

Utveckling av klusterinitiativ i Norra Mellansverige  
SLIM-rapport 4: 2010



Gävleborgs klusterinitiativ 2008

# Värdering av utveckling i kluster och innovationssystem

**Region Dalarna, Region Värmland och Region Gävleborg** driver gemensamt SLIM-projektet (systemledning och lärande kring klusterprocesser/innovativa miljöer i Norra Mellansverige) för att stödja utvecklingen av klusterorganisationer och innovativa miljöer. Projektet omfattar klusterorganisationer i de tre regionerna. I klusterorganisationerna finns omkring 700 företag som tillsammans har ca 60 000 anställda. Klusterorganisationerna samarbetar med varandra och med regionernas högskolor, kommuner och offentlig sektor. Målet är att öka tillväxten och konkurrenskraften i de tre regionerna.

Inom ramen för SLIM-projektet utvecklas **ny kunskap om regional tillväxt, kluster och innovativa miljöer**. Rapporten "Gävleborgs klusterinitiativ 2008 – värdering av utveckling i kluster och innovationssystem" är en del av en serie rapporter som har tagits fram av analytiker, forskare och konsulter på uppdrag av projektet. Åsikter som förs fram i rapporterna svarar författarna själva för och återspeglar inte nödvändigtvis regionförbundens officiella uppfattning.

**Citera** gärna rapporten men uppge alltid källan. Kopiering är tillåtet förutsatt att källa anges och spridning inte sker i kommersiellt syfte. Bilder, grafer m.m. kan vara skyddat av upphovsrätt varför särskilt medgivande krävs för återgivning.

På [www.regionvarmland.se/slim](http://www.regionvarmland.se/slim) finns digitala versioner av rapportserien.

Vi hoppas att rapporterna kan bidra till att utveckla kunskapen inom regional tillväxt och regionala innovationssystem och vi tar tacksamt emot synpunkter på materialet.

### **Gävleborgs klusterinitiativ 2008**

Värdering av utveckling i kluster och innovationssystem

#### **Författare**

Ramböll Management

#### **Utgivare**

Agnetha Nilsson  
Informationsansvarig SLIM-projektet  
Region Värmland  
Box 1022  
651 15 Karlstad  
Tel: 054-701 10 00

#### **Beställning av rapporter**

[www.regionvarmland.se/slim](http://www.regionvarmland.se/slim)

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>1.</b>	<b>Inledande kapitel</b>	<b>5</b>
1.1	Sammanfattning	5
1.2	Uppdraget	7
1.3	Utgångspunkter	7
1.4	Metod	7
1.5	Rapportens disposition	9
<b>2.</b>	<b>Gävleborgs olika klusterinitiativ</b>	<b>10</b>
2.1	Fiber Optic Valley	10
2.2	Industriellt IT	10
2.3	Future Position X	10
2.4	Radiocentrum Gävle	11
2.5	Interactive TV Arena	11
<b>3.</b>	<b>Tema akademi - Gävleborg</b>	<b>12</b>
3.1	Samverkan mellan Högskolan i Gävle och näringslivet	12
3.2	Samverkan mellan Högskolan i Gävle och de regionala klusterinitiativen	13
3.3	Samverkan med akademien enligt klustren	14
3.4	Efterfrågar företagen i klusterinitiativen samverkan?	15
3.5	Ger samverkan företagen högre konkurrenskraft?	17
3.6	Ger samverkan med klusterinitiativen högskolan mervärde?	18
3.7	Rekommendationer för utveckling av samverkan mellan Högskolan i Gävle och klusterinitiativen	18
3.8	Sammanfattande slutsatser tema akademi - Gävleborg	19
<b>4.</b>	<b>Resultat och analys per klusterinitiativ</b>	<b>21</b>
4.1	Fiber Optic Valley	21
4.1.1	Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling	21
4.1.2	Om företagen inom Fiber Optic Valley	22
4.1.3	Utveckling av samarbeten med andra aktörer	24
4.1.4	Resultat och effekter av Fiber Optic Valley från ett företagsperspektiv	26
4.1.5	Vad kan initiativen göra ytterligare?	29
4.1.6	Slutsatser för Fiber Optic Valley	29
4.2	Industriellt IT	31
4.2.1	Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling	31
4.2.2	Om företagen inom Industriellt IT	32
4.2.3	Utvecklingsområden från ett företagsperspektiv	33
4.2.4	Resultat och effekter av Industriellt IT från ett företagsperspektiv	35
4.2.5	Vad kan initiativen göra ytterligare?	37
4.2.6	Slutsatser för Industriellt IT	37
4.3	Future Position X	39
4.3.1	Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling	39
4.3.2	Företagens syn på Future Position X	40
4.3.3	Behovet av insatser från ett företagsperspektiv	41
4.3.4	Resultat och effekter av Future Position X från ett företagsperspektiv	44
4.3.5	Vad kan initiativen göra ytterligare?	47

