

Norut Tromsø
Rapport nr 11/2008

HAGER I SKIFTENDE LANDSKAP

Evaluering av SIVAs Næringshagesatsing



© Bjarne Nygård / Samfoto

Toril Ringholm, Gro Alteren, Elisabeth Angell, Arild Buanes,
Margrethe Aanesen

Norut Tromsø
September 2008

I samarbeid med

Prosjektnavn		Prosjektnr
Resultat- og effektevaluering av SIVAs næringshagesatsing		4568
Oppdragsgiver SIVA		Oppdragsgivers ref
Dokumentnr 11/2008	Dokumenttype Rapport	Status Åpen
ISSN 1890-5218	ISBN 978-82-7492-206-8	Ant sider 94
Prosjektleder Toril Ringholm	Signatur	Dato 06-09-08
Forfattere Toril Ringholm, Gro Alteren, Elisabeth Angell, Arild Buanes, Margrethe Aanesen		
Tittel Hager i skiftende landskap Evaluering av SIVAs næringshagesatsing		
Resyme Evalueringen av næringshagesatsingen viser at næringshageselskapene over tid har gjennomgått en utvikling fra å først og fremst være en aktør i utviklingen av samlokaliserte bedrifter, til også å være en regional utviklingsaktør. Aktiviteten i selskapene retter seg like mye mot bedrifter utenfor som i næringshagene, i tillegg har de et økende ansvar for gjennomføringen av lokale og regionale utviklingsprosjekter av ulike slag. Oppdragsgiver for disse er hovedsakelig det offentlige. Næringshagene får en gjennomgående positiv vurdering, både av de bedriftene som er lokalisert i næringshagene, bedrifter utenfor næringshagene, kommuner og aktører i det regionale virkemiddelapparatet. Samtidig pekes det også på problematiske sider ved næringshagene. Disse er for det første knyttet til spørsmålet om hvorvidt næringshagene skal fortsette å dyrke den regionale utviklerrollen, og om dette vil skje på bekostning av det mer bedriftsspesifikke arbeidet. For det andre dreier det seg om at flere ser behov for en bredere anlagt diskusjon med og blant aktørene i virkemiddelapparatet om næringshagenes fremtidige rolle, og de økonomiske betingelsene for å utvikle denne.		
Emneord Næringshage, innovasjon, utvikling, regionalpolitikk, distriktpolitikk, implementering, samstyring		
Noter		
Postadresse: Norut Tromsø Postboks 6434 Forskningsparken, 9294 Tromsø Telefon: 77 62 94 00 Telefaks: 77 62 94 01 E-post: post@norut.no		

FORORD

Denne evalueringen har skjedd gjennom et intensivt arbeid i en relativt kort tidsperiode. Vi har derfor vært avhengig av gode hjelpere for å få samlet inn det nødvendige datamaterialet. Lederne i næringshagene har gjort en uvurderlig innsats med både å svare på egne spørreskjema og å komme med gjentatte oppfordringer til bedriftene om å svare på sine. 12 av dem har dessuten stilt opp til intervju, og vært behjelpelig med å finne andre relevante informanter. Vi vil dessuten takke alle de bedriftslederne og informanter fra næringshagenes omgivelser som også har latt seg intervju.

Referansegruppa for evalueringen har vært til stor nytte. Gruppa har gitt verdifulle kommentarer til utformingen av spørreundersøkelsene og til et uferdig førsteutkast av rapporten. De som var med i referansgruppa, var:

Jon Johansen, direktør Innovasjon SIVA

Marit Helene Pedersen, direktør NHO Finmark

Tove Gulbrandsen, styreleder i Næringshagene i Norge

Målfrid Jordet Ågotnes, KRD

Kåre Movold, KRD

Eirik Pedersen, Kunnskapsparken Bodø

Til stor nytte var også et knippe anonyme testpersoner, som gjennomførte en test av spørreskjemaene før de ble sendt ut.

I slutfasen av prosjektet ble en del av resultatene fra undersøkelsen presentert på en work-shop for lederne i næringshageselskapene. Presentasjonen dannet utgangspunkt for diskusjoner og refleksjoner som vi har hatt nytte av i slutføringen av rapporten.

Sist, men ikke minst, vil vi takke vår kontaktperson Heidi Lyng i SIVA for et godt og konstruktivt samarbeid gjennom hele prosessen.

Toril Ringholm
(prosjektleder)

Tromsø 6. september 2008

INNHOLDSFORTEGNELSE

FORORD.....	V
INNHOLDSFORTEGNELSE	VII
1 SAMMENDRAG.....	1
1.1 Norsk sammendrag.....	1
1.2 English summary	3
2 NÆRINGSHAGER: UTVIKLINGSTREKK OG RAMMEVERK.....	7
3 ANALYTISK RAMME.....	9
3.1 Regionalpolitikk i endring.....	9
3.2 Sentrale tema i evalueringen	11
4 DATAGRUNNLAGET	15
4.1 Tre spørreskjemaundersøkelser.....	15
4.1.1 Bedriftene i næringshagene.....	15
4.1.2 Næringshagelederne.....	15
4.1.3 Kommuner med næringshager.....	16
4.2 Case-studier av 12 næringshager.....	16
4.3 Registerdata	17
5 HVORDAN ARBEIDER NÆRINGSHAGESELSKAPENE?	19
5.1 Bemanning og økonomisk utvikling	19
5.2 Inn- og utflytting av bedrifter.....	20
5.3 Drift og utvikling: En krevende kombinasjon.....	22
5.4 Arbeidsområder	23
5.4.1 Bedrifter i og utenfor næringshagene	23
5.4.2 Kontakten med FoU-miljø	26
5.4.3 Lokale og regionale utviklingsprosjekt.....	28
5.4.4 Kvinnesatsing.....	30
5.4.5 Ungdom – et nytt felt?	31
5.5 Profilerings som ambisjon og realitet	32
5.6 Framtidsplaner.....	35
5.6.1 Rollen som næringshageutvikler.....	35
5.6.2 Næringshagene i virkemiddelapparatet	37
5.6.3 Styret – en aktiv medspiller?.....	38
5.7 Oppsummering	40
6 NÆRINGSHAGENE OG OMGIVELSENE	44
6.1 Næringshageselskapenes samarbeidsrelasjoner	44
6.2 Forholdet mellom næringshagene og kommunene	46
6.2.1 Kommunale vurderinger av næringshagens betydning.	49
6.3 Næringshagen, SIVA og de regionale virkemiddelaktørene.....	51
6.4 Forholdet til det regionale virkemiddelapparatet	52

6.4.1	Mellom den enkelte næringshage og det systemiske blikk	53
6.5	Betydningen av næringshagenettverket	54
6.6	Hvordan oppfatter andre bedrifter næringshagene?	54
6.7	Oppsummering	55
7	BEDRIFTENE I NÆRINGSHAGENE	57
7.1	Næringshagebedriftene etter bransje, alder og størrelse	57
7.2	Bedriftenes bruk av næringshagenes tilbud	61
7.3	Næringshagen som sosial arena	65
7.4	Orientering mot innovasjon og nyskaping?	66
7.5	Hvordan skjer utviklingen i bedriftene?	68
7.5.1	Kompetanse- og kunnskapsutvikling	69
7.5.2	Produkt- og tjenesteutvikling	71
7.6	Lønnsomhet og vekst	73
7.6.1	Signifikant forskjell i omsetning, men ikke i vekst	74
7.6.2	Lønnsomhet	77
7.6.3	KIFT-bedrifter i næringshagene vs alle KIFT-bedrifter i landet ...	79
7.7	Oppsummering	81
8	FRA NÆRINGSHAGE TIL UTVIKLINGSLANDSKAP	84
8.1	Iverksetting som endelig og kontinuerlig prosess	84
8.2	Balansen mellom de to utviklerrollene	85
8.3	Behov for nye rapporteringskriterier?	88
9	REFERANSER	90
10	VEDLEGG	92

1 SAMMENDRAG

1.1 Norsk sammendrag

Næringshagene er mer enn samlokalisering av bedrifter. De er også lokale og regionale utviklingsaktører og har et vidt nedslagsfelt både tematisk og geografisk. Dette har flere forklaringer. For det første den betydningen det har for økonomien i næringshageselskapene. De regionale utviklingsoppgavene er en del av en strategi for å sikre finansiering på lengre sikt. Noen av selskapene har vært gjennom en prosess der utleiefunksjonene er skilt ut i separate selskaper. Vi ser en svak positiv økonomisk utvikling i næringshageselskapene de senere år.

Den utvidete rollen kan også henge sammen med erfaringer om at det er vanskelig å leve opp til ideen om bransjemessig profilering. Grunnlaget for dette har ofte ikke vært til stede, noe som har gitt mindre grunnlag for næringshageselskapene til å drive med for eksempel mer spissede former for kompetanseheving. Til sist er dette også en utvikling som blir oppmuntret av både SIVA, kommuner og fylkeskommuner.

Utviklingen i retning av en regional rolle ser ut til å ha gått raskere for de yngre næringshagene enn for de eldre. Denne rollen fylles i betydelig grad som gjennomfører av prosjekter for ulike offentlige myndigheter. Dette er et aldri så lite tankekors, av flere årsaker. For det første at det kan skje på bekostning av en mer generell veilednings- og utviklerrolle. For det andre kan næringshageselskapene komme i konkurranse med lokale bedrifter.

Næringshagen som samlokalisering av bedrifter synes over tid å ha blitt svakere vektlagt, sett i forhold til rollen som utviklingsaktør. Denne rollen er likevel fortsatt både levende og aktiv. Næringshageselskapene har en rekke utviklingstiltak innrettet mot bedrifter både i og utenfor samlokaliseringen. Mye av den eksterne virksomheten dreier seg om å hjelpe etablerere ved å være et bindeledd til det øvrige virkemiddelapparatet. Vi ser også en økende andel av nyetableringer blant de samlokaliserte bedriftene. Dynamikken i inn- og utflytting viser at det skjer utviklingsprosesser i næringshagebygningen

Det har vært en utvikling mot mer kontakt med FoU-miljø de siste årene. Så godt som alle selskapene har samarbeidsavtaler med slike institusjoner. Det ser ut til at næringshageselskapenes forbindelser til disse miljøene først og fremst har et generelt preg, men det er også

tilfeller der næringshageselskapene er engasjert i FoU-basert utviklingsarbeid i enkeltbedrifter i næringshagen.

Når det gjelder tilbudet av utviklingsorienterte aktiviteter til bedriftene i og utenfor næringshagen, er planene for den nærmeste framtiden å fortsette i det sporet de nå er i, muligens med en viss dreining fra generelle til mer spissede aktiviteter. Når det gjelder den mer utvidete regionale utviklingsfunksjonen, er det både vilje til, og interesse for å satse på nye tema, som for eksempel ungdomssatsing. Næringshagelederne mener jevnt over at styret er en god og konstruktiv medspiller.

Både kommunene, aktører i det regionale virkemiddelapparatet og bedrifter som ikke er samlokalisert i næringshagene har jevnt over en positiv oppfatning av næringshagene. Næringshagenes rolle og funksjon i det kommunale næringsarbeidet er viktig å diskutere nærmere, i lys av avklaringene om hvordan kommunene skal fungere som en bedriftsrettet førstelinjetjeneste for Innovasjon Norge.

De regionale virkemiddelaktørene følger utviklingen i de enkelte næringshagene, samtidig som de gjennom regionale partnerskap og "innovasjonsteam" er i en kontinuerlig og krevende dialog med hverandre om innretningen av de næringsrettede virkemidlene på fylkesnivå.

I det lokale næringslivet utenfor næringshagen betraktes næringshagene både som viktige arenaer og møteplasser for næringslivet, og som et lokalt brohode til virkemiddelapparatet.

Bedriftene som er samlokalisert i næringshagene oppfatter generelt dette som svært positivt. Det gjør de selv om de ikke alltid har mange bedrifter med beslektet virksomhet rundt seg. For mange synes det å være viktigere med et mangfold av virksomheter og et godt sosialt miljø. Vi ser likevel at bedriftene er orientert mot utvikling og kompetanseheving, men FoU-miljø kommer et stykke ned på listen over samarbeidspartnere ved utvikling av nye produkter og tjenester. Likevel ser vi at næringshagene helt klart har oppfylt ambisjonen om å være samlokalisering av KIFT-bedrifter.

Mer enn halvparten av bedriftene mener at det har vært viktig for bedriftens utvikling å være samlokalisert i næringshagen. Samtidig tyder tallene på at disse KIFT-bedriftene har betydelig, om enn ikke dramatisk, lavere lønnsomhet enn det sammenlignbare nasjonale gjennomsnittet. Tallene omfatter et kort tidsrom og må tolkes med varsomhet, men en

mulig forklaring på denne forskjellen kan ligge i at samlokalisering i næringshagene særlig er en støtte for bedrifter i en oppbyggingsfase.

Hvorvidt det bildet som framkommer av de samlokaliserte bedriftene i næringshagene, viser et innovasjonsmiljø, beror på hvilken oppfatning en har av begrepet innovasjon. Vi har ikke inntrykk av at det er mange, om noen, av næringshagene som matcher definisjonen av "radikale innovasjonsmiljø", men at det er flere som passer inn i et begrep som "utviklingsorienterte miljø".

Avslutningsvis presenterer vi problemstillinger knyttet til næringshagenes videre utvikling. Skal de videreutvikle sin rolle som regional utviklingsaktør? Hvordan skal det eventuelt skje, og vil det komme i konflikt med funksjonen som medhjelper til utvikling av enkeltbedrifter? Svaret på dette finnes i kombinasjonen av økonomiske overlegninger og institusjonelle utviklingstrekk. Det ser ut til å være nødvendig at de ulike aktørene som er involvert i gjennomføringen av Næringshagesatsingen, klargjør hvilke funksjoner som skal ha prioritet og hvilke ressurser som skal følge disse.

I lys av våre funn er også et aktuelt spørsmål hvorvidt det bør utvikles et bredere sett av rapporteringskriterier for næringshagene, og vi foreslår at dette knyttes opp til tema som kompetanse, ekstern rettet arbeid og samhandling med FoU- og utdanningsmiljø. Det kan også være hensiktsmessig, mangfoldet blant næringshagene tatt i betraktning, å ha et mer individuelt sett av rapporteringskriterier.

1.2 English summary

The industrial gardens are more than a co-localisation of businesses. They are also local and regional agents for development and they have a broad focus, thematically as well as spatially. This fact is due to several explanations, of which the first is the impact it has on the economy of the industrial garden companies. The regional development tasks are part of a strategy to secure a long-term financing. Some of the industrial gardens have been through a process where the responsibility for the letting out of offices has been transferred to a separate company. We can detect a slightly positive economic development in the industrial garden companies the last years.

The expanded role can also be connected to the experience that it is difficult to match the cluster-inspired ambitions of developing a clearly

definable profile for each industrial garden with as regards the specific industries that dominate. The foundation for this has often been lacking and has presented the industrial garden companies with reduced opportunities for offering the more industry-specific kinds of competence development.

The speed with which the industrial gardens have developed towards a regional role seems to have been higher for the younger ones of the industrial gardens than it has been for the older ones. This role does to a considerable degree consist of taking on the implementation responsibility of development projects on behalf of different public authorities. This is a fact that needs to be considered. Firstly because a focus on these activities may inhibit the more business directed coaching and development work. Secondly, it may have the effect that the industrial garden companies compete with other local companies.

The role of the industrial garden as a co-localisation of companies seems over time to have become less important than the new role as regional developer, although these are not mutually exclusive. The internal, co-localisation aspect is still a central one. The industrial garden companies run a multitude of developing activities, directed at businesses outside the co-localisation as well as businesses within it. A lot of the external activity deals with assisting entrepreneurs by serving as the link to the business development support system. What we also see is an increasing rate of new businesses among the co-localised businesses. This dynamic shows that development processes happen in the co-localisation.

There has been an increasing emphasis towards more contact with research and development (R&D) institutions, as well as with institutions for higher education over the recent years. All but one of the industrial garden companies have established formal co-operative agreements of with such institutions. The contact, however, still appears to be of a general kind, though we also see instances of the industrial garden companies engaging in research-based development in a specific company.

When it comes to developing the activities in the companies inside and outside the co-localisation, the plans for the immediate future are basically to proceed on the same track, possibly with a slight turn from general to more specific activities. Regarding the expanded role in regional development, the industrial garden companies both have the will to, and the interest in taking up new themes and issues, of which one

example is developing a policy that encourages young people to settle in the regions of the industrial gardens. The boards of the industrial gardens are in general considered as a competent and constructive co-player by the directors.

Both the municipalities, the agents of the business development support system and directors of companies that are not a part of the co-localisation, do in general have positive opinion of the industrial gardens. It will be important to discuss the future role of the industrial gardens in the municipal work. This is particularly important in the context of the ongoing negotiations of the municipalities' role as front line support for Innovation Norway (Innovasjon Norge).

The agents of the regional business development support system are monitoring the development in each of the industrial gardens. At the same time they have a continuous and demanding dialogue with each other on the strategies and resources for industrial development available at the regional level.

Representatives of the businesses outside the co-localisation of the industrial gardens, consider these as important arenas for the local businesses, and also as a bridgehead to the regional support system.

The companies that are part of the co-localisation do in general consider the membership as positive, even if they often do not have many related businesses in the neighbourhood. Many of them consider it more important to have a diversity of industrial sectors represented and a good social environment around them. We nevertheless see that the companies emphasise development and upgrading of skills and formal competencies. Institutions for research and development are however not among the highest ranked of partners for developing new products and services. Still we see that the industrial gardens clearly have fulfilled the ambition of co-localising knowledge intensive service businesses.

More than half of the companies state that being co-localised in an industrial garden have been important for the development of their own business. At the same time the findings indicate that the knowledge intensive service businesses in the industrial gardens have considerably, however not dramatically, lower profitability than the comparable national average. The data describe a short time-span and must be interpreted with care, but a possible explanation may be that co-localisation is particularly important for companies in the early phase of development.

Whether the picture of the co-localised companies can be described as an instance of an innovation-oriented environment, depends on how the concept of innovation is interpreted and defined. This evaluation leaves the definite impression that there are not many industrial gardens, if any, that continually produce “radical innovation”, while there are rather more that fit a description of idea-generating and development oriented environments.

Finally we present questions connected to the further development of the industrial gardens. Should they further extend their role in regional development? How should that happen, and will this produce conflict with their position as a guide and helper for the development of the individual companies? The answer to this lies in a combination of economic considerations and institutional factors. It looks as if it is necessary for the agents involved in the implementation of the industrial gardens to clarify the priorities, and the resources to follow them.

In the light of our findings we also see the relevance of asking whether to develop a broader set of reporting criteria for the industrial gardens. We suggest that the annual reporting should encompass issues such as competence, externally directed work, and co-operation with research and higher education. Considering the heterogeneity among the industrial gardens, a more flexible set of reporting criteria could be adequate.

2 NÆRINGSHAGER: UTVIKLINGSTREKK OG RAMMEVERK

Næringshageprogrammet startet i 1998, og er et av mange statlige virkemidler for å bidra til næringsutvikling. Næringshager er særlig tenkt som et redskap for næringsutvikling i områder utenfor de store befolkningskonsentrasjonene. Målsettingen med tiltaket finner vi formulert i St.prp.nr.1(1998-1999):

Formålet med tiltaket er å stimulere utvikling av nye arbeidsplasser innenfor kunnskapsintensive næringer i distriktene gjennom å tilby infrastruktur og utviklingsmiljøer til personer med høy kompetanse. Gjennom å legge til rette for samlokalisering og synergivirkninger er målet å skape utviklingsmuligheter i distriktene for personer og næringsvirksomhet som i dag opplever marginale miljøer og liten stabilitet.

I 2006 ble Nytt Næringshageprogram lansert. Programmet bygger på de erfaringene som er gjort i løpet av den første programperioden. Det nye programmet er mer spesifikt i sine krav til økonomi, forankring blant lokale næringsaktører og offentlige aktører, samt fokus på innovasjon og nyskaping, enn det første programmet var. Forutsetningen om fysisk samlokalisering er imidlertid noe nedtonet. I det nye programmet åpnes det for fleksibilitet, slik at bedrifter kan være tilknyttet næringshagen uten direkte å være lokalisert i en næringshagebygning. Det er altså anledning til å være såkalt distribuert næringshage. Til sammen er det 51 næringshager som er eller har vært innenfor ett eller begge næringshageprogrammene. Vi finner næringshagene ganske jevnt fordelt over hele landet, men naturlig nok ikke i de mest sentrale områdene.

Næringshagene er organisert som aksjeselskaper, og de fleste av dem har en tosidig funksjon. De skal for det første legge til rette for samlokalisering. Dette er ofte, og særlig i tidlig fase, fremstilt som å drive næringsbygg, gjennom utleie av lokaler og tilrettelegging av teknisk infrastruktur. Den andre, og over tid mer fokuserte funksjonen, er som utviklingsaktører. Denne utøves ved at samlokalisering av bedrifter danner utgangspunkt for kompetanseheving og nettverksbygging; i bedriftene i den enkelte næringshage samt mellom bedrifter, kompetansemiljøer/FoU-miljøer, eksternt næringsmiljø, virkemiddelapparatet og relevante deler av offentlig sektor for øvrig.

Næringshagene er så vidt omtalt i STEP-gruppens evaluering av SIVA i 2000 (Aslesen m.fl. 2000). Det fremgår her at en viktig bakgrunn og begrunnelse for SIVAs satsing på næringshager, var en studie som ble gjennomført av to av SIVA's egne medarbeidere (Bjørn og Svendgaard

1998). Denne rapporten vektlegger særlig to begrunnelser for etableringen av næringshager: For det første det nye tekno-økonomiske paradigmet og fremveksten av de kunnskapsbaserte næringene, som vokser spesielt sterkt i de mest sentrale strøk av landet. For det andre vektlegges de effekter som kan skapes gjennom å samlokalisere kunnskapsbedrifter, og hvordan utviklingen av slike bedrifter kan etableres, organiseres og utvikles i mindre sentrale deler av landet.

For næringshagene innebærer det å være med i programmet at de får utviklingstøtte fra SIVA i en periode på 4 år, med en gradvis nedtrapping. Dette er for at næringshageselskapene i løpet av programperioden litt etter litt skal bygge opp ordninger som sikrer varig finansiering.

Næringshagene rapporterer årlig til SIVA i henhold til spesifikke kriterier, slik som antall ideer til nye innovasjoner, samarbeidsavtaler, spesialisering innenfor bestemte bransjer og turnover blant bedriftene. I denne evalueringen bruker vi også disse kriteriene, men undersøker i tillegg næringshagenes samspill med omgivelsene, og foretar en sammenligning med lokalt og nasjonalt nivå når det gjelder bedriftenes økonomiske utvikling.

3 ANALYTISK RAMME

Evalueringen av næringshagesatsingen rommer flere dimensjoner og mange spørsmål. På et overordnet nivå dreier dette seg om iverksetting av statlig politikk for regional utvikling. Næringshagene kan her betraktes som et uttrykk for de endringene som har skjedd i denne politikken de siste par tiårene, endringer som kommer til uttrykk både i form av tiltak og når det gjelder hvem som er involvert i gjennomføringen. De framstår også som uttrykk for endringer i SIVA's generelle innretning, fra å være eiendomsforvalter til også å innta en mer utvidet utviklerrolle (Aslesen et al 2000). På bakgrunn av disse dimensjonene må det stilles spørsmål både om hva som skapes i og hva som skapes av næringshagene, samt om på hvilke måter dette skjer.

3.1 Regionalpolitikk i endring

Regional- og distriktspolitikk har lange tradisjoner i Norge. Røttene finner vi i etterkrigstidens gjenreisning og planpolitikk med støtteprogram til industrien, noe som gjorde at distriktspolitikk i stor grad var synonymt med industripolitikk. Fra midten av 1970-tallet skjedde det endringer som krevde andre grep. Nedbygging av industrien førte i første omgang med seg motkonjunkturpolitikk, men etter hvert også bevisstheten om behovet for omstilling (NOU 2004:2). Slik omstilling krevde andre styringsmessige tilpasninger enn en hadde vært vant til. Mens industripolitikken og motkonjunkturpolitikken først og fremst var statlig forankrede prosesser, krevde omstilling involvering fra et bredere sett av aktører. Fylkeskommunene og kommunene har dermed de siste 15-20 årene fått en stadig viktigere rolle på dette området. Utviklingen i regional- og distriktspolitikken beskrives av flere som en utvikling fra en "ovenfra-og-ned"-politikk til en politikk som i økende grad nødvendiggjør, og også utfordres av, strømninger "nedenfra-og-opp" (Bolkesjø og Onsager 2004).

Dette er en utvikling i tråd med sterke internasjonale utviklingstrekk, preget av så vel New Public Management som de ulike styringsmodellene som faller inn under begrepet governance, et begrep som på norsk kan oversettes med "samstyring" (Røiseland og Vabo 2008). Vi finner trekk av denne formen for styring i flere sammenhenger, for eksempel i ulike former for partnerskap og i forskjellige regionale og lokale samarbeidsorganer. Slikt partnerskap og samarbeid er i ulik grad formalisert, og den fleksibiliteten som ofte ligger i slike styringsrelasjoner kan samtidig gi opphav til en viss utydelighet når det gjelder ansvar og rollefordeling.

Næringshagene som redskap for regional utvikling framstår som et uttrykk for en slik styringsform. Selv om de er en del av et statlig initiert utviklingsprogram, krever gjennomføringen av dem involvering og engasjement fra ulike lokale og regionale aktører, både næringsliv og offentlige myndigheter; aktører som også vil ha innflytelse over måten næringshagene utformes på og måten de drives på.

Et annet endringstrekk i den norske regionalpolitikken de siste par tiårene er den økte vektleggingen av for det første kunnskapsbaserte næringer og innovasjon, beskrevet som "Innovasjonsvekkelsen som går over landet" (Arbo og Gammelsæter 2004:18). Det andre trekket er troen på effektene av endogene utviklingsprosesser (Bolkesjø og Onsager 2004). Næringshagesatsingen plasserer seg innenfor denne nye utviklingstradisjonen. Hovedformålet med satsingen var å "stimulere til utvikling av nye arbeidsplasser innenfor kunnskapsintensive næringer i distriktene" (St.prp.nr.1(1998-99)). Den føyer seg slik sett inn i en politikk som i økende grad har vektlagt betydningen av bedre tilgang på kunnskap som innsatsfaktor (Borch 2004). Regjeringen la i 2003 fram en handlingsplan for en helhetlig innovasjonspolitik (Nærings- og handelsdepartementet 2003).

Næringshagesatsingen henter også inspirasjon fra ideene om næringsklynger. Med klynge tenker en på en geografisk opphopning av beslektede næringsaktiviteter som er gode miljøer for å fremme nyskaping og innovasjon; lokale nettverk av samarbeidende bedrifter (Rosenfeld 1997). Selv om det å beskrive næringshager som klynger av mange vil oppfattes som å ta for hardt i, er det lett å gjenkjenne klyngetenkingen som en ide og inspirasjonskilde, for eksempel i ambisjonene om at næringshagene bør etterstrebe en bransjemessig profil¹.

Mye av politikken for innovasjon og nyskaping har eksplisitt eller implisitt sprunget ut av en forståelse av innovasjon og nyskaping som en lineær prosess (Arbo og Gammelsæter 2004). Med lineær forståelse mener vi en antagelse om at nye vitenskapelige funn og oppdagelser legger grunnlag for nye produkter og tjenester, og der veien mellom disse to er forholdsvis lite problematisert. Denne oppfatningen står i kontrast til en tilnærming der systemforståelsen er utvidet, og nyskaping ses i en mer sammensatt kontekst (se f.eks. Hedin et al 2008). I denne sammensatte forståelsen vektlegges samspillet mellom bedrifter, kunder,

¹ Enkelte næringshager har en tydelig tematisk profil, for eksempel gjennom orienteringen mot olje, gass og energi i Hammerfest Næringshage.

kunnskapsmiljø, konkurrenter og utviklingsbetingelser, og en ser for seg en mer kronglete vei mellom forskning og nye produkter.

Næringshageprogrammet framtrer på denne bakgrunn som et regional- og distriktpolitisk tiltak som bærer i seg flere av de mest sentrale kjennetegnene på den nye retningen innenfor dette politikkområdet. Dette gjør at når vi betrakter utviklingen av næringshagene som iverksetting av statlig politikk, må vi ha en nokså vid tilnærming som utgangspunkt. Dette er særlig forankret i følgende forhold:

- Involveringen av ulike lokale aktører i etableringen og driften av næringshagene, gjør at en må være åpen for et betydelig mangfold i profil og arbeidsformer.
- Lokale forskjeller i kultur, nærings- og befolkningsgrunnlag, vil også bidra til å skape variasjoner i næringshagenes profil og arbeidsformer.
- Kunnskap og kunnskapsutvikling er en størrelse som er vanskelig å styre. I den grad kompetanse og FoU-orientering faktisk legges til grunn, er utviklingspotensialet for næringshagene dermed beheftet med en ikke ubetydelig risiko.
- Innovasjon og utvikling kan ha mange forskjellige forløp, og involvere ulike typer av aktører.

Vi har derfor ikke lagt opp evalueringen som en streng måling av resultater i forhold til målsettinger for de to næringshageprogrammene. Vi har heller ikke innsnevret fokuset til bare å gjelde utviklingen i de bedriftene som er samlokalisert i næringshagen. Disse elementene er også innvevd i analysen, men i tillegg søker vi å fange opp de mer uforutsigbare utviklingstrekkene og de utfordringene som knytter seg til helheten i dette bildet.

3.2 Sentrale tema i evalueringen

På bakgrunn av det som er presentert i det foregående, vil analysen dreie seg om tre hovedtema: Næringshageselskapene, næringshagenes forhold til omgivelsene, og bedriftene i næringshagene.

