

Rapport

Fremtidens næringer i Nord

MENON-PUBLIKASJON NR. 19 2013

17. juni 2013

Anniken Enger, Anne Espelien, Sveinung Fjose, Leo A Grünfeld,

Erik W. Jakobsen, Christian Mellbye og Heidi Ulstein



MENON
Business Economics

Forord	3
1. Innledning	4
2. Seks indikatorer for fremtidig vekst	6
2.1. Valg og begrunnelse av indikatorer	6
2.2. Størrelse	8
2.3. Vekst	10
2.4. Internasjonal konkurranseevne	11
2.5. Regional kontroll	13
2.6. FoU og innovasjon	15
2.7. Kunnskap og produktivitet	18
2.8. Oppsummering: Landsdelens sterke næringer	20
3. Sjømatnæringen	23
3.1. Sjømatnæringen har opplevd sterk vekst de senere år	23
3.2. Næringens ressurs- og kompetansegrunnlag	23
3.3. Viktige drivkrefter trekker i retning av fortsatt sterk vekst	24
3.4. God pris på fiske og økt volum har skapt vekst i sjømatnæringen i nord	26
3.5. Flere farer truer fremtidig lønnsomhet og vekst	28
4. Reiseliv	31
4.1. Innledning	31
4.2. Vekst i internasjonal turisme	31
4.3. Nord-Norges konkurransefortrinn	35
4.4. Klarer Nord-Norge å ta sin del av den voksende internasjonale turismen?	36
4.5. Utfordringer	37
4.6. Hvordan overkomme hindringene og ta ut potensialet?	40
4.7. Oppsummering	43
5. Maritim næring i nord – en vekstnæring med stort potensial	45
5.1. Tradisjonelle segmenter dominerer den maritime næringen i nord	45
5.2. Næringen vokser, men er fortsatt svak sammenlignet med andre maritime klynger	46
5.3. Nye oljefunn skaper store forhåpninger i nord og skaper grobunn for videre vekst i maritim næring	47

5.4.	Store forhåpninger for oljevirkksomhet i Barentshavet	48
5.5.	Kunnskapsmiljøene må styrkes i Nord	50
5.6.	Maritim næring i nord er godt posisjonert for videre vekst	50
6.	Fornybar energi og miljøteknologi	52
6.1.	Fornybar energi- og miljønæringen i nord: Et vel av muligheter	52
6.2.	Positiv utvikling fram til 2011	53
6.3.	Fire drivere for fremtidig vekst	54
7.	Bygg- og anlegg	57
7.1.	Den største næringen i Nord-Norge	57
7.2.	Tre drivere for fremtidig vekst	58
7.3.	Sterk vekst i deler av næringen	59
7.4.	En distriktsnæring med sterk regional kontroll	61
7.5.	Er byggenæringen i Nord-Norge skodd for større prosjekter?	64
8.	Eierskap og kapitalmarkeder	65
8.1.	Mangler Nord-Norge kapital og store aktive eiere?	65
8.2.	Egenkapitalmarkedet	66
8.3.	Det tradisjonelle bankmarkedet	69
8.4.	Obligasjonsmarkedet	71
8.5.	Opplever næringslivet tilgangen på kapital som et problem?	74
9.	Strategier for økt verdiskaping i nord	75
9.1.	Innledning – generiske strategier for regional vekst	75
9.2.	Spesialisere	76
9.3.	Integrere	79
9.4.	Komponere	82

Forord

Høsten 2012 skrev Menon Business Economics *Arenabilag* til *Konjunkturbarometer for Nord-Norge*, på oppdrag fra Sparebank1 Nord-Norge og Innovasjon Norge. Temaet var fremtidens næringer i nord. Arenabilaget har et knapt format, så det var ikke mulig å gå i dybden i de mange temaer som ble presentert og drøftet i bilaget. I etterkant ble det derfor besluttet å skrive en rapport som kunne utdype og nyansere både indikatorbaserte analyser og næringsanalyser. I tillegg ble det besluttet å utvide rapporten med to kapitler: En femte næring, bygg og anlegg, ble inkludert blant de potensielle fremtidsnæringene som ble valgt ut i Arenabilaget. Rapporten avsluttes dessuten med et strategikapittel som drøfter hva slags strategier myndigheter og næringslivets beslutningstakere kan følge for å styrke landsdelens verdiskaping.

I likhet med Arenabilaget beskrevet ovenfor er denne rapporten skrevet på oppdrag fra Sparebank1 Nord-Norge og Innovasjon Norge. Stor takk til oppdragsgiverne for muligheten til å fordype oss i nordnorsk næringsliv på en systematisk og fremtidsorientert måte.

Erik W. Jakobsen

Managing Partner, Menon Business Economics

6. juni 2013

1. Innledning

Det skjer noe nytt med næringslivet i Nord-Norge. Vi ser en dramatisk dynamikk i regionen man ikke har vært vitne til før. Utvikling av store olje- og gassprosjekter, omfattende nedleggelse av ny industrivirksomhet, en fiskerisektor med imponerende lønnsomhet og rik ressurstilgang, og ikke minst en fornybar energisektor med som for alvor begynner å våkne. Det er ikke mange år siden man ropte etter flere arbeidsplasser i Nord-Norge. I dag er det behovet for mer kompetent arbeidskraft som rangerer øverst på regionens ønskeliste. Det sier egentlig alt om hvor store endringene har vært, og hvor utfordringene ligger.

Alt næringsliv i nord kan ikke vinne i kampen om ressursene. Noen næringer vil vise sterkere evne til å hevde seg i nasjonal og internasjonal konkurranse med de beste utenfor regionen. I denne rapporten presenterer vi et rammeverk som gir indikasjoner på hvilke næringer som vil gjøre det skarpt i årene fremover. Rammeverket har tydelige likhetstrekk med det man har benyttet i det store forskningsprosjektet «Et Kunnskapsbasert Norge», der Menon har vært en sentral bidragsyter sammen med BI. Men det finnes også tydelige ulikheter, ikke minst fordi vi har ønsket å være mer fokusert på sammenligning av næringer og være bedre tilpasset næringslivet i nord.

Hva ser vi på når vi plukker ut fremtidens næringer i Nord-Norge? Vi ser naturligvis på kunnskapsdimensjonen; der utdanningsnivå i næringen og bedriftenes satsning på forskning og innovasjon. Men det stopper ikke der. Vi er opptatt av næringenes størrelse og vekst gjennom de seneste årene, fordi dette sier noe om evnen til å skape sterke næringsmiljøer over tid. Mange liker å kalle dette for kritisk masse. Skal næringene hevde seg i internasjonal konkurranse, må de også være fokusert på markedene utenfor Norge. Følgelig er vi opptatt av næringenes eksportgrad, deres internasjonale ambisjoner og grad av utenlandske eierskap i næringen. Sistnevnte faktor sier mye om den internasjonale attraktiviteten, noe som er særlig viktig for en region som ligger i den geografiske utkanten av Europa. Også tilgang på lokalt kompetent eierskap er viktig for næringsutvikling. Det er gjerne denne typen eiere som har kunnskap om og nok risikovilje til å finansiere nye prosjekter. Følgelig har vi lagt store ressurser inn på å kartlegge den regionale eierkontrollen i nordnorsk næringsliv. Det er første gang noen gjør dette systematisk for regionen, og funnene er svært interessante. Sist, men ikke minst, er vi opptatt av næringenes produktivitet og verdiskapingsevne, for det er verdiskapingen (det man på nasjonalt nivå kaller BNP) som må stå i sentrum for alle slike fremtidsvurderinger. Uten verdiskaping kan ikke arbeidere og eiere få avkastning på sin innsats.

Til sammen har vi studert 13 ulike næringer. I tabellen nedenfor lister vi dem opp. Gjennom en samlet vurdering av alle våre indikatorer lander vi på at det særlig er fem næringer som har et særlig potensial for vekst i årene fremover: **Maritim/offshore, sjømat, fornybar energi, bygg og anlegg og reiseliv**. Det betyr ikke at de andre svekkes, men heller at de må jobbe hardere for å oppnå vekst.

Tabell 1: Oversikt over næringene

Næringsinndelingen er basert på en klyngeforståelse og er til dels overlappende.

Næring	Beskrivelse
Bygg og anlegg	Produksjons-, handels- og utleiebedrifter som leverer til byggenæringen, utførende, arkitekter og rådgivere og eiendomsselskaper, både de som drifter og forvalter eiendommer og de som driver salg og utleie
Finans	Bank, Forsikring, Forvaltning, Finansiell rådgivning, Markedsplasser og infrastruktur,

Fornybar energi	Avfallshåndtering, distribusjon og handel med kraft, fornybar energi og rensing og resirkulering av avfall
Handel	Grossister, agenter og detaljhandel
Helse	Ikke-offentlige selskaper innenfor helse og omsorg, biotek og medtek. Undergrupper diagnose, behandling, helsetjenester, pleieinstitusjoner engros- og detaljhandel, forskningsinstitusjoner, menneskelig- og veterinærtjenester
IT	Selskaper som utvikler IT-produkter internt i bedriften og selskaper som tilbyr IT-tjenester basert på utenlandsk teknologi og som gjøres tilgjengelig for det norske markedet
Kunnskapstjenester	Administrativ rådgivning, arbeidsformidling, rådgivning bygg og anlegg, IT-tjenester, juridisk tjenesteyting, olje- og gass tjenester, PR og reklame, teknisk tjenesteyting, skipsmegling og vitenskapelige tjenesteyting
Maritim næring	Rederi, tjenesteleverandører, utstyrsprodusenter og verft
Offshore	Aktiviteter knyttet til utvinning av olje og gass, slik som boring og brønntjenester, feltutvikling (subsea og topside), geologi og seismikk, operasjoner og tjenester og nedstrøms aktiviteter, som raffinerier og rørtransport. De store operatørselskapene (Statoil, Shell, Eni m.fl.) er ikke inkludert i populasjonen
Prosessindustri	Metall-, kjemisk-, miljøteknologi-, papir- og farmasøytisk industri
Reiseliv	Opplevelses-, overnattings-, serverings-, transport- og formidlingsbedrifter
Sjømat	Fiskeri, fiskeoppdrett og bearbeiding og eksport av sjømat, samt leverandører av utstyr og tjenester til de ulike delene av verdikjeden
Tele og media	Bedrifter som leverer tjenester innenfor telekommunikasjon og media

2. Seks indikatorer for fremtidig vekst

2.1. Valg og begrunnelse av indikatorer

I arbeidet med å analysere næringslivet i Nord-Norge har Menon utarbeidet et sett med seks ulike indikatorer for å rangere hvilke næringer som er landsdelens sterkeste. De seks indikatorene er:

- Størrelse
- Vekst
- Internasjonal konkurranseevne
- Regional kontroll
- Forskning og utvikling og innovasjon
- Kunnskap og produktivitet

Hva er så begrunnelsen for at fremtidens næringer i nord skal score høyt på disse målene? Når det gjelder størrelse, er dette et naturlig mål, ettersom en nærings "kjøttvekt" må telles med. Det kan godt være at en liten næring i dag kan bli betydningsfull i fremtiden, men på mellom-lang sikt (5-10 år) vil de største næringene i dag fremdeles dominere. Samtidig skal en ikke undervurdere mindre næringer i vekst, og derfor bruker vi næringenes vekst siden 2004 som indikator nummer to. På denne måten vil mindre næringer i sterk vekst komme klart frem. Den tredje indikatoren vi har valgt måler internasjonal konkurranseevne. Rasjonalet for å inkludere dette som en indikator er at Norges økonomi i stadig større grad blir integrert i den internasjonale økonomien og dermed må fremtidens næring være konkurransedyktig mot internasjonale aktører. I økende grad ser man også en trend mot at næringer, som før var skjermet fra internasjonal konkurranse, blir konkurranseutsatt. Et eksempel kan være bygg- og anleggsbransjen, hvor utenlandske aktører i større grad tar oppdrag i det norske markedet. Et annet eksempel kan være handelsnæringen, hvor internetthandel åpner for at utenlandske aktører med sysselsatte i utlandet kan konkurrere om kunder i Norge på lik linje med norske bedrifter. I tillegg vil bedrifter som spesialiserte seg innenfor ulike segmenter fort kunne oppleve at de største vekstmulighetene ligger utenfor Norges grenser. Det kan også være nødvendig å selge varer og tjenester til utlandet for å oppnå stordriftsfordeler, fordi det norske markedet alene ikke er stort nok.

I en fjerde indikator har vi valgt å fokusere på regional kontroll. Vi måler den regionale kontrollen ved antall konsern i hver næring med en verdiskaping over 50 millioner og hvor mange prosent av totalkapitalen i hver bransje som kontrolleres av aktører med base i Nord-Norge. Lokale hovedkontor og eiere kan fatte beslutninger som styrker næringsutviklingen i regionen. Regional kontroll er derfor viktig for næringers fremtidspotensial. Hovedkontor i regionale sentra er også av betydning for vekst, siden de forvalter ressurser til forskning, innovasjon og utvikling av kompetanse og dermed bidrar til utviklingen av regionale kompetansemiljøer. Til sist har også hovedkontor en symbolverdi, ettersom det synliggjør utad at regionen er attraktiv som lokalisering for kunnskapsmiljøer i næringen. Et visst omfang av regional kontroll er ønskelig om en ønsker en dynamisk, kunnskapsbasert og fremtidsrettet næring i nord.

De to siste indikatorene er forskning og utvikling (FoU) og innovasjon, samt kunnskap og produktivitet. I det store forskningsprosjektet "Et kunnskapsbasert Norge" som ble avsluttet i 2012, satt man kunnskap i sentrum for næringsutviklingen. Tanken er at i et næringsliv som blir stadig mer internasjonalisert, teknologisk avansert og dynamisk, spiller kunnskap en stadig viktigere rolle for bedriftenes konkurranseevne. Dette gjelder spesielt for norske bedrifter som har et langt høyere kostnadsnivå enn bedrifter i de fleste andre land. Fremtidens næringer må derfor være kunnskapsrik og innovativt, slik at det kan være konkurransedyktig internasjonalt. For

å måle dette har vi formet indikatorene "FoU og innovasjon" basert på fem ulike variabler. Disse variablene er hentet delvis fra arbeidet med et kunnskapsbasert Norge, dels fra andre prosjekter Menon har arbeidet med, samt direkte fra Statistisk sentralbyrå. Forskning og utvikling er viktig, ettersom det legger grunnlaget for fremtidige innovasjoner og utvikling av en næring. Næringer som ikke driver med forskning spesifikt kan likevel score høyt, dersom de er markedsorientert og innovative. Innen mange næringer skjer kunnskapsutviklingen i produksjonsprosessen og registreres derfor ikke som FoU (såkalt «learning by doing»). Reiselivsnæringen er her et godt eksempel. Som vi viser senere i kapitlet er Nordnorske reiselivsbedrifter relativt innovative på tross av at de ikke driver med forskning. Bedriftsnettverk og klyngeprosjekter som skaper dynamikk for videreutvikling av eksisterende tjenester og utvikling av nye tjenester kan muligens forklare hvorfor reiselivsbedriftene scorer forholdsvis høyt her.

Kunnskap og produktivitet er den siste indikatoren og disse to begrepene henger tett sammen. For å være konkurransedyktige må man ha høy produktivitet og for å ha høy produktivitet må man ha kompetent arbeidskraft. For å tiltrekke seg kunnskapsarbeider må bedriftene tilby utfordrende arbeidsoppgaver og konkurransedyktig lønn. Dette er bakgrunnen for at kunnskap og produktivitet er satt sammen i en indikator.

De seks indikatorene er bygd opp av tjue delindikatorer

For å skape et robust mål for indikatorene er de seks ulike indikatorene igjen bygget opp av totalt tjue ulike variabler. Disse er vist i figuren nedenfor. Ved å støtte seg til flere ulike variabler for så å ta et gjennomsnitt av dem, skaffer man seg en bredere plattform og dermed en mer robust modell. Dette skyldes at svakheter og mangler i enkelte variabler kan veies opp av andre variabler som har et annet fokus.

To av delindikatorene på størrelse er såkalte Balassa-indekser. Dette er variabler som måler hvor stor næringen er regionalt i forhold til den nasjonale næringen; med andre ord om næringen er over- eller underrepresentert i regionen sammenlignet med gjennomsnittet. Det indikerer dermed næringenes spesialiseringsgrad. Bygg og anlegg og sjømat er to næringer som belyser godt hvorfor Balassa-indekser er et egnet som indikatorer på næringenes fremtidspotensial. Bygg- og anleggsnæringen er den aller største i Nord-Norge målt i verdiskaping, men har ikke en større andel av verdiskapingen enn næringen har på landsbasis. Næringen står dermed ikke spesielt sterkt i Nord-Norge. Sjømat står derimot spesielt sterkt i landsdelen og vil dermed

Hoved-indikator	Del-indikator
Størrelse	Antall sysselsatte (2011) Antall sysselsatte - Balassa (2009-2011) Verdiskaping 2011 Verdiskaping - Balassa (snitt 2009-2011)
Vekst	Verdiskapings-vekst (2004-2011) Relativt til vekst nasjonalt i næring (2004-Nyetablering)
Internasjonal konkurranseevne	Eksportgrad Internasjonale ambisjoner (survey) Verdiskaping som utenlandske eiere står bak
Regional kontroll	Eierskap i nord (kontroll over totalkapital) Antall konsern med vs>50 mill.
Fou og innovasjon	FOU-intensitet Relativ FOU-intensitet Innovasjons-grad Relativ innovasjons-grad Andel av bedriftene som er engasjert i FOU (survey)
Kunnskap og produktivitet	Andel ansatte med høyere utdanning VS per ansatte (2008-2010) Lønn per ansatt (2008-2010)

skåre høyt på en Balassaindeks.

2.2. Størrelse

Bygg og anlegg er den største næringen i nord målt i verdiskaping og den nest største målt i sysselsetting. Siden bygg og anlegg er stor i hele landet, er næringen imidlertid ikke større enn hva størrelsen på nordnorsk økonomi skulle tilsi. Sjømatnæringen er derimot fem ganger større i nord enn i resten av landet. Ettersom indikatorene også tar innover seg relative størrelsesforhold, betyr det at sjømat scorer høyest på størrelse i landsdelen.

Jo større en næring er, desto viktigere er den. Dette fordi store næringer i større grad påvirker befolkningens og myndighetenes inntektsgrunnlag gjennom arbeidsplasser og skatteinntekter. Mulighetene for å utvikle spesialiserte og sterke klynger øker også med næringenes størrelse.

For å måle næringenes størrelse har vi brukt fire delindikatorer; Verdiskaping, verdiskapingsbalassa, sysselsetting og sysselsettingsbalassa. Balassaindeksen viser hvor stor en næring er relativt til næringens størrelse nasjonalt. En balassaindeks på fem indikerer at næringen er fem ganger større i nord enn i resten av landet. Når vi legger sammen de ulike underindikatorene er det sjømat som kommer sterkest ut i regionen. Sjømat er rangert som den tredje største næringen målt i verdiskaping og fjerde største målt i sysselsetting, men trekkes opp av den meget sterke posisjonen næringen har i nord sammenlignet med resten av landet. Bygg og anlegg er den nest største næringen i Nord-Norge, etterfulgt av handelsnæringen.

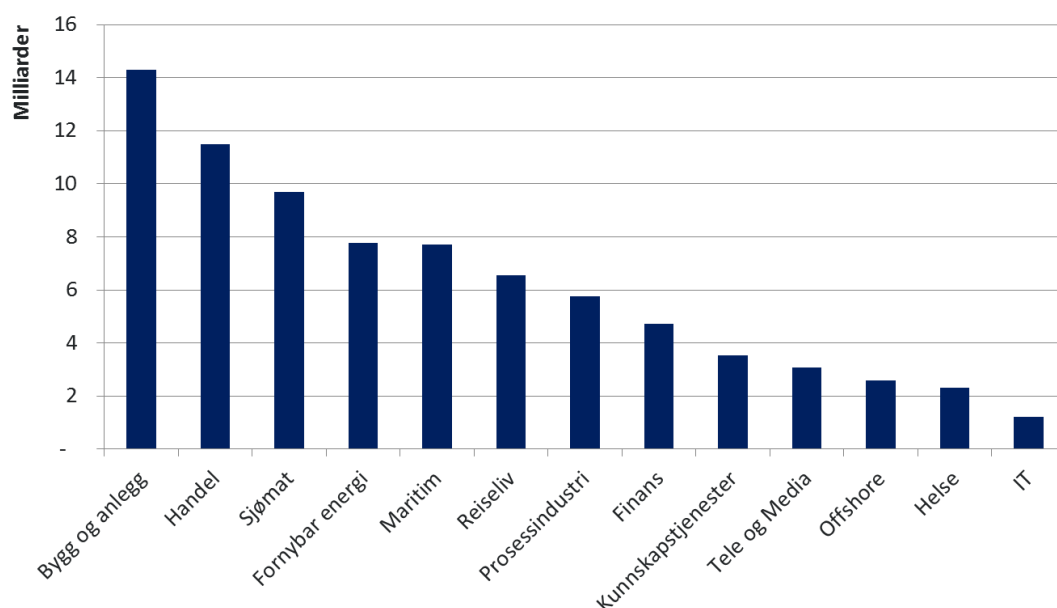
Figur 1: Nøkkeltall for de tre næringene som scorer høyest på størrelsesindikatoren



Måler vi størrelsen i sysselsetting alene, er handelsnæringen sammen med bygg og anlegg klart størst i nord. Disse to næringene har henholdsvis 26 000 og 24 000 ansatte. Reiseliv kommer på en god tredjeplass med 12 500 ansatte. Med til sammen 50 000 sysselsatte eller omkring 45 prosent av de ansatte i næringslivet har bygg og anleggsbransjen sammen med handelsnæringen en dominerende rolle i næringslivet. Dette kan virke som store tall, men ser man på balassaindeksene for sysselsetting ser vi at næringene skiller seg lite ut fra næringslivet ellers i Norge. Et annet viktig poeng å ha med seg videre er at privat næringsliv i Nord-Norge står bak under halvparten av sysselsettingen i landsdelen. Det er offentlig sektor som dominerer sysselsettingen, med over 100 000 ansatte. Dette er ansatte i statlig, fylkeskommunale og kommunale organisasjoner som står bak en rekke offentlig tjenestetilbud. Offentlig sektor er dermed større enn samtlige næringer i nord.

Et annet mål på næringenes størrelse er verdiskaping. Da måler vi merverdien en næring skaper i løpet av et år, og i nasjonal kontekst kan det sammenlignes med brutto nasjonalprodukt (BNP). Bygg og anlegg er klart størst her. Denne næringen skapte verdier for 14,3 mrd. kroner i 2011 en oppgang på over 12 prosent fra året før. Varehandel og sjømat er også store, med verdiskaping på henholdsvis 11,5 og 9,7 milliarder kroner i 2011.

Figur 2: Verdiskaping i nord fordelt på næringer, 2011. Kilde: Menon Business Economics



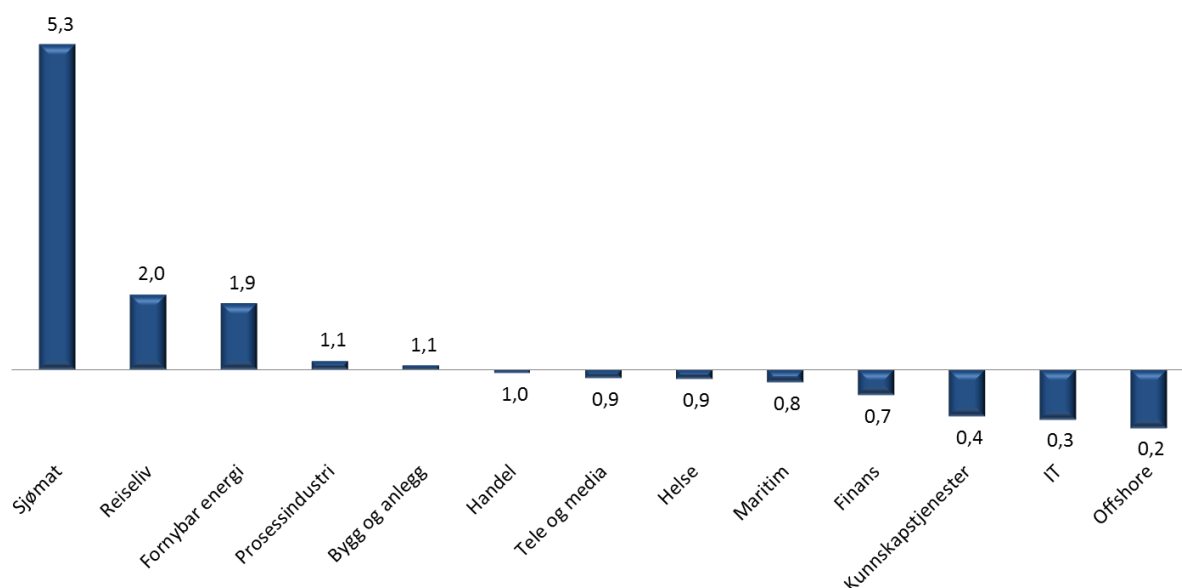
Hva er verdiskaping, og hvorfor er det et godt mål på en nærings størrelse?

En nærings størrelse kan måles på en rekke ulike måter. Det beste målet er etter vårt skjønn er brutto intern verdiskaping, fra nå av referert til som verdiskaping. Verdiskaping beregnes ganske enkelt som bedriftenes omsetning fraktrukket kjøpte varer og tjenester. Det betyr samtidig at bedriftenes verdiskaping tilsvarer summen av lønnskostnader og driftsresultat før avskrivninger og nedskrivninger (EBITDA, hvor EBITDA er forkortelsen for Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization).

En nærings verdiskaping er dermed summen av lønnskostnader og EIBTDA i alle bedriftene. Verdiskaping er et godt størrelsesmål av to grunner. For det første unngår man dobbelttelling av varer og tjenester, noe som gjør det meningsfullt å sammenligne verdiskaping på tvers av næringer. Dessuten gir verdiskaping et godt bilde på den samfunnsmessige avkastning av næringsvirksomheten. Det skyldes at verdiskaping fanger opp avlønningen til de viktigste interessentene (stakeholders) i næringen, det vil si de ansatte gjennom lønn, kommunene og staten gjennom inntektsskatt, arbeidsgiveravgift og selskapsskatt, kreditorene gjennom renter på lån, og til slutt eierne gjennom overskudd.

Sammenligner vi næringene i nord med de samme næringene nasjonalt, finner vi at sjømatnæringen er nesten seks ganger større i nord og dermed mye større og viktigere her enn i resten av landet, både når det gjelder sysselsetting og verdiskaping. Også reiseliv og fornybar energi er næringer som er relativt viktigere i nord enn nasjonalt. IT, kunnskapstjenester og offshore befinner seg i den andre enden av skalaen – vesentlig mindre i nord enn i resten av landet. Dette er illustrert i Balassaindeksen nedenfor.

Figur 3: Balassaindeks - 13 næringer i Nord rangert etter næringenes andel av verdiskaping i Nord-Norge relativt til næringens andel av verdiskaping nasjonalt. Kilde: Menon/Soliditet



2.3. Vekst

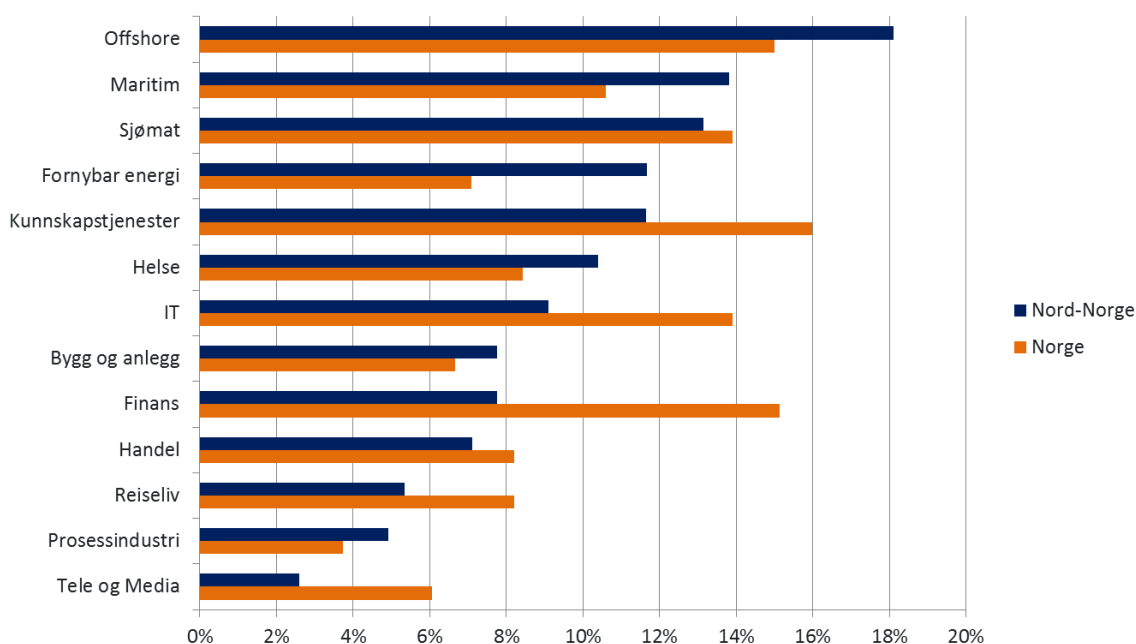
Det er sjøbaserte næringer som vokser mest i nord. Sjømat, maritim og offshore har høye årlige vekstrater – og næringene vokser også sterkt sammenlignet med resten av landet.

Vekst må stå i sentrum av disse analysene, fordi vi er opptatt av fremtidens næringsliv. Vi honorerer også vekst for å sikre at mindre næringer med stort potensial fanges opp. Offshore, maritim og sjømat er næringer som vokser raskt. De to førstnevnte vokser raskere i nord enn den nasjonale veksttakten til næringene. Offshore og maritim ligger på topp med årlig verdiskapingsvekst på 18 og 14 prosent i perioden 2004 til 2011. Og dette er høyt. Til sammenligning har konsumprisindeksen ligget på rundt 2 prosent, og den gjennomsnittlige lønnsøkningen har vært på omtrent 4,5 prosent i samme periode. Når vi måler den relative veksten, er det fornybar energi som skårer høyest. RECs vekst har vært en viktig forklaring til den sterke veksten fornybar energi opplevde frem til 2011- Ettersom selskapet har lagt ned produksjonen i Glåmfjord, er det likevel naturlig å anta at veksten ville ha ligget nærmere landsgjennomsnittet om vi trakk historikken frem til 2012.

Det er også interessant å se på næringene som vokser klart svakere enn ellers i landet. Både IT, finans, kunnskapstjenester og tele og media vokser klart svakere enn landsgjennomsnittet. Dette er alle tjenestedominerte støttetjenester, hvor de største aktørene gjerne er etablert i de større bysentrene. I forskningsprosjektet "En kunnskapsbasert finansnæring" ble det blant annet vist hvordan Oslo-regionen sto bak nesten tre fjerdedeler av næringens verdiskaping i 2009¹. Denne andelen hadde økt kraftig siden 2001.

¹ Siden rapporten ble utgitt har ny data blitt tilgjengelig slik at man til en større grad kan unngå "hovedkontor-problematikken". Dvs. at all verdiskaping blir lagt til kommunen hvor bedriften har sitt hovedkontor. Dette betyr at rapporten overvurderte Oslo sin andel av verdiskapingen.

Figur 4: Årlig verdiskapingsvekst for 13 næringer i nord i perioden 2004 til 2011, sammenlignet med næringene nasjonalt.
Kilde: Menon Business Economics



En annen måte å fange opp veksten i næringene på, er å se hvor stor andel av verdiskapingen som stammer fra bedrifter etablert siste fem år. Dette forteller noe om dynamikken og grad av nyskaping i næringen. Det er reiselivsnæringen som ligger på topp i denne målingen. Her kommer 19 prosent av verdiskapingen fra nystartede bedrifter. Dette er ikke overraskende sett i lys av alt det spennende som skjer i reiselivsnæringen i nord for tiden – særlig hos opplevelsesbedriftene. Reiseliv blir etterfulgt av bygg og anlegg, hvor 18 prosent av verdiskapingen kommer fra nystartede bedrifter. Dette er også relativt høyt sammenlignet med andre næringer. For eksempel er det tilsvarende tallet for finans og tele- og media under 5 prosent.

2.4. Internasjonal konkurranseevne

Sjømat og reiseliv er de to næringene i nord med sterkest grad av internasjonalisering. I offshore er det store ambisjoner om internasjonal suksess, men den har ikke materialisert seg ennå.

For å vurdere hvor sterk næringenes internasjonale konkurranseevne er, har vi sett på eksportgrad, næringens internasjonale ambisjoner og hvor attraktiv næringen er for utenlandske eiere. Nærings eksportgrad, det vil si hvor andel av omsetningen som kommer fra markeder utenfor Norge, er et uttrykk for internasjonal konkurranseevne. Eksportgraden viser med andre ord om næringen er konkurransedyktig også i tøff konkurranse med ledende miljøer globalt. Bedrifter som spesialisere seg innenfor ulike segmenter, opplever fort at de største vekstmulighetene ligger utenfor Norges grenser. Et eksempel er verdiskapingen rundt nordnorske mineralressurser, som er totalt avhengig av utenlandske markeder. Et større salgsvolum i internasjonale markeder kan også være kritisk for å utnytte stordriftsfordeler som er nødvendige for å konkurrere mot selskaper med større hjemmemarkeder.

Figur 5: Nøkkeltall for de tre næringene som scorer høyest på internasjonal konkurranseevne²



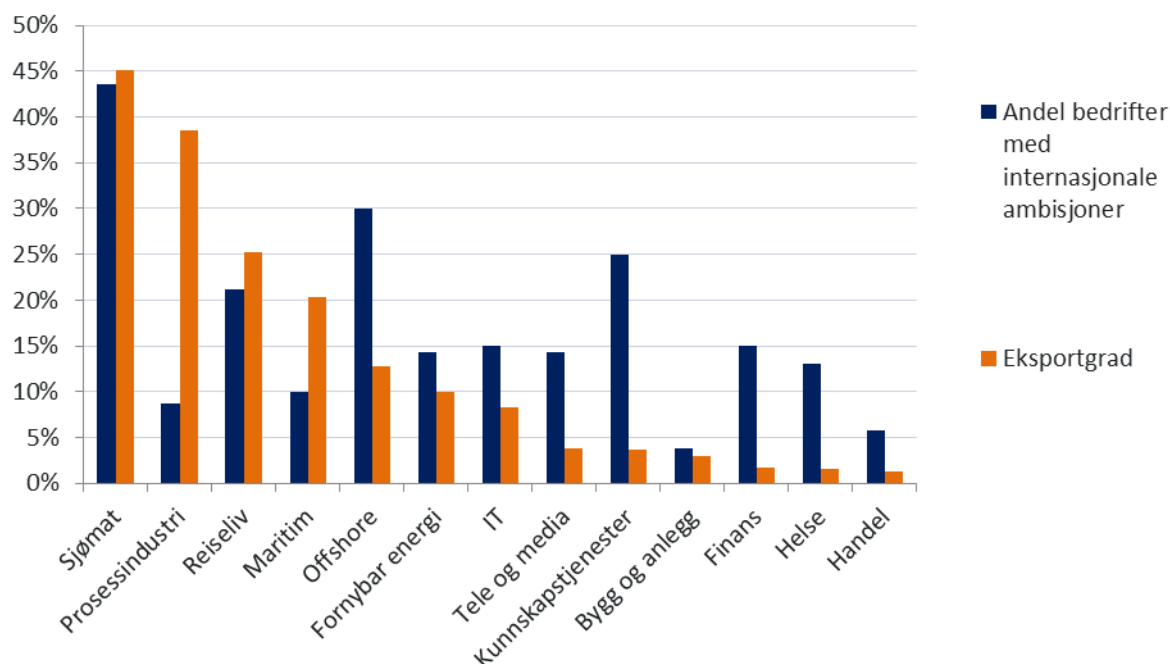
Ser vi på den totale rangering er det sjømat og reiseliv som kommer best ut etterfulgt av maritim, offshore og prosessindustri. Alle disse næringene er avhengige av å lykkes i den internasjonale konkurransen om de skal være drivere for videre vekst i landsdelen.

I graden nedenfor har vi sammenlignet bedriftenes internasjonale ambisjoner med deres faktiske eksportgrad. Som grafen viser er ambisjonene om internasjonal suksess store i næringer som offshore og kunnskapstjenester, selv om eksportgraden i disse næringene er lave. Den eneste næringen som både har høye ambisjoner og høy eksportgrad er sjømat. Nesten halvparten av bedriftene har ambisjoner om å lykkes internasjonalt, og eksportgraden er tilsvarende høy.

Med unntak av de tre nevnte næringene er det store flertall av bedrifter i nord fornøyd med å lykkes lokalt og nasjonalt. Under fem prosent av bygg- og anleggsbedriftene har internasjonale ambisjoner, og andelen er også svært lav i prosessindustri. For noen næringer er det store forskjeller mellom graden av internasjonalisering og bedriftenes ambisjoner om vekst og suksess i utenlandske markeder. Dette kan skyldes at de største selskapene dominerer innen eksport, noe som trolig er tilfelle for prosessindustrien hvor store selskaper som Hydro og REC dominerer i nord. Store avvik kan også skyldes at mindre selskaper som er sultne på internasjonal suksess kan dra opp andelen bedrifter med internasjonale ambisjoner, uten at det påvirker eksportgraden særlig mye. Kunnskapstjenester, offshore og finans er trolig eksempler på dette.

² Den observante leseren vil muligens reagere på at eksportgraden for sjømat kun er 45 prosent. Det skyldes at eksportgrad måles som næringens samlede eksport delt på dens samlede omsetning. Ettersom salg av sjømat gjerne går gjennom flere ledd i verdikjeden blir omsetningen i næringen langt høyere enn eksporten. Dermed blir næringens eksportgrad lavere, selv om langt mer enn 45 prosent av sjømaten i nord går til eksport.

Figur 6: Oversikt over næringenes eksportgrad og andel bedrifter med internasjonale ambisjoner. Kilde: Menon Business Economics og EKNN



Den tredje underindikatoren vi har bruk for å måle internasjonalt konkurranseevne er internasjonalt eierskap. De tre næringene som har høyest andel internasjonalt eierskap er reiseliv, maritim og prosessindustri. Oppkjøp av utenlandske aktører er positivt i den forstand at det viser at næringene i regionen er internasjonalt attraktivt. Norge blir i stadig større grad en del av den internasjonale økonomien, og dette ses også når en ser på eierskap av norske bedrifter. I 2010 ble omkring 35 prosent av verdiskapingen i privat næringsliv skapt i selskaper med utenlandsk eiere (NHO Privat eierskapsberetning 2011). Om utenlandsk eierskap er positivt eller ei har lenge vært debattert. Menon har i flere studier (for eksempel Grünfeldt og Jakobsen, 2006) vist at bedrifter som får utenlandske eiere har høyere omsetnings- og verdiskapingsvekst enn andre bedrifter. I kapitlet om maritim næring vises det til amerikanske Tidewaters kjøp av det norske offshorerederiet Troms Offshore. Fremtiden vil vise om dette kjøpet av en lokal bedrift med sterk tilknytning til regionen vil være positiv eller ei for landsdelen.