4.3.6	Slutsatser för Future Position X	48
4.4	Radiocentrum Gävle	49
4.4.1	Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling	49
4.4.2	Företagens syn på Radiocentrum Gävle	50
4.4.3	Behovet av insatser från ett företagsperspektiv	51
4.4.4	Resultat och effekter från ett företagsperspektiv	54
4.4.5	Vad kan initiativen göra ytterligare?	57
4.4.6	Slutsatser för Radiocentrum Gävle	57
4.5	Interactive TV Arena	58
4.5.1	Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling	58
4.5.2	Reflektioner Interactive TV Arena	59
<b>5.</b>	<b>Några jämförande resultat utifrån länets klusterinitiativ</b>	<b>60</b>
5.1	Tillväxt i befintliga företag	60
5.2	Nyföretagande	63
5.3	Ökad industrinära forskning	64
5.4	Långsiktig kompetensförsörjning	64
5.5	Några sammanfattande resultat för Gävleborgs klusterinitiativ	65

## **Bilaga 1 Enkätfrågor**

## 1. INLEDANDE KAPITEL

I denna rapport redovisas resultatet av en uppföljande mätning och värdering av processutvecklingen i ett antal klusterinitiativ i Gävleborg. Undersökningen genomförs för andra året i rad, och följer upp tidigare års resultat. Syftet är att presentera resultat och effekter av processutvecklingen utifrån ett företagsperspektiv. Ett annat syfte med rapporten är att tydliggöra arbetet och utvecklingen i respektive initiativ.

Rapporten är en del av en större mätning och värdering som genomförs i samarbete mellan Region Värmland, Region Gävleborg och Region Dalarna inom ramen för strukturfondsprogrammet, där de tre regionerna ingår i Mål 2-området Norra Mellansverige. I Dalarna och Gävleborg är det andra gången värderingen genomförs, i Värmland är mätningen inne på sitt fjärde år.

En separat värdering har genomförts för respektive län. Därtill presenteras ett gemensamt Power Point material, där lärdomar mellan regionerna och gemensamma utvecklingsområden diskuteras. Värderingen baseras på intervjuer, både med processledarna för de olika klusterinitiativen och för akademien samt enkäter till de företag som medverkar. Följande klusterinitiativ omfattas av undersökningen:

Värmland	Dalarna	Gävleborg
Paper Province	Destination Dalarna	Industriellt IT
Compare	Triple Steelix	Fiber Optic Valley
Packaging Arena	Dala Bit	Future Position X
Stål och verkstad	Ahead	Radiocentrum Gävle
	High Voltage Valley	Interactive TV Arena

### 1.1 Sammanfattning

I denna rapport redovisas resultatet av en uppföljande mätning och värdering av processutvecklingen i ett antal klusterinitiativ i Gävleborg. Syftet är att identifiera resultat och effekter av klusterutvecklingen, att lära mer om utvecklingen i varje region samt att identifiera för regionerna gemensamma utvecklingsområden. Denna rapport är den andra rapporten för Gävleborg och beskriver utvecklingen under 2008. Den tidigare rapporten, den så kallade "nollbasmätningen" för år 2007, utgör underlag för beskrivningar av förändringar i denna rapport. Rapporten beskriver utvecklingen i fem klusterinitiativ i Gävleborg: Fiber Optic Valley, Industriellt IT, Future Position X, Radiocentrum Gävle samt Interactive TV Arena.

Mätningen av resultat och effekter, beskrivningen av initiativen samt analysen av förutsättningarna för initiativen görs genom deskriptiv analys av data. Utvärderingen använder tre typer av data; från djupintervjuer med processledare för initiativen, från en enkätundersökning med företag som ingår i klusterinitiativen (svarsfrekvens 60 procent) samt från intervjuer med företrädare från akademien. För Interactive TV Arena har endast intervju med processledaren genomförts (alltså ingen företagsenkät).

Datansamlingen enligt de tre ovan beskrivna metoderna har strukturerats utifrån de fyra tillväxtindikatorer som uppdragsgivarna definierat samt utifrån teori kring kluster och processutveckling. Dessa fyra indikatorer är: 1) tillväxt i befintliga företag, 2) ökat nyföretagande, 3) ökad industri-nära forskning och 4) långsiktig kompetensförsörjning.

Intervjuerna med akademins företrädare visar att Högskolan i Gävle idag inte särskilt prioriterar forsknings- eller utbildningsområden som relaterar till klusterinitiativens områden. Från klusterinitiativens sida finns det önskemål om specialisering av forskning mot klustrens områden. Klustren uttrycker också ett behov av mer tillämpad och företagsnära forskning. Det finns god känne-

dom om de regionala klusterinitiativen på Högskolan i Gävle. Däremot finns det ingen bred strategi för hur högskolan ska involvera och involveras av medlemsföretagen i de regionala klusterföretagen, även om klustren ses som viktiga kanaler ut till företag i regionen. Flera kluster i regionen har nära band till akademien. En stor majoritet av företagen i klusterinitiativen efterfrågar ökad samverkan med akademien.

