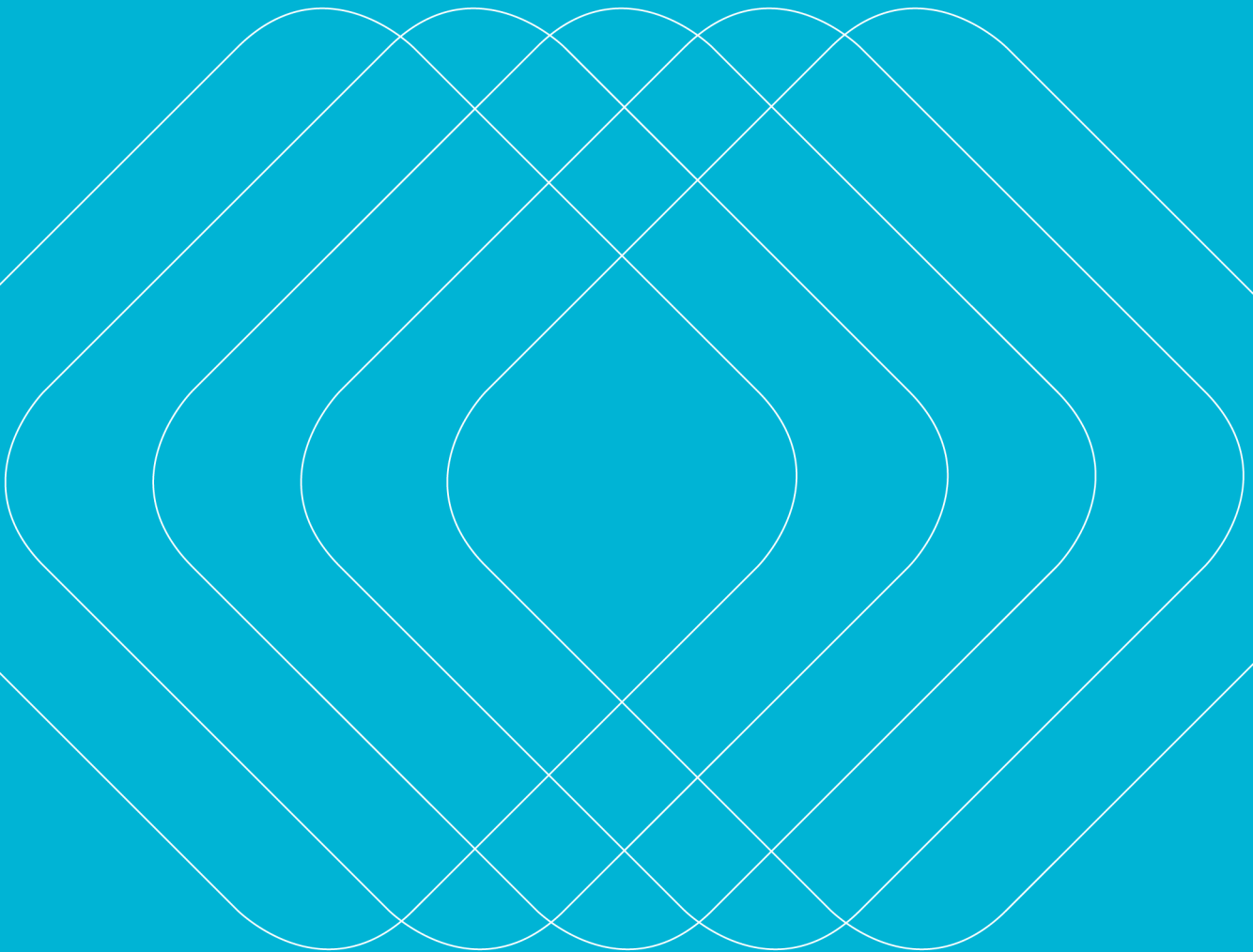




VESTFOLD
fylkeskommune

Drivkrefter for etablering av bedrifter i Vestfold

Rapport fra advokat Arvid Gusland





VESTFOLD
fylkeskommune

ADVOKAT

ARVID GUSLAND

Drivkrefter for etablering av bedrifter i Vestfold

Rapport til Vestfold fylkeskommune

5. mars 2018

SAMMENDRAG

Vestfold fylkeskommune arbeider med revisjon av den regionale planen for bærekraftig arealpolitikk i Vestfold. Et av hovedformålene med revisjonen er å gjøre den regionale planen mer næringsvennlig. Som et bidrag til det faglig grunnlaget for arbeidet, er vi bedt om å gi en vurdering av de viktigste drivkreftene for knoppskyting og etablering av nye bedrifter i Vestfold, og hva som vurderes som det største potensialet for Vestfold i dag.

Det er mange oppfatninger om hva som skal til for å tiltrekke bedrifter, virksomheter og arbeidsplasser til en kommune, en region eller en nasjon. Men hva vet vi? Vi har i kapittel 2 oppsummert noen forskningsbaserte analyser og andre innspill som er relevante for Vestfold. Vi har kort beskrevet Telemarksforskings attraktivitetsmodell i kapittel 2.2. Denne er viktig fordi analysene fra Telemarksforskning ofte benyttes til sammenligning av regioner i Norge, også i denne rapporten. Videre har vi i kapittel 2.3 gått nærmere inn på hva vi vet om urbanisering og bedriftsklyngenes betydning, inkludert hvordan urbanisering og klynger henger sammen. I kapittel 2.4 peker vi kort på noen drivkrefter og utviklingstrekk som utvilsomt påvirker oss og vil gjøre det fremover. I kapittel 2.5 forsøker vi å gi et kort og overordnet svar på spørsmålet om næringsvekst og -etablering kan påvirkes og hvordan.

I kapittel 3 har vi oppsummert en del momenter og utviklingstrekk som vi mener er viktig for å svare på hovedspørsmålene i rapporten. Vestfold har lenge hatt en negativ utvikling når det gjelder arbeidsplasser i privat sektor og verdiskaping, relativt til resten av landet. Men Vestfold har også noen sterke og sentrale attraktivitetsfaktorer, blant annet høy bostedsattraktivitet og arbeidsmarkedsintegrasjon.

I kapittel 4 oppsummerer vi noen kritiske suksessfaktorer for bedrifters etablering eller lokalisering i Vestfold. Vi har pekt på tilgang til ansatte og til relevant kompetanse som den viktigst enkeltfaktoren. Dette gjelder spesielt kompetansebaserte virksomheter. Ingen av byene i regionen er store nok til at virksomheter av en viss størrelse kan rekruttere hovedsakelig lokalt. Per i dag er E 18 og bil viktigste transportform regionalt. Det er vanskelig å rekruttere medarbeidere regionalt uten effektiv tilgang til E 18.

