



# Näringslivsstrategi

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| Typ av styrdokument              | Strategi                                      |
| Beslutsinstans                   | Kommunstyrelsen                               |
| Fastställt                       | 2016-10-19, § 189                             |
| Diarienummer                     | KS 2016/363                                   |
| Giltighetstid                    | 2017-2021                                     |
| Dokumentet gäller för            | Samtliga nämnder och förvaltningar i kommunen |
| Dokumentansvarig                 | Näringslivschef                               |
| Tidpunkt för aktualitetsprövning | 2021  |

## Innehåll

|  |    |
|--|----|
| Bakgrund till arbetet med strategin .....  | 3  |
| Förord .....   | 3  |
| Våra värderingar .....   | 4  |
| Vi är till för Falköpingsborna .....   | 4  |
| Dessa fyra nyckelord är självklart också en ledstjärna i arbetet med kommunens näringsliv..... | 4  |
| Bakgrund .....   | 5  |
| Nuläge 2016.....   | 6  |
| Företagsklimat .....   | 6  |
| Nyföretagande - entreprenörskap .....  | 6  |
| Handelsutveckling .....  | 7  |
| Besöksnäring .....   | 8  |
| Coaching landsbygdsföretag .....   | 10 |
| Marknadsföring och varumärkesbyggande .....  | 10 |
| Tillväxtinsatser .....   | 11 |
| Lokal samverkan .....  | 11 |
| Regional och nationell samverkan.....  | 11 |
| Inriktning och insatsområden i strategin .....   | 12 |
| Värdegrund och arbetsform .....  | 12 |
| Vision och mission .....   | 12 |
| Mål.....   | 14 |
| Samverkan med näringslivet .....   | 14 |
| Företagsetableringar .....   | 15 |
| Affärsutveckling .....   | 15 |
| Handelsutveckling .....  | 15 |
| Gästnätter.....  | 16 |
| Omsättning besöksnäring .....  | 16 |

# Bakgrund till arbetet med strategin

## Förord

Det Goda Livet är kommunens vision om det hållbara samhället, ett samhälle i balans och harmoni, även för kommande generationer. Det Goda Livet bygger på allas lika värde och på samhällsaktiva invånare. I Falköping värnar vi om livskvalitetsfrågorna för att öka välbefinnandet och trivselen för Falköpingsborna, för att skapa det goda livet för våra medborgare och för kommande generationer.

Vi ska driva en förändringsprocess där kommunen går före i utvecklingen av ett hållbart samhälle, där naturens och våra mänskliga resurser används medvetet och balanserat. Ekologin sätter ramarna och villkoren med planetens absoluta gränser, våra ekosystem och naturens resurser. Ekonomin är de medel tillsammans med det politiska systemet vi har för att skapa social hållbarhet vilket är själva målsättningen med det dynamiska och rättvisa samhället där de mänskliga behoven uppfylls.

Utifrån den övergripande visionen om det goda livet arbetar kommunen mot fyra övergripande mål för kommunens verksamheter som finns formulerade i kommunens flerårsplan.

- 1 Ett socialt hållbart Falköping**
- 2 Ett attraktivare Falköping**
- 3 Ett näringsliv som utvecklas**
- 4 Kvalitén i verksamheten ska öka**

En näringslivsstrategi är en viktig del i arbetet mot de fyra övergripande målen och ett näringsliv som utvecklas i Falköping och därmed också kommunens vision om det goda livet.

Indikatorer som direkt berör Näringslivsstrategin:

### **Mål 2 Ett attraktivare Falköping:**

- Handelsindex (index för sällanköpshandeln, mäts via Handels utredningsinstitut årligen)

### **Mål 3 Ett näringsliv som utvecklas:**

- Antal nya företag per 1000 invånare (mäts via Nyföretagarbarometern varje tertiäl)
- Antal företag i Falköpings kommun
- Näringslivsklimat (mäts via SKL:s undersökning "insikt" årligen)
- Antal gästnätter i kommunen (mäts via Västergötlands turistråd varje tertiäl)
- Årlig omsättning turismen i Falköping
- Indikator logistikutvecklingen (indikatorn ska tas fram i den nya strategin för Skaraborg Logistic Center)

## Våra värderingar

Falköpings kommun har antagit en värdegrund som ska vara vägledande för allt arbete inom kommunen:

