



BUSKERUD I VERDEN



NHO



**NORGE ER ET AV VERDENS TI MEST
KONKURRANSEDYKTIGE LAND - ENN SÅ LENGE.
GLOBALISERINGEN GIR OSS BÅDE MULIGHETER
OG UTFORDRINGER.**

NORGE I VERDEN

Gjennom et ambisiøst prosjekt kalt "Norge i Verden" skal NHO løfte opp både utfordringer og muligheter knyttet til globalisering. Målet er å informere og øke bevisstheten til opinion, bedrifter og politikere om hva globaliseringen representerer av utfordringer og muligheter for Norge.

Utgangspunktet er at Norge i dag definitivt er en "global vinner". Utfordringen er å skape enighet om at det er nødvendig med diverse tiltak, til tross for at det går så bra i Norge. Dette må gjøres for å styrke Norges posisjon både som en av verdens mest konkurransedyktige nasjoner og et av verdens beste land å leve i.

Det er ingen selvfølge at et land forblir på toppen av de forskjellige rankingene. Det finnes flere eksempler på at land i løpet av ti år har rast fra posisjoner som foregangsland både økonomisk og sosialt, til å havne langt nede på listen. Disse landene, som på mange måter er sammenlignbare med Norge – som Sverige og Tyskland, har blitt rammet av ny konkurranse og endret global arbeidsdeling. De har ikke i tilstrekkelig grad klart å omstille seg, og resultatet har blitt store problemer.

Målet med Norge i Verden er å sørge for at enkeltindivider, bedrifter og politikere innser at vi er tjent med å sette igang tiltak nå som kan sikre at Norge beholder posisjonen som et av verdens ti mest konkurransedyktige land også i 2015.

Oljerikdommen og det faktum at Norge som nasjon har lyktes med å omstille seg mer de siste tiårene enn de fleste andre land, kan lett utvikle forestillinger om at vi ikke behøver å endre oss. Omstillinger er svært ofte smertefulle og upopulære, og land med oljeformue og oljeinntekter av det omfang vi har i Norge, kan komme til å vike unna nødvendige endringer.

Hovedelementene i Norge i Verden er først å utvikle det politiske grunnlaget NHO skal basere sin argumentasjon på. Det skjer gjennom utarbeidelsen av et omfattende policydokument som skal beskrive endringene og konsekvensene for Norge. Deretter beskrives hvilket handlingsrom vi har og hvorfor vi må utvikle en helhetlig strategi med nødvendige tiltak for å møte utfordringene.

Årskonferansen 2007 har globalisering som tema. Den er svært viktig når det gjelder å sette vår tids viktigste tema på den politiske agendaen. Samtidig fungerer den som "kick off" for den omfattende kampanjefasen som NHO skal gjennomføre i alle landets fylker. En rekke målgrupper skal nås gjennom regionale kampanjer, hvorav denne publikasjonen er ett av mange grep. Målgruppene er medlemsbedrifter og deres ansatte, ungdom, skoleelever, ulike organisasjoner og lag, politikere og lokale medier.

Finn Bergesen jr.
Adm. direktør
Næringslivets Hovedorganisasjon

BUSKERUD I VERDEN

Fremtiden for Buskeruds bedrifter ser lys ut. Samtidig representerer blant annet det stramme arbeidsmarkedet en betydelig utfordring, en utfordring vi trenger politikernes hjelp til å løse. Arbeidet med å sikre gode rammevilkår er langt fra over.

Næringslivet i Buskerud går bra om dagen. Ordreinngangen er stor og bedriften uttrykker store forventninger til fremtiden. Hovedutfordringen man nå står overfor er å få tak i folk til alle oppdrag og prosjekter som skal gjennomføres. Det finnes ikke mange ledige hoder og hender i Buskerud nå, så det blir hard konkurranse. For å si det enkelt: Det vil ikke være mulig med fortsatt vekst uten en betydelig arbeidsinnvandring. Myndighetene spiller en viktig rolle her, vi kan på ingen måte ta det for gitt at dyktige fagfolk vil strømme til Norge i årene fremover.

