALANDS LÄN