



Det här verket har digitaliserats vid Göteborgs universitetsbibliotek och är fritt att använda. Alla tryckta texter är OCR-tolkade till maskinläsbar text. Det betyder att du kan söka och kopiera texten från dokumentet. Vissa äldre dokument med dåligt tryck kan vara svåra att OCR-tolka korrekt vilket medför att den OCR-tolkade texten kan innehålla fel och därför bör man visuellt jämföra med verkets bilder för att avgöra vad som är riktigt.

This work has been digitized at Gothenburg University Library and is free to use. All printed texts have been OCR-processed and converted to machine readable text. This means that you can search and copy text from the document. Some early printed books are hard to OCR-process correctly and the text may contain errors, so one should always visually compare it with the images to determine what is correct.



Småföretagare väljer läge för sina verksamheter

En enkätundersökning bland
företagare i Göteborg

Gert Sandahl

INSTITUTET FÖR BYGGDOKUMENTATION	
Accnr	80-0428
Plac	Ser

R/S

BYGGDOK

Institutet för byggdokumentation
Hälsingegatan 49
113 31 Stockholm, Sweden
08-34 01 70 Telex 125 63

Byggeforskningsrådet

Ser

R17:1980

SMÅFÖRETAGARE VÄLJER LÄGE FÖR SINA VERKSAMHETER

En enkätundersökning bland företagare i Göteborg

Gert Sandahl

Denna rapport hänför sig till forskningsanslag
750564-3 från Statens råd för byggnadsforskning
till Avd för byggnadsplanering, CTH, Göteborg

I Byggforskningsrådets rapportserie redovisar forskaren sitt anslagsprojekt. Publiceringen innebär inte att rådet tagit ställning till åsikter, slutsatser och resultat.

För ytterligare information betr denna rapport hänvisas till följande rapporter:

- | | |
|--------------------|--|
| Johansson, Ingrid | Arbetsplatser i Kortedala och Gårdsten - branschstruktur och lokaliseringsmönster i två bostadsområden i Göteborg. |
| Lundberg, Christer | Arbete och arbetsmiljö i ett bostadsområde. |
| Mattsson, Birgitta | Ett bostadsområde komplementeras med arbetsplatsen. |
| Sandahl, Gert | Bundenhet eller flyttningsintresse - en empirisk studie bland mindre företag i Göteborg. |

R17:1980

ISBN 91-540-3188-5

Statens råd för byggnadsforskning, Stockholm

LiberTryck Stockholm 1980 050641

INNEHÅLL

FÖRORD	5	
SAMMANFATTNING	7	
1	PROJEKTET ARBETE OCH BOSTAD I GÅRDSTEN	11
1.1	Syfte	12
1.2	Metod	12
1.3	Gårdsten	13
1.4	Resultat	13
2	ENKÄTUNDERSÖKNING RÖRANDE FÖRETAGARES LÄGESVAL I GÖTEBORG	19
2.1	Enkätundersökningens syfte	19
2.2	Undersökningens uppläggning	21
2.3	Svarsfrekvens	22
3	NÅGRA SYNPUNKTER PÅ ANALYSMETODEN	23
4	PRESENTATION AV ENKÄTSVAREN	25
5	FAKTORER SOM STYR LÄGESVAL	29
5.1	Skillnader i beroendet av centrala lägen mellan företag i olika branscher	29
5.2	Klassifikationsschema byggt på rangordnade lokaliseringsfaktorer - differentieringsförmåga	33
5.3	Lägen för företag i tre företagsgrupper	34
6	FÖRETAGSGRUPPER OCH INSTÄLLNING TILL FÖRETAGS-LOKALISERING I BOSTADSOMRÅDEN	39
6.1	Företagsgrupp och integrering	39
6.2	Företagsgrupp och läges/lokalönskemål	40
6.3	Företagsgrupp och intresse av nytt läge eller nya lokaler	42
6.4	Företagsgrupp och inställning till lokalisering i nordöstra Göteborg, Angered och Gårdsten	42
7	BEHOV AV NYA LOKALER OCH INSTÄLLNING TILL INTEGRERING, AKTUELLT LOKALISERINGSOMRÅDE M M	45
7.1	Lokalbehov och inställning till integrering	45
7.2	Lokalbehov och uppfattning om lämpliga lokaler/lägen	46
7.3	Lokalbehov och uppfattning om värdet av nya lokaler/lägen	46
7.4	Lokalbehov och inställning till aktuellt lokaliseringsområde	47
8	JÄMFÖRELSE MELLAN FÖRETAG I OLIKA LÄGEN	49
8.1	Lokalisering i saneringsfastighet och intresse av etablering i nordöstra Göteborg, Angered och Gårdsten	50
8.2	"Närlokalisering" och inställning till etablering i nordöstra Göteborg, Angered och Gårdsten	51
8.3	Nuvarande lokalisering och känslighet för stödåtgärder	52
9	SLUTSATSER	55

APPENDIX:	EN KOMPLETTERANDE ENKÄT BLAND FÖRETAG I FÖRETAGAREFÖRENINGENS FÖRETAGSREGISTER ÖVER FÖRETAG I GÖTEBORG	57
BILAGA 1:	Enkätens frågor och antalet svar på de olika svarsalternativen.	62
BILAGA 2:	Rangordnade lokaliseringsfaktorer.	64
BILAGA 3:	Sammanställning av data om företagen som besvarat enkäten.	65
BILAGA 4:	Antalet svar i enkätens svars kategorier fördelade på branschgrupper.	66
Bilaga 5:	Schema för klassifikation av företag.	67
NOTER		69

FÖRORD

Föreliggande rapport redovisar resultatet av en deluppgift inom projektet "Arbete och Bostad i Gårdsten", en enkätundersökning bland små företag i Göteborg. Projektet i dess helhet behandlar möjligheter att utveckla nya stora bostadsområdens ofta alltför ensidiga och fattiga miljö. Projektet bygger på föreställningen att ett lämpligt och möjligt sätt att utveckla renodlade bostadsområden är att förse dem med arbetsplatser. Det skulle minska arbetsresorna och åstadkomma liv och rörelse i miljön under dagtid.

Projektet har under åren 1977 och 1978 pågått i stadsdelen Gårdsten i Göteborg. Forskargruppen har använt sig av aktionsforskning. Härigenom har vi direkt kunnat avläsa möjligheter och svårigheter när det gäller att etablera arbetsplatser i området. Möjligheterna är stora men svårigheterna har ofta dominerat. Vi har ofta mött svårigheterna inom den administrativa strukturen men vi har också kunnat observera, en inom den kommunala förvaltningen ökande beredskap att försöka åstadkomma företagslokaliseringar i Gårdsten. Det mest konkreta resultatet av projektet är hittills en textilverkstad finansierad som beredskapsarbete av AMS. Från september 1979 har ansvaret för verksamheten övertagits av Göteborgs kommun i form av ett stats-kommunalt beredskapsarbete.

Enkätundersökningen är ett led i aktionsforskningsprocessen. Den har dels givit kontakter med företag lämpliga för etablering i området och dels givit underlag för en beskrivning av hur företag-

garna väljer en gårdstenslokalisering.

Flera av medlemmarna i projektgruppen har vid olika tillfällen deltagit i utformning och genomförande av enkätundersökningen. Detta gäller särskilt Ken Frankenberg, Ingrid Johansson, Christer Lundberg, Margareta Malmgren och Inga Malmqvist. Kapitel 1 i denna rapport har författats gemensamt av hela forskargruppen. Projektet har finansierats av Statens råd för byggnadsforskning.

Göteborg i juli 1979

Gert Sandahl

SAMMANFATTNING

Projektet "Arbete och bostad i Gårdsten" har haft som syfte att pröva möjligheterna att utveckla nya bostadsområden genom att tillföra arbetsplatser. Gårdsten i Göteborg valdes bl a för att området helt domineras av bostäder och för att det ur miljösynpunkt ger förutsättningar för integrering av arbetsplatser. Huvuddelen av arbetet i projektet har utförts under 1977 och 1978 av en forskargrupp med representanter för samhällsvetenskapliga discipliner och arkitektur.

Denna rapport redovisar resultatet av en enkät vars syften var

- att erhålla en beskrivning av mindre företags efterfrågan på nya lokaler/lägen, deras inställning till etablering i Angered och Gårdsten och utslagsgivande lokaliseringsfaktorer vid lägesval inom Göteborgs kommun
- att erhålla direkt kontakt med företag med intresse för snar etablering i Gårdsten

Enkäten sändes till ett urval av företag (arbetsställen), som ingår i företagspopulationen i lokalinventeringarna 1972 och 1974. En begränsning gjordes dock. Endast arbetsställen med mindre än 25 anställda medtogs.

Enkäten sändes till 830 adresser. Posten returnerade 221 formulär. Bortfallet på de återstående adresserna var stort, 66 svar erhöles. Svarsfrekvensen var ca 11 % och varierade starkt mellan

olika delar av urvalet. Urvalet bestod av följande delar, d v s företag som enligt lokalinventeringen låg i

- saneringsfastigheter i hela staden (39 svar, svarsfrekvens ca 10 %)
- Gamlestaden med "närhet" till Angered (8 svar, 15 %)
- Otterhällan i centrum av Göteborg (6 svar, 26 %)
- Lorensberg i centrum av Göteborg och på gatuavsnitt med saneringsfastigheter (7 svar, 10 %)
- Majorna väster om centrum och på gatuavsnitt med saneringsfastigheter (3 svar, 9 %)
- Bagargården med viss "närhet" till Angered och i kvarter med saneringsfastigheter (3 svar, 15 %)

Förutom till företagen i den nämnda populationen sändes enkäten till företag i företagareföreningens företagsregister. Som mottagare av enkäten valdes då företag med verksamheter som livsmedelstillverkning, snickeri, päls- och lädervarutillverkning samt juvelerare, tapetserare m fl. Resultaten av denna komplettering redovisas i ett appendix till rapporten.

Eftersom svarsfrekvensen var låg bedömdes det vara mindre lämpligt att genomföra en strikt statistisk analys av materialet. Utgångspunkten för resultatanalysen har därför varit att med hjälp av enkät-svaren formulera hypoteser i anslutning till det första delsyftet.

Resultaten visar att företagen värderar olika lokaliseringsfaktorer beroende på branschtillhörighet och på sättet att bedriva verksamheten. Företagen kunde med utgångspunkt från deras sätt att rangordna lokaliseringsfaktorer delas in i tre grupper med varierande lägesberoende.

- Lägesflexibla företag är främst varuproducerande eller partihandelsföretag. För dem är kostnadsfaktorer de mest betydelsefulla lokaliseringsfaktorerna.
- Begränsat centrallägesberoende företag finns främst inom dagligvaruhandel och service som frisörer och trafikskolor. Dessa företag har kundnärhet och kostnadsfaktorer som främsta lokaliseringsfaktorer. De kan förläggas till stadsdelscentra och i utkanten av stadens centrala delar.
- Centrallägesberoende företag förekommer inom sällanköpsvaruhandel, apparatservice, begravningsverksamhet och konsultativ verksamhet. I centrallägesberoende värderar man närhet till kunder, service och kommunikationer högst bland lokaliseringsfaktorerna.

Den mycket stora andelen olika kombinationer av lokaliseringsfaktorer för företagen ger underlag för hypotesen att för de flesta lokaliseringsalternativ som finns i Göteborg finns det också företag för vilka alternativet är lämpligt.

I de lägesflexibla företagen är man främst intresserad av lokaler på egen tomt (som medel att er-hålla låga kostnader). I dessa företag är man inte positiv till integrering av bostäder och arbetsplatser. Man är inte heller särskilt intresserad av lokaliseringsalternativet Gårdsten, vilket främst torde bero på att få har lokalbehov.

I de övriga företagen är man positiv till integrering och det är främst bland de begränsat centrallägesberoende företagen (huvudsakligen detaljhandel), som det finns intresse för lokaliseringsalternativet Gårdsten. I en del centrallägesberoende verksamheter kan dock lägen utanför centrum accepteras om lokaler i särskilda verksamhetshus eller tomt i blandade bebyggelse erbjuds. Sådana alternativ skulle alltså kunna göra Angered/Gårdsten attraktivt även för en del av dessa företag. För övrigt föredrar man hyrda lokaler i företag med olika grader av centrallägesberoende.

Inför enkäten fanns två utgångsantaganden nämligen att företagen i saneringsfastigheter skulle ha behov av nya lokaler i högre grad än andra och att man i företagen föredrar lokaliseringsalternativ geografiskt nära det existerande läget framför mer avlägsna alternativ. Båda antagandena bekräftas av enkätmaterialen. Av detta följer emellertid inte att företagen i saneringsfastigheter i högre grad än andra anger att alternativa lägen och lokaler skulle kunna medföra fördelar.

Företagare som har behov av nya lokaler för verksamheten är mer öppna för nya lokaliseringsalternativ än andra. Dessa företagare är positiva till integrering och anger att deras intresse för etablering i Gårdsten ökar om man kan få ekonomiskt eller personellt stöd i samband med en flyttning till nya lokaler i området. Detta antyder att det finns möjligheter att påverka företagarna att välja nya lokaler i Angered eller Gårdsten. Subventioner, konsulthjälp, information om möjligheter, uppsökande verksamhet för att ge sådan information och hjälp att finna lämpliga alternativ, samt propaganda kan vara medel som kommunala myndigheter och andra intresserade kan utnyttja i syftet att öka antalet arbetsplatser och förbättra bostadsmiljön i Angered och Gårdsten.

1

PROJEKTET ARBETE OCH BOSTAD I GÅRDSTEN

Arbete och bostad i Gårdsten är ett tvärvetenskapligt forskningsprojekt som behandlar problem i större städers nya bostadsområden. Problemen hänger samman med områdenas ensidiga innehåll med avseende på funktion och bebyggelse. Problemen kan enligt vår mening angripas och till en del lösas genom kontinuerliga förändringar av bostadsområdenas innehåll. I projektet har metoder prövats att genomföra sådana förändringar.

Projektets utgångspunkter har varit:

- Långa arbetsresor upplevs oftast negativt.
- Miljöer med både arbetsplatser och bostäder ger bra underlag för service och upplevs positivt.
- Det finns företag, för vilka det är förenat med fördelar att ligga i bostadsområden.

Projektet har genomförts med anslag från BFR och i samverkan med Göteborgs Kommun, AB Göteborgshem och en mängd andra intressenter. Projektet startade i januari 1977 efter förarbete inom ramprogrammet Bygga bostadsområdets utveckling, BBU.