Næringshageselskapene

Næringshageselskapene er tillagt en viktig rolle som tilrettelegger for de resultatene bedriftene skal skape. Spørsmålet er hvordan samlokalisering av bedrifter, og næringshageselskapenes strategi og faktiske arbeid for kompetanseheving, etablering og vedlikehold av nettverk, påvirker bedriftenes innovasjonsevne og styrker deres overlevelse.

Kvinner og ungdom har lenge vært betraktet som særlig viktige grupper i den distriktpolitiske satsingen. 28 av landets næringshager deltar i SIVAs Kvinnovasjons-prosjekt. Arbeider næringshageselskapene også på andre måter for å styrke fokuset på kvinner? Skjer det ungdomsretta arbeidet langs de samme linjene, eller er det noen form for konflikt mellom de to ambisjonene? Hvilke strategier har næringshageselskapene og bedriftene for rekruttering?

Vi er opptatte av å fange opp den egendynamikken som eventuelt skapes gjennom satsingen. Har næringshagene ført til resultater eller stimulert utviklingsprosesser som ikke i utgangspunktet var definert inn i satsingen? Hvordan fanger de etablerte rapporteringskriteriene opp slike forhold? I den forbindelse er det også viktig å spørre om Næringshageprogrammet skaper varige effekter gjennom at Næringshagene og bedriftene i dem er i stand til å klare seg uten den støtten som ligger i programmet, når programperioden er omme.

Fraas og Spilling. (2006) omtaler næringshagene som innovasjonsselskaper. Dette er i tråd med *ambisjonene* med næringshagekonseptet, men Hartmark Consultings evaluering fra 2004 (s.34) viser at kun 18% av NH-bedriftene bruker FoU-institusjoner i sitt utviklingsarbeid. Samtidig er ikke formelle FoU-institusjoner den eneste kilden til innovativ virksomhet. Ikke minst vil bedriftenes interaksjon med sine kunder og evt. underleverandører kunne være en kilde til innovasjon. Likevel må en være åpen for at innovasjonsorienteringen i næringshagebedriftene kanskje er mer et potensial enn en realitet. Hva kan i tilfelle gjøres for å utløse potensialet?

Næringshagenes forhold til omgivelsene

Næringshageprogrammet må betraktes i lys av helheten i de virkemidler som retter seg mot regional næringsutvikling. Samtidig er det ikke det samlede regionale innovasjonssystemet som er i fokus for denne evalueringen. Næringshagen som selskap må i første rekke forholde seg til de deler av det offentlige som har ulike sider ved næringspolitikken som ansvarsområde, dvs. til kommuner, fylkeskommuner, og virkemiddelaktører som Innovasjon Norge og Forskningsrådet. Næringshagen må også forholde seg til det lokale/regionale næringslivet som ikke er lokalisert i, eller medlem av, en næringshage. Og flere steder er også lokale/regionale investeringsselskaper og fond svært relevante samarbeidspartnere.

Fra det første til det andre næringshageprogrammet ser vi en utvikling fra et fokus på samlokalisering av kompetansebaserte bedrifter til en sterkere vektlegging av rollen som regional utviklingsaktør. Dette setter nettopp et sterkere fokus på næringshagens forhold til omgivelsene, og er et tema som ikke minst er sentralt i vurderingen av næringshageselskapenes strategier for å sikre stabile ordninger for finansiering.

Her er også spørsmålet om hvordan næringshageselskapene utformer sitt tilbud til de bedriftene som ikke er samlokalisert i næringshagen, viktig. Viktig er det også å få kunnskap om samspillet med ulike kategorier av så vel interne som eksterne aktører. Spørsmålet dreier seg blant annet om på hvilke måter næringshageselskapene arbeider med å bygge relasjoner mellom bedrifter og FoU-miljøer. I forlengelsen av dette ligger også spørsmålet om hvordan næringshagebedriftene og eksterne aktører vurderer nytten av næringshagen i sin region. Hvilken rolle kan en si at næringshagene har i det regionale innovasjons- og utviklingssystemet, og hvordan kan og skal denne rollen utvikles videre?

Bedriftene i næringshagene

Det er bedriftene – enkeltvis og i ulike samarbeidskonstellasjoner – som i siste instans er de enhetene hvor en kan avlese effekter i form av arbeidsplasser, ideer, innovasjoner og økonomisk overskudd. Analysen må derfor fokusere særlig på bedriftene og på det næringsmiljø den enkelte bedrift inngår i.

Innovasjon og nyskaping er sentrale elementer i næringshagesatsingen. Dette er samtidig begreper som er gjenstand for mye diskusjon, og som det er viktig å ha et reflektert forhold til. I strengeste forstand er innovasjoner genuint nye produkter eller prosesser (radikale innovasjoner), mens for den enkelte bedrift vil nyskaping kunne være å utvide bedriftens produkt- eller tjenestespekter gjennom imitasjon/diffusjon. For eksempel omtaler Gammelsæter (2000:13) innovasjon som "endringer på bedrifts- og næringsnivå som innebærer at det skapes produkter, produksjonsmetoder, markeder, tilførselsveier eller organisasjonsformer som er *nye for den enkelte bedrift eller næring*". Like viktig som å fange opp antall nye ideer og kommersialiseringer, er det derfor å undersøke om bedriftene generelt er utviklingsorienterte og om de inngår i samspill med andre aktører om utvikling av nye produkter og tjenester.

Spørsmålet om lønnsomhet og vekst i bedriftene i næringshagene er sentralt. Bare å se på disse bedriftene isolert, vil gi et ufullstendig bilde.

Spørsmålet dreier seg jo om bedriftenes mulighet for vekst så vel som overlevelse, sammenlignet med andre bedrifter: Er det forskjeller mellom bedrifter i næringshagene og bedrifter utenfor næringshagene?

Disse tre hovedtemaene, næringshageselskapene, omgivelsene og bedriftene, er de aktørene som er undersøkt i evalueringen.

4 DATAGRUNNLAGET

I undersøkelsen har vi gjort bruk av tre ulike typer data: Survey, intervju og registerdata. I dette kapitlet gir vi en kort redegjørelse for datagrunnlaget.

4.1 Tre spørreskjemaundersøkelser

Vi har gjennomført tre undersøkelser ved hjelp av nettbasert spørreskjema. Den ene rettet seg til næringshagelederne, den andre til bedriftene i næringshagen og den tredje til de kommunene der næringshagene er lokalisert.

4.1.1 Bedriftene i næringshagene

Spørreundersøkelsen ble sendt ut til virksomhetene lokalisert i næringshagene den 6 juni 2008. Oppdaterte lister over virksomheter i næringshagene var innhentet fra næringshagelederne et par uker i forveien. Spørreskjemaet ble sendt ut til alle de opplistede virksomhetene. Totalt ble det sendt til 1019 virksomheter. Av disse ble 190 virksomheter tatt ut av utvalget av følgende grunner: 1. En rekke e-post ble returnert med melding om delivery problem (mottaker ble ikke nådd); 2. Noen av virksomhetene ga beskjed om at de hadde flyttet ut, eller var i ferd med å flytte ut av/si opp medlemskapet i næringshagen; 3. Spørsmålene ble oppfattet som lite relevante. Årsakene til dette kunne være at virksomheten var nylig startet opp, virksomheten var likevel ikke medlem av en næringshage, kontoret i næringshagen er minimalt bemannet, og at virksomheten i næringshagen ikke er operativ. Det endelige utvalget består derfor av 829 bedrifter/organisasjoner. Det ble foretatt to purringer, og undersøkelsen ble lukket 16 juli 2008. 381 bedrifter/organisasjoner svarte på spørreskjemaet. 6 spørreskjemaer ble tatt ut fordi respondentene hadde svart på ingen eller et meget begrenset antall spørsmål. Fremstillingen av data tar utgangspunkt i 375 respondenter hvis ikke noe annet er nevnt. Dette gir en svarprosent på 45,24 %.

4.1.2 Næringshagelederne

Spørreundersøkelsen ble sendt ut til næringshagelederne den 6 juni 2008. Det ble foretatt to purringer, og undersøkelsen ble lukket 16 juli 2008. 44 av 50 næringshageledere svarte på spørreskjemaet. Det gir en svarprosent på 88 %. Utgangspunktet for fremstillingene av data er 44 respondenter hvis ikke noe annet er nevnt.

4.1.3 Kommuner med næringshager

Spørreundersøkelsen ble sendt ut til ordfører og næringsansvarlig i de kommunene som næringshageselskapene er lokalisert i, den 6 juni 2008. Det ble foretatt to purringer, og undersøkelsen ble lukket 15 juli 2008. Undersøkelsen ble sendt til i 56 kommuner, og utvalget besto i utgangspunktet av 107 respondenter. 16 potensielle respondenter ble tatt ut fordi disse ble returnert med melding om delivery problem (mottaker ble ikke nådd). På grunn av ressursbegrensninger ble disse ikke fulgt opp og forsøkt erstattet med nye respondenter. Det endelige utvalget består av 91 respondenter, og av disse har 53 besvart spørreskjemaet. Det gir en svarprosent på 58,2 %. Til sammen er det innhentet svar fra 41 av de 56 kommunene, noe som betyr at vi har svar fra 77% av kommunene. 53 respondenter er brukt som utgangspunkt i fremstillingen av data hvis ikke noe annet er nevnt.

4.2 Case-studier av 12 næringshager

Den kvalitative undersøkelsen omfatter 12 næringshager. Den har vært gjennomført i form av intervju med både aktører som har, og aktører som ikke har tilhørighet til de aktuelle næringshagene. Vi har intervjuet næringshagelederne, ledere for bedrifter i næringshagen og ledere for andre bedrifter, utenfor næringshagene. Dessuten er aktører innenfor det regionale støtteapparatet intervjuet.

Utvalget av næringshager til case-studiene ble gjort med henblikk på geografisk spredning, alder, størrelse og til en viss grad på variasjon i bransjemessig profil.

Hvem som var aktuelle informanter, ble det gjort en vurdering av i tilknytning til hver enkelt næringshage. Den kvalitative datainnsamlingen ble gjort i form av en to-trinns prosess. Først gjennom forberedende samtaler med lederen for næringshagene samt et mindre utvalg av bedriftene, for å identifisere de relevante informantene i tilknytning til hver enkelt av de utvalgte næringshagene. Deretter gjennomførte vi 4-6 intervju i tilknytning til hver enkelt av næringshagene. Vi var på besøk i seks av næringshagene, mens informantene i den andre halvdelen ble intervjuet pr. telefon. Det var generelt ikke store problemer forbundet med verken å identifisere relevante informanter, eller å få anledning til å gjennomføre intervjuene.

Det er gjennomført til sammen 59 intervjuer i de 12 næringshagene. I tillegg har vi gått gjennom en del dokumenter i form av sentrale strateginotater, rapporter og lignende for de av næringshagene i utvalget der dette var

relevant. Antallet intervju i og omkring hver av de 12 næringshagene er vist under:

Namdalslagen	5
Odda	5
Tynset	5
Senja	6
Sjøsanden	3
Kunstnerdalen	6
Sandnessjøen	5
Hammerfest	5
Stryn	5
Fjordhagen	4
Finnøy	5
Landsbyen	5

4.3 Registerdata

Fra SIVA har vi fått en oversikt over alle næringshager samt alle virksomheter som er registrert i disse næringshagene. Proff Forvalt® er et foretak som forvalter en database som bygger på opplysninger fra Brønnøysundregistrene (www.forvalt.no/). Databasen omfatter alle bedrifter som er registrert i Brønnøysundregistrene. Samtlige bedrifter er registrert med opplysninger om lokalisering, ant ansatte, næringstilhørighet, eierstruktur og daglig leder. Regnskapspliktige bedrifter, dvs aksjeselskap o l er i tillegg registrert med regnskapstall.

Basert på disse to kildene har vi laget tre databaser:

- 1) alle regnskapspliktige bedrifter i næringshager
- 2) alle regnskapspliktige bedrifter i kommuner som har næringshager
- 3) alle regnskapspliktige bedrifter i hele landet for KIFT-sektoren (kunnskapsintensiv forretningsmessig tjenesteyting NACE 72-74)

Databasene inneholder opplysninger om antall ansatte, bransjetilhørighet, alder, omsetning, driftsresultat, gjeld og egenkapital for bedriftene for årene 2004-2007. Fristen for innlevering av regnskap for 2007 til Brønnøysund registrene går ut i juni 2008. Det betyr at da vi etablerte databasene var tallene for 2007 ikke komplett. Ettersyn indikerte at det særlig var store bedrifter som hadde levert inn regnskap. Med fare for en mulig systematisk skjevhet i utvalget bedrifter for 2007 har vi utelatt tall for dette året.

5 HVORDAN ARBEIDER NÆRINGSHAGESELSKAPENE?

I dette kapitlet presenterer vi næringshageselskapene, deres innretning når det gjelder arbeidsoppgaver, og litt om de planene de har for den videre utviklingen.

5.1 Bemanning og økonomisk utvikling

Næringshageselskapene har jevnt over ikke mange ansatte. Stort sett har de en fast ansatt, og det er lederen. Av de næringshagelederne som svarte på undersøkelsen, er 36% kvinner. Gjennomsnittlig har lederne vært i stillingen i tre år. Nesten 10% har vært leder i mindre enn ett år og vi finner en som har vært leder i 18 år. Men om vi ser på de årsverkene som tilføres i form av prosjekter som selskapet gjennomfører, øker antallet sysselsatte i næringshageselskapet. Tabell 5.1 gir et bilde av omfanget av denne typen engasjementer. Den viser hvor mange årsverk slike prosjekter utgjør, betraktet ut fra et årlig gjennomsnitt de siste tre årene. Spørsmålet var derfor ikke relevant for næringshager som ble etablert i 2006 eller senere. Dette betyr at de næringshagene som er etablert i regi av det nye næringshageprogrammet, ikke er med i disse tallene.

Årsverk

Tabell 5.1 Antall årsverk prosjekter, gjennomsnitt per næringshage

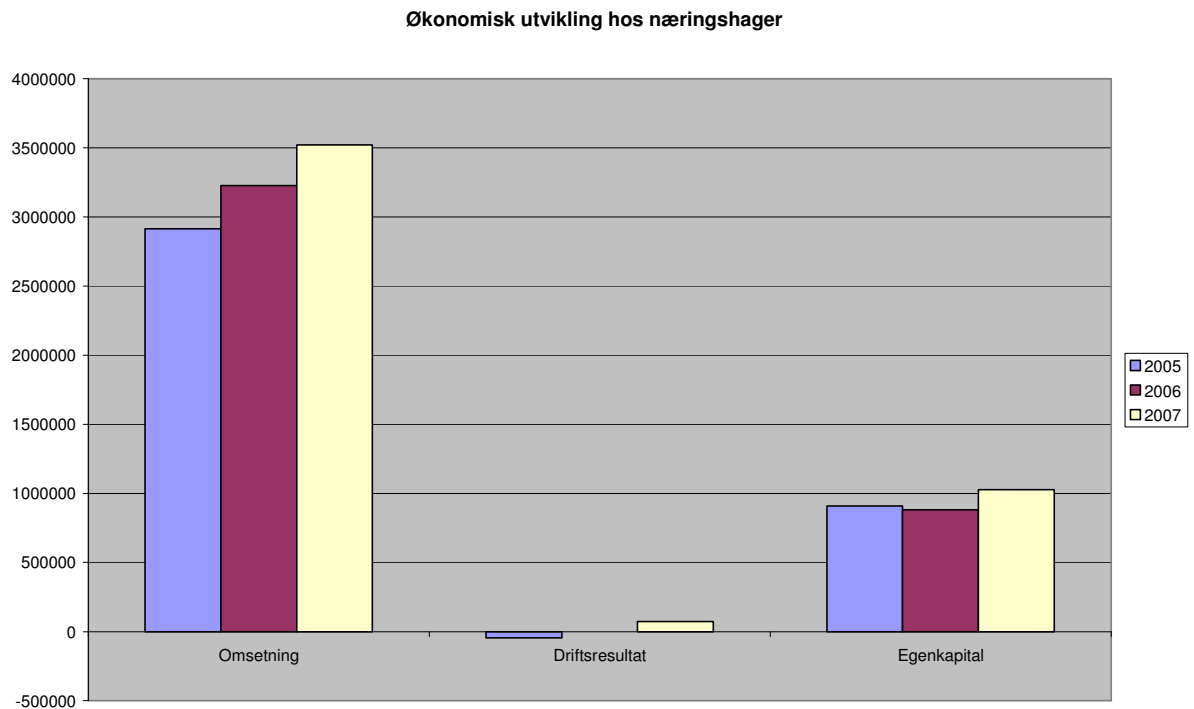
Antall årsverk	Antall næringshager
0 - 0,99	5
1 - 1,99	15
2 – 2,99	9
3 – 3,99	2
4 og mer	6
Ikke svart	7

Denne oversikten viser at prosjektgjennomføring utgjør en betydelig andel av den arbeidsinnsatsen som utføres i regi av næringshageselskapene. Faktisk er det bare en tidel av selskapene som har mindre enn et årsverk i form av prosjekter. Rundt halvparten har mellom ett og tre årsverk i form av prosjekter, og mellom 15 og 20% ligger over det. Dette innebærer at næringshageselskapene har en forholdsvis stor andel midlertidig ansatte; personer som er engasjert for å arbeide med et bestemt prosjekt.

Økonomien i næringshageselskapene kan ikke karakteriseres som svært solid. Vi ser av figur 5.1 under at driftsresultatet i gjennomsnitt balanserer rundt null. Figuren viser hvordan gjennomsnittlig omsetning, driftsresultat

og egenkapital har utviklet seg for næringshagene i 2005, 2006 og 2007. Tallene viser at det har vært en svak positiv utvikling i perioden. Driftsresultatet har utviklet seg fra å være negativt i 2005 til å bli positivt i 2007. Den mest markerte utviklingen finner vi i omsetning. Denne har gått fra å være noe under 3 mill. i gjennomsnitt i 2005, til like i overkant av 3,5 mill. i gjennomsnitt i 2007.

Figur 5.1 Økonomiske nøkkeltall for næringshagene



5.2 Inn- og utflytting av bedrifter

Den grunnleggende ideen med næringshagene, var at samlokalisering av bedrifter ville skape dynamiske utviklingsmiljø som genererte nye ideer og nye etableringer. Samtidig er det en viss fare for at vedvarende samlokalisering av de samme bedriftene kan undergrave noe av den dynamiske effekten som etterstrebes. Miljøet i næringshagene kan bli "satt" og lite utviklingspreget. Særlig kan det bli tilfellet hvis det bare er godt etablerte bedrifter som flytter inn, og kanskje mest fordi de er ute etter nye og mer hensiktsmessige lokaler. Vi har derfor undersøkt hvordan dynamikken mellom inn- og utflytting av bedriftene er, og hvor stor andel av bedriftene som er nyetableringer.

Her har vi tatt utgangspunkt i de næringshagene som er etablert i 2005 og tidligere. 31 næringshager er inkludert i dette utvalget.² Disse næringshagene hadde til sammen 250 bedrifter oppstartåret. Det gir et gjennomsnitt på 8,1 bedrifter pr. næringshage. En av næringshagene hadde ikke noen bedrifter oppstartåret. Maksimalt antall bedrifter i oppstartåret er 19 bedrifter (gjelder to av næringshagene).

Av det totale antallet bedrifter på 250 i oppstartåret var 65 bedrifter nyetableringer, en andel på 26 %. De øvrige var etablerte bedrifter som flyttet inn i næringshagene. Gjennomsnittet i oppstartåret er på 2,1 nyetableringer pr. næringshage.

Andelen nyetableringer endrer seg over tid. Totalt sett har det blitt etablert 333 bedrifter, i form av nyetableringer, i næringshagene etter etableringsåret. Det gir et gjennomsnitt på 10,7 nyetableringer pr. næringshage. Det totale antallet på allerede etablerte bedrifter som har flyttet inn i næringshagene siden etableringsåret er 428. Det gir et snitt på 13,8 bedrifter. Vi ser med andre ord at det er flere "gamle", etablerte bedrifter som flytter inn i næringshagen, enn det er nyetableringer. Vi ser også at det ikke er en veldig stor forskjell mellom disse. Det totale antallet bedrifter som har flyttet inn i næringshagene siden oppstartåret er 761. Av disse utgjør nyetableringer en andel på 44%. Andelen nyetableringer i næringshagene har med andre ord vokst betydelig, fra 26% i oppstartåret til nær 44 % i perioden etter oppstartåret over tid.

74 bedrifter som har vært lokalisert i næringshagene har avviklet. Dette utgjør en andel på 7,3 %.³ Dette gir et snitt på 2,4 avviklede bedrifter per næringshage. Totalt har 246 bedrifter som har vært lokalisert i næringshagene flyttet ut. Det utgjør en andel på 24,3 %, og et snitt på 7,9 bedrifter pr næringshage. Våre tall kan ikke fortelle hvorvidt de bedriftene som har avviklet eller flyttet ut, først og fremst består av de som var etablerte da de kom inn i næringshagen, eller om det er de nyetablerte. Vi finner en blanding av forklaringer på at bedrifter flytter ut. Økt plassbehov ser ut til å være den mest vanlige. Bedriftene har vokst og trenger større lokaler enn det næringshagen kan tilby. Andre forklaringer er lønnsomhetsproblemer, økte leiekostnader i forbindelse med omlegging av driften i næringshageselskapet, samt at noen bare var ment å være i næringshagen i en kort periode mens bedriften var under

² Av de 44 næringshagene som har respondert er det 36 næringshager som er etablert i 2005 eller tidligere. 5 av disse er ikke tatt med i analysen fordi de ikke har rapportert på alle de spørsmålene som var nødvendige for å belyse dette temaet.

³ Beregnet med utgangspunkt i antall bedrifter lokalisert i næringshagene ved oppstart pluss bedrifter som har etablert seg i næringshagen etter oppstart.

etablering. Noen bedrifter er blitt kjøpt opp av andre, større virksomheter og har i en del tilfeller flyttet ut av regionen. Vi ser også at endringer i familieforhold eller det at ektefelle eller samboer finner seg jobb andre steder, kan være en grunn til at virksomheter flytter ut. I slike tilfeller er den utflyttede bedriften et lite enpersonforetak, som det ikke byr på så store omkostninger å omlokalisere.

Det generelle bildet er imidlertid at næringshagene har en betydelig sirkulasjon blant de samlokaliserte bedriftene, både i form av inn- og utflytting og i form av en klart økende andel nyetableringer blant de bedriftene som holder til i næringshagene.

5.3 Drift og utvikling: En krevende kombinasjon

I all hovedsak har næringshageselskapene ansvar for både utleievirksomheten og utviklingsfunksjonen. I alt 34 (79 %) oppgir at de har hovedansvar for både utleie- og utviklingsfunksjonene, mens 9 (21 %) av næringshagene oppgir at de har hovedansvar for bare utleiefunksjonen⁴. Ingen av de næringshagene som har respondert har bare ansvar for å ivareta utviklingsfunksjonen. Vi vet imidlertid fra case-studiene at noen av de næringshagene som i den senere tid har vært gjennom en omorganisering slik at utleievirksomheten er skilt ut av næringshageselskapet, har få eller ingen driftsfunksjoner å ivareta.

Næringshagene er rent bygningsmessig betraktet, av svært ulik størrelse og utforming. Noen har satset stort og flott fra begynnelsen av, mens andre driver i mer beskjedne lokaler. I en del tilfeller har det kanskje vært urealistiske forventninger med hensyn til hvor stor interessen for å være lokalisert i næringshagen ville være. Selskapet har dermed opplevd å bli sittende med betydelige kostnader som ikke ble dekket inn gjennom leieinntekter og andre inntekter. Blant de 12 som inngår i case-studiene, er det tre næringshager som har vært gjennom det de karakteriserer som en hard prosess for å få orden i de økonomiske forholdene. Disse tre er Næringshagen i Odda, Sjøsandens næringshage og Næringshagen i Nord-Østerdalen. I alle tre tilfellene ble løsningen at husleie- og alle eller enkelte av driftsfunksjonene ble skilt ut i et eget driftsselskap, mens næringshageselskapet i all hovedsak har ansvar for utviklingsfunksjonene. Både i disse næringshagene og i enkelte av de næringshagene der både drifts- og utviklingsfunksjoner ligger inn under samme selskap, bli det påpekt at det er krevende å skulle kombinere

⁴ Det er grunn til å tro at noen av respondentene kan ha misforstått spørsmålet, ettersom det er et krav at næringshageselskapene også skal ha utviklingsfunksjoner.

disse hensynene. Så lenge de økonomiske sidene ved driften ikke er sikre, har dette lett for å bli hovedfokus, og oppmerksomheten om utviklingssiden blir mindre enn den bør være. I de nevnte tilfellene, der de to funksjonene ble atskilt gjennom oppryddingsprosessen, synes det å være en god løsning, noe som går tydelig fram av intervjuene, både med næringshagelederne og andre. Det er også klart at en i disse næringshagene har opplevelsen av at utviklingsarbeidet ble forsømt i en lang periode på grunn av det økonomiske oppryddingsarbeidet.

For utviklingsaktiviteter i form av kompetanseoppbygging for etablerte bedrifter i næringshagen, er det generelle inntrykket at disse drives slik at deltakerne dekker kostnadene, men ikke slik at de genererer noen form for overskudd. Vi har ikke eksakte tall for dette, men baserer oss på de opplysningene vi har fått av næringshagelederne gjennom intervju. Enkelte differensierer kurs- og seminaravgift, slik at bedrifter med dårlig økonomi, helst etablerere i oppstarfasen, får delta til redusert pris.

Dette spenningsforholdet mellom drifts- og utviklingsfunksjoner ser vi i en del tilfeller materialisere seg på den måten at næringshagene velger å redusere sine ambisjoner om å skape en tydelig bransjemessig profil, i slekt med tanken om næringsklynger, til fordel for det å fylle arealet og unngå høye leiekostnader. I og med at ytterst få av de vi intervjuet, hadde vært ledere i næringshagen helt fra starten, har vi imidlertid ikke oversikt over hvor stor betydning dette hensynet har hatt jevnt over.

5.4 Arbeidsområder

Både i spørreskjemaundersøkelsen til og i intervjuene med næringshagelederne har et sentralt tema vært å undersøke hvilke arbeidsområder næringshageselskapene primært retter innsatsen mot. Svarene viser at de generelt er engasjert på et bredt spekter av arbeidsområder, men at intensiteten når det gjelder de forskjellige områdene varierer.

5.4.1 Bedrifter i og utenfor næringshagene

Alle næringshagene har utviklingsaktiviteter rettet mot bedrifter både i og utenfor næringshagene.

Vi ser av oversikten i tabell 5.2 at næringshagene satser på noenlunde de samme formene for utviklingsaktiviteter overfor de bedriftene som ikke er lokalisert i næringshagen, som for de som er en del av samlokaliseringen.

Det tydeligste unntaket her gjelder profilering av bedrifter. Dette er et område der de fleste av næringshagene konsentrerer seg om de bedriftene som er lokalisert i næringshagen.

For begge kategorier av bedrifter er det slik at enkeltstående kompetanseoppbyggende tiltak, felles prosjekter og søknadsskriving og scorer høyt, mens traineeordninger scorer lavest.

Tabell 5.2 Utviklingsaktiviteter til bedrifter i og utenfor næringshagen
oppgitt i absolutte tall (antall næringshager)

Aktiviteter i regi av næringshagen	Internt	Eksternt
Kompetanseoppbyggende kurs/seminar som enkeltstående hendelser	38	35
Kompetanseoppbyggende kurs/seminar som en løpende aktivitet	25	22
Idedugnader	33	21
Felles prosjekter, samarbeid mellom to eller flere bedrifter (i og utenfor næringshagen)	40	34
Skrive søknader om finansiering til kommersielle ideer	41	35
Profilering av bedriftenes aktiviteter	41	19
Traineeordninger	10	8
Inkubatorsamarbeid	32	25
Aktivitet tilknyttet arenaprogram	13	14
Studietur	24	15
Konferanser	34	30
Ledelsesutviklingsprogram	13	11

Case-studiene bekrefter i stor grad dette bildet. Generelt ser det ut til at de aktivitetene som næringshageselskapene organiserer, eller er med på å organisere, er åpne for de bedriftene i området som er interesserte i å delta. Dette innebærer at næringshagene for de fleste av aktivitetene i tabell 5.2. har et eksternt rettet aktivitetsnivå av grovt sett samme type og omfang som det interne. Dette må kunne betraktes som et uttrykk for den rollen næringshageselskapene har i det lokale og regionale næringsutviklingsarbeidet.

Næringshageselskapene vi hadde kontakt med i case-studiene synes jevnt over å skille lite mellom bedrifter i og utenfor næringshagene når det gjelder utviklingsarbeidet. Her er det imidlertid også betydelige variasjoner i måten dette arbeidet drives på. Enkelte er særlig opptatt av utviklingsarbeid innenfor bestemte bransjer, ut fra et ønske om å utvikle en bransjemessig profil for næringshagen, mens andre driver på en bredere basis. De fleste av dem retter mye av kapasiteten inn mot etablerere. Blant annet er det noen steder satt i gang inkubatorvirksomhet

i tilknytning til næringsshagen, eller det er planer om å gjøre det. Siden dette materialet bare omfatter 12 næringshager i alt, har vi ikke den fulle oversikten med hensyn til hvordan fokuset på bedrifter utenfor næringshagene har utviklet seg. Vi mener likevel å kunne antyde et mønster.

Det kan se ut til at næringshageselskapene i de tidlige fasene av det første programmet i hovedsak hadde sin aktivitet rettet mot de bedriftene som var etablert i næringshagene. Etter hvert har de også dreid fokuset og aktiviteten mot omgivelsene – de bedriftene, og særlig de potensielle bedriftene, som ligger utenfor næringsshagen. På den måten har det skjedd en dreining i aktivitetsmønsteret. Det kan se ut som at dette har skjedd vesentlig i samspill med kommuner og fylkeskommuner. Blant de "eldre" næringshagene i case-studiene, er Senja næringshage et unntak. Den har hele tiden vært en såkalt distribuert næringshage, som har hatt utviklingsfunksjoner for bedrifter i seks kommuner.

