

Rapport 12/2019

Forskningsområde: Företagsekonomi

# Strategisk kompetensförsörjning i svenska rurala små och medelstora familjeföretag:

En studie genomförd i tillverkningsindustrin samt turismbranschen

Av: Kristin Sabel



*Institutionen för ekonomi, geografi, juridik och turism (EJT)*

Mittuniversitetet

Kunskapens väg 8, 831 25 Östersund

## 1. INTRODUKTION

- Detta projekt startades våren 2019 mot bakgrund av att mer forskning eftersöktes inom området kompetensförsörjning med koppling till svenska familjeägda småföretag i rurala områden.
- Rurala områden i Sverige har under en längre tid varit objekt för utflyttning av kompetens. Bland annat därav har små företag i dessa områden fått större problem med att hitta specialiserad kompetens (Karlsson, 2018; Keuschnigg et al., 2019).
- Syftet med projektet var att öka förståelsen för de underliggande strategier som små familjeföretag använder sig av för att säkerställa långsiktig kompetensförsörjning. Studien hade speciellt fokus på tillverkningsindustrin samt turismbranschen.
- Studien innefattade även forskning kring underliggande värderingar kopplat till små familjeföretag samt hur dessa värderingar påverkar kompetensförsörjningsstrategierna.

## 2. TEORI

- Tidigare studier inom detta forskningsområde har visat exempelvis att kompetens, framförallt specifik kompetens, i stor utsträckning har övergett de rurala områdena för att istället söka arbete i storstäder eller större städer. Det har visat sig finnas en mismatchad rural arbetsmarknad, där bristen på kompetens i förhållande till arbetstillfällen inte har stämt överens (Karlsson, 2018; Keuschnigg et al., 2019).
- Små och medelstora företag, framförallt familjeägda sådana, har visat sig vara mycket betydelsefulla aktörer i rurala områden gällande skapande av nya arbetstillfällen. De familjeägda företagen har visat sig vara långsiktiga och tillitsbaserade arbetsgivare i framförallt rurala områden (Danes et al., 2008; Hanson et al., 2019; Kelliher & Reinl, 2009).
- De små familjeägda företagen bidrar på ett mycket viktigt sätt till den ekonomiska och sociala utvecklingen av rurala områden (Danes et al., 2008).

- Tillverkningsindustrin samt turismbranschen är två viktiga branscher för de rurala områdena gällande ekonomisk utveckling, då dessa båda branscher främst söker platsbunden kompetens (Bettinelli et al., 2014; Boter & Lundström, 2005; Cucculelli et al., 2015; McAdam et al., 2019; Freiling, 2004).
- Det teoretiska bidrag som denna studie ämnar ge, var att undersöka hur dessa små familjeägda företag inom tillverkningsindustrin och turismbranschen, verksamma i rurala områden, strategiskt sett agerar gällande kompetensförsörjning. Även vilka värderingar som ligger till grund för dessa företags agerande gällande kompetensförsörjning var viktigt i denna studie.

### **3. METOD**

- Under våren 2019 genomfördes en litteraturgenomgång inom ämnet kompetensförsörjning, strategier, små familjeföretag samt rurala områden. Denna litteraturgenomgång bidrog till ökad förståelse för forskningsområdet inför datainsamlingen.
- Metoden som valdes för att genomföra studien var kvalitativt utformade semi-strukturerade intervjuer, med särskilt fokus på intervjurespondenternas egna upplevelser kring kompetensförsörjning och att ingå i ett mindre familjeföretag.
- Intervjufrågor arbetades fram i enlighet med forskningsområdets tidigare genomförda studier samt med nuvarande problemområde. Intervjufrågorna utformades på ett semi-strukturerat sätt. Detta för att kunna ge intervjuerna struktur och även för att kunna jämföra data i ett senare skede. Valet av semi-strukturerad form av intervjuer gjordes även för att kunna ge intervjurespondenterna möjlighet till reflektion.
- Då både tillverkningsindustrin och turismbranschen finns tydligt representerade i svenska rurala områden samt oftast kräver platsbunden kompetens, valdes dessa två industrier att undersöka vidare (Bettinelli et al., 2014; Boter & Lundström, 2005; Cucculelli et al., 2015; McAdam et al., 2019; Freiling, 2004).

- Jämtland och Småland valdes som geografiska platser att söka fram företagen i. Dessa två landskap valdes för att de är välkända för sin entreprenöriella företagsanda, har många små familjeföretag samt är geografiskt belägna i norra respektive södra Sverige.
- De små familjeföretagen valdes ut till intervju utifrån sin bransch, företagsnisch, storlek samt geografisk plats i landskapen.
- Under hösten 2019, genomfördes tjugo stycken semi-strukturerade intervjuer med chefer för små familjeföretag inom tillverkningsindustrin samt turismbranschen. Tio stycken intervjuer genomfördes i tillverkningsindustrin i Jämtland och Småland. Tio stycken intervjuer genomfördes i turismbranschen i Jämtland och Småland.
- När intervjuerna var genomförda, kategoriserades och analyserades datamaterialet i det specialiserade dataprogrammet NVivo Plus 12.