2.5. Regional kontroll

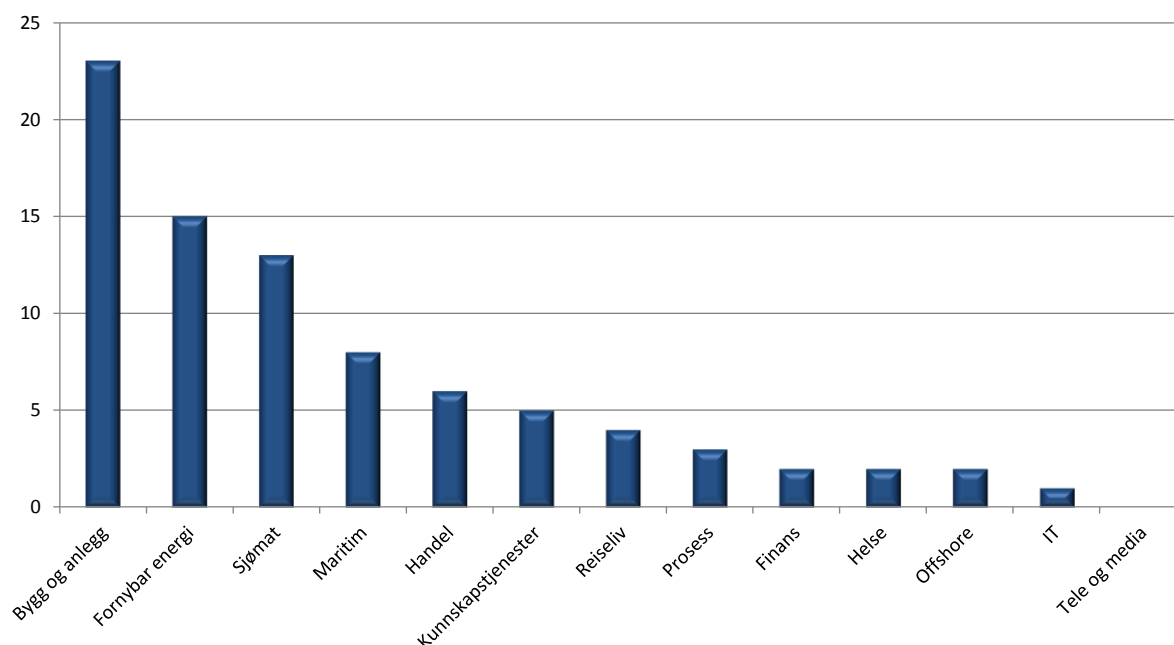
Bygg og anlegg er næringen som i størst grad kontrolleres av nordnorske aktører. Ingen andre næringer har så mange hovedkontor i landsdelen, og nitti prosent av kapitalen er direkte kontrollert fra Nord-Norge.

Det å ha beslutningsmyndighet innad i landsdelen er viktig, ettersom lokale hovedkontor og eiere da kan fatte beslutninger som styrer næringsutviklingen i regionen. Hovedkontor i regionale sentra er også av betydning for vekst siden de forvalter ressurser til forskning, innovasjon og utvikling av kompetanse. Dermed bidrar de til utvikling av regionale kompetansemiljøer. Hovedkontorfunksjoner har også en viktig symbolverdi, i og med at de synliggjør utad at regionen er attraktiv som lokalitet for kunnskapsmiljøer i næringen. Et visst omfang av regional kontroll er derfor viktig om en ønsker en dynamisk, kunnskapsbasert og fremtidsrettet næring i nord.

For å vurdere graden av regional kontroll i de ulike næringene i Nord-Norge har vi benyttet to indikatorer. Vi har sett på antall konsern med mer enn 50 mill. kroner i verdiskaping og hovedkontor i Nord-Norge og andelen

av næringenes totalkapital som blir kontrollert fra Nord-Norge. I bygg- og anleggsnæringen finner vi 23 hovedkontorer med mer enn 50 millioner kroner i verdiskaping i nord, mens fornybar energi og sjømat har henholdsvis 15 og 13 millioner kroner. I offshorenæringen er det kun to hovedkontorer. I IT, tele og media er det til sammen kun ett hovedkontor hvor konsernet har mer enn 50 millioner kroner i verdiskaping.

Figur 7: Antall konsern med mer enn 50 mNOK i omsetning og hovedkontor i Nord-Norge. Kilde: Menon/Soliditet



Den andre under-indikatoren viser hvor stor andel av kapitalen i næringene som er eid av personer, bedrifter eller offentlige aktører i landsdelen.

Over 90 prosent av bygg- og anleggsbransjen kontrolleres av lokale krefter. LNS-konsernet er her trukket frem i et mini-case for å vise et eksempel på en bedrift med lokale røtter som er viktig for verdiskaping i nord og som har ekspandert kraftig med base i landsdelen.

LNS-konsernet med base i Nordland driver prosjekter fra Svalbard i nord til Antarktis i sør

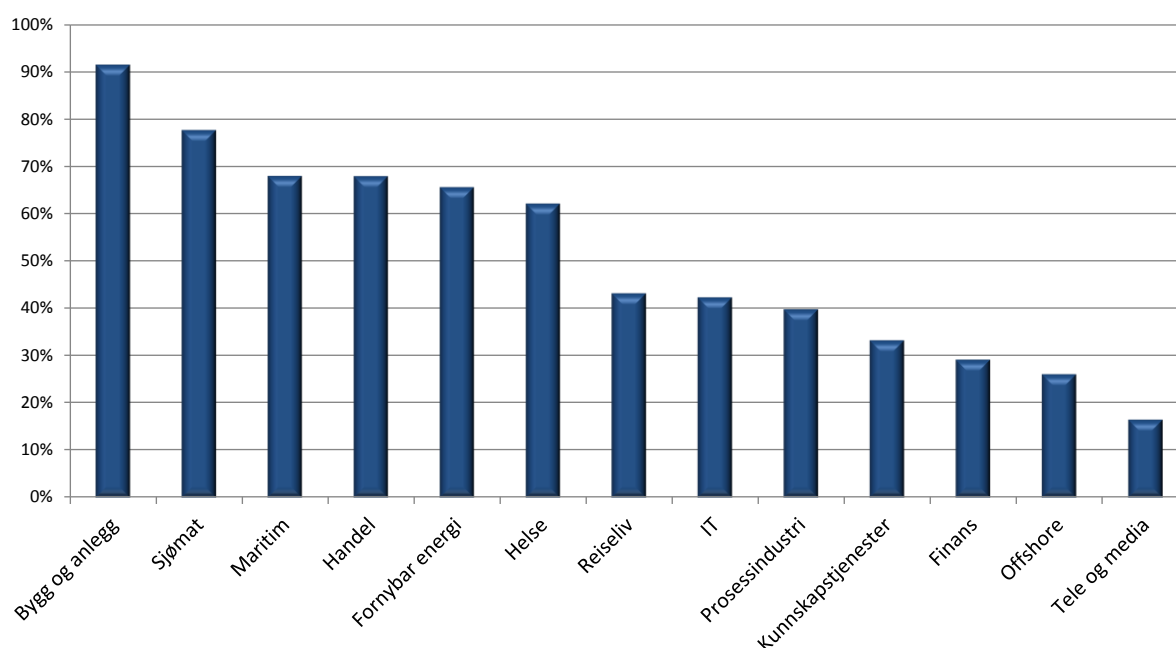
En viktig aktør i bygg og anleggsbransjen i nord er LNS-konsernet (Leonard Nilsen og Sønner) som i dag består av 13 bedrifter med hele 1,5 milliarder kroner i omsetning totalt. Konsernet har levert gode tall i flere år, og i 2011 oppnådde konsernet en resultatgrad på 19,8 prosent. LNS har en lang historie i landsdelen siden selskapet ble etablert for over 50 år siden. Hovedkontoret ligger fortsatt i Risøyhamn i Vesterålen, et tettsted med i overkant av 200 bosatte. Ved etableringen i 1961 besto selskapets maskinpark av en lastebil, en buss og en drosje som var i aktivitet i nærområdet. I dag har LNS en stor moderne maskinpark og har, basert på sin erfaring fra Nord-Norge, etablert seg i front på å utvikle og ta i bruk ny teknologi spesielt under vanskelig klimatiske forhold. Konsernet har i dag prosjekter i hele Norge, på Spitsbergen, i Antarktis, Hong Kong og i Chile. Tidligere har selskapet også hatt prosjekter i Russland, Grønland og Island.

Siden etableringen i 1961 har selskapet vokst og har i dag rundt 850 ansatte. Flertallet av de ansatte er fortsatt lokalisert i Nord-Norge, på tross av at selskapet har vokst både utenfor landsdelen og utenfor Norges grenser. LNS-konsernet spiller en viktig rolle i landsdelen for å støtte opp utvikling av bygg- og anleggsvirksomhet, samt

mineralindustrien i landsdelen. I dag har selskapet prosjekter knyttet opp mot mineralnæringen i Tana, Narvik, Ballangen og Mo i Rana.

Som grafen under viser er det store forskjeller mellom andelen av totalkapitalen som styres fra nord i de ulike næringene. Det tilsvarende tallet for finans, offshore og tele og media er under 30 prosent. Disse kunnskapsnæringene er gjerne filialer av nasjonale selskap som Telenor, Statoil, DNV eller DNB. Det betyr også at det er spesielt viktig å beholde de store nordnorske aktørene innen kunnskapsnæringer som i dag har hovedkontor i landsdelen.

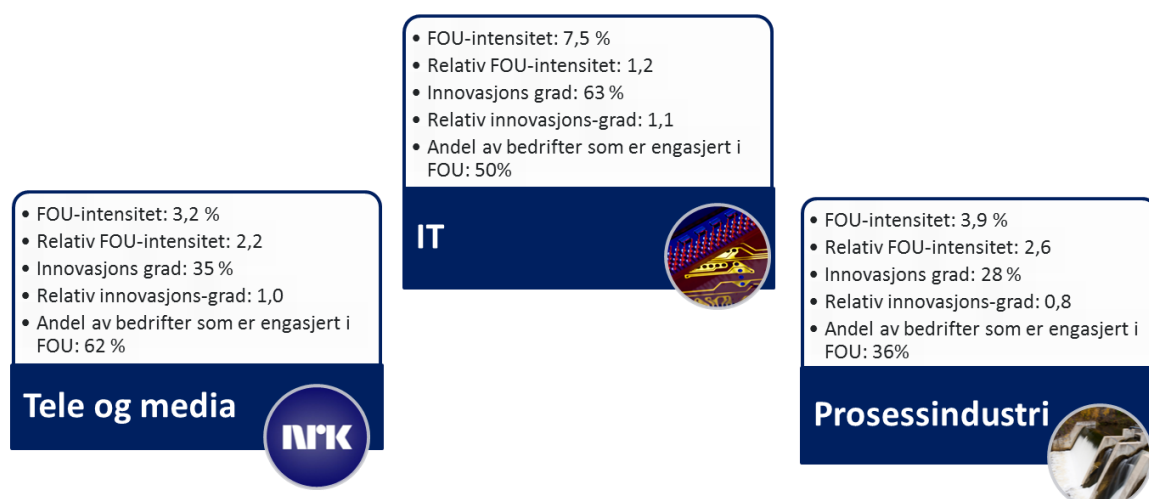
Figur 8: Andel av næringens totalkapital som eies av aktører i Nord-Norge. Kilde: Menon Business Economics



2.6. FoU og innovasjon

Kunnskapsnæringene driver mest med forskning og er de klart mest innovative i Nord-Norge. 63 prosent av IT-bedriftene har utviklet nye produkter og tjenester de siste årene.

Figur 9: Nøkkeltall for de tre næringene som scorer høyest på FoU og innovasjon



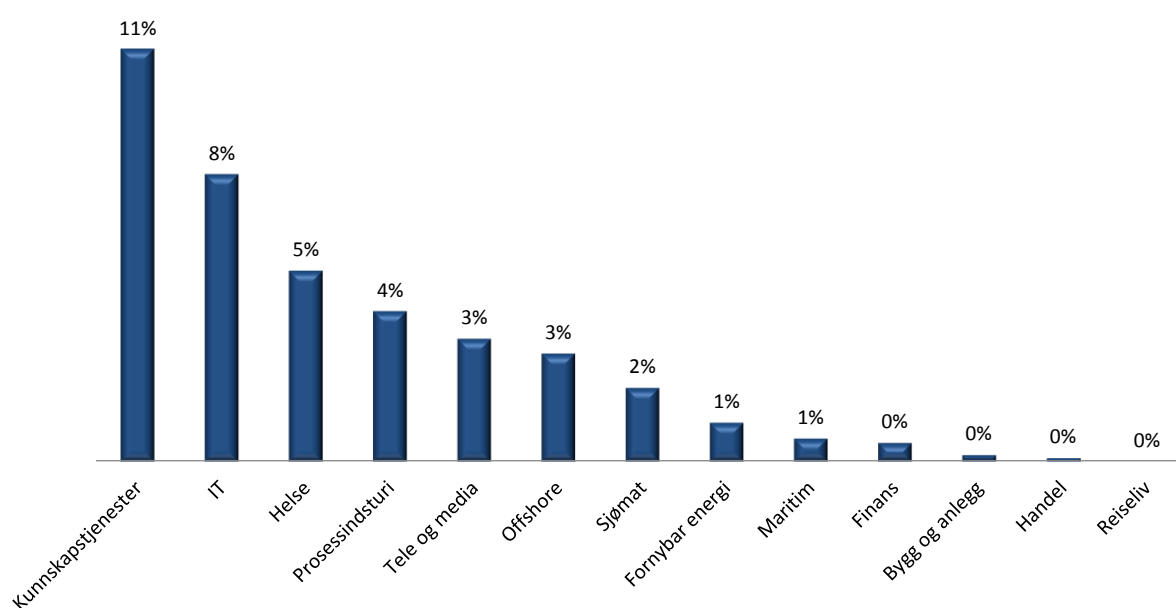
For å lykkes i fremtidens næringsliv må man være innovativ og markedsorientert. Forskning og utvikling legger grunnlaget for fremtidige innovasjoner. For å måle FoU og innovasjon har Menon tatt i bruk to underindikatorer. Innovasjonsgrad viser andel av bedriftene som svarer at de har omsetning fra produkter som er nye for markedet. Ikke overraskende er det kunnskapstjenester og tele og media som har høyest innovasjonsgrad i landsdelen. Over seksti prosent av IT-bedriftene svarer at de har omsetning fra produkter nye for markedet. Ser vi på innovasjonsgraden i Nord-Norge i forhold til næringene nasjonalt, er det imidlertid reiselivsnæringen som utmerker seg. Til tross for at reiselivsbedriftene ikke driver med forskning, er de relativt innovative – og langt mer innovative i den nordligste landsdelen enn i resten av landet. En viktig kilde til innovasjon, spesielt blant opplevelsesbedriftene, er de to Arena-prosjektene i Nord-Norge; «Arena innovative opplevelser» og «Arena vinteropplevelser».

Tabell 1: Oversikt over næringenes innovasjonsgrad og FoU-intensitet. Kilde: SSB og Menon Business Economics

	Innovasjonsgrad	
	Nord-Norge	Norge
IT	63 %	56 %
Tele og media	35 %	35 %
Handel	33 %	28 %
Prosessindustri	27 %	34 %
Finans	25 %	24 %
Offshore	24 %	38 %
Fornybar	24 %	30 %
Sjømat	23 %	31 %
Reiseliv	19 %	9 %
Maritim	18 %	31 %
Kunnskapstjenester	18 %	42 %
Bygg og anlegg	15 %	21 %
Helse	0 %	49 %

Den andre underindikatoren vi har tatt i bruk er andelen av næringens samlede inntekter som investeres i FoU. På oversikten nedenfor ser man at det er teknologisk orienterte og kunnskapsintensive næringer som kunnskapstjenester og IT som er de mest FoU-intensive i landsdelen. Disse næringene bruker omtrent 11 og 8 prosent av inntektene sine på FoU. Næringer som bygg og anlegg, reiseliv³ og handel er svært lite FoU-tunge. Ser vi på FoU-intensiteten i forhold til næringene nasjonalt, er det sjømatnæringen som utmerker seg. I nord bruker de omtrent 2 prosent av omsetningen sin til FoU-aktiviteter. Dette er nesten tre ganger så mye som i resten av landet. Dette understreker sjømatnæringens sterke posisjon i Nord-Norge.

Figur 10. FOU-intensitet - hvor stor andel av næringens samlede inntekter investeres i FOU? Kilde: SSB



Sett under ett har Nord-Norge en liten del av FoU-utgiftene i Norge.⁴ En gjennomgang fra Forskningsrådet viser at regionen stod bak 6,2 prosent av Norges FoU-utgifter i 2009, noe som er langt mindre enn det folketallet skulle tilsi. Mens næringslivet på landsbasis sto bak 45 % av FoU-utgiftene, var denne andelen for Nord-Norge kun 23 %. Offentlige aktører er dermed klart viktigst for den FoU-virksomheten som foregår i Nord-Norge. Ser en på fylkesfordelingen var FoU-utgiftene per innbygger lavest i Finnmark og Nordland med henholdsvis 1 700 og 2 200 kroner. Det er langt lavere enn landsgjennomsnittet på 9 200 kroner i FoU-utgifter per innbygger. Troms på den andre siden ligger godt over gjennomsnittet med 13 800 kroner i FoU-utgifter per innbygger. Troms fylke er også hjem til to sentre for fremragende forskning (SFF) og to sentre for forskningsdrevet innovasjon (SFI). Totalt finnes det kun 42 slike sentre i Norge.

³ I SSBs FoU- og innovasjonsundersøker er ikke hotell og restaurant inkludert. Det er derfor kun transport- og opplevelsesdelen av reiseliv som er inkludert i datagrunnlaget.

⁴ Kilde:

<http://www.forskningsradet.no/servlet/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition%3A&blobheadervalue1=+attachment%3B+filename%3D%222012Kapittel4endelig.pdf%22&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1274497136567&ssbinary=true>

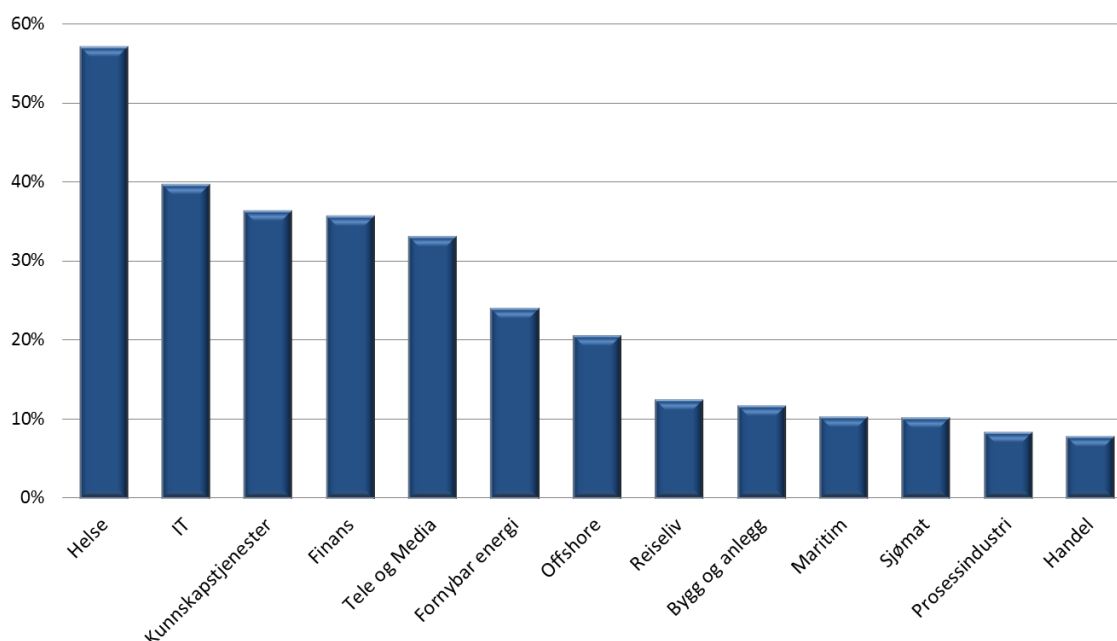
2.7. Kunnskap og produktivitet

De kapitalintensive næringene har høyest arbeidsproduktivitet i Nord-Norge. Finans og fornybar energi skaper størst verdier per ansatt, og den høyeste lønnsevnene finner vi i bedriftene som lever av sjøen.

For å være konkurransedyktig må man ha høy produktivitet. For å ha høy produktivitet må man ha kompetent arbeidskraft. For å tiltrekke kunnskapsarbeidere må du kunne tilby utfordrende arbeidsoppgaver og konkurransedyktig lønn. Vi har derfor satt kunnskap og produktivitet sammen i en indikator. Vi måler dette ved å se på andel ansatte med høyere utdanning, verdiskaping per ansatt og lønn per ansatt.

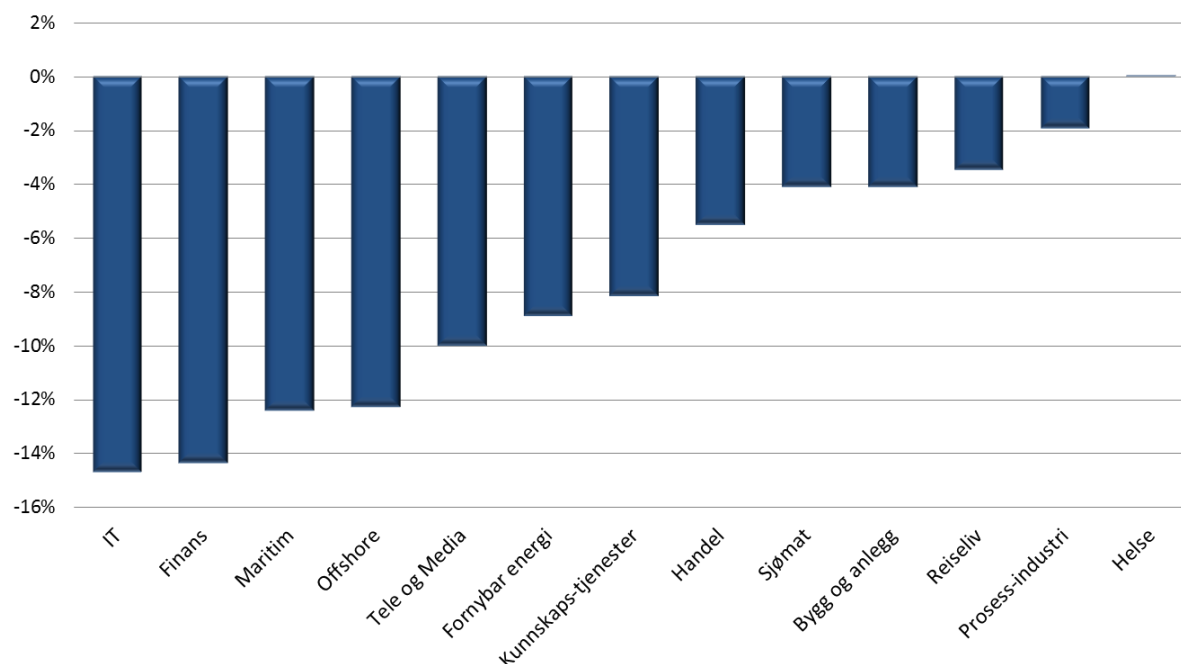
Utdannelse først: Det er store forskjeller mellom næringene med hensyn til de ansattes utdanningsnivå. Mens helse ligger på en klar førsteplass med over 55 prosent av de ansatte som innehar enten en bachelor-, master- eller doktorgrad, er tilsvarende tall for hele 6 av næringene under 15 prosent. I næringer som sjømat og maritim har bare 10 prosent av de ansatte høyere utdanning.

Figur 11: Andel av ansatte med høyere utdanning i 13 næringer. Kilde: SSB/EKNN



Selv om næringene i nord varierer kraftig i utdanningsintensitet, har de til felles at utdanningsnivået er lavere enn i tilsvarende næringer nasjonalt. Som figuren nedenfor viser har samtlige næringer med unntak av helse, lavere utdanningsnivå enn næringene har nasjonalt. Aller størst er differansen i IT og finans, to næringer med høyt utdanningsnivå også i nord, men hvor om lag 15 prosent flere av de ansatte har høyere utdanning i resten av landet.

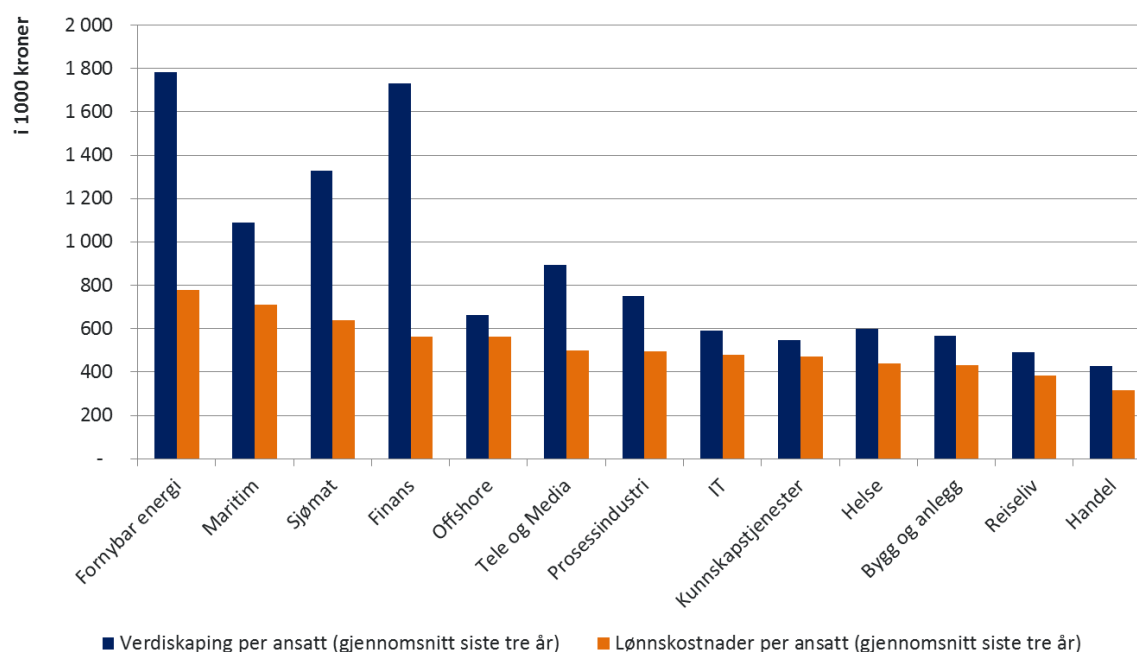
Figur 12: Differanse i prosentpoeng mellom 13 næringer i Nord-Norge og nasjonalt mht hvor stor andel av de ansatte som har høyere utdanning. Kilde: SSB/EKNN



Verdiskaping og lønn per ansatt

Finans, fornybar energi og sjømat er de næringene som har høyest verdiskaping per sysselsatt i nord, med henholdsvis 1,8 millioner kroner for finans og fornybar energi og i 1,4 millioner kroner for sjømat. Dette er kapitalintensive næringer som må ha høyere verdiskaping per sysselsatt for å dekke bedriftens kapitalkostnader. Lønnskostnader per ansatt er et annet mål på arbeidsproduktivitet. Det representerer et minimumsnivå for de ansattes gjennomsnittlige bidrag til bedriftenes verdiskaping. Også her ligger finans og sjømat høyt, med rundt 730 000 kroner i lønnskostnader per sysselsatt i sjømatnæringen og 630 000 kroner i finansnæringen. Rangeringen toppes av ansatte i fornybar energi og maritim som begge har over 800 000 kroner i lønnskostnader per ansatt. Det er nesten det dobbelte av snittet for de ansatte i privat næringsliv i regionen. Lønnsveksten har også vært sterkest i de sjøbaserte næringene. Mens lønnsveksten har vært på 5,5 prosent per år i perioden 2004 til 2011 i næringslivet Nord-Norge totalt, har veksten i de to sjøbaserte næringene vært nesten dobbelt så høy.

Figur 13: Produktivitet i næringene målt ved verdiskaping per sysselsatt og lønnskostnader per sysselsatt. Kilde: Menon Business Economics 2013



Sjømat og maritim er dermed næringer der kunnskapsintensiteten målt ved utdanning er lav, men disse næringene har likevel høy lønn per ansatt. Et interessant spørsmål er om det er mulig å utvikle næringene i en mer kunnskapsintensiv retning når man får høy lønn uten utdanning. Uten en slik utvikling kan det være vanskelig for næringene å opprettholde sin styrke i fremtiden.

2.8. Oppsummering: Landsdelens sterkeste næringer

Generelt er det de ressursbaserte næringene som dominerer i nord, mens de rene kunnskapsnæringene er mindre og svakere. Sjømat og fornybar energi, samt den offshorerettede delen av maritim er de tre næringene som utmerker seg spesielt positivt i indikatorsettet. Sjømatnæringen havner på en klar førsteplass og scorer best både på størrelse, vekst og internasjonal konkurranseevne. Sjømat skårer også høyt på regional kontroll, innovasjon og produktivitet. Maritim er nest sterkest, med høy vekst, internasjonal konkurranseevne og regional kontroll. Det er offshore delen av maritim næring som har størst potensial. Dette forsterkes av at offshore næringen selv har høy vekst og internasjonal konkurranseevne. Fornybar energi er kunnskapsintensiv og produktiv. Også denne næringen er i hovedsak kontrollert fra landsdelen.

Sjø og kapital er fellesnevnerne

Ressursbaserte næringer som sjømat, prosessindustri og energi står sterkt i nord. I tillegg lever maritim og offshore av petroleumsaktiviteter i nordområdene, med andre av naturressurser i regionen. Dette er ikke noe nytt, men denne typen næringer har også vokst mest de siste årene. De ressursbaserte næringene har to ting til felles – i tillegg til avhengigheten av naturressurser: Aktivitetene er knyttet til sjø, og de krever store kapitalinvesteringer. Vekstutsiktene er gode, så investeringsvolumene kommer til å bli betydelige i årene

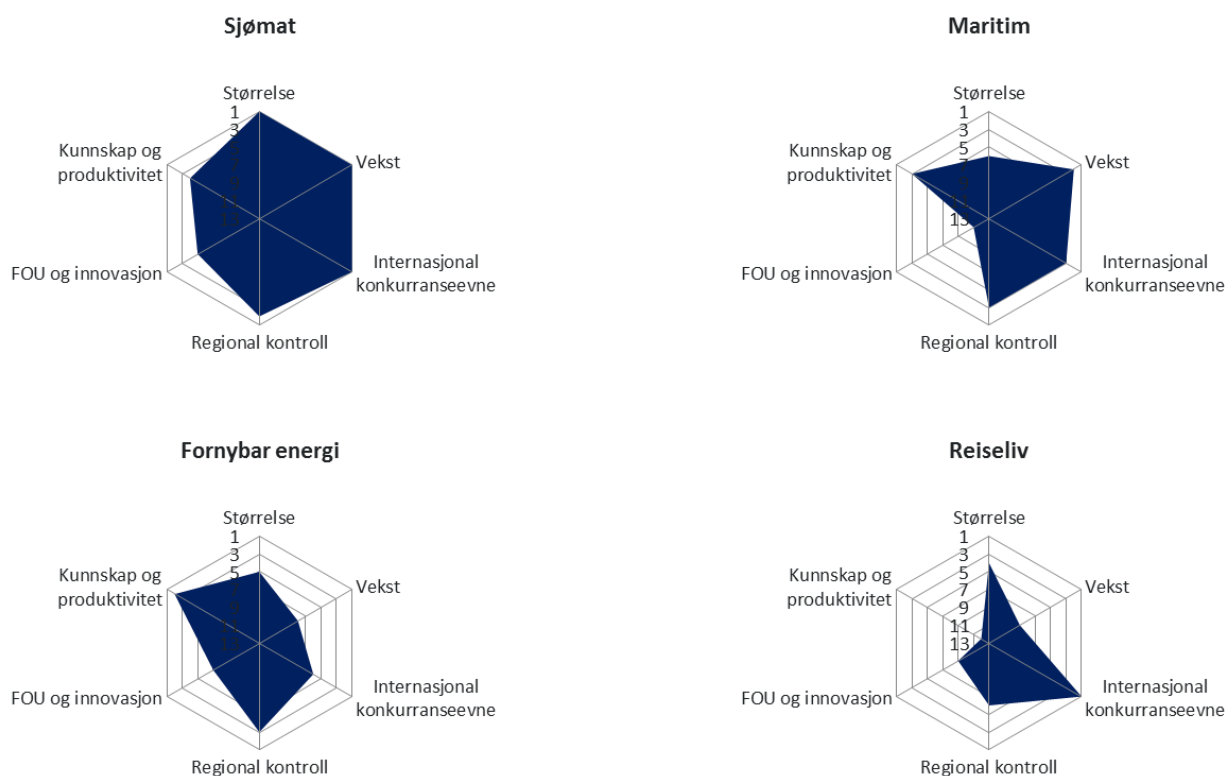
fremover. Dette vil også komme andre næringer til gode. Særlig vil landsdelens største næring, bygg og anlegg, oppleve stor vekst. Regional kontroll, i form av hovedkontorer og kompetent eierskap, vil være avgjørende for å lykkes med å skape varig vekst og velstand i landsdelen.

De fem fremtidsnæringene

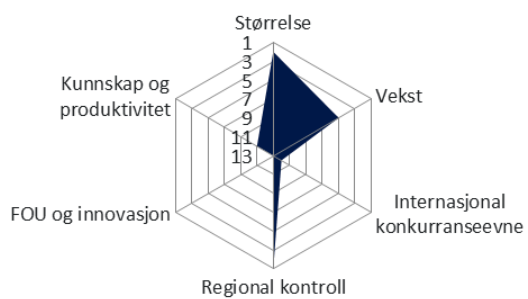
De tre ressursbaserte næringene – Sjømat, Maritim offshore og Fornybar energi – peker seg ut som fremtidsnæringer. Reiseliv er også ressursbasert. Det er natur og naturfenomener som er næringens styrke. I likhet med de andre ressursbaserte næringene er den internasjonale konkurranseevnen høy og den er blant landsdelens største næringer. Reiseliv skiller seg imidlertid fra de andre sterke næringene på noen områder; den er fragmentert, lite kunnskapsintensiv og lite produktiv. Derfor når den bare sjettede plass på den totale rangeringen. Vi har likevel inkludert den blant de fem utvalgte fremtidsnæringene. Årsaken er ganske enkelt at reiseliv i nord har et stort potensial som kan realiseres gjennom en kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet satsing. Den femte næringen vi har inkludert er bygg og anlegg. Den er landsdelens største målt i absolutte tall og er kjennetegnet ved høy regional kontroll. På de andre indikatorene, spesielt FoU/innovasjon og internasjonal konkurranseevne, skårer bygg og anlegg lavt. Den er likevel inkludert blant fremtidsnæringene, fordi høy vekst i de fire andre fremtidsnæringene, samt olje/gass, metaller/mineraler og prosessindustri, vil skape store behov for bygg- og anleggsinvesteringer. Vi føler oss derfor ganske trygge på at bygg og anlegg er en næring som kommer til å vokse i Nord-Norge i årene som kommer.

I figurene nedenfor illustreres næringenes indikatorprofil med næringens rangering på hver av indikatorene fra nummer 1 ytterst til 13 innerst. Figurene viser tydelig sjømatnæringens jevne styrke på alle seks indikatorene, mens reiseliv og bygg og anlegg varierer langt mer.

Figur 14: Indikatorprofilen til de fem utvalgte næringene



Bygg og anlegg



I de fem følgende kapitler analyseres hver av de utvalgte næringene.

3. Sjømatnæringen

Fiskeri og oppdrettsnæringen har opplevd en årlig vekst i verdiskaping på hele 17 prosent siden 2004. Veksten er drevet av økning i råvarepriser, økt produksjonskapasitet og mer landing av fisk i Nord-Norge. Fortsatt global befolkningsvekst og økonomisk vekst blant fremvoksende økonomier tilsier at veksten skal fortsette. Fiskeprisene svinger imidlertid sterkt, og næringen er sterkt syklisk. I perioder vil flere bedrifter oppleve negativt driftsresultat. Det sterke sykliske preget kan tvinge frem en restrukturering av næringen, med konsentrasjon mot færre og større bedrifter. En slik restrukturering fordrer imidlertid en endring i politiske rammevilkår.

Selv om næringen som helhet trolig vil oppleve vekst, vil det variere sterkt mellom ulike segmenter. Grunnet høyt lønnsnivå venter vi fortsatt nedgang i tradisjonell fiskeindustri. Oppdrett og fiskeri vil trolig oppleve vekst. Det er også grunn til å vente vekst innen mer nisjeorienterte næringer som biomarin produksjon og oppdrett av nye arter, men usikkerheten er her betydelig større.

3.1. Sjømatnæringen har opplevd sterk vekst de senere år

Sjømat er en av de største og raskest voksende næringene i Nord-Norge. Næringen har en samlet verdiskaping på nesten 8 milliarder kroner – en økning på 120 prosent siden 2004. Veksten skyldes i stor grad økt produksjon av oppdrettsfisk og høyere priser på fisk. Oppdrettsnæringen har hatt en årlig vekst på 21 prosent siden 2004. Hav- og kystfiske har hatt en økning på 22 prosent, mens fiskeindustriens årlige vekst har vært på 9 prosent. De regnskapspliktige bedriftene i sjømatnæringen hadde nær 7 000 sysselsatte i Nord-Norge i 2011. I tillegg kommer nær 6 000 fiskere som arbeider i enkeltmannsforetak.

Tabell 3: Sjømatnæringen i Nord-Norge, 2011. Kilde: Menon Business Economics.

	Verdiskaping (mrd. kr)	Sysselsetting	Årlig verdiskapingsvekst (2004-2011)
Hav- og kystfiske	3,6	238	20 %
Fiskeindustri	2,0	3 549	10 %
Fiskeoppdrett	4,0	2 847	24 %
Totalt	9,7	6 634	17 %

3.2. Næringens ressurs- og kompetansegrunnlag

Nord-Norge har mye kunnskap, ledige konsesjoner, mindre sykdom og tilgjengelig areal

Nord-Norge har, i motsetning til andre deler av landet, store tilgjengelige arealer for nye oppdrettsanlegg. Dette er også den eneste regionen med ledige konsesjoner for lakseoppdrett, og næringen er mindre plaget av lakselus enn resten av landet. På fiskerisiden ser vi at varmere hav bidrar til at flere arter beveger seg nordover.

Nord-Norge opplever derfor økt fiskeri og landing av en rekke fiskesorter. Lovforslag fra Fiskeri- og kystdepartementet kan bidra til at landingen i større grad skal skje nær ressursene, hvilket vil øke omfanget av leveranser til Nord-Norge.