Forskargruppen består av professor Lars Ågren (projektledare), Birgitta Mattsson (bitr projektledare) Christer Lundberg, Margareta Malmgren och Inga Malmqvist från Arkitektur CTH, Gert Sandahl från Företagsekonomi GU, Ingrid Johansson från Kulturgeografi GU, Ken Frankenberg från Socialt arbete Socialhögskolan samt Lennart Widenberg från Psyko-

logi GU. I delar av projektet har dessutom Kristina Dahlgren, Arkitektur, Alf Gleerup, Psykologi samt Lars Ferming och Agneta Ran medverkat.

Till projektet har varit knuten en vetenskaplig referensgrupp bestående av professorerna Lars Ågren, Arkitektur CTH, Sigvard Rubenowitz, Psykologi GU, Sven Godlund och Lars Nordström, Kulturgeografi GU, samt Sten Jönsson, Företagsekonomi GU.

1.1 SYFTE

Projektets huvudsyfte är:

att utveckla kunskap om möjligheter till och effekter av arbetsplatsetablering i bostadsområden

Delsyften är:

att pröva möjligheter att komplettera stadsdelen Gårdsten med mindre arbetsplatser, studera effekterna av sådan etablering för företagen och för stadsdelens invånare,

att studera lösningar på ekonomiska, sociala och arkitektoniska problem i samband med etableringsprocessen,

att undersöka mindre företags lokaliseringskriterier, pröva deras intresse av lokalisering i ett renodlat bostadsområde samt förutsättningarna för sådana lokaliseringar.

1.2 METOD

För att utveckla kunskapen om möjligheter till arbetsplatsetablering i bostadsområden använder vi oss av aktionsforskning. Detta innebär att vi har försökt initiera processer som kan leda till etablering av verksamheter i Gårdsten. Vidare att vi beskriver och analyserar processerna och deras effekter. Genomförandet förutsätter ett aktivt engagemang. Det gäller särskilt försöken att finna former för etablering av verksamheter i stadsdelen. Forskargruppen har hela tiden följt de initierade processerna och gripit in i händelseutvecklingen. Väsentligt har varit att söka överföra arbetsuppgiften att komplettera området med arbetsplatser på de parter, som har det långsiktiga ansvaret för Gårdsten.

Arbetet bedrivs från ett kontor i stadsdelen. Detta har vi valt att göra för att öka vår lokalkännedom och våra möjligheter att samarbeta med män-

niskor, som bor och arbetar i stadsdelen.

Arbetet med olika parter har bedrivits efter två olika linjer: uppsökande verksamhet och observation bland företag och kommunala myndigheter samt deltagande observation och informellt samarbete med lokala grupper.

Forskargruppens medlemmar har samarbetat i programutveckling, genomförande och analys. Redovisningen har strukturerats som delstudier, där respektive forskare svarar för den vetenskapliga behandlingen. De utnyttjade metoderna presenteras i respektive delrapport.

I vårt arbete stöder vi oss främst på de teorier om aktionsforskning, som utvecklats av samhälls- och beteendevetare i Norge samt på tidigare projekt vid Socialhögskolan och CTH. I rapporterna "Ett bostadsområde kompletteras med arbetsplatser" (Mattsson 79) och "Gårdsten - ett bostadsområde sett genom olika glasögon" (Widenberg 79) diskuteras den teoretiska bakgrunden för aktionsforskningsarbete mer utförligt.

1.3 GÅRDSTEN

Vi har valt att genomföra våra studier i Gårdsten, en stadsdel i Angered i nordöstra Göteborg. Gårdsten byggdes 1969-71 och innehåller drygt 3 000 lägenheter i flerbostadshus, i vilka det idag bor ca 5 000 människor.

Stadsdelen har många goda förutsättningar: lägenheter med hög standard, ett högt och fritt läge med utsikt och naturkontakt, ett konsekvent utformat trafiksystem - men också allvarliga problem såsom stor omflyttning, ensidig åldersfördelning och hushållssammansättning. Många outhyrda lägenheter medför både ekonomiska och sociala problem samtidigt som de kan utgöra en resurs för framtida utveckling.

1.4 RESULTAT

Många viktiga mål har uppnåtts och flera kan skönjas inom en snar framtid. Bland annat har projektet visat:

att arbetsplatser behövs i Gårdsten. Behovet upplevs både av dem som bor i stadsdelen, och av dem som arbetar där,

att det går att finna företag, som är beredda att flytta in,

- att lämpliga lokaler kan ordnas genom om- eller nybyggnad,
- att finansieringsfrågan för om- eller nybyggnad i initialskedet är svår att lösa,
- att det i den nuvarande förvaltningsstrukturen inte finns rutiner för komplettering av bostadsområden med arbetsplatser.

Som en direkt följd av aktionsforskningsprojektet har en del aktivitet kommit igång. Så har t ex Göteborgs Kommunstyrelse och den särskilt tillsatta kommunala ledningsgruppen för Angered och Bergsjön, LAB-gruppen, förordat att etapp två av Angereds Industriby byggs i Gårdsten. Stadsbyggnadskontoret har givit klartecken för en syfabrik i ett ombyggt loftgångshus och Hälsovårdsnämnden har godkänt läget för nybyggnad av en charkuterifabrik. En textilverkstad, som startats i området av konsthantverkare med medel från Länsarbetsnämnden, har visat goda utvecklingsmöjligheter.

Projektets delrapporter redovisar bland annat följande resultat:

- Gert Sandahl: Företagare väljer läge för sina verksamheter. (BFR rapport 1979)
- Rapporten redovisar en enkät om lokaliseringsfaktorer och intresse för etablering i nordöstra Göteborg, särskilt Gårdsten.
- Inställningen hos de tillfrågade företagen till integrerad bebyggelse med både bostäder och arbetsplatser är övervägande positiv.
 - Variationen när det gäller lokaliseringsfaktorer är stor. Tre kategorier har kunnat urskiljas med avseende på centrallägesberoende. Kostnadsfaktorer och kundnärhet inom ett lokalt marknadsområde är de viktigaste lokaliseringsfaktorerna för de kategorier som visat intresse för etablering i Angered och Gårdsten.
 - Intresset för etablering i Gårdsten kan påverkas av hyressättning och utredningshjälp.
 - Enkäten uppfyllde slutligen ett av sina delsyften: nämligen att finna företag intresserade av etablering i Gårdsten och att väcka intresset för sådan etablering.
- Gert Sandahl: Bundenhet eller flyttningsintresse - En empirisk studie bland mindre företag i Göteborg. (BFR rapport 1979)

Studien baseras på intervjuer bland företagare i Göteborg och på erfarenheter från kontakter med företagare som visat intresse för en Gårdstenslokalisering.

- Resultaten tyder på att det endast i en liten andel av företagen i Göteborg finns ett flyttningsintresse. Detta beror på att det finns rationella och emotionella bindningar till det läge man redan har, att företagets miljökrav och expansionsbehov ofta kan tillfredställas i de gamla lokalerna och att det till en flyttningsmedför extra kostnader på grund av därpå följande marknads- och lokalinvesteringar. Många företagare strävar dessutom snarare efter att bevara existerande tillstånd än efter att förändra.
 - Rationella och emotionella skäl (transportavstånd resp stämpling) motiverar brist på intresse för Gårdsten. Samtidigt söker företagare, som var tvingade att flytta verksamheten, välkända och oftast näraliggande lokaliseringalternativ. Valet sker med liknande utgångspunkter vid start av företag. De företag som kan förutses intressera sig för Gårdstensalternativet är sådana som av interna skäl söker lokaler. Eftersom dessa företag saknar särskilda kännetecken som kan utnyttjas för sökande måste vetskapen om lokaliseringsmöjligheten förmedlas till många företag och genom flera kanaler. Sådant arbete kan institutionaliseras.
 - En lokalisering till Gårdsten har i intresserade företag uppfattats på tre sätt som en reservutväg i brist på bättre, som argument i strävan att undvika önskade förändringar eller som ett rationellt alternativ. Då det uppfattats som rationellt alternativ har det dock förlorat aktualitet genom att företagen inte kunnat få bindande löften om lokalfrågans lösning i Gårdsten, att lösningarna i Gårdsten blivit alltför dyra eller att företagen under tiden funnit andra attraktiva alternativ.
- Ingrid Johansson: Arbetsplatser i Kortedala och Gårdsten - branschstruktur och lokaliseringsmönster i två bostadsområden i Göteborg. (BFR rapport 1979)
- Rapporten redovisar branschstruktur, lokaliseringsmönster och företagets erfarenheter av integrerade lägen i de två bostadsområdena Kortedala byggt under åren 1952-57, 19 000 invånare 1975 och Gårdsten byggt under åren 1969-71, 4 200 invånare 1975, i nordöstra Göteborg.
- Jämförelsen mellan de båda bostadsområdena visar bland annat att i Kortedala som är planerat och byggt för en integrering av arbetsplatser och bostäder, antalet verksamheter är fler och mer diversifierade än i Gårdsten. 12 % av samtliga verksamheter i Kortedala finns inom näringen tillverkning, bland annat inom verkstadsvarutillverkning och grafisk produktion. Den förvärvsarbetande dagbefolkningen har ökat i Kortedala med cirka 700 under perioden 1960-75.

Ökningen har främst skett inom tjänster och tillverkning.

- Gårdsten som inte är planerat för arbetsplatser har enbart arbetsplatser inom lokal boendeservice. Någon motsvarande ökning av den förvärvsarbetande dagbefolkningen i Gårdsten har ej kunnat iakttas.
- Verksamhetsföreträdare i de båda bostadsområdena upplever följande fördelar med det integrerade läget:
 - . nära till arbetskraft
 - . tillgång till service
 - . minskad skadegörelse
 - . nära till kunder
 - . god tillgång på parkeringsutrymmen
 - . lugn arbetsmiljö
 - . billiga lokaler
 - . tillgång till kollektivtrafik
- Lennart Widenberg; medarbetare Ken Frankenberg och Inga Malmqvist: Gårdsten - ett bostadsområde sett genom olika glasögon. (BFR rapport 1979)

Intervjuer, statistik och pressklipp om olika parters uppfattningar om området.

- Enligt den tillgängliga statistiken är Gårdsten missgynnad i förhållande till andra delar av kommunen när det gäller bl a arbetsresornas längd, inkomster och många slags service.
- De boende tycker att det skulle vara mycket positivt om arbetsplatser lokaliserades till Gårdsten. Man upplever det som tröttande att resa så långt varje dag.
- Då det gäller den fysiska miljön är man mycket nöjd med lägenheternas utformning och standard, den goda trafikmiljön samt närheten till den fina naturen med dess möjligheter till motions- och friluftsliv. Däremot är man missnöjd med den sterila arkitekturen och att det inte är liv och rörelse i stadsdelen. De kollektiva kommunikationerna anses av många vara en källa till irritation och missnöje.
- Bristen på olika former av sjuk- och hälsovård samt på kommersiell service upplevs som besvärande.
- Beträffande olika åldersgruppers inställning till hur det är att leva i Gårdsten visar resultaten att tonåringar och vuxna i mellanåldrar är mer negativa än barn och pensionärer.

- . De som arbetar med sociala frågor i stadsdelen ger en betydligt mörkare bild av invånarnas trivsel än de som arbetar inom de bostadsförvaltande företagen.
- . Ett viktigt resultat är att de som både bor och arbetar i Gårdsten förefaller att trivas bättre än andra grupper - kanske på en bättre total livssituation.

- Birgitta Mattsson: Ett bostadsområde kompletteras med arbetsplatser. (BFR rapport 1979)

En analys av möjligheten att komplettera ett bostadsområde med arbetsplatser. Analysen baseras främst på fem etableringsförsök i Gårdsten och olika inblandade parter krav på bostadsmiljön.

- . Arbetsplatser av olika slag behövs i bostadsmiljön.
- . Bostadshusen är möjliga att använda till arbetsplatser och bostadsmiljön kan kompletteras med arbetsplatser så att den bättre uppfyller de krav som ställs på den.
- . Den hårda sektorsuppdelningen i planerande och förvaltande organ är ett av de största hindren för förverkligande av integrationsförslagen.
- . Aktionsforskningsmetoden är en användbar metod för att starta förändringsprocesser.

- Christer Lundberg: Arbete och arbetsmiljö i ett bostadsområde. (BFR rapport 1979)

En redovisning av de undersökta företagens lokalbehov och våra förslag att utforma lokaler för dem.

- . Variationen är mest kännetecknande för de intresserade företagen. Ett gemensamt drag är emellertid att alla utom två har under 20 anställda. Ett annat att de allra flesta kommer från integrerad bebyggelse med både bostäder och arbetsplatser.
- . De aktuella företagens lokalbehov och arbetsmiljökrav förefaller kunna tillfredsställas med relativt enkla om- och nybyggnadsåtgärder och utan allvarliga restriktioner på grund av närheten till bostadsbyggelsen.
- . Färdiga lokaler t ex i form av industri- och hantverkshus förefaller kunna bli ett viktigt inomregionalt styrmedel av verksamhetens lokalisering. Men en del erfarenheter av byggnadstypen är negativa.

2

ENKÄTUNDERSÖKNING RÖRANDE FÖRETAGARES LÄGESVAL I GÖTEBORG

En av uppgifterna inom "Arbete och bostad i Gårdsten" är att finna företagare villiga att förlägga sina verksamheter i Gårdsten. En annan att beskriva deras inställning till etablering i ett nybyggt bostadsområde i storstadens utkant, dvs deras flyttningsbenägenhet, flyttningskriterier och lokaliseringskriterier.

2.1 ENKÄTUNDERSÖKNINGENS SYFTE

Undersökningen hade därför dels ett aktionssyfte och dels ett beskrivningssyfte. Aktionssyftet var att genom information väcka intresse för verksamhetsetableringar i stadsdelen Gårdsten i Göteborg. (Bild 2.1 och 2.2)

Beskrivningssyftet var att erhålla ett underlag för beskrivning av företagarnas

- . efterfrågan på nya lägen och lokaler
- . inställning till blandning av bostäder och arbetsplatser (integrering)
- . inställning till etablering i Angered och Gårdsten
- . krav på omgivningsresurser vid val av läge inom kommunen

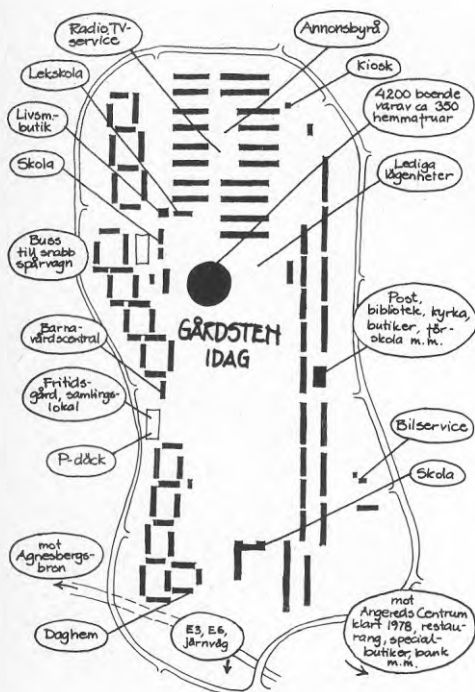
I undersökningen skulle också tre utgångsantagan-

den prövas. Vi antog att företagare, som stod inför förändringar av sin lokalsituation (lokaler i rivningsfastigheter eller andra saneringsfastigheter) skulle ha ett större intresse för nya lokaliseringalternativ än andra.