Företagen rapporterar generellt en liten ökning av sin aktivitetsgrad i klustrens aktiviteter, förutom i Fiber Optic Valley där aktivitetsgraden har minskat något under året. Företagens två främsta motiv för deltagande i klusterarbetet är ökat samarbete/samverkan med andra företag och skapandet av nya affärer och/eller möjligheter till nya affärer på hemmamarknaden.

Bland det som företagen anser att medlemskapet konkret lett till hamnar ökad försäljning på första plats, tätt följt av nya investeringar och ökat antal anställda. Sist på listan kommer lägre kostnader. Deltagandet har alltså i viss mån haft effekter på tillväxten i företagen. Väldigt få företag uppger att de erfarit förbättringar av jämställdhet, miljö eller integration i företaget, som ett resultat av deltagande i projektet.

Samtliga kluster i undersökningen har ett högt kunskapsinnehåll i sina branscher och företagens verksamhet ligger till sin natur relativt nära en forskningsnivå. Detta visas också bland annat av att många företag i enkäten svarat att man vill samarbeta mer kring produktutveckling. De uttrycker också ett intresse av att samarbeta på en konkret affärsnivå tillsammans med andra företag eller för att få nya affärer som en följd av annat samarbete. Ungefär hälften av företagen i undersökningen rapporterar även att deltagandet i klustret har lett till ökad forskning och utveckling tillsammans med andra företag och/eller tillsammans med högskola/universitet/externa FoU-aktörer. Således visar klusterinitiativen i denna mening relativt goda resultat för indikatorn ökad industrinära forskning.

Fiber Optic Valley och Future Position X engagerar sig båda i den nya inkubatorn Movexum som ett sätt att arbeta med nyföretagande inom sina respektive områden. Radiocentrum Gävle arbetar istället mest med sin egen fysiska miljö för att där erbjuda plats för nya företag. Industriellt IT och Interactive TV Arena har i dagsläget inte satsat särskilt på aktiviteter med bäring på att starta nya företag.

Ungefär en fjärdedel av de svarande företagen anser att klusterinitiativen har underlättat rekryteringen av viss kompetens i hög eller mycket hög grad. Läger man även till svarsnivån "i viss grad" så är det över hälften som anser att rekryteringen underlättats och klustren i regionen kan därmed sammanlagt sägas ha en betydelse för att underlätta företagens långsiktiga kompetensförsörjning.

I princip samtliga företag från klusterinitiativet som svarat på enkäten anger att man vill växa vilket är anmärkningsvärt med tanke på att andelen totalt sett för Gävleborgs företag ligger betydligt lägre. Tilltron till att deltagandet i klustren kommer att bidra till en högre konkurrenskraft är också hög i undersökningen. Företagen framför att de två största hindren att växa är "Efterfrågan på företagets produkter" samt "Tillgång till lämplig arbetskraft". Även faktorn tillgång till "Egen tid" upplevs som hindrande.

Endast två av fem undersökta kluster i regionen; Future Position X och Fiber Optic Valley, är breda i meningen att de bedriver aktiviteter inom samtliga fyra områden som täcks av tillväxtindikatorerna i undersökningen. Övriga klusterinitiativ ligger fortfarande väldigt tidigt i sin utveckling och har långt kvar tills man kan säga sig ha en motsvarande bredd i verksamheten. Klustren är generellt sett små, vilket är särskilt utmärkande för de yngre initiativen men vilket även gäller de två som är etablerade. Ett kluster med få aktörer har svårt att vara självförsörjande i någon egentlig mening och blir därmed lättare beroende av offentliga stöd för att kunna ha en rullande verksamhet av någon omfattning. Klustret är även sårbart utifrån att aktiviteterna ofta blir beroende av att några få aktörer är särskilt aktiva.

## 1.2 Uppdraget

Ramböll Management genomför årligen för åren 2005-2010 en värdering av den processutveckling som pågår i Värmland kring olika kluster och nätverk och som syftar till att främja utveckling och tillväxt i för Värmland viktiga näringslivssektorer. Dessa kluster och nätverk är prioriterade i regionens RTP (det regionala tillväxtprogrammet). Sedan 2007 har även Dalarna och Gävleborgs regioner inkluderats i mätningen.

Årets mätning som omfattar regionerna Värmland, Dalarna och Gävleborg sker inom ramen för projektet "SLIM II"<sup>1</sup>. Uppdraget består i att genomföra mätningar av klusterinitiativen i regionerna under åren 2009 och 2010. Syftet är att identifiera resultat och effekter av klusterutvecklingen, att lära mer om utvecklingen i varje region och att samtidigt identifiera för regionerna gemensamma utvecklingsområden.