### Vi är till för Falköpingsborna

*Falköpings kommuns värdegrund utgår ifrån att vi som medarbetare är till för Falköpingsborna. Falköping ska vara en attraktiv kommun att bo, leva och verka i — nu och i framtiden. Vår värdegrund är gemensam för alla verksamheter och medarbetare och bidrar till att stärka vår kommun och dess invånare.*

Vår värdegrund har fyra nyckelord:

- Alla ska behandlas **rättvist**
- Våra relationer kännetecknas av **öppenhet** och ett **gott bemötande**
- Vi uppnår goda resultat genom **effektivitet** och **samverkan**

### Dessa fyra nyckelord är självklart också en ledstjärna i arbetet med kommunens näringsliv.

- Alla företag och företagare ska oavsett storlek, bransch eller härkomst behandlas **rättvist**
- Relationen mellan kommunen och dess näringsliv ska kännetecknas av **öppenhet** och ett gott **bemötande**
- Kommunens olika verksamheter ska verka för goda resultat genom **effektivitet** och **samverkan** tillsammans med kommunens näringsliv samt andra kommuner, regionala samt nationella organ.



## Bakgrund

Falköpings kommun har en lång tradition som handels-, kommunikations-, sjukvårds- och jordbrukskommun. På olika sätt präglar och har det präglat vår kommun. En stor andel av kommunens invånare har historiskt varit anställda inom vård och omsorg, järnvägen och annan tidigare offentlig verksamhet, exempelvis posten och televerket. Efterhand har tillverkningsindustrin gjort sitt inlägg och blivit allt mer betydelsefull för kommunens arbetsmarknad och utveckling.

Andelen anställda inom jordbruket är och har alltid varit hög i Falköping jämfört med landet i övrigt. Som framgår nedan gäller detta även idag.

Under senare år har vi kunnat se ett ökat antal företag med bas på landsbygden utanför tätorten. Det är främst livsmedels- som besöksnäringföretag, men också serviceföretag som med utvecklingen av informationsteknologin inte längre är lika beroende av närheten till kund som tidigare. Det finns även ett antal tillverkningsföretag lokaliserade på orter utanför centralorten. Vissa av dem är etablerade sedan lång tid tillbaka.

2016 har Falköpings kommun ett varierat näringsliv med allt från Sveriges största kedja av inredningshus för kontor, skola, vård och omsorg, Kinnarps Interiör till ett stort antal fåmansföretag inom olika branscher. Här finns andra tongivande företag som Amtek, Gyllensvaans, Parker Hannifin, BS Verkstäder, Nova Software och PR Slamsugning.

Totalt fanns, år 2014, 2103 företag registrerade i Falköpings kommun enligt SCB. I en jämförelse med landet i övrigt har Falköpings kommun markant fler företag inom vård och omsorg, tillverkning och utvinning samt jord- och skogsbruk än landets i övrigt. Noterbart är att kommunen ligger markant under rikssnittet vad det gäller företag som utför företagstjänster.

# Nuläge 2016

## Företagsklimat

För att mäta företagsklimatet i Falköpings kommun använder vi SKLs servicemätning av kommunens myndighetsutövande gentemot företag. Mätningen omfattar fem områden; Brandsyn, Bygglov, Markupplåtelse, Serveringstillstånd och Miljö- och Hälsoskydd.

För Falköpings kommun var det andra gången mätningen genomfördes. Mätningen görs vartannat år, vilket innebär att Falköping deltagit 2013 och 2015.

Falköping förbättrade NKI med 15 enheter, från 59 till 74, mellan 2013 och 2015. Det är en tydlig förbättring. Inom området bemötande nåddes högst resultat (80).

Kommunen genomförde under 2013-2015 projektet ”Förenkla - helt enkelt” där ett stort antal av kommunens tjänstemän varit delaktiga. Ambitionen med projektet är att utveckla kommunen näringslivskontakter. Projektet har inneburit ett nytt arbetssätt inom Falköpings kommun med en tydlig ansvarsfördelning mellan förvaltningar och enskilda tjänstemän. En handlingsplan är framtagen.

De reaktioner från näringslivets sida som vi hittills mött är positiva och Näringslivsrådet har varit en aktiv part såväl under projekttiden som efteråt. Vi kommer under att fortsätta våra aktiviteter med fler involverade medarbetare och vi följer och deltar på SKL:s utbildningar inom området.