I kapittel 5 drøfter vi hvilke bedrifter og virksomheter Vestfold bør tiltrekke seg for å øke den regionale attraktiviteten som lokaliseringssted. For å styrke Vestfolds attraktivitet som etableringssted for nye bedrifter, er det først og fremst viktig å ha bedrifter som bidrar med mer enn egen verdiskaping og ringvirkninger i form av innkjøp av lokale produkter og tjenester. I mange tilfeller vil denne attraktivitetseffekten følge med lokalisering av hovedkontorene til større virksomheter. Men det er særlig bedrifter som er sentrale i en klyngedynamikk som bidrar til å øke den regionale attraktiviteten.

I kapittel 6 ser vi på geografiske områder og funksjoner med potensial for næringsetableringer, og hvordan disse bør utvikles. Vi har først og fremst tatt utgangspunkt i følgende kriterier:

- Tilknytning til eksisterende bedrifter og klyngedynamikk,
- fleksible arealer/lokaler som kan tilpasses bedriftenes behov,
- effektiv tilgang til E18 og
- tilknytning til knutepunkt og kollektivtransport.

Det er ikke mulig å ivareta alle de nevnte kriteriene fullt ut i alle tilfeller. Ut fra hensynet til næringsattraktivitet vil effektiv tilgang til E18 være viktigst fordi det i dag gir best tilgang til arbeidsmarkedet. Larvik/Hammerdalen oppfyller de fleste krav til å være et attraktivt sted for kompetansebedrifter, med tilknytning til knutepunkt (jernbanen) og E18, i bysentrum og med flere hovedkontor etablert i dag. Det kan tilrettelegges for kompetansebedrifter i tilknytning til eksisterende klynger og med tilgang til knutepunkt, først og fremst i Horten (med Skoppum og Bakkenteigen) og Foksrød/Kullerød/Torp. Busstransport bør brukes aktivt og strategisk for å bygge opp under en dynamisk knutepunktutvikling. Lokalisering av kontor- og kompetansebedrifter bør konsentreres bedre enn i dag der det er mulig.

Sandefjord, 5. mars 2018



Arvid Gusland
Advokat og siviløkonom

INNHALDSFORTEGNELSE

1	Innledning og mandat	5
2	Attraktivitet og tiltrekningskraft for bedrifter og virksomheter	6
3	Verdiskaping og arbeidsplasser i Vestfold.....	11
4	Kritiske suksessfaktorer for bedrifters etablering eller relokalisering i Vestfold.....	15
5.	Hvilke bedrifter og virksomheter Vestfold bør tiltrekke seg for å øke den regionale attraktiviteten som lokaliseringssted	17
6.	Geografiske områder og funksjoner med potensial for næringsetableringer, og hvordan disse bør utvikles	19

1 Innledning og mandat

Vestfold fylkeskommune arbeider med revisjon av den regionale planen for bærekraftig arealpolitikk i Vestfold. Et av hovedformålene med revisjonen er å gjøre den regionale planen mer næringsvennlig.

Som et bidrag til det faglig grunnlaget for arbeidet, er vi bedt om å gi en vurdering av de viktigste drivkreftene for knoppskyting og etablering av nye bedrifter i Vestfold, og hva som vurderes som det største potensialet for Vestfold i dag. Blant de temaer som fylkeskommunen har bedt om innspill på og som vi har belyst er:

1. Hva er de viktigste drivkreftene som vil påvirke Vestfolds attraktivitet som etableringssted de neste 10-15 årene?
2. Hva er kritiske suksessfaktorer som bedrifter vil være opptatt av når de vurderer etablering eller relokalisering i Vestfold?
3. Hvilke typer bedrifter og/eller firmaer bør Vestfold tiltrekke seg for å øke den regionale attraktiviteten som lokaliseringssted?
4. Hvilke geografiske områder og/eller eksisterende funksjoner (flyplass, høyskole, eksisterende klynger m.m.) i Vestfold vurderes å ha størst potensiale for næringsetableringer som bidrar til en regional attraktivitet, og hvordan bør disse utvikles for å tiltrekke seg etableringer av nye og knoppskyting av eksisterende bedrifter?

Grunnlaget for våre vurderinger og vår rapport er blant annet følgende:

1. Kunnskap og forskning om tiltrekningskraft for bedrifter og virksomheter på generell basis og hvordan attraktiviteten kan styrkes
2. Kunnskap om næringsstruktur, verdiskaping og utviklingspotensial i Vestfold, blant annet EYs verdiskapingsrapport¹, Telemarksforskings regionale analyse for Vestfold² og kunnskapsgrunnlaget for den regionale planen for verdiskaping og innovasjon³
3. Kunnskap om behov og preferanser hva gjelder lokalisering hos næringslivet i Vestfold, blant annet i vår egen rapport til fylkeskommunen fra samtaler med aktuelle aktører⁴
4. Samtaler med aktører og forskere
5. Egen kunnskap og erfaring som leder og fra styrearbeid i bedrifter innenfor tjenesteyting, handel, logistikk, eiendomsutvikling, IT og industri i Vestfold.

¹ Virksomheter og næringsmiljøer i Vestfold. Analyse utarbeidet for Vestfold fylkeskommune. EY, desember 2017

² Regional analyse Vestfold 2017. Næringsutvikling, befolkningsutvikling, attraktivitet og scenarier. TF-rapport nr. 409, november 2017.

³ <https://vfk.no/Tema-og-tjenester/Naringsutvikling/Regional-plan-for-verdiskaping-og-innovasjon11/>

⁴ Revisjon av RPBA – hensyn til næringslivets behov. Notat. Advokat Arvid Gusland, 18. desember 2017

2 Attraktivitet og tiltrekningskraft for bedrifter og virksomheter

2.1 Hva vet vi?

Det er mange oppfatninger om hva som skal til for å tiltrekke bedrifter, virksomheter og arbeidsplasser til en kommune, en region eller en nasjon. Men hva vet vi? I dette kapittelet har vi oppsummert noen forskningsbaserte analyser og andre innspill som er relevante for Vestfold. Vi tar på ingen måte mål av oss til å gi en fyllestgjørende fremstilling av forskningen på området. Målet er først og fremst å gi en faglig oversikt og oppsummere noen drivkrefter som vi mener er relevante for diskusjonen.

