

Strategi för tillväxt och välfärd i Orsa kommun - bakgrund och övergripande handlingsplan

Antagen av kommunstyrelsen § 29, 090309

Bakgrund

Vi diskuterar ofta *kostnader*, om hur vi kan hålla dem under kontroll, minska dem, eller begränsa ökningen. Mer sällan hinner vi diskutera hur vi som kommun kan öka våra *intäkter* för att bibehålla och öka vår välfärd och när vi pratar om det så håller vi oss ofta till en utvecklingsinsats åt gången istället för helheten...

Det krävs ett helhetsperspektiv för att vi ska få kraft och effektivitet i våra satsningar. Mycket *har* hänt de senaste åren. Många människor har hjälpts åt i utvecklingsfrågor och det har tagits många goda initiativ. Det händer positiva saker i Orsas näringsliv, inte minst inom trä och besöksnäring. Nu är det dags att knyta ihop det här, ta ett större grepp och lägga en strategi för hela kommunens tillväxt, baserad på förnyelse och samverkan. Mellan kommun och företag, kommunala förvaltningar, ideella krafter och med personer-organisationer utanför vår egen kommun. Målet med den ökade tillväxten är ökad skattekraft som i sin tur kan användas för ökad välfärd och kvalitet för kommunens invånare (inom skola, vård, omsorg, infrastruktur, mm).

Orsa kommun har under ett antal år jobbat med några olika övergripande mål. Under 2009 ersätts dessa av ett nytt styrsystem. Strategin för tillväxt och välfärd bör då integreras i detta och investeringar- utvecklingsåtgärder ska stämmas av mot strategin. Strategin har granskats av Arena För Tillväxt, SKL:s egen organisation för rådgivning och stöd till kommunerna kring tillväxtfrågor. Deras synpunkter är integrerade i texten. Strategin har också utvecklats i samverkan med ledningsgruppen, med Orsa kommuns affärsdrivande bolag, med företagen i Orsa samt med Region Dalarna.

Strategin

Strategin innehåller förstås ”traditionell” näringslivsutveckling med företagsrådgivning, företagarmöten, företagsbesök, etableringar, enkäter, mm med ett särskilt fokus på utveckling och etableringar inom besöksnäring och träförädling. Men den innehåller också satsning på bra boendemiljöer, levande centrum/handel, marknadsföring / aktivt mottagande av inflyttare samt utbyggd infrastruktur (IT, väg, järnväg). Strategin omfattar också utveckling av Orsa kommun som myndighetsutövare / servicegivare (Orsa- helt enkelt) och det kommunala värdskapet. När alla de här faktorerna samspelar på ett bra sätt och företagen ges bra tillväxtförutsättningar kan vi bygga en attraktiv kommun med ökande sysselsättning, god löneutveckling och ökande befolkning. Detta ger ökade skatteintäkter, som i sin tur kan användas för en skola och barnomsorg med hög kvalitet, god vård och omsorg, säkra, trevliga, spännande och väl fungerande offentliga miljöer, mm!

I den följande texten ges en bakgrund till strategins olika delar.

Hur uppnår vi ökad skattekraft?

Målet är bibehållen eller utvecklad kommunal service genom ökad skattekraft. Ökad skattekraft kan uppnås genom ökad sysselsättningsgrad, ökade genomsnittslöner eller genom befolkningsökning. (Orsa ligger riktigt dåligt till i ett nationellt perspektiv både vad gäller sysselsättningsgrad och genomsnittslöner.) För att öka befolkningen krävs attraktivitet, bostäder och sysselsättning. För ökade genomsnittslöner och sysselsättningsgrad krävs goda tillväxtförutsättningar för våra företag. Hur uppnår man befolkningsökning på relativt kort sikt? Vart flyttar människor och varför? För inflyttning krävs att ett antal förutsättningar är uppfyllda, se nedan. Bra att veta när vi diskuterar ökade skatteintäkter genom inflyttning är att vi får behålla mindre än vi tror om vi lyckas övertyga ett antal välbärgade medborgare att flytta till Orsa. Skatteutjämningsystemet utjämnar nämligen skatterna så effektivt att från en person som tjänar en halv miljon per år får Orsa kommun endast 16 000 kr i extra skatteintäkter (utöver det vi får genom skatteutjämningsystemet). Även om den extra intäkten inte är så stor på-verkas skatteintäkterna ändå positivt av ett ökat invånarantal. En ökad skattebas sänker dessutom vår risk (minskar vår sårbarhet för framtida förändringar i utjämnings-systemet). Orsa ligger i rikets bottenskikt när det gäller skattekraft och det är ett hot.