## Nyföretagande - entreprenörskap

Under 2015 kunde ett minskat antal nybildade företag noteras i Falköpings kommun enligt Nyföretagarbarometern, som mäter nya företag per 1000 invånare. Barometern är rikstäckande och är ett vedertaget mätinstrument.

Falköpings index sedan 2011 har varit:

2011: 3,6. 2012: 4,0. 2013: 4,1. 2014: 3,4. 2015: 3,0

Det startade 97 nya företag i Falköping under 2015. Det är tio färre än 2014 och innebär en minskning med -9,7%. Trenden har varit negativ, de två senaste åren. Kommunen använder organisationen Nyföretagarcentrum för rådgivning och utbildningsinsatser. Kommunen har stöttat organisationen med extra medel för att ge möjlighet till fler rådgivningstillfällen, trots ökade resurser, har vi inte sett någon förändring.

Kommunen har agerat kraftfullt under 2015, för att nå en förändring. Kommunen har tagit initiativ till ett treårigt utvecklingsprojekt för utveckla verksamheten vid Nyföretagarcentrum och vi kommer att ansöka om medel från nya landsbygdsprogrammet via Leader Östra Skaraborg.

När det gäller entreprenörskap finns ett upparbetat samarbete med Gothia Innovation, kopplat till Högskolan i Skövde och en del av Gothia Science

Park. Härigenom finns affärsutvecklings- och inkubatorprocesser för att stötta entreprenörer att ta sin idé från uppstart till tillväxtbolag.



## Handelsutveckling

Falköpings kommun har två långsiktiga mål vad det gäller handelsutvecklingen i kommunen. Dessa är antagna i den handelsstrategi som antogs 2012. År 2020 ska vårt index för dagligvaror vara 90 och för sällanköpsvaror 80.

Resultaten hämtas från Handels utredningsinstitut (HUI) som genomför en årlig, rikstäckande mätning med dignitet i handelskretsar. Kommunens statistik är väldigt viktig för att exempelvis kunna locka nya etableringar.

2012-2013 ökade dagligvarors index kraftigt efter ombyggnationen av Ica Kvantum/Maxi. Däremot stängdes samtidigt Coop Bygg sista mars 2013 och detta fick negativa konsekvenser för närliggande Coop Extra. Så även om Ica Kvantum/Maxi ökade ytterligare 2013, åts denna ökning upp av Coops förändringar.

Vi har under 2015 haft stora framgångar med vårt etableringsarbete. Vi har till vår glädje kunnat presentera flera starka varumärken inom sällanköpshandeln H&M, Byggmax, Dollarstore, Klubbkompis Outlet och en omlokalisering av Granngården.

På dagligvarusidan har Coop Extra bytt ägarorganisation och förändrat sortiment. Denna förnyelse har utvecklat omsättningen kraftigt, vilket ger förhoppningar om att återta tappad mark på dagligvarusidan under 2016.



Våra nyetableringar kommer att förstärka utbudet kraftigt och stärka vårt handelsindex. Vi tror nu att det är realistiskt att nå våra långsiktiga mål för handelsindexet 2020.

Falköpings kommuns arbete med livsmedelsföretag på landsbygd har medfört att de kunnat flytta fram sina positioner. Såväl Malta Johanna Marknad som den under 2015 etablerade saluhallen vid Stora Torget har ökat de lokala företagens möjlighet för avsättning av sina produkter.

Falköpings handelsindex har sedan 2010 varit (2015 års siffror hade ej presenterats vid dokumentets framtagande):

Dagligvaror: 2010: 89. 2011: 85. 2012: 82. 2013: 86. 2014: 80.

Sällanköp: 2010: 62. 2011: 60. 2012: 59. 2013: 60. 2014: 62.

### Besöksnäring

Inom besöksnäringen har antalet övernattningar ökat under de senaste åren. För 2015 noterades drygt 62 000 övernattningar inom Falköpings kommun. Statistiken erhålls från SCB. Turistrådet Västsverige bearbetar gästnattsstatistiken och HUI Research har analyserat resultatet för Falköping.

2015 blev ett rekordår för besöksnäringen i Västsverige och i Falköping. För första gången någonsin registrerades över 6 miljoner gästnätter på hotell, stugbyar och vandrarhem (totalt nästan 6,4 miljoner gästnätter) i regionen. I Falköping redovisades 62 000 gästnätter på hotell, stugbyar och vandrarhem och det är det högsta antalet sedan år 2008 då bearbetningen ner på kommunnivå infördes av dåvarande Västsvenska Turistrådet.