Vi har kort beskrevet Telemarksforskings attraktivitetsmodell i kapittel 2.2. Denne er viktig fordi analysene fra Telemarksforskning ofte benyttes til sammenligning av regioner i Norge, også i denne rapporten. Videre går vi i kapittel 2.3 nærmere inn på hva vi vet om urbanisering og bedriftsklyngenes betydning, inkludert hvordan urbanisering og klynger henger sammen. I kapittel 2.4 peker vi kort på noen drivkrefter og utviklingstrekk som utvilsomt påvirker oss og vil gjøre det fremover. I kapittel 2.5 forsøker vi å gi et kort og overordnet svar på spørsmålet om næringsvekst og -etablering kan påvirkes og hvordan.

2.2 Telemarksforskings attraktivitetsmodell

Telemarksforskning har utviklet en modell⁵ som anvendes av mange kommuner og regioner i Norge, også i Vestfold. Telemarksforskning har definert attraktivitet som følger: *«Attraktivitet er et steds tiltrekningskraft for bedrifter, besøkende og bosetting utover det som kan forventes ut fra strukturelle forhold.»*

Telemarksforskning definerer strukturelle faktorer som egenskaper med steder som har en systematisk og empirisk bekreftet effekt på flytting eller næringsutvikling, og som steder i liten grad kan påvirke selv. Befolkningsstørrelse, arbeidsmarkedsintegrasjon, nabovekst og bransjestruktur er strukturelle faktorer som er tatt inn i modellen. Faktorer som arbeidsmarkedsstørrelse, kompetansenivå og høyskoler/universiteter er ikke med i Telemarksforskings attraktivitetsmodell som strukturelle faktorer. Det skyldes at disse faktorene ikke i seg selv har signifikant og selvstendig effekt, ifølge Telemarksforskningens analyser.

Telemarksforskning viser til at høy arbeidsmarkedsintegrasjon (høy inn- og utpendling) og høy bostedsattraktivitet er viktige faktorer for å kunne få en positiv effekt av vekst i næringslivet.

I modellen til Telemarksforskning benyttes arbeidsplasser og ikke verdiskaping, først og fremst av måle- og metodehensyn. Det betyr ikke at verdiskaping er uviktig. Tvert imot uttaler Telemarksforskning at arbeidsplasser med høy verdiskaping og høy lønn være viktig for vekst og utvikling.

2.3 Urbanisering, klynger og arbeidsplasser

Befolkning over hele verden flytter til byer og byområder. Det er ikke noen ny trend, men utviklingen viser at urbaniseringen heller skyter fart enn å flate ut. FNs Population Fund rapporterte i 2007 at verdens befolkning hadde blitt urban i den betydning at over halvparten bor i byer.

I takt med urbaniseringen trekkes også bedriftene i økende grad til byer og byregioner. På tross av globalisering og mer effektiv kommunikasjon og transport, skjer stadig større andel av vekst og

⁵ Modellen er beskrevet i TF-notat nr. 2/2016 Attraktivitet, arbeidsplasser og verdiskaping

nyetableringer i geografisk tette områder. Bedriftene søker til knutepunkt og steder der de er lett tilgjengelig for ansatte, kunder, leverandører, konkurrenter og samarbeidspartnere.

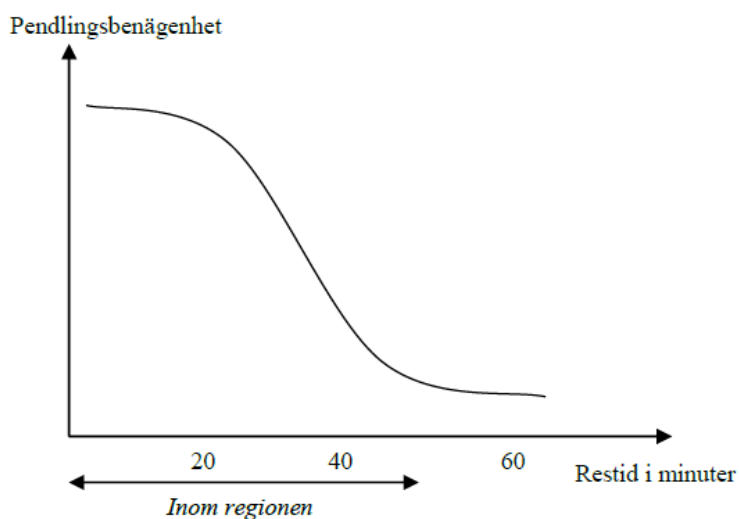
Dette dreier seg ikke bare om den overordnede urbaniseringen. Siden professor Michael E. Porter for nesten 30 år siden påviste sterke innovasjons- og produktivitetseffekter der bedrifter er knyttet sammen geografisk eller gjennom nettverk på annen måte, har klyngedynamikk vært ansett som en viktig faktor både næringspolitisk og for bedrifters strategiutvikling.

Det er forsket mye på både urbanisering og klyngedynamikk. Vi skal her begrense oss til å vise til en rapport⁶ fra svenske Tilväxtanalys (offentlig analyseinstitutt) som oppsummerer forskningen på området. Forskningen viser at

- Byer og byområder er arenaer for deling av investeringer med faste kostnader, effektiv kobling på arbeidsmarkedet og læring gjennom overspillseffekter av kunnskap og informasjon.
- Produktiviteten er mye høyere i byområder enn ellers.
- Lønnsnivået er gjennomgående høyere i byområder enn ellers.
- Det er særlig kunnskapsintensive og virksomheter dominert av ikke-rutinemessige arbeidsoppgaver som tjener på å være i byområder.
- En del av fordelene er «kvartalseffekter», det vil si at fordelene avtar raskt med avstand.

En vanlig forklaring på at urbaniseringen skyter fart er det generelt økte innslaget av kunnskap, teknologi og tjenester i økonomien, og at byer er gode arenaer for kunnskapsutveksling og innovasjon. En tilleggsforklaring er at en økende andel av befolkningen i kunnskapsøkonomien fullfører en universitetsutdanning. Med utdanning følger spesialisering som gjør områder med et kunnskapsintensivt, bredt og diversifisert arbeidsmarked attraktivt. Ikke minst gjelder dette for husholdninger med to voksne med høy utdanning som begge forventer en relevant stilling.

Byområdenes tetthet og attraktivitet er en funksjon av både bedrifter/mennesker per km² og tilgjengelighet. Det er faktisk reisetid til arbeidet (tidsavstand) og ikke fysisk avstand som er avgjørende. Svenske studier viser at pendlingstilbøyeligheten ikke er lineær, illustrert som følger:



⁶ Näringslivsdynamik, städer och agglomerationseconomier – forskningsöversikt och agenda. Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (februar 2017)

Reisetid på 15 til 20 minutter reduserer attraktiviteten i liten grad, men pendlingstilbøyeligheten faller raskt mellom 20 til 40 minutter.