Veksten i teknologiselskapene i Kongsberg er sterk, og regionen fremstår som en av de industrielle motorene i Fastlands-Norge. Høyt utviklet kompetanse og teknologi setter dette samfunnet på kartet, slik det har gjort i flere hundre år. Det går en ubrutt industrilinj fra gruvedriften på 1600-tallet, via våpenproduksjon i Kongsberg Våpenfabrikk og frem til dagens høyteknologiske industrimiljø. I en tett internasjonal integrasjon mellom beslutninger, kompetanse og kapital, vet man godt hva globalisering er.

I Hallingdalsregionen står reiselivsnæringen spesielt sterkt. Gjennom storslagen natur og lange tradisjoner innenfor mat og kultur, makter reiselivsnæringene å hente sine kunder fra så vel innland som fra utland. Særlig sterkt står Hemsedal og Geilo som vinterdestinasjoner.

Innenfor reiseliv som industri og andre sentrale bransjer i regionen, er det altså tilgangen på arbeidskraft som nå avgjør. Derfor satser NHO Buskerud sammen med bedriftene og andre gode krefter på rekruttering og utdanning. Fokus er satt på innovasjon og nyskaping. Utviklingen av Papirbredden kunnskapspark i Drammen er et kompetansefyrtårn som

vil sette samarbeid mellom næringslivet og høyere utdanning i regionen på kartet.

Framtiden ser lys ut, men som kjent gror intet tre inn i himmelen. Det betyr at vi kontinuerlig må arbeide for at rammevilkårene skal være best mulig og at det skal vær attraktivt å være bedrift i Buskerud.

Per Steinar Jensen
Regiondirektør, NHO Buskerud



BUSKERUD OG NÆRINGS-NM

Hvor i landet er man "best på næringsliv"? Et viktig spørsmål, mener vi i NHO. For vi lever i et langstrakt land hvor nyheter og offentlig debatt i stor grad preges av hva som skal fordeles fra den velfylte statskassen, snarere enn hvordan disse verdiene skal skapes. Det blir ikke mye rom til å snakke om hvordan regionene kan legge til rette for utvikling av vekstkraftige arbeidsplasser, etter at forhandlinger om fordelingen til de mange gode formål er unnagjort. Det ønsker NHO å gjøre noe med gjennom Nærings-NM - norgesmesterskap i næringsutvikling. Her vil vi se hvordan Buskerud plasserer seg i kampen om det beste næringslivet.



NÆRINGS-NM >





HVORDAN MÅLER VI NÆRINGSUTVIKLING?

Næringsutviklingen i en region er den samlede utviklingen i regionens bedrifter. Vi har derfor laget en indeks, næringslivsindeksen, basert på de samlede resultatene, eller prestasjonene, til bedriftene i regionen. Vi har lagt fire ulike forhold til grunn for kåringen av beste næringsregion:

- 1 LØNNSOMHET** > målt ved andel av foretak i regionen som har positivt resultat før skatt
- 2 VEKST** > målt ved andel av foretak i regionen med omsetningsvekst over konsumprisindeksen
- 3 NYETABLERINGER** > andel nyregistrerte foretak
- 4 FORSKNING OG UTVIKLING** > andel bedrifter med SkatteFUNN-prosjekter i regionen

Datagrunnlaget er hentet fra foretakenes regnskap i årene 2000-2005, oppdatert 12. september 2006.