Potential för inflyttning

Region Siljan har nyligen undersökt varför människor flyttar och bor kvar. Positiva faktorer för inflyttning var i deras undersökning bland annat följande:

1. "Attraktiv kommun"
2. Kännedom- kontakt
3. Attraktivt boende
4. Kommunikationer- pendlingsmöjligheter
5. Arbete
6. Utbildning- kompetensförsörjning

1. "Attraktiv kommun"

En attraktiv kommun har många av följande egenskaper:

- Gott rykte (positiv bild utifrån av vad som händer i kommunen) och frånvaro av negativa händelser (skandaler, ständiga bottenbetyg i nationella undersökningar, etc)
- Vackert (omgivningar **och** tätort)
- Starka, positivt laddade varumärken (ex vis Grönklitt, björnpark, Orsa Spelmän)
- Rik fritid (ex vis utbud av natur, idrott och kulturliv)

Plus de andra faktorerna ovan (boende, kommunikationer och arbete). "Vinnarna i den ökande konkurrensen mellan städer och regioner är platser som uppfattas som attraktiva och som förmår dra till sig ekonomiska aktiviteter och människor. Förlorarna däremot utgörs av platser som lever kvar i det gamla industrisamhällets mentalitet och struktur". (Richard Florida, 2006)

På senare år har det, i takt med ökande konsumtion, blivit allt viktigare med en intressant handel. Stark besöksnäring är också en plusfaktor, då det leder till ökad service, fler restauranger, ett mer känt varumärke och fler aktiviteter. Ur ovanstående perspektiv är såväl handels- och centrumutveckling som kultur viktiga aktiviteter. Orsa bör ha ett levande centrum med egen identitet och "Dalakänsla". Detta visas också t ex i Orsa Grönklitts kundenkäter där en vanlig kommentar är att "det är trist och fult i Orsa centrum". En annan aktivitet är att stötta lokala initiativ som syftar till att höja attraktiviteten, ex vis anordning av nya evenemang. Tidigare nationella undersökningar har visat att det oftast är kvinnan i familjen som fattar beslut om såväl flytt som semester. För oss innebär det att vi har en livsmiljö som är attraktiv för både kvinnor och män och att ev investeringar/satsningar även tar hänsyn till detta.

2. Kännedom-kontakt

Region Siljans undersökning visar att av dem som flyttar till Siljanskommunerna hade fyra av tio bott i kommunen tidigare, två av tio hade fritidsboende på orten och tre av tio hade fått informationen från vänner eller bekanta. Lite drygt fem procent hade fått information från reklam eller marknadsföring. De här siffrorna visar att det inte är så effektivt att satsa stora pengar på dyra annonser, men desto viktigare att jobba med dem som redan känner till- eller har en relation med orten. Det är även viktigt att de som redan bor i kommunen permanent eller på fritiden har en positiv bild av sin egen kommun. Åtgärder som är aktuella här kan vara att ”bygga system” för kontakt med utflyttade, fritidsboende och besökare. För relationen med de egna kommuninvånarna (och våra besökare) är också genomförandet av Orsa- helt enkelt och värdskap viktigt. Region Siljans undersökning visar också att vi bör satsa mer på kontakt med dem som nyss har flyttat hit, då (för) många flyttar ut från kommunen kort efter det att de har flyttat in...