Dette innebærer at en meget tett befolket by ikke nødvendigvis er mer attraktiv enn en et mer spredtbebygde område. Dersom transportsystemet i en tett befolket by er dårlig utbygd og gir lang reisetid, reduseres attraktiviteten. Motsatt kan mer spredtbebygde områder kompensere for lav urbaniseringsgrad gjennom en rask og effektiv infrastruktur/transport, i hvert fall i noen grad.

2.4 Andre drivkrefter og påvirkningsfaktorer

Den teknologiske utviklingen i form av *automatisering* og *robotisering* forandrer samfunnet og bedriftene med økende hastighet. Arbeidsoppgaver forsvinner og nye kommer til. Produkter skapes og produkter forsvinner. Bedriftene endrer karakter, og deres prosesser og forretningsmodeller endres. Mens det i flere tiår har vært en trend at industriproduksjon har flyttet til land med lavere lønnskostnader, gjør automatisering og robotisering at mye av produksjonen flyttes hjem igjen. Industribedrifter blir i større og større grad høykompetansebedrifter med automatiserte prosesser. Det endrer kompetansebehovet. Og det påvirker lokaliseringsbehovene. Vi får «kontorbedrifter» med produksjonshaller og transport av innsatsfaktorer og varer.

Digitaliseringen påvirker eksisterende bedrifter og arbeidsplasser og skaper nye behov, produkter og forretningsprosesser. Digitaliseringen påvirker også arbeidsformer og bedriftsstrukturer, blant annet ved at transaksjonskostnader reduseres eller blir borte. Dette reduserer i mange tilfeller behovet for tradisjonelle bedrifter og organisasjoner (som eksisterer på grunn av transaksjonskostnader). Dette gir et økende behov for fleksible kontorløsninger og kontorhotell. Også større bedrifter velger mer fleksible lokaliseringstilvalg av hensyn til endringskapasiteten. Den vanlige lengden på kontrakter for leie av lokaler blir kortere.

Næringslivet er på full fart inn i *det grønne skiftet*. Markeder, produkter, teknologi, produksjonsprosesser og forretningsmodeller endres dramatisk. For en stadig større andel av bedriftene er grunnleggende endringer i drift og strategi nødvendig for å sikre langsiktig konkurransekraft. Investeringer i nye produksjonsprosesser og logistikkoppløsninger bringer bedriftene i retning av lavutslippsmålsettingene. For å etablere langsiktige konkurransefortrinn setter mange bedrifter langt strengere krav til sine miljømessige fotavtrykk enn det gjeldende krav og regelverk forutsetter.

Globaliseringen påvirker oss mer enn noen gang. For Vestfold er og har globaliseringen alltid vært en mulighet. Mye av vårt næringsliv er internasjonalt og eksportrettet. Men globaliseringen utfordrer også bedriftenes omstillingsevne.

2.5 «Place management» - kan vi påvirke næringsvekst og -etablering?

Land, regioner og kommuner konkurrerer i økende grad om å tiltrekke seg bedrifter og arbeidsplasser. Strategiene og virkemidlene varierer. Men målet er det samme: Områdene ønsker flere arbeidsplasser og mer næringsliv med høy verdiskaping. I neste runde bidrar dette til økt kjøpekraft og økt velferd. Utvikling av infrastruktur og etablering av samhandlingsarenaer er viktige virkemidler. Og mange kommuner og regioner bruker store ressurser på markedsføring og etablering av omdømme, blant gjennom visjoner og slagord. Men kan vi påvirke næringsvekst og -etablering?

Den svenske stedsutvikler og forfatter Christer Asplund har gjennom flere foredrag og workshops i Vestfold de seneste par årene presentert sine tanker om steds- og næringsutvikling. I boken Place

Management⁷ presenterer Asplund et rammeverk for utvikling av steder basert på egen erfaring og forskning. Branding og markedsføring er en sentral faktor i denne modellen. Men Asplund presiserer at branding er langt mer enn slagord og må bygge på underliggende valg og tiltak. Asplund fremhever følgende elementer som grunnleggende for en vellykket stedsutvikling:

- *Visjonært lederskap*
- *Fokuserte tiltak*
- *Etterspørselsdrevet tilnærming*
- *Satsing på kombinasjoner som er unike for området*
- *Evne til å fange nye trender og innovasjoner*

Telemarksforskning slutter av sitt forskningsarbeid at attraktivitet først og fremst skapes av at et sted forbedrer noe eller skaper noe nytt. Det synes som om gode og effektive tiltak for bedret attraktivitet over tid «slutter å virke», og at stedene stadig må iverksette nye tiltak for å øke sin attraktivitet. Steder som ønsker å være attraktive må ha en kontinuerlig prosess der de stadig endrer, forbedrer og skaper nye stedskvaliteter. Dette må gjøres i et samarbeid der det offentlige, næringslivet, frivillighet og befolkning samarbeider.

Skal man utvikle de sidene som allerede er sterke eller jobbe med de svake? Her gir Telemarksforskning argumenter i begge retninger uten å konkludere entydig. Men det er viktig at styrke attraktivitetsfaktorer som er viktige for de bransjer og næringsstrukturer man ønsker å styrke grunnlaget for. Asplunds legger vekt på at man må satse på kombinasjoner som er unike i dag.

Ut fra et klyngemessig perspektiv, vil vekstkraften være større der det allerede er et bransje- eller klyngemessig grunnlag. Og den gjeldende bransjestruktur vil være basis for vekstmuligheter i overskuelig fremtid. Det er vanskelig å legge til rette for å bygge en sterk posisjon i bransjer som ikke er tilstede i dag. En offentlig satsing på å legge til rette for og tiltrekke seg helt nye virksomhet/nye bransjer synes i beste fall å være et meget langsiktig og kostbart prosjekt.

Bedrifter, klynger og bransjer med vekst og høy produktivitet utvikles både der de utenforliggende forholdene ligger godt til rette og der rammebetingelsene synes dårlige. I Norge er det mange eksempler på klynger med vekst og høy verdiskaping langt utenfor byområdene og med dårlig infrastruktur. For eksempel er det mange områder på Vestlandet med høy verdiskaping og produktivitet, men hvor avstanden til byområder er stor og infrastrukturen er vesentlig dårligere enn i Vestfold. Det er opplagt at grunnlaget for verdiskaping og bedrifters vekst er meget sammensatt og ikke entydig. Men dette er ikke noe argument for at offentlig politikk og offentlige tiltak ikke bidrar til å bedre attraktivitet for bedriftsetableringer og -utvikling. Som vi har sett er det mange elementer som påvirker en regions attraktivitet. Mange av disse elementene kan utvikles i retning av økt attraktivitet gjennom en aktiv politikk. Eksempler på dette er:

- Effektiv infrastruktur (individuell og kollektiv transport)
- Attraktive næringsarealer
- Aktiv støtte og tilrettelegging for innovasjon, klyngeutvikling mv
- Attraktive byer
- Attraktive bo- og oppvekstforhold mv
- Utdanning og forskning

⁷ Place Management. New Roles for Place Managers in Rebuilding European Wealth. Christer Asplund og Jacob Ikkala. 2011

Tiltak innen alle disse områdene vil isolert sett ha positiv effekt, men antakelig med svært ulike kost-/nyttesammenhenger.