De nye næringshagene synes i større grad å ha fokus mot omgivelsene helt fra starten. Både Finnøy og Landsbyen næringshage, som er de yngste i vårt materiale, ivaretar veilednings- og støttefunksjoner for etablerere, også utenfor næringsshagen.

Det kan være flere grunner til at næringshageselskapene har dreid fokuset mer mot omgivelsene. En vesentlig del av forklaringen finner vi i det forhold at kommuner og fylkeskommuner i økende grad synes å flytte noen av sine funksjoner innenfor næringsutvikling over fra egen administrasjon til næringshageselskapet. Dette blir nærmere beskrevet i kapittel 6. Et sterkere fokus mot omgivelsene må også ses som et ledd i søkingen etter varig finansiering av næringshageselskapenes virksomhet.

En medvirkende årsak er trolig at mange av næringshagene har hatt en ambisjon om å utvikle en bransjemessig profil for næringshagene, og har hatt større ambisjoner om å drive et spisset utviklingsarbeid innenfor denne profileringen, enn bedriftsporteføljen, slik den etter hvert kom til å se ut, har vist seg å gi grunnlag for. Vi kommer tilbake til dette temaet seinere i dette kapitlet. Med et bredt spekter av bedrifter i næringsshagen, er det vanskeligere å finne fellesnevnerne for utviklingsarbeid. Det har derfor også vært kapasitet i selskapene til å gå tyngre inn i omgivelsene enn det kanskje var tenkt i utgangspunktet.

Uviklingsarbeid i sin alminnelighet er dessuten en form for aktivitet som i mange tilfeller genererer en egendynamikk ut over det en hadde sett for

seg da arbeidet startet. Denne tendensen til økende vektlegging av arbeid rettet mot omgivelsene til næringshagene kan ses som et uttrykk for at slike prosesser utfolder seg. Vi finner holdepunkter i intervjuene med så vel næringshagelederne som andre informanter, for at alle de tre nevnte årsakene gjør seg gjeldende, i ulik grad og på ulike måter i forskjellige næringshager.

5.4.2 Kontakten med FoU-miljø

En bærende ide bak hele næringshagesatsinga har vært å knytte kontakt mellom lokal næringsutvikling og FoU-miljøer. Problemene med dette har vært påpekt i flere sammenhenger, og var blant annet et tema i den evalueringen som ble gjennomført i 2004 (Hartmark 2004). Her svarte rundt to tredeler at de hadde systematisk kontakt mot FoU-miljøer. Vi vet ikke hva de næringshagelederne som svarte den gangen har lagt i begrepet "systematisk kontakt", men antar at det kan innebære både formelle og uformelle kontaktformer. Våre data tyder på at det har skjedd en endring når det gjelder denne delen av næringshageselskapenes kontaktflate. Vi har dessuten lagt en strengere definisjon av kontakt til grunn, og spurt hvor mange av næringshagene som har samarbeidsavtale med FoU og Utdanningsmiljø. Av de 44 næringshageselskapene som svarte er det bare ett som ikke har inngått samarbeid med verken FoU-miljø eller utdanningsinstitusjoner. Vi ser at 33 av næringshageselskapene har inngått samarbeid med både FoU-miljø og utdanningsinstitusjoner. FoU-miljø og utdanningsinstitusjoner. Det er 10 av selskapene som kun har samarbeid med ett av disse miljøene; 3 bare med utdanningsinstitusjoner og 7 bare med FoU-miljøer.

Tallene viser altså at formalisert kontakt mellom næringshageselskapene og FoU-miljø er relativt utbredt. Intervjuene viser imidlertid at det er stor variasjon mellom næringshagene i måten dette skjer på. Enkelte kan vise til konkrete tilfeller av samarbeid med forskningsinstitusjoner med henblikk på utvikling av produkter og tjenester i bedrifter som er lokalisert i næringshagen. Disse finner vi to-tre eksempler på i case-studiene.

I noen flere tilfeller dreide samarbeidet mot FoU-sektoren seg om opplæringstiltak snarere enn om forskning og utvikling i mer kontant forstand, og da gjerne ved at den regionale høyskolen utvikler og gjennomfører kurs for bedriftene i og utenfor næringshagen, i samarbeid med næringshageselskapet. Samtidig trekker enkelte informanter i noen regioner frem at den regionale høyskolens faglige profil i liten grad matcher de næringsutviklingsutfordringer som regionen og næringshagen

står ovenfor. Dette er i noen tilfeller kompensert for ved at næringshageselskapet samarbeider med andre, mer faglig spissede miljøer (for eksempel BI) om å tilby kurs.

Det er vanskelig å være konkret med hensyn på antall her, fordi de samarbeidsrelasjonene vi registrerte av denne typen, var i høyst ulike faser. Når det gjaldt de helt "ferske" var det ikke lett å avgjøre hvor konkrete de egentlig var. Et gjennomgående trekk er imidlertid at geografisk nærhet ser ut til å bety mye med hensyn til hvilke slike miljø næringshagene samarbeider med. Geografisk nærhet har ikke nødvendigvis samme betydning for de mer FoU-orienterte bedriftene, her er det tilgang på relevant spisskompetanse som vektlegges.

Flere næringshager har også en aktiv rolle når det gjelder å organisere og avvikle regionale forskningsdager, med kontakt både mot regionale virkemiddelaktører (fylkeskommune, Innovasjon Norge) og mot Forskningsrådet (gjennom rådets regionale representant) og FoU-institusjoner. Flere intervjuede bedrifter peker på betydningen av slike koplinger, selv om de ofte legger mindre vekt på den umiddelbare konkrete nytten eller uttellingen av dette, og mer på den langsiktige betydningen av å kople seg opp mot FoU-sektoren. Mer FoU-intensive bedrifter i næringshagene har ofte allerede koplinger og relasjoner til "sine" veldefinerte FoU-miljøer og er mindre avhengige av denne type formidling. Næringshagenes tilrettelegging for koplinger mot FoU-miljøer synes dermed av større betydning for mindre, og nyetablerte, bedrifter. En god del næringshageledere, nesten 30%, mener at lang avstand til utdanningsinstitusjoner og forsknings- og utviklingsmiljø er et stort problem for videre vekst hos de bedriftene som er lokalisert i eller er medlem av næringshagen. Avstand til FoU-miljø framstår som et større problem enn lang avstand til viktige markeder når det gjelder å realisere bedriftenes vekstambisjoner.

Vårt inntrykk er at det er relativt sjelden næringshageselskapet er direkte involvert i bedriftenes mer målrettede og instrumentelle bruk av FoU. Vi finner også en del eksempler på at representanter for kompetansemiljø kommer til næringshagene og informerer om muligheter for samarbeid.

Næringshageselskapenes innretting mot FoU-miljø synes med andre ord først og fremst å ligge på det generelle plant; formidle kunnskap begge veier mellom bedrifter og FoU-miljø om hva de respektive arbeider med og hvilke muligheter for samarbeid som finnes, samt legge til rette for

kompetansehevingstiltak. Den mer spesialiserte kontakten skjer i direkte kommunikasjon mellom bedriftene og FoU-miljøene.

5.4.3 Lokale og regionale utviklingsprosjekt

Det er en av ambisjonene i Næringshageprogrammet at næringshageselskapene skal bli i stand til å drive virksomheten uten generelle tilskudd fra det offentlige. Halvparten av næringshagelederne rapporterer at næringshageselskapet har en plan for finansiering uten generelle tilskudd fra det offentlige. Den andre halvparten oppgir at selskapet ikke har en slik plan.

Dette kan bety flere ting. For det første kan det selvsagt rett og slett være slik at halvparten av næringshagene ikke har tenkt på hva de skal gjøre når programperioden er omme. De økonomiske problemene enkelte av næringshagene har hatt, og som vi beskrev i forrige kapittel, gjør at vi ikke kan utelukke muligheten. Ut fra det vi finner i intervjuene med næringshagelederne, er vi likevel skeptiske til at dette kan være hele forklaringen.

Vi vil heller åpne for at det kan være en viss uklarhet med hensyn til hva en mener med å drive uten generelle tilskudd fra det offentlige. Vi ser at i mange tilfeller er det slik at kommunen går inn med delfinansiering av næringshagen fordi deler av kommunens næringsutviklingsarbeid skal drives gjennom næringshageselskapet. Det kan være flere kommuner som bidrar til finansiering av samme næringshage, og næringshagen framstår slik sett som et uttrykk for partnerskap mellom flere kommuner, gjerne også fylkeskommunen, og SIVA. I noen tilfeller dreier det seg om at arbeid som tidligere har vært drevet i kommunal regi, overføres til næringshageselskapet, i andre tilfeller betyr det å inngå i et slikt partnerskap en ny type satsing for en kommune om ikke tidligere har vært særlig engasjert i næringsutvikling. I den grad denne tilpasningen er tenkt som en varig ordning for arbeidet med næringsutvikling, kan det kommunale bidraget vanskelig betraktes som et tilskudd, men framstår rett og slett som den måten kommunen driver sin aktivitet, eller deler av den, innenfor næringsutvikling. Det samme synspunktet kan gjøres gjeldende for fylkeskommunenes bidrag til næringshagene.

Vi opplevde i intervjuene at mange av informantene var svært opptatte av å få fram at det er helt urealistisk å tenke seg at alt utviklingsarbeidet næringshagene driver, noen gang kan drives uten tilskudd fra det offentlige. Det gjelder ikke bare næringshageledere, men også

informanter fra det regionale virkemiddelapparatet. De påpeker at næringsutvikling alltid har kostet, og alltid vil koste offentlige penger. Samtidig legger de vekt på at næringshageselskapet må drive arbeidet på en slik måte at de som er med og finansierer det, ser effekter av det. I de tilfellene der flere kommuner er sammen om finansieringen av en næringshage, er det tydelig at kommunene er opptatt av en geografisk rettferdig fordeling av aktiviteten. Samtidig erkjenner kommunene at de har ulike innbyrdes forutsetninger for å trekke vekslers på næringshagens innsats. Dette registrerer vi at flere av næringshagelederne har merket.

Også blant de regionale virkemiddelaktørene finner vi forventninger om resultater av de tilskuddene næringshagen får. Forventningene dreier seg om at næringshagene skal være i utvikling, og stadig forbedre tjenestetilbudt sitt. De knyttes også til at aktiviteten skal øke i volum, slik at det tilskuddet som kommer fra det offentlige, gradvis utgjør en mindre andel av næringshagenes totale budsjett for utviklingsarbeid. Det kan blant annet skje ved at næringshageselskapet tar oppdrag med å gjennomføre prosjekt for det offentlige eller for næringslivet.

Slike prosjekt finner vi en rekke eksempler på i de 12 næringshagene som vi har gjort case-studier i. De strekker seg tematisk over et bredt spekter; Kvinnovasjon, småsamfunn, innlandsfiske, utvikling av lokal mat, nettverkskreditt, design og tilbakeflytting. Ut fra vårt materiale ser det ut som om volumet av slike prosjekter vokser gradvis, om enn ikke alltid jevnt, i de næringshageselskapene som har valgt å satse på denne typen aktivitet. I en god del av tilfellene drives prosjektene i samarbeid med andre næringshager i regionen. Vi har ikke en eksakt oversikt over det totale omfanget av denne virksomheten og hvordan finansieringen fordeler seg mellom oppdragsgiverne, men hovedinntrykket er at det først og fremst er kommunene som overlater ledelsen av ulike utviklingsprosjekter til næringshagene. Dette kommer i tillegg til de årlige generelle tilskuddene til driften, og viser at en del kommuner legger mer av utviklingsarbeidet til næringshagene enn omfanget av de generelle tilskuddene kan tyde på.

En annen strategi finner vi i Hammerfest næringshage, som satser å selvfinansiering gjennom utleievolum. Her er det først og fremst satset på å ha så mye lokaler til utleie at driften bærer seg. Vi har ikke funnet flere eksempler enn dette på denne strategien.

5.4.4 Kvinnesatsing

Kvinner og ungdom er i flere forbindelser framhevet som viktige grupper å satse på i utviklingen av næringslivet i distriktene. I spørsmålet om næringshagenes rolle som regional utviklingsaktør, er det derfor relevant å se nærmere på om, og på hvilke måter næringshageselskapene retter noe av sin innsats særskilt inn mot disse gruppene. GEM-rapporten om Entreprenørskap i Norge 2006 (Kolvereid, Åmo og Bullvåg 2006:7) viser at kvinneandelen av tidligfase entreprenøriell aktivitet (TEA) øker (til 32% i 2006). Kvinnesatsingen i næringshagene forventes å bidra til videre vekst.

Mange næringshager har en eller flere konkrete satsinger rettet mot kvinner. Satsingene som næringshageselskapene deltar i, er ikke først og fremst rettet mot å rekruttere flere kvinnelige ansatte til bedriftene i næringshagen. Fokuset er på kvinner som etablerere og innenfor nyskappingsvirksomhet. Av slike satsinger er Kvinnovasjonsprogrammet den klart mest fremtredende. Drøyt halvparten, 55%, oppgir at de er med i dette programmet. En like stor andel oppgir at de engasjerer seg i annet mobiliseringsarbeid rettet mot kvinner. Flere av tiltakene er av den typen som er åpne for både kvinner og menn, slike som etablererkurs, gründersamlinger, mediekurs, ulike work-shops og studieturer. Et annet eksempel som nevnes er Interreg-prosjekt med krav til kvinnedeltakelse. Når næringshagene regner disse med blant sine kvinneveretta tiltak, er det fordi de ofte forsøker å legge særlig vekt på rekruttere kvinner som deltakere til disse. Det er også en mindre andel av næringshagelederne, ca 20%, som forteller at næringshagen deltar i lokale eller regionale tiltak av denne typen som bare er innrettet mot kvinnelige deltakere. De fleste av disse er tiltak som varer over en lengre periode, mens en del av dem er enkeltstående hendelser, som for eksempel en konferanse eller motivasjonssamling.

Erfaringene fra case-studiene tyder på at selv om mange av næringshagene er bevisste om behovet for å arbeide aktivt for å inkludere kvinner i næringsutviklingsarbeidet, og også kan vise til egne ordninger eller samarbeidstiltak for å styrke rekrutteringen av kvinnelige etablerere, er det få av dem der kvinnesatsingen kan beskrives som et tungt satsingsområde. Variasjonene er imidlertid store, og strekker seg fra de som oppgir at de hele tiden har et tett og bevisst fokus på kvinner i det meste av de aktivitetene de gjennomfører, via de som er med når det tas initiativ fra annet hold, og til de som mener at det ikke er spesielt viktig eller relevant for deres næringshage å ha et slikt fokus.

Kvinnesatsingen skjer ikke sjelden gjennom et samarbeid mellom flere næringshager innenfor et geografisk område. Dels er dette for å få større oppslutning om kurs og samlinger av ulike slag, men en viktig faktor er også ønsket om å bygge nettverk mellom kvinner som har startet, eller ønsker å starte næringsvirksomhet.

Vi har ikke gjort noen form for systematisk innhenting av resultater av næringshagenes forskjellige satsinger på kvinneretta næringsutvikling. For det første ville det kreve en mer omfattende analyse, og for det andre er det trolig at flere av de mer omfattende programmene og tiltakene på dette området vil bli gjenstand for egne evalueringer. Vi ser for eksempel av statusrapporten for Kvinnovasjon pr juli 2008 at det har vært stor oppslutning om tiltakene innenfor Kvinnovasjon (SIVA 2008).

5.4.5 Ungdom – et nytt felt?

Arbeid med å rekruttere ungdom inn i den lokale næringsutviklingen er næringshagelederne i atskillig mindre grad engasjert i, enn de er i det kvinneretta arbeidet. Blant de næringshagene vi gjorde intervjuer i, er det bare to-tre stykker som kan vise til noe annet en helt sporadiske eksempler på at de har et uttrykt engasjement på dette feltet. I ett tilfelle dreier det seg om en ordning der elever i 9. klasse får praksis i bedriftene, en annen er engasjert i en trainee-ordning med bedrifter i regionen. I et par andre har næringshagen et program gående for å holde kontakt med ungdom fra området som er under utdanning andre steder, med sikte på å motivere dem til å flytte tilbake etter endt utdanning. Noen påpeker også at inkubatorvirksomhet som næringshagene er engasjert i, også er innrettet mot ungdom, på samme måte som gründeropplæring.

Andre former for ungdomsretta engasjement er kontakt med Ungt Entreprenørskap og en del enkeltstående arrangement, som å invitere avgangselever fra videregående skoler til informasjonsdag i næringshagen.

De fleste av næringshagelederne vi snakket med, mener at det helt klart er behov for at deres næringshage engasjerer seg sterkere i arbeidet med å rekruttere ungdommer. Her er det særlig tilbakeflytting av ungdommer etter endt utdanning, og det å rekruttere flere etablerere blant de unge, som synes å være i fokus. Vi mener også å kunne registrere en viss rådvillhet med hensyn til hvordan dette temaet skal gripes an. Flere etterlyser en større satsing som de kan bli en del av, kanskje en ungdomsparallellell til Kvinnovasjon. Det synes generelt ikke å skorte på

vilje til også å engasjere seg innenfor en ungdomssatsing, men fraværet av en aktiv innsats på dette området må trolig ses i sammenheng med kapasiteten i selskapet.

5.5 Profilerings som ambisjon og realitet

Ønsket om å ha en næringshage med en tydelig bransjemessig profil står sterkt blant de som på ulike måter er engasjert i næringshagevirksomheten. De fleste, både blant næringshagelederne og blant de regionale viremiddelaktørene, mener at det er viktig å arbeide med å rekruttere bedrifter innenfor samme felt eller bransje, for på den måten å styrke det faglige nettverket i næringshagene. Dette er det imidlertid langt fra alle som mener de har greid å få til, i noen særlig utstrekning. På spørsmål om hvorvidt deres næringshage har en bransjemessig profil er det ca 40% av næringshageledene som svarer bekreftende. Dette stemmer rimelig godt overens med det inntrykket vi får gjennom intervjuene. Et gjennomgående trekk her er at næringshagene i utgangspunktet har en ambisjon om at bedriftsporteføljen skal bygge opp under en bransjeprofil innenfor ett eller et par områder. Når mange av næringshagene ikke synes å leve opp til sine egne ambisjoner her, kommer det gjerne av at det ikke har vært tilstrekkelig mange bedrifter eller etablerere i det området næringshagen dekker, til at det har vært mulig å skape en bransjemessig profilert næringshage. For å unngå økonomiske problemer, har en da valgt å fylle opp de ledige lokalene med bedrifter som ikke faller tematisk inn under den profilen en har ønsket å skape. Men som vi skal se, har også mange næringshager sagt nei til bedrifter og virksomheter som har ønsket å flytte inn i næringshagen. Det kan også være at denne muligheten til å styre næringshagens bransjemessige profil, svekkes gjennom at næringshageselskapet får mindre kontroll over utleiedelen.

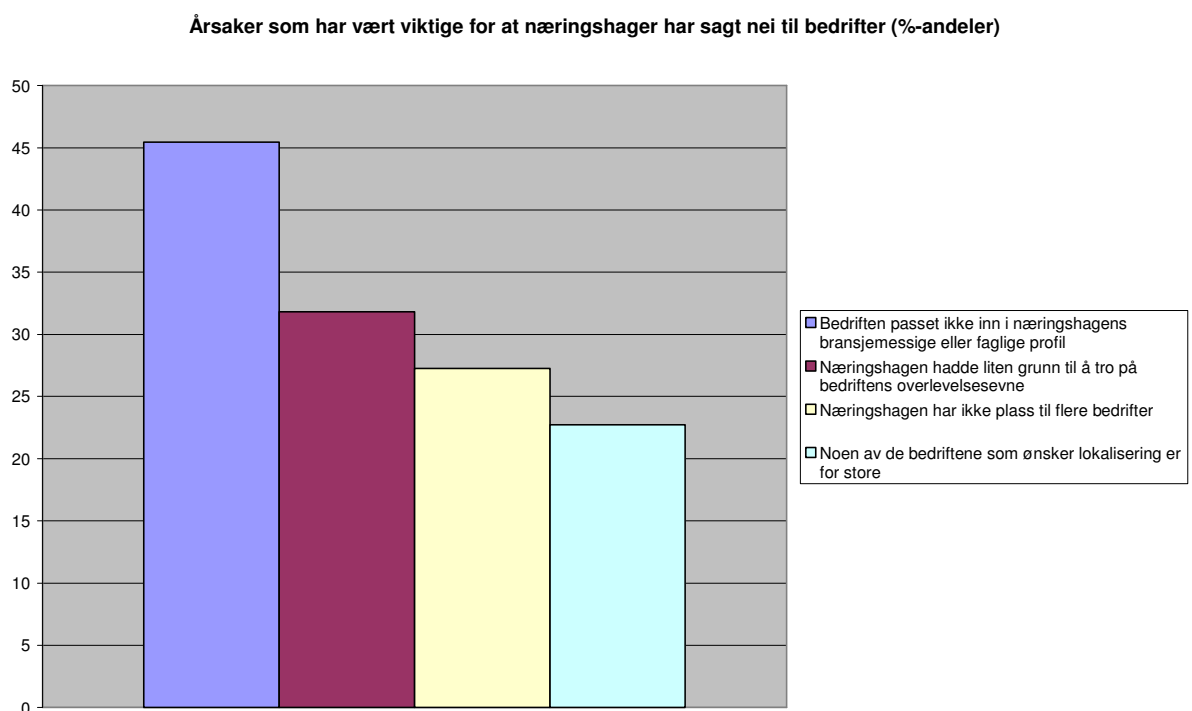
Samtidig er det grunn til å se nærmere på hvordan næringshagene og deres omgivelser ser på dette med profil. Hva er det som skal betraktes som profil for en næringshage? Finnes det en kritisk masse for å kunne framtre som en profilert næringshage?

I en god del av de næringshagene som er med i case-studiene, har både næringshagelederne og bedrifter i og utenfor næringshagen en oppfatning om at næringshagen framstår som en profilert næringshage. Samtidig ser vi i så godt som alle disse at en betydelig del av bedriftene, både målt i antall bedrifter og i antall ansatte, ikke driver en virksomhet som faller inn under denne profilen. Når de likevel mener at

næringsshagen framstår med en bransjemessig profil, er en av forklaringene at de har en eller noen få bedrifter innenfor det bestemte området som er sterke og tydelige, og som bidrar mer til å skape et bilde av næringshagene overfor omverdenen enn de andre bedriftene i næringsshagen gjør. Ett slikt eksempel finner vi i Stryn næringshage, som framstår med en profil innenfor design, selv om bare to av bedriftene i næringsshagen er designbedrifter. Et annet eksempel er næringsshagen i Kunstnerdalen, som oppfattes som profilert på utvikling og prosjektledelse. Det skyldes i stor grad at det er en forholdsvis stor bedrift i næringsshagen som har dette som sine arbeidsområder. De fleste av bedriftene i næringsshagen har imidlertid ikke disse tjenestene i sitt tjenestetilbud.

Et klart uttrykk for at næringshagene har ambisjoner om å slipe sin bransjemessige profil, finner vi i svarfordelingen på spørsmålet om hvilke grunner næringsshagen har hatt for å avvise bedrifter som har ønsket å etablere seg i næringsshagen. Godt over halvparten av dem har avvist bedrifter med den begrunnelsen at de ikke har passet inn i næringshagens bransjemessige eller faglige profil. Dette er den klart hyppigste begrunnelsen for å si nei til bedrifter som ønsker lokalisering i næringsshagen. 28 (64 %) av næringshagelederne svarer bekreftende på at de har sagt nei til bedrifter som ønsker å lokalisere seg i næringsshagen.

Figur 5.2



I tillegg til å ta bevisste valg og arbeide strategisk med bedriftsporteføljen, arbeider også næringshagene på andre måter med profilutvikling. Vi har tidligere vært inne på kurs og seminarer som en del av utviklingsarbeidet. I de næringshagene der bedriftsgrunnlaget er tilstrekkelig stort, kan slike kurs spesialtilpasses behovet i bedriftene. På Tynset, i næringshagen i Nord-Østerdalen, der det er et kompetansemiljø innenfor regnskap og forretningsmessig tjenesteyting, har en derfor kunnet arrangere mer spesialiserte kurs for regnskapsfolk og i forretningsengelsk. Disse kursene har hatt god oppslutning og for eksempel når det gjelder regnskapskursene, er vurderingen fra eksterne bedrifter at dette er kurs som deltakerne ellers ville ha reist andre steder for å delta i.

Slike, litt ”spissede” tilbud fortelles det ikke om i de næringshagene der få av bedriftene er innenfor samme felt. Kurstilbudene her dreier seg om tema som favner videre, for eksempel prosjektledelse og grunnleggende regnskapsførsel for etablerere.

En del av arbeidet med å utvikle en profil, skjer gjennom de samarbeidsrelasjonene næringshagene inngår i med andre aktører. For noen sitt vedkommende dreier det seg om FoU-miljø, for andre er det andre regionale utviklingsaktører, eller videregående skole som er aktuelle, og i noen tilfeller er det samarbeid med et bredt spekter av så vel statlige som regionale og lokale aktører. Kontakten skjer både i form av konkrete samarbeidsforhold og gjennom vanskeligere konkretiserbare nettverksrelasjoner.

Det er også noen få av næringshagelederne som gir klart uttrykk for i intervjuene at de ikke har ambisjoner om en bransjemessig profil for næringshagen. Det skyldes for det første at de mener det ikke er grunnlag, rent antallsmessig, for å tenke slik innenfor det geografiske området som næringshagen driver i. For det andre mener de andre utviklingsfunksjoner er viktigere, for eksempel å arbeide med gründere og etablerere utenfor næringshagen. Vi ser med andre ord at det å ikke framstå med en klar bransjemessig profil, ikke nødvendigvis er et resultat av uoppfylte ambisjoner i næringshagen, men også kan være et resultat av bevisste valg. Det er også en del som argumenterer for at det å være en dynamisk og resultatorientert utviklingsaktør i regionen, er et klart uttrykk for at næringshagen har en profil.

Blant bedriftene i næringshagene er det delte meninger om betydningen av bransjeprofil. Det inntrykket vi får fra intervjuene, er at de som er innenfor et ”profilert” felt, absolutt synes det er noen fordeler ved det,

gjennom at de får tilgang på kunnskap og opplever at de har et faglig miljø rundt seg. Slike oppfatninger finner vi også hos bedrifter som er lokalisert utenfor næringsshagen, og som driver i en "profilert" bransje. De bedriftene som ikke befinner seg innenfor en slik bransje, gir imidlertid ikke generelt uttrykk for at de savner dette, med enkelte unntak. I denne forbindelse er det en tendens blant bedriftene til å legge mer vekt på den betydningen det har at det finnes et mangfold av bedrifter i næringsshagen, og den tilgangen til informasjon hver enkelt bedrift får på den måten. Med denne typen data, er det vanskelig å trekke eksakte konklusjoner om den relative vektleggingen av de ulike synspunktene. Det er likevel grunnlag for å hevde at bedriftene i næringshagene jevnt over ikke oppfatter det som veldig betydningsfullt for dem at næringsshagen har en bransjemessig profil.

5.6 Framtidsplaner

Er næringshagelederne fornøyde med det aktivitetsnivået og det engasjementet næringsshagen har i dag, eller ser de behov for fortsatt utvikling eller endring? Svaret på dette spørsmålet kan fortelle oss noe om hvordan næringshageselskapene ønsker å posisjonere seg i fremtiden.

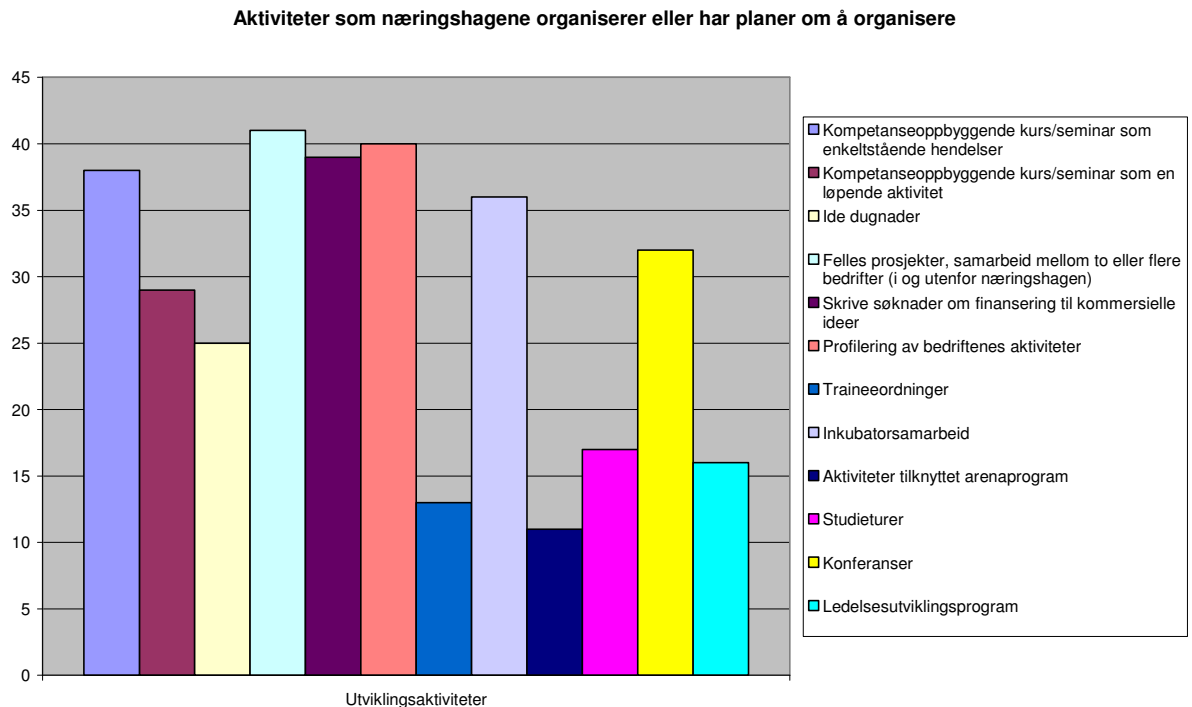
5.6.1 Rollen som næringshageutvikler

Når det gjelder den aktiviteten og de tilbudene som næringshageselskapene planlegger over for bedriftene i og utenfor næringshagene, synes strategien langt på vei å være "mer av det samme". I figuren nedenfor (figur 5.4) har vi spurt om aktiviteter som næringshagene organiserer eller har planer om å organisere i den nærmeste fremtid. Svarene på dette skiller seg ikke nevneverdig fra svarene på spørsmålet om hvilke aktiviteter de har drevet med så langt (tabell 5.2). Ut fra det vi har sett i det foregående, at næringshageselskapene i økende grad synes å rette fokus mot bedrifter utenfor næringshagene, er det grunn til å regne med at disse tilbudene gjelder både for bedrifter i og bedrifter utenfor næringshagene.