NÆRINGS- LIVSINDEKSEN

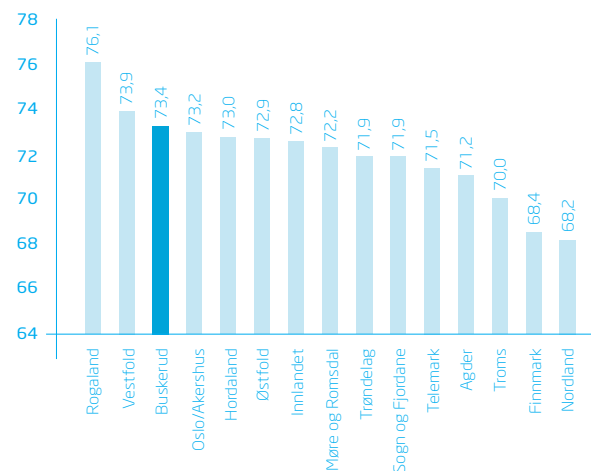
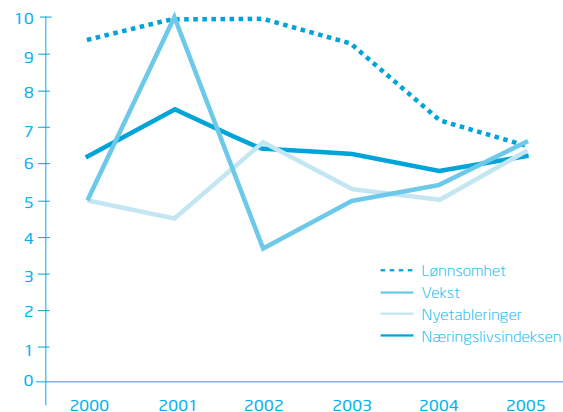
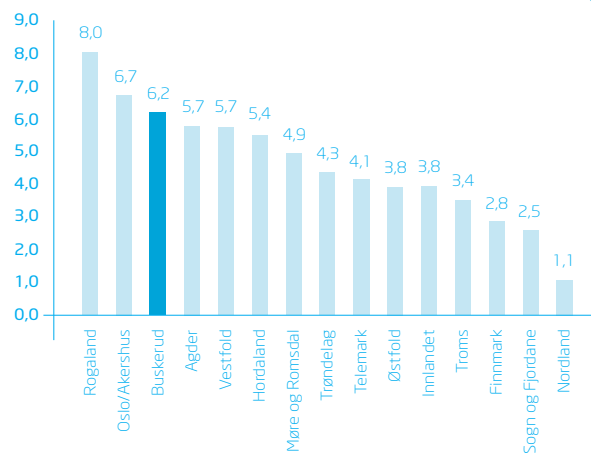
Næringslivsindeksen gir en samlet karakter for hvor godt næringslivet har gjort det i regionen i 2005. Næringslivsindeksen er et gjennomsnitt av poengsum for nyetableringer, andel vekstforetak, andel lønnsomme foretak og næringslivets størrelse i forhold til folketallet i regionen.

Næringslivet i Buskerud gjør det godt på alle indikatorene, det er høy andel lønnsomme foretak, høy andel vekstforetak, mange nyetableringer og næringslivet sysselsetter en høy andel av befolkningen. Buskerud er tredje beste region i 2005, bare forbigått av Rogaland og Oslo og Akershus.

UTVIKLINGEN I BUSKERUD

Næringslivet i Buskerud har gjort det bra i de siste årene. I 2001 var Buskerud på topp både med hensyn til lønnsomhet og vekst. Lønnsomheten har imidlertid beveget seg nærmere gjennomsnittet. Næringslivet hadde svak vekst i 2002, men har deretter hatt forbedringer hvert år.

Når det gjelder nyetableringer har Buskerud stort sett vært litt over gjennomsnittet, men hadde en fin økning i 2005. Næringslivsindeksen var på det høyeste nivået i 2001, og har deretter falt litt. I 2005 var det igjen en liten forbedring som førte regionen opp til en tredje plass.



1 > LØNNSOMHET

God lønnsomhet er en betingelse for en sunn næringsutvikling. En bedrift kan ha underskudd enkelte år, men må ha overskudd på lang sikt for å overleve. Regioner med mange overskuddsbedrifter vil ha færre nedleggelses, mer egenkapital og større vekstkraft.

Lønnsomheten i næringslivet i regionene er sammenliknet ved å se hvor stor andel av bedriftene som går i pluss. Andelen lønnsomme foretak i Norge har økt hvert år siden 2001. 72,7 prosent av regnskapspliktige foretak med omsetning i 2005 hadde overskudd, mot 63,7 prosent i 2001. Næringslivet i Buskerud har god lønnsomhet, og er tredje best av regionene i 2005.