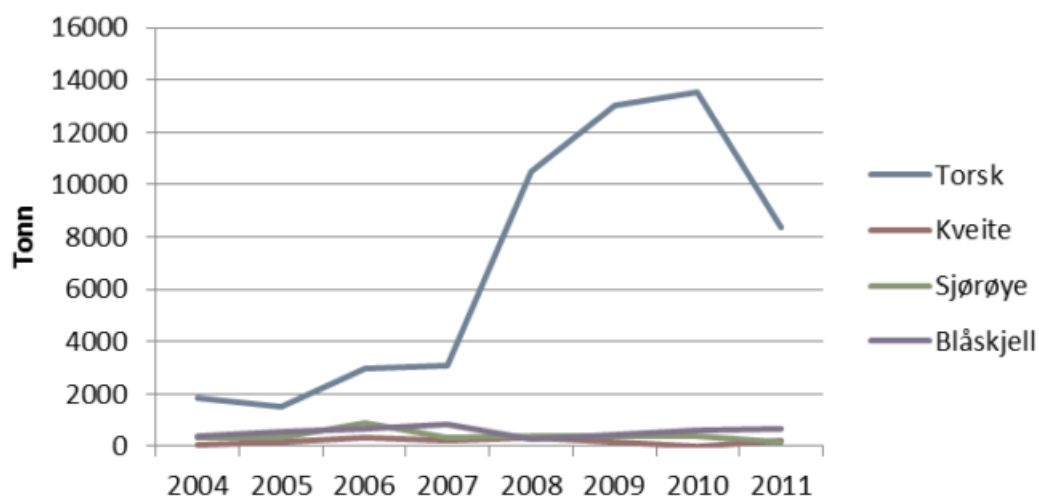
Veksten i Nord-Norge kan understøttes av viktige kunnskapsmiljøer. Regionen har ledende nasjonal fiskerikompetanse gjennom NCE Aquaculture og Fiskerihøyskolen i Tromsø (UIT). Fagmiljøene har spesialkompetanse på en rekke felt, men fremheves ofte som ledende innen forskning på oppdrett av nye arter. Vellykket kommersialisering av ny teknologi kan styrke veksten i Nord-Norge ytterligere.

Nye arter og helserettet produksjon kan oppleve betydelig vekst, men usikkerheten er stor

I perioden 2006 til 2009 var markedet innen oppdrett av nye arter preget av sterk optimisme. Både forskningsmiljøer og flere ledende aktører i markedet ventet av torskeoppdrett ville oppleve tilsvarende vekst som oppdrett av laks. Store utfordringer knyttet til teknologi i kombinasjon med fall i prisen på torsk bidro imidlertid til produksjonen falt sterkt som følge av en rekke konkurser og nedlegginger.

I figuren nedenfor viser vi totalt salg av oppdrettet torsk, kveite, sjørøye og blåskjell i Nord-Norge i perioden 2006 til 2011

Figur 15: Salg av oppdrettet torsk, kveite, sjørøye og blåskjell i Nord-Norge i perioden 2006-2011

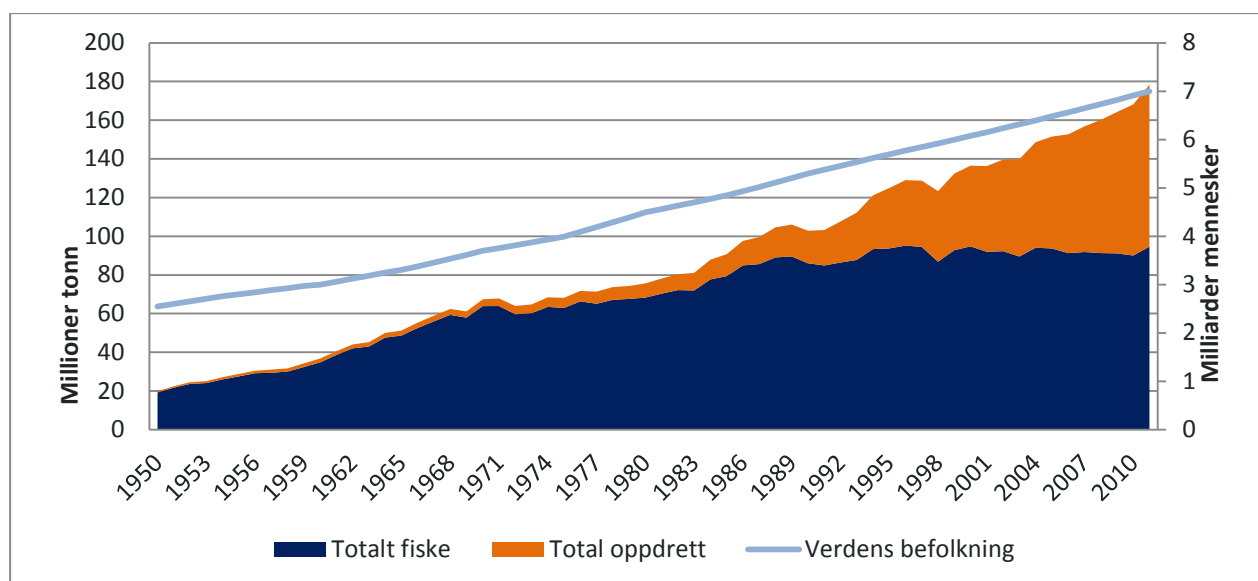


Som det går frem av figuren er produksjonen av torsk sterkt redusert siden 2010, en reduksjon som har fortsatt i 2012. Samtidig er produksjonen av kveite, sjørøye og blåskjell marginal i forhold til produksjon av laks. Mens Nord-Norge hadde en samlet produksjon av laks på om lag 450 000 tonn i 2011, utgjør oppdrett av andre arter til sammen om lag 10 000 tonn, altså om lag 2 prosent. Teknologeutvikling og vekst i etterspørsel kan imidlertid endre dette, slik vi har sett i markedet for oppdrettslaks. Usikkerheten, men også potensial for vekst, anses derfor for å være stort.

3.3. Viktige drivkrefter trekker i retning av fortsatt sterk vekst

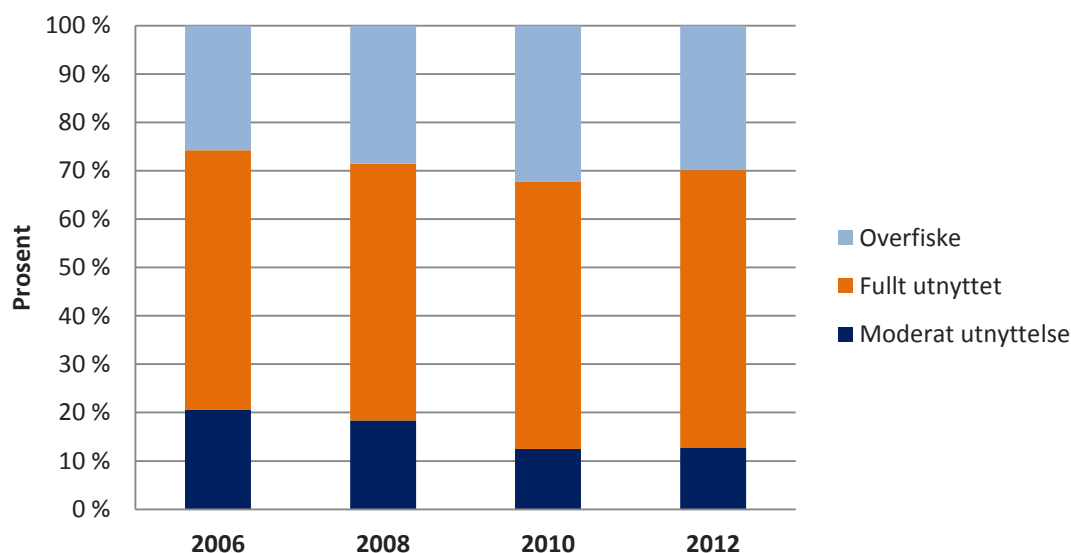
Siden 1950 har verdens befolkning økt fra om lag 2 milliarder til 7 milliarder mennesker. Frem mot 2050 er det ventet av Jordas befolkning vil telle om lag 9 milliarder. Jo flere mennesker vi blir, desto mer mat trenger vi. I figuren nedenfor har vi sammenstilt befolkningsvekst i perioden 1950 med total fangst og oppdrett i verden.

Figur 16: Befolkningsvekst i Verden 1950-2011 (kilde: UNFPA) og totalt fiske og oppdrett i samme periode (kilde: FAO)



Som det går frem av figuren er det nærmest lineær sammenheng mellom befolkningsvekst og veksten i tilbudet av fanget og produsert fisk. Samtidig ser vi at veksten i fiske har stoppet opp siden slutten av 80-tallet, og det i særlig grad er oppdrett som driver total produksjon. Dette har sammenheng med at verdens fiskeriressurser i økende grad blir overfisket. Dette går klart frem av Verdens matvareorganisasjons (FAO) oversikt over beskatning av verdens fiskeriressurser gjengitt i figuren nedenfor.

Figur 17: Andel av verdens fiskeribestander som enten er overutnyttet, fullt utnyttet eller moderat utnyttet. Kilde: UNFAO: State of World Fisheries 2012



Som det går frem av figuren er summen av fullt utnyttede og overfiskede bestander gått opp fra om lag 77 prosent til nær 90 prosent i perioden 2006 til 2012. Overbeskatning vil på lang sikt redusere omfanget av fangst. Et realistisk scenario er derfor en reduksjon i landet fisk på global basis, tilsvarende den trend vi har sett i USA og Europa, som over en lengre periode hadde overfiske. Isolert sett vil en slik reduksjon i tilbudet bidra til å øke prisen på fisk. Selv om verdensmarkedet for fisk består av mange snarere enn ett felles marked, vil den

isolerte effekten av redusert mengde landet fisk bedre lønnsomheten i fiskeri i de områder som har stabil råstofftilgang og øke markedet for oppdrett.

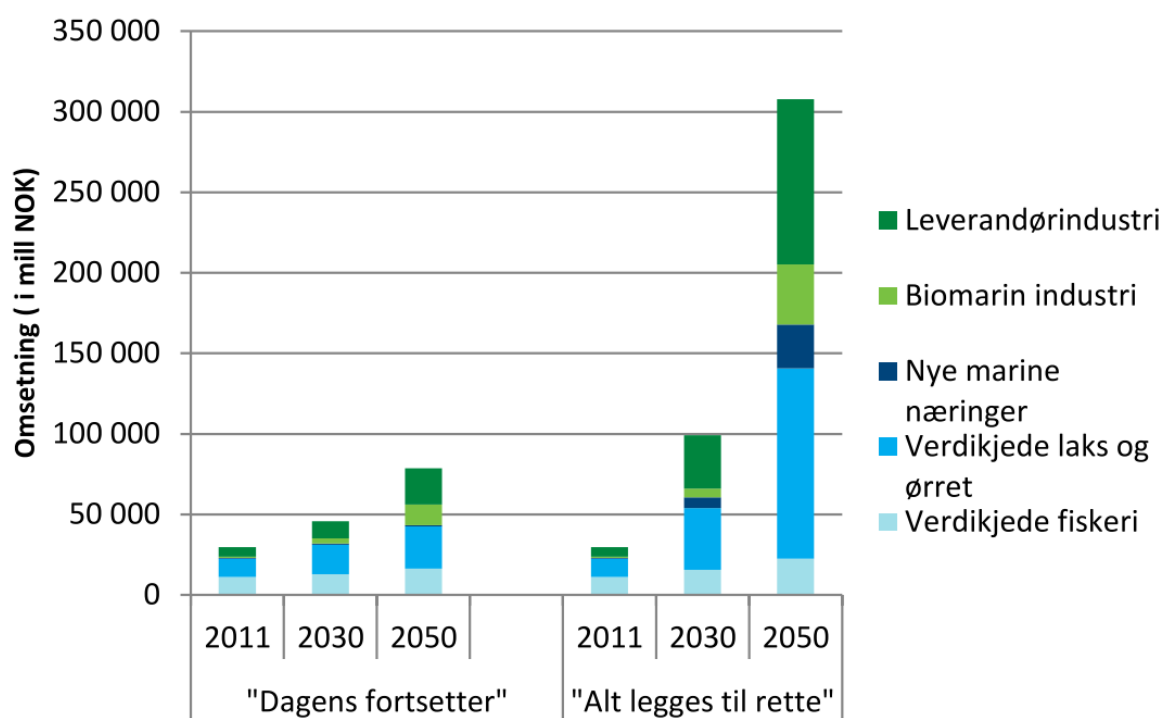
3.4. God pris på fiske og økt volum har skapt vekst i sjømatnæringen i nord

Befolkningsvekst og økonomisk vekst, særlig i fremvoksende økonomier som Brasil, Russland og Indonesia, er blant de viktigste forklaringene bak den sterke veksten i verdiskaping vi har sett i Nord-Norge de senere år. En annen viktig forklaring er spesialisering av produksjonen mot mer betalingsvillige markeder, hvor «Salma-laks» og «Aurora Salamon» er gode eksempler.

Også i årene fremover er det ventet sterk befolkningsvekst og økonomisk vekst i fremvoksende økonomier. Verdensbanken og IMF venter en at hele 60 prosent av global økonomisk vekst vil komme i fremvoksende økonomier som Mexico, Brasil, Russland, India, Indonesia og Kina. Selv om flere av disse landene har en ujevn fordeling av inntektene (målt som høy Gini-koeffisient), har de likevel en betydelig vekst i middelklassen. Det er grunn til å vente at de vil spise mer fisk, også fra Norge.

De viktigste driverne for veksten i sjømatnæringen i Nord-Norge de senere år, er ventet å fortsette i de kommende år. Det er følgelig grunn til å vente at veksten i fortsette. Sintef har utarbeidet egne prognoser for vekst i sjømatnæringen i Nord-Norge (Sintef 2012). I sine prognoser har de laget to scenarier, et «base case» hvor veksten fortsetter som nå, og et case hvor alt legges til rette for vekst. Deres prognoser er gjengitt i figuren nedenfor.

Figur 18: Prognoser for vekst i sjømatnæringen. Kilde: Sintef (2013)

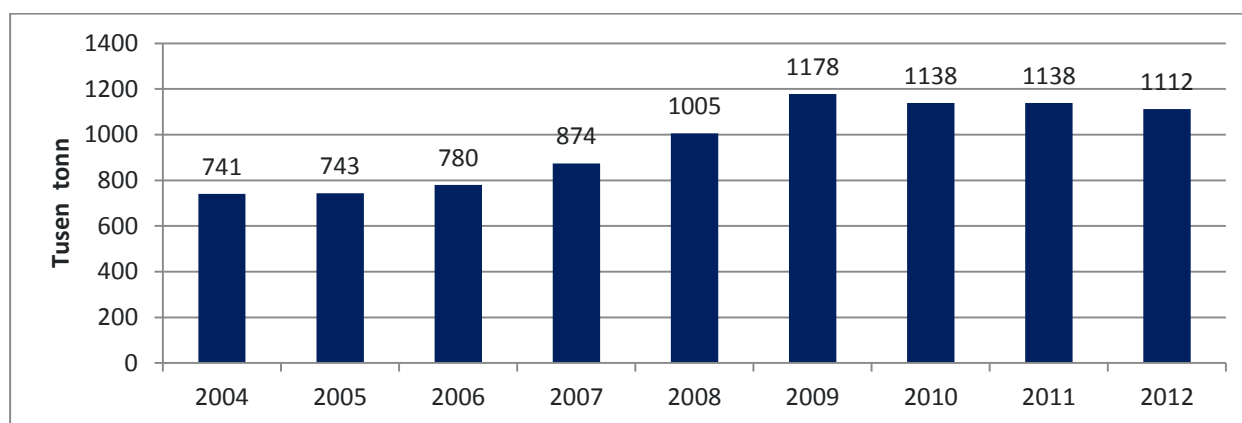


Som det går frem av figuren venter Sintef at man selv med dagens regime vil ha en vekst i omsetning fra om lag 30 til nær 50 milliarder 2011-kroner frem mot 2030. Sintef ser for seg en betydelig sterkere vekst, dersom «alt

legges til rette», blant annet gjennom satsning på nye marine næringer, biomarin industri og øking av antall konsesjoner. Vår vurdering er at Sintefs prognoser i «alt legges til rette»-scenariet er urealistisk optimistiske. For det første skal etterspørselsveksten være svært høy for å klare å absorbere den høye tilbudsveksten uten at prisene faller under produksjonskostnader. For det andre vil en slik vekst kreve enorm tilgang på relevant arbeidskraft. Selv med fem millioner kroner i omsetning per ansatt, vil næringen trenge 60 000 ansatte i Nord-Norge i 2050.

Sterk vekst i internasjonale markeder kan ikke alene forklare en sterk vekst i Nord-Norge fremover. Flere naturgitte forhold trekker i retning av at veksten i Nord-Norge vil bli sterkere enn veksten ellers i landet. Dette har delvis sammenheng med at Nord-Norge har store arealer som er mulig å anvende til oppdrett, og dels at økt havtemperatur bidrar til at fiskeressursene trekker nordover. En god illustrasjon på dette vises i figuren nedenfor, som viser landing av fisk i Nord-Norge siden 2007.

Figur 19: Landing av fisk i Nord-Norge. Kilde: Havforskningsinstituttet



Som det går frem av figuren har omfanget av landet fisk i Nord-Norge økt fra om lag 740 tusen tonn til i overkant av 1,1 millioner tonn i perioden 2004 til 2012. Det tilsvarer en vekst 50 prosent i perioden. Økningen i landet fisk i Nord-Norge kan dels ses som et resultat av at fisken som følge av varmere hav trekker nordover. Vel så viktig er imidlertid at Norge har et bærekraftig forvaltningsregime som tillater vekst i bestandene.

Ifølge Havforskningsinstituttet er det grunn til å vente at klimaendringer vil føre til at tilgangen på råstoff øker i tiden fremover som følge av temperaturstigning i havet. Havforskningsinstituttet venter at totalproduksjonen vil kunne øke som følge av økt temperatur i Norskehavet, Barentshavet og Polhavet, mens det er mer usikkert om totalproduksjonen vil øke i Nordsjøen. Dersom dette blir en realitet, vil effekten av en temperaturøkning kunne være positiv for de kommersielle fiskeartene som Norge utnytter. Det hefter imidlertid betydelig usikkerhet rundt konklusjonene, spesielt i et perspektiv fram mot 2050 og 2100. Blant annet er det det behov for mer kunnskap om hva slags endringer i sjøtemperaturen og issmelting i Arktis vil ha på organismer som danner grunnlaget for de kommersielle fiskebestandene.

Med økt sjøtemperatur langs norskekysten vil optimale områder for produksjon av laks i utgangspunktet bli flyttet nordover. Ledige arealer som til nå har vært mindre attraktive som følge av lavere temperatur, kan altså bli mer attraktive som følge av økt temperatur.

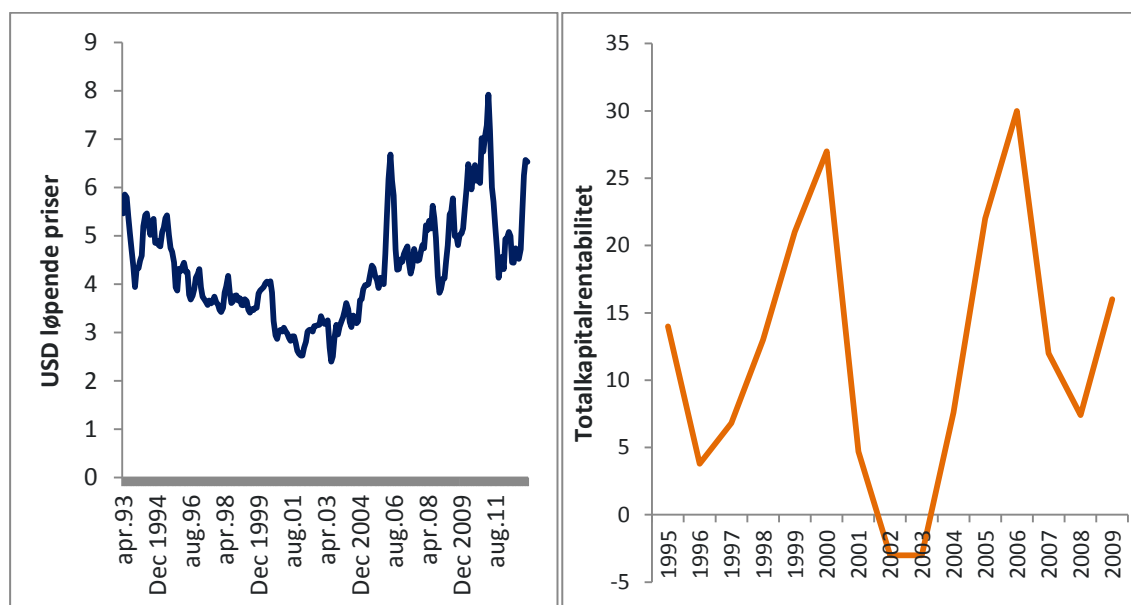
3.5. Flere farer truer fremtidig lønnsomhet og vekst

Flere farer truer fremtidig vekst. Særlig fremtredende er det sterke sykliske preget i næringen, faren for økt konkurranse gjennom nye produksjonsmetoder og høye lønns- og produksjonskostnader i Norge.

Prisen på fisk svinger syklisk, og det gjør lønnsomheten i næringen også

Som vist i delkapitlene ovenfor er det grunn til å vente sterk vekst i fiskeri- og oppdrettsnæringen fremover. Det er imidlertid ingen grunn til å tro at veksten blir lineær. Fiskeri- og oppdrettsnæringen er preget av store variasjoner i lønnsomhet, drevet av sterke svingninger i prisen på fisk. Det sterke sykliske preget kan forklares med lave inngangsbarrierer og et lite koordinert marked. I perioder med høy pris på fisk, øker derfor eksisterende aktører produksjonen, samtidig som det kommer nye til. Dette bidrar til overproduksjon og tilhørende prisfall. En illustrasjon på dette gis i figurene nedenfor, hvor vi viser utvikling i verdensmarkedsprisen på laks og totalkapitalrentabilitet i oppdrettsnæringen:

Figur 20: Verdensmarkedsprisen på fisk (kilde FAO) og totalkapitalrentabilitet i oppdrett i perioden 1993-2010. Kilde: Menon



Som det går frem av figurene er det sterk variasjon i prisene på laks. Vi ser tilsvarende variasjoner også i andre fiskearter, herunder torsk. Den sterke prisvariasjonen bidrar til svært sterke svingninger i næringens lønnsomhet, her målt som totalkapitalrentabilitet, det vil si avkastningen på den totale kapitalen bedriftene besitter. Sterkere variasjon i totalkapitalrentabilitet enn pris skyldes at oppdrettere og fiskere også i perioder med lave priser har betydelige faste kostnader som må dekkes. Den sterke variasjonen i pris og totalkapitalrentabilitet har kommet til tross for sterk etterspørselsvekst i perioden.

På grunn av strukturelle forhold ved markedet er det grunn til å anta at vi også fremover vil ha betydelige sykliske svingninger. Fordi større selskaper oftere har større mulighet for å hente inn kapital i tider med svakere lønnsomhet, antar vi at den restrukturering vi har sett i markedet de senere år vil fortsette. Vi tror derfor at større selskapene i noen grad vil vokse på bekostning av de mindre. En slik restrukturering vil imidlertid kreve at en oppmykning av myndighetens reguleringer av eierforholdene, som hindrer større eierkonsentrasjon enn det vi i dag ser. Samtidig bidrar lave inngangsbarrierer til at vi også vil få tilvekst av nye bedrifter. Ettersom

oppstartsbedrifter ofte har en mindre kapitalbase å trekke på, vil disse, i likhet med flere av de mindre etablerte aktørene, trolig møte likviditetsutfordringer i perioder der prisen på fisk er lavere.

Norsk konkurransefortrinn med store arealer kan utfordres av ny produksjonsteknologi

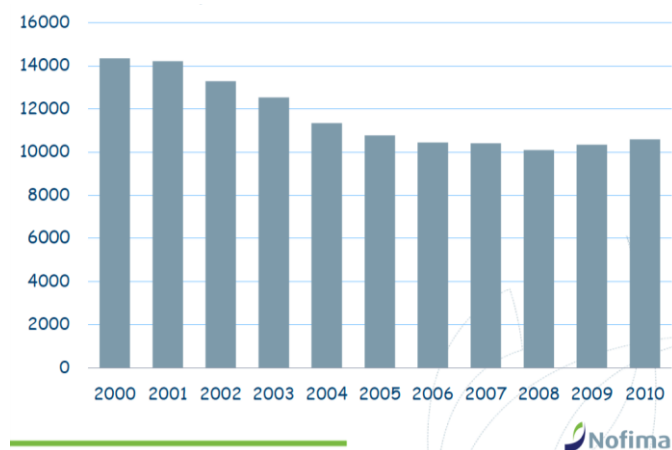
I flere land flyttes oppdrettsanleggene til tanker på land. Slik produksjon er i gjennomsnitt noe mer kostbar, men har sine klare styrker ved at den eliminerer faren for rømming og forurensning av sjøbunn. Løsningen har derfor sterke støttespillere innen vitenskapelige miljøer og blant miljøorganisasjoner.

Flytting av produksjonen til tanker bidrar i å utvide de geografiske områder, hvor det kan oppdrettes laks. På grunn av vanntemperatur og strømninger har denne produksjonen til nå i hovedsak funnet sted i Norge, Chile, Skottland, USA og Canada. Flytting av produksjonen på land kan øke omfanget av produksjon. Om produksjonen øker, kan prisene falle og lønnsomheten følgelig gå ned. Om produksjonen i tillegg legges nær store markeder, kan slik produksjon også få et fortrinn ved lavere transportkostnader, særlig for fersk fisk. Dette kan true lønnsomhet og fremtidig vekst for norsk og nordnorsk lakseoppdrett.

Fiskeforedling trues av høye lønns- og produksjonskostnader

Norge har høye lønnskostnader sammenlignet med andre land, særlig på mindre spesialisert kompetanse. Norsk industri har derfor sett seg tjent med å flytte de deler av produksjonen som ikke er spesialisert til lavkostland, samtidig som de beholder den mer spesialiserte produksjonen i Norge. Dette har også skjedd i fiskeindustrien, og da særlig bearbeiding av hvit fisk. Omfang av tradisjonelle fiskeforedlingsbedrifter og sysselsetting i disse har derfor falt sterkt de senere år. Figuren nedenfor viser sysselsetting i fiskeindustri siden 2000:

Figur 21: Antall sysselsatte i landbasert fiskeindustri i Norge totalt (kilde Dreyer 2012)



Med fortsatt stigende lønnskostnader i Norge, er det grunn til å anta at denne trenden vil fortsette, selv om noe av reduksjonen kompenseres gjennom satsning på mer maskinell produksjon. Mer satsning på maskinell produksjon fordrer imidlertid politisk aksept for færre og større enheter. Til nå har det syntes vanskelig å få denne aksepten.

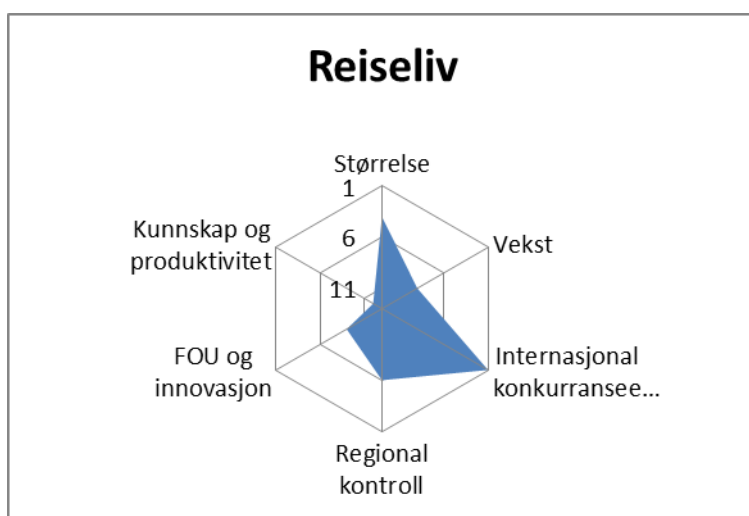
Fallet i aktivitet og sysselsetting vil dempes gjennom økt aktivitet i de deler av industrien som er spesialisert mot oppdrett. Uansett er det altså grunn til å vente en restrukturering av fiskeindustrien med økt dreining mot oppdrett og mulig økt satsning på maskinell produksjon.

4. Reiseliv

4.1. Innledning

Reiselivsnæringen er definert som en av de fire næringene som har et spesielt potensial for vekst i årene framover. Det er særlig på indikatoren internasjonal konkurranseevne at reiseliv scorer høyt. Indikatoren er basert på følgende underindikatorer; eksportgrad, internasjonale ambisjoner og utenlandsk eierskap. 21 prosent av reiselivets omsetning er eksport, det vil si utenlandske turister som kommer til Norge, og 25 prosent har internasjonale ambisjoner. Næringen scorer lavest på indikatoren kunnskap og produktivitet. Dette skyldes at næringen preges av en høy andel med lav utdanning, lav verdiskaping per ansatt samt lave lønninger.

Figur 22: Reiselivsnæringens rangering på ulike indikatorer. Kilde: Menon



Norsk reiselivsnæring har krevende tider. Den internasjonale konkurranseevnen er svekket kraftig de siste årene, paradoksalt nok som følge av at Norge er blitt verdens rikeste land. Rikdommen har ført til høyere lønninger enn i landene vi konkurrerer med. Fordi reiseliv er svært arbeidsintensivt, har næringen tapt kostnadmessig konkurranseevne internasjonalt. Samtidig tapes kampen om talentene, fordi lønnsnivået og karrieremulighetene er for dårlige sammenlignet med andre næringer. Sagt på en annen måte er lønnsnivået for høyt i forhold til konkurrentene, men for lavt i forhold til andre næringer. Det høres ut som en Catch22-situasjon, men det finnes løsninger.

Dette kapitlet er strukturert som følger: Vi vil først beskrive markedstrender av relevans for Nord-Norge, deretter vise hvordan nåsituasjonen er i reiselivsnæringen. Videre beskrives reiselivsnæringens utfordringer, og til sist foreslås det løsninger for å overkomme hindringene.

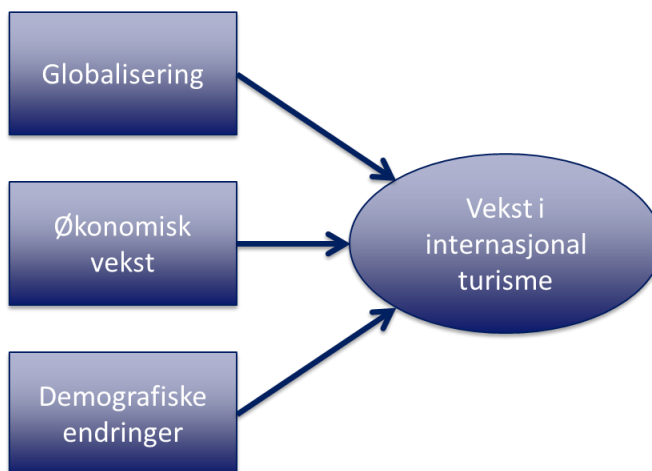
4.2. Vekst i internasjonal turisme

Hvorfor vokser internasjonal turisme?

Markedet for internasjonal turisme er i sterk vekst, og det er tre underliggende drivkrefter som bidrar til dette; globalisering, økonomisk vekst og demografiske endringer.

Globalisering er et uttrykk for en økende grad av samhandling, integrasjon, påvirkning og gjensidig avhengighet mellom folk og stater innenfor ulike områder som økonomi, samfunn og teknologi. All kommunikasjon skjer raskere, enklere og over større avstander. Det fører til at menneskelig samhandling på tvers av landegrensene blir lettere. Globaliseringen øker både flyten av fysiske varer, mennesker og flyten av elektronisk informasjon, deriblant også feriereiser.

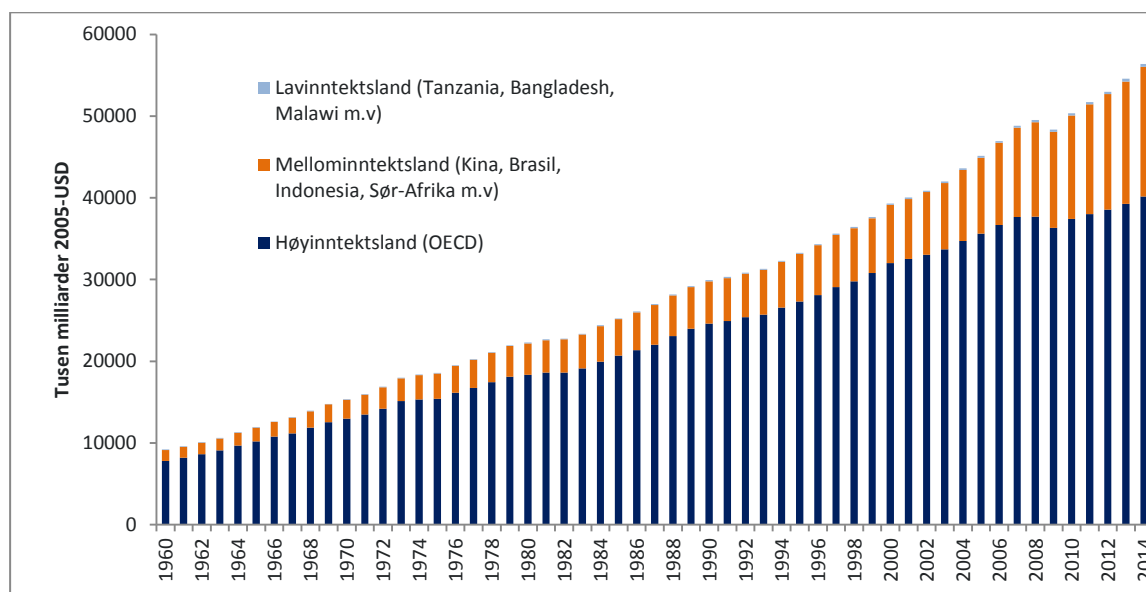
Økonomisk vekst er også avgjørende for turismen. Feriereiser er et av våre mest inntektselastiske goder, hvilket i praksis innebærer at feriereiser er blant de første tingene vi kutter ned på om vi taper inntekt. Samtidig prioriterer vi feriereiser sterkt dersom inntekten går opp. UNWTO har vist at på global basis er forholdet mellom BNP-vekst og vekst i internasjonal turisme 1,3.⁵ Det vil si at om inntektene til et land stiger med en prosent, stiger reisevirksomheten med 1,3 prosent. For en stadig større del av middelklassen rundt i verden regnes det å reise og kunne feriere som en forutsetning for å «leve et godt liv».⁶



Samtidig prioriterer vi feriereiser sterkt dersom inntekten går opp. UNWTO har vist at på global basis er forholdet mellom BNP-vekst og vekst i internasjonal turisme 1,3.⁵ Det vil si at om inntektene til et land stiger med en prosent, stiger reisevirksomheten med 1,3 prosent. For en stadig større del av middelklassen rundt i verden regnes det å reise og kunne feriere som en forutsetning for å «leve et godt liv».⁶

Verdens BNP har i løpende priser blitt mer enn femdoblet i perioden 1960 til 2011. Veksten har vært noe sterkere i mellominntektsland som Kina, India og Brasil enn i OECD-landene, og forskjellen i veksttakt har tiltatt de siste ti år. Dette er illustrert i figuren under.

Figur 23: Verdens BNP fordelt på høyinntektsland, mellominntektsland og lavinntektsland. Kilde: Verdensbanken 2012⁷



⁵United Nations World Tourism Organisation and European Travel Commission . (2009). *The China Outbound Travel Market with a Special Insight into the Image of Europe as a Destination*

⁶ Yeoman (2011)

⁷ World Bank online statistical database. Hentet ut september 2011.

UNWTO har funnet at det er de fremvoksende økonomier i Asia som har hatt den sterkeste veksten i antall flypassasjerer i utenlandstrafikk de siste årene, selv om det er et stykke igjen til de store reisemarkedene Tyskland og USA i absolutte tall. Den sterkeste veksten finner vi i land som Kina, India og Russland. Basert på tidligere utvikling, forventer Verdensbanken jevn vekst også i etterkant av finanskrisen. Ser vi fremover, og utover 2014, er det altså grunn til å anta at den økonomiske veksten vil fortsette, hvilket vil lede til økning i turismen.

Om en legger Verdensbanken og IMF's vekstprognoser til grunn, finner vi at hele seksti prosent av veksten vil komme i fremvoksende økonomier som Mexico, Brasil, Russland, India, Indonesia og Kina (Yeoman, 2012). Selv om flere av disse landene har en ujevn fordeling av inntektene (høy Gini-koeffisient), har de likevel en betydelig vekst i middelklassen. Legger en til grunn at turisme er et sterkt inntektselastisk gode, finner vi at den globale veksten vil bidra til å øke den internasjonale reiselivsomsetningen betydelig i årene som kommer.

Befolkningsvekst: Til tross for lavere fødselsrater vokser befolkningen i OECD-landene. Veksten forklares med økt levealder, samt innvandring fra utviklingslandene. I utviklingslandene er det relativt høy, men dog synkende, fødselsrate. Forventet levealder øker også i utviklingslandene, og sammen fører dette til betydelig befolkningsvekst, samt høyere gjennomsnittsalder i befolkningen.

Om en sammenholder de forventede demografiske utviklingstrendene med de økonomiske, ser vi at fremvoksende økonomier fremstår som det raskest voksende og mest interessante markedet. Selv om flere av disse turistene, blant annet av økonomiske hensyn, vil velge å feriere i sitt kontinent, er det grunn til å vente at også Nord-Europa vil oppleve en betydelig økning i antall besøkende fra disse regionene.

Hvilke markeder vokser?

Som vi var inne på tidligere forventes det at det er fra de såkalte BRIC-landene man forventer den største veksten fremover. Fra de store europeiske utreisemarkedene forventer man moderat vekst fra landene som får økonomien under kontroll, og reduksjon fra markedene med økonomiske problemer. Som tallene fra UNWTO viser (se figur under), er det fra Kina og Russland den klart største veksten i internasjonalt turistforbruk kommer. Russland økte det utenlandske turistforbruket med 42 prosent fra 2011-2012 og Kina økte med 31 prosent. Kina ligger fjernt fra Norge, og kinesiske turister vil først reise i egen region, for deretter å utvide horisonten til Europa, Nord-Europa, Norden og Nord-Norge. Klarer man å tiltrekke en promille av dette enorme markedet, vil det imidlertid gi en kraftig vekst i nordnorsk turisme. Av BRIC-landene er det Russland som ligger nærmest Norge, og tilgjengeligheten er relativt god. Potensialet her er derfor svært stort.

Samtidig er det viktig å holde fokus på volummarkedene, som for det første er nærmarkedet Norge (69 % av alle kommersielle gjestedøgn i Nord-Norge⁸), etterfulgt av Tyskland som sto for 28 % av alle utenlandske overnattinger i 2011. Storbritannia er det volummarkedet som øker mest i Nord-Norge, og regionen har nå 11 prosent av britiske gjestedøgn i Norge, mot kun 5,5 prosent i 2005.