Hovedvekten ligger også i nær framtid på kurs og andre kompetanseoppbyggende tiltak. Profileringsarbeid er også viktig. Vi ser en viss nedgang med hensyn til å initiere idedugnader. Mens 33 av næringshagene har hatt slike før, er det 25 som planlegger dette i det nærmeste året. Studieturer er det også klart færre som har planer om.

Noen flere enn før orienterer seg i retning av traineeordninger og inkubatorsamarbeid.

Figur 5.4



Når forskjellene fra tidligere er såpass små, er det vanskelig å ha en oppfatning om hvorvidt dette bare er et uttrykk for tilfeldige svingninger eller om det signaliserer en svak dreining av fokus. Det mønsteret som avtegner seg, kan imidlertid tyde på en svakt økende vektlegging av individuelle aktiviteter med fastere oppfølging, som inkubator og trainee, på bekostning av mer generelt orienterte samlinger, som ide dugnader og studieturer ofte har en tilbøyelighet til å være. Muligens kan dette ses i sammenheng med de nevnte problemene knyttet til profilering og det å utvikle tilbud som fanger interessen hos en større andel av bedriftene.

Intervjuene viser at det er betydelig optimisme når det gjelder det framtidige utviklingsarbeidet, også i de næringshagene som har gjennomgått omfattende reorganiseringer som har hatt utgangspunkt i økonomiske problemer. Det ser med andre ord ikke ut til å svekke verken selvtilliten eller tilliten til disse næringshagene. Den optimismen som vi ettersporer i omgivelse, skyldes imidlertid ikke bare selve reorganiseringen, men ofte også det at disse næringshagene har fått ny ledelse, som en har sterk tiltro til.

5.6.2 Næringshagene i virkemiddelapparatet

Det generelle bildet er altså at næringshageselskapene ikke har planer om vesentlige omlegginger av de aktivitetene de organiserer for bedriftene, i nær fremtid. Samtidig gir denne oversikten bare en del av bildet når det gjelder næringshageselskapenes ideer om hvordan de skal innrette seg i fremtiden. Vi har også intervjuet næringshagelederne i de 12 næringshagene som utgjør case-studiene om hvordan næringshagene kan utvikle seg for å bli bedre. Det er stor variasjon i svarene, noe som både avspeiler at de tolv befinner seg i ulike faser av en utvikling og at det er betydelige forskjeller mellom dem når det gjelder profil og vektlegging av den regionale utviklerrollen. Et forhold som de fleste er inne på, er betydningen av å få til gode samarbeidsordninger med kommunen og fylkeskommunen. Refleksjonene omkring dette er sterkt knyttet til tanker om forutsigbarhet i økonomien i næringshageselskapet. Foruten SIVA er de lokale og regionale myndigheter viktige finansiører for næringshageselskapene. Fordi utviklingstilskuddet fra SIVA gradvis reduseres, for til slutt å falle bort, er rolleavklaring og samarbeidsrelasjoner til kommune og fylke svært viktig for den framtidige driften av næringshageselskapene. Derfor er det også en del av næringshagelederne som gir uttrykk for en viss uro for at det arbeidet som gjøres i næringshageselskapene ikke blir lagt tilstrekkelig merke til i disse systemene.

I den sammenheng er det enkelte som påpeker at det er viktig for næringshagene å ha gode evaluerings- og rapporteringskriterier for virksomheten sin, slik at de kan bli mål på et relevant spekter av resultater. Det er flere som mener at de rapporteringskriteriene som benyttes av SIVA, er for snevre, og ikke fanger opp bredden i virksomheten.

Generelt avspeiler intervjuene at næringshagelederne er fornøyde med retningen i det arbeidet de driver. De fleste av dem fremhever de siste års økte vektlegging av det regionale utviklingsarbeidet. Særlig nevnes arbeidet med etablerere. De er også i all hovedsak opptatte av at næringshagene skal utvikle seg videre i dette sporet. Samtidig har de naturligvis en rekke konkrete ideer om hva som kan gjøres, og om hvilke samarbeidsrelasjoner som bør utvikles.

Arbeidet med etablerere står klart i fokus. Her dreier ambisjonene seg både om å bli bedre til å nå fram til etablererne, samt å bli flinkere til å utnytte de mulighetene for etablerere som virkemiddelapparatet har til rådighet. I dette ligger også ambisjoner om å samarbeide mer med andre

næringshager. De som allerede har slikt samarbeid, vil gjerne gjøre mer ut av dette, og de øvrige vil gjerne komme i gang med det. Her er det også noen nevner at det kan ligge et potensial for utvikling i det å styrke samarbeid og informasjonsutveksling i næringshagenettverket. Flere er inne på behovet for å arbeide mer med å rekruttere ungdom, på ulike måter, og enkelte ser for seg at næringshagenettverket kan utgjøre et nyttig redskap i en slik satsing.

Flere av næringshagelederene mener at de må arbeide mer med å gjøre næringshagens rolle som utviklingsaktør bedre kjent lokalt. De mener at næringshagen i all hovedsak oppfattes som en bygning; et sted for lokalisering av bedrifter, og at den funksjonen den har som møteplass og medhjelper for etablering av bedrifter utenfor næringshagebygningen, er lite kjent. Denne oppfatningen bekreftes i en del av intervjuene med bedrifter utenfor næringshagen, som vi kommer tilbake til i neste kapittel.

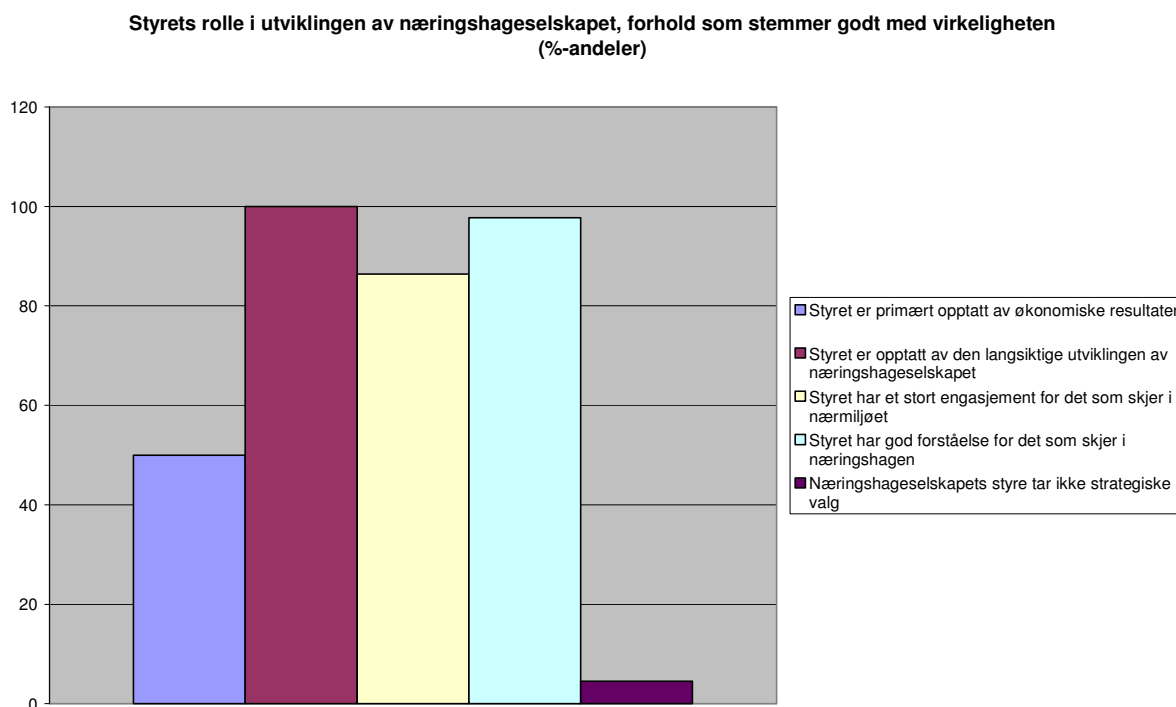
Det er i den forbindelse et gjennomgående trekk at de mener at næringshagen som møteplass bør utvikles. At selve næringshagebygningen "åpnes opp" for næringsrettede arrangement og aktiviteter i større grad enn det som er tilfellet i dag, er noe mange påpeker som et viktig redskap, både for å gjøre virksomheten som drives mer kjent, og for å skape kontakt mellom de ulike deler av næringslivet.

Noen av de næringshagelederene vi snakket med, men ikke mer enn en tredel, peker på det å knytte tettere forbindelse til FoU- institusjoner, høyskoler og/eller universitet, som et område det er viktig å arbeide med i fremtiden.

5.6.3 Styret – en aktiv medspiller?

Næringshagene har generelt ikke en stor administrasjon, og er på mange måter avhengig av en rekke gode samarbeidsrelasjoner for å realisere egne og andres forventninger og ambisjoner for framtida. Styret er en viktig del av ledelsen i moderne selskaper, og spørsmålet er om næringshagelederene har en god, strategisk samarbeidspartner i styret. I survey'en har vi bedt næringshagelederene om komme med sine vurderinger av hvilken rolle styret spiller. Er det først og fremst opptatt av økonomistyring, eller strekker interessen og engasjementet ut over dette?

Figur 5.5



De fleste av de næringshagelederne vi snakket med, ga uttrykk for at styret var aktivt og engasjert både i møtene og mellom møtene. Svarene i figuren ovenfor bekrefter dette inntrykket. Vi kan klart trekke en konklusjon om at styret oppfattes som en ressurs for næringshagelederne i det langsiktige utviklingsarbeidet. Det var anledning til å sette kryss ved flere alternativ her, og vi ser at selv om rundt halvparten mener at styret primært er opptatt av de økonomiske resultatene, ligger tyngdepunktet av vurderinger på at styret er godt inne i virksomheten, har engasjement og tenker langsiktig.

I en av de næringshagene vi besøkte, er en fast post i styremøtene "Styrets relasjon til næringshagen siden sist". Her rapporterer styremedlemmene hva de har gjort med relevans for næringshagen, og blir på den måten mer ansvarliggjort. Også andre av næringshagene hadde lignende former for tilbakemelding i styremøtene, om enn ikke i den grad satt i system.

I en del av næringshagene var tilbakemeldingen på spørsmålet om styrets rolle og innsats at "Ja, nå har vi et godt og engasjert styre, som forstår hva virksomheten i næringshagen dreier seg om", underforstått at det hadde ikke alltid vært slik. Med andre ord har det vært jobbet en del med styresammensetningen, for å få med folk en vet har kunnskap om og evne til å være med i de utviklingsprosessene som næringshagene er med i. Denne utviklingen beskrives ofte som at styrets rolle har endret

seg fra økonomiske kontrollfunksjoner til en mer proaktiv og strategisk rolle. Som generell tendens kommenteres denne utviklingen positivt av aktører både i og utenfor næringshagene. En slik avklaring av styrets funksjon og rolle over tid må også ses i lys av at næringshagene er et rimelig nytt element innenfor virkemidlene for regional næringsutvikling, og det er ikke overraskende at næringshagene har måttet gå noen runder for å avklare roller og funksjoner både internt, og i forhold til andre aktører inne næringsutviklingsfeltet..

I tabell 5.3 har vi sett på hvor styremedlemmene i næringshageselskapene hører til.

Tabell 5.3 Styrets sammensetning, vist i antall næringshager (% andel presentert i parentes)

	Offentlig sektor	Privat sektor	SIVA
Ingen	18 (41)		11 (25)
1-19 %	4 (9)	0	13 (30)
20-29 %	11 (25)	1 (2)	18 (41)
Mer enn 29 %	7 (16)	42 (96)	1 (2)
Ikke besvart	4 (9)	1 (2)	1 (2)

Vi ser av tabellen at 18 næringshageselskap ikke har representanter fra offentlig sektor i styret, og 11 har ingen representanter fra SIVA. Alle næringshageselskapene har representanter fra privat sektor.

Det at alle næringshagene har styrerepresentanter fra næringslivet, kan betraktes som et uttrykk for at de har den forankringen i det lokale næringslivet som har vært etterstrebet. Samtidig er det et tankekors at såpass mange ikke har styrerepresentanter fra offentlig sektor, sett i sammenheng med at næringshagene synes å ha ambisjoner om å knytte tettere forbindelser den veien, slik det er påpekt ovenfor.

5.7 Oppsummering

De fleste vil tenke på en næringshage som samlokaliseringen av bedriftene i næringshagebygningen. Næringshagene er mer enn dette. De er helt klart også lokale og regionale utviklingsaktører med et nedslagsfelt både tematisk og geografisk som rekker betydelig lengre enn den tomte næringshagene står på. Det er derfor hensiktsmessig å skille mellom næringshagen som lokalitet og næringshageselskapet som utviklingsaktør.

Flere prosesser har ført næringshageselskapene inn i den rollen. En forklaring ligger i det at slike utvidelser av nedslagfeltet har betydning for den langsiktige økonomiske utviklingen. Gjennom å stå for gjennomføringen av en større eller mindre del av den kommunale og fylkeskommunale utviklingspolitikken, er næringshageselskapene i stand til å skaffe seg annen finansiering enn de generelle utviklingstilskuddene. Selskapene synes i økende grad å satse på utviklingsfunksjoner, og noen av dem har etter til dels dyrekjøpte erfaringer gjennomført en prosess der utleie- og en del av driftsfunksjonene er skilt ut i separate selskaper. Vi ser likevel en positiv, om enn svak, økonomisk utvikling i næringshageselskapene de senere år.

Den utvidete rollen kan også henge sammen med en erkjennelse om at det var vanskeligere enn ventet å leve opp til ideen om at næringshagene kunne bli en form for næringsklynger, gjennom samlokalisering av bedrifter innenfor samme bransje, eller i alle fall innen nær beslektet virksomhet. Mange steder har ikke det lokale grunnlaget for dette vært til stede. Dermed har det vært mindre grunnlag for næringshageselskapene til å drive med for eksempel bransjespesifikk kompetanseheving som favnet mange av bedriftene i næringshagene.

Denne utviklingen i retning av en regional rolle ser ut til å ha gått raskere for de yngre næringshagene enn for de eldre. Dels kan det komme av at de ferske har kunnet dra lærdom av de mer etablerte næringshagenes erfaringer, og dels kommer det av at slike ambisjoner er sterkere knyttet til finansieringen enn de var for noen år siden.

Den regionale rollen ser i betydelig grad ut til å fylles gjennom at næringshagene gjennomfører prosjekter for ulike offentlige myndigheter, både lokale, regionale og statlige. Dette er et aldri så lite tankekors, av to grunner. For det første kan det gi næringshageselskapene en innretting mot en rolle som prosjektgjennomfører, som kan komme til å gå på bekostning av en mer generell veilednings- og utviklerrolle. For det andre kan en økt vektlegging av gjennomføring av prosjekter komme til å sette næringshageselskapene i en direkte konkurransesituasjon overfor lokale bedrifter, bedrifter som faktisk også kan være lokalisert i næringshagen. Vi har ikke inntrykk av at dette er en utvikling næringshageselskapene generelt ønsker, men at usikkerheten med hensyn til en stabil finansiering av utviklingsfunksjoner gjør dette til en hensiktsmessig, men muligens kortsiktig strategi.

Næringsshagen som lokalitet, som samlokalisering av bedrifter, har nok fått en forholdsvis svakere vektlegging etter hvert, sett i forhold til rollen som utviklingsaktør. Det er likevel grunn til å understreke at denne rollen fortsatt er både levende og aktiv. Næringshageselskapet driver med en rekke utviklingstiltak innrettet mot bedriftene i næringsshagen. Det faktum at disse tilbudene også omfatter bedrifter utenfor samlokaliseringen, er et eksempel på at selskapene kombinerer det å være en lokalitet med det å være utviklingsaktør. Mye av den eksterne virksomheten er dessuten innrettet mot å hjelpe etablerere ved å være et bindeledd til det øvrige virkemiddelapparatet. Et annet tegn på at næringshagene kombinerer de to funksjonene, kan det være at vi ser en økende andel av nyetableringer blant de samlokaliserte bedriftene, over tid. I noen tilfeller kjenner vi til at nyetableringer kommer inn i samlokaliseringen etter at næringshageselskapet har kommet i kontakt med dem gjennom det eksternt retta arbeidet sitt, men vi har ikke god oversikt over helheten i denne delen av virksomheten. Dynamikken i inn- og utflytting tydeliggjør også at det skjer utviklingsprosesser i næringshagebygningen, og at det ikke er slik at når en bedrift er kommet inn i næringsshagen, så blir den værende. Hvorvidt balansen mellom inn- og utflytting, eller avviking, av bedrifter er god eller dårlig, må en imidlertid vurdere med hensyn på den enkelte næringshage. Blant annet må dette ses i sammenheng med ambisjoner om en bransjemessig profil hos næringshagene.

I den kontakten næringshageselskapene har med FoU-miljø og utdanningsinstitusjonene, tyder materialet på at det har vært en utvikling i retning av mer kontakt de siste årene. Så godt som alle selskapene har samarbeidsavtaler med slike selskaper. Det varierer hva samarbeidet går ut på, og i flere tilfeller er det snakk om samarbeid om gjennomføring av kurs som er relativt bredt innrettet. Det ser ut til at næringshageselskapenes forbindelser til disse miljøene først og fremst har et generelt preg og i hovedsak er innrettet på gjensidig informasjon og samarbeid om enkeltstående begivenheter, som for eksempel Forskningsdagene. Vi finner likevel også en del tilfeller der næringshageselskapene er engasjert i FoU-basert utviklingsarbeid i enkeltbedrifter i næringsshagen. Så langt kan det se ut til at når det dreier seg om den generelle delen av kontakten, går den mellom næringshageselskapet og det FoU- eller høgskolemiljøet som ligger nærmest geografisk. Den mer spesialiserte kontakten foregår over større geografiske avstander, og med utgangspunkt i hvilke behov bedriften har. Når det gjelder måten disse kontaktene oppstår på, hvordan de utvikler seg og hva som etter hvert kommer ut av dem, er det behov for et mer

omfattende og dyptpløyende datamateriale for å kunne trekke konklusjoner.

Næringshageselskapene synes generelt å mene at de er inne i en god utvikling. Når det gjelder tilbudet av utviklingsorienterte aktiviteter til bedriftene i og utenfor næringshagen, er planene for den nærmeste framtiden å tilby ”mer av det samme”, muligens med en viss dreining fra generelle til mer spissede aktiviteter. Når det gjelder den mer utvidete regionale utviklingsfunksjonen, er det både vilje til, og interesse for å satse på nye tema, som for eksempel ungdomssatsing.

Vi ser også at styret oppfattes som en god medspiller blant majoriteten av næringshagelederne. Samtidig ser vi behovet for en debatt og en nærmere avklaring av den rollen næringshageselskapene etter hvert inntar i det regionale virkemiddelapparatet. Spørsmålet om hvordan omgivelsene oppfatter den utviklingen som skjer i næringshagene, og hvilke forventninger de ulike delene av næringshagenes omgivelser har til dem, vil være svært viktig for de mulighetene næringshageselskapene har for å realisere sine ambisjoner for videre utvikling.

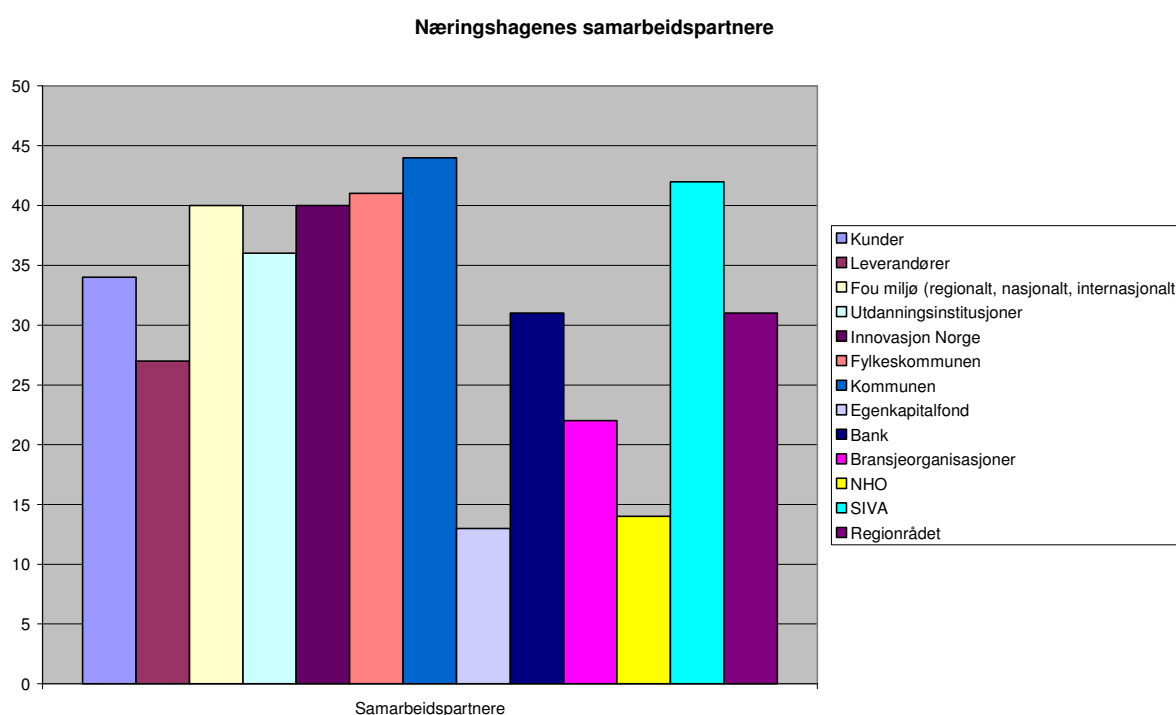
6 NÆRINGSHAGENE OG OMGIVELSENE

Vi så i forrige kapittel at næringshageselskapene har utviklet seg til også være en aktør innenfor regional utvikling. Dette kapitlet stiller spørsmål om hvordan næringshageselskapene, representert ved lederen i selskapet, oppfatter de institusjonelle omgivelsene som kommunene, SIVA og det øvrige virkemiddelapparatet utgjør. Det presenterer også en del synspunkter og holdninger til næringshagene, blant disse aktørene. Vi vil understreke at dette ikke er en evaluering av det regionale innovasjonssystemet som sådan, men vi vil gi en presentasjon av noen sentrale dimensjoner ved næringshagens rolle i dette systemet.

6.1 Næringshageselskapenes samarbeidsrelasjoner

Næringshageselskapene inngår i en rekke samarbeidsrelasjoner. Oversikten nedenfor gir et visst innblikk i bredden i, og omfanget av disse relasjonene. Bildet er ikke komplett gjennom denne oversikten, fordi vi her har spurt næringshagelederne konkret om hvem de har inngått samarbeid med (se figur 6.1). I dette ligger en form for konkretisering som vil utelukke de mer uklare nettverksrelasjonene som handler om å treffes i ulike fora, og mer uformell utveksling av informasjon. Ut fra intervjuene ser vi at næringshagelederne i det store og hele også er aktive deltakere i slike nettverk.

Figur 6.1 Næringshageleders vurdering av viktige samarbeidspartnere



Av oversikten ser vi at kommunen er den aktøren flest næringshageselskap har samarbeid med, tett fulgt av SIVA og fylkeskommunen, mens egenkapitalfond og NHO scorer lavest. At de nevnte offentlige aktørene scorer høyest på samarbeidsrelasjoner må ses i lys av at SIVAs programbeskrivelse for gjeldende næringshageprogram krever en "langsiktig og forpliktende avtale om samfinansiering med kommune og fylkeskommune" som grunnlag for etablering av en næringshage.

FoU-miljø, utdanningsinstitusjoner og kunder er helt klart også blant dem næringshagene oftest har samarbeid med. Av de 44 næringshageselskapene er det kun ett som ikke har inngått samarbeid med verken Fou-miljø eller utdanningsinstitusjoner. 33 av næringshageselskapene har inngått samarbeid med både Fou-miljø og utdanningsinstitusjoner. 10 har samarbeid med bare et av disse miljøene: 3 har bare samarbeid med utdanningsinstitusjoner og 7 har bare samarbeid med FoU-miljøer.

I tillegg til de som er nevnt i oversikten, nevner rundt en firedel av næringshagelederne også andre de samarbeider med. Blant disse er det en del som samarbeider med Fylkesmannens landbruksavdeling. Andre samarbeidspartnere er lokale næringsforeninger og regionale næringsfora, lokale og regionale bransjefora, som f eks reiselivsforening, samt kunnskapsparker, FoU-inkubatorer og ikke minst andre næringshager. Sett under ett, og også i lys av intervjudata fra caseundersøkelsene, vitner dette om at næringshagene utfyller andre private og offentlige aktører innenfor de strukturer som legger til rette for næringsutvikling. Når det gjelder hvorvidt næringshagene har "funnet sin plass" i disse strukturene, peker intervjumaterialet på betydelige forskjeller mellom ulike næringshager, ikke minst basert på næringshagenes alder. Nyere næringshager må således i større grad finne sin rolle i de regionale innovasjons- og utviklingssystemer enn de med lengre fartstid.

Oversikten forteller om hvem næringshagene samarbeider med, men sier ikke hva samarbeidet går ut på, eller hva slags erfaringer en har med slike samarbeidsrelasjoner. I intervjuene har vi hatt anledning til i noen grad å utdype dette spørsmålet. De viktigste blant samarbeidspartnerne til næringshageselskapene er kommuner, FoU-miljø/utdanningsinstitusjoner og det regionale virkemiddelapparatet. Kontakten med FoU-miljø og utdanningsinstitusjoner er presentert i

foregående kapittel, og vi konsentrerer oss her om kommunene, SIVA og de regionale aktørene.

6.2 Forholdet mellom næringshagene og kommunene

Figur 6.1 viser at vertskommunen(e) fremstår som den samarbeidspartneren næringshagelederne oftest nevner. Samtidig peker intervjuene på at næringshagens relasjoner til kommunen noen ganger er "indirekte", i den forstand at det kommunale næringsarbeidet kan være skilt ut i et kommunalt eller regionalt/ interkommunalt næringsutviklingsselskap. I flere næringshager trekker både daglig leder og andre frem at næringshagen fungerer som kommunenes førstelinjetjeneste mot bedriftene. Dette gjelder særlig i kommuner hvor det kommunale næringsapparatet er svakt, men også der hvor det kommunale næringsarbeidet er lokalisert i næringshagen, og samvirker nært med denne.

Noen eksempler på variasjonen: I Finnøy Næringshage kjøper kommunen næringstjenester ved behov. I Stryn og Fjordhagen fungerer næringshagen som førstelinjetjeneste for det kommunale næringsarbeidet. Mellom Landsbyen næringshage og kommunen er det et godt samarbeid, men samtidig vil kommunen ha en selvstendig rolle i næringsarbeidet, og har ikke lagt førstelinjetjenesten til næringshagen. Andre steder er næringshagen også koplet på næringsarbeidet til regionrådet, som i Odda, hvor næringshagen har ansvar for etablereropplæring på oppdrag av Hardangerrådet. En annen regionalisert variant finner vi i Namdalshagen hvor Utviklingskontoret for midtre Namdal er lokalisert i næringshagen. På Senja, hvor vi finner den mest distribuerte næringshagen (6 kommuner, med fysiske avdelinger i 4) finner vi at også i en kommune hvor næringshagen ikke pr. dato har lokaliteter, har man løpende og positiv kontakt.

Uavhengig av hvordan koplingen til det kommunale næringsarbeidet er organisert, fremstår næringshageselskapene gjennomgående som opptatt av å ha et godt og nært forhold til kommunene.

Data fra surveyen til de kommunale aktørene støtter dette generelle bildet, men viser samtidig variasjon i hvor sterkt, og på hvilken måte, kommunene engasjerte seg i arbeidet med å få etablert næringshage.

22 (42%) av respondentene svarer at kommunen var initiativtaker i prosessen med å etablere næringshagen, og 30 (57%) svarer at

kommunen var en aktiv pådriver når ideen først var lansert. 10 (19%) svarer at kommunen var lite involvert i prosessen, men har støttet etableringen. 10 av respondentene svarer at kommunen både var initiativtaker og en aktiv pådriver når ideen var lansert. 3 svarer at kommunen både var en aktiv pådriver når ideen først var lansert og har støttet etableringen. Til tross for denne variasjonen i kommunens rolle under etableringen, gir dette grunnlag for å si at kommunen gjennomgående har vært en aktiv og viktig aktør i arbeidet for å realisere en næringshage i sitt område.