Vi antog också att företag i saneringskvarter eller på gatuavsnitt, där sanering förekommer har ett större intresse för nya lokaliseringalternativ än genomsnittet.

Företagare med verksamheter "i närheten" av Angered antogs ha lättare att acceptera lokaliseringalternativ där än andra.

En enkät och ett informationsmaterial utformades som en kompromiss mellan flera olika synpunkter. Två avvägningar har varit särskilt betydelsefulla. För det första avvägningen mellan att å ena sidan ge intresseväckande och korrekt information och å andra sidan undvika att de egna åsikterna kommer att avspeglar sig i enkätsvaren. För det andra, avvägningen mellan att forma en "heltäckande" grundlig enkät (med många frågor och frågeställningar) och att forma en enkel lättbesvarad enkät för att reducera bortfallet (bilaga 1).



LOKALPROBLEM?

FORSKARGRUPP HJÄLPER TILL MED ETABLERINGSFRÅGOR UTAN KOSTNAD

Många förändringar för företag skapar behov av nya lokaler. Företag bildas, expanderar eller skär ner verksamheten.

Forskargruppen "Arbete och Bostad i Gårdsten" undersöker vilka möjligheter det finns att förlägga företag till stadsdelar som från början bara innehåller bostäder. Vi är övertygade om att många företag skulle ha nytta av en sådan lokalisering och att bostadsmiljöerna blir bättre om det finns arbetsplatser i området. De flesta människor vill också ha nära till sin arbetsplats.

I stadsdelen Gårdsten i Angered finns många möjligheter till etablering. Där finns service (se kartan) och goda kommunikationer. Till Göteborgs centrum går trafikleder med motorvägsstandard. Res tiden blir ca 15 min. Med snabbspårvagn tar resan ca 30 min. Till Hisingen (hamn, flyg) blir det lätt att komma när Agnesbergsbron, en flerfilig bro över Göta Älv i höjd med Gårdsten, blir klar 1979.

Forskargruppen är intresserad av att medverka till etablering av företag i Gårdsten och kan bistå med

- utredningar och förslag i tomt-, lokal- och stadsplanefrågor
- begränsade utredningar av de ekonomiska förutsättningarna
- förhandlingar med myndigheter och andra intressenter

Ansvariga institutioner är Företagsekonomi och Psykologi vid Universitetet och Arkitektur vid Chalmers. Kommunen, Göteborgsghem och GEBA stöder projektet.

Projektets företagsekonom heter Bert Sandahl och projektledare är professor Lars Agren och arkitekt Birgitta Mattsson. Sekretärer är Margareta Malmgren.

Ring, skriv eller besök gärna forskningskontoret. Vi ska försöka svara på alla frågor.

"Arbete och Bostad i Gårdsten"

Peppargatan 40, 424 39 Angered tel: 30 95 60

Öppet: månd, tisd, torsd kl. 09.00-15.00

Övriga tider hänvisas till Chalmers Tekniska Högskola. Tel 01 01 00/1723

Bild 2.1: Den första sidan av informationsbroschyr utsänd tillsammans med enkäten

Population

Som underlag för urval av företag användes Göteborgs kommuns lokalinventeringar 1972 och 1974. Populationen begränsades till företag som enligt datamaterialet hade mindre än 25 anställda. Härtill kommer att lokalinventeringarna beskriver verksamhetsställen inte företag. Det visade sig, att data i lokalinventeringarna i ett mycket stort antal fall var förlegade. Många formulär returnerades genom postens försorg (tabell 2.1).

2.2 UNDERSÖKNINGENS UPPLÄGGNING

I ett första steg sändes enkäten till alla företag belägna i saneringsfastigheter enligt lokalinventeringarnas adresser och områdesplaner för Göteborg (1). 591 formulär utsändes.

I ett andra steg sändes enkäten till övriga företag, belägna i fem (5) av Göteborgs fyrtio (40) saneringsområden. I avsikt att reducera antalet enkäter sändes formuläret till samtliga företag i endast två (2) av områdena. I två andra områden begränsades urvalet till företag belägna på gatuavsnitt där det fanns saneringsfastigheter. I det sista området valdes företag belägna i kvarter med saneringsfastigheter. 109 formulär skickades till företagen i områdena Gamlestaden och Otterhällan, 108 formulär till företag valda längs gatuavsnitt i Lorensberg och Majorna samt 22 formulär till företag valda kvartersvis i Olskroken/Bagaregården. De stadsdelar som ligger närmast Gårdsten av de ovannämnda är Gamlestaden och Olskroken/Bagaregården.

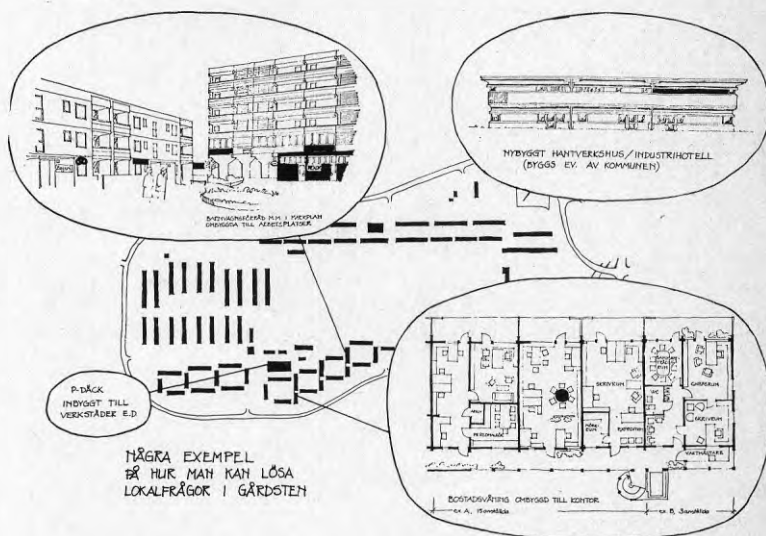


Bild 2.2: Den andra sidan av informationsbroschyren utsänd tillsammans med enkäten.

2.3 SVARSFREKVENNS

Enkäten sändes till 830 adresser. Antalet returer från posten var 221 stycken. Försändelser som alltså återkom utan att ha nått adressaten. Av de återstående enkäterna besvarades 69, varav 3 med meddelandet att företaget upphört.

Av tabell 2.1 framgår att svarsfrekvensen genomgående var låg. Orsaken till den avvikande svarsfrekvensen 26 % i otterhällanområdet är svår att förklara. Den kan knappast bero på något särskilt intresse för omlokalisering på grund av saneringar inom området, för i så fall borde svarsfrekvensen ha varit större i (kolumn 1) företagen belägna i saneringsfastigheter. Det kan dock observeras, att andelen returer t o m är större från otterhällanområdet, än från företag i saneringsfastigheter. Detta skulle kunna tyda på en ovanligt hög rörlighet bland företagen i detta område.

Tabell 2.1: Antal utsända formulär, returer och svar på enkäten i olika urval samt svarsfrekvenser. Svarsfrekvensen har beräknats på antalet återstående tillfrågade efter returer från posten. Beträffande ytterligare tre företag meddelades att de upphört.

Utsändning och resultat	Typ av lokalisering och stadsdel (i)						Totalt
	1 Hela staden	2 Gamle- staden	2 Otter- hällan	3 Lorens- berg	3 Major- na	4 Olskroken/ Bagaregården	
Utsända formulär	591	61	48	73	35	22	830
Returer	182	9	25	0	3	2	221
Återstående tillfrågade	409	52	23	73	32	20	609
Svar	38	8	6	7	3	3	65
Svarsfrekvens	9,5 %	15,4 %	26,1 %	9,6 %	9,4 %	15 %	10,8 %

(i) 1 avser samtliga företag i saneringsfastighet, 2 avser samtliga företag i stadsdelen, 3 avser samtliga företag på gatuavsnitt med saneringsfastigheter (exkl saneringsfastigheter), 4 avser samtliga företag i kvarter med saneringsfastigheter (exkl saneringsfastigheter).

3

NÅGRA SYNPUNKTER PÅ ANALYSMETODEN

Enkäten sändes till många företag men svarsfrekvensen var som framgått låg. Det finns åtminstone två möjliga skäl till den låga svarsfrekvensen. Det första är att lokalinventeringarnas adresser i en del fall gällt arbetsställen utan ledningspersonal. Detta kan ha medfört att enkäten inte nått personer som kunde ha besvarat den. Det andra är att informationsmaterialet i anslutning till enkäten pekade på nya lokalalternativ. Detta kan ha medfört att företagare utan intresse för nya lokaler eller för Angered/Gårdsten avstått från att besvara enkäten. För att undvika effekter av att t ex företag med lokalbehov kan vara överrepresenterade i materialet har den följande analysen baserats på jämförelser mellan företagsgrupper bestående av företag som besvarat enkäten. De kan då definieras med hjälp av våra uppgifter om de ingående företagen och deras relativa storlek kan kontrolleras.

Den låga svarsfrekvensen har medfört att antalet svar inom vissa företagsgrupper och på vissa svarsalternativ blivit mycket litet. Det har därför inte bedömts vara meningsfullt att använda sofistikerade statistiska analysmetoder. I stället har det inkomna enkätmaterialet utnyttjats som underlag för formulering av hypoteser. Hypoteserna har en viss om än begränsad generaliserbarhet så länge de gäller skillnader mellan olika grupper eller förekomsten av bestämda fenomen. Däremot går det inte att dra några slutsatser om gruppernas storlek i totalpopulationen.

Hypotserna är av två slag, beskrivnings- och förklaringshypoteser. Beskrivningshypotserna utgör enkla situationsbeskrivningar direkt baserade på jämförelser mellan svarsfrekvenserna i olika svarsgrupper. De är beskrivande och innehåller få förklaringsaspekter. Möjligheterna att finna förklaringar reduceras av att enkäten endast berör ett fåtal möjliga förklaringskategorier. Beskrivningshypotserna har kompletteras med hjälp av en spekulativ ansats, som utnyttjats då materialet antytt intressanta hypotser. En spekulativ ansats medför att slutsatserna förlorar sin karaktär av grundade hypoteser. De har dock kontrollerats mot datamaterialet så långt det varit möjligt med hänsyn till dess begränsningar.

4

PRESENTATION AV ENKÄTSVAREN

Företagen som besvarat enkäten presenteras i kort sammanfattning i bilaga 3. Enkätens första fråga avsåg inställningen i företagen till integrering (bil 1). (Med integrering avses här och i fortsättningen blandad bebyggelse med både bostäder och arbetsplatser.) Frågan besvarades i 64 företag. I ett företag markerade man två svarsalternativ (1,1 och 1,4) och tillfogade förklaringen att integrerbarheten är beroende av företagets verksamhet.

Majoriteten av svar anger en positiv attityd till integrering. En branschvis sammanställning av svaren (bilaga 3) antyder att man i detaljhandelsföretag och liknande verksamheter är mer positiv till integrering än i andra.

Enkätens andra fråga avsåg bedömningar av lämpliga lägen för den egna verksamheten (bil 1 fråga 2). Svar på frågan lämnades från 62 företag. I 9 av företagen gjordes 2 eller 3 markeringar.

Knappt hälften av svaren anger att man helst vill ha nyinredda lokaler i bostadshus. Man kan dessutom anta att också önskemål om tomt i blandad bebyggelse och tomt i eller intill bostadsområde anger att man är positiv till integrerade lägen. Därmed kan man dra slutsatsen att man i omkring två tredjedelar av företagen är positiv till att förlägga den egna verksamheten i bostadsområden.

Fråga 3 avsåg viktigaste lokaliseringsfaktorer.

Från 63 företag lämnades svar. I fyra fall angavs inte någon rangordning. Två resultat är iögonfallande. För det första är kundnärhet den viktigaste lokaliseringsfaktorn (faktor 4, bil 2). För det andra är antalet olika kombinationer av lokaliseringsfaktorer mycket stort. Det finns 44 olika rangordningar av 59 möjliga (med hänsyn till svar utan rangordning 47 av 63) om man endast tar hänsyn till de 3 viktigaste faktorerna i varje svar.

Med hänsyn till den mycket stora variationen skulle man kunna anta att det är svårt att finna ett läge i göteborgsregionen som inte är lämpligt för åtminstone något företag. Lokaliseringsfaktorerna och deras samband med andra faktorer behandlas vidare i avsnitt 4 nedan.

Fråga 4 avsåg värdet av nya lokaler/lägen och utgör ett mått på flyttningsbenägenheten (bil 1). Från 65 företag erhöles svar och 50 anger att man inte ser några fördelar i en flyttning. I endast 6 av företagen kan flyttningsbenägenheten sägas vara hög.

Fråga 5 avsåg inställningen till det aktuella lokaliseringsområdet. 40 svar var negativa. I 15 företag visar man en positiv inställning till lägen i nordöstra Göteborg men inte till Angered eller Gårdsten. I 6 företag är man positiva till Angered men inte till Gårdsten. I tre företag är man omedelbart positiva till Gårdsten.

Huruvida detta utfall också innebär att man är negativa till området man ej markerat i enkäten får den fortsatta undersökningen utvisa (vissa resultat av denna antyder att detta kanske inte är fallet).

Så länge det gäller nordöstra Göteborg visar sig företag i flera branscher intresserade. När det gäller Angered/Gårdsten är det främst detaljhandelsföretag som är omedelbart intresserade (bilaga 3).

Fråga 6 avsåg möjligheterna att påverka företagsledarnas intresse för etablering i Gårdsten med hjälp av hyressubventioner. Från 63 företag lämnades svar på frågan. 17 svar (bilaga 1) dvs en dryg fjärdedel anger att intresset för detta område skulle öka om subventioner lämnas.

Fråga 7 avsåg möjligheterna att påverka företagsledarnas intresse för etablering i Gårdsten med hjälp av utredningshjälp. Från 64 företag lämnades svar. Utredningshjälp visar sig vara något mindre betydelsefull som medel att påverka företagen än subventioner. 12 svar anger att intresset för Gårdsten ökar om man kan få konsulthjälp.

I 21 företag anger man att intresset för etable-

ring i Gårdsten skulle påverkas positivt av subventioner och/eller konsulthjälp. Detta antyder att man inte är negativa till etablering i Gårdsten även om man inte direkt angett ett intresse för en sådan.