Totalt ökade antalet gästnätter i Falköping med nästan 25 procent, 12 362 gästnätter i absoluta tal, vilket är den bästa utvecklingen procentuellt av alla kommuner i Skaraborg. Exportandelen i kommunen ligger på 9 procent vilket innebär 5 883 utländska övernattningar under 2015, att jämföra med Skaraborgs exportandel på 14 procent.

I Falköping är det den inhemska turismen som bidrog till tillväxten under 2015. Svenska gästnätter ökade med nästan 33 procent gentemot 2014, 13 980 nätter i absoluta tal, medan de utländska övernattningarna gick ned med nästan 22 procent, 1 618 nätter i absoluta tal. Av utländska marknader är Danmark den största i Falköping med totalt 1 320 övernattningar under 2015 vilket ger en minskning med ca 20 procent jämfört med 2014. Den näst största marknaden Tyskland, 1 017 gästnätter, ökade med nästan 25 procent.

Beläggningsgraden för kommunen är 48 % totalt, att jämföra med 41 procent som är genomsnittet för hela Skaraborg. Beläggningsgraden totalt ökade med 8 procentenheter i Falköping under 2015.

Den positiva trenden har möjliggjort satsningar och investeringar inom besöksverksamheten. Vi kan se hur kommunens två största hotellverksamheter, Rantens Hotell och Hotell Falköping, sålts i närtid. En



stor del i anläggningarnas attraktionskraft ligger i den ökade efterfrågan på boenden. Vi ser också hur entreprenörer vågar satsa i mindre boendeanläggningar utanför tätorten.

Den positiva utvecklingen för Falköping kan bland annat härledas till att många svenskar väljer att semestra i Sverige tack vare den svaga kronan samt att det har under året skett ett par större investeringar i boendeanläggningar, som gynnar attraktiviteten och därmed antalet gästnätter.

Inom kommunen har en ny turistserviceorganisation genomförts och turismutveckling ingår numera i Näringsenhetens ansvarsområde. Det kommunala uppdraget är att arbeta med de strategiska frågorna. Turistorganisationen lägger stor vikt vid att hjälpa företagen med deras synlighet på nätet via ex. turisthemsidor för kommunen och Västsverige. Arbetet innebär också att utbilda och inspirera företagen inom värdskap, bokningsbarhet online, paketering utifrån ett marknadsperspektiv och att de skall knyta an till de evenemang som genomförs under året.

Kommunerna Falköping, Skara och Skövde driver under tre år ett affärsutvecklingsprojekt för att förstärka destinationen Trandansen och affärsutveckla företagen runt Hornborgasjön.

Antalet gästnätter i Falköping har sedan 2011 varit:

2011: 46 795. 2012: 49 124. 2013: 54 746. 2014: 49 281. 2015: 62 320.

Vad gäller omsättningen, som är en av de indikatorer som anges i kommunens övergripande vision, omsatte turismen ca 650 miljoner kronor 2014 inom Falköpings kommun.



### Coaching landsbygdsföretag

Sedan flera år pågår ett aktivt arbete med coaching av landsbygdsföretag i Falköpings kommun. De flesta företag som berörs arbetar inom livsmedelsproduktion och/eller inom besöksnäring.

Kommunens landsbygdsutvecklare genomför affärs- och utbildningsinsatser och skapar nätverksaktiviteter. Tidigare nämnda Malta Johanna Marknad och Falköpings Saluhall är två viktiga ”skyltfönster” för dessa företag. Många av dem deltar dessutom i Falbygden Mat & Kulturs evenemang, som Konstnatten och Mekelsmäss. Där möter man en stor publik och kan bredda sitt kundunderlag.

Det finns en väl utvecklad samverkan mellan landsbygdsutvecklaren och turistorganisationen, vilket stärker detta arbete ytterligare.

Ett generellt bekymmer är att hitta kapital för satsning på landsbygden. Även om insatserna många gånger är låga är det svårt för de företagare som har behov av att låna till investeringar.

Ett av landsbygdsutvecklarens uppdrag är att analysera och stödja företagen i arbetet med att kunna ta del av de olika landsbygdsutvecklingsprojekt som pågår och initialiseras. Under föregående programperiod för landsbygdsprogrammet var Falköping mycket framgångsrikt och fick mycket stöd tack vare ett aktivt arbete och ett väl utvecklat kontaktnät. Det finns dessutom en väl utvecklad samverkan med Länsstyrelsen och Jordbruksverket.