Avslutningsvis vil vi påpeke at det uansett vil være andre momenter enn regionale offentlige tiltak som spiller størst rolle. Strukturelle forhold det ikke er mulig å gjøre noe med, makroforhold og generelle markedsforhold vil alltid bety mest. Effekten av regionale tiltak for økt attraktivitet kan være vellykkede selv om attraktivitet og verdiskaping faller, fordi det er andre momenter som i størst grad påvirker situasjonen. Samtidig er det et konkurranseforhold mellom regionene. Gode tiltak i en region kan ha dårligere effekt enn ønsket fordi andre regioner satser på bedre tiltak. Men dette gjør det ikke mindre viktig med målrettet satsing på vekst og attraktivitet, snarere tvert imot.

3 Verdiskaping og arbeidsplasser i Vestfold

Utviklingen i arbeidsplasser og verdiskaping i Vestfold er godt dokumentert i flere analyser, blant annet utført av Telemarksforskning og EY. Vi skal derfor ikke her gjøre en grundig analyse av nåsituasjonen. Men vi vil oppsummere en del momenter og utviklingstrekk som vi mener er viktig for å svare på hovedspørsmålene i rapporten⁸:

Arbeidsplasser	<p>Vestfold har lenge hatt en svak utvikling i antall arbeidsplasser i privat sektor. Antall arbeidsplasser i privat sektor falt mer enn i resten av landet under finanskrisen i 2008. Antall arbeidsplasser i privat sektor falt med 4 prosent. Etter krisen var veksten svakere i Vestfold enn i resten av landet. Resultatet har vært at Vestfold siden har blitt liggende etter landet for øvrig. Fra 2014 har riktignok utviklingen i antall arbeidsplasser vært noe bedre enn landsgjennomsnittet. Men antall arbeidsplasser i privat sektor var i 2016 fremdeles 5,6 prosent lavere enn før finanskrisen⁹.</p> <p>En av årsakene til avviket fra landet for øvrig kan være at næringslivet i Vestfold er mindre oljeavhengig enn mange andre steder i landet. Vestfold ble i mindre grad «reddet» av en sterk oljesektor. Samme årsak kan ligge bak de senere års vekst over gjennomsnittet.</p> <p>Telemarksforskning måler næringsattraktivitet som differansen mellom faktisk og forventet vekst i antall arbeidsplasser (basert på de strukturelle betingelsene). Faktisk vekst har vært 1,2 prosent lavere enn forventet vekst de siste ti årene. Det var særlig perioden etter finanskrisen som bidro til det negative avviket, mens den målte næringsattraktivitet har økt de siste årene.</p>
Bransjestruktur	<p>Bransjer som er sterke i Vestfold relativt til resten av landet (arbeidsplasser 2016 i parentes):</p> <ul style="list-style-type: none">• Prosessindustri (1 984)• Gruve (sten og grus) (259)• Næringsmidler (2 693)• Verkstedindustri (4 802)• Agentur og Engros (5 586) <p>Bransjer som er til stede i mindre grad enn andre steder i landet:</p> <ul style="list-style-type: none">• Teknisk/vitenskapelig (2 345)• Tele og IKT (2 150)• Fisk (49)• Reiseliv mv (5 070)

⁸ Vi viser til EYs og Telemarksforskning analyser for dokumentasjon. I tillegg har vi benyttet tall fra Indikatorrapporten 2017 (Det norske forsknings- og innovasjonssystemet 2017 – statistikk og indikatorer. Forskningsrådet) og fra Statistisk Sentralbyrå

⁹ I følge Telemarksforskning kan noe av nedgangen skyldes endringer i tellemetoden til SSB

- Forretningsmessig tjenesteyting (4 274)
- Utleie av arbeidskraft (1 424)
- Finans (2 103)

Det var i 2016 nedgang særlig i verkstedindustrien, handel og forretningstjenester, mens det var vekst særlig i bygg og anlegg, samt tele og IKT.

Bygg og anlegg er en stor næring mål i antall arbeidsplasser (9 442).

Telemarksforsking skiller mellom basisnæringer, regionale næringer og besøksnæringer. EY skiller mellom direkte og indirekte verdiskaping, og følger ikke næringskodene eksakt slik som Telemarksforsking. Telemarksforsking definerer agentur og engros som en regional næring. Overordnet er nok det riktig. Samtidig inkluderer dette bransjeområdet i Vestfold flere bedrifter som opererer nasjonalt og internasjonalt og således kan defineres som basis eller direkte (slik EY gjør).

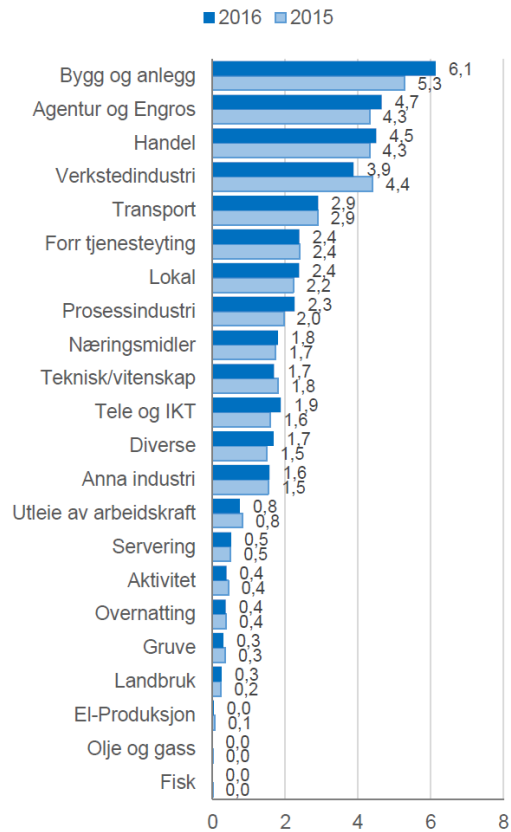
Verdiskaping

Verdiskapingen i næringslivet i Vestfold har økt mindre enn landsgjennomsnittet de siste 10 årene. I 2016 snudde dette, og Vestfolds verdiskaping økte noe mer enn landsgjennomsnittet.