Fråga 8 avsåg företagens omedelbara lokalbehov. Från 65 företag lämnades svar varav 16 anger lokalbehov och 49 att man inte har något omedelbart lokalbehov (bilaga 1).

5

FAKTORER SOM STYR LÄGESVAL

I enkätens tredje fråga ombads företagsrepresentanten rangordna faktorer av betydelse för lägesval (se bilaga 1).

Det mest påtagliga resultatet blev att hälften av de svarande (30 st) angav närhet till kunder som viktigaste lokaliseringsfaktor. Detta resultat var väntat. Däremot uppfylldes inte förhoppningen att det någorlunda lätt skulle gå att upptäcka samband mellan andra faktorer och de rangordningar som gjorts. Alltför få svar var lika. I de flesta fallen angav företagen en unik rangordning och i de fall där några angivit samma rangordning var de ändå få (bilaga 2).

5.1 SKILLNADER I BEROENDET AV CENTRALA LÄGEN MELLAN FÖRETAG I OLIKA BRANSCHER

Det borde emellertid vara möjligt att gruppera företagen branschvis på grundval av deras beroende av olika lägen. För att pröva denna föreställning gjordes en branschindelning utifrån en bedömning av "behov av kundnärhet". Avsikten var att pröva om en sådan bedömning av olika företags beroende av en viss sorts läge i förhållande till kunderna också stämde överens med företagarnas sätt att karaktärisera intressanta lägen. Den karaktäristik som användes var rangordningen av lokaliseringsfaktorer. En andra avsikt var att hitta karaktäristika hos företagen som skulle kun-

na användas vid bedömning av möjligheten att lokalisera företaget till ett "ytterområde" typ Gårdsten. Aktuella karaktäristika var bransch och prioritering av lokaliseringsfaktorer.

Följande indelning gjordes

- . Företag som kan antas ha stor kundspridning men lågt beroende av centralt läge på grund av högt utnyttjande av egna transporter, få kundbesök eller en specialiseringsgrad, som medför att kunderna söker upp företaget oberoende av dess läge i kommunen. Till denna grupp fördes 18 företag inom tillverkningsindustri och parti-handel.
- . Företag beroende av en lokal marknad. Till denna grupp fördes 14 företag verksamma med livsmedelsdetaljhandel, tvätteri- och frisörverksamhet.
- . Företag beroende av en stor lokal marknad eller av marknad i flera stadsdelar. Till gruppen fördes 7 företag inom diverse olika branscher, såsom beklädnadsdetaljhandel, trafikskolor etc.
- . Företag beroende av marknad i flera stadsdelar eller centralt läge. Till gruppen fördes 16 företag inom detaljhandels- och reparations-serviceverksamheter.
- . Företag med spridd kundkrets och som därför efterfrågar ett centralt läge. Till gruppen fördes 8 företag med varierande verksamhet. Det gäller bl a konsultverksamheter (revision, marknadsföring, juridik), arbetstagarorganisationer, begravningsbyråer etc.

För att illustrera hur man inom branscherna med antaget varierande behov av kundnärlighet bedömer lokaliseringsfaktorernas betydelse presenteras deras rangordning. Lokaliseringsfaktorernas rangordning har fastställts genom viktning inom varje branschkategori. För att framställa nedanstående tabell (tabell 5.1) tilldelades faktor 1 i en rangordning poängtalet 0,5, faktor 2 poängtalet 0,3 och faktor 3 poängtalet 0,2. Poängtalen summerades för varje lokaliseringsfaktor inom var och en av branschkategorierna. Faktorn med högsta sammanlagda poängtalet rangordnades på första plats inom branschkategorierna etc.

Tabellen visar att man i företag med stor kundspridning och med egna transporter eller "specialistkompetens" lägger stor vikt vid kostnadsfaktorer men också att det finns en stor spridning i bedömningen av lokaliseringsfaktorernas betydelse (endast 54 % av poängtalssumman gäller de angivna faktorerna). För företagen med lokala marknader är kundnärligheten viktigast men en kostnadsfaktor är också betydelsefull för dem. I företagen med stora geografiska områden som bas för kundunderlaget är det också kundnärlighet som är viktigast.

Tabell 5.1: Lokaliseringsfaktorernas rangordning i fem bransch kategorier. Tabellens sista rad visar hur stor del av den sammanlagda poängsumman som inom respektive kategori faller på angivna lokalisering faktorer. (Poängtalerna är 0,5 för första faktorn i en rangordning, 0,3 för andra och 0,2 för tredje. Prövning visar att rangordningen inom respektive kategori är okänslig för förändringar i poängtalerna.)

Lokaliseringsfaktor	Lokaliseringsfaktorernas rangordning i bransch kategorier (i)				
	1	2	3	4	5
Låg hyra	1	3	3		
Låg totalkostnad	2				
Kundnärhet		1	1	1	1
Närhet till service	3	2	2	3	2
Närhet till kommunikationer				2	3
Centralt läge					3
Andel av poängtal, %	54	74	76	70	65

(i) Kategori 1, stor kundspridning, få kundbesök m m, 2, lokal marknad, 3, stor lokal marknad, 4, marknad i flera stadsdelar, 5, spridd kundkrets och många kundbesök (se ovan).

I de sista företagen tilldelas emellertid kostnadsfaktorerna en liten betydelse medan närhet till kommunikationer bedömts vara viktig. Detta ger underlag för slutsatsen att det är möjligt att konstruera tre branschgrupper som skiljer sig åt med hänsyn till bedömningen av lokalisering faktorer. Däremot kan inte enkla kriterier baserade på rangordningar användas för att hänföra ett enskilt företag till någon av de ovannämnda fem kategorierna.

Branschgrupperna (branscherna anges i tabell 5.2) blir alltså följande:

Branschgrupp A; som innehåller de företag som antogs ha stor kundspridning men som har få kundbesök eller som är så specialiserade att de får kunder var än de finns.

Branschgrupp B; som innehåller företag som antogs ha lokala marknader.

Branschgrupp C; som innehåller företag som antogs

ha en spridd kundkrets och som eftersträvar närhet till kunderna genom att ha ett centralt läge i det område där kunderna är spridda.

Tabell 5.2: Branschgruppernas lägeskaraktäristika branschmässiga innehåll och utmärkande lokaliseringsfaktorer

Branschgrupp med avseende på lägesberoende	Bransch	Utmärkande lokaliseringsfaktorer och deras inbördes förhållanden i resp branschgrupp
A. Lägesflexibla företag	Charkuteri Väveri Stoppmöbeltillverkning Tryckeri (ej tidnings) Metallvaruindustri Byggnadsplåtslageri Glasmästeri Partihandel Varuhandelsförmedling Transportförmedling	Lokalhyra och andra kostnadspåverkande faktorer Kostnadsfaktorerna mer betydelsefulla än kundnärhet
B. Begränsat centrallägesberoende företag	Detaljhandel i - livsmedel - tobaksvaror och tidningar - blommor - kläder m m Restaurangverksamhet Tvätteri Frisörer Trafikskolor Hundtrimning	Kundnärhet rangordnas före de kostnadspåverkande faktorerna Närhet till kommunikationsmedel rangordnas före kostnadsfaktorer men sätts inte främst. Kundnärhet och närhet till service i kombination med närhet till arbetskraft eller närhet till andra arbetsplatser
C. Centrallägesberoende företag	Detaljhandel i - sällanköpvaror - hemutrustning - ur, optik, foto, fritid - bilutrustning Teleservice Konsulter - juridiska - revision - marknads Hälsa- och sjukvård Arbetstagarorg Reparation (mottag) - el apparater - guldsmedsvaror Begravningsbyråer	Önskemål om centralt läge och/eller närhet till kommunikationsmedel ingår bland de två viktigaste faktorerna i kombination med närhet till kunder. Om kostnadsfaktorer också bedömts viktiga kommer de först i tredje hand. Kundnärhet och närhet till service i kombination med annan faktor <u>exklusive</u> , kostnadsfaktorer, närhet till arbetskraft eller andra arbetsplatser. Kundnärhet som exklusiv faktor. Närhet till kommunikationsmedel som viktigaste faktor (i kombination med bl a kostnadsfaktor)

5.2 KLASSIFIKATIONSSCHEMA BYGGT PÅ RANGORDNADE LOKALISERINGSFAKTORER - DIFFERENTIERINGS- FÖRMÅGA

Det finns som angivits ovan tre branschgrupper med skilda bedömningar av lokaliseringsfaktorernas betydelse. Frågan är emellertid om grupperna, var för sig, är så enhetliga att man kan anta att företagarna inom gruppen skulle värdera en bestämd lokalisering lika. Annorlunda uttryckt: Säger gruppstillhörigheten något om vad som är rimliga lokaliseringar för företagen i just den gruppen? För att frågan skall kunna besvaras med ja krävs att företagen ska kunna klassificeras som tillhöriga en viss grupp med hjälp av ett klassifikationsschema byggt på företagarnas bedömning av lokaliseringsfaktorer. Klassifikationen enligt schemat får då inte heller ge upphov till alltför många "felklassificeringar". "Felklassificering" innebär att ett företag som branschmässigt tillhör grupp A enligt klassifikationsschemat hänförs till någon av grupperna D eller C. Ett andra krav är att de lokaliseringsfaktorer som utmärker en grupp inte får ange motstridiga krav på företagens lokalisering. Detta krav berör alltså möjligheten att definiera lokaliseringsmöjligheter för företagen i grupperna. Dessa behandlas i följande avsnitt.

Tabell 5.3: Antal företag inom respektive branschgrupp, som enligt klassificeringsschemat ska hänföras till samma eller någon av de övriga grupperna.

Branschgrupps- tillhörighet	Branschgruppstillhörighet enligt klassificeringsschema		
	A	B	C
A (17 företag)	13	2	2
B (21 företag)	2	16	3
C (23 företag)	0	5	18

Det schema för klassificering av företagen i tre grupper, som konstruerades presenteras sammanfattat i tabell 5.2 (se i övrigt bilaga 5). Redan denna sammanfattning indikerar hur komplicerat ett sådant klassificeringsschema måste vara. Ovanstående tabell (tabell 5.3) visar överensstämmelsen mellan schemats företagsklassificering och den ursprungliga branschindelningen i tre grupper.

Schemat har alltså förmåga att differentiera mellan grupperna. Andelen fel är dock relativt stor

(drygt 20 %). Man kan ändå anse att differentieringsförmågan är godtagbar om grupperingen också säger något om vilka lägen som är önskvärda för företagen i grupperna.

5.3 LÄGEN FÖR FÖRETAG I TRE FÖRETAGSGRUPPER

De utmärkande lokaliseringsfaktorerna för företagen i de tre grupperna framgår av tabell 5.2 ovan. För grupp A gäller att kostnadspåverkande faktorer är viktigast då företagen i gruppen väljer läge. Man rangordnar dessa faktorer före närhet till kunder. Detta tyder på att det tidigare antagandet var riktigt, d v s att företagen i denna grupp klarar kundkontakterna oavsett läge. Man kan alltså rikta intresset mot kostnadsfaktorer men också mot andra som närhet till arbetskraft, bostad eller leverantörer (se bilaga 5).

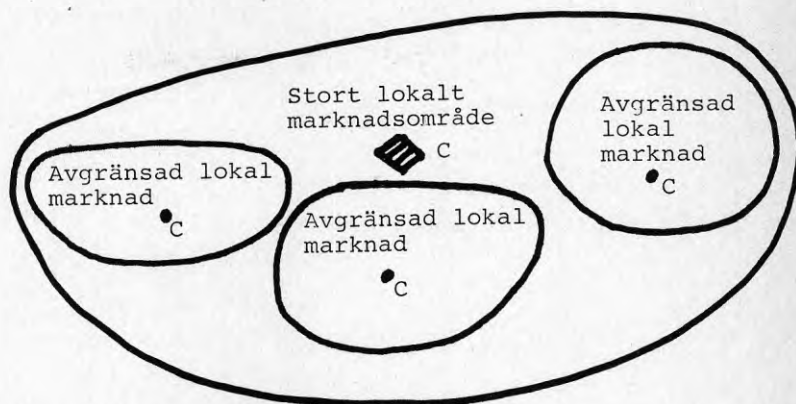
Företagen i gruppen är alltså inte beroende av något speciellt läge i stadsområdet. De är i stället beroende av de resurser, som möjliga lägen erbjuder. De kan alltså kallas resursberoende eller lägesflexibla. I gruppen finns tydligen också företag med direkt nytta av lokaliseringar nära bostadsområden. (De branscher som ingår i gruppen redovisas i tabell 5.2 och bilaga 3).

För grupp B gäller att kundnärhet är en betydelsefull faktor för lägesvalet. Kostnadsfaktorerna spelar en stor roll också i denna grupp men de kombineras med krav på kundnärhet och närhet till kommunikationer. Kundnärhet och närhet till service kombineras dessutom med önskemål om närhet till arbetskraft och andra arbetsplatser. Man kan utifrån detta anta att företagarna i gruppen önskar kundnärhet med hjälp av goda kommunikationer, och närhet till andra arbetsplatser men att man samtidigt undviker de dyraste lägena.

Om föreställningen att centrala lägen är jämförelsevis dyra delas av företagarna innebär det att man väljer kundnära lägen utom stadens centrum. Önskemål om närhet till arbetskraft stöder också en sådan slutsats. Detta överensstämmer väl med de tidigare redovisade föreställningarna om företagen i denna grupp. De antogs vara beroende av lokala marknader. De är emellertid dessutom resursberoende. Önskvärda lokaliseringar för företagen i gruppen kan mot denna bakgrund antas vara följande:

1. Läge i avgränsat lokalt marknadsområde för t ex vissa butiksrörelser. Ett läge i ett bostadsområdes centrumläggning med annan service och tillgång till allmänna kommunikationsmedel kan då antas vara mest önskvärt.
2. Läge i ett stort lokalt marknadsområde för t ex

större livsmedelshallar, restaurangverksamhet, trafikskolor etc.



Figur 5.1: Marknadsområden med centra på två nivåer utanför stadens centrum.