### Marknadsföring och varumärkesbyggande

Falköpings kommun har via Näringslivsenheten under flera år aktivt arbetat med att marknadsföra Falköpings kommun som handels- och besöksort. Det

handlar också om att stärka Falköpings attraktionskraft som boendeort genom att visa upp de aktiviteter vi har – att bygga ett platsvarumärke. Det sker i form av TV-reklam, samarbete runt handelsbilagor, regional annonsering/profilering, infartsskyltar, medverkan på internationella och nationella mässaktiviteter samt sponsring vid större arrangemang och elitsatsningar.

Framtida utveckling beror på intresse och engagemang hos våra samarbetspartner.

### Tillväxtinsatser

En annan viktig uppgift för Näringslivsenheten är att vara en aktiv part när såväl nya företag vill etablera sig i kommunen som när befintlig verksamhet vill utveckla. Det handlar om att förmedla kontakter för lokaler, hitta lämplig mark för etablering, vara ett stöd i kontakt med andra kommunala verksamheter, coacha från idé till förverkligande och involvera fler i arbetet för att slutligen nå en etablering.

Detta är ett arbete som oftast sker under sekretessliknande former och som möjliggörs genom ett ömsesidigt förtroende mellan alla involverade parter.

### Lokal samverkan

Näringslivsrådet är den organisation där Falköpings kommun samverkar med näringslivet lokalt vad gäller ärenden, frågor eller projekt som är av intresse för näringslivet och som inte är direkt riktade mot en specifik bransch- eller intresseorganisation.

Samverkan kan vara av formell karaktär, där Näringslivsrådet exempelvis kan vara remissinstans. Samverkan kan också vara informell där Falköpings kommun och Näringslivsrådet informerar och uppdaterar varandra om pågående och planerade samarbeten, projekt eller verksamheter.

Främst på den gemensamma agendan står långsiktiga framtidsfrågor för bättre näringslivsklimat; infrastruktur, utbildning, attraktivitet och långsiktiga planfrågor.

Samverkan i Näringslivsrådet genomförs i huvudsak på två nivåer, i rådet och med bransch/intressegrupper. Näringslivsrådet skapar mötesplatser för Falköpings Näringsliv i form av frukostar, lunchmöten och studiebesök.

Näringslivsrådets ledamöter utses via Falköpings kommun och näringslivets olika intresseorganisationer inom kommunen. Ambitionen är en bred representation från olika branscher och storlek på företag. Samarbetet bygger på ett ömsesidigt förtroende och en öppen dialog.

### Regional och nationell samverkan

I Falköpings kommuns värdegrund slås fast att vi uppnår goda resultat genom effektivitet och samverkan. Falköpings kommun är en aktiv part inom en rad olika delregionala och regionala organ. Kommunen finns på

politisk nivå representerad i Skaraborgs kommunalförbunds Tillväxtutskott. Skaraborgs näringslivschefer samverkar i ett nätverk där ambitionen är att Falköping ska vara en drivande part. Här drivs frågor genom det regionala tillväxtprogrammet. Det finns också en utvecklad samverkan inom besöksnäringen med Västergötlands Turistråd, Visit Sweden, med flera.

Näringslivsenheten är också en aktiv part inom Leader Östra Skaraborg för att på olika sätt skapa projekt och verksamhet som främjar näringslivsutvecklingen i vår kommun.

## Inriktning och insatsområden i strategin

### Värdegrund och arbetsform

Falköpings kommuns näringslivsarbete ska vara värdegrundsdrivet. Falköpings kommun värdegrund bygger på att Falköping ska vara en bra kommun att både bo och verka i – nu och i framtiden. Kommunen som organisation är till för Falköpingsborna och ska utgå från de värderingar som lagts fast av kommunfullmäktige.

Verksamheten skall utgå från en struktur som innefattar samtliga näringslivsinsatser. Arbets sättet ska präglas av processtänkande, långsiktighet, samarbete, snabb handläggning av enskilda ärenden och systematisk uppföljning.