Samtidig angir nær en tredjedel (30 %) at det har vært politisk uenighet om kommunens strategi når det gjelder næringshagen. 35 (66 %) svarer at det ikke har noen uenighet av betydning. I så godt som alle de tilfellene der det har vært politisk uenighet av betydning, har denne uenigheten dreid seg om strategien for det kommunale næringsarbeidet. Det er også 4 som svarer at det var uenighet om lokaliseringen av næringshagen.

Den politiske uenigheten i nær 1/3 av næringshagekommunene finner vi få spor av i intervjumaterialet, og det betrakter vi som en indikasjon på at slike konflikter ikke oppleves som et vedvarende problem i næringshagens løpende arbeid.

19 (36%) er av den oppfatningen at etableringen av næringshagen har ført til en annen innretning i bruken av det kommunale næringsfondet. 39 (74%) av de spurte oppgir at bedrifter i næringshagen har mottatt støtte fra det kommunale næringsfondet. Av de 39 respondentene svarer 29 (74%) at støtten fra det kommunale næringsfondet til bedriftene i næringshagen primært har vært rettet mot å bidra til vekst og ekspansjon. Bare to svarer at støtten primært har vært rettet mot å sikre bedrifters aktivitetsnivå på nåværende nivå. Kommunal støtte til bedriftene i næringshagen peker dermed i sum i retning av en offensiv satsing på næringsutvikling.

De kommunale aktørene som har vært intervjuet i case-kommunene er gjennomgående svært positive til næringshagen i sin kommune, illustrert ved utsagn som:

"Næringshagen er en veldig god arena og et miljø for innovasjon (...) Bedrifter blir koplet opp mot mange muligheter – kompetanse, penger, inkubator. Næringshagen er en naturlig partner (for kommunen) mot bedrifter når det gjelder kompetanse, oppmerksomhet og

omdømmebygging” (kommunalt næringsansvarlig i en næringshage-kommune)

”Næringshagen jobber godt innenfor sitt kontaktnett... Samlokalisering har gitt et godt miljø i næringshagen. Aktørene i næringshagen har gjensidig utbytte av hverandre... og drar nytte av næringshagens kontakt med andre næringshager.” (Ordfører i en næringshage-kommune)

Den generelt positive kommunale vurderingen av utviklingen i næringshagene er imidlertid ikke helt uten unntak. I to tilfeller stiller de kommunale informantene i vårt materiale spørsmål ved om den lokale næringshagen i for stor grad er et ”bedriftshotell”, hvor utleie av kontorer tar for mye fokus på bekostning av mer utviklingsorienterte oppgaver. Dette må også ses på bakgrunn av at enkelte næringshager har gjennomgått økonomiske vansker knyttet til husleiekostnader og utleievolum, og at oppmerksomheten til næringshageselskapet i slike perioder naturlig dreies mot de umiddelbare økonomiske realiteter. Den kommunale bekymring som kommer til uttrykk i disse to tilfellene synes imidlertid å være mer rettet mot frykten for at dette fokuset kan bli permanent, og at det må aktive grep til for å dreie næringshagen i en mer utviklingsorientert retning.

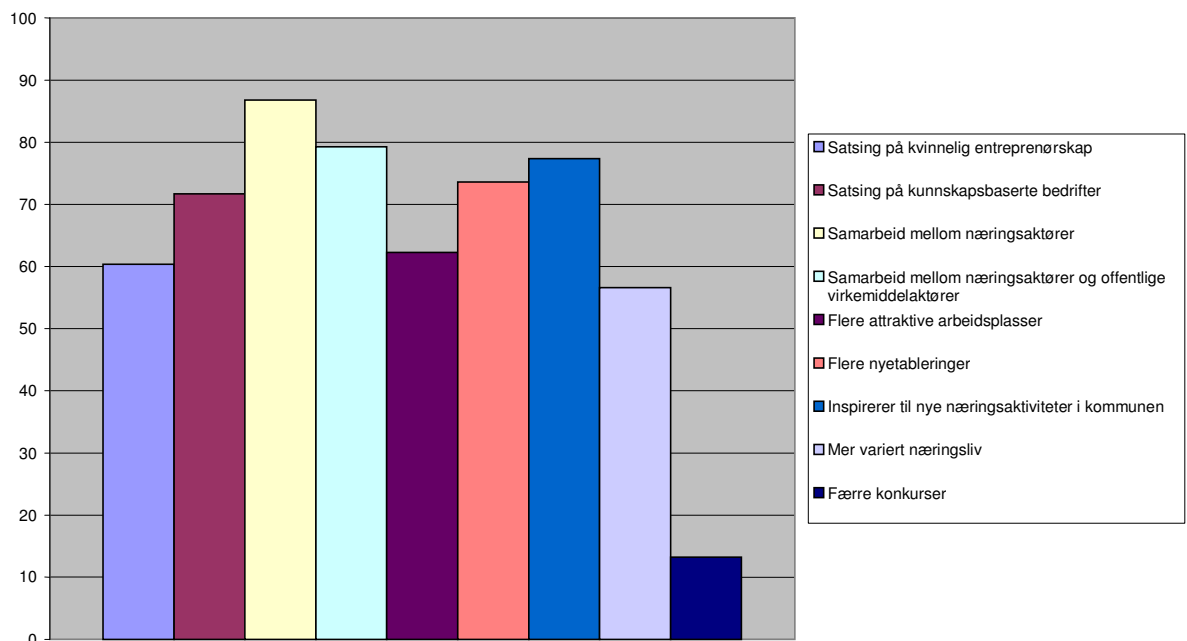
Enkelte kommunale aktører ønsker også en tydeligere rolleavklaring mellom næringshagen som selskap og enkelte bedrifter som er lokalisert i den enkelte næringshage. I flere næringshager er enkelte leietakere også deleiere i selskapet. Personer fra slike bedrifter har vært engasjert til ulike oppgaver, både i og av næringshageselskapet. Dette dreier seg også om lederfunksjoner. Det er også tilfeller der tidligere ledere i næringshagen har gått over til, eller tilbake til, stillinger i bedrifter lokalisert i næringshagen.

Det er viktig å understreke at ingen av informantene har antydnet faktiske tilfeller av uheldige ”rolleblandinger” i slike situasjoner, men de argumenterer mer prinsipielt for at i slike tette og interaktive miljøer er det særlig viktig at rollene avklares for alle som relaterer seg til næringshagen, og at næringshagen kan bli tydeligere på dette. En annen side ved denne tette interaksjonen og det at mye kompetanse og engasjement er knyttet til en eller svært få enkeltpersoner, er at det skaper en sårbar situasjon. Hvis vedkommende slutter eller flytter, kan det ta lang tid å bygge opp denne kompetansen i miljøet. Det er også noen som gir uttrykk for bekymring om dette.

6.2.1 Kommunale vurderinger av næringshagens betydning.

I surveyen til representanter for næringshagekommunene har vi bedt dem om å uttrykke sin oppfatning om hva næringshagene mer konkret har bidratt med (figur 6.2).

Figur 6.2 Kommunale aktørers oppfatning av forhold ved næringshagen som har stor betydning (%-andeler)



Med ett unntak vurderer over 55% av respondentene det slik at næringshagene har hatt stor betydning når det gjelder å bidra til hver av de etterspurte effektene. Det som scorer høyest er samarbeid mellom næringsaktører, fulgt av samarbeid mellom næringsaktører og offentlige virkemiddelaktører. Det er ytterst få som mener næringshagene har bidratt til færre konkurser.

I kapittel 6.1 behandlet vi næringshagenes forhold til FoU-institusjoner. Her er det av interesse å vise hvilke oppfatninger de kommunale respondentene har av næringshagebedriftenes bruk av forsknings- og utviklingstjenester. (tabell 6.1).

Tabell 6.1 Kommunens inntrykk av næringsshagens FoU- orientering. Antall (%)

Mangler grunnlag for å uttale seg	17 (32)
Næringshagebedriftene er mer aktive FoU-brukere enn øvrig lokalt næringsliv	20 (38)
FoU-bruken er omtrent lik for bedrifter i og utenfor næringshagen	12 (23)
Ubesvart	4 (8)

At så vidt mange oppgir at de ikke har grunnlag for å uttale seg om dette er knapt overraskende, da dette dreier seg om mer detaljerte vurderinger knyttet til de enkelte bedrifter i næringshagen. Likevel har vel en tredel (38 %) et inntrykk av at næringshagebedriftene er mer aktive brukere av forsknings- og utviklingstjenester enn bedrifter utenfor næringshagen.

30 (57%) av de kommunale respondentene har registrert at næringshagen driver aktiv markedsføring med det formål å oppmuntre utflyttere til å komme tilbake til regionen.

I tråd med de mer konkrete vurderingene av næringsshagens betydning som kommer til uttrykk i figur 6.2 oppgir 41 (77%) av de kommunale respondentene at næringshagen har spilt en aktiv rolle for å inspirere til utvikling av det lokale næringslivet. Våre data viser imidlertid også at så vidt mange som 8 (15%) oppgir at næringshagen har hatt en lite aktiv rolle, eller ikke deltatt i det hele tatt, når det gjelder å utvikle det lokale næringslivet. Uten at vi kan trekke konklusjoner for disse 8 på generelt grunnlag, så viser intervjumaterialet til noen mekanismer som kan bidra til å forklare dette.

Selv om vertskommunen(e) oppgis som sentral samarbeidspartner, er det varierende hvor konkret og løpende dette samarbeidet er. Flere næringshager har prioritert arbeidet mot bedrifter (i og utenfor næringshagen) fremfor å synliggjøre innsatsen, og effektene av denne, overfor kommunene. Flere er også involvert i regionale utviklingsprosjekter hvor fylkeskommune og Innovasjon Norge er de sentrale samarbeidspartnere, noe som bidrar til at næringshagen kan oppleves som å være "på armlengdes avstand" til kommunen. Som en tidligere næringshageleder uttrykker det: "Næringshagen er godt kjent særlig i fylkeskommunen og i [det regionale høgskolemiljøet], men det er mer varierende i kommunene". Samtidig har vi sett fra case-materialet at enkelte aktører i to av tolv kommuner mener næringshagene er for fokusert på interne forhold knyttet til kontorutleie ("bedriftshotell"). Vårt materiale tillater imidlertid ingen konklusjoner på vektingen av disse

forklaringsfaktorene når det gjelder dette mindretallet som uttrykker misnøye med næringshagens utviklerrolle.

Hovedinntrykket er likevel at kommunene er godt fornøyde med hvordan næringshagene forstår og utøver sin rolle i forhold til næringsutviklingen lokalt og regionalt.

6.3 Næringshagen, SIVA og de regionale virkemiddelaktørene.

Spørreskjemaundersøkelsen til næringshagelederne viser at langt de fleste (84%) mener at SIVA har lyktes godt i rollen som nettverksbygger mellom næringshagene. Som en av næringshagelederne uttrykker det: "Nettverket gjennom SIVA, men også regionalt mellom næringshagene i fylket, gir kontinuitet". Samtidig viser intervjumaterialet ganske klart at både næringshagelederne og andre aktører i hovedsak ikke vurderer SIVA isolert, men at SIVA gjerne omtales i sammenheng med andre virkemiddelaktører som fylkeskommune og Innovasjon Norge. At den samlede strukturen knyttet til nyskaping og næringsutvikling er kompleks, kommer tydelig til uttrykk hos en ordfører:

"Hele systemet med Innovasjon Norge, fylkeskommunen, næringshagen, SIVA, lokalt eller regionalt investeringsselskap⁵ og Norges Forskningsråd er vanskelig å håndtere."

Dette må ses i lys av de utviklingsavtaler som er etablert og som periodisk skal fornyes, endres eller avsluttes. I tillegg er Innovasjon Norge i en fase hvor de ønsker å etablere avtaler direkte med kommunene, og det å gi disse ulike samarbeidskonstellasjonene sammenhengende form og innhold oppleves som en utfordring i flere kommuner.

16 % (7) mener at SIVA har lyktes mindre godt som nettverksbygger. En næringshageleder uttrykker det slik: "SIVA bør ta en sterkere rolle når det gjelder kontakten mellom næringshagene, de overlater dette i for stor grad til nettverket Næringshagene i Norge." Og en annen sier: "Vi har godt utbytte av å bli kjent med lederne i de andre næringshagene, men savner mer erfaringsutveksling med SIVA."

⁵ Her kan skytes inn at vi har intervjuet representanter for to slike investeringsselskaper, og begge ser svært positivt både på næringshagene som konsept, som en løsning på en tidligere "missing link" i det regionale innovasjonssystemet, og på den konkrete virksomheten og utviklingen i de næringshagene de tilhører.

Enkelte kommenterer også de spenninger som kan oppstå mellom lokale ønsker og signaler fra SIVA og andre virkemiddelaktører:

”De som startet næringshagen var opptatte av å etablere et lokalt bedriftsfellesskap. Noen av disse er kritiske til at en har utviklet seg mer i en regional retning, dette er også gjort utfra signal fra Innovasjon Norge, fylkeskommunen og SIVA”.

Denne type spenninger må forstås i lys av utviklingsdynamikken i det regionale innovasjonssystemet, som i dette tilfellet kommer til uttrykk i den dreiningen som ligger i overgangen fra det første til det andre næringshageprogrammet. Våre data tyder samlet på at næringshagene har fulgt denne ”marsjorden” i retning av en regional utviklerrolle, men samtidig ser vi at dette kan kollidere med noen av de lokale aktørenes opprinnelige motivasjon for etablering av en næringshage.

Et sentralt punkt i vårt samlede datamateriale fra både næringshageledere og kommunale aktører, er utfordringene knyttet til den langsiktige finansieringen, og hvilken rolle SIVA og andre virkemiddelaktører bør spille på lengre sikt. Det er flere næringshager som har strategier for å bli selvfinansierende, men langt flere advarer mot en situasjon hvor næringshagene ”må leve fra hånd til munn, og at man må unngå å bli prosjektmaker for prosjektenes egen skyld.” Et argument som går igjen, er at midlene fra SIVA, fylkeskommuner og kommuner, ikke bør betraktes som rent tilskudd, men at det faktisk er et honorar for en tjeneste som ikke har et betalingsvillig marked. Dette skyldes, som noen formulerer det, at næringshagen i stor grad arbeider med ”halv-offentlige” oppgaver, som bedrifter og det offentlige forventer av en næringshage, men som få eller ingen er villige til å betale den fulle) prisen for.

6.4 Forholdet til det regionale virkemiddelapparatet

Det regionale virkemiddelapparatet er i denne konteksten primært fylkeskommunen og Innovasjon Norge⁶. Gjennom utviklingsavtalene har næringshagene formelle koplinger til disse sentrale virkemiddelaktørene. For bedriftene, og særlig for etablerere, fremstår næringshagene som veiledere og rådgivere i forhold til en virkemiddelstruktur som kan synes uoversiktlig for den enkelte aktør eller bedrift. Den sentrale betydning næringshagelederne tillegger disse aktørene (figur 6.1) må betraktes som en naturlig følge av denne rollen.

⁶ Men i noen tilfeller også regionråd, og – i regioner med en sterk landbrukssektor – Fylkesmannens landbruksavdeling.

6.4.1 Mellom den enkelte næringshage og det systemiske blikk

De regionale virkemiddelaktørene er opptatt av utviklingen i den enkelte næringshage, samtidig som de har et mer "systemisk blikk" mot strukturen i de regionale innovasjonssystemene. Det generelle inntrykket fra intervjuene i og rundt de 12 næringshagene er at virkemiddelaktørene har en aktiv oppfølging og vurdering av arbeidet som gjøres i den enkelte næringshage. Kun i to fylkeskommuner finner vi en beskrivelse av forholdet til næringshagene som har vært mer eller mindre direkte avledet av SIVAs vurderinger – i den betydning at når en næringshage har passert SIVAs nåløye, så har den også vært "god nok" for fylkeskommunen. Men også i disse tilfellene signaliseres endringer: Særlig i den ene av disse to fylkeskommunen har en nå ambisjoner om å ha en sterkere "hånd på rattet" i tida fremover.

Gjennomgående er altså bildet at de forventninger og forpliktelser som er nedfelt i utviklingsavtalene følges aktivt opp. Et eksempel på denne type konkrete og resultatbaserte vurderinger finner vi Nord-Trøndelag fylkesråds behandling av støtten til innovasjonsselskaper i fylket i mars 2008 (Sak 08/32). Av 6 selskaper som ble innvilget støtte i 2008, er det bare halvparten som stilles i utsikt fortsatt støtte i 2009 og 2010. *"De øvrige selskapene (...) kan ikke vise til resultater som gir grunnlag (...) til å antyde finansiering ut over ett år."* Namdalshagen er ett av de selskapene som kan få støtte også i 2009 og 2010, men også dette *"er under forutsetning av at selskapene fyller en regional rolle og leverer resultat i tråd med våre forventninger"*.

I denne evalueringen har vi ikke gått systematisk gjennom tilsvarende vedtak i andre fylker, men resonnementet gjenkjennes i intervjumaterialet. Støtten til næringshagene fremstår på ingen måte som automatisk og varig. De regionale virkemiddelaktørene forventer resultater, og følger utviklingen i den enkelte næringshage aktivt. I det store og hele er inntrykket fra intervjumaterialet blant disse aktørene at næringshagene er på rett veg.

Når det gjelder spørsmålet om fortsatt offentlig støtte, finner vi imidlertid forskjeller som vanskelig kan tilbakeføres til trekk ved den enkelte næringshage. Her synes det som om forskjellene i større grad er uttrykk for hva informantene betrakter som det offentliges rolle når det gjelder næringsutvikling. Enkelte hevder at flere viktige, og ofte lite målbare/synlige, sider ved næringshagenes virksomhet aldri kan

finansieres helt ut uten offentlig basisfinansiering, mens andre fremholder at framtidig finansiering kan bli mer oppdrags- og prosjektbasert.

I tillegg til de konkrete vurderingene av de enkelte næringshagene, er de regionale virkemiddelaktørene opptatt av sammenhengen i de regionale innovasjonssystemene, og dermed av rollefordelingen mellom virkemiddelaktørene. En viktig arena for slike avklaringer synes å være innhold og innretning på de regionale utviklingsavtalene, og flere viser til pågående diskusjoner regionalt, så vel som med SIVA, om framtidige vegvalg. I dette bildet er også Innovasjon Norges arbeid med å inngå avtaler med kommunene et element, som i varierende grad berører næringshagene. Flere aktører i virkemiddelapparatet fremholder at disse dialogene, særlig mellom SIVA, Innovasjon Norge og fylkeskommunene, er krevende. En fylkeskommunal representant uttrykker seg slik: "Vi har kanskje ikke hatt så god felles forståelse med SIVA om hva næringshagen skal være, og hvordan utviklingen bør være, men har samtidig en opplevelse av at SIVA er litt på gli når det gjelder spørsmålet om varig finansiering." At vi finner uenigheter mellom virkemiddelaktørene, som blant annet på bakgrunn av forskjeller i institusjonell forankring har ulikt fokus på næringsutviklingsarbeidet, er ikke overraskende. Hovedinntrykket er likevel at de, i forhold til næringshagene, har en kontinuerlig dialog om å videreutvikle sine komplementære roller i dette arbeidet.

6.5 Betydningen av næringshagenettverket

Samtlige av de næringshagelederne som har oppfatninger om det nasjonale næringshagenettverket, vektlegger den gjensidige informasjonsutvekslingen og læringen som skjer her. Enkelte er imidlertid mest opptatt av den funksjonen dette nettverket har med henblikk på å utvikle en felles plattform for næringshagenes relasjoner til SIVA. Vi finner også et eksempel på at en næringshageleder oppgir å ha utfordret dette nettverket når det gjelder mer fokus på ungdomssatsing. Et forslag som fremkommer i de åpne svarmulighetene i spørreskjemaet til næringshagelederne, er at SIVA etablerer tematiske nettverk mellom næringshager med lignende tematisk profil, for eksempel nettverk rettet mot design, opplevelsesbasert reiseliv, kulturnæringer, osv.

6.6 Hvordan oppfatter andre bedrifter næringshagene?

Det generelle inntrykket av intervjuene blant bedrifter i kommuner med næringshager, men som ikke selv er lokalisert i eller er medlem av

næringsshagen, er at næringshagene oppleves å fylle noen viktige funksjoner for lokal og regional næringsutvikling. For det første fremheves næringshagene som viktige arenaer og møteplasser hvor bedrifter i og utenfor næringsshagen møtes både formelt og uformelt. Derneft fremheves næringshagenes rolle som veileder og døråpner i forhold til virkemiddelapparatet. Vi finner likevel også bedrifter med en utviklingsorientert profil som har et svært distansert forhold til næringsshagen.

Når det gjelder forbedringspotensialet for næringshagene, sett fra disse eksterne bedriftene, spriker bildet mer. Enkelte fremhever ønsket om at næringsshagen blir mer aktive til å oppsøke eksterne bedrifter, for å lære om deres behov, riktignok uten at ressursbehovet for dette adresseres. Andre ønsker at næringsshagen skal bli en tydeligere næringspolitisk aktør, og sette en lokal dagsorden for næringsutvikling, mens atter andre savner en tydeligere profilering og avklaring av forholdet mellom næringshageselskapet og bedrifter i næringsshagen. Samtidig tar enkelte av bedriftene utenfor næringsshagen det problematiske ved nettopp en for klar profil, illustrert ved utsagn som "Det er tross alt viktigere å få etablerere enn en bransjemessig profil".

Datagrunnlaget fra bedrifter utenfor næringsshagen er begrenset, og illustrerer variasjon mer enn de gir grunnlag for entydige konklusjoner.

6.7 Oppsummering

Ved å se på relasjonene mellom næringshagene og omgivelsene, er det umiddelbart tydelig at næringshagenes rolle ikke kan betraktes isolert fra verken det regionale virkemiddelsystemet, de politiske føringer som uttrykkes gjennom kommuner og fylkeskommuner, eller den struktur og dynamikk man finner i det lokale og regionale næringsliv. Samtidig er som sagt ikke dette en evaluering av det regionale innovasjonssystemet⁷ som sådan. Vi kan derfor ikke trekke konklusjonene lengre enn til at det synes å være generert et behov for å se disse prosessene i sammenheng når det gjelder utviklingen av næringshagene.

For det lokale næringslivet utenfor næringsshagen fremstår næringshagene på den ene siden som viktige arenaer og møteplasser for næringslivet, og på den andre siden fremstår næringshageselskapet som et lokalt brohode til virkemiddelapparatet.

⁷ Eller om man nedtoner innovasjonsaspektet: det regionale virkemiddelsystemet for næringsutvikling.

For kommunene er også næringshagene en viktig arena, og dels lokalisering for, dels utøver av, det kommunale næringsarbeidet. Næringshagenes rolle og funksjon i forhold til det kommunale næringsarbeidet synes å være i en svært dynamisk fase, ikke minst i lys av de dialoger som foregår mellom kommunene og Innovasjon Norge om hvordan kommunene skal fungere som en bedriftsrettet førstelinjetjeneste for Innovasjon Norge.

De regionale virkemiddelaktørene følger utviklingen i de enkelte næringshagene, samtidig som de gjennom regionale partnerskap og "innovasjonsteam" er i en kontinuerlig og krevende dialog med hverandre om innretningen av de næringsrettede virkemidlene på fylkesnivå. Utvikling av næringshagenes rolle i denne strukturen er et gjennomgående tema, samtidig som materialet gir et klart inntrykk av at de regionale virkemiddelaktørene mener næringshagene i det store og hele er på rett veg.

7 BEDRIFTENE I NÆRINGSHAGENE

Selv om næringshageselskapene, som vi har sett, har dreid fokuset mer i retning av å være en regional utviklingsaktør, er de fremdeles opptatt med de samlokaliserte bedriftene i næringshageselskapet. Dette er den opprinnelige ideen med næringshagene, og den typen virksomhet som de har arbeidet med helt siden starten. Det er derfor viktig å få et bilde av hva slags bedrifter dette er, hvordan de agerer i næringshagefellesskapet, og hvilke synspunkter de har på det som skjer der.

I dette kapitlet presenteres sentrale trekk ved disse bedriftene. Vi ser først på bransjefordeling og størrelse, og deretter retter vi fokus mot hvilke funksjoner næringshagene har å tilby bedriftene, og bedriftenes faktiske bruk, og vurdering av disse. Til slutt ser vi på utviklingen i omsetning og lønnsomhet, og sammenligner med det øvrige lokale næringsliv, samt nasjonalt nivå. I og med at KIFT-bedriftene er så sentrale for næringshagene, ser vi særlig på KIFT-bedriftene i denne sammenligningen. Videre presenterer kapitlet data om bedriftenes kompetanse og deres orientering mot kompetanseutvikling, markedsorientering og deres kontakt med andre bedrifter og eventuelt andre aktører.

7.1 Næringshagebedriftene etter bransje, alder og størrelse

Samlet sett er det registrert 51 næringshager som dekker 65 kommuner⁸. Av disse er det en som foreløpig ikke har noen bedrifter⁹. Dermed har vi 50 aktive næringshager, og disse har oppgitt til sammen 1006 virksomheter. Alle de oppgitte virksomhetene kan ikke kalles bedrifter i streng forstand. Tabell 7.1 gir en oversikt over hvordan virksomhetene fordeler seg på ulike typer foretak. Vi ser at størstedelen, rundt 40% er registrerte AS, mens tett på 20% er underavdelinger av bedrifter med hovedkontor et annet sted. En forholdsvis liten andel er enkeltpersonforetak, mens en større del utgjøres av ulike typer offentlig virksomhet eller av organisasjoner.

⁸ I alt 6 Næringshager dekker mer enn en kommune. Disse er Namdalshagen (4), Næringshagen i Nord-Gudbrandsdal (6), Orkla Næringshage (3), Senja Næringshage (6), Lofoten Næringshage (2) og Sentrum Næringshage (2). Tallene i parentes viser til antall kommuner som er involvert i næringshagen.

⁹ Dette gjelder Sortland.

Tabell 7.1 Virksomheter i Næringshagene fordelt på type foretak

Type foretak	Antall
Registrert AS*	411
Enkeltpersonforetak	88
Underavdeling	183
Ny bedrift uten regnskapstall	62
Offentlig virksomhet/organisasjon	127
Ikke registrert	135
Totalt	1006

* omfatter alle regnskapspliktige bedrifter

Tabellen viser også at rundt 13% av virksomhetene i næringshagene er offentlige virksomheter, lag foreninger og organisasjoner. Nærmere 15% av virksomhetene er ikke registrert i Brønnøysundregisteret, selv om næringshageselskapene har oppgitt dem som ordinære virksomheter, dvs ikke offentlige etater eller organisasjoner. En stor del av denne gruppen synes å være enkeltpersoner som ikke har registrert noe firma, men som antakelig leier lokale i næringshagen. Videre består gruppen av virksomheter med selskapsnavn. En årsak til at disse ikke eksisterer i de offentlige registrene, kan være at de så nye at de ennå ikke er kommet inn i databasen til Brønnøysundregistrene. En annen forklaring kan være at de er gått konkurs, men ikke er fjernet fra registrene ennå. Videre viser stikkprøver at det kan dreie seg om personer som er ansatt i kortvarige prosjekt som for eksempel næringshageselskapet gjennomfører, samt personer som er inne i en næringshage for å forberede utviklingen av egen bedrift, men som ikke har kommet så langt som til å registrere bedriften enda. Noen er ansatt andre steder, men har næringshagen som en form for "hjemmekontor", et kontor som gjerne brukes på skift av flere. Det kan også være elebedrifter, som enkelte næringshager har. Altså finner vi i denne "uregistrerte" gruppen en del av de som er potensialet til nye bedrifter.

Et av formålene til næringshagene er å bidra til opprettelse av bedrifter og arbeidsplasser i de såkalt kunnskapsintensive næringene. Fellesbetegnelsen KIFT (kunnskapsintensiv forretningsmessig tjenesteyting) omfatter det som vanligvis betraktes som de viktigste kunnskapsintensive bransjene. Disse bransjene er databehandling, Forskning og Utvikling (FoU) og forretningsmessig tjenesteyting. Tabell 7.2 gir en oversikt over hvordan næringshagebedriftene fordeler seg på ulike bransjer, og dette sammenlignes med hvordan hele populasjonen av

regnskapspliktige bedrifter i kommuner med næringshage fordeler seg på de samme bransjene.

Tabell 7.2 viser at intensjonen med næringshagene når det gjelder bransjeinnretning langt på vei innfris. Rundt 45% av de regnskapspliktige bedriftene i næringshagene finner vi innenfor KIFT sektoren. I den grad vi finner industri bedrifter og kraftselskap i næringshagene dreier dette seg i stor grad om ingeniørvirksomhet og utvikling av ny teknologi knyttet til industri og kraft produksjon. På den andre siden finner vi nærmere 15% av næringshage bedriftene innenfor handel og bygg og anlegg. Dette er bransjer som i liten grad blir sett på som kunnskapsintensive. Disse bransjene er imidlertid underrepresentert i næringshagene om vi sammenligner med deres andel av alle bedrifter i kommunene. Det samme gjelder eiendom og utleie og reiseliv.

Tabell 7.2 Fordeling av bedrifter på bransje

<i>Bransje</i>	<i>Næringshagebedrifter</i>		<i>Andre bedrifter i kommunen</i>	
	<i>Antall</i>	<i>%</i>	<i>antall</i>	<i>%</i>
Primærnæringer	18	5	365	4
Bergverk og industri	47	12	1015	11
Kraft og vann	8	2	72	1
Bygg og anlegg	28	7	1160	12
Handel	25	7	2490	25
Reiseliv	28	7	1103	11
Post og tele	4	1	33	0,5
Finans og forsikring	10	3	121	1
Eiendom og utleie	27	7	1878	19
KIFT	177	45	832	9
Helse og skole	14	4	495	5
Personlig tj.yt.	11	3	325	4
Uoppgitt	14		361	
<i>Totalt</i>	<i>397</i>	<i>100</i>	<i>10.250</i>	<i>100</i>

Det siste datasettet ser samtlige KIFT-bedrifter i landet i forhold til KIFT-bedriftene i næringshagene. Tabell 7.3 og 7.4 viser sammensetningen av KIFT-bedrifter, samt størrelse målt i antall ansatte og omsetning.