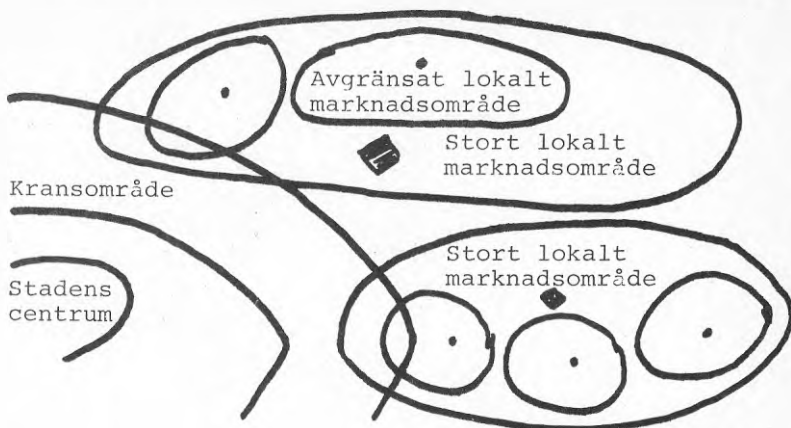
Det stora lokala marknadsområdet består av ett antal bostadsområden eller av ett mycket stort bostadsområde. Kommunikationskraven innebär att centralläget i marknadsområdet är knutpunkt för kommunikationer - vägar, allmänna kommunikationsmedel - till och från omgivande bostadsområden. På sådana platser är det troligen också lättast att uppfylla kraven på närhet till service och andra arbetsplatser och oftast också kravet på närhet till arbetskraft.

3. Läge i centrums utkant för t ex tvätterier eller kanske mindre serviceverkstäder för hemutrustning etc.

Företagarna som väljer ett läge i kranområdet kring stadens centrum önskar kontakt med ett stort marknadsområde. Företagens speciella verksamheter kan väntas medföra att man erhåller kunder från centrum och dessutom genom att kundbesök kan ske i samband med resor till och från centrum. Samtidigt kan man anta att företagarna undviker centrum av främst kostnadsskäl.

De tre lägestyperna för företagen i grupp B innehåller en centrallägesrelation ur marknadssynpunkt. Detta centralläge kan erhållas på olika sätt utanför stadens centrum, citykärnan. Företagen kan därför kallas begränsat centrallägesberoende.

För grupp C med t ex specialiserad detaljhandel, konsulttjänster och förvaltningsorganisationer



Figur 5.2: Kransområde för företag med visst beroende av stadens centrum men också av kunder från andra delar av staden. Företagen har hög kostnads-känslighet.

gäller att man önskar kundnärlighet. Önskemålen om kundnärlighet förstärks av att man också vill ha lägen med goda kommunikationer och centrala lägen. Kommunikationer och centrumläge kan ses som medel att nå en stor kundkrets. Närhet till service kan uppfattas på samma sätt. Detta uppnår man lättast i stadens centrum. Dessutom tenderar man att värdera kostnadsfaktorer lågt, vilket underlättar valet av centrala lokaler. Företagen kan sägas vara centrallägesberoende.

Av karaktäristiken att döma finns det relativt påtagliga samband mellan branschgrupperna och olika typer av lägen. Naturligtvis finns många gränfall. Bland företagen i grupp B med ett "kransläge" som "bästa" alternativ finns troligen både sådana som kan anses vara lägesflexibla och sådana som kan anses vara centrallägesberoende. Många av företagen i grupp C med centrallägesberoende kan dessutom förläggas till stora centrumanläggningar utanför stadskärnan.

EN KOMMENTAR TILL FÖRETAGENS CENTRALLÄGESBEROENDE

Man kan med utgångspunkt från företagarnas egna bedömningar av lokaliseringsfaktorer dra slutsatsen att det är i företagen i grupperna A och B som man lättast kan acceptera ett läge i eller nära ett bostadsområde. Det gäller alltså mindre tillverkningsindustri, varuhandelsförmedling, detalj-

handel, trafikskolor m fl. Det bör observeras att enkätmaterialiet och därmed slutsatserna endast omfattar företag med mindre än 25 anställda.

Det finns i detta sammanhang skäl att jämföra ovanstående resultat med de lägesberoenden som diskuteras av Kristensson (3). Han har med utgångspunkt från ändrade lägen, för olika personalkategoriernas arbetsplatser pekat på att ett läges lämplighet avgörs av företagets kontaktbehov med andra verksamheter. Denna faktor understryks också av studier av verksamheters flyttningar i London (4). Det är främst fråga om ett "administrativt" kontaktbehov och inte om behov av kontakt med leverantörer av varor eller kunder. I detta avseende skiljer sig de här behandlade företagen från dem som behandlas i ovanstående studier. Den mest troliga orsaken till detta är att företagen i de nämnda studierna oftast är stora jämfört med enkätens företag. De här behandlade småföretagens viktigaste kontakter är kundkontakterna. Något undantag kan finnas bland företagen i grupp A med varuhandelsförmedling eller partihandel som verksamhet. Den administrativa kontaktverksamheten är liten och har främst karaktären av att företagarna utnyttjar den service som erbjuds av bank, post etc. Företagen som här kallats centrallägesberoende har därför prioriterat närhet till service och kommunikationer framför närhet till andra arbetsplatser.

I en studie av företagens flyttningar i Glasgow (5) diskuteras tillgång till arbetskraft och marknadsnärhet som skäl till att ett centralt läge föredras. När det gäller marknadsnärheten överensstämmer resultatet väl med den här förda diskussionen. När det gäller arbetskraftstillgång är det däremot påtagligt att faktorn spelar en betydligt mindre roll bland företagen i Göteborg än bland företagen i Glasgow. Orsakerna till denna skillnad kan vara olikheter i sättet att ställa frågor till företagen (vilka dock inte bör ha varit avgörande), skillnader i företagspopulationernas sammansättning (vilka inte kan avgöras), Glasgowföretagens mer näraliggande flyttningsbehov och regionala eller konjunkturmässiga skillnader i arbetskraftstillgången.

Konstruktionen av företagsgrupper med varierande lägesberoende bygger på föreställningar om företagen och på företagarnas föreställningar uttalade genom enkäten. Föreställningarna torde inte ens när det gäller företagen vara resultatet av en analys av företagets behov. Tradition fungerar som bakomliggande faktor. Det traditionella läget bedöms som det bästa. Där det egna företaget ligger och där kollegorna i branschen har sina företag där föreställer man sig också att det bästa läget finns. Huruvida man kan vara framgångsrik eller finna framgångsrika verksamhetsformer i nya lägen bedöms troligen sällan. Svårigheter att dri-

va verksamheten lika billigt i nya lokaler som i de gamla bidrar också till hög värdering av det gamla läget vilket påpekats i den nämnda Glasgowstudien (5).

Grupperingen av företag anger alltså existerande och styrande föreställningar om "bra" lägen. Incitament till förändring av dessa föreställningar finns ofta inte hos företagen själva (annat än i speciella situationer som stark expansion eller flyttningstvång). Att ge incitament till en sådan förändring måste därför vara en kommunal angelägenhet om det finns ett kommunalt önskemål om särskilda lokaliseringar.

6

FÖRETAGSGRUPPER OCH INSTÄLLNING TILL FÖRETAGS- LOKALISERING I BOSTADSOMRÅDEN

6.1 FÖRETAGSGRUPP OCH INTEGRERING

Med integrering avses som anges av enkätfrågan en blandad bebyggelse med både bostäder och arbetsplatser. Centrallägesberoende och begränsat centrallägesberoende företag har en betydligt mer positiv inställning till integrering än de lägesflexibla företagen.

Tabell 6.1: Antal och andel företag i respektive grupp med positiv eller negativ inställning till integrering

Företags- grupp	Antal		Andel	
	posi- tiva	nega- tiva	posi- tiva	nega- tiva
A	11	8	0,58	0,42
B	19	3	0,86	0,14
C	16	8	0,67	0,33
Samtliga företag	46	19	0,71	0,29

Detta skulle kunna bero på att gruppen lägesobe-
roende företag innehåller tillverkningsverksamhe-
ter. Emellertid visar det sig att av svaren från

sex företag som direkt kan identifieras som tillverkande så är fem positiva till integrering. Det är i stället bland företag som sysslar med varuhandelsförmedling eller partihandel som den negativa inställningen finns. Orsaken till detta kan vara att förmedlingsföretagen i sin verksamhet upplever närhet till andra arbetsplatser som en fördel och att detta påverkar attityden till integrering. Denna hypotes får ett visst stöd av att de sex företag som är negativa till integrering antingen önskar egna tomter (industritomt?), (enligt fråga 2 bilaga 1) eller läge i närheten av andra arbetsplatser (enligt fråga 3 bilaga 3). Den positiva inställningen till integrering i gruppen begränsat centrallägesberoende avspeglar den stora andelen detaljhandelsföretag inom gruppen.

6.2 FÖRETAGSGRUPP OCH LÄGES/LOKALÖNSKEMÅL

Bland enkätens alternativ för lokal/lägesönskemål är det i alla branschgrupper en liten andel som ansett lokaler i ombyggda parkeringshus som mest attraktiva (4 av 64, svarsalternativ 2.2 bilaga 1). Detta avspeglar troligen intryck av att parkeringshus är kalla och dragiga och allmänt obehagliga att vistas i. Dessutom kan det ingå bedömningar av möjligheterna att bygga om parkeringshusen till lämpliga lokaler i denna negativa inställning. Parkeringshusen har ju låg takhöjd och ofta sluttande golv. Av detta kan man dra slutsatsen att det behövs exempel på lyckade ombyggnader för att detta lokalalternativ ska intressera företagarna.

Tabell 6.2 Antal och andel företag som prioriterat lokal eller tomt

Företagsgrupp	Antal		Andel	
	hyrd lokal	tomt	hyrd lokal	tomt
A	10	10	0,5	0,5
B	20	4	0,83	0,17
C	23	8	0,74	0,26
Samtliga företag	53	22	0,71	0,29

I lägesflexibla företag (grupp A) har man önskemål om tomt i betydligt högre grad än i övriga företag. Inom grupperna B och C vill ca 80 % av de svarande ha en lokal som hyrs (tabell 6.2). Det är också inom branschgrupperna B och C man finner de företag för vilka lokaler i bostadshus anses lämpliga.

Av detta kan man dra följande slutsatser:

1. Företagen i grupp A med preferens för låg kostnad uppfattar egna lokaler (tomt) som ett medel att erhålla låga kostnader. I denna grupp kan alltså intresset för lokalisering i anslutning till bostadsområden ökas genom att mark och lokaler förbereds i bostadsområdena. Dessutom borde många av företagen i gruppen kunna intresseras för lokaler i bostadshus. Det fordras dock att lokalerna finns tillgängliga med klara uppgifter om hyressättningen. Så länge kvadratmeterhyror för bostadsändamål giltiga i bostadshus byggda under 1970-talets första hälft är tillämpliga borde hyran vara konkurrenskraftig.

2. Bland företagen med preferenser för låga kostnader (bland lokaliseringsfaktorerna) är det i de minsta som lokaler i bostadshus anses vara bäst för den egna verksamheten. I materialet har flera företag med upp till tre anställda visat intresse för lokaler i bostadshus. Några få företag med fyra till fem anställda önskar däremot egna lokaler. I övrigt saknas huvudsak information om företag med t ex fem till tio anställda. Troligen kan dock många företag med upp till tio anställda utnyttja hyrda lokaler i bostadsområden. Många av företagen låg då de tillfrågades i bostadshus eller kombinerade kontors/bostadshus.

3. I branscher, särskilt detaljhandel, där man traditionellt hyr lokaler i bostadshus (företagsgrupp B) uppfattas hyrda lokaler i bostadshus som ett bra lokalalternativ. Samtidigt begränsas valet av lägre av det begränsade centrallägesberoendet. För att erhålla detta centralläge behövs lokaler i anslutning till t ex ett stadsdelscentrum, antingen i centrumanläggningen eller i de närmaste bostadshusen. Det är också tänkbart att nya centra skapas genom att ett antal verksamheter flyttar in i närliggande bostadshus eller vid någon "större" hållplast för allmänna kommunikationsmedel.

4. I centrallägesberoende verksamheter, som inte är inriktade på detaljhandel (exkl bildetaljhandel), kan man antas acceptera lägen utanför centrum om man erbjuder lokaler i särskilda verksamhets-hus eller tomt i blandad bebyggelse. Goda kommunikationer torde dock vara avgörande för om det skall vara möjligt att acceptera ett sådant läge.

Detta antagande bygger på att de företag, som i enkäten angett önskemål om lokal i hantverkshus eller tomt i blandad bebyggelse och som tillhör grupp C utgör en branschmässigt mycket sammansatt grupp. Underlaget för antagandet försvagas av möjligheten att man räknat kontorshotell och liknande som "industrihotell/hantverkshus", vilket är enkätens formulering. Det är troligt att man i så fall räknat centrala lägen som möjliga för "industrihotell/hantverkshus".

6.3 FÖRETAGSGRUPP OCH INTRESSE AV NYTT LÄGE ELLER NYA LOKALER

Med utgångspunkt från den tidigare diskussionen skulle man kunna anta att lägesflexibla företag (grupp A) lättare ser fördelar i att skaffa nya lokaler/lägen än i centrallägesberoende företag. Som framgår av bilaga 4, ger undersökningsmaterialet inte något stöd för ett sådant antagande.

När det gäller grupp A visar svaren att nyttan av nya lägen/lokaler bedöms vara mycket låg. En förklaring till det låga intresset för nya lägen/lokaler inom gruppen kan vara att det föreligger dels ett ibland upplevt behov av närhet till andra arbetsplatser vilket uppfylls i ett centralt läge och dels att man har bra lokaler och att en flyttning endast är nödvändig i samband med expansion och då vill man helst ha egna lokaler. Den sista förändringen skulle då vara så stor att man inte ser det som ett aktuellt alternativ och därmed inte heller anger det som fördelaktigt. Denna förklaring stöds av att det föreligger ett tydligt samband mellan intresse för nya lägen/lokaler och behov av nya lokaler (se nedan).

En ytterligare förklaring till att företagen i grupp A inte är intresserade av nya lokaler/lägen i högre grad än andra är att de kan ha en väldefinierat kontaktnät, som binder dem till nuvarande läge. Denna förklaring överskuggas dock av det starka sambandet mellan lokalbehov och nyttan av nya lokaler/lägen (se nedan). Dessutom talar den i gruppen relativt positiva attityden till lägen i nordöstra Göteborg mot en sådan hypotes.

6.4 FÖRETAGSGRUPP OCH INSTÄLLNING TILL LOKALISERING I NORDÖSTRA GÖTEBORG, ANGERED OCH GÅRDSTEN

Lägesflexibla och begränsat centrallägesberoende företag är mer positiva till etablering i det aktuella lokaliseringsområdet än de centrallägesberoende företagen. Det är emellertid företagen inom grupp B, "begränsat centrallägesberoende", som visar det största intresset för utflyttningsriktningen och dessa företag är ensamma om att i enkätsvaren visa ett direkt intresse för etablering i Angered och Gårdsten. Detta beror troligen på att det är just företagen i grupp B, som kan tänkas finna en lokal marknad i ett avgränsat område. (Det bör påpekas att de skillnader och likheter som behandlas här inte beror på skillnader i lokalbehov (se nedan). Skillnaden mellan grupperna föreligger vare sig man betraktar företag med lokalbehov eller företag utan akut lokalbehov för sig eller materialet som helhet.) Lägesflexibla

företag saknar däremot primärintresse av ett avgränsat marknadsområde och saknar därför intresse för etablering i Angered/Gårdsten medan man däremot mycket väl kan tänka sig utflyttningsriktningen (nordöstra Göteborg).