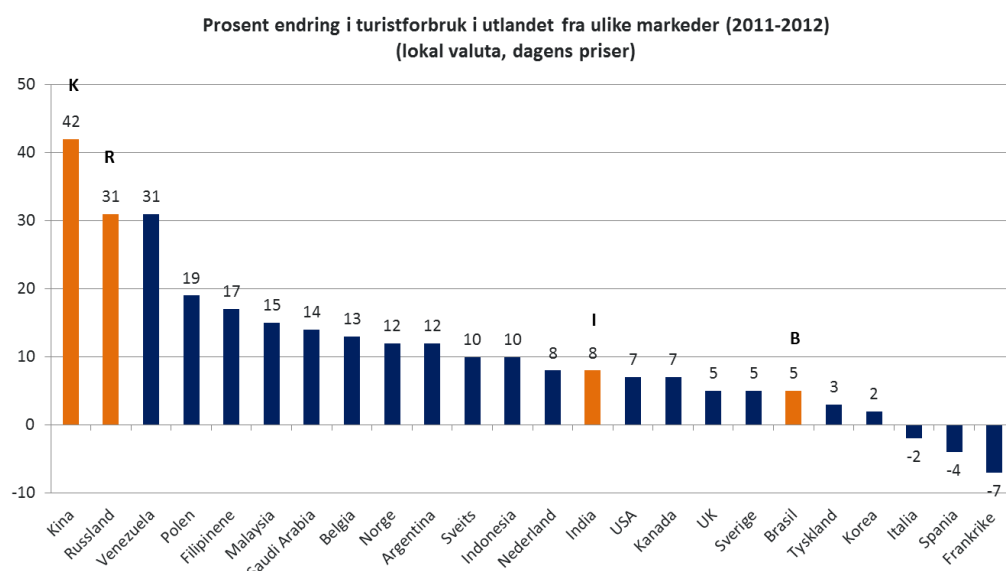
Nordmenn økte sitt utenlandske turistforbruk med 12 prosent fra 2011 til 2012, og reduserte sitt forbruk på ferier innenlands med 11 prosent. Av alle forbruksutgiftene nordmenn har på ferie, brukes hele 69 prosent på utenlandsferie, og denne andelen har økt med 6 prosentpoeng fra 2011 til 2012. Det å tiltrekke nordmenn til Nord-Norge er dermed en stor utfordring.

⁸ SSBs gjestedøgnstatistikk 2012

Tyskland er verdens største utreisemarked, og et svært viktig volummarked for Nord-Norge. Tyskere økte sitt utenlandske ferieforbruk med 3 prosent fra 2011 til 2012 (UNWTO). Nord-Norge har imidlertid ikke klart å ta sin del av dette markedet, da kommersielle overnattinger fra Tyskland sank med 0,5 prosent fra 2011 til 2012 (SSB). Nå kan det hende at de tyskerne som kom til Norge faktisk brukte mer penger enn tidligere turister, da de som kommer til Norge nå sannsynligvis tilhører de øvre inntektslag – det høye prisnivået i Norge tatt i betraktning. Dette kan vi imidlertid ikke si noe om, da det ikke finnes data om turistenes forbruk fordelt på nasjonalitet.

Veksten i utreise fra Storbritannia var på hele 5 prosent fra 2011 til 2012, etter to flate år. Antall kommersielle overnattinger fra Storbritannia stiger kraftig i Nord-Norge, med 41 prosents vekst fra 2011 til 2012. I volum står imidlertid Storbritannia kun for en fjerdedel av antall kommersielle gjestedøgn fra Tyskland, så selv om det er en kraftig vekst er det et stykke igjen til det britiske volumet blir like stort som det tyske i Nord-Norge.

Figur 24: Internasjonale turistankomster, prosent endring fra 2010/2011 til 2011/2012. Kilde: UNWTO



Hvilke kundesegmenter vokser?

På bakgrunn av økonomisk urolige tider i flere av Nord-Norges viktigste utenlandsmarkeder, er det kun enkelte segmenter i markedet som har økonomi til å reise til Nord-Norge. De nevnte BRIC-landene er enormt store og Norge og Nord-Norge er svært ukjent. Det er derfor helt essensielt å finne fram til gode produkter – og koble dem mot helt spesifikke målgrupper. Like fullt er det en stor utfordring å finne fram til kunnskapsbaserte produkt-markedskoblinger, hvilket forutsetter en betydelig investering i markedskunnskap for å finne fram til de riktige nisjemålgruppene, med sterk kjøpsinteresse for de ulike produktene.

En trend som er med å understøtte en satsing på nisjer, er den økende urbaniseringen som skjer over hele verden. I 2008 var første året mer enn halvparten av verdens befolkning bodde i urbane områder (UNFPA, 2007). Innen 2030 vil nesten 5 milliarder mennesker bo i byer, og den urbane befolkningen i Afrika og Asia vil fordobles på mindre enn en generasjon. Økende urbanisering fører til behov for tilhørighet til mindre grupper innenfor den store by-gruppen, noe som fører til fremveksten av forbrukerstammer (Avery, Kozinets, Mittal, Raghuram, & Woodside, 2013). En type forbrukerstamme er bygget rundt deling av en felles produktkategori. Eksempler kan være deling av interesse for golf, toppturer, svømming, fuglekikking, countrymusikk, klassisk

musikk, osv. En forbrukerstamme deltar gjerne i planlagte aktiviteter sammen, og de ulike interessene legger også føringer for valg av ferieform og -innhold. Etterspørselen går dermed i retning av spesialinteresser og fører til økt etterspørsel etter nisjeprodukter som ekstremsport, åndelighet, spill, festivaler, safari/fuglekikking, jakt/fiske (bjørnejakt) og fenomenattraksjoner (f.eks. Nordkapp, nordlys, midnattssol og Polarsirkelen).

Nord-Norge er i seg selv et nisjeprodukt i det globale turistmarkedet – arktisk turisme – og inneholder en rekke produkter godt egnet for en nisjestrategi. Utfordringen er å finne fram til nisjemålgruppene som er interessert i de ulike aspektene ved arktisk turisme som issvømming, arktisk flora og fauna, nordlys, samisk kultur, kyst og kystkultur i nord, arktisk levested med mer.

Å kartlegge hvilke nisjer man har og deretter gjennomføre markedsanalyser for å få kunnskap om hvem målgruppen er og hvordan man skal nå dem, vil være helt sentralt.

4.3. Nord-Norges konkurransefortrinn

Det viktigste konkurransefortrinnet til reiselivsnæringen i Nord-Norge er den spektakulære naturen, samt kulturhistorien knyttet til menneskenes liv i denne naturen. Alle markedsundersøkelser viser at Norge assosieres med ren og vakker natur, og Nord-Norges unikheter ligger i den arktiske naturen, arktisk dyreliv, og ikke minst, naturfenomener som nordlyset, midnattssolen og Nordkapp. Sommerturismen er preget av rundreiseturisme, og landsdelen har en rekke nasjonalparker og Nasjonale turistveger med høy attraksjonsverdi. Vinterturismen er i større grad preget av baseturisme,⁹ og de senere år har turisme knyttet til nordlyset hatt en kraftig vekst. Hurtigruten har vært med på å prege turismen i Nord-Norge i en årrekke og er en viktig del av infrastrukturen og opplevelsestilbudet. Nord-Norge har også en unik kultur og kulturhistorie, både gjennom samisk kultur, krigshistorien og livet langs kysten. De senere år er det også satset mye på å synliggjøre arktisk matkultur, gjennom kompetansehevende tiltak for spisesteder og produsenter. På denne måten har nordnorske råvarer og konserveringsmåter blitt mer tilgjengelig for turistene. Nord-Norge har etter hvert fått en rekke festivaler og arrangementer som bidrar til å fylle sengene også utenfor hovedsesongen, som Nordland musikkfestuke i Bodø, Festspillene i Nord-Norge (Harstad), Tromsø Internasjonale Filmfestival, Borealis Alta Vinterfestival, urfolksfestivalen Riddu Riddu og Barents Spektakel i Kirkenes.

For å skape verdier basert på naturen er det helt essensielt at man utvikler opplevelsestilbud tilrettelagt for ulike kundesegmenter. Tilbudet innenfor opplevelser har blitt styrket de senere år, og det merkes også i form av kraftig vekst i verdiskapingen. Veksten i opplevelsesbransjen har vært på hele åtte prosent fra 2005 til 2011. Dette er den bransjen som vokser raskest.

Nord-Norge har store fiskeforekomster både i saltvann og ferskvann, og både laksefiske og sjøfisketurisme som næringsaktivitet har vokst betraktelig i Norge de 10 til 15 årene. Den mest utbredte formen for sjøfisketurisme er turister som leier overnatting og båt for fiske på egen hånd. Fisketurisme er en svært positiv markedsnisje for reiselivsaktører langs kysten, fordi dette representerer en forlengelse av en ellers kort reiselivssesong på sommeren. Norut Tromsø har kartlagt verdiskaping fra sjøfisketurisme i Norge (Norut Tromsø Faktaark sjøfisketurisme, 2010). Den årlige verdiskapingen fra 434 fisketurismebedrifter er anslått til å være 222 millioner kroner i Norge. De 205 fisketurismebedriftene som holder til i Nord-Norge står for cirka 100 millioner kroner av dette, det vil si cirka 45 prosent. Den viktigste sesongen er sommeren, og det viktigste markedet er helt klart Tyskland som står for 59 prosent på landsbasis. Intervjuer gjennomført med aktører i Lofoten viser

⁹ Baseturisme: at man overnatter på ett sted, og tar utflukter fra denne basen.

imidlertid at fisketurister også kommer om vinteren, og at de kommer langveisfra. Det var ikke uvanlig at russere bosatt så langt borte som St. Petersburg kjører bil til Lofoten for å fiske – en tur på nærmere tre døgn.

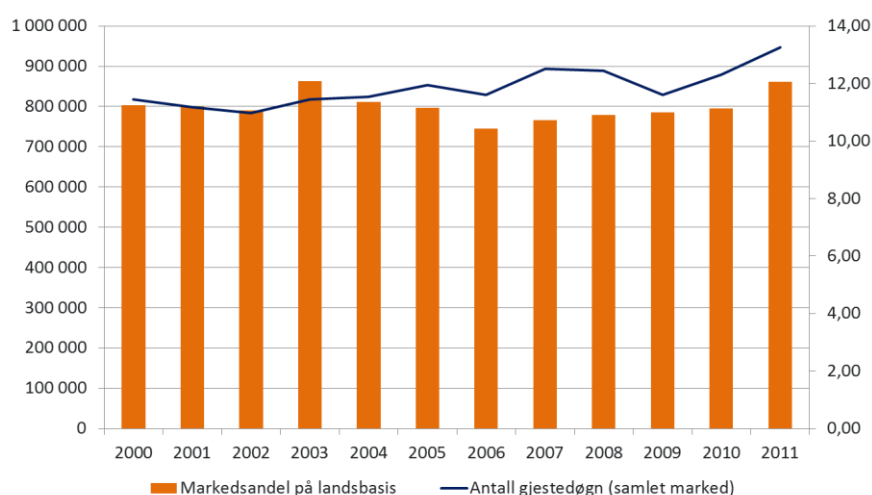
4.4. Klarer Nord-Norge å ta sin del av den voksende internasjonale turismen?

Hvordan har næringen utviklet seg siden århundreskiftet?

Volummessig ligger antall utenlandske gjestedøgn i Nord-Norge på nærmere 970 000 i 2012. Dette er en økning på 170 000 gjestedøgn, eller 20 prosents vekst fra 2000. Som vi ser av figuren under, er dette en høyere vekst enn for resten av landet, da Nord-Norge har økt sin markedsandel på landsbasis fra 11,2 til 12,2 i samme perioden.

Det er de europeiske markedene som er klart viktigst for Nord-Norge, og det er fra markedene Tyskland, Nederland og Storbritannia at Nord-Norge tar markedsandeler. Fra de andre markedene man satser på i Europa, har Nord-Norge tapt markedsandeler.

Figur 25: Utvikling i utenlandske gjestedøgn i Nord-Norge (alle kommersielle overnattingssteder) (venstre akse), og utvikling i markedsandel på landsbasis (høyre akse). Kilde: Statistikknett



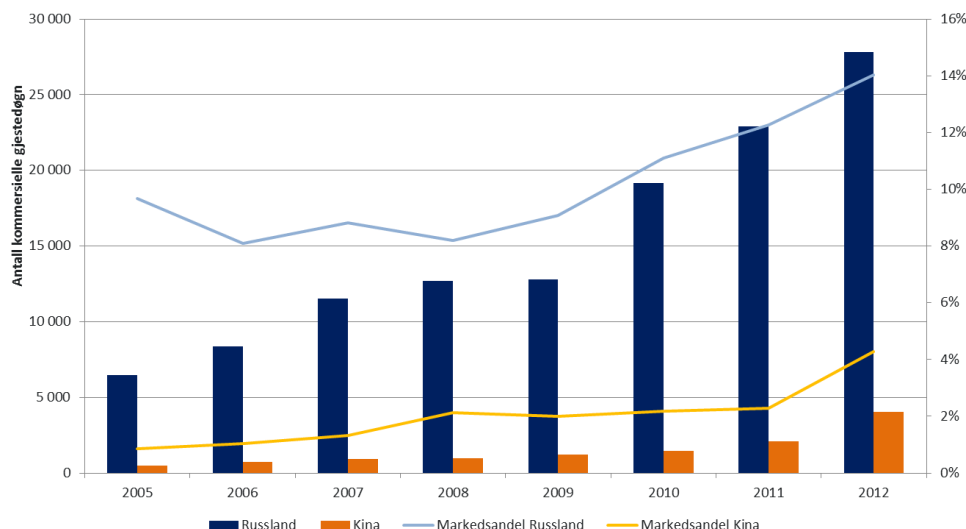
Som vi har vært inne på er det kraftig vekst i utreise fra BRIC-landene, og som vi ser i figuren under har Nord-Norge hatt stor vekst i kommersielle gjestedøgn fra både Russland og Kina siden 2005.¹⁰ Fra 2005 til 2012 har det vært en svært stor utvikling fra begge markedene, henholdsvis 329 prosent fra Russland og 738 prosent fra Kina. Selv om det startet fra en relativt lav base i 2005, har veksten fra Russland vært langvarig, med vekst på mellom ti og femti prosent hvert år siden 2008. Russland har hatt en enorm inntektsvekst de senere årene, samtidig som realvalutaen har styrket seg betydelig kontra Norge. Veksten skyldes både økninger i arbeidsinnvandring og yrkestrafikk, men også tilstrømning av russiske turister.

Tildelingen av Nobels fredspris til den kinesiske dissidenten Liu Xiaobo i 2010 gjorde Norge til et mindre tilgjengelig reisemål for kinesere. I samme periode har prisene på langdistanse flyturer sunket, slik at det har blitt billigere for kinesere å reise til Norge, og den enorme inntektsveksten for kineserne har vokst. Samtidig har

¹⁰ SSB startet registreringen fra Russland og Kina i 2005, og registrerer ikke de andre BRIC-markedene

kinesernes realvaluta kontra Norge svekket seg netto fra 2009 til 2011, til tross for en liten innhenting fra 2010 til 2011.

Figur 26: Antall kommersielle gjestedøgn fra Russland og Kina (venstre akse), og markedsandel på landsbasis (høyre akse) (2005-2012). Kilde: SSB¹¹



Utvikling i hotellgjestedøgn over tid har vist at det er ferie- og fritidsmarkedet (i motsetning til kurs/konferanse og yrkesmarkedet) som har vokst de siste årene. Veksten i ferie- og fritidssegmentet har vært særdeles sterk i Tromsø med 120 prosent fra 2005 til 2012, mens de andre delene av Nord-Norge har hatt vekst på rundt 20 prosent. De senere års nordlyssatsning og annen vinterturisme har vært viktig for denne utviklingen.

Troms har hatt nær 50 prosents vekst i utenlandske gjestedøgn, og utlendinger står for omtrent 26 prosent av alle gjestedøgn i fylket. I Nordland har derimot antall utenlandske gjestedøgn gått noe ned de senere år, mens norske gjestedøgn har steget godt over 20 prosent fra 2005 til 2011. I Nordland står utenlandske turister for omtrent 29 prosent av alle kommersielle gjestedøgn. I Finnmark har både norske og utenlandske gjestedøgn steget med litt over 12 prosent, og utenlandske turister står for over 40 prosent av alle kommersielle gjestedøgn i fylket. Sommersesongen er klart størst, mens vintersesongen er i sterkest vekst.

4.5. utfordringer

Samtidig som det skjer en kraftig vekst i internasjonal turisme, har reiselivsnæringen i Nord-Norge en del sentrale utfordringer som hindrer regionen å ta ut det store potensialet. De største utfordringene er Norges svekkede kostnadsmessige konkurranseevne, nedgang i distriktsreiselivet, mange og små bedrifter med svak økonomi, sesongbasert næring, lav formell kompetanse samt utfordringer med manglende tilgjengelighet i sentrale reiselivsområder.

Svekket kostnadsmessig konkurranseevne

Norsk reiselivsnærings internasjonale konkurranseevne har gradvis blitt svekket de senere år. Næringens fundamentale problem er at det generelle lønnsnivået i Norge blir stadig høyere enn i landene rundt oss. Bare

¹¹ Tallene for Kina i 2009 er glattet ut, dvs. at det er beregnet et gjennomsnitt av 2008 og 2010, da tallene for 2009 var unaturlig høye, sannsynligvis fordi de inkluderte kinesiske studenter overnatting i campinghytter i Narvik

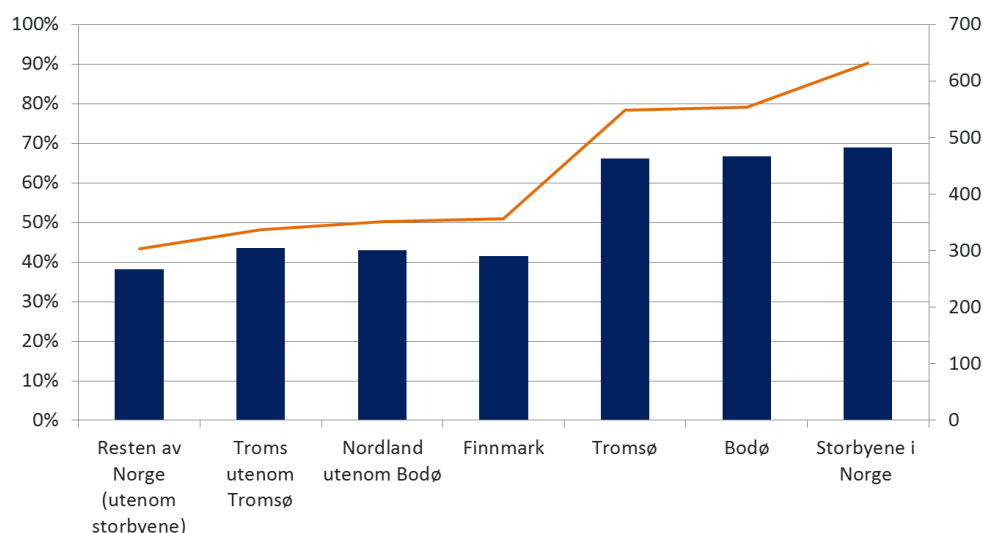
de siste 15 årene har norske lønnstakere hatt en reallønnsvekst på 43 prosent, mens svenske lønnstakere kun har oppnådd 22 prosent og resten av EU 8 prosent (OECD). Hvert år vokser lønnskostnadene i Norge med 1,5 til 2 prosent mer enn i Sverige, Danmark og Tyskland. Denne utfordringen forsterkes av at reiselivsnæringen er svært arbeidsintensiv. Mer enn 30 prosent av inntektene i reiselivsnæringen i Norge går rett ut i lønnskostnader. I Nord-Norge er arbeidskraftintensiteten enda noe høyere; 33 prosent av inntektene betales i lønnskostnader. Det er ikke nødvendigvis et problem i seg selv, mens når norske lønninger ligger 50 prosent høyere enn i Finland og Tyskland (i henhold til Teknisk beregningsutvalg), har norsk reiselivsnæring en stor kostnadsulempe. De siste årene har kostnadsulempen blitt ytterligere forsterket av at den norske kronen er betydelig styrket mot Euro, svenske og danske kroner og pund. Distriktsreiselivet er hardest rammet av denne utviklingen.

For å være konkurransedyktig må man ha høy produktivitet. Produktivitetsindikatorne viser at reiselivsnæringene er nest nederst av alle næringene når det gjelder verdiskaping og lønnskostnader per sysselsatt. For å ha høy produktivitet må man ha kompetent arbeidskraft. Reiselivsnæringen har en lav andel med høyere utdanning, kun 12 prosent har høyere utdanning (det vil si et år eller mer etter videregående skole). Andelen på landsbasis ligger til sammenligning på 28 prosent.¹²

Nedgang i distriktsreiselivet

Reiselivsnæringens kostnadmessige utfordringer kamufleres av at næringen gjør det relativt godt i byene, også blant utenlandske gjester. SSBs gjestedøgnstatistikk viser at mesteparten av turistveksten kommer i byene. Som figuren under viser, har byene Tromsø og Bodø høy beleggsprosent og høy revPAR (inntekt per tilgjengelig rom), mens resten av Nordland, Troms og hele Finnmark har lavere beleggsprosent og oppnår lavere inntekt per tilgjengelig rom.

Figur 27: a) Beleggsprosent for antall rom i ulike deler av landet (venstre akse) og inntekt per disponible rom (høyre akse). Kilde: SSB



Det er to grunner til at byene gjør det så mye bedre enn distriktene:

¹² Sektoranalyse av reiselivsnæringen i Nord-Norge (Menonrapport 14/2013)

1. De lever i stor grad av kunder som selv nyter godt av at Norge er blitt verdens rikeste land – lokalbefolkningen og yrkesreisende.
2. De har høy aktivitet hele året.

Resultatet er at vi får en todelt næring. Byene har helårsaktivitet i lite prisfølsomme markeder, og distriktene har sesongbasert aktivitet i prisfølsomme markeder. Den sesongbaserte delen av reiselivet har også en utfordring i å tiltrekke kompetent arbeidskraft, da det er vanskelig å tilby gode karriereveier. Kvaliteten på tilbudet blir dermed også lavere, og man kan ikke ta ut de prisene man ønsker.

Mange og små bedrifter med svak økonomi

Strukturelt sett er utfordringen for distriktsreiselivet at næringen er fragmentert med mange små og finansielt svake selskaper. Den fragmenterte næringsstrukturen fører til at bedriftene har begrensede ressurser til investeringer, produktutvikling og markedsutvikling. I stedet for å investere i fremtiden er mange tvunget til å kutte kostnader for å få driften til å gå rundt; en ikke bærekraftig utvikling.

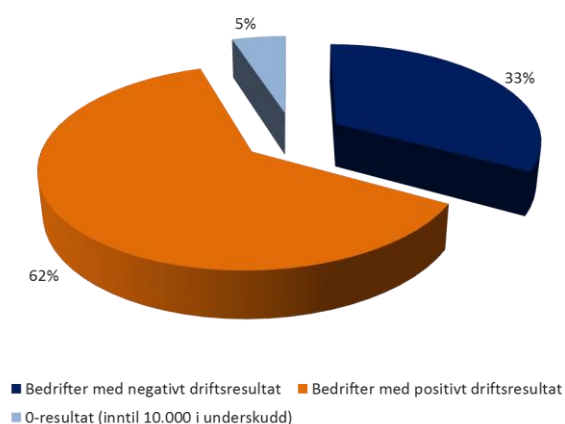
Reiselivet i Nord-Norge kjennetegnes i enda større grad enn annet distriktsreiseliv av en fragmentert eierstruktur uten større aktører. Det er svært store avstander, og det er ingen bedrifter i regionen som er eiet av hotellkjeder eller eksterne investormiljø. Fraværet av større miljø og tyngre eierintegrasjon fører til dårlig koordinering, lite produktutvikling, lite kompetanseutvikling og lav profesjonalitet.

En annen utfordring er at det er til dels store kvalitetsforskjeller mellom bedriftene, men små prisforskjeller. Det er for få aktører som klarer å ta ut høye nok priser, og middelmådige produkter prises for tett opp til høykvalitetsprodukter. Dette får negative konsekvenser for regionen som helhet, da lav kvalitet undergraver kundenes generelle kvalitetsopplevelse av destinasjonen som helhet. Dette blir dermed et fellesgodeproblem, ved at høykvalitetsaktører subsidierer de med lavere kvalitet.

Problemet er imidlertid ikke at prisnivået er for høyt, men at prisene er for lave i forhold til kostnadsnivået og at prisene er for lite differensierte. Når næringen ikke klarer å ta tilstrekkelig betalt for høy kvalitet, forsvinner også insentivene til kvalitetsutvikling. Svak økonomisk utvikling gir også utfordringer for destinasjonsapparatet. Mer konkret blir færre aktører med økonomisk kraft til å betale for fellesgodene og drive markedsføring, noe som igjen fører til underinvesteringer i destinasjons- og markedsutvikling.

Hele 33 prosent av reiselivsbedriftene har underskudd på driften (EBITDA) (se figur under). Andelen har holdt seg stabil de siste åtte årene. Det innebærer at inntektene er for små til å dekke lønn og driftskostnader. Dermed må vedlikehold, nye investeringer og rentekostnader betales av bedriftenes egenkapital. Dette har ført til at mange bedrifter har brukt opp hele den bokførte egenkapitalen, slik at de strengt talt lever på kreditorenes nåde. Med mindre de klarer å øke inntektene og/eller redusere driftskostnadene, vil eierne måtte skyte inn ny egenkapital. Kan eller vil de ikke det, går bedriftene konkurs.

Figur 28: Andel bedrifter med hhv. positivt eller negativt driftsresultat, 2011 (Menon)



For å lykkes i framtidens næringsliv må man være innovativ og markedsorientert, og forskning og utvikling legger grunnlaget for framtidige innovasjoner. Når det gjelder indikatoren på FoU og innovasjon, så viser den at reiselivsnæringen i Nord-Norge scorer lavest av alle næringene på investering i FoU, med null prosent. Ser vi på innovasjonsgraden i Nord-Norge sammenlignet med næringene nasjonalt, ligger imidlertid Nord-Norge relativt godt an sammenlignet med resten av landet, da det er 19 prosent av bedriftene som har omsetning fra nyutviklede produkter og tjenester, mens den tilsvarende andelen i Norge er på 9 prosent. Dette kan blant annet skyldes at det de senere år har det vokst frem mange eksempler på tematisk utviklingssamarbeid, både innenfor avgrensede geografiske områder og på nasjonalt basis. Mange av disse har et fokus på innovativ opplevelsesutvikling. Det norske virkemiddelapparatet har støttet opp under de tematiske utviklingstiltakene, blant annet gjennom klyngeprogrammer som NCE, Arena og Bedriftsnettverk, og gjennom VRI-programmet. I Nord-Norge finner vi for eksempel Arenaprojektene Innovative Opplevelser og Lønnsomme Vinteropplevelser, og bedriftsnettverkene Arctic delight, VinterLofoten, Opplevelsesnettverk Nordland, Unike Helgeland med flere. Disse nettverkene har en svært positiv effekt på innovasjonsgraden til deltagende bedrifter.¹³

4.6. Hvordan overkomme hindringene og ta ut potensialet?

Som tidligere beskrevet er Nord-Norges konkurransemessige fortrinn i reiselivsmarkedet knyttet opp til naturfenomener som nordlys, midnattssol, Nordkapp. I tillegg kommer den arktiske natur og levemåte, den lange kysten og den levende kystkulturen samt samisk kultur. Nord-Norge konkurrerer i kategorien naturbasert turisme, og særlig innen kategorien arktisk turisme. Nord-Norge har imidlertid ikke hatt samme veksten i verdiskapingen som reiselivsnæringen i Norge, med henholdsvis 19 og 27 prosents vekst, noe som er med på å illustrere behovet for å iverksette tiltak for å bidra til lønnsomhet, økt konkurransekraft og vekst.

Økt tilgjengelighet

For at Nord-Norge skal kunne ta ut en større del av den internasjonale turistveksten, er det behov for å øke volumet på turismen. Dette gjøres først og fremst gjennom en betydelig forbedring i tilgjengeligheten. Når det gjelder infrastruktur, er Nord-Norge både tilgjengelig og utilgjengelig på samme tid. På den ene siden er Nord-Norge et svært tilgjengelig reisemål for å oppleve det arktiske, sammenliknet med land som Grønland og Canada. Men selv om Nord-Norge har en rekke flyplasser i dag, er flyplassdekningen likevel for dårlig. For det

¹³ Nordlandsforskning. (1010/2010). *Midtveisundersøkelse av bedriftene i Arena Innovative opplevelser*. Nordlandsforskning.

første betjenes viktige reisemål i dag kun av lokale småflyplasser, som ikke har kapasitet til å ta ned større fly. Dermed er de ikke attraktive for store deler av markedet. For det andre er det for få direkteruter og charterfly til regionen. Når det gjelder charterfly er det imidlertid grunn til optimisme, da det vinteren 2013 allerede er planlagt en kraftig økning i antall fly for charterturisme.

Regionen har godt utbygget veinett, Hurtigruten, samt en rekke ferger. Men sett fra et reiselivsperspektiv preges regionen av tilfeldigheter når det gjelder veiutbygging. Som eksempel behandles veiutbyggingen til hovedattraksjoner som Lofoten og Nordkapp som en hvilken som helst riksvei, uten tanke på turismens trafikkstrømmer. Det mangler en overordnet samferdselsstrategi som tar hensyn til primærattraksjoner og turistenes bevegelsesmønster. Samordning og planlegging av buss- og fergeruter er heller ikke koordinert, slik at det er svært vanskelig å planlegge pakker – et arbeid som gjøres ca. et år før de gjennomføres.

I Forslag til Nasjonal Transportplan¹⁴ ligger det anbefalinger om utbygging av flyplasser både i Lofoten og på Helgelandskysten, noe som ville bedret tilgjengeligheten til sentrale turistattraksjoner betraktelig.

Økt behov for tydeligere produkt-markedskoblinger

De fleste industriland har en bevisst reiselivsstrategi, og alle ønsker å ta sin andel av turistenes feriebudsjett, så konkurransen om turistene er svært stor. Norges viktigste konkurrenter i denne sammenheng, Alpene, Skottland, Island, Sverige og Finland, har alle tydelige reiselivssatsinger og har et vesentlig lavere kostnadsnivå. For å kompensere for disse konkurranseulempene vil det være helt nødvendig å fokusere på de målgruppene som har særlig interesse for det nordnorske reiselivsproduktet, og som også er villig til å betale for det.

Det bør gjøres en kartlegging av hvilke attraktive produkt-markedskoblinger som finnes i Nord-Norge og legge opp til en vesentlig spissere nisjestrategi. Nisjemålgruppene behøver ikke nødvendigvis være de mest kjøpesterke. Viktigere er det at de kjøpevillige og har sterk interesse for produktet.

Den kraftige veksten fra Storbritannia er et resultat av en god produkt-markedskobling. Der har man gjort en jobb overfor relevante turoperatører og markedsført nordlysproduktet til relevante målgrupper. Satsingen er basert på markedsanalyser som viste at det var et uforløst potensial for vinterturisme på Hurtigruten og i Nord-Norge. Etter langvarig satsing har nå veksten kommet inn i en positiv, selvforsterkende spiral, der nordlyset ble kjent og attraktivt i Storbritannia både gjennom bevisst markedsføring fra både destinasjonsselskap, bedrifter som blant annet Hurtigruten og Innovasjon Norge. Produktet fikk også svært god drahjelp fra Joanna Lumley filmen; «In the land of the northern light». Turistene begynte å etterspørre produktene, flyselskapene merket veksten og satte opp direkteruter til Tromsø, noe som gjorde tilgjengeligheten bedre. Det ble satt opp charterfly som ytterligere forsterket tilgjengeligheten. Samtidig økte antall tilbydere fra bare en håndfull til at det nå er 37 tilbydere av nordlysopplevelser i Tromsø, og over 90 nordlyspakker. Den økte konkurransen fører til kvalitetsheving av produktet, som igjen bidrar til mer attraktive opplevelser, og høyere priser. Undersøkelser viser at nordlysturistene har et gjennomsnittlig døgnforbruk på 2 150 kroner, hvorav noe over halvparten brukes på å kjøpe opplevelser¹⁵. Det store potensialet for Nordnorsk turisme ligger i å utvikle flere slike unike produkt-markedskoblinger.

Et annet kanskje enda tydeligere nisjesegment er fuglekikkersegmentet. På Varangerhalvøya har man utviklet et produkt spesielt tilrettelagt for målgruppen fuglekikkere. I produktenden av verdikjeden har man

¹⁴ Forslag til Nasjonal transportplan 2014-2023

¹⁵ Aktør-undersøkelse, gjf vinter 2011/12 av Gunnar Nilssen, NHO Reiseliv

spesialtegnede fotoskjul både faste og flytende, GPS-basert selv-guidingssystem til de beste fugleområdene og så videre. I markedsenden av verdikjeden bruker man ikke tradisjonell markedsføring, men kontakter interesseforeninger for fuglekikkere og informerer om området gjennom disse foreningene. Et tredje eksempel på utvikling av produkt-markedsspisser er arrangementsturisme. I Norge er det Norway Convention Bureau som har det overordnede ansvar for å koble relevante arrangementer med aktuell tilbyder blant sine prosjektpartnere. Eksempler på arrangementer («leads») de har sendt til Nord-Norge er «World air games», «Ice climbing championship» og «Police triathlon champs». Ringvirkningene av et arrangement er betydelige. De bidrar til verdiskaping ikke bare for reiselivsbransjene overnatting, transport, servering og opplevelser, men også for tilgrensende næringer som handel, bygg og anlegg, annen tjenesteytende næring med mer.

Økt profesjonalisering av produkttilbudet

Bedret økonomi i enkelte land og enkelte segmenter fører til økt reisevirksomhet, En oppgang i reiselivet leder igjen til mer reisevante turister, som igjen er med på å øke kravene til reiselivsproduktet. Dess mer man reiser, dess mer ser man også de negative sidene ved turismen, blant annet ødeleggelse av natur, slitasje på kulturminner og forsøpling. Dette fører til økt miljøbevissthet blant de reisende, og økt krav om at bedriftene tar samfunnsansvar (Yeoman, 2011). En bedrift som tar miljøansvar er nå å betrakte som en hygienefaktor – noe turistene tar for gitt. Det utløser ikke kjøp, men det kan føre til manglende kjøp, og setter betydelige kvalitetskrav til tilbyderne. Reisevante turister får også større sammenligningsgrunnlag, og blir mer og mer krevende. De gjennomskuer det uekte, og forventer autentiske opplevelser. Utviklingen i sosiale medier fører også til et mer transparent forhold mellom produkt og marked, ved at den personlige erfaringen en turist har, på godt og vondt, blir lett tilgjengelig for andre turister. Dette øker konkurransen om turistene og er også med på å øke kravene til kvalitet, kunnskap og kulturell kompetanse blant tilbyderne av reiselivsproduktene.

Innspill fra ulike reiselivsaktører i Nord-Norge tyder på at det er en todeling mellom reiselivsbedriftene; de profesjonelle med fokus på verdiskaping og de mindre profesjonelle som kanskje er mer motivert ut fra gjestfrihet, hobbyvirksomhet, bigeskeft eller lignende. De førstnevnte aktørene vil kunne profitere på kvalitetskravene og gjennomsiktigheten mellom produkt og marked, ved å ta informasjonsflyten på alvor og forbedre seg i takt med markedets tilbakemeldinger gjennom en markedsorientert innstilling. Sistnevnte gruppe kan i verste fall bidra til å ødelegge næringens rennommé, da utenlandske turister med dårlige erfaringer legger ut informasjon om dyre og dårlige produkter.

Det er altså behov for en styrking av produktenes profesjonalitet, og det å bidra til klyngeannelser mellom aktørene har vist seg å skape høyere opplevelseskvalitet og mer produktinnovasjon blant deltagende bedrifter. Der man har lyktes i å få til et samspill mellom opplevelsesnæringen, kunnskaps/forskningsmiljø og offentlige aktører, har det vist seg å ha stor effekt på utvikling av nye opplevelsesprodukt¹⁶.

Som nevnt har det de senere år vokst frem mange eksempler på tematisk utviklingssamarbeid, både innenfor avgrensede geografiske områder og på nasjonalt basis. Mange av disse har et fokus på innovativ opplevelsesutvikling. Det vil derfor være et svært viktig tiltak å fortsette den gode satsingen på de tematiske utviklingstiltakene, som klyngeprogrammer VRI-programmet.

¹⁶ Nordlandsforskning. (2010/2010). *Midtveisundersøkelse av bedriftene i Arena Innovative opplevelser*. Nordlandsforskning.

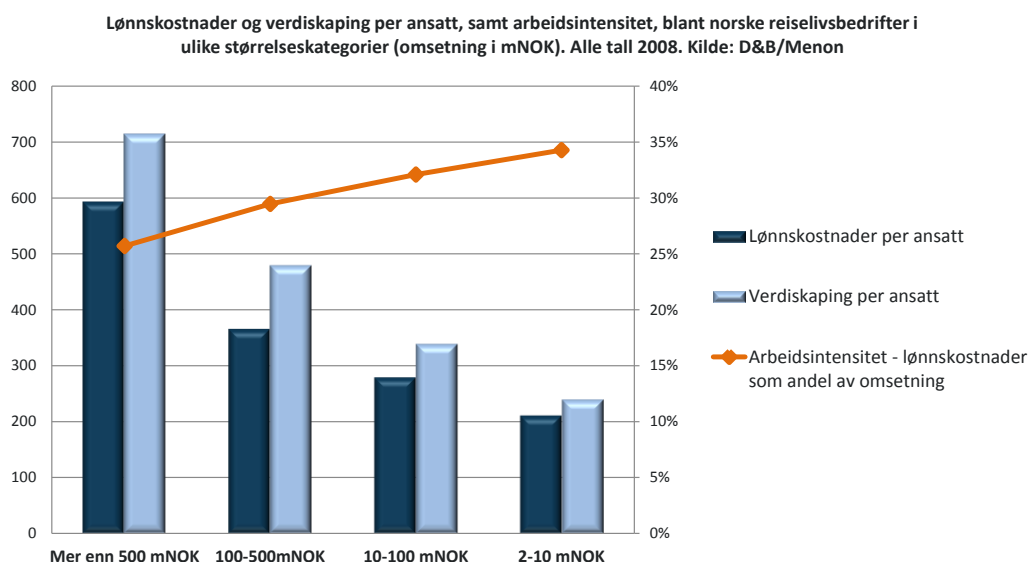
Økt helårsdrift

For å bedre lønnsomheten, og dermed legge grunnlaget for nødvendige investeringer, er det helt sentralt å øke turismen både i skuldersesongene og i vinterhalvåret. Aktører i Nord-Norge har allerede igangsatt tiltak for å øke trafikken i lavsesongen, gjennom å tilrettelegge for opplevelser gjennom hele året. Tilbud av helhetlige opplevelser vil bidra til å øke turistenes forbruk. Arrangementssatsing vil også bidra til utvikling av helårsturisme.

Bedriftene må bli større for å øke produktivitet og lønnsomhet

Det er et faktum at det er vesentlig forskjell på effektivitet og lønnsomhet i små og store bedrifter, noe som er illustrert i figuren nedenfor. Figuren viser en sterk og entydig sammenheng mellom størrelse og verdiskaping per ansatt, lønnssevne og arbeidsintensitet: Store bedrifter klarer å skape større verdier med færre ansatte og kan derfor betale høyere lønninger til sine ansatte.