Tabell 7.3 viser at sammensetningen av KIFT-bedriftene i næringshagene ligger tett opp til den vi ser på landsbasis.

Tabell 7.3 KIFT-bedrifter fordelt på bransje, prosent (antall)

Bransje	Databehandling	FoU	Forretningsmessig tjenesteyting	Totalt
Næringshagebedrifter	18% (32)	2% (4)	80% (141)	100% (177)
Hele landet	17% (2535)	1% (135)	82% (12011)	100% (14681)

Tabell 7.4 viser at KIFT-bedriftene i næringshagene i snitt er betydelig mindre enn på landsgjennomsnittet. Det gjelder både i faktiske tall (antall ansatte og omsetning) og i forhold til omsetning per ansatt. På landsbasis har KIFT-bedriftene rundt 1 mill i omsetning per ansatt, mens for KIFT-bedriftene i næringshagene er dette rundt 750.000.

Tabell 7.4 KIFT-bedrifter fordelt på størrelse, gjennomsnitt for alle bedrifter

	Omsetning (1000 kr, 2006)	Ansatte (gj.snitt)
Næringshagebedrifter	3827	5,2
Hele landet	15686	14

En viktig årsak til denne forskjellen er at mange store KIFT-bedrifter har hovedkontor i en av de større byene, mens de har underavdelinger rundt om i landet inkludert i næringshagene. Disse blir bare registrert der hovedkontoret er lokalisert da underavdelinger ikke opererer med egne regnskap eller er regnskapspliktige.

Bedrifter gjennomgår utviklingsstadier, og det kan være interessant å se på næringshagebedriftenes alder (tabell 7. 5)

Tabell 7.5. Næringshagebedriftenes etableringsår.

Tidsperiode	% andel	Akkumulert % andel*
1990 og tidligere	17,6	17,6
1991 - 1998	24,7	42,3
1999 – 2001	10,3	52,6
2002 - 2004	20	72,6
2005 - 2007	25,5	98,1

N=362

* Akkumulert % andel i nederste rad er ikke 100 fordi 7 bedrifter etablert i 2008 ikke er tatt med.

42 % av bedriftene som er lokalisert i næringshagene pr. juni 2008 er 10 år eller eldre (etablert i 1998 og tidligere), og dette forklarer den relativt høye gjennomsnittsalderen for bedriftene lokalisert i næringshagene. Den aldersvise fordelingen av bedrifter som har etablert seg i næringshagene fra 1999 og frem til i dag viser at andelen yngre bedrifter i næringshagene er økende.

Tabell 7.6 Antall ansatte i næringshagebedriftene, fordelt på intervaller.

Antall ansatte	% andel	Akkumulert % andel
0 - 1	39,1	39,1
2 – 5	34,6	73,7
6 – 10	15,9	89,6
Flere enn 10	10,4	100

N=335

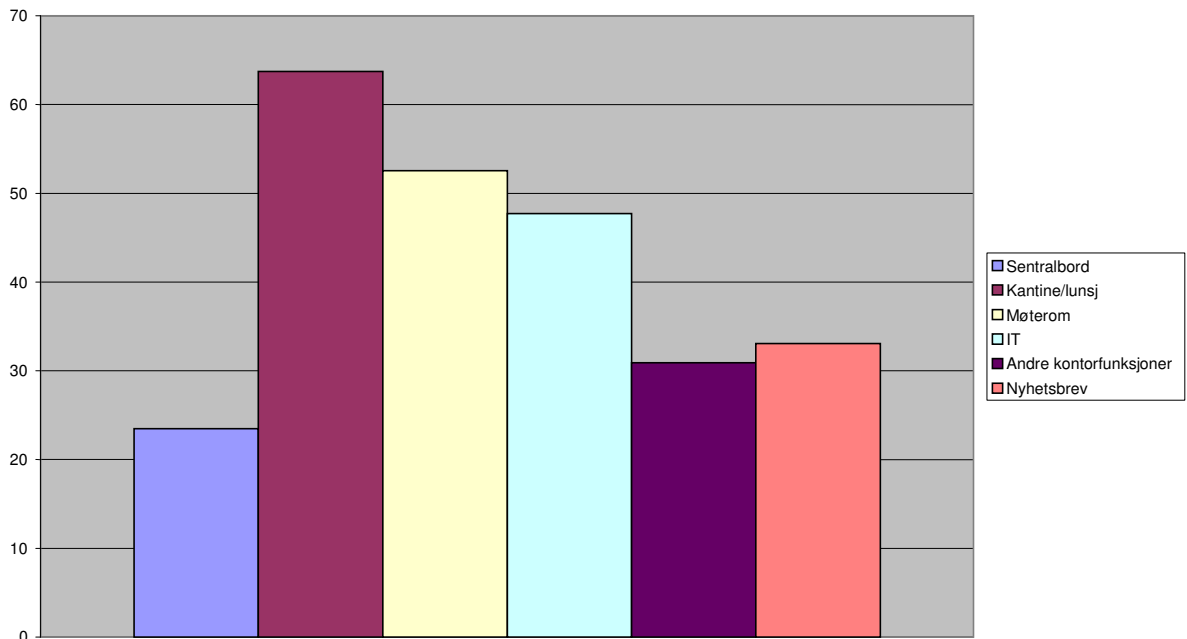
Nesten tre firedeler av bedriftene har fem eller færre ansatte, og 4 av 10 er enpersons- eller deltidsbedrifter. Med andre ord, brorparten av bedriftene lokalisert i næringshagene er mikrobedrifter.

7.2 Bedriftenes bruk av næringshagenes tilbud

I evalueringen er det et viktig spørsmål hvorvidt bedriftene i næringshagen først og fremst oppfatter tilbudet som en lokalisering, og er opptatt av de rent praktiske driftsfunksjonene, eller om utviklingsfunksjonene er de kanskje viktigste sidene ved å være lokalisert i næringshagen. Samtidig er dette skillet mellom lokalisering og utviklingsfunksjoner noe stilisert, da samlokalisering også gir andre betingelser for utviklingsarbeidet. Datamaterialet gir ikke grunnlag for å komme med eksakte mål på forholdet mellom disse, men den følgende presentasjonen gir et bilde av hvordan bedriftene vektlegger ulike aspekter ved det å være i næringshagen.

Med driftsfunksjonen tenker vi på selve næringshagebygningen og de fasilitetene som tilbys der. Figur 7.1 viser hvor ofte bedriftene bruker de ulike husinterne funksjonene som næringshagen tilbyr.

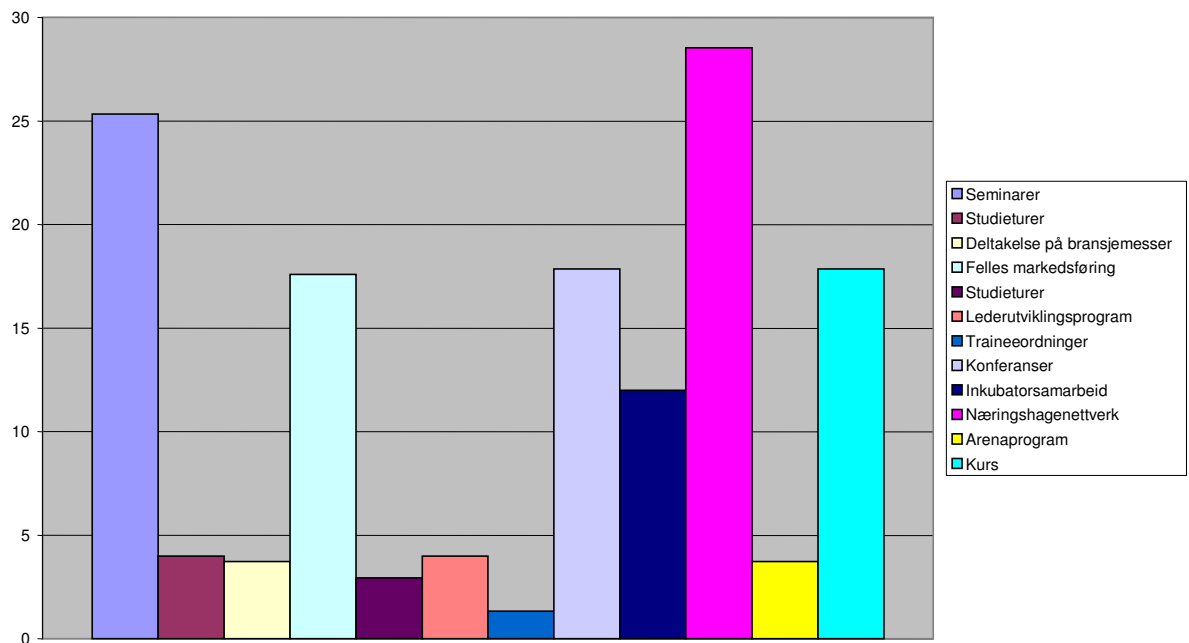
Figur 7-1 Hyppighet i bruken av interne funksjoner i næringsshagen (%).



Kantina er naturlig nok det tilbudet som brukes hyppigst. Så godt som alle næringshagene har et kantinetilbud. Intervjuene med bedriftslederne bekrefter inntrykket av kantina som et viktig tilbud, som verdsettes blant leietakerne. Det er få som oppgir at de bruker sentralbordtjenestene ofte, men enkelte utsagn i intervjuene kan tyde på at viktigheten av denne tjenesten er større enn hyppigheten av bruken. Lav hyppighet i bruken kan skyldes at noen av de store bedriftene har eget sentralbord, og at mange av de små en- og topersonbedriftene klarer seg med mobiltelefon.

Det vi vil betegne som utviklingsfunksjoner i næringsshagen, er tilbud som retter seg inn mot kompetanseheving, markeds- og produktutvikling. Figur 7.2 viser variasjon i hvor ofte bedriftene bruker næringshagenes ulike tilbud. De hyppigst nevnte er seminarer og tilgang til næringshagenettverket, fulgt av felles markedsføring, konferanser og kurs.

Figur 7.2 Bedrifter som oppgir at de hyppig bruker næringshagens ulike utviklingsfunksjoner (% som bruker tilbudet ofte)

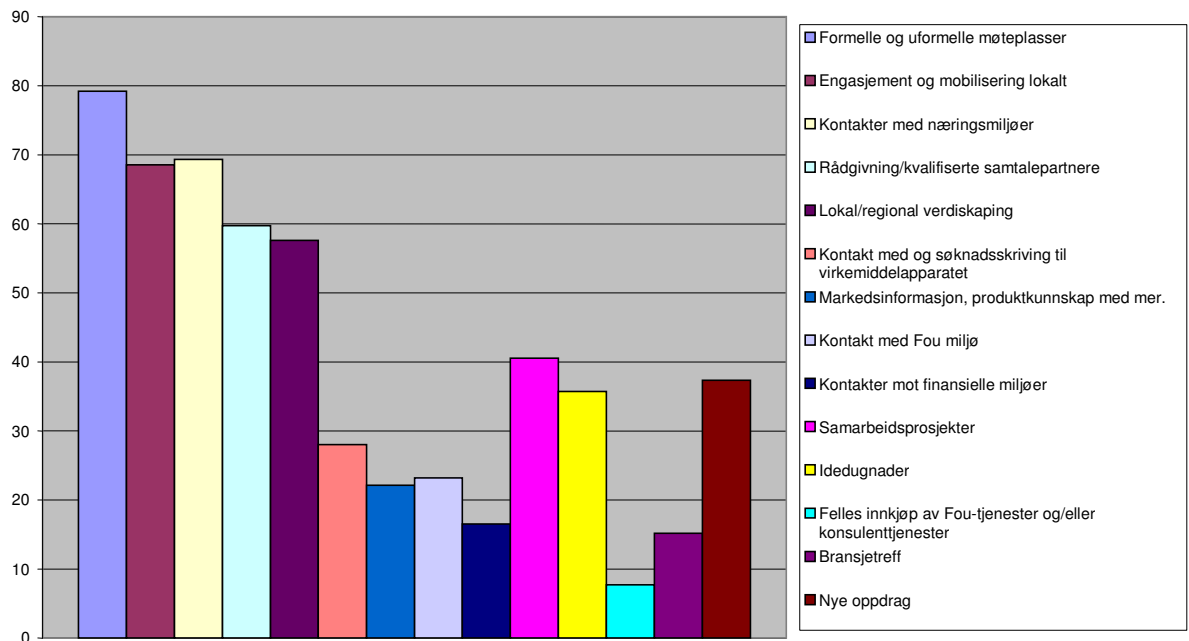


De intervjuene vi gjennomførte med bedrifter i næringshagen bekrefter langt på vei dette. En god del av dem mener de har hatt utbytte av å delta på kurs og seminarer som har vært arrangert i regi av næringshageselskapet eller av selskapet i samarbeid med ulike kompetansemiljø. Samtidig mener de, med enkelte få unntak, at det er vanskelig å tenke seg at næringshagen skal kunne tilby utviklingsfunksjoner som er spesifikke for deres bedrift eller bransje, på grunn av den relativt store faglige spredningen mellom bedriftene i den enkelte næringshage. Samtidig er det verdt å merke seg at mange informanter legger vekt på det positive i at det arrangeres kurs, seminarer og samlinger i næringshagen selv om deres egen virksomhet ikke deltar eller har direkte nytte av slike tilbud. Slike arrangementer trekker inn eksterne aktører, synliggjør næringshagen og (indirekte) bedriftene i den, og slik skapes større kjennskap til, og bevissthet om, næringshagen og dens rolle i det omliggende nærings- og samfunnsliv.

Utviklingsfunksjonen i næringshagen kan også bestå av andre faktorer enn de lett identifiserbare hendelser som fremgår av figur 7.2. Næringshagen kan også være en viktig arena for ideutvikling, formidling av kontakt med viktige aktører og nettverk, og for samarbeidstiltak. Vi har

også spurt bedriftene om dette, og figuren nedenfor viser hvordan bedriftene vurderer næringshagens betydning med hensyn til å få tilgang til slike.

Figur 7-3 Næringshagebedriftenes angivelse av områder hvor næringshagen har stor betydning (%)



Figur 7.3 viser tydelig at majoriteten av bedriftene vurderer næringshagens betydning som arena og møteplass svært høyt. Både det å få kontakt med lokal og regional mobilisering som skjer, kontakt med næringsmiljø, muligheter for å få råd og det å ha kvalifiserte samtalepartnere oppgis av bedriftene som særlig viktige elementer ved det å være i næringshagen. En ikke helt liten andel vektlegger også sterkt det å delta i samarbeidsprosjekter og idedugnader, og det er også nærmere 40% som oppgir at lokaliseringen i næringshagen har gitt konkrete resultater i form av nye oppdrag. Vi har også sett på om KIFT-bedriftene skiller seg fra gjennomsnittet her, men i det alt vesentlige følger de samme mønster, med ett unntak: En større andel (50%) av KIFT-bedriftene svarer at lokaliseringen i næringshagen har hatt stor betydning når det gjelder å få nye oppdrag.

Vi har i tillegg til disse spesifikke vurderingene av ulike elementer, bedt bedriftene om en mer overordnet og generell vurdering av hvilken

betydning det har for dem å være lokalisert i næringsshagen. På dette svarer 55% av at lokaliseringen i næringsshagen har hatt en stor betydning for bedriftens utvikling.

7.3 Næringsshagen som sosial arena

Vi ser at det som scorer absolutt høyest av det som bedriftene verdsetter ved å være lokalisert i næringsshagen, er at det gir tilgang til formelle og uformelle møteplasser. Mange av bedriftene er svært små, med ett årsverk eller mindre. Alternativet til å være i næringsshagen ville for mange av dem være å ha hjemmekontor, noe også flere av de vi møtte under besøkene i næringsshagene, påpekte.

Intervjuene utdyper denne siden ved å være i næringsshagen. I så godt som alle de 12 næringsshagene som inngår i case-studiene, er det bedriftsledere som legger stor vekt på den betydningen det har for bedriften at lokaliseringen gir dem et større sosialt miljø rundt seg i arbeidsdagen. For det første er det viktig for trivselen. Det er ofte ensomt å drive virksomheten sin fra kjellerstua hjemme. I flere av de næringsshagene vi besøkte, er det tradisjon for sosiale samlinger som sommerfest, julebord og en og annen fredagspils. Det siste gjerne i etterkant av et seminar eller foredrag. Næringsshagen i Kunstnerdalen har institusjonalisert dette i form av en "sosial kontrakt" som leietakerne må inngå når de flytter inn. Der forplikter de seg til å delta i de sosiale aktivitetene i næringsshagen. Dette er spesielt fordi det er mange av leietakerne som ikke bruker kontoret på daglig basis, og som lettere faller utenfor det sosiale fellesskapet i næringsshagen dersom det ikke sørges for alminnelig oppslutning om slike fellesaktiviteter. Etter alt å dømme har dette vært en vellykket strategi. Dette er nok den av næringsshagene fra case-studiene der betydningen av det gode sosiale miljøet blir sterkest vektlagt.

Det sosiale fellesskapet er ikke bare en trivselsfaktor, men skaper også en basis for faglig kontakt mellom bedriftene, som tidligere nevnt. Om dette i sin tur fører til noen form for økonomisk gevinst, er umulig å si noe om. På direkte spørsmål mener de jevnt over at slik er det ikke. Samtidig er det enkelte som mener de har fått kontakter og kunnskap gjennom det sosiale nettverket i næringsshagen, noe som igjen har gjort at de har skaffet seg kunder de trolig ellers ikke ville hatt. Case-studiene viser at bedriftene i næringsshagene gjerne er kunder hos hverandre, eksempelvis når det gjelder regnskap, IT-tjenester og profilering/markedsføring. Flere viser også til at de har fått kunder utenfor næringsshagen, som de i første

omgang har fått kjennskap til gjennom det sosiale nettverket i næringsshagen.

En annen side av det sosiale fellesskapet, som særlig trekkes fram av informanter fra Næringsshagen i Kunstnerdalen, som har en stor andel kvinner blant de ansatte i bedriftene, er den betydningen det har når det gjelder å støtte de kvinnelige etablererne. Dette har vært svært viktig i dette lokalsamfunnet, som av enkelte beskrives som preget av tradisjonelle verdier og forholdsvis sterke forventninger til kvinner om å delta i gårdsarbeid og husholdsaktiviteter.

7.4 Orientering mot innovasjon og nyskaping?

Politikk for næringsutvikling er i stor grad orientert mot innovasjon og nyskaping. Som nevnt innledningsvis, kan innovasjonsbegrepet tolkes på ulike måter, fra den internasjonalt banebrytende oppfinnelsen eller patentet, til mer beskjedne nyskapingen i form av forbedringer av eksisterende produkter eller nye anvendelsesformer for kjent kunnskap.

Innovasjon og nyskaping var et tema i intervjuene vi gjorde både i og utenfor næringshagene. Intervjuene bekrefter at dette er et vanskelig tema. En grunn til dette er nettopp den mangetydigheten som ligger i begrepet. Hva skal en regne som innovasjon? Mange oppfatter forventningene om at bedriftene i næringshagene skal skape innovasjoner, som å stille høyere enn det er grunnlag for med den bedriftsporteføljen og utviklingsprofilen næringsshagen har. Dette er spørsmål som har nær sammenheng med lokal/regional næringsstruktur. Men det er helt klart variasjoner mellom næringshagene i dette spørsmålet. For en næringshage som har få eller ingen teknologibedrifter og arbeider mye med etablering av enkeltpersonforetak for gårdsturisme fortøner innovasjonsbegrepet seg fjernere enn for en næringshage med flere høyteknologiske bedrifter, og et miljø av slike bedrifter i omgivelsene. Vi registrerte visse forskjeller i oppfatningene her, mellom for eksempel næringsshagen i Kunstnerdalen og Hammerfest eller Sjøsandens næringshage. Den førstnevnte er lokalisert i en landbrukskommune, og har tyngdepunktet av aktiviteten i bedriftene innenfor prosjektledelse, design og kulturellt relatert virksomhet, mens Hammerfest har flere bedrifter som er basert på olje- og gassrelatert virksomhet, samt forskningsmiljø. Samtidig er det ikke slik at de vi snakket med i Hammerfest næringshage har en oppfatning om at det skjer mange konkrete innovasjoner som følger av selve

næringshagelokaliseringen¹⁰. En av informantene peker på at det å skape innovasjoner krever at kompetente folk i bedriftene blir værende. Innovasjoner skjer sjelden over natta. Det er imidlertid vanskelig, slik som situasjonen er på arbeidsmarkedet. Flinke folk får ofte mange jobbtillbud, som oppleves som mer attraktive enn å satse på en lang og krevende prosess, ofte med usikkert utfall, med utvikling av nye produkter.

Generelt er inntrykket fra intervjuene med næringshagelederne at forventningene om at næringshagene, og bedriftene i dem, skal være orienterte mot innovasjon, er urealistiske. Den oppfatningen om innovasjon som da ligger til grunn, ligger nær opp til det som betegnes som "radikal innovasjon". Det skal likevel også påpekes at det finnes eksempler på at nye patenter er tatt ut, av bedrifter som er eller har vært lokalisert i enkelte av næringshagene. Dette må kunne karakteriseres som radikale innovasjoner, og illustrerer at dette ikke er et helt fremmed fenomen i næringshagene.

Vi spurte også informantene fra bedriftene i næringshagene om dette temaet, og noenlunde samme oppfatninger gjør seg gjeldende i denne gruppen. Med enkelte unntak er oppfatningen at radikale innovasjoner er få, i næringshagene som de fleste andre steder.

Når vi i intervjuene "modifiserte" innovasjonsbegrepet og i stedet spurte etter nyskappings- og utviklingsorientering, var responsen langt mer positiv. Jevnt over ga næringshagelederne uttrykk for at bedriftene i næringshagene er opptatt av å skape nye produkter og tjenester, og at dette skjer i nokså stor utstrekning. Den samme oppfatningen kommer til uttrykk blant de fleste av lederne for bedrifter i næringshagene.

I tabell 7.7 ser vi at 34 av næringshagelederne rapporterer at det har blitt utviklet nye produkter/tjenester i bedrifter i næringshagen. 33 rapporterer at det har blitt utviklet ideer som har bidratt til nyetableringer i og utenfor næringshagen. Av de 44 næringshagelederne svarer kun en at det ikke er rapportert noen ideer som har bidratt til nye produkter/tjenester i bedrifter lokalisert i næringshagen. To rapporterer at det ikke er registrert noen ideer som har bidratt til nyetableringer i og utenfor næringshagen. Totalt sett viser dette at næringshagene jevnt over har bedrifter som driver med innovativ aktivitet, men at omfanget av dette varierer mye mellom næringshagene.

¹⁰ Samtidig understreker flere informanter at dette miljøet er innovasjonsorientert, men at dette må ses over lengre tidsperspektiv, for eksempel med kopling til utdanningsløp, noe Energicampus Nord illustrerer.

Tabell 7.7 *Andel næringshager der ideer er blitt utviklet til nye produkter/tjenester i bedrifter i næringshagene (%-tall)*

	Nye produkter/tjenester i bedrifter i næringshagen	Ideer bidratt til nyetableringer i og utenfor næringshagen
Ingen ideer	1	2
1-5 ideer	12	16
6-10 ideer	6	5
11-20 ideer	8	7
21-50 ideer	6	1
Mer enn 50 ideer	2	4
Vet ikke	6	6
Næringshagen er såpass ny at spørsmålet er uaktuelt	3	3

I surveyen ble bedriftslederne spurt om å beskrive bedriftens viktigste produkter og tjenester. Tallene herfra gir et overblikk over hvilke produkter og tjenester bedriftene tilbyr. På dette spørsmålet svarer mer enn halvparten (55%) at produktet eller tjenestespekteret er en kombinasjon av en standardisert og tilpasset løsning. I 39 % av tilfellene er hvert produkt tilpasset den enkelte kunden. Bare 6 % svarer at produkt/tjenestespekteret baserer seg på en standardisert løsning. Dette underbygger de oppfatningene som kommer fram i intervjuene, om at bedriftene skaper nye produkter og tjenester, selv om disse ikke faller inn under en streng definisjon av innovasjon. Eksempler på dette finner vi innefor mange typer virksomhet; IT, design, kommunikasjonstjenester og organisasjonsutvikling. Så mange som 65% av bedriftene svarer positivt på spørsmålet om hvorvidt bedriften har utviklet og introdusert nye tjenester og produkter i løpet av de siste 2 årene.

Blant de 375 bedriftene finner vi 212 KIFT-bedrifter, og disse utgjør en andel på 57%.¹¹ Hvis man bare ser på KIFT-bedriftene så er det slik at 47% tilpasser tjenesten til den enkelte kunde, mens vel 4% baserer seg på en standardisert løsning. KIFT-bedriftene skiller seg ikke ut fra det totale antallet bedrifter når det gjelder å ha introdusert nye tjenester i løpet av de siste 2 årene, idet 67 % svarer positivt på at de har introdusert nye tjenester de siste 2 årene.

7.5 Hvordan skjer utviklingen i bedriftene?

Den generelle utviklingsorienteringen som er beskrevet i kap 7.4 reiser spørsmål om hvordan dette gir seg utslag i praksis. Vårt materiale viser at

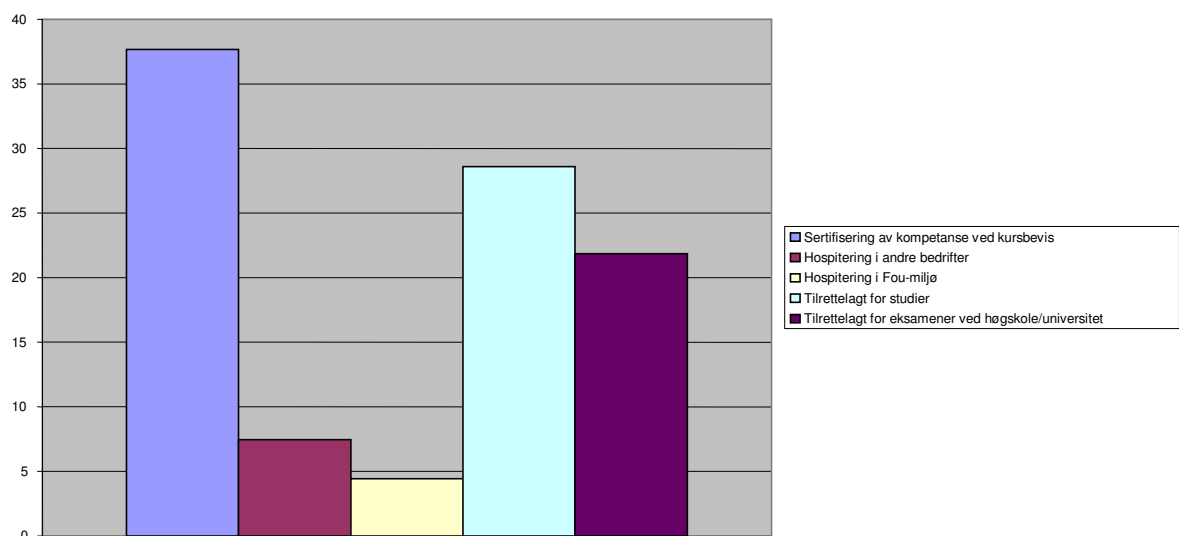
¹¹ KIFT bedrifter tilhører NACE kodene 72, 73 og 74.

dette grovt kan deles i to hovedfaktorer: kompetanse- og kunnskapsutvikling og produkt- og tjenesteutvikling.

7.5.1 Kompetanse- og kunnskapsutvikling

Utviklingen av nye produkter er, som det ble påpekt ovenfor, gjerne avhengig av at det finnes kompetanse til det i bedriften. Vi ønsket derfor å finne ut hva bedriftene gjør for å styrke kompetansen blant de ansatte. Svarene på dette spørsmålet finner vi i figur 7.4.

Figur 7.4 Tiltak for å øke kompetansen hos ansatte (%-vis fordeling)



N=254

Av 375 respondenter var det 121 (32%) som ikke rapporterte at de har gjennomført tiltak for å øke kompetansen hos sine ansatte. 36% av bedriftene som responderte har gjennomført et av tiltakene, mens 31% har gjennomført to eller flere av tiltakene. KIFT-bedriftene har omtrent den samme prosentvise fordelingen. Hvis man deler inn etter bedriftsstørrelse, viser tallene at jo flere ansatte i bedriften, desto større andel av bedriftene er det som har iverksatt tiltak for å øke kompetansen hos sine ansatte.¹² Blant bedrifter med inntil 1 ansatte, oppgir 44% at det ikke er gjort noen tiltak for å øke kompetansen. I bedrifter med flere enn 10 ansatte er det 17% som oppgir det samme. Tallene er ikke overraskende, men sett i sammenheng med at de bedriftene som er samlokalisert i næringshagene overveiende er svært små, er det grunn til

¹² Bedriftene er delt inn i 4 hovedkategorier når det gjelder fast ansatte: 0-1; 2-5, 6-10 og flere enn 10

å påpeke at dersom økt satsing på kompetanseheving er et mål, er det viktig å få ned andelen av mikrobedrifter.

Det framgår tydelig av figuren at det hyppigst brukte virkemiddelet er å styrke den formelle kompetansen blant de ansatte. Her ser vi at det vanligste er at de ansatte deltar på kurs som gir sertifisering av kompetanse, samt å tilrettelegge for studier og eksamen ved høyskoler eller universitet. Det å tilegne seg ny kunnskap gjennom å hospitere i andre bedrifter eller kunnskapsmiljø, er betydelig mindre vanlig. I tillegg oppgir nesten en firedel av bedriftslederne andre former for opplæring og kompetanseutvikling, hvorav ulike kurs er den vesentligste bestanddelen. Vi må anta at dette er kortere kurs som ikke gir formell sertifisering.