Tabell 6.3: Antal/andel företag med intresse av etablering i nordöstra Göteborg (inkl Angered och Gårdsten), Angered (inkl Gårdsten) eller Gårdsten

Företagsgrupp	Antal/andel utan intresse av nordöstra Göteborg	Antal/andel med intresse av		
		nordöstra Göteborg	Angered	Gårdsten
A	11/0,61	7/0,39	-	-
B	9/0,41	13/0,59	9/0,41	3/0,14
C	20/0,83	4/0,17	-	-
Samtliga företag	40/0,63	24/0,37	9/0,14	3/0,05

När det gäller lägesflexibla företag bör det observeras att svaren snarast bör tolkas just som brist på omedelbart intresse för lokalisering till Angered, inte som ett motstånd mot läget. Detta bekräftas av att några (om än ett fåtal) företag i gruppen bedömer Gårdsten som ett mera intressant lokaliseringsoptionsalternativ om man kan få hyressubventioner eller viss konsulthjälp. (Uppföljningsintervjuer ger också bekräftelse i detta avseende).

Tabell 6.4: Antal och andel företag vars intresse av etablering i Gårdsten påverkas av hyressubventioner eller tillfällig konsulthjälp

Företagsgrupp	HYRESSUBVENTILER				KONSULTHJÄLP			
	Antal som		Andel som		Antal som		Andel som	
	ej påverkas	påverkas	ej påverkas	påverkas	ej påverkas	påverkas	ej påverkas	påverkas
A	13	4	0,76	0,34	15	3	0,83	0,17
B	12	10	0,55	0,45	14	8	0,64	0,36
C	21	3	0,88	0,12	23	1	0,96	0,04
Samtliga företag	46	17	0,73	0,27	52	12	0,81	0,19

När det gäller åtgärder för att öka företagets intresse för Gårdsten visar det sig att man i företagen anser hyressubventioner som mer betydelsefulla än konsulthjälp. Detta är särskilt tydligt i

gruppen lägesflexibla företag, för vilka kostnadsfaktorer enligt definitionen spelar en stor roll. Det mest anmärkningsvärda är kanske att skillnaden i bedömningarna av hyressubventioner och konsult-hjälp inte är större än den är mellan lägesflexibla och begränsat centrallägesberoende företag. Detta är naturligtvis en konsekvens av att företagarna lätt kan föreställa sig vad en hyressubvention kan innebära. Däremot är man i småföretag inte vana att utnyttja konsulter. Det är alltså svårt för företagarna att bedöma värdet och resultatet av konsulthjälp. Därigenom blir det också svårt för dem att bedöma på vilket sätt konsulter kan bidra till att göra de aktuella områdena eller lokalerna lämpliga eller attraktiva för deras verksamhet. Områdena är ju främmande för dem och lokal-förhållandena okända. Detta kan då betyda att det som skulle locka företagarna är färdiga lösningar i någon form. Huruvida detta innebär att ritningsmaterial och andra beskrivningar av lokal- och lokaliseringsförhållanden är tillräckliga eller om det behövs en färdig lokal kan inte avgöras här.

7

BEHOV AV NYA LOKALER OCH INSTÄLLNING TILL INTEGRERING, AKTUELLT LOKALISERINGSOMRADE M M

I detta avsnitt behandlas skillnader mellan företag där lokalbehov föreligger och sådana där ett sådant behov inte föreligger. De skillnader som behandlas skulle kunna vara beroende av andra olikheter i de två gruppernas sammansättning. Såvitt kan bedömas föreligger emellertid inte några betydelsefulla olikheter som i högre grad än lokalbehovet kan förklara skillnaderna i enkätaterialet.

7.1 LOKALBEHOV OCH INSTÄLLNING TILL INTEGRERING

Enkätresultatet indikerar en mer positiv inställning till integrering bland de företag som har lokalbehov än bland dem som inte har behov av nya lokaler. Denna skillnad förefaller gälla samtliga branschgrupper. Slutsatsen är dock osäker eftersom antalet svar från dem som har lokalbehov är litet (bilaga 4).

Tabell 7.1: Samband mellan lokalbehov och inställning till integrering. Antal svar på frågan: "Vad anser Ni om blandad bebyggelse med både bostäder och arbetsplatser?" i företag med resp utan lokalbehov.

Företagens lokalbehov	Antal företag som svarat			
	Idealiskt	Övervägande fördelar	Föredrar viss uppdelning	Föredrar helt avskilda områden
Lokalbehov	7	8	2	-
Ej lokalbehov	11	20	14	3

7.2 LOKALBEHOV OCH UPPFATTNING OM LÄMPLIGA LOKALER/LÄGEN

Knappt hälften av dem som besvarat enkäten uppfattar lokaler i bostadshus som mest lämpliga. Detta gäller vare sig lokalbehov föreligger eller ej. Också i övrigt förefaller uppfattningen om vad som är lämpliga lokaler eller lägen för den egna verksamheten vara oberoende av lokalbehovet.

7.3 LOKALBEHOV OCH UPPFATTNING OM VÄRDET AV NYA LOKALER/LÄGEN

Företagare som anser sig ha lokalbehov anser i mycket högre utsträckning än andra att en flyttning skulle innebära fördelar för verksamheten. Samtidigt kan också konstateras att företagare som inte anser att nya lokaler behövs knappast alls ser några fördelar med nya lokaler/lägen. Detta är ett stöd för utgångsantagandet att det är när man av något skäl börjat ompröva sin lokalsituation eller lokalisering som man gör bedömningar av olika lokal/lägesalternativ. Det är först då man upptäcker att ett annat alternativ än det rådande kan medföra en förbättring (jfr vidare avsnitt 8.1 nedan).

Tabell 7.2: Samband mellan behov av nya lokaler och uppfattning om fördelar med nytt läge eller nya lokaler. Antal svar på frågan: "Anser Ni att det skulle innebära några fördelar för Ert företag att flytta?"

Företagens lokalbehov	Antal företag som svarat		
	ja	kanske	nej
Lokalbehov	6	4	6
Ej lokalbehov	-	4	43

7.4 LOKALBEHOV OCH INSTÄLLNING TILL AKTUELLT LOKALISERINGSOMRÅDE

När det gäller lokaliseringsområdet nordöstra Göteborg (inkl Angered och Gårdsten) visar enkät-svaren att intresset är större bland dem som behöver nya lokaler än bland övriga. Detta gäller speciellt Gårdsten. Endast sådana som har lokalbehov säger att en lokalisering i Gårdsten är tänkbar. De som behöver nya lokaler anger dessutom i mycket högre utsträckning än övriga att hyressubventioner och konsulthjälp positivt påverkar deras intresse för etablering i Gårdsten.

Tabell 7.3: Antal företag (med resp utan behov av nya lokaler) i vilka man kan tänka sig ett läge i nordöstra Göteborg, Angered eller Gårdsten samt antalet företag i vilka intresset för etablering i Gårdsten påverkas positivt av subventioner eller konsulthjälp i samband med en flyttning.

Företagens lokalbehov	Tänkbart läge				Hyres- subventioner		Konsult- hjälp	
	Nord- östra Göte- borg	Ange- red	Gård- sten	Inget av alternativen	På- verkar	På- verkar ej	På- verkar	På- verkar ej
Lokalbehov	4	1	3	9	7	10	8	9
Ej lokalbehov	11	5	-	31	10	37	4	43

Resultatet här är återigen en bekräftelse på att det är företagare som överväger en förändring som samtidigt intresserar sig för nya lägen. En positiv inställning till Angered eller Gårdsten räcker dock inte om man ska förmå företag att flytta till

området. Företagarnas flyttningsintresse måste också påverkas. De fördelar som kan uppnås måste tydligt klargöras. Företagarna gör det inte själva om de inte är tvungna att flytta.

8

JÄMFÖRELSER MELLAN FÖRETAG I OLIKA LÄGEN

Urvalet av företag för enkäten gjordes som nämndes inledningsvis i ett antal olika grupper. Det gällde företag belägna i saneringsfastigheter, i närheten av saneringsfastigheter och övriga. Det gällde också företag i områden med olika karaktär och läge i förhållande till Angered. Här ska först betydelsen av lokaler i saneringsfastighet diskuteras.

På grund av det mycket begränsade antalet svar från företag med närhet till saneringsfastigheter (se tab 2.1) ska jämförelsen här i första hand begränsas till två grupper. Grupperna innehåller företag som enligt lokalinventeringen var belägna i saneringsfastigheter respektive företag som inte var belägna i saneringsfastigheter. Branschfördelningen är likartad i de två grupperna och resultatet är därför inte beroende av att företagens lägesberoende varierar mellan grupperna.

Tabell 8.1: Andel företag med olika lägesberoende bland företag med lokaler i saneringsfastighet (urvalsgrupp 1) resp med lokaler som inte ligger i saneringsfastighet (urvalsgrupp 2, 3 och 4, se 2.3).

Företagens lägesberoende (Företagsgrupp)	Företag	
	i saneringsfastighet	ej i saneringsfastighet
A	0,28	0,31
B	0,36	0,31
C	0,36	0,38
Summa	1,0	1,0

8.1 LOKALISERING I SANERINGSFASTIGHET OCH INTRESSE AV ETABLERING I NORDÖSTRA GÖTEBORG ANGERED OCH GÅRDSTEN

Antagandet att lokalbehovet skulle vara större bland företag i saneringsfastigheter än bland andra bekräftas av enkätresultatet. En tredjedel av företagen i saneringsfastigheter behöver nya lokaler medan endast en åttondel av de övriga anses ha sådana behov.

Tabell 8.2: Andel företag i saneringsfastighet resp i annat läge som upplever en flyttning som fördelaktig och andelen företag i motsvarande lägen i vilka man kan tänka sig ett läge i nordöstra Göteborg etc.

Företagens lokalisering	Flyttning kan tänkas medföra fördelar			Läge tänkbart i			
	Ja	Kanske	Nej	Nö Göteborg (i)	Angered (ii)	Gårdsten	Inget av alternativen
I saneringsfastighet	0,1	0,13	0,77	0,25	0,10	0,05	0,74
Ej i saneringsfastighet	0,08	0,12	0,81	0,56	0,20	0,04	0,44

(i) Nordöstra Göteborg inkl Angered och Gårdsten
(ii) Angered inkl Gårdsten

Däremot finns det ingen skillnad mellan grupperna

när det gäller uppfattningen om möjligheter att erhålla bättre lokaler eller lägen än nuvarande. Detta tyder på en skevhet i gruppernas sammansättning i detta avseende eftersom det föreligger ett samband mellan lokalbehov och en positiv uppfattning om möjligheterna att erhålla bättre lokaler/lägen. Skillnaden i de båda gruppernas inställning till etablering i det aktuella lokaliseringsområdet är dock anmärkningsvärd. Eftersom företagen med lokalbehov har redovisat en något mer positiv inställning till det aktuella lokaliseringsområdet kunde man också vänta sig att företagen i saneringsfastigheter skulle visa ett större intresse för detta område än andra eller att grupperna bedömde området på ungefär samma sätt. Sammanställningen av enkätresultatet visar emellertid att bristen på intresse för etablering i området är större bland dem som är lokaliserade till saneringsfastigheter än bland de övriga. Detta skulle betyda att om utgångshypotesen för val av urvalsgrupper (att företagare som står inför förändringar i sin lokalsituation är mer öppna för nya lokaliseringalternativ än andra) fortfarande kan anses riktig så gäller denna större öppenhet för nya lokaliseringalternativ i varje fall inte nordöstra Göteborg med Angered inklusive Gårdsten. Emellertid är andelen företag med lokalbehov störst i gruppen centrallägesberoende företag och minst i gruppen lägesflexibla. Detta kan delvis förklara det oväntade resultatet.

Den andra hypotesen som utnyttjades vid konstruktion av urvalsgrupperna skulle också kunna ge en del av förklaringen. Den hypotesen innebar att man i företag nu lokaliserade nära det aktuella området skulle vara mer intresserad av etablering där än i andra och de saneringshotade ligger inte i "närheten" av nordöstra Göteborg, Angered och Gårdsten.

8.2 "NÄRLOKALISERING" OCH INSTÄLLNING TILL ETABLERING I NORDÖSTRA GÖTEBORG, ANGERED OCH GÅRDSTEN

I företagspopulationen, företag som inte ligger i saneringsfastighet, ingår företag i Gamlestaden och Bagaregården. Gamlestaden är i undersökningen det område bland dem som ligger närmast Angered och Bagaregården ligger näst närmast. Företagen i dessa områden kan betraktas som närlokaliserade.

Andelen negativa (bland företag som inte ligger i saneringsfastighet) till etablering i nordöstra Göteborg är betydligt mindre i gruppen närlokaliserade (0,2 av 11) än bland övriga (0,6 av 14). (Osäkert är dock huruvida man uppfattat Gamlestaden som en del av nordöstra Göteborg.) Andelen intresserade av Angered och Gårdsten är också större

bland de närlokaliserade än de övriga. Resultatet är dock osäkert på grund av det låga antalet svar. Det överensstämmer dock med en studie i London som visar att företagen tenderar att söka nya lokaler "radiellt" (6). När man flyttat från ett område har man skaffat nya lokaler längre från centrum men i närheten av en radie dragen från centrum genom det gamla läget.

Anmärkningsvärt är att den negativa inställningen till etablering i nordöstra Göteborg är starkare i gruppen företag belägna i saneringsfastigheter (0,7 av 39) än bland dem som inte ligger i sådana (0,6 av 14) även om de närlokaliserade räknats bort. Som nämnts i avsnittet ovan kan detta emellertid förklaras av den ojämna fördelningen av lokalbehov mellan företagsgrupperna med varierande lägesberoende. Man kan emellertid också spekulera i möjligheten att en del företagare i saneringsfastigheter befinner sig i en tvångssituation. Detta kan medföra att man dels allmänt gör motstånd mot en flyttning till någon annan stadsdel och att detta påverkar deras attityd till ett "avlägset" område och dels att man härigenom blir mottagliga för negativ information om nya stadsdelar (7). Om så är fallet gäller det för kommunens representanter att sätta in motpropaganda riktad till företagarna (detta gäller naturligtvis endast om det anses vara ett kommunalt intresse att påverka företagarnas lägesval).