### Vision och mission

Sex viktiga insatsområden för kommunens näringslivsarbete är att:

- skapa gemensamma aktiviteter för samverkan och kommunikation mellan det lokala näringslivet och den kommunala organisationen
  - ha en fungerande information och kommunikation mellan näringsliv och kommunen
  - utveckla samverkan mellan näringsliv och kommunen
  - utveckla nätverk mellan såväl näringslivets lokala organisationer som mellan branschgrupper och kommunen
  - utveckla Näringslivsrådets arbete
  - utveckla mötesplatser
- identifiera de viktigaste områdena för att utveckla tillväxt under de kommande fem åren
  - fortsatt positiv utveckling av näringslivets syn på näringslivsklimatet i Falköpings kommun
  - skapa förutsättning för lokala företag som vill utveckla sin verksamhet - tillväxt
  - tillsammans verka för etablering av ytterligare verksamheter i Falköpings kommun
  - identifiera och genomföra gemensamma marknadsaktiviteter för att stärka det lokala näringslivet

- underlätta nyföretagande, entreprenörskap och nyetableringar
  - arbeta aktivt för nyföretagande och entreprenörskap genom information, rådgivning och inkubatorverksamhet
  - tydlig ansvarsfördelning inom kommunen som underlättar näringslivets kontakter
  - kommunikativt arbetssätt
  - framsynt planering av mark för etableringar
  - proaktivt etableringsarbete
  
- identifiera behov av kompetens för tillväxt hos de lokala företagen och utveckla samverkan mellan det lokala näringslivet och kommunens utbildningsverksamheter
  - skapa fungerande nätverk mellan näringslivet och kommunens utbildningsverksamheter
  - genomföra utbildning inom bristyrken genom den kommunala vuxenutbildningen eller i samverkan med vuxenutbildning i närliggande kommuner
  - bevaka, stimulera och samordna ansökningar och projekt inom EUs socialfonder
  
- stärka samverkan mellan kommunen och kommunens högteknologiska företag
  - skapa fungerande nätverk mellan de högteknologiska företag som finns i kommunen
  - inventera rekryteringsbehov och samordna insatser för att möjliggöra nödvändig kompetensförsörjning för företagen
  - utarbeta stödjande organisation vid rekrytering av kompetens i form av aktiviteter och engagemang, exempelvis hemvändarprojekt
  - stärka samverkan mellan våra lokala företag och högskolor/universitet
  
- initiera och förstärka samverkan kring utveckling av de gröna näringarna, som är en betydande del av Falköpings kommuns näringsliv.
  - kommunen ska bli en aktiv part i de nätverk som redan idag finns inom de gröna näringarna i kommunen
  - ta initiativ till nya nätverk där sådana behövs, exempelvis för nya företagare inom näringen
  - bevaka Falköpings intressen i det utvecklingsarbete kring gröna näringar som pågår såväl inom Skaraborgs Kommunalförbund som inom Västra Götalandsregionen
  - engagera kommunen i det utvecklingsarbete som nu pågår vid SLU i Skara för att ta del av de utvecklingsprojekt som startas

# Mål

Identifierade mål för Falköpings kommuns näringslivsarbete 2017-2021

## Samverkan med näringslivet

För att mäta företagens syn på kommunen och vår verksamhet använder vi Sveriges Kommuner och Landstings rapport Öppna jämförelser - Företagsklimat. Här görs ett antal undersökningar utifrån ett NKI, Nöjd Kund Index. Det är en kvalitetsmätning av den kommunala myndighetsutövningen och servicen gentemot företag. Undersökningen visar inom vilka områden företagarna anser att myndighetsutövningen fungerar bra respektive mindre bra samt vad kommunen behöver bli bättre på.

Undersökningen görs vartannat år och omfattar fem myndighetsområden: Brandtillsyn, Bygglov, Markupplåtelse, Miljö- och hälsoskydd samt Serveringstillstånd. För dessa fem områden ställs frågor kring sex serviceområden:

- Information - muntlig och skriftlig information, samt information på webben
- Tillgänglighet - möjligheten att komma i kontakt, träffa rätt person samt tillgång till e-tjänster
- Bemötande - attityd, engagemang, lyhördhet, sätt att kommunicera
- Kompetens - kunskap om ämnet, lagar och regler och företagens villkor samt förståelse för företagets problem samt förmåga att ge råd och vägledning
- Rättssäkerhet - tydligheten i lagar och regler, hur ställningstaganden/ beslut motiverats, möjlighet att framföra klagomål och synpunkter
- Effektivitet - tid och rutiner för handläggningen samt förmåga att hålla överenskomna tidsramar