2 > VEKST

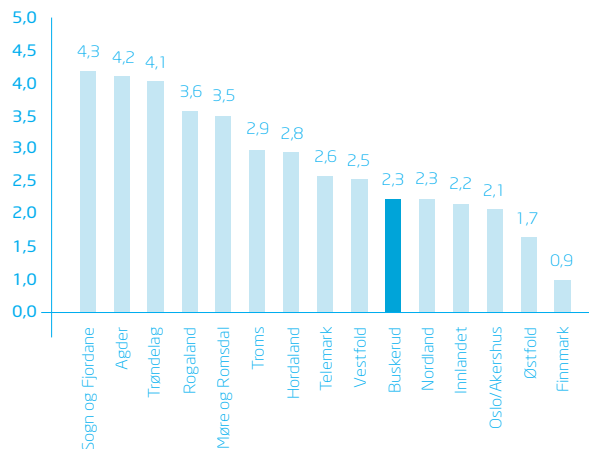
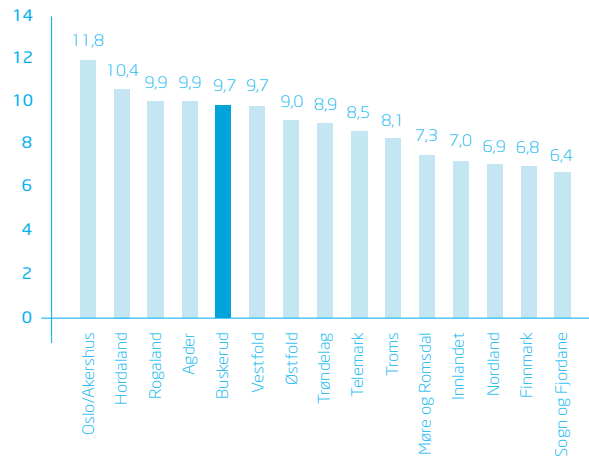
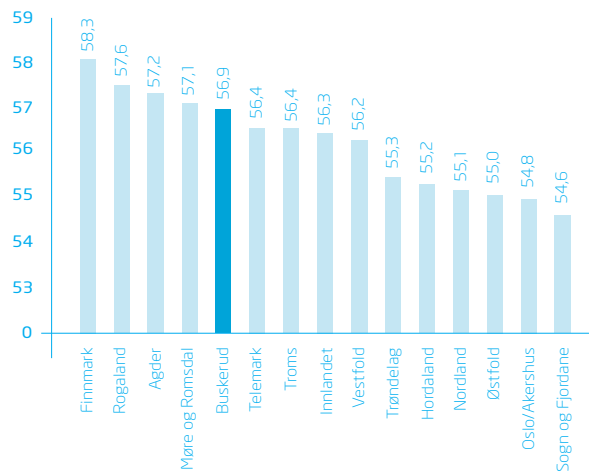
Bedrifter oppnår vekst i omsetning gjennom å produsere konkurransedyktige varer og tjenester. Områder med mange vekstbedrifter vil få økt verdiskaping og sysselsetting. Vekstkraften i næringslivet i regionene er målt ved å se på hvor stor andel av foretakene som har realvekst i omsetningen fra 2004 til 2005. Andelen vekstbedrifter økte sterkt i Norge i 2004, men gikk litt tilbake i 2005. Men fremdeles er det relativt mange bedrifter med vekst. I Buskerud er andelen vekstbedrifter over gjennomsnittet, og regionen er på femteplass av 15 regioner.

3 > NYETABLERINGER

Nyetableringene er som oftest små, og betyr ikke så mye for sysselsetting og produksjon på kort sikt. Men innovasjon, utvikling og nye mennesker bringes ofte inn i næringslivet gjennom de nye bedriftene. Unge bedrifter vokser dessuten raskere enn gamle. Den langsiktige virkningen av nyetableringer blir dermed viktig. Etableringsaktiviteten i regionene er målt ved å se på andelen nyregistrerte foretak i forhold til eksisterende foretak. Andelen nyetablerte foretak (etableringsfrekvensen) i Buskerud i 2005 var som gjennomsnittet. Dette gjennomsnittet ble trukket sterkt opp av den høye aktiviteten i Oslo og Akershus. Buskerud er dermed femte beste region.