8.3 NUVARANDE LOKALISERING OCH KÄNSLIGHET FÖR STÖDÅTGÄRDER

Hyressubventioner kan som nämnts väcka intresset för Gårdsten. Skillnaden mellan företag i saneringsfastighet och övriga är dock i detta avseende mycket små. Däremot säger man sig i närlokaliserade företag i betydligt högre grad än övriga påverkas av hyressubventioner (6 av 11 resp 11 av 52). Detta resultat antyder återigen att närlokaliserade företag är de som lättast kan intresseras för en etablering i ett nytt område.

När det gäller konsulthjälp m m uppger en betydligt större andel i företag belägna i saneringsfastighet än bland övriga att sådan hjälp ökar deras intresse för etablering i Gårdsten. Detta beror på att lokalbehoven är större i den första gruppen än i den andra. Det är dock svårt att med hjälp av materialet ange någon hypotes om vad man väntar sig av denna konsulthjälp. Effekten av konsulthjälp på intresset för Gårdsten bland företagare i saneringsfastighet ger ytterligare en aspekt på deras situation. Ovan diskuterades deras möjliga motstånd mot en sådan etablering som en effekt av en påtvingad förändring. Intresset av konsulthjälp antyder till detta att man kanske

upplever osäkerhet inför förändringar. Konsulter skulle kunna undanröja denna osäkerhet. Skulle dessutom en konsult kunna visa att en etablering i Gårdsten kan bli framgångsrik skulle den etableringen vara tänkbar. Detta stärker antagandet att motstånd mot en sådan etablering kan vara ett resultat av den situation man upplever snarare än av att man "a priori" är negativa till Gårdsten eller Angered. Kommunala informationsinsatser skulle alltså kunna bidra till att minska motståndet.

9

SLUTSATSER

Behovet av ett centralt läge är minst uttalat inom företag som sysslar med tillverkning, partihandel m fl verksamheter. Starka önskemål om centrala lägen finns för t ex specialaffärer, konsultverksamheter. Företagen kan med utgångspunkt från företagarnas sätt att rangordna lokaliseringsfaktorer karakteriseras som lägesflexibla, begränsat centrallägesberoende eller centrallägesberoende. De lägesflexibla företagen karakteriseras av kostnads-känslighet när det gäller lokaler. Ständigt dyrare lokaler i nya områden konkurrerar därför inte på lika villkor med äldre lokaler. Försök att bygga billigt, att hyra ut billigt i bostadshus och subventionerna är därför medel som kan användas för att intressera dessa företagare för lokaler i nya områden och bostadsområden.

När det gäller företag som kallats centrallägesberoende eller begränsat centrallägesberoende gäller det att bryta "det traditionella lägesvalet". Information och propaganda är medel som kan utnyttjas. Utredningshjälp beträffande möjligheterna att bedriva olika verksamheter i de nya områdena är ytterligare ett. I sådana fall är det också betydelsefullt att det finns tillgång till lokaler med närhet till service och kommunikationer i alternativa lägen. Brister i dessa avseenden motverkar önskvärda omlokaliseringar av företag.

Informationsinsatser är särskilt viktiga om ett motstånd mot förändring växer fram hos företagare med verksamheter i saneringsfastigheter i samband med att de tvingas flytta.

De företag som lättast kan förmås flytta till ytterområden av Angereds/Gårdstens typ finner man

- bland "lägesflexibla" företag (inom tillverkningsindustri, partihandel m fl),
- bland begränsat centrallägesberoende företag (inom dagligvaruhandel, beklädnadsdetaljhandel, tvätterier, trafikskolor m fl)
- närlokaliserade företag och
- bland företag med lokalbehov

Det är företag som uppfyller åtminstone något av dessa kriterier som främst anger nordöstra Göteborg, Angered eller Gårdsten som tänkbara lokaliseringalternativ. Det är i första hand i sådana företag som man anger att intresset för etablering i Gårdsten ökar om man skulle få hyressubventioner eller konsult hjälp i samband med en flyttning.

Enkätresultaten visar också att det finns företagare som redan idag är intresserade av etableringar i integrerade lägen och av etablering i Gårdsten. Dessutom kan andra intresseras för sådana lägen. Det som fattas, om integrering av arbetsplatser i ett bostadsområde som Gårdsten ska kunna genomföras, är inte företag utan färdiga lokaler och handlingsberedskap för färdigställande av lokaler och information.

APPENDIX

EN KOMPLETTERANDE ENKÄT BLAND FÖRETAG
I FÖRETAGAREFÖRENINGENS FÖRETAGSREGISTER ÖVER
FÖRETAG I GÖTEBORG

Detta appendix innehåller en kortfattad beskrivning av resultaten av en komplettering till den enkät som behandlades i den föregående rapporten. Det tidigare utnyttjade frågeformuläret sändes till en företagspopulation bestående av företag i företagareföreningens (nuv Utvecklingsfonden) företagsregister. Syftet med utsändningen av enkätformuläret med tillhörande informationsmaterial var att,

- finna ytterligare företag där det fanns intresse för en etablering i Gårdsten och lämpliga att lokalisera i Gårdsten
- inhämta ett jämförelsematerial från en annan företagspopulation än den tidigare och att utöka dataunderlaget.

Syftet med detta appendix är att presentera de direkta enkätresultaten och en jämförelse med resultaten från den föregående enkäten.

Företagspopulationen

Urvalet av företag gjordes med hjälp av företagareföreningens, i Göteborgs och Bohus län, register över företag i Göteborg. Ur detta register valdes

företag inom branscher med tillverkning av livsmedel, pälsar och lädervaror, stoppmöbler, guldsmidsvaror, snickerier och liknande produkter. Samtliga företag i registret inom dessa verksamhetsområden tillsändes ett frågeformulär.

Utgångspunkten för branschvalet var att företagen kunde antas vara lägesflexibla och lämpliga för lokalisering i Gårdsten. Något detaljerat val kunde inte göras. (Branschkode i registret innehöll endast två siffror och avvek från SNI-koden (2)).

Formulär sändes till 480 företag och svar erhöles från 55. Av svaren kunde 48 användas för vidare bearbetning. Övriga svar gav i två fall upplysningen att man just flyttat och inte behövde nya lokaler och i ett fall att verksamheten inte kräver fast rörelselokal. I fyra fall meddelades att företaget hade lagts ner eller skulle läggas ner. Svaren på frågorna har redovisats i bilaga 1 till rapporten.

Jämförelse mellan de båda enkätundersökningarnas resultat

Svaren på frågan om vad man i företagen anser om blandad bebyggelse med både bostäder och arbetsplatser avspeglar att verksamheten i företaget påverkar uppfattningen (bilaga 1). I den ur branschmässig synpunkt mer varierande population (LI-population) som behandlats i rapporten ovan redovisas en mer positiv syn på integrering av bostäder och arbetsplatser än i populationen av företag i företagarföreningens register (FF-populationen). Avsaknaden av detaljhandelsföretag i FF-populationen har medfört att andelen som anser en blandning av bostäder och arbetsplatser idealisk har sjunkit från 27 till 16 procent. Samtidigt har i FF-populationen jämförd med LI-populationen gruppen som föredrar skilda områden för bostäder och arbetsplatser ökat från 5 till 15 procent av samtliga företag som besvarat frågan inom respektive population. Fortfarande anger dock merparten av svaren positiv attityd till integrering (ca 60 %).

Tabell A1: Företagarnas inställning till integrering av bostäder och arbetsplatser

Population	Andel svar med bedömningen:			
	Idealisk	Övervägande fördelar	Föredrar viss uppdelning	Föredrar helt skilda områden
FF-populationen	0,17	0,45	0,23	0,15
LI-populationen	0,27	0,43	0,25	0,05

Lämpligt läge för den egna verksamheten

Den förändrade branschammansättningen i företagspopulationen ger också effekter på bedömningen av olika lägen för den egna verksamheten. Av svaren från FF-populationen angav 22 % lokaler i bostadshus som lämpliga. Svaren från LI-populationen angav till hela 45 % sådana lokaler som lämpliga. Skillnaden är av samma slag när det gäller bedömningen av hyrda lokaler i förhållande till egna lokaler på egen eller hyrd tomt. I ca 45 % av svaren från FF-företag angavs hyrda lokaler som lämpliga medan hyrda lokaler angavs som lämpliga i hela 70 % av svaren från LI-företag. Det omvända förhållandet gäller alltså för tomtalternativet (55 % resp 30 %).

Lokaliseringsfaktorer

Viktigaste lokaliseringssfaktor är kundnärlighet. Till skillnad från i LI-populationen är kundnärligheten dock inte en helt dominerande faktor. Närhet till kommunikationsmedel, vägar m m och kostnadsfaktorer har i FF-populationen givits en betydelse som inte ligger särskilt långt efter kundnärligheten (bilaga 2). Man kan också konstatera att företagen i FF-populationen i högre grad än LI-företagen, klassificeras som lägesflexibla enligt det tidigare presenterade klassificeringsschemat. Skillnaden är dock inte stor och kan påverkas av de fem fall där omedelbar klassificering inte kan göras med hjälp av klassificeringsschemat.

Inställning till lokalisering i nordöstra Göteborg Angered, Gårdsten

En direkt jämförelse mellan svaren från företagen i LI-populationen och FF-populationen ger vid handen att andelen som inte visar intresse för en etablering i nordöstra Göteborg är densamma för båda populationerna (se tabell A2 och tabell 6.3 i rapporten). Det finns emellertid en skillnad. I FF-populationen är andelen svar som visar att man kan tänka sig en etablering i Angered eller Gårdsten något större. Detta gäller alltså trots avsaknaden av detaljhandelsföretag i FF-populationen.

Det är särskilt inom gruppen lägesflexibla företag man visar intresse för Angered eller Gårdsten. Förvånande är det dock att intresset för Angered och Gårdsten är större bland centrallägesberoende än bland begränsat centrallägesberoende företag. Det är till och med så att samtliga (4) centrallägesberoende företag med intresse för etablering i nordöstra Göteborg ligger i stadens centrum. Det kan därför påpekas att ett av företagen ur bransch- och storleksmässig synpunkt knappast skulle bedömas som centrallägesberoende och att författaren i ett annat fall kan ha påverkat resultatet vid ett kundbesök före enkäten.

Tabell A2: Inställning till lokaliseringssalternativ i nordöstra Göteborg. Alternativet nordöstra Göteborg är i tabellen en summering av antalet företag som kan tänka sig lokalisering i nordöstra Göteborg, Angered och Gårdsten. Motsvarande gäller Angered som också innehåller företag som enbart svarat Gårdsten.

Företagsgrupp enligt klassificeringsschema (FF-populationen)	Antal/andel företag i resp grupp som			
	inte kan tänka sig lokalisering i nordöstra Göteborg	kan tänka sig lokalisering i		
		nordöstra Göteborg	Angered	Gårdsten
Lägesflexibla företag (A)	8/0,53	6/0,46	6/0,46	4/0,31
Begränsat centrallägesberoende företag (B)	9/0,75	3/0,25	1/0,08	-
Centrallägesberoende företag (C)	10/0,71	4/0,29	2/0,14	1/0,07
Ej klassificerade företag	5/0,56	4/0,44	2/0,22	1/0,11
Samtliga företag	31/0,65	17/0,35	11/0,23	6/0,12

När det gäller de lägesflexibla företagens intresse för Angered och Gårdsten kan man konstatera att närhetsfaktorn kan spela och spelar en roll. Av de sex företagen med intresse för angeredslokalisering är tre "närlokaliserade". Ett ligger tom redan i Angered. De övriga tre har lokalbehov vilket också tidigare kunde konstateras påverka intresset för en angeredslokalisering.

Slutsatser

Enkäten bland FF-företagen förstärker snarast intrycken från den tidigare enkäten. Detta gäller bl a bedömningen att det finns företag som skulle kunna placeras i ett område som Gårdsten. Flera av de företag där man visat intresse för lokaliseringssalternativet har också verksamheter som kan bedömas vara möjliga att bedriva i närheten av bostäder.

Den tidigare bedömningen kvarstår, nämligen, att klassificeringar av företags beroende av olika lägen med utgångspunkt från företagarnas bedömning av lokaliseringsfaktorer blir komplicerade. Man kan också med utgångspunkt från förekomsten av

kombinationer av centralt läge, centrallägesberoende enligt klassificeringen och intresse för lokaliseringsalternativ i nordöstra Göteborg anta att centrallägeskriterier utvecklas i kontakt med omgivningen. Detta skulle kunna medföra att de uttalade kriterierna utnyttjade i klassificeringen av företag i grupper i hög grad avspeglar erfarenheterna av existerande läge och inte bara kraven på ett nytt.

Det tidigare intrycket att närlokalisering positivt påverkar intresset för ett lokaliseringsalternativ förstärks av de kompletterande resultaten. Detta gäller också slutsatsen att företag med lokalbehov är betydligt öppnare för nya lägesalternativ än andra.

Bilaga 1: Enkätens frågor och antalet svar på de olika svarsalternativen. LI-populationen betecknar svaren från företag som ingår i lokalinventeringarna 1972 och 1974 och som behandlas i huvudrapporten. FF-populationen betecknar företag i Företagareföreningens företagsregister och som behandlas i appendix.

Enkätens frågor	LI-populationen	FF-populationen
1. Vad anser Ni om blandad bebyggelse med både bostäder och arbetsplatser		
1.1 idealiskt	18	8
1.2 övervägande fördelar	28	21
1.3 föredrar viss uppdelning	16	11
1.4 föredrar helt avskilda områden	3	7
	<u>65</u>	<u>47</u>
2. Vilka typer av lägen och lokaler skulle Ni kunna tänka Er för Er verksamhet		
2.1 nyinredda lokaler i bostadshus	34	13
2.2 lokaler i ombyggt parkeringshus	4	3
2.3 lokaler i industrihotell/hantverkshus	15	11
2.4 tomt i blandad bebyggelse	15	9
2.5 tomt i eller intill bostadsområde	3	8
2.6 tomt i renodlat industriområde	4	14
	<u>75</u>	<u>58</u>
3. Se bilaga 2		
4. Anser Ni att det i dag skulle kunna innebära några fördelar för Ert företag att flytta		
4.1 ja	6	5
4.2 kanske	9	7
4.3 nej	50	36
	<u>65</u>	<u>48</u>
5. Skulle Ni kunna tänka Er att välja något av följande lägen, om Ert företag skulle flytta		
5.1 nordöstra Göteborg	15	7
5.2 Angered	6	4
5.3 Gårdsten	3 (i)	6 (i)
Nej eller inget svar (ii)	40	31
	<u>64</u>	<u>48</u>

Enkätens frågor	LI-popu- lationen	FF-popu- lationen
6. Skulle hyresrabatter eller andra subventioner öka Ert intresse för Gårdsten		
6.1 ja, definitivt	7	6
6.2 i någon mån	10	7
6.3 inte nämnvärt	10	5
6.4 nej, inte alls	<u>36</u>	<u>29</u>
	63	47
7. Skulle Ert intresse för Gårdsten öka om Ni fick hjälp med utredningsarbete om ekonomiska förutsättningar, tomt och lokalfrågor		
7.1 ja, definitivt	5	5
7.2 i någon mån	7	3
7.3 inte nämnvärt	13	10
7.4 nej, inte alls	<u>39</u>	<u>29</u>
	64	47
8. Har Ert företag idag behov av nya lokaler		
8.1 ja	16	13
8.2 nej	<u>49</u>	<u>35</u>
	65	48

(i) För att i denna redovisning av svaren undvika att räkna företagen dubbelt har då flera alternativ angivits det mest preciserade lokaliseringsalternativet medtagits i tabellen. Dvs Gårdsten om både Angered och Gårdsten angivits.