2015 hamnade Falköping på 22:a plats i denna mätning bland landets 290 kommuner med ett NKI på 74. Då ska noteras att Miljö- och Hälsoskydd ej ingick i mätningen för kommunen 2015. I framtiden kommer Miljösamverkan Östra Skaraborg, MÖS, att ingå i mätningen och den verksamhet man utför i Falköping

- 2021 ska NKI för Falköping i SKLs Öppna Jämförelser vara **NKI 80**

## Företagsetableringar

Falköpings kommun har behov av att fler startar och etablerar företag i vår kommun. Vi har under de senaste åren konstaterat att antalet nystartade företag, enligt Företagsbarometern minskar. Det är en utveckling som måste vändas och insatser har också redan gjorts för att förbättra och utveckla vårt arbete med kommuninvånare som vill starta företag.

Antalet nystartade företag kan stärkas genom ett aktivt arbete med information och utbildning av intresserade att starta företag. Falköping har dessutom många invånare från andra delar av världen där många har erfarenhet från att driva företag.

Ett ökat antal företag innebär också ett ökat antal arbetstillfällen, vilket är viktigt för Falköpings kommuns attraktivitet och ekonom.

- 2021 ska antalet nystartade företag i Falköping per 1000 invånare vara **4,3**
- 2021 ska antalet företag i Falköping vara **2150** (SCB)
- 2021 ska antalet arbetstillfällen ha ökat med 5 procent till **14 250 personer** (SCB)

## Affärsutveckling

Falköpings kommuns viktigaste resurs på näringslivsområden är de redan verksamma företagen. Ständigt finns ett behov av inspiration, stöd och hjälp för att såväl förstärka befintlig verksamhet som att våga ta nästa steg i företagets utveckling.

Kommunen deltar idag i olika verksamheter som har detta syfte. Connect Väst, IDC, Business Sweden, ALMI, Drivhuset Skaraborg, som bedrivs inom Skaraborgs Kommunalförbunds regi, är sådana exempel. Gothia Science Park i Skövde är ett annat.

Näringslivsenhetens uppgift blir många gånger att vara en vägvisare och dörröppnare för att de företagare i kommunen som har behov av dessa tjänster ska hamna rätt. Det är viktigt att hamna hos en organisation med förståelse för ofta små företags bekymmer och förutsättningar.

Inom detta område finns inga mätbara mål uppsatta. A

- **100 procent** av alla företag som på olika sätt uppmärksammar kommunen på behov av vägledning ska få detta.

## Handelsutveckling

Falköpings kommun har en lång tradition som handelsort. Här korsade olika handelsvägar varandra redan på medeltiden. Traditionen har levt vidare, men idag upplever vi en helt annan konkurrens än tidigare från såväl närliggande större orter, Skövde, Jönköping och Göteborg som från handel via nätet.



Ska Falköping utvecklas som handelsort krävs såväl en ökande köptrohet hos lokalbefolkningen som möjlighet att locka konsumenter från närområdet. Ett varierat utbud av butiker är annan förutsättning för detta arbete. Ett omfattande arbete har genomförts under de senaste åren för att såväl stärka utbud som befintliga butiker i en samverkan mellan handlare, fastighetsägare och kommunen.

- 2021 ska handelsindex för dagligvaror vara **90** och för sällanköpsvaror **80**

## **Gästnätter**

Besöksverksamheten i Falköpings kommun har utvecklats under senare år. Det finns idag fler aktiviteter och företag som arbetar inom området.

Inom besöksnäringen har ett omfattande strategiarbete genomförts på såväl nationell, regional som delregional (Skaraborg) nivå de senaste åren, Allt i syfte att skapa ett sammanhängande strategiskt arbete som gör att verksamma på olika nivåer ska dra nytta av varandras insatser.

Ett av de mätbara målen inom besöksnäringen är antalet gästnätter. Det innebär att hotell, vandrarhem, med flera rapporterar in antalet gästnätter till en gemensam databas.

- Andelen gästnätter i Falköping öka årligen **med 5 procent, åren 2017-2021**

## **Omsättning besöksnäring**

Omsättning besöksnäringen är en av de indikatorer som anges i kommunens flerårsplan, Enligt HUI:s årliga mätning omsatte turismen 2014 ca 650 miljoner kronor inom Falköpings kommun.

- Omsättningen för besöksnäringen i Falköping öka årligen **med 5 procent, åren 2017-2021**