



VARA KOMMUN

Besöksstrategiskt Program

2016 - 2019

Antagen av kommunstyrelsen 2016-02-10 § 7



Besöksnäring/Turism

Bakgrund

Med begreppet *turism* menar man oftast ”människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften”¹. I snäv mening kan turismen förstås som besöksnäringens konsumtionssida, medan utbudssidan är en sammansättning av en rad branscher, tiotusentals småföretag, många mellanstora företag och några få riktigt stora. Till branscherna hör boendeanläggningar, restauranger, transporter och handel men också sport, kultur och rekreation. De senare öppnar för en vidare tolkning av turism, där värdeskapande verksamhet ingår även när den inte är kopplat till företagsekonomisk vinst. Parallellt med att besöksnäringen i Sverige blir allt viktigare för landets sysselsättning och ekonomiska tillväxt, förfinas kunskapen och metoderna för att värdera existensvärden och icke-brukarvärden av besöksmål utan koppling till näring. Turism som inte syns i en resultaträkning kan då beaktas i politiska beslutsprocesser, eftersom den skapar värden för platsen och människorna där.

Nuläge

Mot bakgrund av att besöksnäringen är en av de snabbast växande näringarna i Sverige både sett till exportintäkter (utländska medborgares konsumtion i Sverige) och sett till antalet sysselsatta² utgör den en näring med stor potential för lokal tillväxt och utveckling även i Vara. Det är en näring som är helt platsbunden och jämfört med många andra branscher utgör den en entrébiljett till arbetsmarknaden för grupper som generellt sett står långt från arbetsmarknaden, t ex unga och utrikes födda –. Besöksnäringen är också viktig för regional utveckling och ett stöd för övrigt näringsliv.^{3,4} Det gäller såväl den kommersiella sidan av turismen som den icke-kommersiella. Oavsett om reseanledningen är ett besöksmål som Sparlösaasten eller ett kommersiellt evenemang som Jordgubbens dag, skapar fler besökare förutsättningar för efterfrågan på exempelvis övernattnings, restaurangbesök, handel m.m. Vara kommun har, sin ringa storlek och utmanande demografi till trots, redan visat sig vara framgångsrik inom delar av besöksnäringen. Här kan nämnas kulturevenemang och scenkonst, måltidsturism och småstadshandeln men också besöksmål av icke kommersiell art så som exempelvis Levene äng eller The Blue Orange. Tillväxtpotentialen för Vara kommun med omnejd när det gäller besöksstrategiska satsningar är stor. Genom en konstruktiv samverkan mellan privata aktörer, offentlig sektor och civilsamhälle stärks platsens attraktionskraft till gagn för både dagens och morgondagens invånare liksom återkommande och nya besökare.

¹ Turismens begreppsnyckel (2006), finns att hämta på: <http://publikationer.tillvaxtverket.se>

² Turismens årsbokslut (2014), finns att hämta på:
<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/faktaochstatistik/turism/ekonomiochsysselsattning.4.3453fc5214836a9a472a65fc.html>

³ Turismens begreppsnyckel (2006), finns att hämta på: <http://publikationer.tillvaxtverket.se>

⁴ Västra Götaland 2020 Strategi för tillväxt- och utveckling i VGR 2014-2020, finns att hämta på: <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/startsida/Regionutveckling/VG2020-strategin/>

Framtid

År 2019 har Vara stärkt sitt varumärke och sin status som reseanledning och mötesplats i regionen. Platsens lyskraft har ökat liksom flödet av människor på tillfälliga och längre vistelser i området. Serviceutbudet till kommunens invånare och besökare har stärkts liksom förutsättningarna för företagande inom besöksnäringen. Vara en plats där det händer. Här samverkar offentliga och privata aktörer med civilsamhället för att gemensamt dra fler till platsen.

Mål

Allt arbete i kommunen utgår från Vara kommuns styrdokument. Samtliga mål i styrdokumenten följs upp i samband med delårs- och årsrapporter.

Det besöksstrategiska programmet mäts huvudsakligen med utgångspunkt i den strategiska planens övergripande mål:

I Vara kommun trivs alla att leva och bo

Det övergripande målet mäts vartannat år genom två frågor i SCBs medborgarundersökning; *"Hur nöjd är du med din kommun i dess helhet som en plats att bo och leva på?"* och *"Kan du rekommendera vänner och bekanta att flytta till din kommun?"*, samt genom det faktiska invånarantalet. Målet anses uppfyllt om 75 procent av respondenterna ger mellanbetyg (5-7) eller höga betyg (8-10) på en tiogradig betygsskala samt om invånarantalet har ökat mellan år 2016 till 2019.

Liksom följande två mål i kommunstyrelsens verksamhetsplan:

- Kommunstyrelsens verksamheter bidrar till att skapa ett bra och konkurrenskraftigt näringslivsklimat.

Målet mäts genom Svenskt Näringslivs årliga mätning av det lokala företagsklimatet respektive Nyföretagarbarometern. Indikatorn beträffande "näringslivets sammanfattande omdöme om det lokala företagsklimatet" liksom "tillgång på kompetent arbetskraft" är ett medelvärde av det omdöme företagarna i Vara angivit i den enkät som Svenskt Näringsliv skickar ut varje vår till företagare i Sveriges alla 290 kommuner. Betyg i enkäten sätts på en skala mellan 1 och 6 där 1 = dåligt och 6 = utmärkt. Betyg 4=bra, är det indikatorsmål som Svenskt Näringsliv rekommenderar för det sammanfattande omdömet. När det gäller tillgång på kompetent arbetskraft har indikatorn satts utifrån nuläge och mål om att det läget inte ska försämrats utan snarare öka till en godkänd nivå (3=godkänt) eller högre. Nyföretagandet mäts i enheten antal företag per 1 000 invånare och ska ligga kvar på nuvarande höga nivå eller öka.

- Kommunstyrelsens verksamheter bidrar till att kommunens lyskraft ökar. Statusen som reseanledning och mötesplats i regionen stärks liksom serviceutbudet för invånarna.

Målet mäts genom tre indikatorer: Antal konserthusbesökare; Antal gästnätter på boendanläggningar i kommunen samt totalt handelsindex.