Figur 29: Lønnskostnader og verdiskaping per ansatt, samt arbeidsintensitet, blant norske reiselivsbedrifter i ulike størrelseskategorier (omsetning i mNOK). Alle tall 2008. Kilde: Menon



Dette taler for at en også i distriktsreiselivet i større grad vil være tjent med at det etableres og utvikles sterkere integrasjon mellom aktører og destinasjoner og flere store eierkonstellasjoner med tilgang på kompetanse og langsiktig kapital.

4.7. Oppsummering

Den store veksten i internasjonal turisme kombinert med Nord-Norges unike turistkvaliteter mener vi danner et svært stort potensial for fremtidig vekst i reiselivsnæringen i nord. De viktigste barrierene er svekket kostnadmessig konkurransevne overfor konkurrerende land, vekst i byene men nedgang i distriktsreiselivet og at næringen er svært fragmentert og består av små bedrifter. Samtidig er det mange positive tegn i tiden. Nord-Norge har gjennom en langsiktig, kunnskapsbasert og strategisk satsing lyktes i å få vekst i nordlysturismen. Veksten merkes mange steder i Nord-Norge, men har vært helt markant i Tromsø. På grunn av kapasitetsmangel begynner nå veksten også å merkes i regionen rundt Tromsø. Vi mener fremtiden ligger i å

utvikle og tilgjengeliggjøre flere nisjeprodukter, og gjennom markedsanalyser øke kunnskapen om markedene for de ulike produktene, og utforme en langsiktig strategisk satsing basert på denne kunnskapen. I tillegg er det behov for økt tilgjengelighet fra de største markedene. Her ser vi at det allerede er en vekst i antall chartermaskiner som settes opp, både Tromsø og Evenes har vekst i antall chartermaskiner. De senere år har man også sett fremvekst av direkteruter. En viktig utfordring er at aktørene er små og fragmenterte. Dette kan overkommes både gjennom etablering av klynger og nettverk, men også gjennom sterkere integrasjon mellom aktører og destinasjoner, og flere store eierkonstellasjoner med tilgang på kompetanse og langsiktig kapital. Videre er det behov for økt profesjonalisering av næringen, eller kanskje rettere sagt; behov for flere profesjonelle aktører. Det har vist seg at klynger og nettverk har hatt svært positiv effekt på opplevelsesutviklingen og innovasjon blant deltakerne. Klynger og nettverk er også positivt med tanke på helårsdrift. Profesjonelle aktører med fokus på verdiskaping vil satse på helårsdrift og vil dermed få ansatte med trygge og langvarige ansettelsesvilkår. Langvarige ansettelsesforhold gjør at de ansatte får akkumulert erfaring og kompetanse, og derigjennom bidrar til ytterligere kvalitetsheving av produktene. Kompetanseheving bidrar til igjen at man kan ta ut høyere priser som igjen bidrar til høyere verdiskaping; en positiv, forsterkende spiral.

5. Maritim næring i nord – en vekstnæring med stort potensial

Maritim næring i Norge har vært gjennom store endringer de siste ti årene. Næringen har gjennomgått en *kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet omstilling* – fra tradisjonell skipsfart til maritim offshore og spesialisert shipping. Næringen har kanskje aldri hatt en så sterk internasjonal posisjon som nå med verdensledende bedrifter innenfor en rekke bransjer, for eksempel offshorefartøy, boreutstyr og skipsdesign. I Nord-Norge ser vi også en tendens til økt aktivitet offshore, men fremdeles dominerer tradisjonell virksomhet med fiskerederier og store ferjeselskaper. Den voksende olje- og gassvirksomheten i nordområdene, samt trafikkveksten gjennom Nordøstpassasjen, kan endre dette bildet dramatisk.

5.1. Tradisjonelle segmenter dominerer den maritime næringen i nord

Maritim næring i Nord har lange tradisjoner, spesielt knyttet til fiskeri og kysttransport av personer og gods. Næringen som helhet har opplevd sterk vekst og har en internasjonal tilnærming med høy eksport. Samtidig er bedriftene i næringen i hovedsak under regional kontroll. Næringen står for i underkant av 10 prosent av verdiskapingen i næringslivet i Nord-Norge.

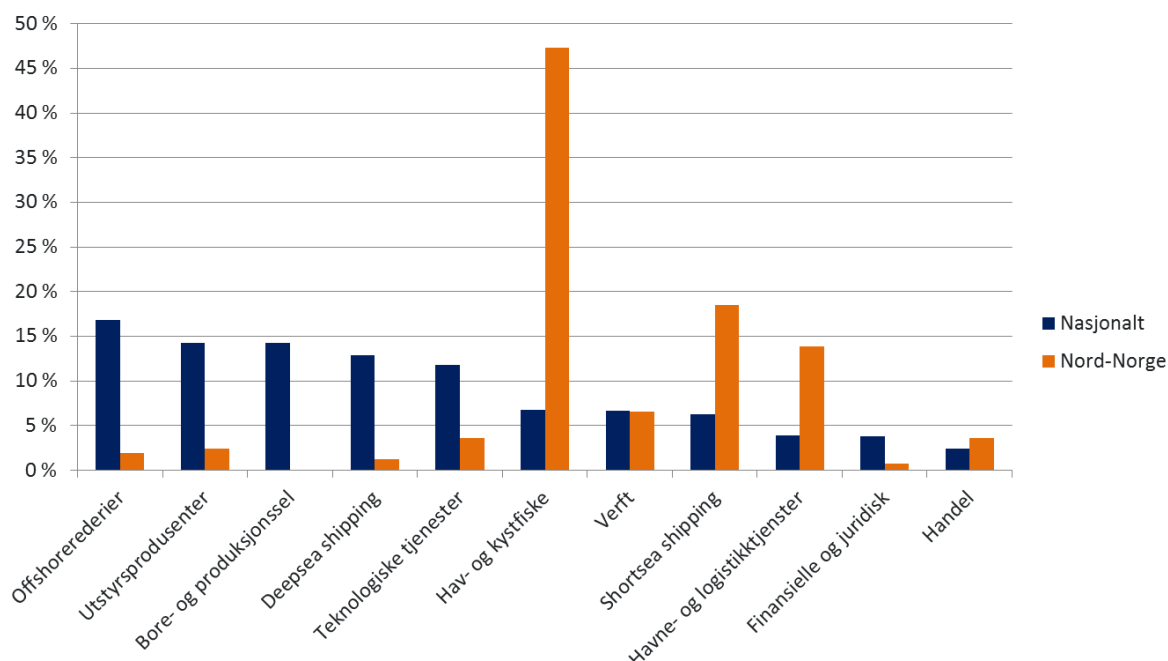
Tabell 2: Maritim næring i Nord-Norge, 2011. Kilde: Menon Business Economics

	Verdiskaping (mrd. kr)	Årlig verdiskapingsvekst (2004-2011)	Sysselsatte	Lønn per ansatt (1000 kr)
Rederi	5,3	14 %	3 080	1016
Tjenester	1,7	16 %	2 429	510
Utstyr	0,2	3 %	395	386
Verft	0,5	15 %	923	444
Total	7,7	14 %	6 745	722

Som figuren over viser er det rederiene som står bak brorparten av verdiskapingen i næringen. Innenfor denne gruppen er det fiskebåtrederiene som dominerer. Deres andel av verdiskapingen i maritim næring i nord er nesten femti prosent. Det er også fiskebåtrederne som har oppnådd høyest verdiskapingsvekst fra 2004 til i dag.

Den andre store delen av rederivirksomhet er shortsea shipping, det vil frakt av gods og passasjerer langs kysten og/eller til nærmarkeder utenfor Norge. Mens shortsea shipping stod bak 33 prosent av næringens verdiskaping i 2004, har deres andel falt til under 20 prosent i 2011. På tross av at shortsea shipping sin andel av verdiskapingen faller har segmentet opplevd en årlig vekst i verdiskaping på 5 prosent siden 2004. Det er altså den sterke veksten i andre segmenter som forklarer den relative tilbakegangen. Samtidig har Hurtigruten som den største aktøren i denne næringen trukket ned veksten etter negative resultater de siste årene. Innenfor shortsea segmentet finner en også andre fergeselskaper som BTN SJØ, Torghatten og Boreal Transport. Torghatten er aktiv i flere deler av reiselivsbransjen og var en av aktørene som nylig kjøpte Widerøe fra SAS. Slike lokale aktører er viktig for at næringslivet i nord skal vokse videre.

Figur 30: Ulike undergruppers andel av næringens totale verdiskaping i Nord-Norge og nasjonalt (2011). Kilde: Menon Business Economics



Sammenligner man strukturen i maritim næring i nord med næringen nasjonalt ser man at hav- og kystfiske er kraftig overrepresentert. Mens den står for 45 prosent av verdiskaping i Nord-Norge, står den bak 7 prosent av verdiskapingen til maritim næring nasjonalt. Shortsea shipping, havne- og logistikkjenester og handel er også overrepresentert, mens de andre delene av næringen er meget små og kraftig underrepresentert.

I absolutte tall og i forhold til den nasjonale næringen er både utstysleverandørene og verftene forholdsvis små. Tjenestedelen er derimot forholdsvis stor og domineres av havn- og logistikkjenester og til dels teknologiske tjenester. I den førstnevnte gruppen finner vi havner tilknyttet mineralindustrien samt offshorerelaterte havnebaser som Polarbase og Helgelandsbase. I teknologiske tjenester finner vi selskaper som DNV som i 2012 kjøpt opp det Harstad-baserte selskapet Norwegian Petro Services (NPS). NPS var deltagende bedrift i Arena Beredskap; et klyngeprogram som arbeidet med å bygge opp et ledende nettverk av selskaper innenfor oljevernutstyr og beredskap i Nord-Norge.

5.2. Næringen vokser, men er fortsatt svak sammenlignet med andre maritime klynger

På tross av visse positive utviklingstrekk fremstår næringen i nord som svak og fragmentert, sammenlignet med de maritime klyngene på Møre, i Bergensregionen og på Sørvestlandet. Det finnes få lokomotiver, og næringen er geografisk spredt. Store avstander gjør det vanskelig å etablere et regionalt tyngdepunkt. Slike tyngdepunkt, eller klynger, bidrar til kunnskapsdeling, innovasjon og dermed økt konkurransekraft. Erfaring fra verftsvirksomhet i regionen tyder på at bedriftene sliter med å skape store nok enheter som kan ta imot større oppdrag for offshorenæringen. Næringen er bevisst på disse utfordringene, og det er i ferd med å vokse frem en klynge med senter i Hålogaland, *Arktisk maritim klynge*. Den består av rederier, verft, spesialiserte utstys- og tjenesteleverandører, samt maritime kunnskapsaktører fra universitets- og høyskolemiljøene i Nord-Norge. Dette er maritime aktører som alle står overfor og/eller håndterer arktiske utfordringer i sin virksomhet. Gjennom samarbeidet i klyngen ønsker selskapene å utvikle og implementere utstyr, design og prosesser som

gjør maritime operasjoner i arktisk klima mest mulig effektive, trygge og miljørobuste. Klyngens visjon er å ta en posisjon som det ledende maritime kunnskaps- og industrielle miljøet i Norge knyttet til arktiske utfordringer.

5.3. Nye oljefunn skaper store forhåpninger i nord og skaper grobunn for videre vekst i maritim næring

2011 ble på mange måter et vendepunkt for petroleumsvirksomheten på norsk sokkel. Etter flere år med lavere oljeproduksjon og mindre funn ble gigantfeltet Johan Sverdrup funnet i Nordsjøen og Skrugard/Havis i Barentshavet. Sverdrup-funnet var det største funnet i verden i 2011. Det er estimert at mellom 1,7 og 3,3 milliarder fat olje kan utvinnes fra feltet. Dette gjør funnet til et av de fire største i Norge gjennom tidene.

Mens Johan Sverdrup ga ny optimisme i det modne området på norsk sokkel, ga funnene Skrugard og Havis ny tro på mulighetene i Barentshavet. Før Skrugard og Havis ble funnet, var det antatt at man i stor grad kun ville oppdage gass i Barentshavet. En utfordring ved gassfunn nordpå er at infrastrukturen for transport av gass gjennom rør ikke strekker seg lenger nord enn Haltenbanken.

Skrugard ble funnet i april 2011, mens Havis ble oppdaget i januar 2012. Funnene ligger omkring 7 kilometer fra hverandre og blir i dag i stor grad behandlet som ett funn. Feltene ligger mellom 350 og 400 meter under havet og er plassert om lag 200 km fra kysten av Finnmark og tilsvarende avstand fra Bjørnøya. Statoil estimerer at det er

mellom 400 og 600 millioner fat olje i feltene, noe som gjør funnet til det nest største i Norge i 2011. Statoil ønsker å starte produksjonen allerede i slutten av 2018. Dette vil bli verdens nordligste utbygging av et oljefelt. Før Skrugard/Havis ble funnet var det mange som ikke hadde tro på funn i området, blant annet fordi Hydro 26 år tidligere hadde boret tørt kun 14 km unna. I april 2013 ble funnene omdøpt til Johan Castberg.



Maritim næring inngår i alle faser av petroleumsaktiviteten

Det er naturlig å spørre seg hvorfor en skriver såpass utfyllende om oljeaktivitet når fokuset i denne delen av rapporten er den maritime næringen. Svaret er at maritime aktører er aktive i alle faser av olje- og gassvirksomheten. Ser en på næringen på nasjonalt plan ser en at næringen blir stadig mer offshore dominert og i dag er over 70 prosent av maritim nærings verdiskaping rettet mot olje- og gassvirksomhet. For å forstå maritim nærings utvikling fremover er vi nødt til å forstå hvordan petroleumsvirksomheten i nord vil utvikle seg.

Rederiene deltar i alle faser av petroleumsaktiviteten – fra de første seismiske undersøkelser til produksjon og nedstengning av avsluttede felt



5.4. Store forhåpninger for oljevirkosomhet i Barentshavet

Det antas at 25 prosent av verdens uoppdagede olje- og gassressurser befinner seg i Arktis, og store funn i Barentshavet de siste årene baner vei for store investeringer innenfor petroleumsrettet aktivitet. Det er ventet at investeringene innen olje og gass i nord vil øke kraftig fra dagens nivå på 30 milliarder kroner. Med bakgrunn i denne utviklingen trekkes det geografiske tyngdepunktet i næringen nordover, noe som gir de maritime foretakene i nord strategiske fordeler.

I februar 2013 kom Oljedirektoratet med nye anslag for uoppdagede ressurser for Barentshavet og norske havområder ved Jan Mayen. I de åpnete områdene av Barentshavet og i Barentshavet nord er forventede uoppdagede ressurser 960 millioner standard kubikkmeter i oljeekvilanter. Dette tilsvarer 37 prosent av de uoppdagede ressursene på norsk sokkel. De nye anslagene øker estimatet for uoppdagede ressurser på norsk sokkel med hele 15 prosent. Interessen for oljevirkosomhet i Barentshavet er følgelig stor. Dette gikk klart frem i desember 2012, da søknadsfristen for den 22. konsesjonsrunden på norsk sokkel gikk ut. Statoil har trappet opp leteboring og teknologiutvikling i nord og vil i 2013 bore ni brønner i den norske delen av Barentshavet. Selskapet har også tredoblet budsjettet for teknologiutvikling i nord til 250 millioner kroner i 2012. Optimismen er stor blant annet for Hop-området helt nord i Barentshavet.

Verdens største offshore-rederi satser i Nord-Norge

I midten av mai 2013 ble det kjent at det amerikanske rederiet Tidewater kjøper Troms Offshore Supply for 2,3 milliarder kroner og dermed går inn i det norske offshore-skipmarkedet. Tidewater har hovedkontor i New

Orleans og er det største offshorerederiet i verden med en flåte på 250 skip. Dof og Farstad Shipping, de to største norske offshorerederiene, har til sammenligning 130 offshoreskip tilsammen.

Troms Offshore er en dominerende aktør innenfor offshore-delen av maritim næringsliv i Nord-Norge. Selskapet ble stiftet i 1981 og har dermed over 30 års erfaring innenfor maritim næring. Selskapet arbeider med å bygge en flåte av store, miljøvennlige fartøy for operasjon i Nordsjøen og i nordlige og arktiske farvann. I dag har selskapet sin virksomhet konsentrert rundt store forsyningsskip, såkalte PSV'er (Platform Supply Vessel). Troms Offshore eier i dag fem moderne og teknologisk avanserte PSV-skip. Selskapet har ytterligere en dypvanns PSV under bygging ved VARD Aukra samt en opsjon på å bygge ytterligere et skip der. Basert på sin kompetanse og lange driftserfaring fra krevende arktiske områder, ønsker Troms Offshore å videreutvikle sin ledende posisjon innenfor offshore forsyningstjenester i nordområdene. Tre av selskapets egne skip er registrert med NOR-flagg, og selskapets offiserer og mannskap på egne fartøy er i hovedsak rekruttert fra Nord-Norge.

Utenlandsk eierskap i maritim næring er det ønskelig?

I dag har Troms Offshore sitt hovedkontor i Tromsø og en sterk regional tilknytning. Spørsmålet er om et oppkjøp vil endre dette. Troms Offshore var før oppkjøpet eid av private equity-selskapet HitecVision med hovedbase i Stavanger. HitecVision gikk inn i Troms Offshore i 2010 og har siden bidratt til å bygge opp en nordnorsk aktør som nå blir sett på som så attraktiv at de blir kjøpt opp av et verdensledende utenlandsk selskap. Nå som selskapet er solgt til amerikanske Tidewater er spørsmålet hva vil dette bety for selskapets videre aktivitet i Nord-Norge. Skal en dømme ut fra de første kommentarene er det naturlig å tro at oppkjøpet vil styrke Troms Offshore sin virksomhet ytterligere. Dette ettersom Troms Offshore styrker Tidewaters virksomhet innenfor områder hvor Tidewater i dag er svake; de er med andre ord komplementære. I dag er ikke Tidewater aktive på norsk sokkel og Troms Offshore sin kompetanse innenfor operasjoner i krevende farvann og i kaldklima områder vil styrke selskapets posisjon innenfor dette segmentet. I en kommentar til oppkjøpet trekker administrerende direktør i Tidewater nettopp frem Troms Offshore sin posisjon, kompetanse og relasjoner i Nord-Norge som betydningsfull og som et springbrett til videre vekst i Barentshavet, Grønland og Øst-Canada.



5.5. Kunnskapsmiljøene må styrkes i Nord

Norsk petroleumsnæring har i økende grad blitt kunnskapsintensiv. En gradvis forflytning av petroleumsvirksomhet nordover kan gi kunnskapsintensive aktiviteter til regionen. En forutsetning er imidlertid at sterke kunnskapsmiljøer etablerer seg i regionen og ikke leverer alle varer og tjenester fra sterke enheter i sør. En ser imidlertid allerede noen positive utviklingstrekk her. Det Norske har nylig etablert kontorer nær Statoil i Harstad, DNV har kjøpt opp NPS i samme by, mens andre aktører som Aker Solutions og Aibel etablerer kontorer i andre byer. På forsknings- og utdanningssiden har Olje- og energidepartementet nylig besluttet at et forsknings- og kompetansesenter for petroleumsvirksomhet i nordområdene og Arktis skal legges til regionen.

Universitetene og fagskolene i landsdelen har også gått sammen for å skape en utdanningsplattform for maritime næringer. Forutsatt at en lykkes med å utvikle kunnskapstunge kompetansemiljøer som klarer å utfordre eksisterende miljøer og på denne måte utnytte det store potensialet som eksisterer i nord, ser fremtiden lys ut for maritim næring i nord.

For å støtte opp under maritime kunnskapsmiljøer i Nord fikk Maritim Forum Nord i begynnelsen av februar 2013 et tilskudd fra Utenriksdepartementet på 2 millioner for å styrke samarbeidet mellom kunnskapsmiljøer og maritim næring. I en kommentar til utdelingen uttalte utenriksminister Eide at:

"Maritim sektor er en av Norges viktigste næringer, og den er også viktig i nord. Men næringen har i liten grad vært kunnskapsintensiv. Derfor er det viktig i regjeringens nordområdearbeid å satse på å utvikle ny kompetanse innenfor maritim sektor"

5.6. Maritim næring i nord er godt posisjonert for videre vekst

Helårsoperasjoner i Arktis er og vil være svært krevende, og stille store krav til både utstyr og mannskap. Forhandlingene i International Maritime Organization (IMO) under norsk ledelse om en bindende Polarkode har stor betydning for å sikre at maritime operasjoner i Arktis skjer med krav som ivaretar hensyn til sikkerhet, miljø og klima. Både sjøtransport, mineral- og energiutvinning er avhengige av lokalbefolkningens og verdenssamfunnets aksept for større næringsvirksomhet i Arktis. Dermed er det essensielt å hindre ulykker som kan utfordre tilliten til virksomheten. En bred satsing på kunnskap og forskning er også avgjørende for å øke næringsvirksomheten i Arktis.

Aktører i Nord-Norge er godt posisjonert til å ta del i de nye markedsmulighetene. Det skyldes at maritime operasjoner i arktisk klima byr på utfordringer man i liten grad har erfaringer med lenger sør. Dette kan for eksempel være krevende operasjoner som må gjennomføres i mørket på vintertid, med overising av utstyr og ekstrem kulde. Slike utfordringer betyr dyre og unødvendige forsinkelser i offshore-operasjoner. Dette leder til at stadig flere aktører etterspør løsninger for å trosse naturkreftene. Nordnorske operatører håndterer allerede denne typen arktiske utfordringer og har dermed et konkurransefortrinn i forhold til selskaper i sør. I Narvik/Harstad-regionen er det i dag en gryende arktisk klynge som vokser frem, men fortsatt mangler landsdelen de store bedriftslokomotivene som virkelig kan løfte næringen fremover.

Verdensledende maritime klynger

Det finnes knapt noen næring hvor Norge har en så sterk internasjonal posisjon som maritim. For Nord-Norge er dette både en mulighet og en trussel. Trusselen er knyttet til at tunge aktører fra andre miljøer kan komme til å kontrollere utviklingen, hvor operative enheter legges i nord mens beslutninger og kompetansemiljøer blir

værende i lokale klynger sørpå. Samtidig er den sterke nasjonale konkurransen en stor mulighet, fordi næringen i nord har tilgang på verdensledende kompetanse, leverandører og kunder nasjonalt. Dermed er det mulig å innta en nisjeposisjon, hvor man skiller seg fra de andre miljøene i Norge og samtidig kan trekke veksler på dem.

Nordøstpassajenen – snarveien mellom øst og vest

For maritim næring i nord er fokuset i stor grad rettet mot muligheten som finnes gjemt under havoverflaten. Samtidig skaper klimaendringer andre muligheter for maritim virksomhet i nord. De siste årene har det blitt stadig mindre is i Arktis, noe som åpner nye transportmuligheter. Nordøstpassasjen er ruten som går fra Europa gjennom polhavet nord for Russland. Når alternativet er å seile gjennom Suezkanalen i Egypt, sier det seg selv at en slik tur sparer rederiene både tid og store drivstoffkostnader. Det var først i 2009 at de to første handelsskipene tok i bruk passasjen. Året etter seilte det første skipet uten russisk flagg fra Sydvaranger gruve til Kina, lastet med jernmalm. I 2010 var det seks kommersielle fartøy som gikk gjennom passasjen. Dette økte til 34 i 2011 og i ved slutten av 2012-sesongen har allerede 46 skip beveget seg igjennom passasjen. I november 2012 seilte for første gang et skip fullastet med gass fra Norge til Japan gjennom Nordøstpassasjen. Tankskipet Ob River tok lasten om bord ved Melkøya utenfor Hammerfest 7. november og tre uker senere losset skipet 134.738 kubikkmeter flytende naturgass i Japan. Ruten gir en tidsbesparelse på 20 dager, og dermed langt lavere drivstoffkostnader og utslipp av CO₂ til atmosfæren. I tillegg sparer en avgifter på nærmer en halv million dollar ved å unngå og seile gjennom Suez-kanalen. Reiselengden kutter ruta i to, fra 12 000 km til 6 000 km langs kysten av Sibir. Nordøstpassasjen blir sett på som viktig for å utvikle potensialet for mineralutvinning i nord og vil gi norske havner og tjenesteleverandører en strategisk posisjon.

Figur 2: Nord-øst passasjen bindeleddet mellom Europa og Asia



6. Fornybar energi og miljøteknologi

6.1. Fornybar energi- og miljønæringen i nord: Et vel av muligheter

Nordområdenes rike tilgang på rene energiresurser og områdenes miljøfølsomhet skaper et stort potensial for utvikling av næringsvirksomhet innen ren energi og miljøteknologi/tjenester i for fremtiden. Næringen er relativt liten i dag. Sterk vekst i næringens verdiskaping i Nord-Norge de siste seks årene, koblet med dens evne til å tiltrekke seg kunnskapsmedarbeidere, høy produktivitet og sterk regional eierkontroll gjør næringen spesielt godt rustet for å ta en sentral posisjon som vekstmotor i fremtiden.

I dag er det vannkraft som dominerer næringens aktivitet i regionen med over halvparten av verdiskapingen og en fjerdedel av de sysselsatte. Felles for de fleste bransjene innen fornybar er evnen til å gi de ansatte høy lønn, noe som er grunnleggende for å tiltrekke seg de beste kunnskapsmedarbeiderne som igjen utvikler næringen videre.

Ren energi og miljø er en mindre næring i Nord Norge. Totalt sysselsetter næringen 4 200 ansatte, den har samlede inntekter på litt over 19 milliarder kroner og en verdiskaping på 7,6 milliarder. Dette utgjør åtte prosent av verdiskapingen i privat næringsliv i regionen og tre prosent av sysselsettingen.

Tabell 5: Universet av fornybar energi- og miljøbedrifter i Nord Norge. Nøkkeltall i 2011. Sysselsatte i tusen. Kilde: Menon/Soliditet

FORNYBAR ENERGI	Verdiskaping (NOK millioner)	Årlig vekst i verdiskaping	Sysselsatte	Lønnskostander per ansatt
Vannkraft	4 272	15 %	1 058	634
Bioenergi	21	4 %	26	327
Vindkraft	12	-7 %	4	914
Solenergi	145	-6 %	476	764
Annen ren energi	0		0.3	261
Subtotal	4 451	13 %	1 564	
MILJØTEKNOLOGI OG TJENESTER				
Rådgivning, FoU og IKT	219	19 %	292	641
Energieffektivisering	55	8 %	55	612
Miljøtiltak fra industri og transport	21	39 %	21	532
Overvåkning av miljøet	41	28 %	62	618
Subtotal	335	17 %	430	
TRADISJONELL MILJØRELATERT VIRKSOMHET				
Avfallshåndtering og resirkulering	847	14 %	888	535
DISTRIBUSJON AV OG HANDEL MED KRAFT				
Distribusjon av og handel med kraft	1 988	7 %	1 359	579
Total	7 621	11 %	4 241	607

I næringen har en fjerdedel av de sysselsatte bachelor eller høyere utdanning. Kun innenfor helse og rene kunnskapstjenester er utdanningsnivået høyere i Nord-Norge. På grunn av sin størrelse påvirker vannkraft og

handel med kraft næringens samlede vekst betydelig. Selv om utgangspunktet er lavt har eksempelvis bedriftene innen overvåkning av miljø nesten doblet sin verdiskaping årlig. Høy regional vekst hos leverandører av kunnskapstjenester til næringen støtter også opp om sterk kunnskapsbasert vekst i næringen fremover.

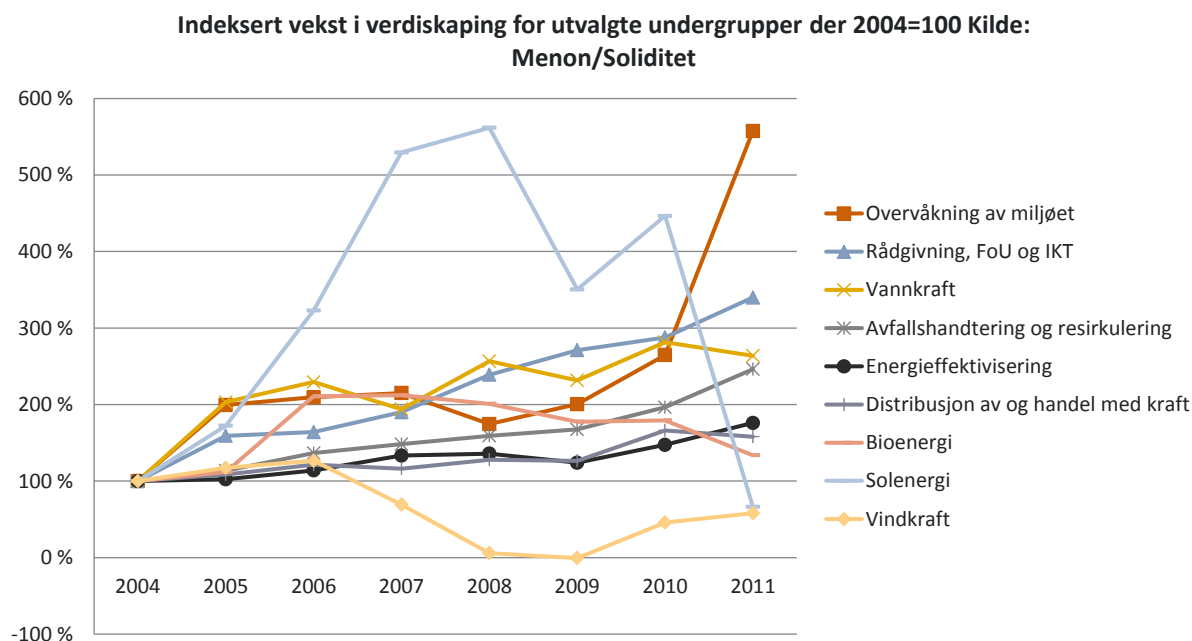
En svakhet ved næringen i nord er at den scorer lavt på FoU-investeringer, innovasjon og internasjonal konkurranseevne. Dette skyldes nok i stor grad den betydelige posisjonen til vannkraft, som primært betjener et nasjonalt marked og i mindre grad er avhengig av FoU og innovasjon for å drive effektivt.

6.2. Positiv utvikling fram til 2011

Med unntak av solenergi har utviklingen fram til 2011 har vært svært positiv i Nord Norge innenfor ren energi og miljø. Nedleggelsen av RECs aktiviteter i Nord Norge slår kraftig ut fra 2010 til 2011. Trolig vil all aktivitet forsvinne når regnskapsåret 2012 legges til statistikken. Verdiskapingen innen vindkraft har hatt en negativ utvikling i perioden. Dette skyldes i stor grad resultater knyttet til enkeltelskaper. Det som er vanskelig i dag er at vindkraft er både en satsningsnæring, samtidig som det skjer lite på området. Vi skal se nærmere på det i neste kapittel.

Leverandører av kunnskapsbasert tjenester, som rådgiving, FoU og IKT, er i positiv utvikling hele perioden. Med nesten 300 sysselsatte er disse en betydelig gruppe i næringen. Nasjonalt er det spesialiserte avdelinger i de største rådgivingselskapene som leverer tjenestene. Slik er det også i Nord Norge. Gjennom lokale kontorer og avdelinger ligger forholdene til rette for å kombinere lokal kompetanse med nasjonal faglig dyktighet. Spesielt DNV, Multiconsult, SWECO og Norconsult regnes for å være nasjonalt ledende innenfor rådgivning. Alle har avdelinger i regionen.

Figur 31: Vekst i perioden



6.3. Fire drivere for fremtidig vekst

Narvik: Fortsatt et vitalt miljø for energiteknologi

Kunnskapsmiljøet i Narvik rundt energiteknologi lever i beste velgående, selv etter at REC gikk konkurs. FoU-aktører som Høgskolen i Narvik og Norut Narvik samspiller aktivt med næringslivet, eksempelvis gjennom Forskningsparken i Narvik, inkubatoren, investorene Narvik Kapital og Norinnova, og en rekke andre samarbeidspartnere. Over åtti bedrifter anser seg selv som energi-relevante, så regionen kan vise til både tilgang på kunnskapsinstitusjoner, industri og kapital. Narvik-miljøet fremstår som innovativt og klarer å drive frem nye selskaper med stort potensial. Innotech Solar er et eksempel på en teknologibedrift som har et globalt nedslagsfelt med utspring fra Narvik. Vi tror det kommer flere slike selskaper med årene, så fremt tilgangen på kompetanse opprettholdes.

Modne næringer finansierer utvikling av ny energi

Gjennom Nordnorsk Havkraft satser nå de fire nordnorske energiselskapene Salten Kraftsamband, Tromskraft, Nordkraft og Lofotkraft på utvikling av prosjekter innen offshore fornybar energi. For vindkraft er det avgjørende med investorer som har finansielle muskler til å realisere store prosjekter. Slike muskler har kraftselskapene i nord vist at de har vilje til å bruke. De fem vindkraftparkene i Nord-Norge utgjør 28 prosent av totalt 584,5 MW installert effekt i Norge. Videre er det gitt konsesjon til flere nye parker der flere er lokalisert i Nord-Norge. Med store arealer og mye vind eigner Nord-Norge seg til store vindkraftprosjekter på land, med relativt høy lønnsomhet.

Etablering av ny virksomhet til havs krever omfattende overvåkning av miljøet

Miljøovervåkning som næring i Nord-Norge er i kraftig vekst. En sentral aktør er NorLense som er en av verdens fremste aktører innen oljevernustyr og oppblåsbare telt. Seaworks har en ledende posisjon innen maritim beredskap, og en rekke tidligfaseselskaper som Arctic Spill Control i Narvik har ledende teknologier på området. Næringsklyngen Arena Beredskap samler 20 aktører innen oljevernustyr og beredskap. Et utfordrende arktisk miljø kombinert med behov for lokal tilstedeværelse åpner for betydelige forretningsmuligheter i Nord-Norge fremover.

Behov for energi knyttet til fremtidig petroleumsaktivitet

Ved en eventuell videre utbygging i Norskehavet og Barentshavet, er det grunn til å forvente at den landbaserte aktiviteten i tilknytning til olje- og gassproduksjon vil øke kraftig. I Oljedirektoratets scenarier for utbygging er man åpne for etablering av flere typer landanlegg i tilknytning til utbygging på feltene Norland VII og Troms II. Slike anlegg krever omfattende forbruk av elektrisk kraft, noe som igjen vil kreve tunge nettinvesteringer i regionen. I tillegg vil en eventuell elektrifisering av sokkelen kreve omfattende investeringer. Anslag fra 2002 for elektrifisering av installasjonene i Norskehavet beregner investeringskostnadene til om lag 7 milliarder kroner. Med en omfattende utbygging vil investeringsbehovet høyst sannsynlig overstige dette anslaget, noe som vil gi sterke vekstimpulser inn til næringen for fornybar energi og miljø. Er bedriftene i Nord Norge posisjonert for den fremtidige veksten?

Den fremtidige veksten i næringen vil primært komme innen tre segmenter; vindkraft, overvåkning av miljøet og avfallshåndtering og resirkulering. I tillegg vil utvikling i regionen, både næringsutvikling og befolkningsendringer, øke etterspørsel etter elektrisitet. Blant annet har NVE har gitt Statnett konsesjon til å

bygge ny høyspentlinje fra Ofoten til Hammerfest, noe som vil medføre investeringer på mellom åtte til tolv milliarder. Når denne realiseres vil dette påvirke næringen positivt. Behovet for etablering av infrastruktur ved etablering av ilandføringsanlegg og elektrifisering av sokkelen vil i tillegg skape økt aktivitet i regionen.

Vindkraft

I 2012 innførte Norge et felles marked for grønne sertifikater sammen med Sverige. Landene har gått inn i sertifikatordningen med like forpliktelser på ny produksjon av energi tilsvarende 13,2 TWh hver fra 2012 til 2020, totalt 26,4 TWh innen 2020. En del av dette vil være utbygging av vindkraft på land. I 2020 er forventet produksjon fra vindkraft estimert til 6-8 TWh (Vindportalen.no). Når den nye kraftlinje kommer på plass gir dette gode forutsetningene for å øke utbyggingstakten av vindkraft i Nord Norge. En av hovedutfordringene for utbygging av vindkraft i regionen tidligere har nettopp vært begrensninger i overføringskapasiteten, både innad i regionen og mellom Nord Norge og resten av landet.

Norge hadde på slutten av 2012 en installert ytelse på nesten 704 MW som vil levere rundt 1,6 TWh. Dette tilsvarte 1,1 prosent av elektrisitetsforsyningen på landsbasis I 2013 vil 97,5 MW installeres og vil ved normal produksjon levere rundt 2 TWh (Vindportalen/NVE).

I Europa satses det friskt og sommeren 2012 åpnet Sheringham Shoal utenfor Norfolk-kysten i England, som er en av verdens største vindparker. Sheringham Shoal består av 88 vindturbiner som årlig produserer rundt 1,1 TWh strøm. Det tilsvarer det årlige strømforbruket til om lag 220 000 britiske husstander.

Nasjonalt er det liten aktivitet og lav lønnsomhet. Siden markedet er så lite i Norge, er leveranser til vindkraft i mange tilfeller en mindre del av bedriftens virksomhet. Mange leverandører har olje og gassnæringen som sine viktigste kunder, er marked der marginene og aktiviteten er betydelig høyere. Samtidig vet vi at mange av offshoreleverandørene i Nord Norge er mindre bedrifter som i flere tilfeller er for små for de større prosjektene innen olje og gassnæringen. Da kan leveranser til vindkraft fremstå som mer attraktivt å satse på. Ruukki Profiler i Mo i Rana opplever økt etterspørsel etter vindmøller i en tid der skipsindustrien sliter.

Overvåkning av miljøet

Økt trafikk gjennom nordøst passasjen og utvinning av petroleum i Barentshavet vil føre til behov for næringsutvikling innen overvåkning av miljøet. Flere informanter trekker frem at sårbarheten til nordområdene krever økt satsning på FoU og utvikling av nye produkter og tjenester; både generelt og mer spesielt knyttet til økt petroleumsaktivitet og skipsfart i området. Innenfor maritim næring jobbes det gjennom SARINOR med en visjon om at Norge skal være verdensledende i å planlegge, koordinere og gjennomføre søk- og redningsoperasjoner til havs i Nordområdene.

Vi har tidligere redegjort for sentrale nordnorske aktører som jobber med denne typen problemstillinger. Både teknologiutvikling og produksjon kan løses flere steder i landet. Det er ikke gitt at en slik spesialisert næringsutvikling skal skje i Nord Norge eller kommer til å skje i regionen. Likevel er aktørene i regionen godt posisjonert og har begynt å bygge opp kompetanse og miljøer for å kunne løse fremtidig prosjekter. Dette gir et godt grunnlag for en bredere satsning og etablering av flere spesialiserte leverandører. Spesielt er det behov for å utvikle utstyr som håndterer utslipp av olje.

I dag tar man kun opp olje som flyter på havet, i tillegg til at man sikrer havaristen, om mulig. Håndtering av oljesøl inkluderer oppsamling i lenser, spraying og brenning. Uten vind og store bølger flyter om lag halvparten av oljen på vannet, mens halvparten er under vann. Langs norskekysten kan det imidlertid være værhardt, for

eksempel ved brytende bølger og sterk vind. Under slike forhold kan to tredeler av oljen slås under overflaten. Brorparten av oljen vil imidlertid befinne seg halvannen meter under overflaten og oppover. Det ligger derfor et stort potensial for oljeberedskapen å få samlet opp oljen i området like under vannoverflaten.

