

Bilaga 3 till kommunfullmäktiges protokoll 2006-01-23 § 5

Svar på interpellation 2005:32 av Ulla Hamilton (m) om det lokala företagsklimatet och företagens uppfattning om detsamma

Interpellanten har ställt ett antal frågor om det lokala företagsklimatet i Stockholms stad.

Jag har nyligen svarat på en liknande interpellation från en partikamrat till interpellanten och jag kan återigen konstatera att målet för stadens näringspolitik är att Stockholm skall utvecklas till Norra Europas ledande tillväxtregion. Det förutsätter att Stockholm är en attraktiv etableringsort som erbjuder goda förutsättningar för att driva, starta och lokalisera företag med ett bra företagsklimat.

Jag uttalar det gärna igen att jag tar seriöst på de delar som går att utläsa från Svenskt Näringslivs undersökning där resultatet visar att företagen upplever att det finns saker som kan förbättras i Stockholm. Detta måste tas på stort allvar.

Huruvida Svenskt Näringslivs studie de facto undersöker näringslivsklimatet kan diskuteras bl.a. utifrån att Stockholms stad är överrepresenterad i statistiken vad gäller nyföretagande. Om det vore så illa som många låter påskina skulle de flesta företagare välja att starta verksamhet eller etablera sig på annan ort.

För att utveckla och arbeta för ett bättre företagsklimat måste man beakta helheten. Jag menar att företags- och välfärdsfrågorna inte kan ses isolerat från varandra. Även för en företagare är det viktigt att känna trygghet i att välfärdsservicen fungerar t.ex. genom att barnomsorgen är av hög kvalitet; att utbildningssystemet fungerar och att staden kan uppvisa en god äldreomsorg.

För att lyckas åstadkomma bra kommunala verksamheter är det viktigt att med kraft fullfölja Stockholmsmodellen 2010 som innebär att omfördela 2-3 mdkr inom stadens verksamheter till prioriterade områden. Utifrån ett effektivitetsperspektiv är detta viktigt i syfte att använda varje skattekrona så effektivt som möjligt, men också för att skapa effektiva processer som minimerar kostnaderna för företagarna i deras kontakter med staden. Nöjda och trygga företagare – som också är medborgare – leder till ett bättre företagsklimat.

Under våren har stadsledningskontoret och Stockholms Näringslivskontor AB genomfört en undersökning om hur företagare som har varit i kontakt med staden uppfattar stadens service. Syftet med undersökningen är att fånga upp synpunkter och identifiera möjliga förbättringsområden. Undersökningen skall ligga till grund för ett samlat service- och utvecklingsarbete i staden.

En skillnad mellan stadens serviceundersökning och Svenskt Näringslivs studie är att staden tillfrågar och drar slutsatser från de företag som har haft en egen och faktiskt kontakt med Stockholms stad (i studien ingår 1.200 företag som har haft kontakt med staden). En ytterligare faktor som studier av det slag Svenskt Näringsliv m.fl. genomför är att de inte tar hänsyn till kommunernas särart. Det kanske mest framträdande är att Stockholm är en storstad som inte låter sig jämföras så enkelt med mindre orter i landet. Stockholms storlek och de många företag som är koncentrerade till regionen ställer speciella krav vad gäller möjligheten till och kontakter mellan företagen och kommunen. Avsaknaden av sådana resonemang när det gäller slutsatser om företagsklimatet leder till att resultatet inte blir fullt trovärdigt.

Stadens serviceundersökning presenterades i juni och visar att Stockholms företagsklimat står sig väl samtidigt som det självfallet finns förbättringsområden som staden måste arbeta vidare med. Det sammantagna resultatet anger att t.ex. den upplevda effektiviteten kan förbättras. Övriga delar som t.ex. tillgänglighet, kompetens, information och bemötande har alla fått relativt goda betyg.

I sammanhanget bör det också understrykas att inte heller serviceundersökningar av detta slag ger en fullständig bild av företagsklimatet och företagens uppfattning av detsamma. Sambanden är mer komplexa än vad vissa debattörer låter påskina. Det är också en av anledningarna till att staden och Stockholms Näringslivskontor AB träffar 500 företag under detta år och planerar för 1000 företagsbesök nästa år för att mer på djupet diskutera företagets villkor i staden. Min ambition är att dessa träffar skall bli en del av vardagen för staden, Stockholms Näringslivskontor AB och även andra enheter som har beröringspunkter med företagen.

Ambitionen att förstärka det livaktiga och dynamiska företagsklimatet i Stockholm måste inbegripa allt staden gör i syfte att stärka tillväxtförutsättningarna i Stockholm. Arbetet med att öka bostadsbyggandet pågår för fullt och nådde under förra året rekordnivåer. Antalet nya lägenheter som är i processen snuddar vid dags dato vid 24.000. Det görs även stora satsningar inom infrastrukturuområdet och under de kommande åren börjar t.ex. Norra Länken, Citybanan och väg 73 att byggas. Därutöver kommer E18 att breddas, Årstabron att invigas och Södra Länken har redan öppnats. Dessutom görs en kraftsamling för att tillsammans med näringslivet positionera Stockholm som besöks- och etableringsort under det nya gemensamma varumärket Stockholm – Skandinaviens huvudstad.

Det pågår också ett arbete med att genomföra de åtgärder för ett bättre företagsklimat som finns i Småföretagsdelegationens tillväxtrapport. Den uppföljning som har gjorts visar att närmare hälften av åtgärderna är genomförda sex månader efter beslutet och att större delen av de återstående åtgärderna kommer att genomföras under hösten. Det är konkreta resultat.

Staden arbetar även för att förbättra kontakterna mellan politiken och näringslivet. Ett viktigt avstamp för detta arbete var Stockholmsmötet som ägde rum i Stadshuset i juni 2004. Som ett resultat av mötet tillsattes ett antal arbetsgrupper med näringslivet för att arbeta med frågor om infrastruktur och boende, marknadsföring, besöksutveckling och företagsservice. Dessutom skapades ett företagarforum som förberedde årets Stockholmsmöte.

Stockholmsmötet 2005 kom att handla om hur Stockholm kan stärka sin ställning i konkurrensen med andra ledande städer i världen. Många av de konkreta förslag på satsningar och marknadsföring som redovisades under Stockholmsmötet kommer att utgöra en grund för att Stockholm skall bli norra Europas mest spännande region. Lägg därtill en positiv inställning från samtliga parter så kan vi inte misslyckas.

Den 1 juni 2006 återsamlas Stockholmsmötet för tredje året i rad och då kommer vi ha möjlighet att visa på ytterligare leverans från stadens sida.

2005-06-22

Annika Billström
Finansborgarråd