

Strategisk Næringsplan for Trondheimsregionen:

Ulike strategier for næringsutvikling

Har det betydning hvilke strategiske planer offentlige myndigheter har for næringsutvikling? Det er åpenbart at enkelte regioner har mer innsats for næringsutviklingen enn andre. Men kommer det av gunstige rammebetingelser, at de allerede har et vekstkraftig næringsliv, dyktige personer eller en offentlig strategisk næringsplan?

I Norden eksisterer det mange ulike strategier for næringsutvikling. Mye av forskjellene kan forklares med at man er i ulike situasjoner. Men det kan ikke forklare alt. Vi finner forskjellige syn på myndigheters rolle i næringsutvikling. Det er også store ulikheter i samhandlingen mellom næringsliv, myndigheter, samt utdannings- og forskningsmiljøene.

Når 11 kommuner i Trondheimsregionen nå skal lage en ny næringsstrategi er det viktig å ha med seg at det finnes andre mulige strategier enn de vi har lokalt i dag. Vi bør se vår fremtidige strategi i lys av erfaringer fra andre regioner med suksess. Ved å sette vår strategi opp mot andres, får vi nye perspektiver og bidrag til nødvendig debatt.

Det er selvsagt bedriftene som er de sentrale aktørene for å sørge for utvikling og innovasjon. Drivkraften ligger som oftest i å dekke behov i det lokale og internasjonale markedet. Næringsstrategier som er forankret hos offentlige myndigheter, ser likevel ut til å spille en rolle. Slike strategier går ofte på å dekke viktige behov for bedriftene, som kunnskap og kompetanse.

Det er en forutsetning at næringslivet har eierskap til strategien. Aktiv deltakelse i utvikling av strategien skaper forpliktelser og gjennomføringsevne. Med andre ord er prosessens diskusjoner og prioriteringer viktige for å lykkes.

Et av Nordens konkurransefortrinn er godt samspill mellom arbeidstakerorganisasjoner og arbeidsgiverorganisasjoner for å mobilisere ansatte i utviklingen av bedriftene. De bedriftene som er best på dette strategisk viktige samspillet er ofte de mest innovative og konkurransedyktige. Dette blir mer sentralt siden krav til kompetanse øker i alle bransjer.

Strategiprosesser handler i stor grad om prioriteringer. Vi kan grovt skille mellom strategier som har hovedfokus på vekstnæringer, og strategier som ikke prioriterer vekk de som sakker akterut. En strategi kan bygge på flere typer prioriteringer. Man kan prioritere høyinntektsnæringer framfor lavinntektsnæringer, næringer med størst utviklingspotensial, eller næringer som gagnar landsdelen og dermed byregionen. Et eksempel på det siste er fiskeoppdrett.

Norges distriktsrettede støtte er basert på politiske beslutninger forankret i vår solide økonomi. Den burde kanskje i større grad bygges om til en mer bærekraftig næringsstrategi

enn vi ser i dag. Her har vi noe å lære av for eksempel Finland, som satser målrettet og langsiktig med mer fokus på internasjonalt vekstpotensial. Mange støtteordninger stiller krav om distriktstilknytning. Dette kan i en del tilfeller være fornuftig, men et alternativ vil være en strategi basert på å støtte de beste ideene uavhengig av geografi. En antakelse som støtter opp om dette er at næringspolitiske tiltak i sentrum vil det kunne bidra til vekst i hele regionen.

En grunnleggende strategi er å satse på tilrettelegging av infrastruktur som energi, transport, areal og basistjenester. Vår region kan selvfølgelig ikke over tid leve med høyere transport- og energikostnader enn andre. Da skjer etableringer andre steder.

En pendlerregion bør ha minst 300.000 personer innen en times pendlingsavstand. Trondheimsregionen er vesentlig mindre. En strategi bør derfor være å bruke satsing på kommunikasjon til å øke området som kan nå Trondheim på en time. Dette vil selvsagt være minst like viktig for distriktene som for sentrum. For å utvide grunnlaget for videre vekst i vår region bør en også ha en strategi for hvordan Møre og Romsdal skal koples til Trondheimsregionen.

Strategier hvor poenget har vært å legge til rette for utpekte bransjer har vært omstridt. Kritikerne har ment at politikerne ikke har forutsetning for å peke ut enkeltbransjer. De må derfor velge strategier som er bransjenøytrale. Det er imidlertid mulig å ha to tanker i hodet samtidig. Bransjene kan identifisere elementer man må ha fokus på for å bli bærekraftig, og få hjelp fra myndigheter og kunnskapsmiljø bidra til dette. Og Trondheimsregionen kan bestemme seg for hvilke få bransjer eller næringsklynger hvor vår region skal være nasjonalt/internasjonalt synlige.

Klyngeutvikling er mye diskutert strategi. En næringsklynge er en geografisk konsentrert samling av bedrifter innenfor et næringsfelt, der det er koblinger mellom aktørene. Gjennom strategisk å styrke samarbeidet innen en klynge, kan også bedriftenes vekst forsterkes.

Et viktig element er å ha en strategi for kunnskapstilførsel til næringslivet. Dette skjer gjennom gode koblinger mellom næringsliv og utdanningssystemet. Dette er helt sentralt for en så kunnskapstung region som Trondheim. Vi snakker i denne sammenheng om både fagkunnskap, kommersialiseringskompetanse og samhandlingskompetanse.

Det er i utgangspunktet tre suksessfaktorer for å lykkes med næringsutvikling: 1: At aktørene forstår utviklingen som foregår og hvilke tendenser som lar seg forsterke eller svekke. 2: At næringsliv og offentlige aktører blir enige om mål, strategier, ressurser og oppgaver. Og 3: At partene utvikler samarbeidet sitt som en læringsarena for videre utvikling av strategiene sine.

I dag er det enighet om at næringsutvikling er et komplisert samspill mellom en rekke områder som naturressurser, infrastruktur, virkemiddelapparat, lokal kultur for næringsutvikling, kunnskap og ferdigheter. Vi tror en næringsstrategi for Trondheimsregionen må si noe om alle disse faktorene.

Av

Sigmund Kvernes, direktør for Regional Utvikling i SINTEF

Arnfinn Aasen, leder Leksvik og Omegn Industriforum

Sigrid Tiller, leder Næringskontoret i Skaun