Dessuten er det behov for å utvikle nye teknologier som kan styrke den arktiske oljeberedskapen, selv man har et stykke igjen på dette feltet og få aktører har kommet lengre enn kartlegging- og utredningsfasen. Disse teknologier vil trolig dreie seg om metoder, fartøy, lenser og annet utstyr som kan håndtere oljesøl i kalde forhold, isfylte og isbelagte farvann.

Avfallshåndtering og resirkulering

Avfallshåndtering og resirkulering er et nasjonalt satsingsområde. Bedriftene løser ikke bare utfordringer knyttet til husholdningsavfall, men får en stadig viktigere rolle i håndtering av farlig avfall og forurensede masser fra næringsvirksomhet. I omtalen av bygg og anleggsnæringen er det skissert større fremtidige investeringer. Økt byggeaktivitet medfører avhending av bygningsmasse og annet avfall. Selv om noen av de største bedriftene i Nord Norge innenfor avfallshåndtering og resirkulering ser ut til å ha spesialisert seg på husholdningsavfall, har bedrifter som NordMiljø AS og Miljøteknikk Terrateam spesialisert seg på håndtering av avfall fra flere typer næringer, industriavfall og forurenset jord- og grunnmasser. I fremtiden vil det komme økte krav til teknologier for utsortering av flere avfallstyper for økt materialgjenvinning. Det er også forventet at det vil komme krav knyttet til å kartlegge alle typer stoffer og materialer som finnes i et bygg. Nettopp med tanke på at flest mulig av disse skal håndteres miljøriktig. I avanserte rivningsprosesser, slik som avhending av større bygg, er dette spesielt viktig for å avdekke hvor potensielle miljøgifter finnes i de ulike byggematerialene.

7. Bygg- og anlegg

7.1. Den største næringen i Nord-Norge

Bygg- og anleggsnæringen har en sentral betydning i norsk økonomi. Med en verdiskaping på nesten 200 milliarder og nesten 300 000 ansatte står bygg- og anleggsnæringen for 14 prosent av verdiskapingen og 19 prosent av de ansatte i norsk økonomi i 2011.

Selv om bygg- og anleggsnæringen har sitt tyngdepunkt i de største byregionene fremstår byggenæringen som viktigst i distriktene (Espelien & Reve, 2007). Relativt til næringsaktiviteten i Nord-Norge er bygg- og anleggsnæringen av enda større regional betydning enn den er nasjonalt. Næringen har i underkant av 23 000 ansatte fordelt på 3 200 bedrifter, samlede inntekter på nesten 42 milliarder kroner og en verdiskaping på nesten 14 milliarder. Den står for 17 prosent av verdiskapingen og 21 prosent av sysselsettingen i næringslivet i regionen 2011.

Høy grad av offentlige innkjøp gjør bygg- og anleggsnæringen svært konjunkturutsatt. Offentlige kontrakter utgjør rundt 40 prosent av etterspørselen i næringen, noe som gjør stat og kommune til viktige kunder og oppdragsgivere. I tider med økonomisk vekst investeres det i rehabilitering og nybygging, mens det i nedgangstider er lett å skyve på dette for å møte reduserte budsjetter. Utførende bygg- og anleggsnæring påvirkes spesielt av konjunkturedringer. Mange entreprenører utvikler egne prosjekter noe som kan bidra til å opprettholde aktiviteten i tider med redusert etterspørsel.

Bygg- og anleggsnæringen er en av de store hjemmemarkedsnæringene – dels fordi hjemmemarkedet er kjøpekraftig og lønnsomt og dels fordi næringen har liten internasjonal markedskunnskap (Sasson & Reve, 2012). Bygg- og anleggsnæringen består i hovedsak av små bedrifter. Små frittstående næringsdrivende er typiske for næringen også i Nord-Norge der medianbedriften har tre ansatte, mens gjennomsnittsbedriften er noe større med syv ansatte. De største bedriftene finner vi innen produksjon av byggevarer og utførende virksomhet. Målt i omsetning er medianbedriften innen handel med byggevarer størst med 20 millioner i omsetning. Tabellen under fordeler nøkkeltall for næringen i Nord-Norge på bygg- og anleggsnæringens åtte undergrupper. Over 65 prosent av de ansatte i næringen jobber innenfor utførende bygg- og anlegg.

Tabell 6: Nøkkeltall for bygg- og anleggsnæringen i Nord-Norge

	Antall ansatte 2011	Totale inntekter 2011 (i mill. kr)	Lønnskostnader 2011 (i mill. kr)	Verdiskaping 2011 (i mill. kr)
Utførende bygg og anlegg	15 097	23 212	6 767	8 172
Produksjon av varer	3 041	8 032	1 400	1 971
Handel	2 272	6 876	927	1 285
Eiendom - finans	1 509	3 248	455	1 570
Rådgivning	807	1 003	546	650
Eiendom - service	474	719	285	388
Utleie av maskiner og personell	229	417	112	170
Arkitekter	194	160	91	104
SUM	23 623	43 668	10 582	14 311

7.2. Tre drivere for fremtidig vekst

Bygg- og anleggsnæringen bidrar sentralt i samfunnsutviklingen. Det er nær sammenheng mellom befolkningsutvikling og utvikling av næringslivet. Etterspørselen etter bygg- og anleggstjenester knyttet til både boliger, næringsbygg og annen sosial infrastruktur som veier, skoler og sykehjem bidrar til dette. Tre sentrale drivere står spesielt sterkt i utviklingen av bygg- og anleggsnæringen i Nord Norge; omfanget av offentlige investeringer, utvikling av sentrale byregioner og etablering av ny næringsvirksomhet.

Betydelige offentlige investeringer

I Konjunkturbarometeret våren 2013 beskrives noen av de større offentlige investeringene som er planlagt i Nord Norge i nær fremtid. Totalt er det estimert prosjekter for 40 milliarder som skal realiseres. I tillegg til konkrete investeringer er det gjennom Nasjonal Transportplan foreslått å legge ned de lokale flyplassene på Svolvær og Leknes og bygge ny regional flyplass på Gimsøy. En ny flyplass er også foreslått å bygge en ny regional flyplass i nærheten av Mo i Rana, som erstatning for de nåværende lokalflyplassene i Mo i Rana og Mosjøen. Disse prosjektene involverer aktører innen rivning, avfallshåndtering og utførende bygg- og anleggstjenester.

Jo større prosjekter, desto mer konkurranse vil lokale aktører møte fra leverandører som ikke nødvendigvis er lokalisert i regionen. Samtidig har et attraktivt marked medført at de største nasjonale entreprenørene har etablert lokale avdelinger i regionen både gjennom fysiske avdelinger og gjennom oppkjøp av etablerte bedrifter. Leonard Nilsen & Sønner og Barlindhaug er to eksempler på nordnorske aktører som konkurrerer om de store infrastrukturoppdragene.

Det bygges i sentrale byregioner

Samfunnsutviklingen i Norge og andre utviklede økonomier påvirkes av tunge trender som urbanisering og sentralisering. Urbaniseringen skjer på alle nivåer; mellom landsdeler, innad i landsdeler, mellom kommuner og innad i kommuner.

Urbanisering og sentralisering gir vekst og næringsaktivitet for bygg- og anleggsnæringen i de mest sentrale områdene i Nord-Norge. Statistikk fra Statistisk sentralbyrå viser en klar trend knyttet til at befolkningen i de sentrale områdene vokser, mens mindre sentrale strøk har lavere vekstkraft. Av totalt igangsatt arealer under bygging¹⁷ fra 2000 til og med 2013 er over halvparten av disse lokalisert i Tromsø, Bodø, Alta og Hammerfest.

For bygg og anleggsnæringen i Nord-Norge betyr dette at oppdragene først og fremst kommer i noen sentrale regioner. Selskaper etablert i distriktene må inn til de større tettstedene for å være med i anbudsprosessen i de større oppdragene. Samtidig er nok konkurransen om oppdragene i sentrale strøkene betydelig tøffere med sterk konkurranse fra nasjonale og internasjonale aktører.

Etablering av ny næringsvirksomhet

I tett tilknytning til befolkningsutviklingen er utvikling av næringslivet. Generelt er det i norsk næringsliv en overgang fra tradisjonell industri, der nærhet til innsatsfaktorer som energi, råvarer og transportårer har vært avgjørende for lokaliseringen av bedriftene, til tjenester der nye lokaliseringsfaktorer, spesielt nærhet til kunnskapsmiljøer og tilgang på relevant arbeidskraft, er avgjørende. Slik er det også i Nord-Norge. Utviklingen

¹⁷ Inkluderer boliger, fritidsboliger, næringsbygg og offentlige bygg.

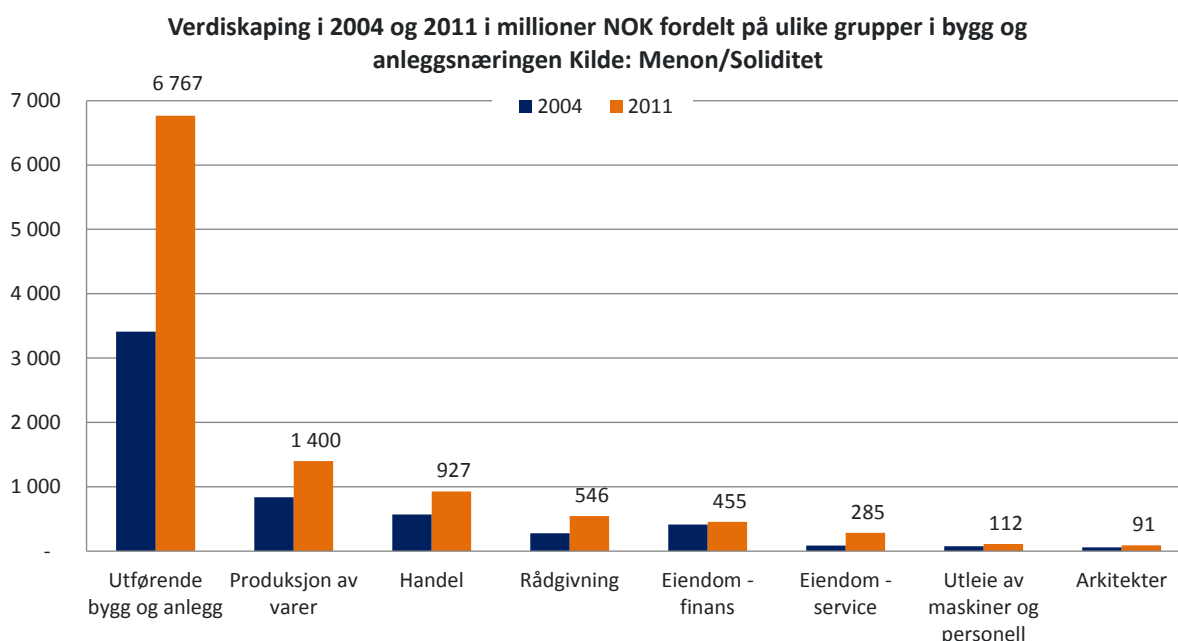
skje som regel med base i utvikling av eksisterende næringsliv, men det kan også være helt ny næringsvirksomhet som etableres i regionen. Eksempelvis kan økt trafikk gjennom Nordøstpassasjen kunne skape behov for nye havner. En åpning av havområdene for oljeboring vil kunne medføre behov for ilandføringsanlegg med tilhørende infrastruktur er et annet eksempel. I begge tilfeller vil bygg- og anleggsnæringen stå sentralt for å realisere utviklingen gjennom ombygging, tilpasninger eller nye bygg og annen infrastruktur.

7.3. Sterk vekst i deler av næringen

Bygg- og anleggsnæringen består av produksjons-, handels- og utleiebedrifter som leverer til byggenæringen, samt utførende virksomheter, arkitekter, rådgivere og eiendomsselskaper. Dette gjelder både for de som drifter og forvalter eiendom og de som driver salg og utleie. Næringen i Nord-Norge domineres av utførende byggevirksomhet. I praksis er dette bedrifter som bygger – slik som entreprenører, rørleggere, elektrikere og malere.

Utførende virksomheters dominerende posisjon i Nord-Norge illustreres i figuren under. 64 prosent av verdiskapingen skjer i den utførende delen av næringen. Siden 2004 har verdiskapingen i utførende bygg- og anleggsvirksomhet nesten doblet seg. Det er de største bedriftene som har vokst mest og som har bidratt til dette resultatet.

Figur 32: Verdiskaping i bygg- og anleggsnæringen fordelt på grupper



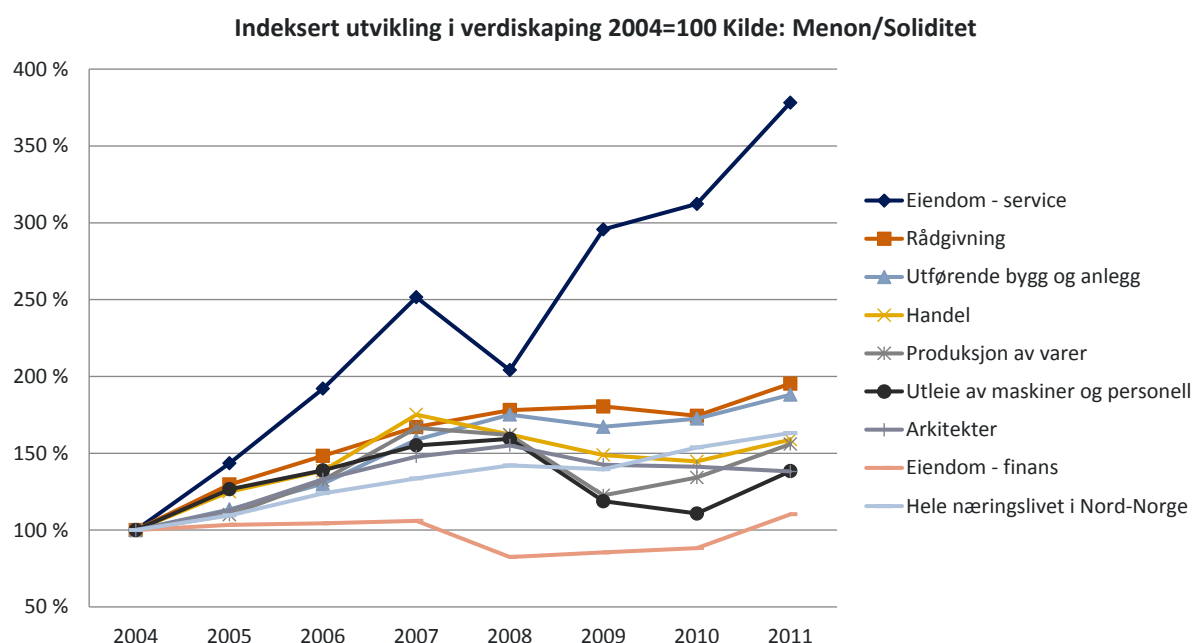
Næringen er i vekst i Nord-Norge og deler av næringen kan vise til sterkere vekst enn det private næringslivet i regionen totalt sett. Figuren under viser indeksert vekst i verdiskaping for de ulike delene av næringen med 2004 som startår.

Fra 2004 til 2008 har utviklingen i de ulike delene av bygg- og anleggsnæringen vært jevn. Frem til finanskrisen, som var et faktum høsten 2008, var veksten i verdiskaping kraftig for alle leddene i næringen. Fra 2008 og frem

til i dag har utviklingen vært svært forskjellig, selv om alle delene av næringen har hatt en positiv vekst hele perioden sett under ett.

I Nord-Norge var det de største bedriftene som ble hardest rammet i 2009. Det kraftige fallet fra 2008 til 2009 skyldes hovedsakelig svekkede resultater fra driften for flere av de største selskapene. For å motvirke økte effekter av finanskrisen satte regjeringen inn tiltak i form av krisepakker for å opprettholde aktiviteten i blant annet bygg- og anleggsnæringen. Det faktum at de største selskapene ble rammet kan skyldes at de økte midlene som kommunene fikk til disposisjon ble gitt med restriksjoner. En del av disse pengene skulle benyttes til byggeprosjekter, og disse skulle ferdigstilles innen utgangen av 2009. For å få til dette måtte pengene bli brukt på mindre prosjekter det var mulig å gjennomføre i løpet av kort tid, noe som var fordelaktig for mindre leverandører. Samtidig bidro usikkerheten til fremtidig kommuneøkonomi at større investeringer i offentlige bygg og vei ble skjøvet frem i tid. På den måten merket nok de større bygg- og anleggsbedriftene mer til krisen enn de mindre. Det er for så vidt ikke så spesielt at utslaget for næringen som helhet er knyttet til resultatene til de største bedriftene. Sårbarheten er knyttet til bedriftenes betydning som hjørnestensbedrift i lokalsamfunnet. Dette skal vi se nærmere på litt senere.

Figur 33: Utvikling i verdiskaping



Eiendom-service kan vise til en formidabel vekst i perioden, men fra et lavt nivå i 2004. Det er særlig eiendomsめklere som har bidratt til den sterke veksten. Verdiskapingen i denne delen av næringen skapes gjennom økt omløp av boliger der meklerhonorarene er knyttet til kjøp og salg av eiendom. Den formidable veksten kan tyde på at omsetningen av eiendommer i regionen har tatt seg opp i perioden. En annen tolkning av dette resultatet er at oppdragene i større grad går til lokale meklere, eventuelt at flere har etablert kontorer i regionen. Bedrifter innen eiendomsforvaltning bidrar også til den kraftige veksten. Selskaper innen profesjonell forvaltning av eiendommer synes å ha vokst, spesielt i sentrale strøk som Tromsø og Bodø.

Rådgivning og utførende bygg- og anlegg viser sterk vekst i perioden. Veksten påvirkes i mindre grad av finanskrisen enn i flere av de andre segmentene. Veksten innen rådgivning har primært kommet som en følge av at større rådgivningsmiljøer på Østlandet har etablert seg med egne avdelinger i regionen. Målt i

verdiskaping er Multiconsult, Norconsult, SWECO, Reinertsen, COWI, Asplan Viak og ÅF Norge aktører som har hatt en betydelig vekst i verdiskaping i perioden. Størst av alle er likevel den nordnorske bedriften Barlindhaug Consult. Selskapet var størst målt i verdiskaping i 2004 og 2011 i Nord-Norge innenfor rådgivning. Barlindhaug Consult er i dag en del av Multiconsultkonsernet, hvilket styrker selskapets posisjon i regionen ytterligere.

En tilsvarende posisjonering av større entreprenører med hovedkontor på Østlandet finner vi innen utførende bygg- og anleggsvirksomhet. NCC, YIT, Skanska, Veidekke, Bravida og Mesta har alle etablert kontorer i Nord-Norge. Disse er likevel i mindretall sett i forhold til nordnorske aktører. Leonhard Nilsen & Sønner er klart den største bedriften målt i verdiskaping alle år fra og med 2005 til 2011. Selskapet er Norges tiende største entreprenør og har sin kjernevirksomhet innen bygging av veier og tunneller. Selskapet er spesialist på å løse krevende prosjekter på steder med vanskelig logistikk, noe som gir et betydelig konkurransefortrinn i regionen. Selskapet etablerte seg med avdeling i Chile i 2009. På listen over de største bedriftene i regionen finner vi flere avdelinger av bedrifter med rot i Nord-Norge, slik som Consto AS, som er en del av Barlindhaug Gruppen, Elektro Bodø er et annet slikt eksempel. En tredje strategi for å oppnå markedsandeler i et attraktivt nordnorsk marked er gjennom oppkjøp. Peab er største aksjonær i Bjørn Bygg og er således et eksempel på en slik strategi.

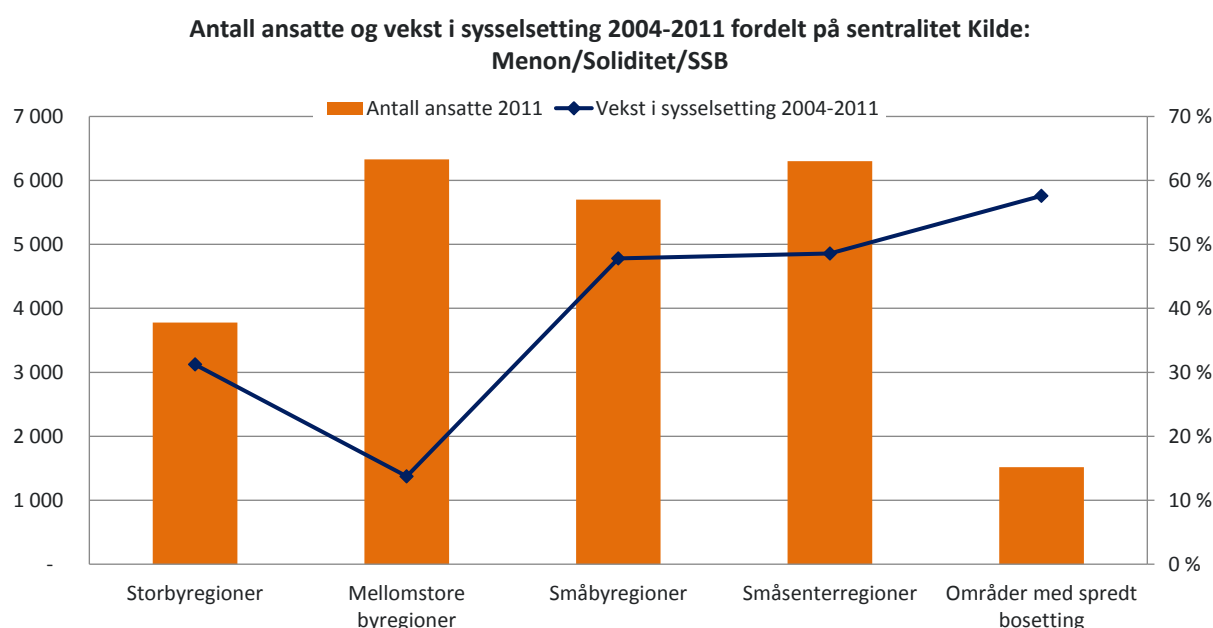
Spesielt falt verdiskapingen kraftig innen produksjon av varer til byggenæringen kraftig under finanskrisen. Det kraftige fallet skyldes redusert verdiskaping i flere av de største bedriftene i regionen. Til tross for redusert verdiskaping finner vi mindre endringer i antall ansatte. Dette tyder på at de fleste bedriftene prioriterte å beholde sine ansatte til tross for vanskelige tider. Å verne om kjernekompetansen er en ny trend i denne næringen. Dette understrekes gjennom rapporten «Når nedgangen rammer». Et av de mest interessante funnene i studien var at bygg- og anleggsbedrifter gjennom finanskrisen var bevisste på å verne om kjernekompetansen (Nielsen, Bygballe, & Reve, 2009). Studien viste at innleide og ansatte uten kjernekompetanse var de første som ble sagt opp. Dette skiller seg fra tidligere studier, der byggebedriftene tradisjonelt har opp- og nedbemannet automatisk etter behov.

7.4. En distriktsnæring med sterk regional kontroll

Bygg og anlegg er først og fremst en distriktsnæring. Næringen ikke særlig overrepresentert i Nord-Norge sett i forhold til dens nasjonale størrelse. Bygg- og anleggsnæringen i Nord-Norge er ikke særlig overrepresentert i noen av årene fra 2004 til 2011 sett i forhold til i landet for øvrig. Dette er nok også et resultat av at tjenestene fra næringen i stor grad konsumeres lokalt og at en overdimensjonering av næringen, enten dette er i nord eller i sør ikke er hensiktsmessig fordeling av ressurser.

De fleste er ansatt i bedrifter som ligger i mellomstore regioner, småbyregioner og småsenterregioner. Den geografiske strukturen følger i stor grad befolkningsmønsteret (i hvert fall på fylkesnivå). Nordland har flest innbyggere – det er også her næringen er størst. Næringen er også betydelig i større regionale sentra som Tromsø.

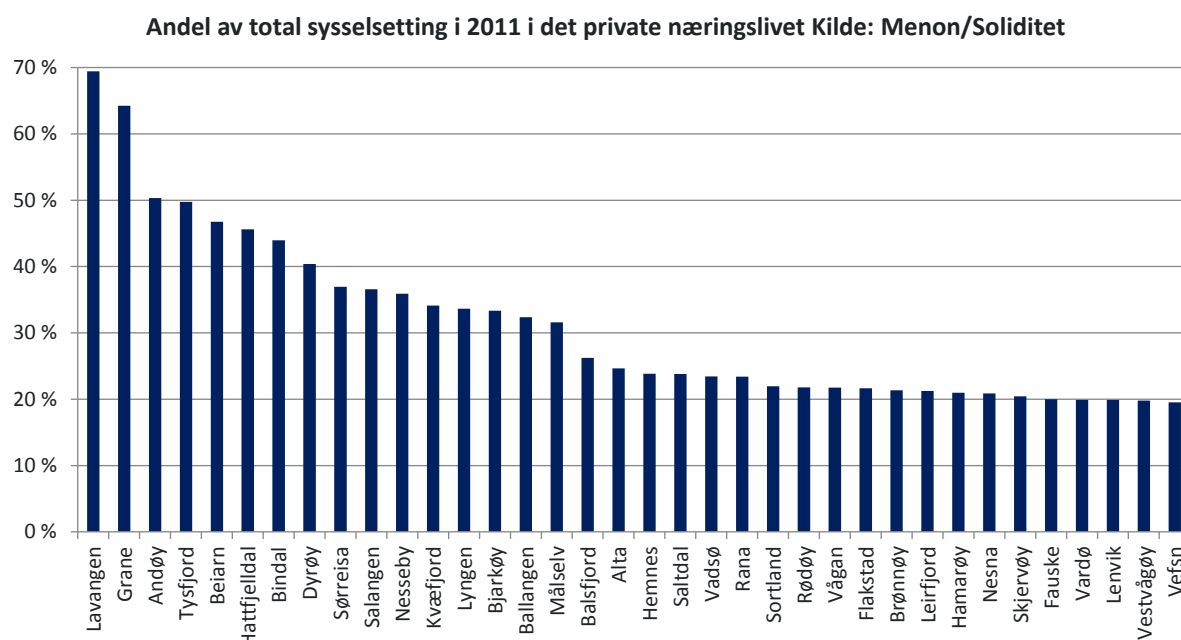
Figur 34: Antall sysselsatte fordelt på sentralitet



Det er først når vi ser på næringens betydning på kommunenivå at distriktsperspektivet kommer fullt til syne. I 36 av totalt 88 kommuner i Nord-Norge utgjør sysselsettingen i bygg- og anleggsnæringen over 20 prosent av den totale sysselsettingen i det private næringslivet i kommunen. Figuren under viser andel av sysselsettingen i disse kommunene.

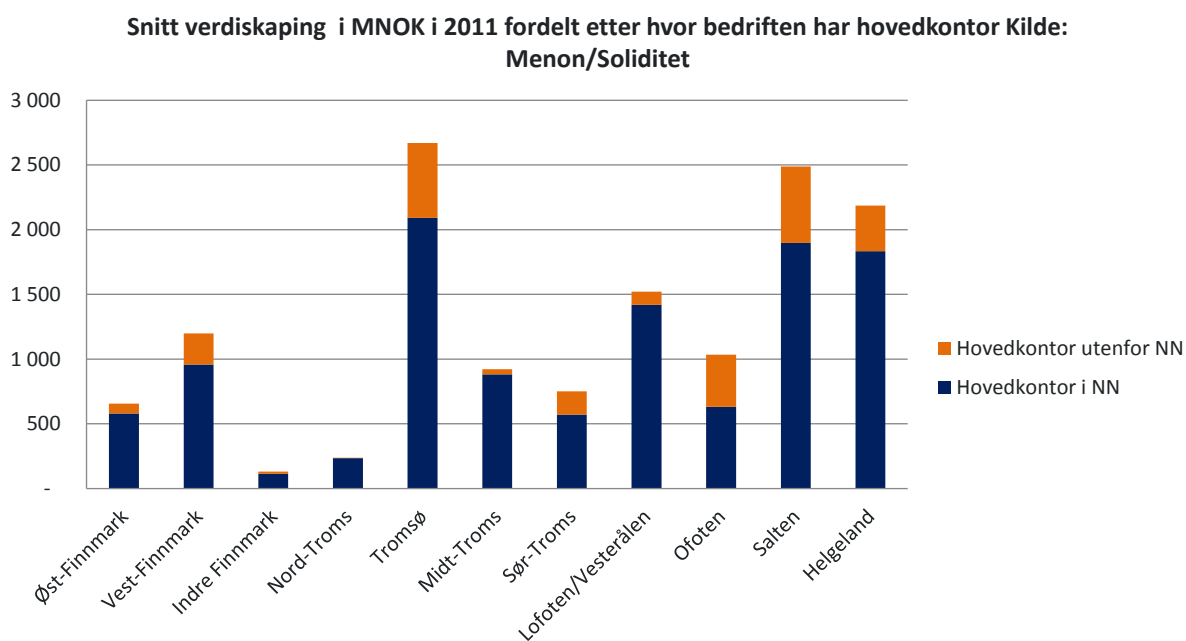
De største bedriftene i næringen driver enten med utførende bygg- og anlegg eller produksjon av varer til næringen. Flere av disse er hjørnestensbedrifter med stor betydning for den totale sysselsettingen i regionen. Den største bedriften i byggenæringen i Nord-Norge er Leonhard Nilsen & Sønner AS (LNS) som er Nord-Norges største entreprenør. I Andøy kommune er bedriften en viktig arbeidsgiver med 35 prosent av ansatte i næringslivet. I Lavangen kommune i Troms, som er en kommune med spredt bosetting utgjør de ansatte i noen få byggebedrifter nesten 70 prosent av den totale sysselsettingen i det private næringslivet i kommunen. Fordi vi her kun ser på sysselsettingen i det private næringslivet og dermed utelukker ansatte i offentlig sektor, får den relative betydningen av privat næringsvirksomhet stor betydning i mindre kommuner som har lite privat næringsvirksomhet. Det sammen resultatet får vi for kommuner som i stor grad lever av jordbruk, skogbruk og til dels fiske der en betydelig andel av virksomhetene er registrert som enkeltpersonsforetak eller ansvarlige selskaper. Disse selskapsformene er ikke en del av denne analysen. I Grane kommune i Nordland finner vi produsenten av Norgesvinduet Svenningdal AS der de ansatte i denne bedriften utgjør nesten all sysselsettingen i bygg- og anleggsnæringen i kommunen. Norcem AS utgjør den høye sysselsettingsandelen i Tysfjord kommune i Nordland, mens Moldjord bygg- og anlegg har tilsvarende betydning for Beiarn kommune. I Hattfjelldal finner vi sponplateprodusenten Arbor-Hattfjelldal AS. I Bindal er det Trenor Dører og Bindalsbygg som er av betydning for sysselsettingen.

Figur 35: bygg- og anleggsnæringsens andel av total sysselsetting i privat næringsliv fordelt på kommuner



Bedriftene i næringen kontrolleres i størst grad regionalt. Figuren viser to poeng. Med unntak av Nord-Troms er det i samtlige regioner etablert avdelinger av bedrifter med hovedkontor lokalisert utenfor Nord-Norge. Andelen av verdiskapingen disse står for er imidlertid lav, med unntak av i Ofoten. Et andre poeng som figuren under viser er at jo lenger sør i Nord-Norge, desto større andel av verdiskapingen i regionen er knyttet til avdelinger der hovedkontoret befinner seg utenfor Nord-Norge. Andelen av verdiskaping knyttet til bedrifter med hovedkontor i og utenfor Nord-Norge er stabil i perioden.

Figur 36: Verdiskaping som kontrolleres fra regionen



7.5. Er byggenæringen i Nord-Norge skodd for større prosjekter?

Nord-Norge er i vekst og det gjennomføres og planlegges store investeringer som vil kreve betydelige ressurser fra bygg- og anleggsnæringen. I Konjunkturbarometeret våren 2013 er det estimert investeringer til en verdi på nesten 40 milliarder. Dette kommer i tillegg til andre oppgaver som boligbygging og rehabilitering. Ser vi på bruksareal på igangsatte boliger for 2012 er veksten høyere i Nord-Norge enn den er i resten av landet. Et argument som mange fremsetter er at bedriftene i Nord-Norge er for små til å løse disse prosjektene, og at mange er for små til å ta prosjektlederansvar, noe som resulterer i at bedriftene i stor grad forblir underleverandører. Dette utsagnet mener vi kommer helt an på hva man definerer som en nordnorsk aktør. Vi har presentert noen av argumentene tidligere, men skal se litt nærmere på dette.

Mens rådgivning, arkitekttjenester og produksjon av byggevarer kan skje nasjonalt, må utførende bygg- og anleggstjenester løses lokalt. Næringens konkurransefortrinn i regionen ligger derfor i nærhet til markedet og kjennskap til lokale forhold. Siden mye av arbeidet skjer utendørs, påvirker mørketid og kulde arbeidsforholdene i regionen. Dette kan skape en barriere for å legge inn anbud for selskaper som ikke er vant med dette. Eller det tvinger frem samarbeid med lokale aktører. Dette taler for å velge bedrifter med kjennskap til regionen.

En betydelig del av lønnsomheten ved større byggeprosjekter er knyttet til at riktig leveranse kommer til rett tid og med rett kvalitet. Samarbeid med aktører man kjenner og stoler på bidrar til dannelsen av tette nettverk; også mellom kunder og leverandører. Å være en del av slike allianser og nettverk i Nord-Norge vil vi tro krever tilstedeværelse i regionen. Økt etterspørsel i markedet som utfordrer kapasiteten til bedriftene kan løse opp etablerte strukturer og danne nye.

Det er lange avstander i Nord-Norge. Veksten i nybygg er sterkest i tilknytning til større byregioner, samt der ny næringsutvikling krever nye eller andre typer installasjoner og bygg. Mens de større entreprenørene er etablert i sentrumsregionene, som Tromsø og Bodø, er de mindre bygg- og anleggsbedriftene i stor grad registret der innehaver av bedriften er bosatt. Å bo på byggeplassen i brakker er ikke et ukjent fenomen i bygg- og anleggsnæringen. I prinsippet kan det være like langt å reise hjem, selv om det er til et annet sted i Nord-Norge enn det er å reise hjem til en annen del av landet. Dette taler for at entreprenører utenfor regionen legger inn anbud på prosjekter i regionen hvis sluttalkylen ser positiv ut.

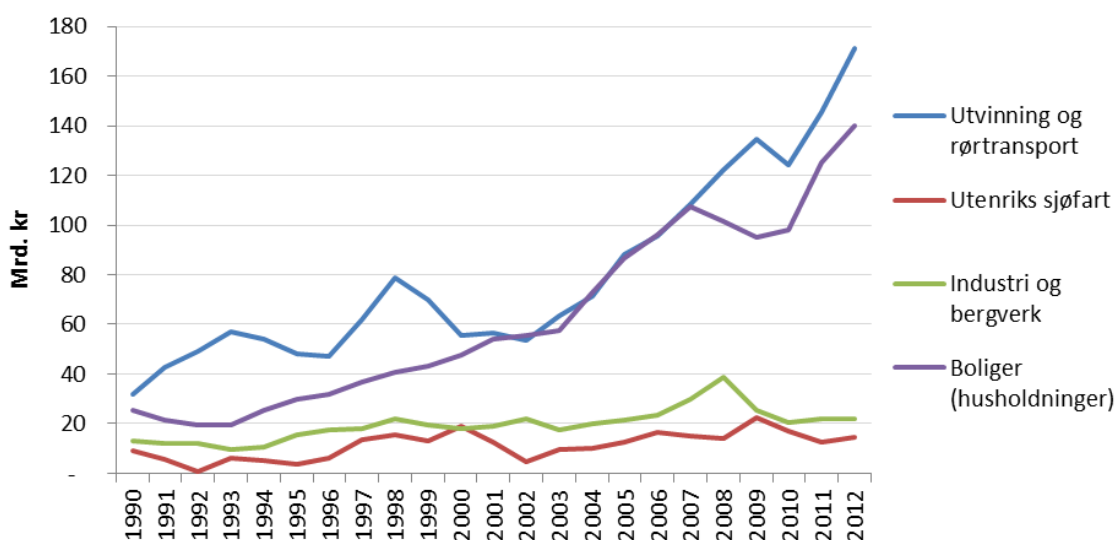
Vi har tidligere sett at flere større rådgivingselskaper og entreprenører enten har etablert seg i regionen med lokale avdelinger eller de har kjøpt seg inn på markedet gjennom oppkjøp av etablerte bedrifter. Selv om den etablerte avdelingen er mindre av størrelse vil disse selskapene spille på tilgjengelige ressurser i hele organisasjonen. Dette taler for at det er ressurser etablert i Nord-Norge til å møte økte investeringer og til å møte konkurranse fra leverandører utenfor regionen.

8. Eierskap og kapitalmarkeder

8.1. Mangler Nord-Norge kapital og store aktive eiere?

Investeringer i næringsutvikling krever kapital, og dette er – og skal være – en begrenset ressurs i økonomien. Noen næringer har bedre tilgang på kapital enn andre. I Norge har offshore-rettet og eiendoms-rettet næringsliv hatt rik tilgang på investeringsvillig kapital de seneste årene, mens tradisjonell industri, teknologibedrifter, og ikke minst innovative bedrifter i tidlig fase, sliter med å hente nødvendig kapital for nye prosjekter. Dette handler primært om investorenes forventede, eller risikojustert avkastning i ulike deler av næringslivet. Kapitalen løper dit forventet avkastning er høyest. Mange hevder også at bedrifter i distriktene har mer begrenset tilgang på kapital, men vi ser tydelige tegn til at det først og fremst er næringstilknytningen som styrer investeringsviljen. Figuren under illustrerer dette mønsteret. Den viser investeringer i fast realkapital for ulike sektorer og illustrerer tydelig at investeringene de siste årene i stor grad har gått til olje- og gasssektoren og boliger.

Figur 37: Investeringer etter næring og art i Norge (mrd. kroner). Kilde: SSB



Naturbasert næringsliv i Norge er gjennomgående kapitalintensivt, og det er all grunn til å forvente at fremtidens næringsliv i Nord-Norge vil hvile på vår evne til å utnytte naturressursene. Da er det viktig å spørre seg om nordnorsk næringsliv har tilstrekkelig tilgang på kapital, og ikke minst det man kaller kompetent kapital. Ettersom Nord-Norge befinner seg i Europas periferi og har en næringssammensetning som avviker en god del fra det vi finner i resten av landet, er det god grunn til å stille dette spørsmålet. Vi vet fra forskningen at investorer har en sterk tendens til å fokusere på prosjekter som ligger nært opp til dem, både geografisk og industrielt.¹⁸ Regionen kan dermed bli betydelig påvirket av denne effekten (home bias).

Det finnes kort fortalt to hovedkilder til finansiering av prosjekter i næringslivet. Kapital kan hentes inn i markedet for egenkapital eller markedet for fremmedkapital. Under disse to grove kategoriene fins det mange ulike spesialiserte markeder, der særlig obligasjonsmarkedet har fått mye oppmerksomhet de siste årene i lys av at bankene har strammet inn sin utlånsvirksomhet til bedriftssegmentet.