Data fra intervjuene utdyper denne oversikten. I mange av næringshagene gjennomføres det kompetanseoppbyggende tiltak, som kurs, seminarer og møter om ulike tema som er aktuelle for bedriftene. Siden kurstilbudene gjerne utvikles med utgangspunkt i hva mange bedriftene har behov for av kompetanse, er også tilstrømmingen god fra bedriftene. Eksempler på slik kompetanseoppbygging, er lederkurs, kurs i forretningsengelsk, etablererkurs og kurs i prosjektledelse. Intervjudata tyder på at nettopp slike kurs, arrangert av næringshageselskapet, utgjør en vesentlig del av denne delen av kompetanseoppbyggingen.

Den uformelle utvekslingen av kunnskap mellom bedriftene i næringshagene kan også betraktes som en form for kompetanseutvikling. Denne er det vanskelig å få et eksakt inntrykk av. Case-studiene gir likevel et klart inntrykk av at dette er kunnskap som flere av bedriftene opplever som svært nyttig i hverdagen. Det er stor variasjon mellom de eksemplene om nevnes når det gjelder slik kunnskap. For det første dreier det seg om at bedrifter innenfor samme bransje lærer og henter inspirasjon fra hverandre, som for eksempel i Næringshagen i Nord-Østerdalen, der forretningsmessig tjenesteyting er et felt hvor en finner flere bedrifter, og i Stryn Næringshage, som har et visst tyngdepunkt innenfor design.

En annen type kunnskap som flere påpeker som viktig, er den kunnskapen de kan finne hos bedrifter i næringshagen som arbeider på andre områder enn de selv gjør, men som er nyttige for egen bedrift. Ett eksempel er lederen i en bedrift som arbeider med automasjon, og som har mange eksempler på at han har hatt konkret nytte av at det finnes IT-bedrifter i samme bygningen, og en bedrift innenfor kommunikasjon og design som har faglig nytte av at det finnes andre i næringshagen som

har mye kunnskap om prosjektledelse. Vi finner også flere eksempler i intervjuene med bedriftslederne som viser at de har lagt vekt på den kompetansen som er samlet i næringshagebedriftene når de har valgt å flytte inn der.

I Stryn næringshage må bedrifter som flytter inn, undertegne en avtale om at de plikter å hjelpe hverandre, samt at opplysninger en får i slike sammenhenger, er taushetsbelagte. Vi har ikke undersøkt nærmere hvorvidt en slik avtale har en effekt når det gjelder hvor åpen informasjonsutveksling som skjer, men registrerte i alle fall at bedriftene der vektlegger nytten av å være i et faglig miljø der en kan ha mulighet for å diskutere faglige problemer.

Kompetanse bygges selvsagt også gjennom nyrekruttering. Rundt halvparten av bedriftene har planer om å ansette nye folk i løpet av det neste året. Da er det i all hovedsak personer med høyere utdanning de ser etter. Drøyt halvparten (53%) svarer at ved nyrekruttering vil de prioritere personer som har høgskole/universitetsutdanning med en varighet på 1-4 år, mens en firedel svarer at de ønsker personer med utdanning som er mer enn 4 år. Når vi ser på antallet ansatte bedriftene ønsker å rekruttere, får vi et snitt et snitt på 2,16 per bedrift, regnet ut fra de som har planer om nyansettelse.

7.5.2 Produkt- og tjenesteutvikling

Om bedriftene har en plan for utvikling av nye produkter, forteller oss noe om hvorvidt de tenker langsiktig om dette. Blant bedriftene er det 36% som har en konkret fremdriftsplan som beskriver hvordan tid og ressurser skal brukes til utvikling av nye produkter og tjenester. En større andel, 47% av bedriftene har en plan for hvordan produkt- og tjenestetilbudet skal fornyes. Hvordan disse bedriftene ser for seg at fornyelsen av produkt-/tjenestespekteret skal gjennomføres er presentert i tabell 7.8. Hos vel 30 % av bedriftene skal fornyelsen skje ved hjelp av egenutvikling. Litt færre, 29 %, mener at fornyelsen skal skje i samarbeid med en eller flere leverandører. Ca 20% ser FoU-miljø som relevante samarbeidsparter i utviklingen av nye produkter. Så godt som ingen tenker seg at de skal tilby nye produkter eller tjenester gjennom kjøp eller kopiering fra andre. Det samme mønsteret gjelder også for KIFT-bedriftene.

Tabell 7.8 Hvordan skal fornyelsen av produkt-/tjenestespekteret gjennomføres?

Tiltak	%
Ved egenutvikling	32
Ved kjøp/kopiering	2
I samarbeid med en eller flere kunder	16
I samarbeid med en eller flere leverandører	28
I samarbeid med FoU-miljø	20
Ikke besvart	2

N=176

At FoU-miljøene ikke er øverst på listen over samarbeidspartnere i bedriftenes utviklingstenking, bekreftes også gjennom intervjuene, så vel med næringshagelederne som med bedriftslederne. Flere oppgir navn på et eller flere FoU-miljø som næringsshagen og/eller bedriften har kontakt med fra tid til annen, men bare et par av dem viser til konkret samarbeid med slike miljø i utviklingen av nye produkter. Slik kontakt synes mer å dreie seg om at de vet hvor de kan hente inn ny kunnskap om tema som betyr noe for deres egen virksomhet, og at dette skjer iblant. Ofte er dette universitet og høyskoler der de selv er utdannet, eller miljø som næringshageselskapet har et samarbeid med, f eks for utvikling og gjennomføring av kurs. Samtidig er det, som tidligere nevnt, også flere eksempler på at det foregår utviklingsarbeid der bedrifter i næringshagene samarbeider tett med Fou-miljø om utvikling av nye produkter.

Vi har også sett nærmere på hva som generelt er bedriftenes samarbeidsparter, over et bredere spekter av aktiviteter enn det som har med produktutvikling å gjøre (tabell 7.9).

Tabell 7.9 presenterer de aktørene som oppnår den høyeste score for hver enkelt type samarbeid. Tabellen viser at markedsføring ikke er et område der bedriftene ser ut til å ha noen svært viktige samarbeidspartnere. For informasjonsutveksling er det derimot mange som er viktige. Dette bekreftes også av intervjumaterialet hvor langt de fleste informantene la stor vekt på den informasjonsflyten som skjer både formelt og uformelt i og rundt den enkelte næringshage. Det er interessant å merke seg at konkurrenter er viktige for informasjonsutveksling. Det samme gjelder bedrifter i næringsshagen. Når det gjelder viktige samarbeidspartnere på produkt-/tjenesteutvikling oppnår kundene en høy score. Leverandører og bedrifter utenfor

næringsshagen er også viktige samarbeidspartnere på dette området. Vi har også undersøkt KIFT-bedriftene særskilt med henyn på dette, og de følger det samme mønsteret som det som er presentert tabell 4.11.

Tabell 7.9 Bedriftenes viktigste partner mhp. ulike funksjoner (%).

Type samarbeid/ Samarbeidspartnere	Produkt- /tjenesteutvikling	Kompetanseutvikling	Finansiering	Markedsføring	Informasjons- utveksling
Kunder	59				
Konkurrenter					26
Leverandører	42				
Universitet/høgskole		22			
Vg. skole					12
Fou miljø		18			
Konsulentfirma		24			
Innovasjon Norge			22		
Fylkeskommunen			16		
Kommunen					25
Annen offentlig virksomhet					10
Egenkapitalfond			4		
Bedrifter utenfor næringsshagen	31				
Bedrifter i næringsshagen					40
Bank			31		
Interreg					5

7.6 Lønnsomhet og vekst

Vi har tidligere sett at godt over halvparten av bedriftene mener at det å være samlokalisert i næringsshagen har vært viktig for bedriftens generelle utvikling. På den bakgrunn er det interessant også å stille spørsmål om denne oppfatningen bekreftes av den generelle økonomiske utviklingen i bedriftene.

I denne drøftingen av effekter av næringshagene for bedrifter vil vi fokusere på to økonomiske indikatorer; driftsresultat og omsetning. Vi følger de to indikatorene over treårsperioden 2004-2006 og drøfter i hvilken grad utviklingen for bedrifter i og utenfor næringshager har vært forskjellig.

Driftsresultatet sier noe om bærekraftigheten i virksomheten – er den liv laga? Omsetning sier noe om hvorvidt bedriften får solgt de varer og tjenester den produserer, om det er noe marked for disse og om bedriften klarer å sikre seg markedsandeler. Utvikling (vekst) i omsetning sier noe om hva som skjer i bedriften over tid. Klarer den f eks å øke sine

markedsandeler eller er den inne i et voksende marked og klarer å opprettholde markedsandelene sine? Begge deler innebærer at den vokser. Empiriske undersøkelser viser at størrelsen på en bedrift, opp til et visst nivå, har positiv betydning for både sannsynligheten for å overleve og lønnsomheten (Girma et al 2007).

For å drøfte eventuelle forskjeller mellom den økonomiske utviklingen for bedrifter i og utenfor næringshager sammenligner vi gjennomsnittlig driftsresultat og omsetning for de to gruppene bedrifter. Vi sammenligner også gjennomsnittlig vekst i omsetning ved å bruke en vekstindikator¹³. Både bedriftene i næringshagene og bedriftene ellers i kommuner med næringshage er svært heterogene, noe som indikeres ved et svært stort standardavvik for begge de økonomiske variablene vi sammenligner. Av denne årsak vil det gi et riktigere bilde å se på forholdet mellom gjennomsnittlig omsetning og driftsresultat mellom bedriftene enn de faktiske størrelsene på disse variablene. De høye standardavvikene betyr at det er mange bedrifter som har en omsetning og et driftsresultat som skiller seg sterkt fra gjennomsnittet, og dermed gir ikke de faktiske størrelsene et godt bilde av bedriftsmassen, verken i næringshagene, for bedrifter eller i næringshagekommunene eller KIFT-bedrifter på landsbasis. En sammenligning av gjennomsnittene i omsetning og driftsresultat vil imidlertid indikere hvorvidt det er signifikante forskjeller mellom gruppen av bedrifter i næringshager og gruppene av andre bedrifter i kommunene eller andre KIFT-bedrifter i landet.

Sammenligning av fordelingen av bedrifter på næring i næringshagekommunene og i selve næringshagene viser at næringshagene har en overrepresentasjon av KIFT-bedrifter. Det betyr at noe av hensikten med næringshageprogrammet er oppfylt ved at de har klart å rekruttere en stor andel bedrifter i en bransje som ses på som viktig for framtidig økonomisk vekst og modernisering. På grunn av det særskilte fokuset næringshageprogrammet har på KIFT-bedrifter har vi foretatt en sammenligning av bedrifter innenfor denne gruppen isolert.

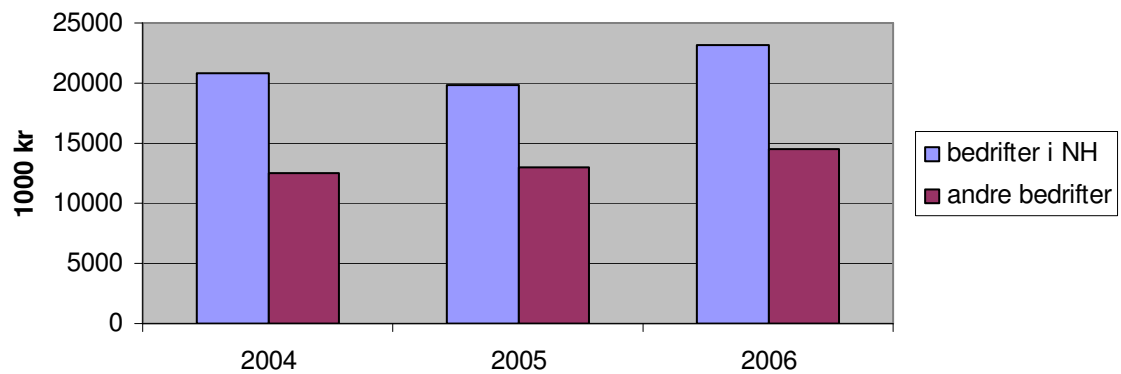
7.6.1 Signifikant forskjell i omsetning, men ikke i vekst

Basert på utvalget av alle bedrifter i næringshagekommunene har vi foretatt en analyse av utviklingen i omsetning for bedrifter i og utenfor næringshagene samt veksttakten i årene 2004-2005 og 2005-2006. Når

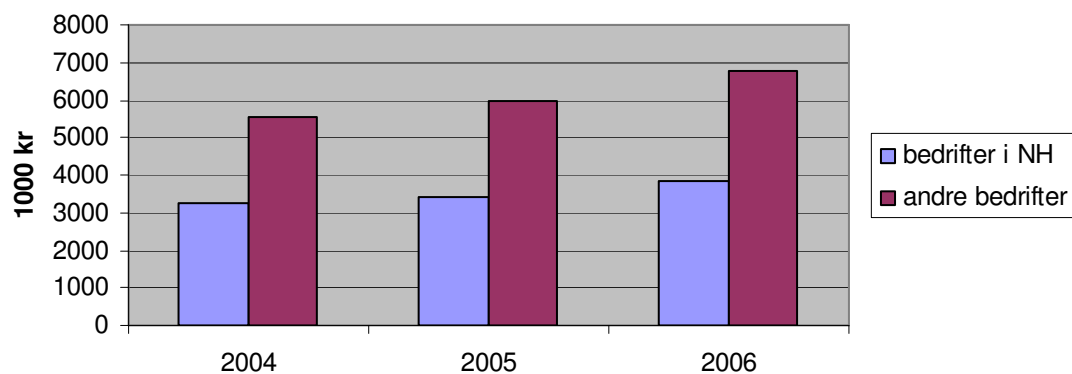
¹³ Vekstindikatoren er gitt ved: $\sum Vi_i/N$ der $Vi_i = (Q_{it}/Q_{(t-1)i}) * 100$, der Q er omsetning, t angir år, t₀ (2004-2006), og i angir bedriften, i $\in (1, \dots, N)$

det gjelder omsetning gir figur 7.5a en oversikt over de generelle resultatene, og tabell 7.5b tar for seg KIFT-bedriftene.

Figur 7.5a Omsetning for bedrifter i og utenfor næringshager i perioden 2004-2005, 1000 kr



Tabell 7.5b Omsetning for KIFT-bedrifter i og utenfor næringshager i perioden 2004-2005, 1000 kr



Dersom vi ser på hele utvalget av bedrifter (figur 7.5a) så er det en signifikant (svært sannsynlig) forskjell i omsetning mellom bedrifter i og utenfor næringshager, og der det er bedrifter i næringshager som i snitt har den høyeste omsetningen.¹⁴

¹⁴ Denne forskjellen er signifikant på 99% nivå.

Ser vi bare på KIFT-bedriftene (figur 7.5b) snur bildet seg. Nå er det bedriftene utenfor næringshagene som i snitt er størst. Det gjelder for alle de tre årene 2004, 2005 og 2006. For årene 2005 og 2006 er forskjellen signifikant på 90% nivå, som betyr at den er mindre sannsynlig enn forskjellen mellom alle bedriftene i og utenfor næringshagene. For 2004 er forskjellen i omsetning mellom KIFT-bedrifter i og utenfor næringshagene ikke signifikant. Det betyr at vi må holde åpent for at det ikke er noen systematisk forskjell i gjennomsnittlig omsetning i de to gruppene bedrifter, men at den forskjellen som framkommer i figur 7.5b mer er uttrykk for tilfeldige variasjoner.

Går en ned på bransjenivå finner en at årsaken til forskjellene i omsetning når en ser alle bedrifter under ett ligger i bransjene primærnæringer, industri, finans og eiendom. I næringshagene finner vi eiendoms- og finansselskap som har en svært høy omsetning i forhold til antall ansatte. Dette dreier seg antakelig om rene holdingselskap. Selv om andelen selskap innenfor eiendom og utleie er større utenfor næringshagene enn innenfor, så har selskapene utenfor en langt lavere gjennomsnittlig omsetning og produktivitet (omsetning per ansatt). Det gjør at gjennomsnittlig omsetning for næringshagebedriftene trekkes opp. De industriselskap som er lokalisert i næringshager er særlig konsentrert innenfor kapital- og kunnskapsintensive bransjer som petroindustri og leverandører til energisektoren (olje, gass og alternative energikilder). Her vil det ofte være stordriftsfordeler noe som favoriserer et utvalg av store bedrifter. Utenfor næringshagene vil en ha en jevnere spredning av bedrifter på et større spekter av industribransjer. Når vi holder industri, finans og eiendom utenfor finner vi ingen forskjell i gjennomsnittlig omsetning mellom bedrifter i og utenfor næringshagene.

Når det gjelder vekst i omsetning så er den relativt lik for bedrifter i og utenfor næringshager i perioden 2005-2006. For begge gruppene lå vekstindikatoren på vel 200 (se tabell A1 i appendix), dvs bedriftene doblet sin omsetning i snitt. Dette kan virke svært høyt. Det er da viktig å huske at dersom f. eks. en nystartet bedrift øker omsetningen sin fra 100.000 i 2005 til 500.000 i 2006 gir det en vekstindikator på 500. Det skal bare noen få slike bedrifter til for at gjennomsnittlig vekstindikator blir svært høy.

Ser vi bare på KIFT-bedriftene så hadde KIFT-bedrifter i næringshagene en signifikant (svært sannsynlig) lavere gjennomsnittlig vekstindikator i perioden 2005-2006 enn bedrifter utenfor næringshagene. Tallene for

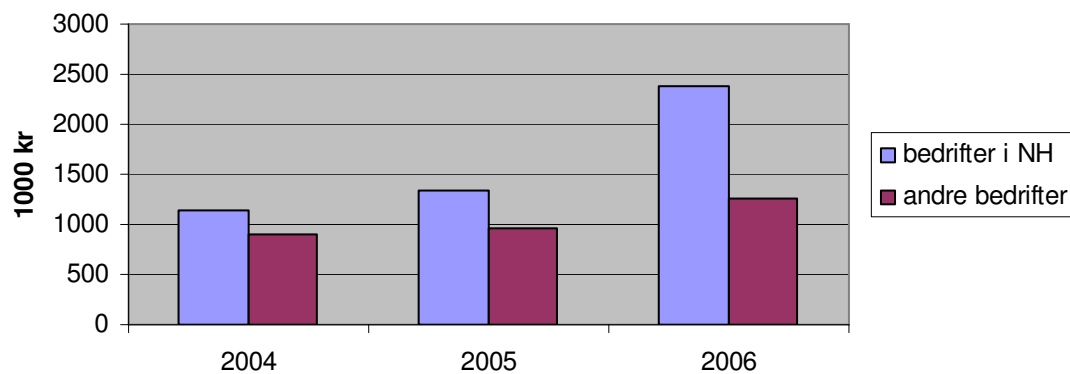
veksten i omsetning i perioden 2004-2005 viser ingen signifikant forskjell mellom bedrifter i og utenfor næringshager.

7.6.2 Lønnsomhet

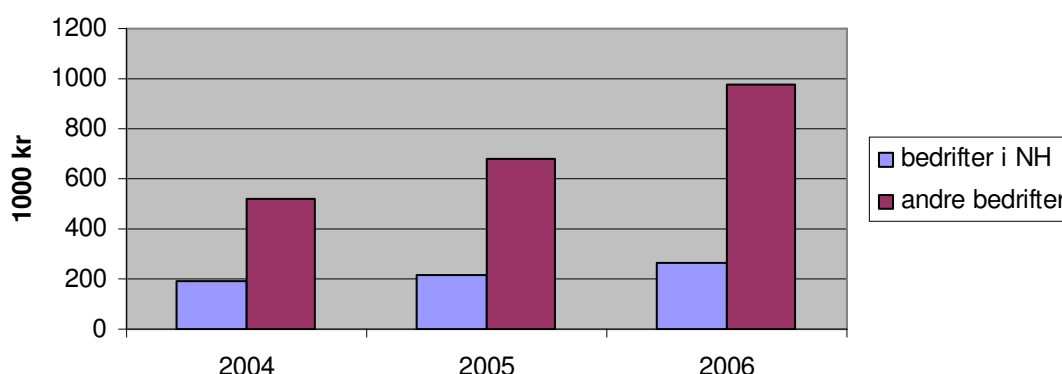
Også når det gjelder lønnsomhet ser vi på gjennomsnittet for alle bedrifter i og utenfor næringshager i kommunene med næringshage. Som mål for lønnsomhet har vi brukt driftsresultatet. Det betyr at finanstransaksjoner ikke blir regnet med, og at lønnsomheten kun blir vurdert på grunnlag av ordinær drift (produksjon/salg). På den måten holdes effekter av holding- og investeringsselskap som (nesten) ikke har fast ansatte og ordinær produksjon, men som likevel har høye inntekter og overskudd utenfor. Et slikt valg er gjort bevisst fordi effekter av finanstransaksjoner vil kunne slå sterkt ut på snittet, og vi har tidligere vist at denne typen selskap er overrepresentert i næringshagene.

Vi gjør en egen vurdering av KIFT-bedriftene, som ikke omfatter utleie- og investeringsselskap. Resultatene er gitt i figur 7.6a og 7.6b.

Figur 7.6a Lønnsomhet for bedrifter i og utenfor næringshagene, 2004-2006, 1000 kr



Figur 7.6b Lønnsomhet for KIFT-bedrifter i og utenfor næringshagene, 2004-2006, 1000 kr



I utgangspunktet synes det som om gjennomsnittlig driftsresultat er klart høyere i bedrifter i næringshagene sammenlignet med bedrifter utenfor. Når vi tester denne forskjellen statistisk finner vi imidlertid at den ikke er signifikant. Det betyr at forskjellene i driftsresultat mellom bedrifter som befinner seg i næringshager vil være større enn forskjellen mellom gjennomsnittet for bedrifter i og utenfor næringshager. Dette ser vi også ved at standardavvikene er svært høye relativt til gjennomsnittene i de to gruppene bedrifter (se tabell A2 i appendix). Vi kan derfor ikke trekke noen entydig konklusjon om lønnsomheten i bedrifter i næringshager versus bedrifter utenfor næringshager.

Heller ikke for KIFT-bedriftene er det mulig å vise til noen signifikant forskjell i driftsresultat mellom bedrifter i og utenfor næringshagene. Datamaterialet antyder her et gjennomsnittlig svakere driftsresultat for bedrifter i næringshager. Igjen er imidlertid standardavvikene store relativt til snittene, slik at forskjellen mellom KIFT-bedrifter i næringshagene vil være større enn forskjellen i gjennomsnittlig driftsresultat i bedrifter i og utenfor næringshager.

Vi nevnte tidligere at empiriske undersøkelser i stor grad viser at en bedrifts størrelse, opp til et visst nivå, er positivt korrelert med lønnsomheten (driftsresultatet). En måte å måle størrelse på er antall ansatte. Sammenligning viser at gjennomsnittlig antall ansatte i næringshagebedriftene ligger på 9,5 mens det for andre bedrifter i kommunene ligger på 8,9. For KIFT-bedriftene er snittet henholdsvis 5,2 og 4,75. En test viser at det ikke er noen signifikant forskjell i størrelse, målt som antall ansatte, mellom næringshagebedriftene og andre bedrifter i kommunene. Det betyr at andre faktorer er viktigere for å

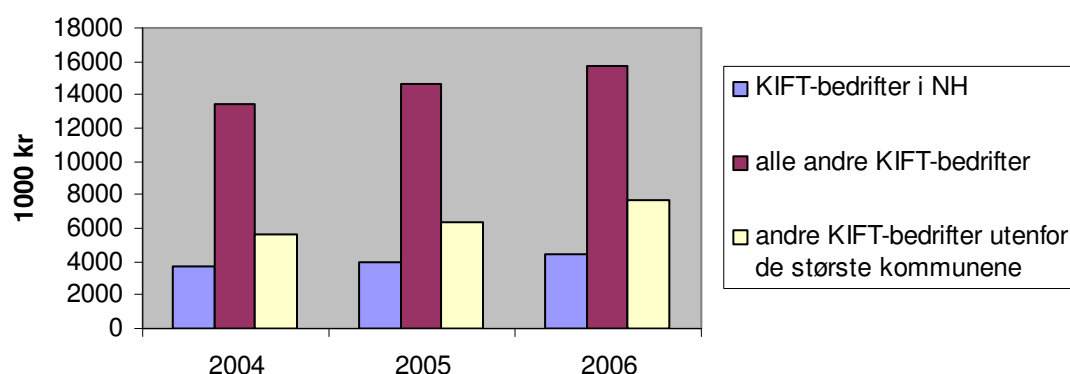
forklare forskjellene i gjennomsnittlig omsetning mellom bedrifter i og utenfor næringshager. Innenfor rammene av denne evalueringen har vi ikke hatt anledning til en nærmere analyse av slike faktorer.

7.6.3 KIFT-bedrifter i næringshagene vs alle KIFT-bedrifter i landet

Det tredje datasettet vårt består av KIFT-bedrifter i hele landet (inklusive næringshagebedriftene). Vi har gjort noen enkle sammenligninger av KIFT-bedriftene i næringshagene og alle andre KIFT-bedrifter. I Tabell 3b viste vi at KIFT-bedriftene på landsbasis i snitt er både større og har høyere produktivitet (omsetning per ansatt). Dette er faktorer som isolert sett trekker i retning av at bedriftene på landsbasis også har høyere driftsresultat. Nedenfor tester vi hvorvidt dette er tilfelle.

Et trekk ved datamaterialet vi bygger på er at kun hovedkontoret er representert med regnskapstall. Det betyr at større selskap med avdelingskontor i mange kommuner kun er registrert i kommunen der hovedkontoret ligger, oftest i Oslo-området. Store selskap vil trekke opp snittet både for omsetning, og ofte for resultat. For å korrigere for at mye av omsetningen genereres andre steder enn der hovedkontoret er plassert har vi utelukket bedrifter i de største byene samt noen andre svært sentrale kommuner i hovedstadsområdet. De gjenværende KIFT-bedriftene vil da være mer sammenlignbare med KIFT-bedriftene i næringshagekommunene. Vi bruker gjennomsnittlig omsetning for alle KIFT-bedrifter i landet, eksklusiv de som befinner seg i næringshager og sammenligner dette med gjennomsnittlig omsetning i KIFT-bedrifter i næringshagene. Resultatet er gitt i figur 7.7.

Figur 7.7 Omsetning for KIFT bedrifter i og utenfor næringshager, 1000 kr



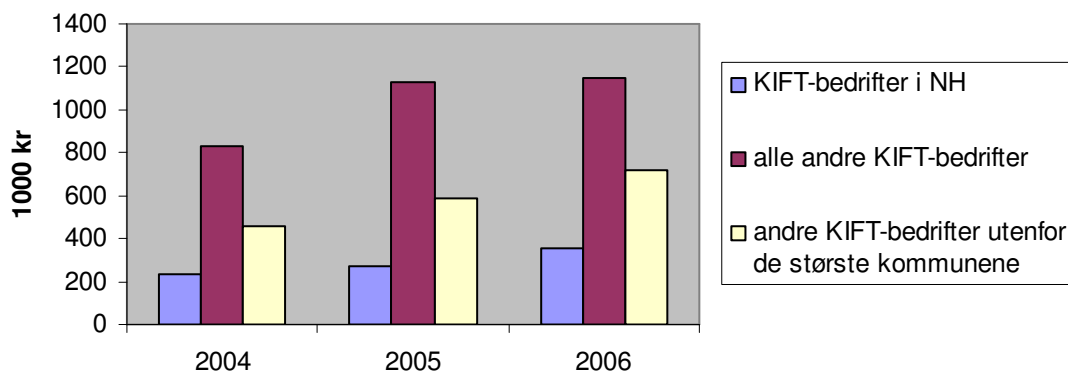
Figur 7.7 tydeliggjør poenget med betydningen av de store selskapene på gjennomsnittlig omsetning. Det gir bedre mening å sammenligne KIFT-bedrifter i næringshagene med KIFT-bedrifter utenom de største byene og kommuner rundt disse. Gjør vi det viser figuren at de bedriftene innenfor KIFT-sektoren som er samlokalisert i næringshagene, er mindre målt i omsetning enn gjennomsnittet for KIFT-bedrifter i landet. Forskjellen er signifikant. I appendix er tall for gjennomsnittlig omsetning for bedrifter i de tre gruppene gitt.

Næringshagebedriftene har også lavere vekst både i tidsrommet 2004-2005 og 2005-2006. Forskjellen er signifikant for perioden 2005-2006, men ikke for perioden før det.

Denne konklusjonen må ses i lys av det faktum at KIFT-bedriftene på landsbasis i snitt er litt eldre enn KIFT-bedriftene i næringshagene, 10,5 år mot knappe 9 år, og at de i snitt har færre ansatte (se tabell 3b). Begge forhold vil bidra til å forklare forskjeller i omsetning.

Figur 7.8 viser at KIFT-bedriftene som er lokalisert i en næringshage i snitt har lavere driftsresultat enn andre KIFT-bedrifter i landet, uansett om vi sammenligner med alle andre KIFT-bedrifter eller kun med KIFT-bedrifter i kommuner utenom de største byene. Denne forskjellen er signifikant på 99% nivå, som betyr at det er svært sannsynlig at det er en systematisk forskjell i gjennomsnittlig driftsresultat mellom bedrifter i næringshager og andre KIFT-bedrifter i landet.

Figur 7.8 Gjennomsnittlig driftsresultat for KIFT-bedrifter i og utenfor næringshager, 2004-2006, 1000 kr



For å forklare disse forskjellene mellom KIFT-bedriftene samlokalisert i næringshagene og de øvrige KIFT-bedriftene, må en gjennomføre mer

dyptpløyende analyser enn vi har hatt anledning til i denne omgang. En plausibel del av forklaringen kan være at samlokaliseringen skal være en støtte for bedrifter som er i en oppbyggingsfase. Vi vet ikke hvor stor denne andelen er, men har registrert at andelen yngre bedrifter er økende. En oppbyggingsfase kan imidlertid også eldre bedrifter befinne seg i, for eksempel i forbindelse med omlegginger i virksomheten. Derfor er det heller ikke grunnlag for en utvetydig konklusjon på dette punktet. Foruten å presentere status på dette området for de årene og for de næringene dette gjelder, kan analysen tjene som et godt referansepunkt for seinere sammenligninger.