Bilaga 2: Rangordnade lokaliseringsfaktorer

Tabell B1: Enkätens svarsalternativ vid rangordning av lokaliseringsfaktorer (fråga 3)

3. Vad anser Ni viktigast är Ert företag väljer läge? Rangordna de tre viktigaste alternativen (sätt en 1 för det viktigaste osv)	Faktornummer
3.1 närhet till vägar och transportmedel	1
3.2 närhet till post, bank, butiker osv	2
3.3 närhet till arbetskraft	3
3.4 närhet till kunder	4
3.5 närhet till andra arbetsplatser	5
3.6 frihet att bygga om och bygga till	6
3.7 låg hyra	7
3.8 låg totalkostnad	8
3.9 (1) (annat alternativ, ange vilket)	9
(1) 3.9a centralt läge	9a
3.9b annat	9b

Tabell B2: lokaliseringsfaktorernas rangordning i företagen. Antalet företag som angivit en viss rangordning i LI- resp FF-populationerna (se huvudrapporten resp Appendix). För att göra presentationen mer överskådlig medtas endast de två första rangordnade faktorerna

Rangordning	Kombinationer av lokaliseringsfaktorer (kodnummer, se tabell B1)															
1	111	111	222	22	333	44	4	444	4	66	777	7	888	88	9a9a9b	
2	-23	468	-13	47	147	-1	2	567	8	78	124	8	123	67	- 7 -	
Population																
LI	-21	2--	-21	52	--1	26	10	115	4	1-	111	2	11-	-1	2 - 1	
FF	132	311	12-	2-	11-	1-	4	--5	3	-1	11-	1	1-1	42	- 1 -	

I LI-populationen hade man i 9 företag rangordnat de tre första faktorerna på 41 olika sätt. I fyra svar var faktorerna angivna utan rangordning.

I FF-populationen hade man i 44 företag rangordnat de tre första faktorerna på 36 olika sätt. I fyra svar var faktorerna angivna utan rangordning.

Bilaga 3: Sammanställning av data om företagen som besvarat enkäten (LI-populationen)

Verksamhet (iv)	Grupp (i)	Antal företag / antal anst (vi)	Antal företag			
			i sane- rings- fastig- het	positi- va till inte- grering	positi- va till nö GÖ- teborg/ Angered	med på- verkbart intresse för Gård- sten (iii)
Industri, hantverk	A	6/7	4	5	2/-	3
Partihandel, spedition m m	A	13/4	6	6	5/-	3
Dagligvaruhandel beklädnadsdetalj- handel, tvätte- rier, frisörer m fl	B	19/3	12	16	10/7	9
Sällanköpsvaru- handel, hemut- rustningar, ur, optik, bildetalj- handel, repara- tioner	C	13/2 (ii)	10	9	2/-	2
Restaurantverk- samhet	B	1/5	-	1	1/1	1
Telekommunika- tioner	C	1/26	-	-	-	-
Konsulter, juri- diska revisorer m fl	C	3/1	1	2	1/-	-
Trafikskolor	B	2/5	2	2	2/1	2
Hälso- och sjuk- vård, begravnings- byråer, intresse- organisationer	C	7/2	3	5	1/-	1

- (i) se avsnitt 5.1 och tabell 5.2
- (ii) Två av "företagen" är lager utan anställda vid arbetsstället. Dessa företag har ej medtagits vid beräkning av genomsnitt.
- (iii) Företagarnas intresseför etablering i Gårdsten skulle öka om man kunde erhålla subventioner eller konsulthjälp.
- (iv) Ursprungligen utnyttjades branschbeteckningar enligt SNI-kod. För att minska tabellens omfång har dock flera branscher sammanlagits och givits illustrerande beteckningar (jfr tabell 5.2).
- (v) Nordöstra Göteborg inkl Angered och Gårdsten och Angered inkl Gårdsten.
- (vi) Genomsnittligt antal anställda i företagen under varje verksamhetsrubrik.

Bilaga 4: Antalet svar i enkätens svars kategorier fördelade på branschgrupper. Branschgrupper och inställning till integrering (1.1 - 1.4), möjliga lokalplaceringsmöjligheter (2.1 - 2.6), inställning till nya lokaler, nytt läge (4.1 - 4.3), intresse av etablering i olika områden (5.4, 5.1 - 5.3), intresse av subventioner och konsulthjälp (6.1 - 6.4 resp 7.1 - 7.4) och behov av nya lokaler (8.1, 8.2). Branschgrupper se bilaga 3. Kodnummer 1.1 - 8.2 se bilaga 1 och 2

Bransch- grupp	Svarskategorier i enkäten																	Ant fall										
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	4.1	4.2	4.3	5.4	5.1	5.2	5.3		6.1	6.2	6.3	6.4	7.1	7.2	7.3	7.4	8.1	8.2
A	2	9	6	2	4	1	5	5	2	3	1	3	15	11	7				4	3	10		3	3	12	2	17	19
B	11	8	3	16	1	3	3	1	3	5	14	9	4	6	3	5	5	7	5	5	7	5	3	6	8	5	17	22
C	5	11	7	1	14	2	7	7	1	2	1	21	30	4	2	1	2	19	2	1	2	19	1	4	19	9	15	24
Summa	18	28	16	3	34	4	15	15	3	4	6	9	50	40	15	6	3	7	10	10	36	5	7	13	39	16	49	65

Bilaga 5: Schema för klassifikation av företag
 ma p tre typer av lägesberoende relaterade till
 företag i branschgrupper.

I klassifikationsschemat utnyttjas endast de fak-
 torer som rangordnats bland de tre första även om
 fler ibland rangordnats. För schemat har i företa-
 gens svar angivna kombinationer utnyttjats. Sche-
 mat täcker långt ifrån alla tänkbara kombinationer
 (Kodnummer: se bilaga 2)

Till grupp A har förts företag som

1. rangordnat 7 (låg hyra) eller 8 (låg total-
kostnad) bland de tre viktigaste faktorerna
men där inte 4 eller 1 föregår första 7:a
eller 8:a
2. rangordnat 6 bland de tre första faktorerna
3. rangordnat 9 - närhet till bostad - bland de
tre första faktorerna
4. rangordnat 9 - närhet till leverantörer -
bland de tre första faktorerna

Till grupp B har förts företag som

1. rangordnat 4 före 7:a, 8:a eller 7 och 8 bland
de tre första faktorerna men där 1 inte finns
på 1:a eller 7:a plats
2. rangordnat 1 på 2:a plats och 7 eller 8 på 3:e
plats
3. rangordnat 4 och 2 tillsammans med 3 eller 5

Till grupp C har förts företag som

1. inte rangordnat 7 eller 8 bland de tre första
faktorerna men som
- 1a. rangordnat 4 tillsammans med 1 på 1:a eller
2:a plats
- 1b. rangordnat enbart 4, kombination av 4 och 2
men ej 3 eller 5 eller kombination av 4, 2
och 1
- 1c. rangordnat enbart 9 (centralt läge) eller 4
och 9 (centralt läge)
2. rangordnat 7 eller 8 och som
- 2a. rangordnat 1 på första plats
- 2b. rangordnat 4 och 1 på första och andra plats
- 2c. rangordnat 9 (centralt läge)

I klassifikationsschemat utnyttjas endast de fak-
 torer som rangordnats bland de tre första även om
 fler faktorer rangordnats i enkätsvaret.

Kommentar till utfallet

Bland de företag som ingår i grupp C och som klassificerats som tillhörande grupp C finns 2 verksamheter tillhörande "hälsovårdsbranschen". De två aktuella företagen är de enda som tillhör denna bransch och som svarat på enkäten. Erfarenheten talar för att denna typ av företag mycket väl kan utnyttja lägen utanför centrum, de får dock kvarstå i grupp C.

NOTER

(1) För bestämning av saneringsfastigheter har utnyttjats:

Göteborgs Fastighetskontor, 1977, Förslag till bostadsbyggnadsprogram 1977 - 1981. Göteborg.

Lokalinventeringarna har presenterats i: Stadsbyggnadskontoret i Göteborg, generalplaneavdelningen, 1972, Lokalinventering 1972, rapport 3, huvudrapport. Göteborg.

Stadsbyggnadskontoret i Göteborg, 1974, Lokalinventering 1974. Göteborg.

Vårt datamaterial från lokalinventeringarna har hämtats från data lagrade på Göteborgs Datacentral. Framtagningen av data har gjorts av Ola Engström med OSIRIS version 3, release 2.

(2) Standard för svensk näringslivsindelning, 1969, Meddelanden i samordningsfrågor, 1969:8, Statistiska Centralbyrån. Stockholm.

SNI-katalog, 1975, Meddelanden i samordningsfrågor 1975:4, Statistiska Centralbyrån, Stockholm.

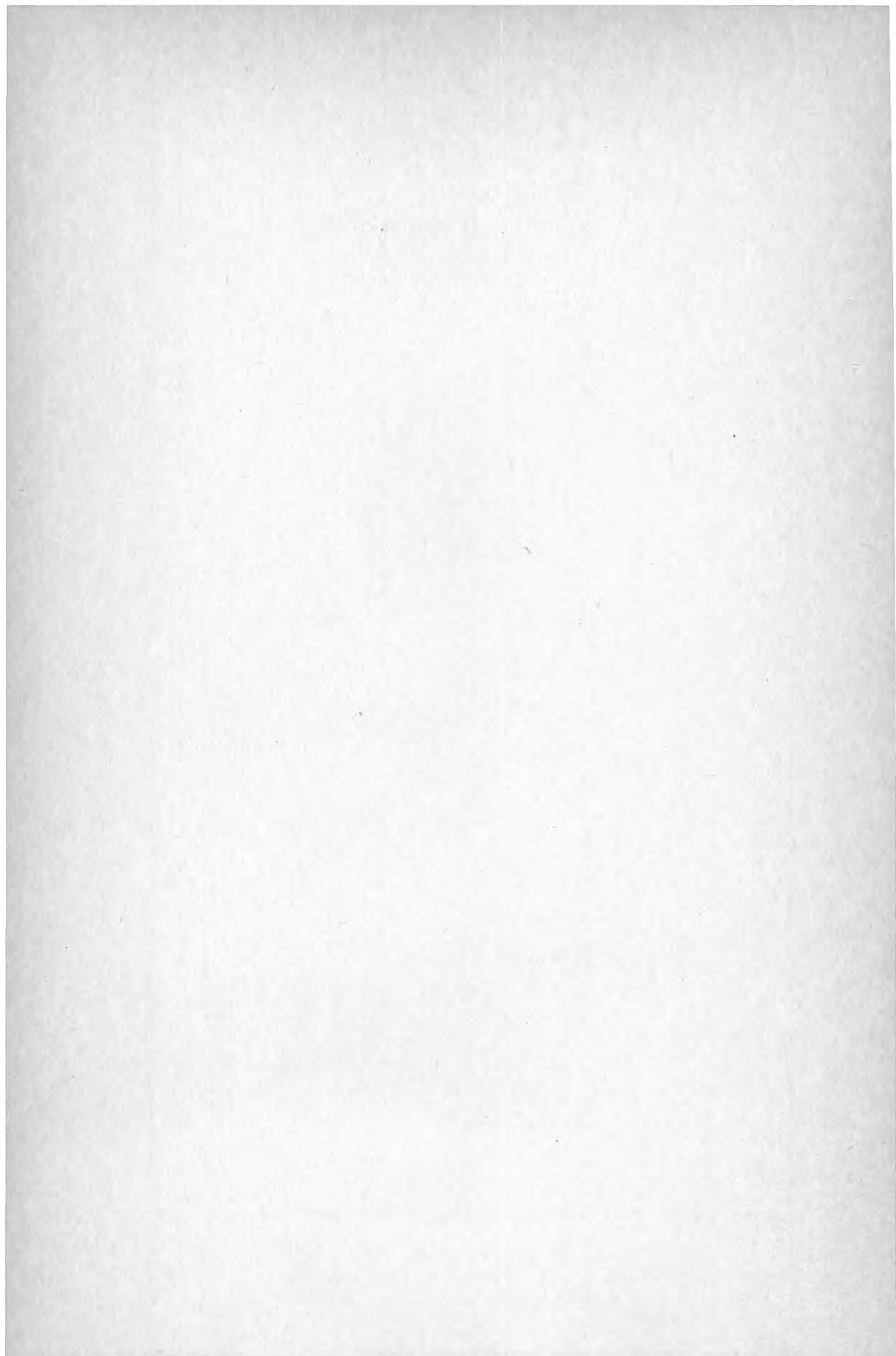
(3) Kristensson, F, 1967, Människor, företag och regioner, EFI, Stockholm.

(4) Dunning, J H, 1969, The City of London, A Case Study in Urban Economics, i Town Planning Review, vol 40, 1969.

(5) Cameron, G C och Johnson, K M, 1969, Comprehensive Urban Renewal and Industrial Relocation - The Glasgow Case, i Orr, S C och Cullingworth, J B (ed), Regional and Urban Studies, 2 tryckn 1970, Allen&Unwin, Bath.

(6) Keeble, D E, 1969, Local Industrial linkage and Manufacturing Growth in Outer London, i Town Planning Review, vol 40, 1969.

(7) Sandahl, G, 1979, Bundenhet eller flyttningsintresse, rapport, Statens råd för byggnadsforskning, Stockholm.



**Denna rapport hänför sig till forskningsanslag från
Statens råd för byggnadsforskning till Avd för
byggnadsplanering, CTH, Göteborg, projektnummer
750564-3**

R17: 1980

ISBN 91-540-3188-5

Statens råd för byggnadsforskning, Stockholm

Art.nr: 6700117

**Abonnemangsgrupp:
Y. Byggnadsfunktion**

**Distribution:
Svensk Byggtjänst, Box 7853
103 99 Stockholm**

Cirka pris: 30 kr exkl moms