¹⁸ JD Coval, TJ Moskowitz (1999): Home bias at home: Local equity preference in domestic portfolios, The Journal of Finance, Vol 54 (6), pp 2045-2073

Ser vi noen år framover i tid, så planlegger bankene redusert utlånsvekst. Hovedårsaken til dette er de nye egenkapitalkravene som skal bidra til finansiell stabilitet, Basel III. Bankene må bygge opp en betydelig kjernekapital, og dette innebærer at fremmedkapitalen blir mer «risikobevist» – og dermed også dyrere. Bankene har tydelig signalisert at det er bedriftslånene som i hovedsak blir berørt. Noe av bakgrunnen for dette er at bedriftslånene har relativt høy vektning i henhold til kapitaldekningsreglene. For bedriftene er obligasjonslån et alternativ til tradisjonelle banklån, spesielt for store kapitaltunge prosjekter. Nordnorske selskaper har imidlertid ikke tradisjon for å hente inn kapital i obligasjonsmarkedet.

Offentlig sektor tilbyr næringslivet både gjeld og egenkapital gjennom en rekke ordninger. For eksempel stiller Innovasjon Norge med betydelige midler i Nord-Norge, over 1,1 milliarder i tilsagn i 2012.¹⁹ I tillegg er fylkeskommunene aktive på eiersiden, mye mer aktive enn fylkeskommunene i resten av landet. Private Eiermiljøer, med hovedsete i og utenfor landsdelen, vil også kunne bidra med investeringer i næringslivet framover. I dette kapitlet ser vi nærmere på egenkapitalmarkedet, det tradisjonelle bankmarkedet, og obligasjonsmarkedet i Nord-Norge.

8.2. Egenkapitalmarkedet

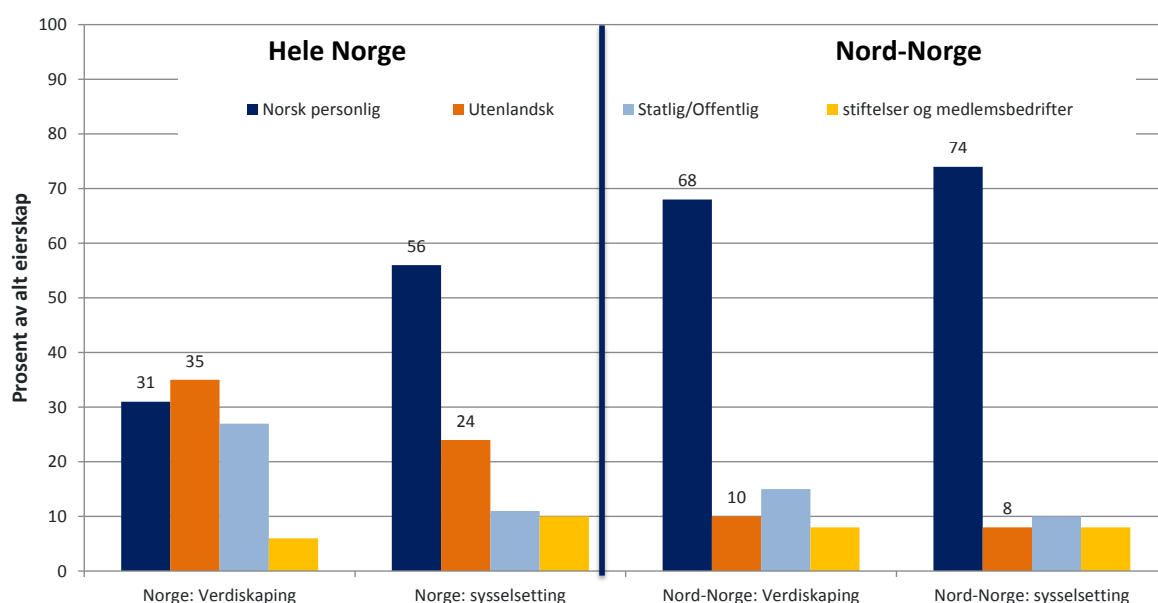
Egenkapitalmarkedet er uløselig knyttet til eierskapet i næringslivet. Vi starter derfor med eierskapet i nordnorsk næringsliv før vi går nærmere inn på tilførsel av ny egenkapital.

Eierskap i nordnorsk næringsliv

Figuren under viser hvordan eierskapet i nordnorsk næringsliv er satt sammen. Vi skiller mellom norsk personlig eierskap, offentlig eierskap, utenlandsk eierskap og stiftelser/medlemsbedrifter/foreninger. For å gjøre dette skikkelig har vi ført alt eierskapet tilbake til de faktiske eierne – gjennom alle konsernstrukturer, investeringsselskaper og holding-strukturer.

¹⁹ Innovasjon Norge, Årsrapport 2012, statistikk vedlegg

Figur 38: Eierskapet bak verdiskaping og sysselsetting i Nord-Norge. Kilde: Menon og Soliditet



Figuren viser at det norske personlige eierskapet er mye mer fremtredende i Nord-Norge enn i resten av landet (dobbelte så høy andel). Tilsvarende spiller det utenlandske eierskapet i nordnorsk næringsliv bare en tredjedel så viktig rolle sammenlignet med resten av landet. Dette bildet handler i stor grad om næringssammensetning. Det private eierskapet i Norge er sentralt innen sjømat, bygg og anlegg, handel, maritim og reiseliv; næringer som er store i nord. Innen fornybar energi og offshore er det offentlige. Det utenlandske eierskapet mer dominerende, og særlig offshore olje- og gass har mindre betydning i Nord-Norge per i dag.

Den lave andelen utenlandsk eierskap kan tolkes som en svakhet, ettersom det begrenser kunnskapen om og nettverk knyttet til internasjonalisering. Dette er kanskje særlig viktig innen maritim sektor, reiseliv og bygg og anlegg. Ved en kombinasjon av sterk regional kontroll og utenlandsk eierkompetanse vil disse næringene kunne bygges videre på solide eierfortrinn og det vi gjerne kaller kompetent kapital og eierskap. Det faktum at kapitaltilførsel er viktig kommer ikke som noen overraskelse, men det er mange som glemmer at også investorene må inneha kompetanse. I Menon har vi lenge vært opptatt av det vi kaller kompetent kapital. Dette finner vi hos aktive eiere med lang erfaring fra industriell og finansiell aktivitet. Mange av disse kompetente eierne investerer lokalt. Det er derfor vi er opptatt av *regional kontroll* over eierskapet i næringslivet i Nord-Norge. Det sier noe om omfanget av kompetent eierskap og dets frihet til å ta selvstendige beslutninger.

Regionale eiermiljøer preges gjerne av noen få store private eiere med interesse i å utvikle regionalt forretningsliv. I Nord-Norge ser dette bildet litt annerledes ut enn i resten av landet. Blant de aller største eierne i regionen, målt i verdiskaping, sysselsetting og antall selskaper, finner vi navn som Røkke, Hagen, Witzøe og Hegnar, alle med hovedsete utenfor regionen. Men under disse på listen finner vi et betydelig antall regionale private eiere som viser tydelig evne og interesse i å investere regionalt, også utenfor sjømatnæringen. Eiere som Harald Inge Berg, Bjørn Johansen, Nilsen-familien, Forbergskog-familien, Wintervoll, Einar Jørgensen, Line Ellingsen og Sverre Utvåg er gode eksempler på private aktører med store eierporteføljer og tydelig vilje til å investere i ny og innovativ næringsvirksomhet. Forsbergskogs seneste bidrag til at Torghatten sikret både nasjonal og regional forankring av Widerøe er et godt eksempel på slikt eierskap. Å aktivere denne typen eiere i ny virksomhet er avgjørende for fremtidig næringsvirksomhet regionalt.

Tilførsel av ny egenkapital

Innhenting av ny egenkapital er ofte avgjørende for selskaper som skal gjennomføre store investeringsprosjekter, og i 2010 hentet verdipapirforetakene i Norge inn 67 milliarder krone til næringslivet gjennom egenkapitalemisjoner. Disse tallene er hentet inn fra Oslo Børs, og det finnes dessverre ikke noen regional foredling av disse tallene.

I mange sammenhenger vil innhenting av egenkapital være eneste form for finansiering av investeringsprosjekter. Dette kan skyldes flere faktorer; høy risiko, fravær av krav til full sikkerhet for lånefinansiering gjennom bank, svært store prosjektene eller behov for rask innhenting av kapital.²⁰ Det er viktig for selskapet som skal hente inn kapital at emisjonen blir fulltegnet og at prisen blir god. For at dette skal kunne nås må man ha finansielle tilretteleggere med god kjennskap til næringslivet i regionen. Det er få tilretteleggere med tung kompetanse knyttet til næringsvirksomhet i Nord-Norge og som samtidig har evne til å plassere prosjekter ut i markedet med stor tyngde.

En relativt viktig kilde til kompetent eierkapital er aktive eierfond, det vil si såkornfond, venturekapital og oppkjøpsfond. Det finnes noen få slike aktive eiermiljøer i Nord-Norge, og de fleste fondene har mye av sin kapitaltilgang fra sparebanker og deres stiftelser. Nord Kapitalforvaltning med det relativt nyopprettede fondet NORD II er lokalisert i Tromsø og er Nord-Norges første miljø for forvaltning av oppkjøpsfond. Det ble hentet inn 430 millioner kroner i forvaltningskapital i 2012, og SpareBank1 Nord-Norge er største investor. Argentum er den andre hovedinvestoren i fondet. Fondet skal posisjonere seg for eksponering mot den forventede veksten i landsdelens økonomi, blant annet som følge av den økte aktiviteten i olje- og gasssektoren, gruvenæringen og store infrastrukturinvesteringer.

KapNord Fond AS er et investeringsfond rettet mot såkornbedrifter og små- og mellomstorebedrifter (SMB-er), med en kapitalbase på 255 millioner kroner som er forvaltet av Pronor i Bodø. Fondet ble etablert sommeren 2006 og vil ha en levetid fram mot 2021. Fondet NorInnova Invest AS er også et tidligfasefond med en total kapitalbase på 271,5 millioner kroner og er forvaltet fra Tromsø. Fondet ble opprettet i 2007 og fokuset er såkorn- og tidlige venturefase. Private investorer eier disse fondene mens staten bidrar med ansvarlig lånekapital. Begge fondene investerer utelukkende i Nord-Norge. I Stortingsmelding 22 (2011–2012), Verktøy for vekst – om Innovasjon Norge og SIVA SF, er det besluttet at minst ett nytt såkornfond på maksimalt 500 mill. kroner skal opprettes i Nord-Norge, gitt at man klarer å løfte tilstrekkelig med privat kapital. Det er grunn til å forvente at private investorer i hovedsak må hentes inn fra regionen. De nye fondene kan nå investere i hele landet og i er ikke bundet opp til spesielle bransjer. Likevel ligger nok betydelige forventninger om at et fond som forvaltes fra Nord-Norge skal ha sitt hovedfokus på såkornbedrifter i regionen.

Investeringene fra aktive eierfond har imidlertid ikke vært en stor suksess i Nord-Norge. Tabellen under viser verdiskaping og sysselsetting for 2011 i bedrifter med investeringer fra aktive eierfond i Norge. Den store delen av verdiskapingen i porteføljebedriftene finner sted i vestlandsregionen. Verdiskapingen i Midt- og Nord-Norge er svakest representert i porteføljen. Dersom man sammenligner porteføljen relativt til verdiskapingen i næringslivet i Norge for øvrig, er vestlandsregionen overrepresentert. Denne regionen har 49 prosent av verdiskapingen i porteføljen mot 43 prosent i næringslivet generelt. Nord-Norge er derimot underrepresentert, med negativ verdiskaping. Nord-Norge står bak 6,2 prosent av verdiskapingen i norsk næringsliv. Av 30 000

²⁰ Flere eksempler viser at det er avgjørende å ha leverandører av finansielle tjenester som kjenner næringsaktiviteten. Se: «Verdipapirforetakenes rolle i samfunnsøkonomien», Menon publikasjon nr. 4/2012, Ulstein og Grünfeld

sysselsatte i porteføljebedriftene til aktive eierfond, er det bare 760 som jobber i Nord-Norge. Eierfondenes investeringer i regionen utgjør bare noen få prosent av deres totale investeringer.

Bakgrunnen for den manglende suksessen til aktive eierfond i Nord-Norge er todelt. For det første er mye av næringslivet i regionen styrt av råvarepriser på verdensmarkedet (sjømat, metaller, energi, olje og gass). Prisingen er dermed styrt av faktorer som de aktive eierfondene ikke kan påvirke, og oppkjøpsfond som eierform får vanskelig utnyttet sine eierfortrinn. Sårkorn- og venturefondene i nord har de samme problemene som nasjonale fond; de har problemer med å få tak i privat kapital.

Figur 39: Verdiskaping og sysselsetting i porteføljebedriftene til aktive eierfond. Kilde: Menon og NVCA

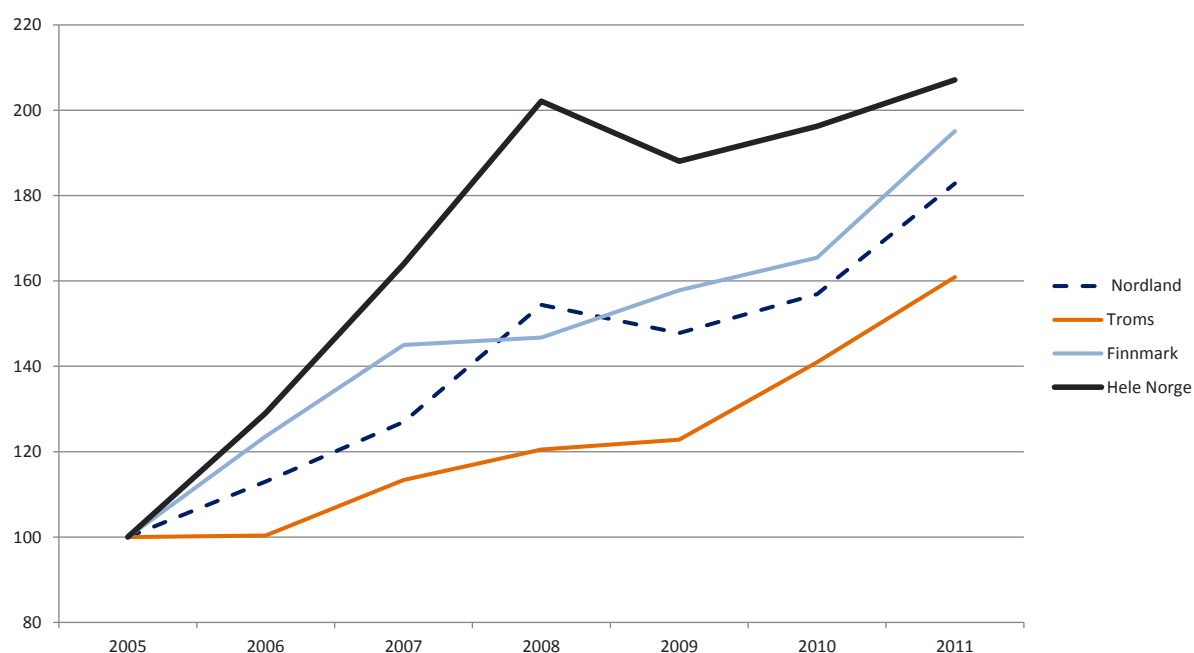
2011	Porteføljebedrifter	
Region	Andel verdiskaping	Antall ansatte
Midt-Norge	4 %	1 313
Nord-Norge	-1 %	759
Oslo	22 %	6 423
Sør-Norge	11 %	3 645
Vestlandet	49 %	14 014
Østlandet	14 %	3 773
Total	100 %	29 927

8.3. Det tradisjonelle bankmarkedet

Banker og andre aktørers utlånsvirksomhet utgjør en betydelig kilde til finansiering av næringsaktivitet, og Statistisk Sentralbyrå rapporterer at bankene lånte ut 63,5 milliarder kroner til nordnorsk næringsliv i 2011. I figuren under viser vi utviklingen i bankers lån til næringslivet i Norge totalt og i de tre fylkene i Nord-Norge fra 2005 til 2011. Den viser en kraftig økning i utlån fra 2005 til 2011. Den viser også at veksten i bankernes utlån til nordnorsk næringsliv har vært markant lavere enn i resten av landet, til tross for at den økonomiske veksten ikke har vært svakere i nord.²¹

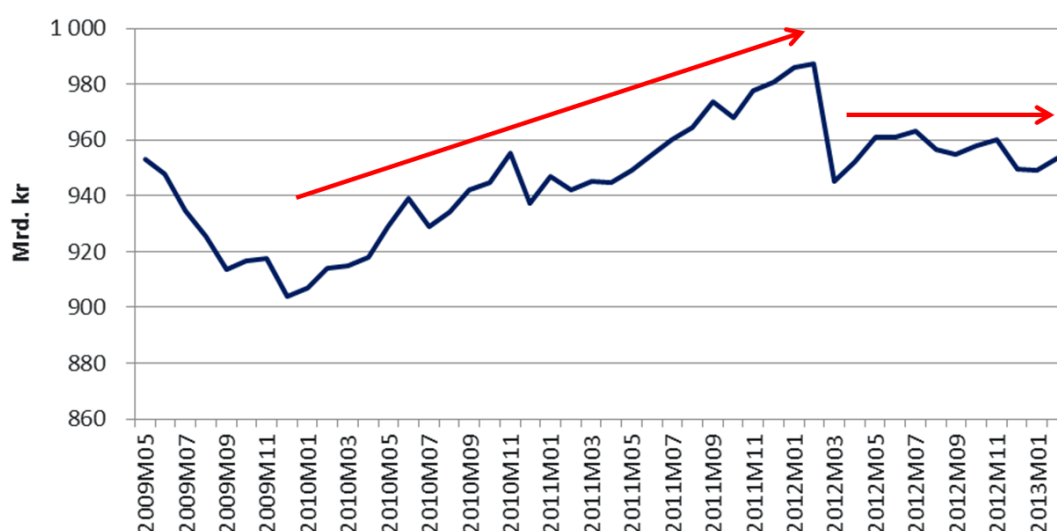
²¹ Tall som inkluderer utlån fra andre finansieringsinstitusjoner (kredittforetak, offentlige banker og institusjoner mm.) viser samme mønster

Figur 40: Bankenes utlånsvekst til næringslivet i Norge og de tre nordligste fylkene. Kilde: SSB



Bankene planlegger redusert utlånsvekst de neste tre årene innenfor bedriftsmarkedet. Hovedårsaken til dette er de nye egenkapitalkravene som skal bidra til finansiell stabilitet. Bankene må bygge opp en betydelig kjernekapital, og dette innebærer at kapital blir mer «risikobevist» - og dermed også dyrere. Dette vil få konsekvenser for næringslivets tilgang til tradisjonelle banklån, også i Nord-Norge. Data fra Statistisk Sentralbyrå tyder på at utlånsveksten nasjonal ble strammet inn allerede i 2012.

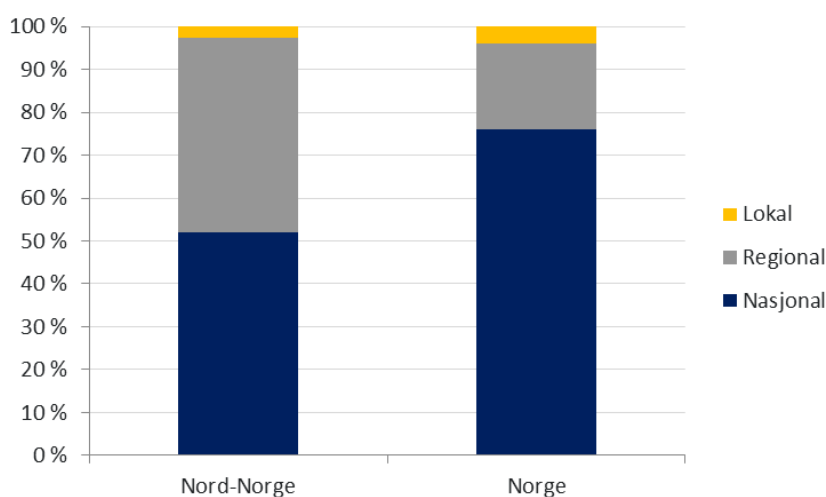
Figur 41: Bankenes utlån til ikke-finansielle foretak. Kilde: SSB



Menon har hentet data fra Skatteetaten og analysert markedsandeler for ulike typer banker: lokale, regionale og nasjonale. Lokale banker dekker primært banker med utlånsvirksomhet til bedrifter i et mindre antall kommuner. Regionale banker dekker gjerne ett eller flere fylker, og de fleste av dem er del i Sparebank 1

gruppen. Nasjonale banker dekker hele landet og inkluderer DnB, Nordea, Danske med flere. I Nord-Norge har regionale banker 45 prosent av samlede utlån til ikke-finansielle foretak.²² Som figuren under viser, så er dette en betydelig høyere andel enn i resten av landet. Dette skyldes nok den sterke stillingen til Sparebank 1 Nord-Norge, som er den eneste større banken med hovedforankring i Nord-Norge. Nasjonale banker er også aktive i landsdelen, men har på langt nær den samme markedsandel som i resten av landet, henholdsvis 52 prosent og 76 prosent. Lokale sparebanker har lavere markedsandel i nord enn nasjonalt, og det er mange nordnorske kommuner uten tilstedeværelse av en lokal sparebank. Menons nye analyser av kapitaltilgangen i norske kommuner viser at tilstedeværelsen av lokale sparebanker bidrar til bedre kapitaltilgang ved både økt sannsynlighet for å få lån og at størrelsen på lånene øker.²³ Den lave tilstedeværelsen av lokale sparebanker i nordnorske kommuner kan bidra til at små og mellomstore bedrifter har dårligere tilgang på fremmedkapital. Til en viss grad kan dette problemet kompenseres gjennom en distribuert struktur i Sparebank 1 Nord-Norge, da dette gjør at banken får et preg av å være lokal aktør.

Figur 42: Bankenes utlånssaldo til ikke-finansielle foretak (Menon definisjon), 2011. Kilde: Skatteetaten og Menon



8.4. Obligasjonsmarkedet

Obligasjonslån og sertifikater er et alternativ til de tradisjonelle banklånene, og de siste årene har det norske obligasjonsmarkedet vokst fra drøye 10 prosent til nærmere 25 prosent av fremmedkapitalmarkedet.²⁴ I dette markedet hentes kapital inn der banklån enten er for dyre eller banker ikke er villige til å finansiere på grunn av krav om sikkerhet. I tillegg benytter aktører med behov for store lån seg av dette markedet, fordi det er lettere å etablere store lån når det er mange kreditorer som tar en andel av lånet. Finansiering via obligasjonsmarkedet blir også ofte oppfattet som et mer fleksibelt instrument for kapitalinnhenting. Det er lettere å kombinere denne typen finansiering med andre typer kapitalinnhenting. Ofte går det raskere, og man kan lettere sette sammen en portefølje av et større antall kreditorer.

²² Vi benytter Menons definisjon på ikke-finansielle foretak og tar ut lån til andre banker, verdipapirfond, porteføljeinvesteringsselskaper, eiendomsselskaper, etc.

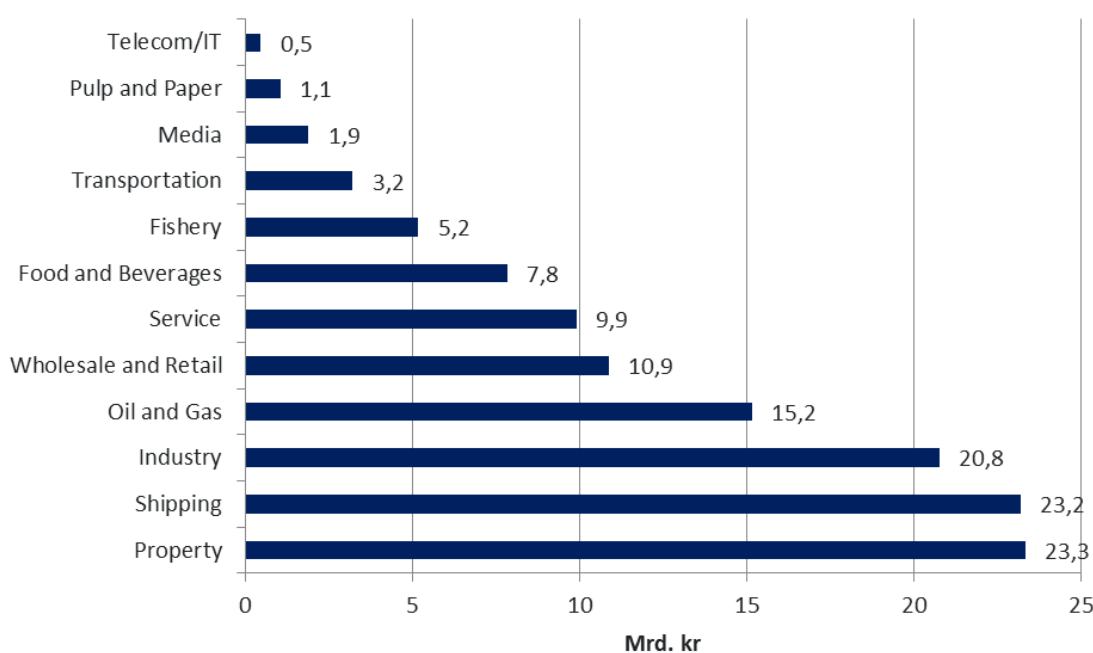
²³ Lokale sparebankers betydning for norsk næringsliv, Menon rapport 2013 (ikke publisert p.t.), Grimsby, Ulstein, Grünfeld og Holmen

²⁴ Kilde: Norsk Tillitsmann og Statistisk Sentralbyrå

Det er vanligvis verdipapirforetakene (meglerhusene) som gjerne legger til rette for bedrifters kapitalinnhenting i obligasjons- og sertifikatmarkedet. Prisen kan være alt fra under 1 prosent til opp mot 3 prosent av transaksjonen. Jo mer risikovillig kapital som skal hentes inn, desto høyere blir prisen. Kapitalinnhenting i form av obligasjoner fra høyt rangerte selskaper hos kredittvurderingsbyråene er priset betydelig lavere enn annen gjeld.

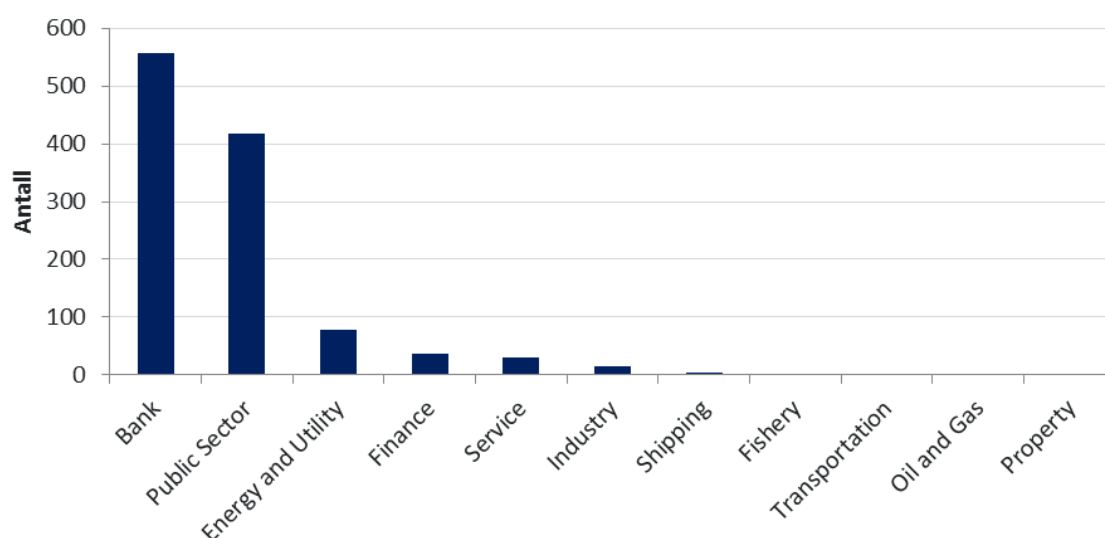
På grunn av Basel-regelverket om økte egenkapitalkrav i bankene er det grunn til å tro at obligasjonsmarkedet blir viktigere for næringslivet fremover. Store kapitalintensive prosjekter vil i økende grad bli finansiert i obligasjonsmarkedet, også for næringer som ikke har en tradisjon for å bruke denne formen for kapitalinnhenting. Det er uklart om resten av næringslivet vil gå samme vei. I figuren under har vi hentet ut data for utestående obligasjonslån for alle norske aksjeselskaper pr. 30. april, fordelt på næring. Det er 129 obligasjonslån på til sammen 123 milliarder kroner i utestående gjeld. Aktører innen shipping, eiendom og industri er de som i størst grad benytter obligasjonslån som kapitalkilde, men som figuren illustrerer, så er obligasjonslån benyttet som kapitalkilde i en rekke næringer.

Figur 43: Utestående obligasjonslån fra norske aksjeselskaper pr. 30. april 2013, fordelt på næring. Kilde: Norsk Tillitsmann



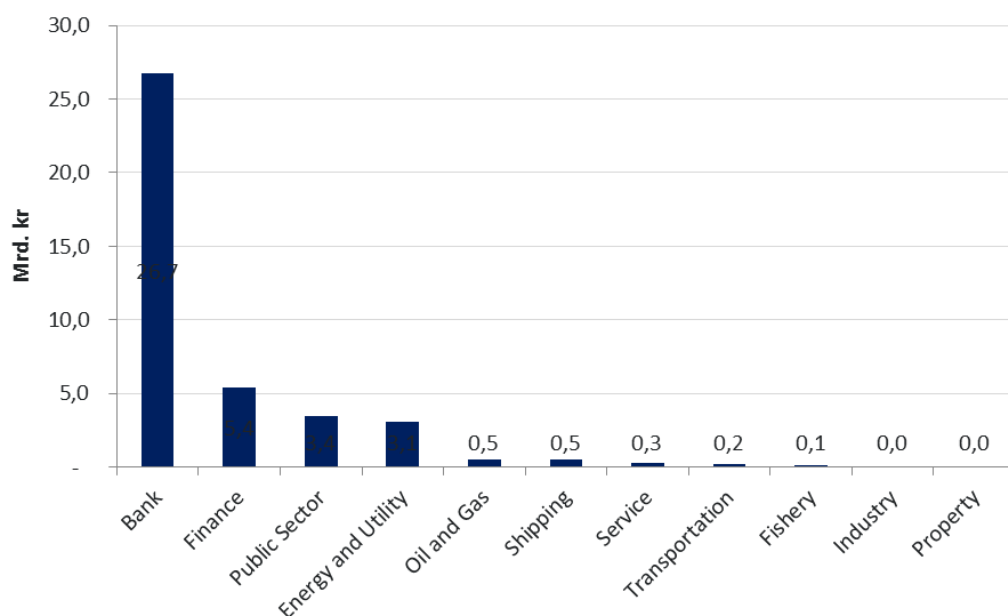
Nordnorske bedrifter benytter i liten grad obligasjonslån for å hente inn kapital. I perioden 1979 til 2013 har det til sammen blitt lagt ut 1149 obligasjonslån fra nordnorske aktører. Hele 88 prosent av dette er fra aktører innen bank, finans og offentlig sektor. 7 prosent er fra energisektoren, hovedsakelig kommunalt eide kraftselskap. Det er med andre ord svært få obligasjonslån som er lagt ut av det private næringslivet i nord de siste 34 årene.

Figur 44: Antall obligasjonslån utstedt av nordnorske aktører, 1979- mai 2013. Kilde: Norsk Tillitsmann



Per 30. april 2013 er det 127 utestående obligasjonslån på til sammen 40 mrd. kroner fra nordnorske aktører. Ser vi bort fra kapitalinnhenting til bank, finans, energi og offentlig sektor (inkludert offentlig eide selskaper), så er det ifølge Norsk Tillitsmann bare tre nordnorske selskaper med til sammen 612 mill. kroner i utestående obligasjonslån pr 30. april 2013: Hurtigruten, Codfarmers og Villa Organic (de to sistnevnte selskapene har omfattende aktivitet utenfor Nord-Norge). Nordnorske bedrifter er med andre ord ikke særlig aktive i å hente inn kapital fra obligasjonsmarkedet, men det er en viktig kilde for kapital til banksektoren. Når banksektoren nå strammer inn på utlånsveksten til næringslivet, er det en mulig løsning for store nordnorske bedrifter å hente inn kapital direkte i obligasjonsmarkedet. Det nordnorske næringslivet består av en stor andel småbedrifter (92 prosent i Nord-Norge vs. 89 prosent nasjonalt). For disse bedriftene er obligasjonsmarkedet i liten grad et reelt alternativ. Følgelig vil ikke obligasjonsmarkedet fungere like effektivt som en buffer i Nord-Norge for redusert utlån fra bank.

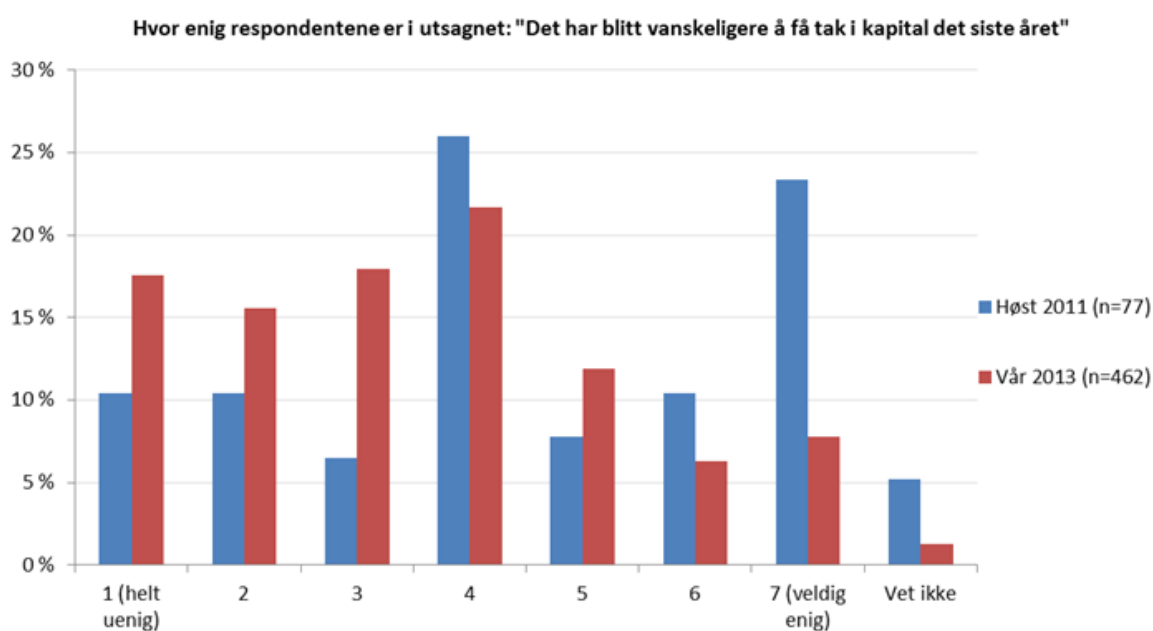
Figur 45: Utestående obligasjonslån utstedt fra nordnorske aktører. Kilde: Norsk Tillitsmann



8.5. Opplever næringslivet tilgangen på kapital som et problem?

I forbindelse med utarbeidelse av Konjunkturbarometer for Nord-Norge har vi spurt nordnorske bedrifter om deres tilgang på kapital. Resultatene tyder på at våre respondenter ikke har opplevd en innstramming av kapitaltilgangen det siste året. I figuren under sammenligner vi fordelingen av svarene fra vår undersøkelse våren 2013 med en tilsvarende undersøkelse Norut gjennomførte høsten 2011. Antallet respondenter i 2011 var betydelig lavere enn i 2013, og det er betydelig rom for feilkilder, men respondentene i 2011 rapporterer om et betydelig strammere kapitalmarked enn respondentene i 2013. Dette er overraskende sett i lys av medieoppmerksomheten rundt Basel regelverket og innstramming av kapitaltilgangen.

Figur 46: Bedriftsundersøkelsen for Konjunkturbarometer Nord-Norge vår 2013 og høst 2011. Hvor enig eller uenig respondentene er til utsagnet «Det har blitt vanskeligere å få tak i kapital det siste året»



9. Strategier for økt verdiskaping i nord

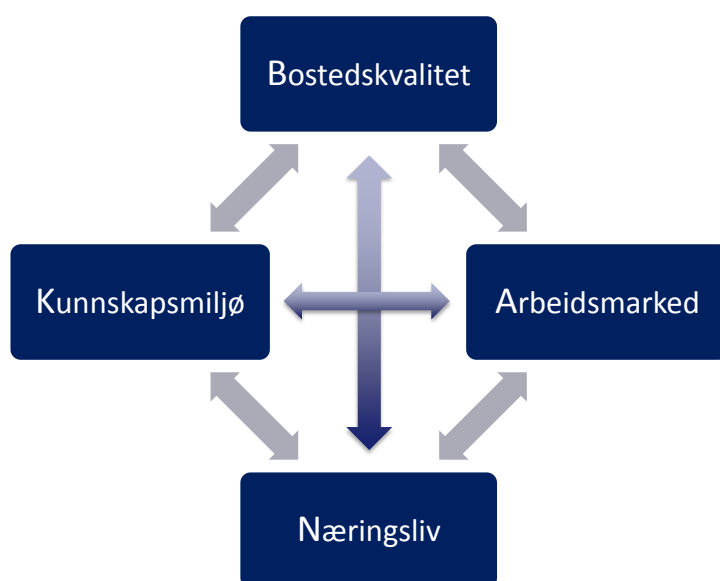
Nord-Norge har hatt en meget positiv utvikling de siste årene. Befolkningen vokser i alle tre fylker, og i 2012 vokste innbyggertallet i Nord-Norge med 0,8 prosent – på linje med landsgjennomsnittet for første gang på svært lenge. Næringslivets verdiskaping har også vist en sterk utvikling med høyere verdiskapingsvekst enn landsgjennomsnittet hvert år etter 2007. Dette har også ført til at lønnsnivået i næringslivet i Nord-Norge vokser mer enn landsgjennomsnittet. Fra 2004 til 2011 økte lønnsnivået i landsdelen med 5,4 prosent per år, mens landsgjennomsnittet lå på 4,6 prosent. Den høye lønnsveksten skyldes dels vekst i høyproduktive næringer som sjømat, maritim/offshore og fornybar energi, og dels et økende press i arbeidsmarkedet. Økende petroleumsaktivitet og generelt stor interesse for nordområdene bidrar til å forsterke det positive inntrykket av framtidsutsiktene.

I dette siste kapitlet benytter vi innsikten fra indikator- og næringsanalysene i de foregående kapitler – i kombinasjon med kunnskap om tunge trender som former myndigheters og næringers handlingsrom – til å drøfte strategier for langsiktig verdiskapingsvekst i nord. Strategiene er organisert i tre generelle strategier for regional utvikling; å spesialisere, å integrere og å komponere.

9.1. Innledning – generiske strategier for regional vekst

Befolknings- og næringsutvikling henger nært sammen. En regions attraktivitet og fremtidige vekstevne kan forstås som resultatet av fire gjensidig forsterkende elementer; bostedskvalitet, arbeidstilbud, næringsliv og kunnskapsmiljøer. Til sammen utgjør disse faktorene det vi kaller BANK-modellen. Lykkes man med å skape et sterkt kunnskapsmiljø, vil det styrke muligheten for å tiltrekke seg bedrifter som har behov for kunnskapen, noe som igjen vil øke attraktiviteten for mennesker som har kompetansen som bedriftene etterspør. Vekst i befolkningen vil føre til at butikk-, service- og kulturtilbudet i regionen vil utvides, hvilket styrker bostedsattraktiviteten.