4 > FORSKNING OG UTVIKLING

Bedriftenes investeringer i forskning og utvikling vil skape fremtidens produkter og produksjonsprosesser. Ordningen med SkatteFUNN er den viktigste stimulansen fra myndighetene til å øke denne innsatsen i små og mellomstore bedrifter. SkatteFUNN har vært en suksess, og mer enn 5000 bedrifter har benyttet ordningen som en delfinansiering av forskning og utvikling. Vi kan måle næringslivets innsats til FoU gjennom å se på andelen av bedriftene som har skattefunnprosjekter. 2,7 prosent av alle regnskapspliktige foretak fikk godkjent skattefunnprosjekter i perioden 2002-2005. Andelen bedrifter som hadde skattefunnprosjekt i Buskerud er litt under gjennomsnittet.



TRE EKSEMPLER >

Den globale arbeidsdelingen berører bedriftene i Buskerud på forskjellig vis. Les om hvordan tre bedrifter, som hver representerer svært ulike bransjer, takler de nye mulighetene og utfordringene knyttet til globaliseringen.

BRØDRENE ØYO AS

Produserer: Økser, brekkjern, kjøkkenkniver, mur- og flisverktøy og diverse smiprodukter

Omsetning: Drøyt NOK 20 millioner

Antall ansatte: 12

Produksjon i Norge, Portugal, Tyskland og Kina



Hovedutfordring: Å overleve som liten i et kjedestyrkt, flernasjonalt marked.

KNIVSKARP KONKURRANSE

I 1994 så den tradisjonsrike bedriften Brødrene Øyo AS skriften på veggen, etter mer enn 100 års drift. Kniv- og verktøyprodusenten måtte gjennom en omfattende omstillingsprosess for å møte den økende konkurransen og presset fra stadig mer internasjonale kjeder.

I dag produseres fortsatt økser og brekkjern like ved slalåmbakkene i skiparadiset Geilo, mens produksjonen av kjøkkenkniver er lagt til utlandet. Bedriften leverer svarte tall hvert år.

– Vi så at vi trengte å få ned kostnadene, og satte i gang en prosess for å automatisere og effektivisere produksjonen. Samtidig begynte vi å se oss om etter samarbeidspartnere i utlandet som kunne lage produkter med våre verktøy og etter våre spesifikasjoner, sier daglig leder Knut Olav Øyo. Han opplyser at omstillingsprosessen gikk relativt smertefritt, og dessuten helt uten oppsigelser.

– En slik omstilling er ikke gjort i en håndvending. Prosessen gikk over ti år, og all avgang var naturlig. I dag har vi produksjon i Portugal og Tyskland, mens kampanjevarene produseres i Kina. I tillegg sikrer vi oss importrettighetene på utvalgte produkter som hører naturlig inn under vårt produktspekter, og vi har utviklet mange ulike gavesett som særlig brukes som firmagaver, sier Øyo. Kniv- og verktøyprodusenten merker fortsatt presset fra markedet, og daglig leder tror ikke utfordringene vil bli mindre med årene.

– Kvalitet, effektivitet, design og produktutvikling er fire viktige stikkord når man skal overleve som liten i et høykostland. Utfordringene våre fremover vil i særlig grad handle om at kjedene blir stadig større og mer internasjonale, og vi må omstille oss til nye krav. Som leverandør må

man bidra til kjedenes internasjonale ambisjoner. Det er press på pris, levering og deltakelse i markedsføring, for å nevne noe. Når noen sier hopp, må du ikke bare hoppe, du må hoppe høyt nok, sier Øyo. – I tillegg må man ligge i forkant med nye og attraktive produkter. Vi bruker temmelig store ressurser på produktutvikling og design av alt fra produkter til emballasje.

Til nå har den tradisjonsrike bedriften hatt en eksportandel på beskjedne 7-8 prosent, men ambisjonen er å øke denne betraktelig. Særlig er markedene i Sverige og Finland interessante.