3. Attraktivt boende

En viktig faktor för attraktivt boende är att det finns en bredd i utbudet av boende, från enkelt till exklusivt. Det finns ett behov av tomter i bra lägen för nyproduktion av villor, men även boende med god standard i flerbostadshus. I och med att sådana boendemöjligheter tillskapas åstadkoms även s k ”flyttkedjor” i kommunen, t ex att äldre människor flyttar från stora, äldre villor till ett mer anpassat och centrumnära boende. Detta ökar utbudet för ex vis inflyttande barnfamiljer. I Orsa finns det planer på såväl nya, välbelägna flerbostadshus som attraktiva tomtområden. Dessa planer bör fullföljas och externa exploatörer stötts.

4. Kommunikationer-IT

Kommunikationer handlar om många saker. En sak är t ex att snabbt och lätt kunna pendla till jobb på andra orter, såväl med bil som med kollektiva färdmedel. En annan sak är att besökare ska kunna ta sig hit fort och lätt (privat och kollektivt). En tredje sak är att företagen på orten ska ha goda möjligheter att frakta sitt gods, på väg eller järnväg. En fjärde är att genom goda IT-förbindelser skapa mycket goda förutsättningar för distansarbete, tjänsteföretag och andra framtidsföretag som är beroende av IT-kommunikation med hög hastighet.

Några viktiga saker i Orsa att jobba med & stötta inom kommunikationer är ombyggnaden av E45, deltagande i och stöttning av vägprojektet Gävle-Dala utvecklingsstråk, att man ska kunna ta sig med tåg mellan Mora och Stockholm på max tre timmar, effektivare kollektiva färdmedel (pendeltåg?) mellan Orsa och Mora, att Orsa-Bollnäsbanan enligt näringslivets önskemål öppnas för godstrafik igen och att (IT)stadsnätet byggs ut i Orsa. Se även Region Siljans infrastrukturplan.

5. Arbete- sysselsättning

Bra och intressant sysselsättning är det som de flesta normalt rankar som den viktigaste faktorn för att kunna flytta till en ort. Man efterfrågar en bredd i utbudet av jobb, så att t ex medflyttande också kan få jobb, att man ska kunna göra karriär, söka ett nytt jobb om man inte trivs på det första, etc. Att jobba strukturerat med att skapa mer sysselsättning på en ort är ett komplicerat projekt där många faktorer samspelar. Några av de faktorer som är viktigast för oss i Orsa är:

- a) Högt nyföretagande
- b) Företagsklimat
- c) Goda omvärldskontakter och tillgång till kapital
- d) Utveckling av besöksnäringen
- e) Utveckling av tränäringen

5 a) Högt nyföretagande

Cirka sex av tio nystartade företag finns kvar efter tre år. Då brukar även något av dem ha hunnit anställa någon eller några personer utöver grundaren. Nya företag skapar på så sätt direkt nya arbetstillfällen. Vi bör därför fortsätta med att uppmuntra och stötta nyföretagande.

5 b) Företagsklimat

Ett gott företagsklimat påverkar nyföretagandet positivt och underlättar etableringar, investeringsbeslut, nyanställningar, mm. I ett gott företagsklimat finns oftast ett uppbyggt förtroende mellan företagarna och offentliga aktörer. Ett gott företagsklimat brukar också innehålla goda relationer mellan företagarna själva, mellan företagare och media, företagare och allmänhet, företagare och skola, o s v.

Hur uppnår man då ett gott företagsklimat? Svenskt Näringsliv har gjort ett antal undersökningar av det och bland annat kommit fram till att det är viktigt att kommunpolitiker och tjänstemän träffar företagare i deras vardagsmiljö, att man tar bort onödiga- och förenklar krångliga regler, förkortar handläggningstider (och är tydliga med hur lång tid det tar), mm.