Figur 47: BANK-faktorene – attraktivitetsmodell for regional næringsutvikling



Det er avgjørende at de fire elementene henger sammen. Det hjelper ikke å ha et kunnskapsmiljø i en region hvis de ikke utdanner unge mennesker til kompetanse som bedriftene trenger, eller hvis det driver med forskning som ikke er relevant for næringslivet i regionen. Kompetansen til befolkningen i regionen må også speile behovet til bedriftene, slik at ikke folk pendler ut mens annen arbeidskraft pendler inn. Sist men ikke minst må det være tilgang til boliger, og bostedsmiljøet må ha kvaliteter som verdsettes av menneskene man ønsker skal bo der.

Tre strategier bør følges for å lykkes med disse utfordringene:

- **Spesialisere** næringsliv, arbeidsmarkeder og kunnskapsaktører mot områder hvor regionen har potensial til å bli nasjonalt og eventuelt internasjonalt ledende
- **Integrere** arbeidsmarkeds-, kunnskaps- og næringsregionene, for å oppnå stordriftsfordeler, blant annet gjennom mer effektiv infrastruktur, digital kommunikasjon og møteplasser
- **Komponere** *bostedskvalitet, arbeidsmarkeder, næringsliv og kunnskapsmiljøer* (BANK-faktorene) slik at disse fire elementene passer sammen og forsterker hverandre

9.2. Spesialisere

Utfordring: Globalisering og lokaliseringskonkurranse mellom land og regioner

Selv om utviklingen ikke er lineær, tyder det meste på at globaliseringstrenden som har pågått i flere tiår, vil fortsette i mange år fremover. Geografiske markeder smelter sammen, noe som medfører at markedene og vekstmulighetene blir større. Samtidig befinner kundene seg i økende grad utenfor Norge, hvilket krever økt kompetanse, internasjonal erfaring, distribusjonskanaler og finansielle ressurser.

Internasjonal markedsintegrasjon fører også til at konkurrentene blir flere og større. For å lykkes på internasjonale markeder bør man helst ha noen strategiske ressurser som gir konkurransefortrinn overfor hele eller deler av markedet. Strategiske ressurser har imidlertid en tendens til å bli kopiert eller substituert bort over tid, slik at konkurransefortrinn må videreutvikles og fornyes kontinuerlig. Jakten på konkurransefortrinn er den viktigste årsaken til bedrifters lokaliseringsvalg – og dermed til lokaliseringskonkurranse mellom land og regioner.

Lokaliseringskonkurranse er ikke noe nytt, men av flere årsaker er lokaliseringskonkurransen blitt viktigere og hardere. Blant annet har bedrifter blitt mer internasjonale, noe som også gjør dem mer internasjonalt mobile. Dessuten er land og regioner blitt mer bevisste på mulighetene til å tiltrekke seg investorer, bedrifter og personer utenfra, hvilket skjerper konkurransen.

Mens konkurransen tradisjonelt har dreid seg om tilgang til naturressurser, billig arbeidskraft eller gunstige skattevilkår, dreies lokaliseringskonkurransen i økende grad mot tilgang på relevant kompetanse, kunnskapsmiljø og kunderelasjoner. Sagt på en annen måte går vi fra kostnadskonkurranse til kunnskapskonkurranse. Land og regioner som satser på å vinne lokaliseringskonkurransen ved å tilby de beste kunnskapsmiljøene har et svært viktig fortrinn. Fordi kunnskapsmiljøer er lite mobile, vil de være langt mer robuste mot endringer i markeds- og konkurranseforhold. Når en region med sterke kunnskapsmiljøer vinner i lokaliseringskonkurransen, bidrar det til å styrke kunnskapsmiljøene – og dermed til ytterligere styrking av lokaliseringseffortene. Disse selvforsterkende prosessene leder til *økt regional spesialisering* – ikke nødvendigvis innenfor produktområder og bransjer, men rundt kompetanseområder og basisteknologier. Dette er en betydelig utfordring for Nord-Norge, hvor kunnskapsmiljøene er relativt få, små og spredt lokalisert; det

er få eksempler på sterke næringsklynger i landsdelen. Vi ser utfordringen kanskje aller sterkest i maritim og offshore, hvor Norge har spesialiserte og sterke klynger på de fleste områder. Skal Nord-Norge kunne lykkes i konkurransen med disse – også når det gjelder petroleumsaktivitet i nordområdene – må næringen i nord spesialiseres.

Nord-Norges primære lokaliseringsfortrinn for næringslivet er fortsatt nærheten til ressurser som fisk, olje, mineraler og spektakulær natur. Indikatoranalysene i kapittel 2 og analysene av enkelt næringer i kapittel 3 til 7 viser at det er naturressurs-baserte næringer, særlig knyttet til havet, som har størst vekstpotensial i årene som kommer. Samtidig er det grunn til å forvente at kontinuerlig kunnskapsutvikling og innovasjon er nødvendig for at disse naturressursbaserte næringene skal lykkes. Trolig vil Tromsø og Bodø (og i noen grad de andre byene i landsdelen) fungere som kunnskapssentre for de samme næringene. Det har flere årsaker: Den kanskje viktigste er at det er i disse byene de store forsknings- og utdanningssentrene ligger, og det er i disse byene tilgangen på kunnskapsarbeidere er størst. Det er også her tilgangen på *generiske* kunnskapstjenester til hovedkontorer er størst. Innenfor visse næringer, som sjømat, helse, IT og telekommunikasjon, er også den næringsspesifikke kompetansen størst i Tromsø og Bodø. Lokaliseringsfortrinnene i Tromsø og Bodø er derfor annerledes enn i resten av landsdelen. Deres posisjon i lokaliseringskonkurransen vil i økende grad være rettet mot tilgang på relevant kompetanse, kunnskapsmiljøer og kunderelasjoner. Dette vil trolig være viktig for å løfte hele landsdelens konkurranseevne. Uten kunnskapstunge byer vil Nord-Norge lett ha forblitt en region, hvor bedrifter kommer sørfra for å utvinne og utnytte landsdelens naturressurser.

Hvorfor spesialisere?

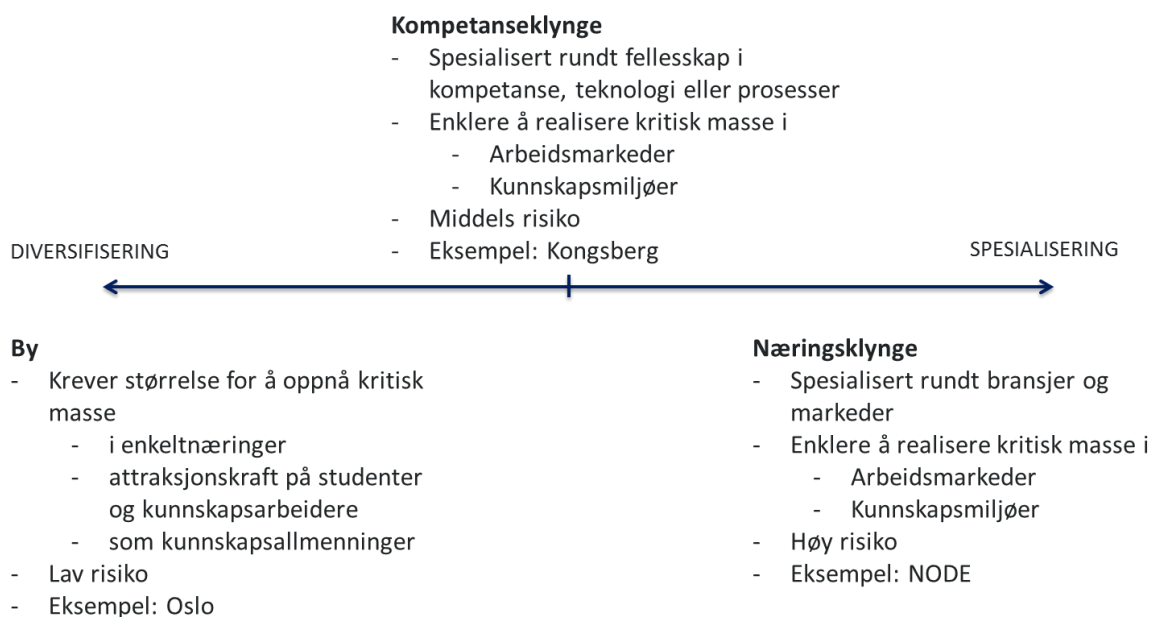
Næringslivet i en region kan være *diversifisert*, slik vi gjerne finner det i byer, eller *spesialisert*, slik vi finner det i næringsklynger. Er næringslivet diversifisert, er det vanskelig å få tilstrekkelig omfang på arbeidsmarkeder og kunnskapsmiljøer, noe som vil svekke næringslivets konkurranseevne. Dermed blir det vanskelig å nå kritisk masse i BANK-faktorene. Generelt vil det være slik at jo mer kunnskapsintensivt næringslivet er, og jo mer internasjonale markedene er, desto større må næringsmiljøene være for å oppnå kritisk masse. Oslo og andre større byer vil derfor neste alltid vinne i konkurransen om et diversifisert, kunnskapsbasert næringsliv. Ingen byer i Nord-Norge er store nok til å ha et nasjonalt konkurransedyktige diversifisert næringsliv, men på grunn av store avstand til Oslo, kan Tromsø og Bodø kanskje lykkes i å ha et diversifisert næringsliv som er konkurransedyktig i å betjene landsdelen.

Et spesialisert næringsliv, slik vi for eksempel finner i Maritimt Møre, oppnår enklere kritisk masse i BANK-faktorene. I de 12 kommunene som utgjør Maritimt Møre bor det 115.000 mennesker. Denne regionen har Norges mest komplette maritime klynge, med internasjonalt konkurransedyktige bedrifter langs alle steg i verdikjeden – skipsdesign, spesialisert utstysproduksjon, skipsbygging og rederier som utfører avanserte maritime operasjoner i offshorefelt over hele verden – har skapt vekst og velstand for hele befolkningen. Næringen blir stadig mer kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet, noe som er nødvendig for å videreutvikle konkurranseevnen internasjonalt, men som samtidig representerer en utfordring knyttet til kritisk masse i BANK-faktorene: Arbeidsmarkedene må fylles med spesialiserte kunnskapsarbeidere, hvilket både krever styrking av kunnskapsmiljøet og evne til å tiltrekke spesialister fra resten av Norge og fra andre land. En annen utfordring er at spesialiserte næringsklynger er mer eksponert for risiko enn diversifiserte byer er. Skulle offshoremarkedet kollapse, ville det få dramatiske konsekvenser for hele regionen, og spesielt for lokalsamfunn som Ulsteinvik og Fosnavåg.

Det er mulig å velge en næringsutvikling som fanger opp det beste fra diversifisering og spesialisering. I stedet for å spesialisere næringslivet mot en bestemt næring, kan man satse på å utvikle en felles

kompetanseplattform som har relevans for flere næringer. Kongsberg er et eksempel på en region som har blitt en *kompetanseklynge* for tekniske fagfelt som følge av spesialiserte arbeidsmarkeder. Til tross for at de store bedriftene i Kongsberg opererer innenfor ulike næringer med ulike produkt som selges i ulike markeder, har de et fellesskap i kompetansebehov. Kongsberg har derfor en av de høyeste konsentrasjonene av sivilingeniører i Norge. Næringsmiljøet og arbeidsmarkedet henger med andre ord tett sammen. Inntil for noen år siden var høyskolemiljøet i Kongsberg det svake ledd i BANK-modellen. Da næringsmiljøet i Kongsberg fikk status som Norwegian Centre of Expertise (NCE) i 2006 var styrking av høyskolen et av de viktigste tiltakene man igangsatte. Det ble blant annet etablert et masterstudium i Systems engineering, og det ble etablert nære koblinger mellom bedriftene og høyskolen.

Figur 48: Strategier for næringsutvikling fra by til næringsklynge



Det er også mulig å spesialisere seg mot andre faktorer enn kompetanse, for eksempel naturressurser eller livsstilsfaktorer og bostedskvalitet. Skisportdestinasjonen Åre i Sverige er et eksempel på en liten innlandsregion som har satset på å tiltrekke seg personer og familier som ønsker å bo et sted hvor de kan dyrke friluftsliv og sportsaktiviteter. Dette har ført til at innflyttere har etablert en rekke småbedrifter basert på natur- og aktivitetsmulighetene i Åre. Dermed har man også lyktes med å skape en levende bygd med helårsarbeidsplasser.

Hvordan bør nordnorsk næringsliv spesialiseres?

Det er naturlig å nærme seg spørsmålet om spesialisering i Nord-Norge i to trinn; a) prioritere mellom næringer; og b) prioritere innad i næringer. Hvem som skal stå for spesialiseringen, med andre ord hvem som er adressaten for strategien, er et annet spørsmål. Myndigheter, gjennom næringspolitikk, samferdselspolitikk, kunnskapspolitikk og virkemiddelapparatet, kan gjøre spesialiserte prioriteringer. Det samme kan banker gjennom bransje-/sektorsatsing, investorer, bransje-/interesseorganisasjoner og bedriftsledere.

I kapittel 2 analyserte vi nordnorsk næringsliv komparativt – med utgangspunkt i 20 indikatorer som til sammen – sier noe om næringenes fremtidige vekst- og lønnsomhetspotensial i landsdelen. Vi valgte ut fem næringer

som vi har spesielt tro på; sjømat, fornybar energi og miljø, maritim, reiseliv, samt bygg og anlegg. Innenfor disse næringene er det i større eller mindre grad behov for spesialisering for å lykkes i konkurransen:

Reiseliv: Nord-Norge har noen åpenbare konkurransefortrinn, men også konkurranseulempen, knyttet til reiseliv. Naturen er unik, og det finnes ingen andre steder i verden hvor arktiske naturopplevelser er tilgjengelige på samme. På den annen side er Norge et høykostland, reiselivet er arbeidsintensivt, bedriftene er små og til dels kompetansesvake, og Nord-Norge er langt fra de store markedene. Det er derfor nødvendig å ta tydelige og smale posisjoner på områder hvor opplevelsene er unike og rette markedskommunikasjon mot «special interest groups». Nordlysturisme er et opplagt eksempel. Fugletitting, hvalsafari og Lofotfiske er andre.

Maritim: Maritim næring i Nord-Norge er tredelt, men det er kun ett av disse områdene som har et stort vekstpotensial; offshore. Men også innenfor maritim offshore er det behov for en betydelig spissing, fordi det finnes flere sterke klynger i Sør-Norge som har kritisk masse av kompetanse og bedrifter. Innenfor arktiske maritime operasjoner og teknologi er det mulig for næringen i nord å bli konkurransedyktig – både fordi kompetansen allerede er høyt utviklet, og fordi nordnorske aktører har nærhet til de arktiske utfordringene.

Fornybar energi og miljø: Spesialiseringens behovet er like stort innen fornybar energi og miljø som i reiseliv og maritim, men det er vanskeligere å peke ut ett område som har spesielt stort potensial. Før solenergi-markedet stupte ville solteknologimiljøet i Narvik vært en opplagt kandidat, men potensialet er mer usikkert nå.

Sjømat: Sjømat, det vil si oppdrett, fiskeri og foredlingsindustri, er den næringen hvor Nord-Norge har klart sterkest posisjon i dag. Det er grunn til å tro at posisjonen kan forsterkes og videreutvikles i årene fremover. Som et tyngdepunkt i en næring, hvor Norge har en sterk internasjonal posisjon er ikke behovet for spesialisering så påkrevd som i andre næringer. Likevel er det viktig å tenke nøye gjennom hva strategivalg næringen bør ta i årene fremover: Er det for eksempel bedre å videreutvikle posisjonen som verdensledende på rød fisk enn å eksperimentere med nye arter?

Bygg og anlegg: Bygg og anlegg skiller seg fra de fire andre næringene ved at det i all hovedsak er en regional næring som betjener alle de andre næringene og offentlig sektor – i tillegg til et privat boligmarked. Det er derfor mindre behov for spesialisering innenfor bygg og anlegg, men i årene fremover vil det komme mange store infrastruktur- og byggeprosjekter. Dermed er det viktig at det utvikles noen selskaper som er tilstrekkelig store til å konkurrere om disse store oppdragene.

Til slutt er det naturlig å legge til at også enkeltbedrifter bør ha en spesialisert strategi. Det gjelder også for kunnskapsbedrifter som leverer generiske tjenester. Hvis de skal være konkurransedyktige i kampen om hovedkontortjenester til nordnorske selskaper som opererer i internasjonal konkurranse, må de selv være spesialiserte!

9.3. Integrere

Utfordring: Urbanisering – økt konkurranse om å tiltrekke og beholde kunnskapsarbeidere

Over hele verden trekkes folk mot befolkningssentra. I Norge går flyttestrømmene fra småkommuner til byene, fra nord til sør og fra vest til øst. Oslo og kommunene som omkranser hovedstaden har klart høyest befolkningsvekst. Også regionhovedsteder som Bergen, Trondheim, Stavanger og Tromsø, har høy vekst. Trenden gjelder spesielt for kunnskapsarbeidere. Unge mennesker reiser til universitetsbyene for å ta

utdanning, og mange trekker mot Oslo for å finne interessante jobber. Den samme utviklingen gjelder innad i Nord-Norge, hvor innbyggertallet i Tromsø og Bodø har vokst med 19 prosent siden 2000, mens Nord-Norge som helhet kun vokste med 2 prosent.

Dette er typisk selvforsterkende mekanismer: Jo større og mer sentral regionen er, desto sterkere er tiltrekningskraften. Den kjente økonomen Paul Krugman var tidlig ute og viste at økonomisk aktivitet har en tendens til å hope seg opp i geografisk begrensede regioner. Det er særlig tre mekanismer som er viktige for denne typen opphoping: Regionene tiltrekker seg de største og mest ambisiøse talentene, kunnskapsbedriftene lokaliserer seg der talentene er, og bedriftene søker seg dit det finnes mange spesialiserte og gode leverandører og kunder.

Det er nær sammenheng mellom befolkningsutvikling og utvikling av næringslivet. Høy arbeidsdeltakelse og lav arbeidsledighet innebærer at økt sysselsetting ikke kan skapes uten innflytting eller innpendling. Dette er en svært sentral problemstilling i Nord-Norge, der arbeidsledigheten er lav. Samtidig går flyttestrømmer fra distriktene til byene, spesielt av unge mennesker i utdanningsfasen. Sentralisering skjer på alle nivåer; mellom landsdeler, innad i landsdeler, mellom kommuner og innad i kommuner. Generelt er det i norsk næringsliv en overgang fra tradisjonell industri. Nærhet til innsatsfaktorer som energi, råvarer og transport-årer har vært avgjørende for lokaliseringen av bedriftene, til tjenester der nye lokaliseringsfaktorer. Spesielt har nærhet til kunnskapsmiljøer og tilgang på relevant arbeidskraft vært viktig.

Ytterligere er skillelinjene mellom arbeid og fritid blitt stadig mer utflytende: Folk realiserer sine drømmer og ambisjoner gjennom jobbvalg, hvor livsstil og verdier blir stadig viktigere for *hva* man vil drive med, og *hvor* man vil gjøre det. Samtidig stiller man stadig høyere krav til livskvalitet utenfor jobben, for eksempel i form av oppvekstmiljø, tilgang på offentlige og private service-faktorer, samt kultur- og aktivitetstilbudet der man bor.

Tilgang på nok og kvalifisert arbeidskraft er avgjørende for vekst i næringslivet i en region, spesielt når næringslivet i stor grad er rettet mot lokal tjenesteyting. Næringslivet konkurrerer i tillegg med en betydelig offentlig sektor om arbeidskraften, noe som forsterker utfordringen.

Hvorfor integrere?

Regional integrasjon handler om å gjøre regionene større, sett fra et funksjonelt perspektiv. Redusert reisetid, fjerning av byråkratiske hindre og etablering av kommunikasjonsarenaer er eksempler på kilder til funksjonell integrasjon. Det betyr at kommunesammenslåing, kommunalt samarbeid og sammenslåing av videregående skoler og høyskoler også er virkemidler for integrasjon. Klarer man å integrere to regioner, øker muligheten for å realisere kritisk masse i arbeidstilbud, kunnskapsmiljøer og næringsliv, samtidig som regionen blir mer attraktiv som bosted.²⁵

Blir økonomiske regioner for små, er det vanskelig å oppnå kritisk masse i bostedskvaliteter, arbeidstilbud, kunnskapsmiljøer og næringsliv. Kritisk masse handler om å nå en terskel hvor en økonomi eller et system er selvoppholdende. For eksempel må en høyskole ha en tilstrekkelig stor fagstab for å kunne tilby et variert studietilbud av høy kvalitet, noe som er nødvendig for å kunne tiltrekke en tilstrekkelig stor studentmasse på et tilstrekkelig stort faglig nivå. For å oppnå den nødvendige fagstaben må høyskolen tilby et fagmiljø som er stort og kompetent nok til å kunne tiltrekke seg gode fagpersoner. Det vil kreve store investeringer og langsiktighet å bygge et kunnskapsmiljø med tilstrekkelig tiltrekningskraft på både studenter og fagpersoner fra «grunnen».

²⁵ Integrasjon øker bostedskvaliteter som skoletilbud, butikk- og tjenestetilbud og kulturtilbud. For ordens skyld bør det presiseres at dette ikke nødvendigvis styrker attraksjonskraften overfor alle. For mennesker som ønsker å bo på små og oversiktlige steder, kan regional integrasjon oppleves negativt.

Det fine er at når kritisk masse er nådd, opprettholdes og forsterkes tiltrekningskraften av seg selv. De samme resonnementer gjelder for de tre andre BANK-faktorene; bostedskvaliteter, arbeidstilbud og næringsmiljøer.

Infrastrukturinvesteringer er det viktigste virkemiddelet for regional integrasjon, fordi det reduserer reiseavstand. Dermed blir jobbmulighetene større for folk (arbeidsmarkedene øker) og tilgangen på relevant kompetanse for bedriftene blir større. Infrastrukturprosjekter har en direkte effekt på kritisk masse i arbeidstilbud, kunnskapsmiljøer og næringsliv, men ofte vil kommunikasjonsmessig integrasjon også ha en langsiktig dynamisk effekt. For eksempel må en tunnel eller bro ha et tilstrekkelig trafikkgrunnlag for å være samfunnsøkonomisk lønnsom. Imidlertid kan broen/tunnelen føre til at to næringsområder blir tettere, noe som kan gjøre det lettere å tiltrekke seg relevant kompetanse.

Hvordan bør regioner i Nord-Norge integreres?

Regional integrasjon i Nord-Norge må ta høyde for at landsdelen har store avstander. Man må derfor spørre seg om det er hensiktsmessig å operere med en ambisjon om å arbeide for en funksjonell region i hele landsdelen. Svaret blir fort nei. I evalueringen av tiltakssonen i Finnmark og Nord-Troms ble dette problemet godt illustrert. Tiltakssonen består i realiteten av fem til seks ulike funksjonelle regioner der arbeidstilbudet, næringslivets etterspørsel og kunnskapsproduksjonen kan ses som et samlet system.

Med dette som bakgrunn, samt de utfordringer næringene står overfor i tiden fremover, tror vi det er hensiktsmessig å fokusere på økt integrasjon i de regioner som har potensial for å vokse seg sterke, og da særlig innenfor de næringer vi har trukket frem tidligere i rapporten. Å satse på å gjøre regionsentrene funksjonelt større gjennom utbedret infrastruktur er også helt i takt med det Kompetansearbeidsplassutvalget kom frem til i sin utredning²⁶. Til en viss grad står dette i kontrast til hva man har prioritert i Nasjonal Transportplan. Her har man vært mer opptatt av å binde regionene i Nord-Norge bedre sammen, samt å styrke korridorene mot utlandet (eksempelvis utbedring av Ofotbanen). Vi mener at planen i alt for liten grad prioriterer de behov som må tilfredsstilles for at regionene skal kunne fungere ut fra BANK-kriteriene, noe som igjen sikrer selvforsterkende næringsdynamikk. I nasjonal transportplan synliggjør man at det særlig finnes seks regionale soner som er (eller har potensial til å bli) velfungerende og tilstrekkelig integrerte regioner. Disse er:

- *Helgeland*, stor innen havbruk og Maritim/offshore leverandørindustri, men også prosessindustri
- *Bodø – Salten*, Maritim offshore, havbruk, utdannings- og administrasjonssenter, noe industri
- *Midtre Hålogaland*, fiskeri/havbruk, fornybar energi/teknologi, industri og transport/logistikk
- *Tromsø med omland*, utdannings- og administrasjonssenter, forskning, fiskeri/havbruk
- *Hammerfest – Alta*, petroleum, utdanning, fiskeri, handel og service
- *Kirkenes – Varanger*, maritim, bergverk, administrasjon, fiskeri, nærhet til Russland

Vi ønsker særlig å trekke frem tre av disse regionene som har spesielt tydelige problemer knyttet til lav funksjonell integrering.

1. Tromsø med omland lider under et dårlig utviklet veinett, der E8 har lav kvalitet. Samtidig er det et faktum at befolkningen er konsentrert og at omlandet i liten grad er utnyttet som bosteds- og arbeidsområde. Sammenlignet med Salten er Tromsø svært konsentrert med hensyn til aktivitet. Det

²⁶ NOU 2011:3 Kompetansearbeidsplasser – drivkraft for vekst i hele landet,

er god grunn til å forvente at styrket integrasjon gjennom veiinvesteringer i denne regionen vil gi høy avkastning. Både reiselivsnæringen, maritim/offshore og bygg- og anleggsnæringen vil kunne nyte godt av dette.

2. Det er behov for et mer effektivt transportsystem i Midtre Hålogaland som i større grad inder Narvik, Harstad, Lofoten/Svolvær og Vesterålen sammen i en region. Her ligger det inne enkelte investeringer i NTP, men her kunne man trygt satse mer. På denne måten vil man kunne skape tettere koblinger mellom kunnskapsmiljøene i Harstad og Narvik, man vil lette logistikk-arbeidet med senter i Narvik, man vil gjøre det lettere og mer attraktivt for reiselivsvirksomhet med fokus på Lofoten/Vesterålen og man vil kunne forberede for eventuelle utbygginger av olje og gassvirksomhet, der de sentrale aktørene i dag befinner seg i Harstad og Ofoten.
3. Hammerfest-Alta: Her finnes det store muligheter til å øke funksjonaliteten i regionene ved å gjøre reiseavstanden mellom de to byene kortere. Kompetanse knytte til bygg- og anlegg, transport og regulering/offentlig administrasjon i Alta vil kunne integreres med petroleumsrelatert kompetanse i Hammerfest.

I tillegg til å satse sterkere på denne typen regional integrasjon er det viktig å følge opp med enklere tilgang til og fra, og mellom de ulike regionene i landsdelen. Her spiller primært luftfartspolitikken en sentral rolle. Etablering av sterkere hub-flyplasser i tilknytning til de seks nevnte regionene er en riktig vei å gå; herunder en større flyplass på Helgeland, i Lofoten.

9.4. Komponere

Utfordring: De-industrialisering

De fleste OECD-land har gradvis blitt deindustrialisert de siste ti til tjue årene. Prosessen skyldes at arbeidsintensiv industri i høykostnadsland er blitt utkonkurrert av land med god tilgang på lavtlønnet arbeidskraft. Arbeidskraften som er blitt frigjort fra industri har i stor grad gått til privat tjenesteyting og offentlig forvaltning. Etter finanskrisen i 2009 har prosessen skutt fart, blant annet gjennom nedleggelser, utflyttinger og nedbemanning av industribedrifter. 1970 var nesten en fjerdedel av de yrkesaktive i Norge ansatt i industri. I 1995 var andelen falt til 13 prosent, og i dag er den på under 10 prosent.

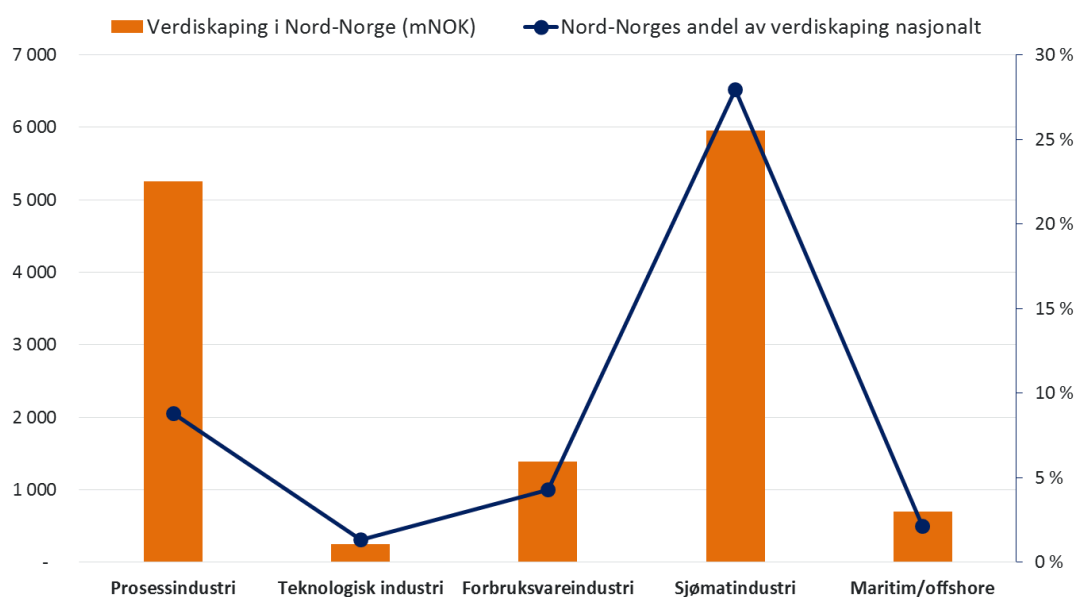
På mange måter kunne man ventet at deindustrialiseringen skulle gå enda raskere i Norge enn i andre europeiske land, fordi lønnsveksten er spesielt høy i Norge og på grunn av sterk norsk valuta. To forhold har trolig bidratt til å dempe fallet. Det ene er de sterke konjunktorene i offshoreindustri, og det andre er at deler av industrivirksomheten er rettet mot et skjermet hjemmemarked. For Nord-Norges del kan vi også legge til at tilgangen på naturressurser i landsdelen har dempet deindustrialiseringen.

Samtidig som industrisysselsettingen faller, øker produktiviteten i industrien kraftig, i form av at stadig færre ansatte skaper stadig større verdier. Industriens produktivitet økte med 31 prosent fra 1995 til 2009 i Norge. I land som Sverige, Storbritannia og USA var veksten enda høyere.

Norge skiller seg ut fra andre de fleste OECD-land ved at industrisektoren er blitt todelt. Offshorerettet industri opplever høy vekst, mens resten av industrien sliter med svake internasjonale markeder og kostnadspress. Etter 2008 har sysselsettingen i offshore leverandørindustri økt med 9 prosent, mens den har falt med 7 prosent i industrien som helhet. Den klare todelingen av industrien skulle isolert sett ramme Nord-Norge hardere enn resten av landet, fordi kun to prosent av Norges maritime og offshorerettet industri foregår i Nord-Norge, mens landsdelen har mer enn 8 prosent av industriens totale verdiskaping i Norge. Nord-Norges

rolle i industri-Norge illustreres i figuren nedenfor, hvor norsk industri er inndelt i fem grupper. De oransje søylene viser hvor stor verdiskaping de fem industriene står for i Nord-Norge, mens punktene i den blå kurven viser Nord-Norges andel av de samme industriene. Ikke overraskende er det innenfor sjømatindustri (det vil si oppdrett og foredlingsindustri) både verdiskapingen og andelen av industrien nasjonalt er størst. Nesten 30 prosent av verdiskapingen ligger i Nord-Norge. Også innen prosessindustri er verdiskapingen stor, men fordi denne industrien er vesentlig større enn sjømat på landsbasis, er andelen kun 9 prosent. Teknologisk industri er det svært lite av i Nord. Lykkes Nord-Norge med å bygge en konkurransedyktig maritim/offshore næring, vil det trolig også vokse frem en teknologisk industri som betjener denne næringen.

Figur 49: Verdiskaping i fem industrier i Nord-Norge, i absolutte tall i 2011 og Nord-Norges andel av industrienes verdiskaping nasjonalt. Kilde: Menon



Prosessindustri og fiskeforedling har tradisjonelt vært lokalisert i tettsteder og småbyer. Ofte har tettstedene blitt bygget som følge av industrien, ikke omvendt. Når denne type hjørnesteinsbedrifter legges ned, kan arbeidsledigheten bli langvarig, fordi innbyggernes kompetanse og identitet i stor grad er knyttet til industribedriftene. Det er vanskelig for de ansatte å få nye jobber, siden det ikke finnes bedrifter som har bruk for kompetansen deres. Og det er vanskelig å etablere nye virksomheter, fordi det ikke finnes relevant kompetanse i regionen. Sagt på en annen måte leder deindustrialisering til at regionenes BANK-faktorer ikke lenger passer sammen.

Hvorfor komponere?

En region trenger *kritisk masse* i BANK-faktorene. Med kritisk masse mener vi at faktoren har tilstrekkelig omfang til å være *selvoppholdende*, det vil si at man ikke er avhengig av stimulans utenfra. For eksempel har næringslivet kritisk masse, dersom verdiskapingen øker. Dette vil igjen krever at nyetableringene og veksten blant eksisterende bedrifter er større enn utflyttingene og nedleggelsene. Og bostedskvaliteten har kritisk masse dersom befolkningen vokser, noe som krever at innflyttingene og fødselsoverskuddet er større enn utflyttingene. Siden BANK-faktorene påvirker hverandre gjensidig, kan kritisk masse i en faktor styrke muligheten for å oppnå kritisk masse i andre faktorer. På den måten er det mulig å oppnå selvforsterkende vekst – det vil si at de fire elementene i BANK-modellen styrkes som resultatet av dynamikken mellom dem.

Det er viktig å presisere at det ikke er tilstrekkelig å ha kritisk masse i hver av faktorene: Gjensidig forsterkning krever at BANK-faktorene er relevante for hverandre. Det innebærer at faktorene må *komponeres* i sammenheng.

Sammenlignet med en del regioner i Sør-Norge fremstår BANK-faktorene relativt godt komponert i Nord-Norge. I Østfold og Vestfold, to fylker med høy befolkningsvekst, er det svak sammenheng mellom bostedsattraktivitet og de andre faktorene. Folk, gjerne med høy utdanning, flytter til disse fylkene på grunn av attraktiv natur og relativt rimelige boliger, ikke fordi de har en kompetanse som passer til næringsliv og kunnskapsmiljøer i fylket. Denne utfordringen gjelder i liten grad for Nord-Norge. Selv om naturen er unik, er det neppe mange som flytter til landsdelen – eller som velger å bli boende der – uavhengig av profilen på næringsliv og kunnskapsaktører. Til det er pendleravstanden til andre regioner for stor. Kontinuiteten i befolkning og næringsliv er også så høy at arbeidsmarkedene i hovedsak er godt tilpasset næringslivets behov, selv om stedene gjerne er små og avstandene store. Sunnmøre er et godt eksempel på en region hvor BANK-faktorene er godt kombinert. Kunnskapsmiljø og næringsliv er tett integrert og gjensidig forsterkende, og attraksjonskraften overfor eksisterende befolkning og innbyggere ligger i arbeidsmarkedene som matcher næringslivets og kunnskapsaktørenes behov.

Hvordan bør BANK-faktorene komponeres i nord?

De fire BANK-faktorene bør komponeres, slik at man ikke bare oppnår kritisk masse i enkeltfaktorer, men at de forsterker hverandre på en måte som skaper selvforsterkende vekst. Bostedskvaliteter, arbeidstilbud og kunnskapsmiljøer bør i størst mulig støtte opp under den næringsmessige spesialisering som regionene i Nord-Norge har potensial til å lykkes med.

Vi vil særlig trekke frem et potensielt voksende misforhold mellom arbeidstilbudet og næringslivets kompetansebehov. Næringslivet i nord konkurrerer om arbeidskraften med næringslivet i andre deler av landet. For at regionen skal lykkes med å tiltrekke seg nok relevant arbeidskraft må næringslivet, det offentlige og kunnskapsmiljøene sammen sørge for at det legges til rette for å oppnå tilstrekkelig attraktivitet for kunnskapsarbeidsplasser i nord. Lykkes man ikke med dette, vil det bli vanskelig for de fem næringene vi har analysert å utvikle posisjoner som nasjonalt ledende og internasjonalt konkurransedyktige.

Skal næringslivet i landsdelen lykkes i internasjonal konkurranse, er det behov for betydelig vekst i næringer som finans, IKT, juridiske og andre kunnskapstjenester som kan tilføre næringene avansert *generisk* kompetanse i landsdelen. Det er, som beskrevet i tidligere kapitler, forventet høy vekst i offshore, maritim, sjømat, reiseliv og fornybar energi. Det er behov for høy og *spesialisert* kompetanse innenfor disse næringene. Det vil bli svært krevende å tiltrekke den nødvendige kompetansen utenfra. Det vil være dyrt, og det er stor fare for at medarbeiderne vil flytte ut av landsdelen igjen etter noen år. Derfor er det viktig at det langsiktige utdanningsbehovet utvikles i tett samarbeid mellom næringsliv og kunnskapsinstitusjonene. *Næringsliv og kunnskapsaktører må forme hverandres fremtid.*

Mer konkret: Næringslivet bør engasjere seg enda mer i kunnskapsmiljøenes forsknings- og utdanningsaktiviteter og gi tydelige signaler om hva slags kunnskap og kompetanse de har behov for. Kunnskapsmiljøene bør på sin side prioritere fagområder, forskningstemaer og utdanningsformer (inkludert etter- og videreutdanning) som næringslivet har behov for. Norges Banks regionale nettverk, NAVs undersøkelser og KBs bedriftsundersøkelse for Nord-Norge viser alle at regionen trenger både ingeniører og flere fagarbeidere. Bedriftene forteller at produksjonen begrenses på grunn av mangel på kompetent arbeidskraft. Her må også næringslivet selv ta i et tak for å bedre på situasjonen. Samtidig som det rapporteres

om skrikende mangel på faglært arbeidskraft, sliter NAV med å finne lærlingeplasser. Dette paradokset kan tyde på at bedriftene i Nord-Norge hverken tenker langsiktig nok, eller er flinke nok til å bidra i utdanningen av den fagkompetansen som trengs. I tillegg til å tilby lærlingeplasser kan fylkeskommunene bidra med å legge til rette for bruk av utenlandsk arbeidskraft, for eksempel ved å tilby språkkurs.

Vi har tidligere påpekt at regionene bør bli funksjonelt større for å oppnå kritisk masse i BANK-faktorer, spesielt knyttet til kunnskapsmiljøer. En flaskehals mot dette er tilgangen på boliger. I byer som Tromsø og Bodø har boligprisene steget kraftig de siste årene, blant annet som følge av boligmangel. Ved å legge til rette for større boligbygging i de større byene, for eksempel regulere flere områder til boligformål, og ved å prioritere samferdselsinvesteringer inn og ut av byene, stimulerer man til funksjonell integrasjon og dermed til at arbeidstilbudet kan vokse i takt med næringslivets behov.