Veksten skjedde imidlertid i indirekte verdiskaping. Bedrifter som EY definerer som direkte verdiskaping og Telemarksforsking som basisbedrifter hadde fall i sin verdiskaping fra 2015 til 2016 (med nesten en milliard kroner til 23,5). Andelen direkte verdiskaping falt fra 63 prosent i 2014 til 58 prosent i 2016.

Verdiskapingen per ansatt i næringslivet er lav i Vestfold sammenlignet med andre fylker. I følge Telemarksforsking var verdiskaping per ansatt i næringslivet i Vestfold 585.500 kroner i 2016, mens landsgjennomsnittet var 678.000 kroner (tall uten finans og oljeutvinning). Dette skyldes delvis bransjestrukturen i Vestfold. Men også med en justering for bransjestruktur, var verdiskaping per ansatt lavere enn landet for øvrig (- 70.000 kroner).

Fordelt på bransjer var verdiskapingen i Vestfold i 2015/2016 som følger¹⁰:



Arbeidsmarkedsintegrasjon Vestfold har en relativt sett høy arbeidsmarkedsintegrasjon, og den er økende. Dette gjelder både eksternt og internt. En av seks sysselsatte pendler ut av fylket, hovedsakelig til Oslo, Akershus, Buskerud og Telemark. Også innpendlingen er betydelig, men lavere enn utpendlingen.

Det er også høy pendling mellom kommunene. Vestfold har den fjerde høyeste interne arbeidsmarkedsintegrasjonen i landet.

Utdanningsnivå Andel sysselsatte i Vestfold med høyere utdanning er lavere enn landsgjennomsnittet. Det er imidlertid kun fylker med sentrale universiteter som ligger vesentlig høyere enn Vestfold.

Andelen bosatte med kortere høyere utdanning (bachelor) er på landsgjennomsnittet – og høyere enn i enkelte av universitetsfylkene. Andelen bosatte med lang høyere utdanning (master) er under landsgjennomsnittet, men likevel høyere enn de fleste andre fylkene.

¹⁰ Iht. Telemarksforskning, milliarder kroner

Befolkningsutvikling	<p>Vestfold har hatt en litt svakere befolkningsvekst enn landsgjennomsnittet siden 2000. Men mens veksten i resten av landet har flatet ut de siste par årene, er veksten opprettholdt i Vestfold.</p> <p>Vestfold har en høy innflytting fra andre fylker. Fødselsoverskuddet og innvandringen er relativt sett lavt.</p>
Bostedsattraktivitet	<p>Vestfold har høy bostedsattraktivitet ifølge Telemarksforskings mål basert på tilflytting.</p> <p>Boligbyggingen har vært lav i Vestfold de siste 10 årene, men har økt de seneste 3-4 årene.</p>
Infrastruktur og transport	<p>I løpet av kort tid ferdigstille den gjennomgående motorveien gjennom fylket. Motorveien har gitt redusert pendletid og økt tilgjengelighet for bedrifter. Med noen unntak er bedrifter og tettsteder lett tilgjengelig for ansatte, kunder og samarbeidspartnere uten køproblematikk av betydning.</p> <p>Kollektivtransport er tilgjengelig i deler av Vestfold. Busstransport er med få unntak først og fremst relevant for nærtrafikk. Togtransport er tilgjengelig, men med lav frekvens. Effektiv og høyfrekvent togforbindelse gjennom hele fylket ligger minst 15 år frem i tid, men vil med den planlagte utbyggingen forbedres gradvis i perioden.</p>

4 Kritiske suksessfaktorer for bedrifters etablering eller relokalisering i Vestfold

Vurderingsparametrene for lokalisering av næringsvirksomhet varierer selvsagt fra bransje til bransje og fra bedrift til bedrift. Det vil også kunne være forskjeller mellom virksomheter som vurderer å etablere ny virksomhet i Vestfold og bedrifter som vurderer relokalisering. Våre betraktninger gjelder først og fremst virksomheter som ikke kun har et lokalt nedslagsfelt, men som betjener et marked utover Vestfold. Altså gjelder dette først og fremst basisnæringer etter Telemarksforskings definisjon og direkte verdiskaping i henhold til EYs oppdeling.

En svært viktig faktor for lokalisering virksomheter er *tilgang til ansatte og til relevant kompetanse*. Dette gjelder spesielt kompetansebaserte virksomheter. Ingen av byene i regionen er store nok til at virksomheter av en viss størrelse kan rekruttere hovedsakelig lokalt. Det er nødvendig med tilgang til det regionale arbeidsmarkedet. Det er korte avstander i Vestfold, og både Grenland og Buskerud er i større eller mindre grad tilgjengelig.

Høykompetansevirksomheter etterspør naturlig nok medarbeidere med høy utdanning. Som nevnt har Vestfold et relativt høyt utdanningsnivå sammenlignet med andre fylker uten sentrale universitetsmiljøer.

Vestfoldingers forhold til reiseavstand løftes ofte frem som et særskilt moment eller en problemstilling. Mange har motforestillinger mot lengre arbeidsreiser. Men mer enn at dette er et særskilt kulturelt moment, er det en grunn til å bosette seg i Vestfold. Effektive arbeidsreiser (først og fremst med bil uten kjøproblematikk) er både en etablerings- og bosettingsmessig konkurransefordel for Vestfold. Og som nevnt i kapittel 3, har Vestfold en høy arbeidsmarkedsintegrasjon. Altså er pendlingen over kommune- og fylkesgrensene høy. Dette er en kritisk suksessfaktor for bedriftene med tanke på bred tilgang på kompetanse.

Per i dag er E 18 og bil viktigste transportform regionalt. Det er vanskelig å rekruttere medarbeidere regionalt uten effektiv tilgang til E 18. Virksomheter i sentrum av Sandefjord og Tønsberg har reelt sett tilgang på et mindre arbeidsmarked enn virksomheter plassert ved eller med lett tilgang til E 18. Virksomheter plassert i sentrum av Sandefjord og Tønsberg har større utfordringer med å rekruttere relevante medarbeidere enn virksomheter som ligger nærmere E 18.

For flere og flere bedrifter vil en høy andel arbeidsreiser med *kollektivtransport* og lave utslipp være en attraksjonsfaktor på grunn av bedriftens totale miljøregnskap. Bedriftene ønsker større tilgang til og bruk av kollektivtransport. Togtransport med høy frekvens mellom byene vil gjøre lokalisering i bysentrum aktuelt. Men virksomhetene kan ikke lokalisere sin virksomhet nå etter et togtilbud som ligger langt frem i tid. Et effektivt togtilbud 15 år eller mer frem i tid er lite relevant for lokalisering i dag. Et relevant busstilbud er derfor en viktig faktor, først og fremst alene, men også i kombinasjon med det gjeldende togtilbudet.