En del av det här har vi kommit en bit på väg med. Det gäller till exempel företagarmöten (Företagarfrukostar, Branschgrupper, Orsa Företagsråd, Företagargala, besök av tjänstemän och politiker hos företag, mm). En dörr in tillämpas inte konsekvent, men vi erbjuder också den servicen. Något som är viktigt är också hur tjänstemän bemöter sina ”kunder”, en faktor som är viktig oavsett om företagaren/medborgaren får ett positivt eller negativt besked från tjänstemannen. Under 2007 lanserade Orsa kommun begreppet och varumärket ”Orsa- helt enkelt!”. Om vi kan fortsätta förankra och fullfölja konceptet Orsa- helt enkelt! så har vi alla möjligheter att stärka företagsklimatet. Orsa- helt enkelt kan då innehålla exempelvis kundanpassad handläggning, kundenkäter, tydliga förutsättningar/information, bra websajt och gott värdskap, förnyelse och verksamhetsutveckling samt ökad samsyn och samverkan över förvaltningsgränserna. Angående kommunal verksamhet på entreprenad bör en löpande översyn göras av hur kommuninvånarna kan få ut mest av skattecronan, oavsett vem som levererar tjänsterna.

5 c) Goda omvärldskontakter och finansiering av idéer med kommersiell potential

Människor i vår omvärld och i vår närhet ska kunna lita på att vi kan förvalta ett förtroende, ta hand om och ge en god service till de företag/personer de förmedlar till oss. Mycket goda omvärldskontakter (med myndigheter, organisationer, politiker, branschorganisationer, företagare i andra kommuner) och ett förtroende för Orsa kommun i omvärlden leder till etableringar och till att Orsas företagare får direkta eller indirekta konkurrensfördelar. Det finns alltid ett antal utvecklingsidéer som har kommersiell potential men där idégivaren kanske inte själv har resurser för att ”kommersialisera” idén. De idéerna kan ”kläs på och visualiseras” för att hitta finansiärer och entreprenörer till dem.

5 d) Utveckling av besöksnäringen

Vi har två utvecklingsområden i näringslivet som vi satsar lite mer på än andra. Det ena är besöksnäring med lokomotivet Orsa Grönklitt AB (OGAB). Bolagets snabba utveckling sätter strålkastarljuset på Orsa, ökar mängden besökare och leder till investeringar här (inte bara inom besöksnäring). OGAB:s utveckling ger också ökade affärsmöjligheter för andra företag i besöksnäringen, för Orsas handlare och serviceföretagare, m fl. Utöver OGAB finns ett antal kompetenta och utvecklingsinriktade turismföretagare som ska stötta. Besöksnäringen är också en källa till inflyttning och etableringar, se bl a ovan under 2) Kännedom-kontakt.

Saker vi kan jobba med här är att fortsätta stötta Orsa Grönklitts utveckling och starta utvecklingsprojekt som 1) ger mer sysselsättning i besöksnäringen under lågsäsong och 2) stimulerar samverkan mellan Orsa Grönklitt och de mindre turismföretagen. Viktigt är också att stötta och uppmärksamma föreningar, lokala utvecklingsgrupper och mindre turismföretag som vill genomföra utvecklingsprojekt och evenemang med koppling till besöksnäring. Vi kan också förbättra samverkan Orsa kommun- Siljan Turism- Orsa Grönklitt och vässa den egna utvecklingsorganisationen för besöksnäring för att bättre stötta de mindre turismföretagen. Ett attraktivt centrum med en tydlig identitet är viktigt för besöksnäringen. Vi vill även öka vår konkurrenskraft och attraktivitet genom Orsa- helt enkelt och utveckling av vårt värdskap.