– Eksportsatning byr på mange utfordringer for en liten bedrift. Gjennom årene har vi forsøkt mange løsninger, også med hjelp fra virkemiddelapparatet. Vi har funnet ut at for oss er nettverksbygging den rette veien å gå, blant annet gjennom å delta på messer. Vi har også et samarbeid med Kokkelandslaget og flere kjente restauranter. Det gjør oss mer interessante for utenlandske kunder. Denne form for jobbing tar lang tid, men for en liten bedrift som oss, med begrensede midler, er dette en farbar vei, sier Øyo.

KONGSBERG AUTOMOTIVE

Utvikler, produserer og markedsfører systemer for girskift, clutchbetjening, setekomfort, stabilisatorstag, koblinger og komponenter.

Antall ansatte: ca 2800

Omsetning: NOK 2,75 milliarder

Konsernadministrasjonen holder til i Kongsberg.

Produksjon i Norge, Sverige, England, Polen, Mexico, Brasil, USA, Korea og Kina. Salgs- og R&D-sentere i Tyskland og USA, samt salgskontorer i Frankrike og Japan.

Viktige kunder: Volvo, BMW, Ford, Iveco, Renault og Toyota med flere.



Hovedutfordring: Effektivisering og omstilling i Norge, nærhet til konkurrenter og kunder ute.



FRA HELNORSK TIL GLOBAL

Når kunder og konkurrenter flytter utenlands, må Kongsberg Automotive flytte etter. I dag er 80 prosent av selskapets virksomhet i utlandet.

– Det er ikke alltid mulig eller lønnsomt å automatisere produksjonsprosessene. Vi har derfor to muligheter: Gjøre som våre konkurrenter, eller ikke få ordrer, sier konsernsjef Olav Volldal. I tillegg blir logistikk-kostnadene store dersom man ikke har nærhet til markedene. – Den senere tid har det også oppstått nye, store bilmarkeder, ikke minst i Asia. Der ønsker vi å være til stede, sier Volldal.

Kongsberg Automotive har svart på globaliseringsutfordringene med en rekke grep, ikke minst med å bygge opp produksjon i andre land. For bare ti år siden lå all produksjon i Norge. I 1996 foretok bedriften sitt første utenlandske oppkjøp, i dag er selskapet til stede i 12 land. 80 prosent av produksjonen skjer utenfor Norges grenser.

– Det har vært en svært begrenset utflagging av virksomheten i Norge, men vi har gått gjennom store omstillinger. Tommelfingerregelen er at når de direkte lønnskostnadene utgjør mer enn ti prosent av produktets salgsverdi, vil vi ha problemer med å konkurrere fra Norge, sier Volldal.

Kongsberg Automotive har derfor utviklet produkter som er robuste med hensyn til lokalisering og kostnadsnivå. I tillegg har man lagt vekt på standardisering og høy grad av automatisering. – Dermed kan vi ha fortsatt produksjon i Hvitvingfoss, Rollag og på Raufoss. Samtidig må vi ikke lukke øynene for at det vil være nødvendig med en kontinuerlig og relativt dramatisk omstillingsprosess også i årene framover, sier konsernsjefen, som mener globaliseringen også har noen etiske sider.

– Er for eksempel en arbeidsplass i Polen mer eller mindre verdt enn en i Norge? Er det riktig at vi kun sender økonomisk bistand i form av

penger? Eller skal vi også satse på å bidra til økonomisk utvikling gjennom bedriftsetableringer?, spør Volldal. Han er ikke i tvil om at han som konsernsjef har et like stort ansvar for alle sine ansatte, enten de befinner seg i Mexico, Tyskland, Polen eller Norge.

– Den globale arbeidsdelingen fører til økt velstand og stabilitet. Vi må være en like ansvarlig arbeidsgiver og samfunnsaktør ute som vi forventer av utenlandske selskaper i Norge, sier Volldal. Han etterlyser en mer aktiv holdning til globaliseringen fra myndighetenes side.