#### **4. RESULTAT**

- Resultatet av studien visar att inom vissa nischer av både tillverkningsindustrin samt turismbranschen, upplevs det idag svårare att hitta rätt kompetens till en anställning, än för några decennier sedan. Flera av företagen menar att detta beror på den geografiska plats de är verksamma på, det vill säga inom relativt rurala områden.
- Flera av intervjurespondenterna förutspår att det kommer att bli ännu svårare att hitta kompetens i framtiden, då dessa båda specifika branscher främst söker platsbunden kompetens till relativt rurala områden som avfolkas. Flera av intervjurespondenterna i såväl tillverkningsindustrin som turismbranschen, menar att bland annat brist på åtgärder från högre samhällsinstanser och myndigheter gör att den negativa trenden fortgår.
- Resultatet av studien visar att små familjeföretag i tillverkningsindustrin, i såväl norra som södra Sverige, generellt sett oftast anställer mer specialiserad kompetens än i turismbranschen.

- Små familjeföretag inom tillverkningsindustrin tenderar även att anställa fler män än kvinnor.
- I flera fall visar det sig att små familjeföretag inom tillverkningsindustrin anställer färre nationaliteter än turistbranschen.
- En strategi som såväl tillverkningsindustrin som turismbranschen använder sig av för att hantera kompetensförsörjning är säsonganställning samt att anställa personer med F-skatt. En annan strategi som främst tillverkningsindustrin använder sig av, är att samarbeta i kluster med andra konkurrerande företag på samma geografiska ort.
- Turismbranschen såväl som tillverkningsindustrin använder sig av flera olika specifika strategiska val för att styra sin kompetensförsörjning.
- De strategier som de båda industrierna använder sig av baseras till stor del på de drivkrafter samt organisationsbundna värderingar som de små familjeföretagen har.
- De drivkrafter samt organisationsbundna värderingarna som de små familjeföretagen förlitar sig mycket på, är bland annat en välfungerande intern kommunikation inom företaget samt en tydlig känsla för familjeföretaget.
- Det som bland annat specifikt utmärker de små familjeföretagen i tillverkningsindustrin respektive turismbranschen är tillitsbaserade värderingar, ömsesidig respekt mellan ledning och anställda samt en god företagsanda.
- I detta fall är de tillfrågade familjeföretagen små och verksamma i relativt rurala områden. Intervjurespondenterna bekräftar att mot bakgrund av detta, är det av yttersta vikt att hitta rätt person och kompetens till en anställning.
- Att personer som anställs kan kommunicera i svenska språket, är mycket viktigt för samtliga intervjuade företag. Det är även mycket viktigt för intervjurespondenterna att en person som anställs är mycket väl införd i den rådande företagskulturen inom företaget. Personer som anställs bör även ha god lokalkännedom anser flera av intervjurespondenterna.

## 5. SLUTSATSER

- Små svenska familjeföretag inom tillverkningsindustrin samt turismbranschen, använder sig av flera viktiga kompetensförsörjningsstrategier. En strategi som används är bland annat säsongsanställning samt anställning av personer med F-skatt. En annan viktig strategi som framförallt tillverkningsindustrin använder sig av, är att samarbeta i kluster med andra konkurrerande företag på samma geografiska ort.
- Det är mycket viktigt för små familjeföretag i rurala områden att upprätthålla en välfungerande intern kommunikation inom företaget samt även en god, tillitsbaserad företagskultur.
- De kompetensförsörjningsstrategier som de små familjeföretagen inom tillverkningsindustrin samt turismbranschen använder sig av, grundar sig främst i de organisationsbundna värderingar som företagen har.

## REFERENSLISTA

- Bettinelli, C., Fayolle, A. & Randerson, K. (2014) Family Entrepreneurship: A Developing Field. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 10(3), 161-236, <http://dx.doi.org/10.1561/03000000049>.
- Boter, H. & Lundström, A. (2005) SME Perspectives on Business Support Services: The Role of Company Size, Industry and Location. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(2), 244-258.
- Cucculelli, M. & Storai, D. (2015) Family Firms and Industrial Districts: Evidence from the Italian Manufacturing Industry. *Journal of Family Business Strategy*, 6(4), 234-246.
- Danes, S.M., Jinhee, L., Stafford, K. & Kay Zachary Heck, R. (2008) The Effects of Ethnicity, Families and Culture on Entrepreneurial Experience: An Extension of Sustainable Family Business Theory. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(3), 229-268.
- Freiling, J. (2004) A Competence-based Theory of the Firm. *Management Revue*, 15(1), 27-52.
- Hanson, S.K., Hessel, H.M. & Danes, S. (2019) Relational Processes in Family Entrepreneurial Culture and Resilience across Generations. *Journal of Family Business Strategy*, 10(2019).
- Karlsson, J. (2018) Does Regional Context Matter for Family Firm Employment Growth? *Journal of Family Business Strategy*, 9(4), 293-310.
- Kelliher, F. & Reinl, L. (2009) A Resource-based view of Micro-firm Management Practice. *Journal of Small Business & Enterprise Development*, 16(3), 521-532.
- Keuschnigg, M., Mutgan, S., & Hedström, P. (2019) Urban Scaling and the Regional Divide. *Science Advances*, 5(1), 1-7, <https://doi.org/10.1126/sciadv.aav0042>.
- McAdam, M., Clinton, E., Gamble, J.R. & Gartner, W.B. (2019) The Family Business as a Community of Practices: Exploring how Practices in Family Businesses Change and Evolve over time. *Academy of Management Annual Meeting Proceeding 2019*.