5 e) Utveckling av tränäringen

Vårt andra prioriterade utvecklingsområde i näringslivet är Trä. Via en lite ”trevande” träutveckling mellan 1995 och 2005 går vi nu in i en ny fas med tydligare fokus, nya aktörer och en uttalad strategi för träutveckling. Vårt ”nav” för trä är Orsa Träcentrum (det f d Plattfabriksområdet) med KLH solid wood Scandinavia, en IKEA-leverantör, en Mio-leverantör och ett halvduzin andra träföretag. I området finns också lokaler för etablering av träföretag, mark för ny träindustri, två järnvägar och bra anslutning till E45. Andra ”utvecklingsverktyg” är Designtorg Trä som nu tar initiativ till att bli en regional aktör inom området trä och design, den lokala skogsorganisationen Orsa Besparingskog, IKEA-leverantören Samhall och det lokala nätverket Branschgrupp Trä, Orsa Wood Fair samt våra kontakter med Dalarnas träkluster, Sveriges Byggindustrier, Invest in Dalarna, nationella Träbyggnadskansliet, m fl aktörer.

Här jobbar vi med att förbereda och marknadsföra Orsa Träcentrum för nya etableringar, stötta träföretagen i deras utveckling, stödja Designtorg Trä kring trä och design, hålla ihop, föra in omvärldskontakter i- och bredda det lokala tränätverket, vara en aktiv och stödjande samarbetspartner för Dalarnas träklusterinitiativ ”DalaBIT” och ta en ledande roll som ”träutvecklingskommun” i Dalarna.

6. Utbildning-kompetensförsörjning

De flesta gymnasielever från Orsa kommun går i Mora, men har det startats upp en del gymnasieutbildningar i Orsa; Hotell Event och Turism, Musik- och ljudproduktion samt lokala hantverksprogram. Utöver detta har Swedish College of Travel and Tourism (SCoTT) kraftigt utökat sin verksamhet och har nu knappt 200 KY-studenter i sina tre program riktade mot besöksnäring. SCoTT:s studenter har stor betydelse för handel, bilden av Orsa och för Orsabostädernas ekonomi. Vi har sedan några år också ett aktivt arbete kring ”Entreprenörskap för barn och ungdom” med fokus på åk 8 och 9.

Ett snabbt ökande problem är företagets möjligheter att rekrytera rätt arbetskraft. Frustrerande då det egentligen finns både (icke annonserade) arbetstillfällen och arbetskraft som vill flytta hit, men ingen ”mötesplats” för dem att träffas på...

Här kan vi jobba vidare med entreprenörskapsarbetet (samverkan skola-företag). En breddning/utveckling av hantverks- och lärlingsprogrammen är betydelsefull för Orsas industri- och hantverksföretag. En fortsatt satsning på att utveckla SCoTT är viktig. De har ambitioner att i samverkan med Sälen och Trysil skapa ett *Scandinavian College of Travel and Tourism*, vilket ökar deras möjligheter att rekrytera studenter och starta nya utbildningar. Vi bör även aktivt söka lösningar för att matcha utbud och efterfrågan på arbetskraft, att underlätta för inflyttare och nysvenskar att hitta sysselsättning och för företagen att rekrytera. Det är ett angeläget utvecklingsområde, kanske som projekt i samverkan med grannkommunerna Mora och Älvdalen?

Aktiv mottagning av inflyttare och marknadsföring

Det första intrycket är viktigt! Vi ska ha en bra mottagning för inflyttare med god samverkan mellan våra förvaltningar. Den som är intresserad av att flytta till Orsa ska snabbt kunna få svar på sina frågor om ex vis boende, fritid, arbete och barnomsorg. Vi ska bygga upp ett system för att hålla kontakt med människor som är intresserade av att flytta hit (utflyttade, fritidshusägare, nyfikna, m fl grupper). Successivt bygger vi upp ett ”kundregister” som kan användas för utskick, inbjudningar, marknadsföring av lägenheter och tomtområden, mm. Registret kan eventuellt i en framtid även användas av Orsas företagare för rekrytering? Vi annonserar sparsamt och verkar istället mer ”gerillaliknande” med marknadsföring till besökare, exempelvis i Rovdjurscentrum Grönklitt & Designorg Trä, på mässor, i turistbroschyrer, på Turistbyrån, via företagare och andra kommuninvånare, nyhetsbrev till dem som finns i databasen, mm.