Virksomhetenes behov for lokaler, produksjonsanlegg og nærliggende fasiliteter er svært varierende. *Raskt tilgjengelige og fleksible arealer* er en sentral suksessfaktor når bedrifter vurderer lokalisering eller relokalisering. Økende endringstakt setter større krav til tilgang på fleksible lokaler og til lokaler/arealer som kan gjøres raskt tilgjengelig.

Mange kompetansebedrifter i Vestfold har også behov for produksjonslokaler, ikke minst bedrifter innen elektronikknæringen. Dette gjør at lokalisering i bysentrum ikke nødvendigvis er riktig og

ønskelig. Selv om den altoverveiende delen av arbeidsplassene i en bedrift er «kontorarbeidsplasser», kan behovet for produksjonsarealer være betydelig og minst like stor som kontordelen. Som nevnt i kapittel 2.4 er dette en utvikling som følger av automatisering og robotisering og som ventelig vil eskalere fremover. Med en stor andel elektronikk- og prosessindustri, vil dette kunne være spesielt viktig for Vestfold.

For noen bedrifter er tilgang til *nasjonale og internasjonale flyforbindelser* av stor betydning. Effektiv tilgang til Sandefjord Lufthavn gir attraktivitet for disse. Sammenlignet med tilgang til for eksempel Oslo Lufthavn vil rutetilbud og frekvens ved Sandefjord Lufthavn ikke være konkurransedyktig i seg selv, men være et positivt element sammen med andre faktorer. Som nevnt har Vestfold en høy arbeidsmarkedsintegrasjon, noe som gir et godt grunnlag for videre vekst. En stor andel av bedriftene i Vestfold er også internasjonalt orientert¹¹. Det uttrykkes tydelig at tilgang til flyforbindelser er en vesentlig forutsetning for Vestfolds attraktivitet.

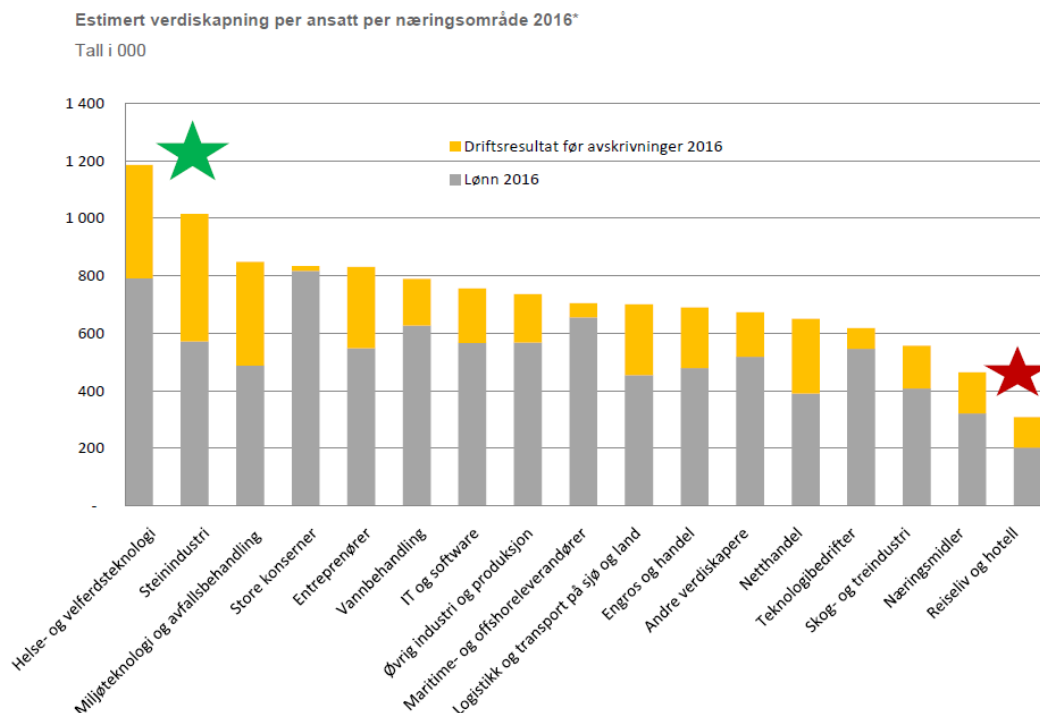
Nærhet og tilgang til *andre bedrifter og aktører som bidrar til klyngedynamikk* er en sentral faktor for mange bedrifter, ikke minst kunnskapsbaserte virksomheter. På tross av en enorm utvikling innen digital kommunikasjon, er fysisk nærhet i klynger og «kvartalseffekter» av stor betydning, jf. kapittel 2.3.

For virksomheter relatert til *logistikk, transport og handel* er tilgang til motorveien, havn og til dels jernbane naturlig nok viktige attraksjonselementer. Som nevnt i kapittel 3 er handel og logistikk en viktig næring i Vestfold.

¹¹ Vi har ikke vurdert om Vestfolds næringsliv er mer eller mindre nasjonalt/internasjonalt rettet enn i andre fylker.

5. Hvilke bedrifter og virksomheter Vestfold bør tiltrekke seg for å øke den regionale attraktiviteten som lokaliseringssted

Noen bedrifter og virksomheter gir større verdiskaping og ringvirkninger enn andre. Det er store forskjeller i bedriftenes verdiskaping per arbeidsplass. Følgende figur viser verdiskaping per ansatt innenfor ulike næringsområder for 2016 i Vestfold¹²:



Teknologibedrifter, industri og de store konsernene har høy verdiskaping per ansatt i form av lønnssevne. Næringsmiddelindustrien og reiseliv har lavest verdiskaping per ansatt.

Generelt sett vil bedrifter innenfor basishandlingene gi større ringvirkninger enn lokale/regionale virksomheter. Men også andre næringer som EY definerer innenfor direkte verdiskaping, vil kunne ha tilsvarende effekt, blant annet reiseliv, bygg/anlegg og agentur/engros, jf. figuren ovenfor.

Som vist i kapittel 3, har Vestfold lav verdiskaping og et behov for å tiltrekke seg virksomheter som skaper høy verdiskaping per ansatt og som gir store ringvirkninger. Dette vil også øke Vestfold attraktivitet som etableringssted for andre virksomheter, blant annet som en følge av innkjøp av lokale produkter og tjenester.