7.7 Oppsummering

Bedriftene i næringshagene er gjennomgående små – tre firedeler av dem har 5 eller færre ansatte, og 40% er enpersonsbedrifter. Bransjemessig skiller de seg fra andre bedrifter i næringshagekommunene med over 5 ganger så mange KIFT-bedrifter. På basis av bransjekodene i næringsstatistikken må dermed næringshagene sies å oppfylle ambisjonene om å legge til rette for kunnskapsbaserte arbeidsplasser. Det sterke innslaget av KIFT-bedrifter finner sin motsats i en lavere andel bedrifter innen bygg og anlegg, handel og eiendoms- og utleievirksomhet.

Når det gjelder de utviklingsorienterte funksjoner næringshagene tilbyr, skiller næringshagenettverket og seminarer seg ut som de oftest benyttede tilbudene, fulgt av felles markedsføring, konferanser og kurs. I tråd med dette oppgir bedriftene at næringshagene i stor grad bidrar til mobilisering for næringsutvikling og lokal/regional verdiskaping. Det er likevel næringshagens funksjon som arena og møteplass som blir sterkest vektlagt av bedriftene i næringshagen. For de overveiende små bedriftene i næringshagene gir dette en sosial ramme rundt det daglige arbeidet, samtidig som det gir grunnlag for økt kontaktflate både mot faglige miljøer og nye kunder. Datamaterialet gir klare signaler om at denne funksjonen ikke bare er intern for bedriftene i næringshagen, men at næringshagene i sterk og økende grad fungerer som en bredere lokal og regional arena for bedrifts- og næringsutvikling.

At flere av de utviklingsorienterte funksjonene får høy score, innebærer ikke nødvendigvis at dette resulterer i innovasjon og nyskaping. Innovasjonsbegrepet fremstår for mange som synonymt med radikale innovasjoner, og her er et ofte gjentatt argument at ambisjonene som er lagt for næringshagene er for høye. Avstand til FoU-miljøer, og en

bedriftsportefølje som i stor grad speiler den lokale/regionale næringsstrukturen, rett nok med et vesentlig innslag av KIFT-bedrifter, gjør at mange aktører i ulike roller mener ambisjonsnivået her bør dempes. Når vi har spurt om nyskaping, og utvikling og realisering av ideer, viser våre data at det i de fleste næringshager har vært utviklet ideer som har resultert i nye produkter eller tjenester, og også til nye bedriftsetableringer, både i og utenfor næringshagene. Her har vi ikke sammenlignet med bedrifter utenfor næringshagene, og kan dermed ikke slå fast hvorvidt bedrifter som er samlokalisert i næringshagene skiller seg fra andre bedrifter.

Det foreligger heller ikke generelle, kvantifiserte målsettinger som dette resultatet kan sammenlignes med. det vil med andre ord langt på vei være en skjønnsmessig vurdering hvorvidt dette resultatet er godt eller dårlig.

Mekanismene bak disse prosessene er i det vesentlige todelt. For de første har over 2/3 av bedriftene gjennomført et eller flere tiltak for å øke kompetansen hos sine ansatte. Dette skjer primært gjennom kurs og sertifisering av kompetanse gjennom kursbevis, men også gjennom å tilrettelegge for studier og eksamener ved universiteter og høyskoler. For det andre skjer det gjennom det konkrete arbeidet med utvikling av bedriftenes produkter og tjenester. Dette skjer nesten like ofte gjennom samarbeid med leverandører som gjennom bedriftenes egenutvikling. En femtedel av bedriftene oppgir at slik utvikling skal skje i samarbeid med FoU-miljøer. Hvorvidt omfanget av slike koplinger til FoU-miljøer bør betraktes som lavt eller høyt, avhenger av hvilken forståelse man har av innovasjon, og av hva som er et realistisk og "passende" nivå for næringshagesatsingen. Denne diskusjonen er høyst levende i næringshagemiljøet, og fremstår som et tema med stort behov for avklaring i den videre utvikling av næringshagekonseptet.

På et mer generelt og overordnet nivå mener over halvparten av bedriftene i næringshagene (55%) at det å være samlokalisert i en næringshage har hatt stor betydning for bedriftens utvikling, og 40% oppgir at bedriften har fått nye oppdrag som følge av dette. Vi er tilbøyelige til å betrakte dette som positivt, men om en har mer ambisiøse mål, vil selvsagt begeistringen være mindre.

Analysene av omsetning, vekst og lønnsomhet for næringshagebedriftene samlet, og for KIFT-bedriftene som gruppe, viser et sammensatt bilde. Sammenligner vi næringshagebedriftene med andre bedrifter i de

kommunene som har næringshager, så viser det seg at omsetningen i næringshagebedriftene i snitt er høyere. Dette kan stort sett forklares ved at næringshagebedrifter innenfor bransjene primærnæringer, industri og eiendom er betydelig større i form av omsetning enn andre bedrifter i kommunene i disse bransjene. Når det gjelder lønnsomhet er det ingen statistisk signifikant forskjell mellom de to gruppene bedrifter, selv om tallene indikerer en noe høyere lønnsomhet for næringshagebedriftene. Ser vi bare på KIFT-bedriftene så har næringshagebedriftene i snitt lavere omsetning enn andre bedrifter i næringshagekommunene. Heller ikke for disse er det noen signifikant forskjell i lønnsomhet, selv om tallene indikerer en noe lavere lønnsomhet for KIFT-bedrifter i NH. Sammenligner vi KIFT-bedriftene i NH med andre KIFT-bedrifter i landet (unntatt i de største kommunene) viser tallene at næringshagebedriftene har en signifikant lavere gjennomsnittlig omsetning og driftsresultat. Dette gjelder uansett om vi sammenligner med alle andre KIFT-bedrifter i landet eller bare de utenom de store byene.

8 FRA NÆRINGSHAGE TIL UTVIKLINGSLANDSKAP

I dette kapitlet vil vi knytte noen avsluttende kommentarer til det vi ser som viktige dimensjoner å ha med seg inn i det videre arbeidet med gjennomføringen av næringshagesatsingen. Vi tar her spesielt opp spørsmål knyttet til forholdet mellom næringshagen forstått som samlokalisering av bedrifter og næringshageselskapet som regional utviklingsaktør. Avslutningsvis har vi noen betraktninger omkring den betydningen denne todelingen har for utviklingen av rapporteringskriteriene for næringshagene.

8.1 Iverksetting som endelig og kontinuerlig prosess

Vi innledet denne rapporten med å definere næringshagesatsingen som et statlig initiert utviklingsprogram, iverksatt på lokalt nivå. Vår oppgave i evalueringen har vært å studere iverksettingen av dette utviklingsprogrammet. Det viktigste fokuset i evalueringen har vært på resultater og effekter. Samtidig har det vært nødvendig å se nærmere på noen sider ved de prosessene som påvirker gjennomføringen, fordi gjennomføringen i praksis er forutsatt å skje i et samspill med flere aktører, på lokalt og regionalt nivå.

Det er mange måter å forstå gjennomføring av offentlig politikk på. Et utgangspunkt kan være å undersøke graden av suksess ut fra et sett av gitt kriterier (Van Meter og Van Horn 1975). Et annet, ofte betraktet som et konkurrerende, perspektiv er det å betrakte iverksetting som en prosess, en prosess like sammensatt som andre politiske prosesser. Ut fra denne betraktningen skjer iverksettingen i et samspill mellom flere institusjonelle krefter (Hjern et. al. 1978). Vi har i denne evalueringen valgt en tilnærming der begge disse perspektivene er representert (se f.eks. Sabatier 1986). Vi har undersøkt tema som er tett knyttet til målsettingene for næringshagesatsingen, slik som lønnsomheten i de samlokaliserte bedriftene og næringshageselskapene, i hvilken grad virksomheten i næringshagene er knyttet opp mot kunnskapsmiljøer, og hvordan næringshageselskapene svarer til forventningene når det gjelder å fylle en rolle som regional utviklingsaktør. Samtidig har vi satt fokus på enkelte av de prosessene som bidrar til å forme den rollen næringshageselskapene inntar, slik som samspillet mellom de ulike aktørene innenfor virkemiddelapparatet og lokale betingelser for bransjemessig profilering av næringshagene. Svarene på de spørsmålene vi har stilt med utgangspunkt i denne tilnærmingen, er redegjort for i de tre foregående kapitlene.

I tillegg til kombinasjonen av en top-down og en bottom-up- tilnærming til gjennomføringen av Næringshagesatsingen, er det i lys av de funn vi har gjort, en annen dimensjon ved iverksetting vi mener det er viktig å påpeke. Denne handler om hvorvidt iverksettingen skal forstås som en endelig, avsluttet, eller en vedvarende prosess (Røiseland 1996). Enkelte tiltak er slik at iverksettingen av dem på et gitt tidspunkt kan betraktes som avsluttet. Hvis målet er full barnehagedekning, er iverksettingen avsluttet når målet er nådd. Andre tiltak skaper i kraft av sin egendynamikk og de prosesser og aktører som omgir dem, sin egen iverksettingshorisont. Et tiltak som går ut på å være en dynamisk aktør i et omskiftelig system, må iverksettes kontinuerlig. Næringshagesatsingen vil vi betrakte som et slikt tiltak. Utvikling er selve rasjonale for næringshagene, de samhandler og samarbeider med aktører i et system som drives av den samme logikken, selv om det ikke alltid er sammenfall mellom dem i oppfatningen av hvordan utviklingsarbeidet skal foregå. Derfor må en trolig alltid regne med at næringshagenes rolle vil være i endring. En slik utvikling kan skje tilfeldig eller den kan til en viss grad styres gjennom de institusjonelle grep som tas, både i omgivelsene og av næringshageselskapene. Denne evalueringen gir noen holdepunkter for en diskusjon om behovet for, og muligheten til å styre utviklingen.

8.2 Balansen mellom de to utviklerrollene

Dokumentasjonen i de to foregående kapitlene har påpekt at næringshageselskapene arbeider med utviklingsoppgaver både rettet mot de samlokaliserte bedriften i næringshagene, mot bedrifter, og da særlig etablerere, utenfor samlokaliseringen, samt at de i økende grad gjennomfører bredere anlagte utviklingsoppgaver i regionen. Slike utviklingsoppgaver er ikke alltid spesifikt bedriftsrettede, men kan dreie seg om tema som tilbakeflytting og småsamfunnsutvikling.

Vi har sett at tilbakemeldingen fra bedriftene som er samlokalisert i næringshagene er gjennomgående positiv når det gjelder miljøet i næringshagene og det arbeidet som næringshageselskapene driver. Mange vektlegger det sosiale miljøet vel så sterkt som det faglige. Vi ser at bedriftene gjør bruk av de utviklingsrettede aktivitetene som næringshageselskapene tilbyr; deltar på kurs og seminarer og involverer næringshageselskapet i utviklingen av produkter og tjenester. Tilbakemeldingen fra lederne i næringshagene er at disse tilbudene også benyttes av bedrifter og ferske etablerere utenfor næringshagene. Næringshageselskapene synes jevnt over å være dyktige til å finne generelle tema, som treffer et tilstrekkelig stort antall deltakere. Det er

vårt inntrykk at denne generalistinnretningen også er den tilpasningen næringshageselskapene generelt velger i kontakten med FoU-miljøene og utdanningsmiljøene, selv om vi også finner flere eksempler på samarbeid her som er rettet inn mot utvikling av et bestemt produkt i en bestemt bedrift. Forklaringen på det ligger i at aktivitetene skal bære seg økonomisk, og at det er et begrenset marked for mer spesialiserte tilbud. Dette henger, som vi har sett, sammen med at mange av næringshageselskapene har problemer med å leve opp til sine egne ambisjoner når det gjelder å skape en næringshage med en bransjemessig profil, og at en del av selskapene heller ikke har slike ambisjoner.

Det er vanskelig å peke på et klart årsak-virkningsforhold i denne dynamikken, og det er heller ikke vår oppgave her. Vi vil nøye oss med å påpeke at det er viktig å holde fokus på dette samspillet, fordi en bærende ide bak etableringen av næringshagene har vært og fortsatt er, at de skal bidra til å skape innovasjonsfremmende miljøer, særlig gjennom å utvikle koblinger mellom bedrifter og FoU-miljø. Hvis denne kontakten fortsetter å foregå på et generelt nivå, er det fare for at den raskt kan få preg av rutine, og ikke blir en fornyende kraft i næringsarbeidet. Samtidig har vi ikke kunnskap om hvordan denne typen kontakt utvikler seg. Utgjør den generelle tilnærmingen en innfallsport for bedrifter som har behov for mer målrettet kontakt? Hvor lang tidshorisont skal en ha når det gjelder å vente seg resultater av den? Vi tror svarene på disse spørsmålene varierer sterkt. Vi ser likevel også at en nøkkelfaktor i spørsmålet om generalistpreg eller spissing av utviklerfunksjonen og kontakten med FoU-miljøene, vil være hvor tungt en vektlegger det å skape en bransjemessig profil i og for næringshagene. Dette er valg som det knyttes økonomisk risiko til. Det kan være kostbart å si nei til bedrifter som vil flytte inn i næringshagen fordi en vil vente på noen som passer bedre inn. Samtidig må en regne med at jo tydeligere næringshagen framstår som et sterkt kompetansemiljø på ett eller to områder, desto bedre muligheter har bedriftene i den til å tiltrekke seg kvalifisert arbeidskraft, til at de som ansettes blir værende og til at nye etablerere i samme bransje kommer til.

Vi trekker fram denne tematikken nettopp fordi vi ser at den andre rollen til næringshageselskapene, den regionale utviklerrollen, synes å få et økende preg av å drive prosjekter som ikke nødvendigvis er direkte innrettet på utvikling av bedrifter. De næringshagelederne vi snakket med, var jevnt over positive til å drive slike prosjekter, selv om noen av dem mente at det kunne være visse problematiske sider ved et økende

omfang i denne innsatsen. Spørsmålet er imidlertid hvor positive næringshageselskapene bør være til å videreutvikle denne rollen. Kommer den i konflikt med det bedriftsrettede arbeidet, og de utvilsomt tidkrevende prosessene det er å bidra til gode koblinger mellom bedriftene og FoU-miljøene? Har næringshageselskapene reelt sett kapasitet til å "ri to hester"? Heller ikke dette spørsmålet har et enkelt og utvetydig svar. Det er klart at kapasiteten kan bygges ut til å fylle både den ene og den andre rollen, men igjen er vi tilbake til spørsmålet om økonomi, og til spørsmålet om å gjøre strategiske valg. Gitt at de økonomiske rammebetingelsene forblir noenlunde uendret, er det grunn til å regne med at den generelle regionale utviklerrollen vil vinne terreng over den bedriftsretta rollen. Vårt inntrykk, på bakgrunn av survey og etter å ha intervjuet nær seksti aktører i og rundt næringshagene, er at den fysiske delen, næringshagebygningen, og utviklingsdelen er tett sammenvevd. Det oppleves som attraktivt å være lokalisert i næringshagen, og den har flere steder et godt omdømme som møteplass. Vi vet ikke nøyaktig hvor balansepunktet mellom den "innadrettede" og den "utadrettede" innsatsen går. Vi kan heller ikke si med sikkerhet hvilke sammenhenger som gjør at KIFT-bedriftene i næringshagene er mindre lønnsomme enn landsgjennomsnittet. Det er likevel grunn til å tematisere hvorvidt mer av næringshageselskapets innsats bør fokuseres om dette temaet.

Næringshageselskapene er finansiert gjennom et samarbeid mellom flere aktører, fra ulike deler av offentlig virksomhet så vel som fra privat. Siden denne evalueringen ikke har dreid seg om helheten i det regionale virkemiddelapparatet, har vi ikke en fullgod oversikt over hvordan de ulike delene av det oppfatter næringshagene og hva de hver for seg og samlet mener er fornuftige strategier for næringshagene å legge seg på. Vi ser i alle fall at det er uenigheter når det gjelder vektleggingen av den regionale utviklerrollen i forhold til den bedriftsrettede, og også ulike oppfatninger med hensyn til hva den regionale rolle skal inneholde. Spørsmålet er om det finnes et samspill som kan balansere de ulike forventningene og hensynene på en produktiv måte, eller om næringshagene står foran vanskelige prioriteringer.

Et sentralt element i disse vurderingene er også den variasjonen vi ser mellom de enkelte samlokaliseringene. Noen er store, noen har en rimelig godt innarbeidet bransjeprofil, noen er små og noen har mange forskjellige bedrifter. Bør ambisjonene fortsatt ligge på den bransjemessige profileringen og vektlegging av innovasjon, eller skal en heller satse på å dyrke det mangfoldet som allerede er de? Ligger det til

rette for en todeling av samlokaliseringene; næringshager og innovasjonshager? Det finnes allerede et betydelig antall næringshager og flere ser det ut til å komme. Bør alle ligge inn under samme program, eller er det mer hensiktsmessig å ha ulike støtteprogram for ulike typer av næringshager?

8.3 Behov for nye rapporteringskriterier?

Næringshageselskapene rapporterer årlig om virksomheten etter kriterier som er definert ut fra målsettingene med programmet: Antall ideer til nye innovasjoner, antall ideer som er omsatt i nye bedriftsetableringer, nye produkter, nye markedsområder, fellesprosjekter og samarbeid om større oppdrag, samarbeidsavtaler med næringsliv og kunnskapsmiljø, vekst i antall ansatte, spesialisering innenfor bransje(r) og utskifting av bedrifter.

Spørsmålet er om disse rapporteringskriteriene fanger opp de vesentlige sidene ved virksomheten i næringshagene, slik den framstår i denne evalueringen. Et godt stykke på vei gjør de det, og i lys av målsettingene for Næringshageprogrammet, bør de sannsynligvis også bli stående. Samtidig ser vi at det er viktige sider ved næringshageselskapenes arbeid og til dels også ved det utviklingsarbeidet som bedriftene driver, som ikke fanges opp av dagens rapporteringskriterier.

Kompetanse

Det ene temaet er kompetansenivå og kompetanseheving. Slike aktiviteter vil vi betrakte som vesentlige ut fra de ambisjonene om utvikling av kompetansebedrifter som ligger bak hele satsingen på næringshager. Vi har sett at bedriftene hver for seg bidrar til å styrke kompetansen blant de ansatte, gjennom å legge til rette for at de kan ta utdanning og delta i kurs. Vi har også sett at kursvirksomhet for bedrifter både i og utenfor samlokaliseringen er en vesentlig del av næringshageselskapenes tilbud. I dag kreves det rapportering av vekst i antall ansatte. Det burde også være interessant å vite hva slags kompetanse nyrekrutteringen fører med seg.

Eksterne etablerere

Et tema som ikke fanges opp av rapporteringskriteriene, men som stort sett alle de næringshagelederne vi snakket med, oppga at de brukte mye tid på, er arbeidet med etablerere. Disse er svært ofte ikke samlokalisert i næringshagen, og framkommer derfor ikke i rapporteringen om virksomheten der. Noen av dem kommer dit etter hvert, og vil på et tidspunkt komme inn i den årlige rapporten til SIVA, men det gjelder langt

fra alle. En jevnlig oversikt over denne delen av virksomheten, vil ikke minst gi et mer oppdatert bilde av hvordan næringshageselskapet fyller rollen som regional utviklingsaktør.

Samhandlingen med FoU-miljø og kunnskapsinstitusjoner

Dette er et tema som i noen grad er fanget opp gjennom at næringshageselskapene skal rapportere om konkrete og forpliktende samarbeidsavtaler med kunnskaps- og FoU-miljø. Evalueringen har vist at selv om det foreligger slike avtaler, vet vi ikke så mye om hvordan de iverksettes i praksis, eller om hvordan disse samarbeidsrelasjonene utvikler seg over tid. Dersom ambisjonen om næringshagene som organisasjoner for satsing på kunnskapsbaserte næringer skal vedvare, er det trolig viktig å få en mer dyptpløyende kunnskap om hvordan slike prosesser utvikles.

Individuelle rapporteringskriterier?

Vi har også sett i evalueringen at det kan være stor variasjon mellom næringshageselskapene med hensyn til hvilke områder og tema de arbeider med. Enkelte er tungt inne i satsing på kvinner, mens det finnes de som ikke definerer dette som et viktig tema. Noen jobber mye med den bransjemessige profilen, mens andre har svært små ambisjoner når det gjelder dette. Vi har også selskaper som har førstelinjeoppgaver for en eller flere kommuner, og andre som ikke har slike oppgaver. Dette er et uttrykk for det mangfoldet i utviklingsstrategier som skapes gjennom at næringshagesatsingen skjer i tråd med de institusjonelle utviklingstrekkene som vi innledningsvis har beskrevet som samstyring (Røiseland og Vabo 2008). Det å "åpne opp" rapporteringskriteriene, ved å gi mer rom for individuelle variasjoner, ville for det første bidra til bedre å fange opp mangfoldet i aktiviteten til næringshageselskapene. For det andre ville det signalisere en større forståelse for, og kanskje aksept av, dette mangfoldet.

9 REFERANSER

Arbo P. og H. Gammelsæter (2004): Den nye innovasjonspolitiske scenen, i Arbo P. og H. Gammelsæter (red.): Innovasjonspolitikken scenografi, Trondheim:Tapir

Aslesen H. W., M. Fraas, A. Isaksen og K.Smith (2000): Evaluering av SIVA s.f.: Fra eiendomsforvalter til utviklingsaktør, R-08 2000, Oslo: STEP group

Bjørn, T. og O. Svendgård (1998): Næringshager. Kompetansemiljøer i distriktene, notat, SIVA

Bolkesjø T. og K. Onsager (2004): Regionalpolitikk og nye utviklingssamarbeid i Østfold, i Amdam R. og O. Bukve: Det regionalpolitiske regimeskiftet – tilfellet Noreg, Trondheim: Tapir

Borch, O.J. (2004): Nærings- og innovasjonspolitikken sett nedenfra – med bedriften i fokus, i Arbo, P. og H. Gammelsæter (red.): Innovasjonspolitikken scenografi, Oslo: Tapir

Fraas, Morten og Olav R. Spilling (2006) Innovasjonsselskap i Nordland. Evaluering av næringshagene, forskningsparken og kunnskapsparkene i Nordland, NIFU STEP arbeidsnotat 42/2006.

Gammelsæter, Hallgeir (2000): "Kunnskapsflyt og regional innovasjon – en introduksjon", i Gammelsæter,H. (red.): Innovasjonspolitik, kunnskapsflyt og regional utvikling, Tapir, Trondheim

Hartmark Consulting (2004): Næringshagene- omplantning og gjødsling av den eksisterende underskogen. Evaluering av Næringshagesatsingen. Sluttrapport, Oslo.

Hedin, S., A. Dubois, R. Ikonen, K. Lähtemäki-Smith, J.Neubauer, K. Petterson, D. Rauhaut, V-P. Tynkkynen og Å. Uhlin (2008): Regionally Differentiated Innovation Policy in the Nordic Countries – Applying the Lisbon strategy, Nordregio report 2008:2, Stockholm: NordRegio

Hjern, B. og D.O. Porter (1981): Implementation structures. A New Unit of Analysis, Organizational Studies Vol. 2/3 s. 211-227

Kolvereid, Lars, Bjørn Willy Åmo og Erlend Bullvåg (2006): Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2006): Entreprenørskap i Norge, Handelshøgskolen i Bodø, Bodø.

Rosenfeld, S.A. (1997): Bringing business clusters into the mainstream of economic development, i European Planning Studies 5 (1): 3-23

Røiseland, A. (1996): Statlige målsettinger og lokal praksis. Om kommunenes arbeide med miljøbetingede helseproblem NF-rapport 11/96, Bodø: Nordlandsforskning

Røiseland, A. Og S. i. Vabo (2008): Governance på norsk. Samstyring som empirisk og analytisk fenomen, i Norsk Statsvitenskapelig Tidsskrift, nr 1-2, vol 24: 86-107

Sabatier, P.A. (1986): Top-down and Bottom-up Approaches to Implementation Research, i Journal of Public Policy Vol.6/1 s 21-48

van Meter, D.S. og C.E. van Horn (1975): The policy implementation process. A Conceptual Framework” I Administration and Society 6/4, 445-488

Offentlige dokumenter

NOU 2004:2: Effekter og effektivitet

Nærings- og handelsdepartementet (2003): Fra ide til verdi. Regjeringens plan for en helhetlig innovasjonspolitik

SIVA (2008): Statusrapport Kvinneinnovasjon

St.prp.nr.1 (1998-1999)

10 VEDLEGG

Appendix

Tabell A1 Omsetning og vekst i omsetning for bedrifter i og utenfor næringshager, 1000 kr

	<i>Bedrifter i næringshagene</i>		<i>Bedrifter utenfor næringshagene</i>	
	<i>Alle</i>	<i>KIFT</i>	<i>Alle</i>	<i>KIFT</i>
Omsetning 2004				
- gjennomsnitt	20865**	3265	12530	5559
- std.avvik	126307	4552	50925	35202
- N	307	138	8114	749
Omsetning 2005				
- gjennomsnitt	19899**	3394*	13074	5991
- std.avvik	115334	4637	54733	37383
- N	352	154	9079	749
Omsetning 2006				
- gjennomsnitt	23245**	3827*	14452	6750
- std.avvik	145065	5512	64730	48660
- N	393	173	9937	832
Vekst 04-05				
- gjennomsnitt	116	154	456	243
- std.avvik	265,5	173	207	152
- N	295	135	7964	649
Vekst 05-06				
- gjennomsnitt	217	139**	210	249
- std.avvik	763	107	212	142
- N	334	149	8839	728

* Det er sannsynlig at gjennomsnittet for bedrifter i næringshagene er forskjellig fra gjennomsnittet for bedrifter utenfor næringshagene

** Det er svært sannsynlig at gjennomsnittet for bedrifter i næringshagene er forskjellig fra gjennomsnittet for bedrifter utenfor næringshagene

Ingen stjerne markering betyr at vi ikke kan utelukke at det ikke er noen forskjell i snittet for bedrifter i og utenfor næringshager

Vi ser på gjennomsnittet for alle bedriftene under ett. Standardavviket (std.avvik) sier noe om spredning av bedriftene rundt dette snittet. Konkret angir det avstanden mellom den enkelte bedrifts omsetning og gjennomsnittet. Et stort standardavvik betyr at mange bedrifter har en omsetning som ligger langt fra gjennomsnittet¹⁵. Det vil ofte indikere at et

¹⁵ Middels standardavvik innebærer at mange bedrifter har en omsetning som ligger i en viss avstand fra gjennomsnittet eller at noen (få) bedrifter har en omsetning som ligger svært langt fra snittet.

felles mål for hele utvalget, som gjennomsnitt, ikke er svært representativt for den enkelte bedrift. N står for antall bedrifter som har oppgitt omsetning for det gjeldende året.

Tabell A2 Lønnsomhet for bedrifter i og utenfor næringshagene, 2004-2006, 1000 kr

	<i>Bedrifter i næringshagene</i>		<i>Bedrifter utenfor næringshagene</i>	
	<i>Alle</i>	<i>KIFT</i>	<i>Alle</i>	<i>KIFT</i>
Driftsresultat 2004				
- gjennomsnitt	1146	195	898,5	519
- std.avvik	8575	677	6432	5009
- N	307	138	8114	665
Driftsresultat 2005				
- gjennomsnitt	1342	219	961	684
- std.avvik	10768	633	8191	7782
- N	351	154	9079	749
Driftsresultat 2006				
- gjennomsnitt	2381	266	1261,5	977
- std.avvik	22665	862	12844	14700
- N	393	173	9937	832

Tabell A3 Omsetning og vekst for KIFT bedrifter i og utenfor næringshager, 1000 kr

	Næringshagebedrifter	Alle KIFT-bedrifter i landet	KIFT-bedrifter i landet utenom de største kommunene
Omsetning 2004			
- gjennomsnitt	3265***	13357	5608
- std.avvik	4552	11244 3	23720
- N	138	11992	4419
Omsetning 2005			
- gjennomsnitt	3394***	14471	6405
- std.avvik	4637	120203	35574
- N	154	13310	4979
Omsetning 2006			
- gjennomsnitt	3827***	15800	7735
- std.avvik	5512	129605	45462
- N	173	14562	5571

Vekst 04-05			
- gjennomsnitt	154*	212	187
- std.avvik	173	1768	1323
- N	135	11724	4378
Vekst 05-06			
- gjennomsnitt	139**	223	224
- std.avvik	107	1547	1778
- N	149	12902	4866

*** Det er svært sannsynlig at gjennomsnittet for bedrifter i næringshagene er forskjellig fra gjennomsnittet for bedrifter utenfor næringshagene

* Det kan ikke utelukkes at gjennomsnittet for bedrifter i næringshagene er forskjellig fra gjennomsnittet for bedrifter utenfor næringshagene

Tabell A4 Gjennomsnittlig driftsresultat for KIFT-bedrifter i og utenfor næringshager, 2004-2006, 1000 kr

	<i>KIFT-bedrifter i næringshager</i>	<i>KIFT-bedrifter utenfor næringshager</i>	<i>KIFT-bedrifter i landet utenom de største kommunene</i>
Driftsresultat 2004			
- gjennomsnitt	195***	822	462
- std.avvik	677	9535	2269
- N	138	11992	4419
Driftsresultat 2005			
- gjennomsnitt	219***	1116	592
- std.avvik	633	12770	4536
- N	154	13310	4979
Driftsresultat 2006			
- gjennomsnitt	266***	1139	715
- std.avvik	862	12490	5842
- N	173	14674	5571