Dalarnas Forskningsråds prognos för Orsas befolkningsutveckling

Under 2007 gjorde Dalarnas Forskningsråd (DFR) en prognos för hur Orsas befolkning skulle komma att utvecklas fram till år 2050. Prognosen byggde enbart på demografi, d v s hur Orsas befolkning är indelad i olika åldersklasser och hur den sedan utvecklas framåt. DFR har alltså inte gjort egna antaganden om vår näringslivsutveckling, besöksnäring, attraktivitet eller andra faktorer. I sitt huvudscenario tror de att Orsas befolkning blir i stort sett oförändrad under den här perioden. Något ökande befolkning (+187 personer) fram till år 2025 och därefter svagt minskande till dagens siffror. Ett i grunden ganska ljus scenario för en kommun som har haft minskande befolkning i stort sett ända sedan mitten av 1900-talet... Men vi kan lyckas bättre än så!

Slutord

DFR:s prognos är alltså bara en framskrivning av dagens befolkningsstruktur. Om vi, i likhet med situationen under senare delen av 1900-talet, tappar farten och får en negativ utveckling inom företagande, sysselsättning och samverkanslösningar så kommer verkligheten att se sämre ut än DFR:s prognos. Om vi, å andra sidan, genom en kraftsamling ökar farten, företagande, sysselsättning och inflyttning så ser vår framtid ljusare ut än vad rapporten antyder. Det är också bara på det sättet (förutom skattehöjning) som vi själva kan tillföra *mer* resurser till den kommunala budgeten och öka kvaliteten inom skola, vård & omsorg, fritid och infrastruktur!

En positiv sak är att mycket redan är på gång, vi börjar inte från noll! Det vi behöver göra är att öka farten inom några områden, knyta ihop, samordna, prioritera och sätta några nya bollar i rullning. Det är alltså egentligen inte så mycket mer som behöver göras, men det kräver ändå att lite mer resurser avsätts för det vi definierar som "utvecklingsfrågor".

Det behövs inte fler tjänster med någon ny "stab" för ändamålet. Det ska bygga på en resurssnål (befintlig) organisation. Det vi behöver är att under några års tid sätta in lite extra resurser på de områden där de behövs mest vid just det tillfället. Från tid till annan varierar behovet och användningen. Ibland kan det handla om att snabba upp centrumutvecklingen eller utveckling av nya tomter, ibland om att utveckla hemsidan och ibland kanske om att komma längre med Orsa- helt enkelt eller marknadsföra Orsa smart i något speciellt sammanhang? Vi kan och bör inte göra någon exakt långtidsplan för hur detta ska ske, i vilken ordning det görs, o s v. Eventuella medel för detta kan vara avsatta för "utveckling enligt strategin för tillväxt och välfärd" och redovisas separat. För varje utvecklingsområde ovan ska en lista tas fram med förslag till åtgärder, tidsåtgång, resursbehov och ansvarig. En prioritering ska göras där det anges vad vi börjar med under 2009. I slutet av varje år redovisas resultaten.

Vi föreslår att Kommunledningskontoret och Näringslivs- och utvecklingskontoret ges ansvaret för att utveckla och genomföra strategin i samråd med ledningsgruppen samt att redovisning sker regelbundet till kommunstyrelsens arbetsutskott. Samråd och löpande avstämning bör ske med företagarnas organisationer.

Orsa 16/2 -09, Ola Granholm, näringslivschef Orsa kommun