I andre land er man mer opptatt av å legge til rette for verdiskaping enn i Norge. Her til lands er man sterkt fokusert på fordelingen av goder mellom grupper, i stedet for å konsentrere seg om å skape verdier. Norske politikere slipper å ta virkeligheten inn over seg fordi vi er velsignet, eventuelt forbanet, med oljeinntekter som beskytter oss mot realitetene, sier han, og fortsetter: – Samtidig registrer jeg at enkelte industrier og virksomheter får enorme subsidier, uten at det er lett å se at de er mer samfunnsgagnlige enn andre. Jeg har ingen tro på statlig støtte, men næringslivet må få gode generelle rammebetingelser. Da vil noen virksomheter vokse, andre vil lide en naturlig død.

STEEN & LUND AS

Bygger og vedlikeholder grøntanlegg

Antall helårsansatte: ca 50

Sesongarbeidere: ca 50

Omsetning: Drøyt NOK 80 millioner



Hovedutfordring: Rekruttering av sesongarbeidere.



FRIERE FLYT I SESONGEN

Selv et anleggsgartnerfirma med Norge som marked berøres av globaliseringen. For Steen & Lund i Drammen er sesongarbeidere fra Polen og import av granitt fra Kina blitt en del av hverdagen.

I høysesongen har Steen & Lund om lag dobbelt så mange hender i arbeid som i lavsesongen. – Vi har hatt en ekstrem økning av sesongarbeidere fra Polen de siste tre år. Uten dem måtte vi sagt nei til oppdrag. Det er blitt svært vanskelig å finne norske arbeidere som er villige til å jobbe sesong, sier anleggsgartnermester Jan B. Steen. Bedriften er så avhengig av polske arbeidere at de har opprettet et eget rekrutteringsfirma, i samarbeid med en planteimportør.

– Det er viktig å kjenne forholdene i landet slik at man får tak i de rette personene. I tillegg må man gjennom en komplisert papirmølle før alle de rette godkjenninger er på plass. Det hadde vært en stor fordel om dette kunne forenkles. Det er ingen enkel sak å skaffe utenlandsk arbeidskraft, til tross for at mange altså ikke klarer seg uten – og at polakkene gjerne vil jobbe her, sier Steen.

Steen har ikke opplevd at de norske helårsansatte har murret over bruken av utenlandsk arbeidskraft.

– Tvert imot. Alle ser nok at oppdragsmengden hadde vært betydelig mindre uten tilskudd av arbeidskraft utenfra. På den måten bidrar polakkene til å sikre norske arbeidsplasser også. Utfordringene ved å bruke polsk arbeidskraft består hovedsaklig i språkbarrierer. I tillegg

må bedriften investere en del i opplæring og oppfølging. Til gjengjeld er de polske gjestearbeiderne svært motiverte, ifølge Steen.

Steen & Lund er ikke bare avhengig av god flyt av arbeidskraft over landegrensene. Også import av stein og planter er en del av hverdagen. Kina har de senere år overtatt som leverandør av granitt til hele Vesten. Tidligere måtte man dessuten være planteprodusent for å importere trær og busker. I dag kan selskapet importere planter direkte.

– Så langt har vi bare merket positive effekter av at verden blir mindre og flyten over landegrensene bedre. Men det er klart vi kan komme til å merke konkurransen fra utenlandske selskaper etter hvert, slik andre deler av byggebransjen har gjort. Det må vi være beredt til å takle, sier Steen.

OPPSUMMERING

Næringslivet i Buskerud gjør det godt på alle indikatorene i næringslivsindeksen. Mange lønnsomme foretak, høy andel vekstforetak og mange nyetableringer plasserer regionen i toppsjiktet.

- **73,4 PROSENT AV BEDRIFTENE** i regionen leverte positivt resultat i 2005
- **BUSKERUD ER DERMED TREDJE BESTE REGION** med hensyn til lønnsomhet, bak Rogaland og Vestfold
- **56,9 PROSENT AV BEDRIFTENE** i regionen hadde realvekst i 2005
- **ANDELEN NYETABLERINGER** i regionen var som landsgjennomsnittet
- **ANDELEN SKATTEFUNN-PROSJEKTER** i regionen var 2,3 prosent, det vil si under landsgjennomsnittet (forskning og utvikling)



BUSKERUD KOM PÅ EN 3. PLOSS
I NÆRINGS-NM