Men for å styrke Vestfolds attraktivitet som etableringssted for nye bedrifter, er det først og fremst viktig å ha bedrifter som bidrar med mer enn egen verdiskaping og ringvirkninger i form av innkjøp av lokale produkter og tjenester.

I mange tilfeller vil denne attraktivitetseffekten følge med lokalisering av hovedkontorene til større virksomheter. Det at nasjonale/regionale hovedkontorer til bedrifter som Jotun, Kongsberg Maritime, Nokas, Komplet, Nortura, Abax, Bergene Holm mv er i Vestfold øker den regionale

¹² Hentet fra EYs rapport og gjelder direkte verdiskaping

attraktiviteten som lokaliseringssted på generell basis. Disse bedriftene har som vist ovenfor en høy egen verdiskaping. Hovedkontorfunksjoner vil i tillegg etterspørre kompetanse, varer og tjenester utover det som kan defineres som regionalt næringsliv eller indirekte verdiskaping.

Det er særlig bedrifter som er sentrale i en klyngedynamikk som bidrar til å øke den regionale attraktiviteten. Kunnskap om hvilke næringsklynger som er tilstede og som har vekstkapasitet er derfor viktig for å kunne finne svar på hvilke bedrifter Vestfold bør tiltrekke seg for å øke fylkets attraktivitet for andre etableringer.

Det er nærliggende å trekke frem Kongsberg Maritime som eksempel i Vestfold. Bedriften er en drivkraft i elektronikklyngen i regionen og er både en sentral kunde og leverandør. Bedriften bidrar sterkt til at Vestfold er et attraktivt sted for elektronikkbedrifter.

Men det er ikke bare store bedrifter og hovedkontorer som har sentrale roller i en klynge. Mange mindre bedrifter har også sentrale roller i Vestfold, både innen elektronikk og andre klynger som næringsmiddelindustri, netthandel og logistikk/engroshandel.

6. Geografiske områder og funksjoner med potensial for næringsetableringer, og hvordan disse bør utvikles

Bedrifter, bosteder, byer og sentrale funksjoner er geografisk fordelt fra nord til syd i Vestfold. EYs verdiskapingsrapport viser at de ulike næringsområdene har ulike geografiske tyngdepunkt. Fylkeskommunen har stilt spørsmål om hvilke geografiske områder og/eller eksisterende funksjoner (flyplass, høyskole, eksisterende klynger m.m.) i Vestfold som vurderes å ha størst potensiale for næringsetableringer som bidrar til en regional attraktivitet, og hvordan disse bør utvikles for å tiltrekke seg etableringer av nye og knoppskyting av eksisterende bedrifter.

I det følgende har vi oppsummert det vi oppfatter å være sentrale områder og funksjoner i Vestfold:

Bysentra	Holmestrand, Horten, Tønsberg, Sandefjord og Larvik med variert, og hovedsakelig lokalt næringsliv. Men flere viktige hovedkontorer er plassert i eller tett ved bysentra, blant annet Nokas, Hydro, Jotun, Treschow Fritzøe, Abax og Lundhs
Bakkenteigen og elektronikkmiljøet i Horten	Høyskole, forskningssenter og sikkerhetscenter (Bakkenteigen). Elektronikkvirksomheter utenfor Horten/Skoppum, men også andre steder i Vestfold. Blant annet har Jotron valgt å samle sin virksomhet på Ringdalskogen i Larvik
Ås/Barkåker	Næringsområder med variert næringsliv, større innslag av næringsmiddelindustri
Borgeskogen	Næringsområde med variert næringsliv, større innslag av logistikk
Fokserød og Kullerød	Næringsområder med variert næringsliv, større innslag av netthandel, IT/software og petroleumsrelatert engineering
Torp	Sandefjord Lufthavn, næringsliv relatert til lufthavnens virksomhet og en del kompetansebedrifter
Ringdalskogen/Amundrød	Næringsområde under utvikling med variert næringsliv
Larvik Havn, Elveveien og Hegdal	Logistikk og annet næringsliv
Prosessindustrianlegg	Blant annet Hydro i Holmestrand, Bergene Holm i Hof og ved Ringdalskogen, Esso på Slagentangen, Jotun utenfor Sandefjord (i tillegg til næringsmiddelindustrien)

Områdene har ulike egenskaper og treffer ulikt på de kritiske faktorene som er nevnt kapittel 4.

Med basis i regional attraktivitet vil som nevnt følgende kriterier stå sentralt:

- Tilknytning til eksisterende bedrifter og klyngedynamikk,
- fleksible arealer/lokaler som kan tilpasses bedriftenes behov,
- effektiv tilgang til E18 og
- tilknytning til knutepunkt og kollektivtransport.

I tillegg vil andre hensyn spille inn som påvirker næringsattraktiviteten mer indirekte, blant annet hensynet til en god byutvikling (først og fremst på lengre sikt).

Larvik/Hammerdalen oppfyller de fleste krav til å være et attraktivt sted for kompetansebedrifter, med tilknytning til knutepunkt (jernbanen) og E18, i bysentrum og med flere hovedkontor etablert i dag.

Det er ikke mulig å ivareta alle de nevnte kriteriene fullt ut i alle tilfeller. Ut fra hensynet til næringsattraktivitet vil effektiv tilgang til E18 være viktigst fordi det i dag gir best tilgang til arbeidsmarkedet.

Men de øvrige hensynene kan også ivaretas i større eller mindre grad. Det kan tilrettelegges for kompetansebedrifter i tilknytning til eksisterende klynger og med tilgang til knutepunkt, først og fremst i Horten (med Skoppum og Bakkenteigen) og Foksrød/Kullerød/Torp.

I noen grad kan dette medføre at man velger løsninger som ikke er optimale i en byutviklingssammenheng på lang sikt, men som er realistiske på kort sikt.

Busstransport bør brukes aktivt og strategisk for å bygge opp under en dynamisk knutepunktutvikling. For eksempel kan et tilpasset og høyfrekvent bussrutetilbud koble Bakkenteigen/Horten og Foksrød/Kullerød/Torp til jernbanen.

Lokalisering av kontor- og kompetansebedrifter bør konsentreres bedre enn i dag der det er mulig. For at tilknytning til knutepunkt og kollektivtransport skal være relevant, bør det være gåavstand fra arbeidsplassen, eventuelt til en lokal og høyfrekvent bussforbindelse. En større konsentrasjon enn det vi ser mange steder i Vestfold i dag vil også gjøre at besøk mellom bedrifter kan skje uten bil og at det ellers utvikles mer bymessige kvaliteter (service, kafeer, felles kantiner, møteplasser mv). Dette gjelder blant annet på Foksrød/Kullerød/Torp, hvor mange kompetanse- og kontorbedrifter i dag er lokalisert.