Värderingen ska årligen resultera i en rapport som ska beskriva utvecklingen. Tanken är att dessa årliga rapporter ska ligga till grund för lärande och dialog om fortsatt utveckling. Denna rapport är den andra rapporten för Gävleborg och beskriver utvecklingen under 2008. Den tidigare rapporten, den så kallade "nollbas-mätningen" för år 2007, utgör underlag för beskrivningar av förändringar i denna rapport.

## 1.3 Utgångspunkter

En viktig utgångspunkt för värderingen och för läsning av denna rapport är att de olika kluster/utvecklingsinitiativen befinner sig i olika stadier av utveckling vilket man bör ta hänsyn till vid bedömning av utveckling och vid eventuell jämförelse mellan olika initiativ. De initiativ som studeras är också mycket skilda i sin karaktär och det är en definitionsfråga vad som exempelvis är kluster, innovationssystem, företagsnätverk, utvecklingsidéer eller branschsamverkan. För enkelhets skull används genomgående termen kluster för att beskriva initiativet oavsett vilken utvecklingsnivå eller inriktning som man har. Den person som är utsedd att leda och planera verksamheten i detta kluster kallas i rapporten för processledare (också oavsett vilken formell titel denna person har).

Gemensamt för de initiativ som studeras i denna rapport är att det har initierats eller pågår ett samverkansinitiativ för att utveckla respektive sektor mot ökad tillväxt och konkurrenskraft. Detta gör även att det finns olika behov för utveckling och samverkan för utveckling i olika sektorer och även olika målsättningar. Man bör därför se till respektive initiativs vision, målsättningar och strategier för att kunna bedöma "värdet" av samverkan.

En annan viktig utgångspunkt är att det sker ett stort antal aktiviteter i de olika initiativen och det sker ett stort antal aktiviteter i "innovationssystemet" Gävleborg. Denna rapport ger en bild av hur nuläget ser ut 2008 och i jämförelse med 2007 utifrån den data som värderingen har samlat in. För tillväxtindikatorn industrinära forskning beskrivs t ex ett urval av de aktiviteter som initiativet på olika sätt är involverade i. Här beskrivs således inte all industrinära forskning som enskilda företag inom en sektor bedriver.

## 1.4 Metod

I detta avsnitt ges några metodologiska utgångspunkter för rapporten. Dessutom redovisar Ramböll Management sammanfattningsvis utvärderingsmetoden. Ett längre metodavsnitt presenteras som bilaga.

En viktig avgränsning för värderingen är att rapporten behandlar klusterinitiativ som processutvecklingsverktyg för att stärka tillväxt och konkurrenskraft i prioriterade sektorer i Gävleborg. Värderingen görs alltså inte av de enskilda kluster/branscher/sektorer som initiativen verkar inom.

Syftet med värderingen är att tydliggöra vad det är man vill åstadkomma i initiativen samt att mäta resultat och effekter utifrån ett företagsperspektiv. Detta ska kunna utgöra underlag för diskussioner kring vad det är för typ av strategier och aktiviteter som genererar effekter och vilka som inte gör det samt om detta är i linje med vad som bör åstadkommas för en ökad konkurrenskraft.

---

<sup>1</sup> SystemLedning Innovativa Miljöer, SLIM, är ett samverkansprojekt mellan klusterorganisationer i norra Mellansverige, Region Dalarna, Region Gävleborg och Region Värmland, Karlstads universitet och VINNOVA

Värderingen ska som tidigare nämnts dels lyfta resultaten och effekterna på en systemnivå, eller en nivå generell för Gävleborg, och även visa på vad som händer i respektive initiativ.

Mätningen av resultat och effekter, beskrivningen av initiativen samt analysen av förutsättningarna för initiativen görs genom deskriptiv analys av data. Utvärderingen använder tre typer av data;

1. Resultat från djupintervjuer med processledare för initiativen
2. Resultat från enkätundersökning med företag som ingår i klusterinitiativen
3. Resultat från intervjuer med företrädare från akademien

Datainsamlingen enligt de tre ovan beskrivna metoderna har strukturerats utifrån de fyra indikatorer som uppdragsgivarna specificerat, samt utifrån teori kring kluster och processutveckling. Dessa indikatorer är; 1) tillväxt i befintliga företag, 2) ökat nyföretagande, 3) ökad industrinära forskning och 4) långsiktig kompetensförsörjning.

Djupintervjuer har genomförts med klusterledarna där resonemang främst har förts utifrån ett antal rubriker så som klustrets drivkrafter, hur lågkonjunkturen drabbat initiativet, samverkan med akademien, samarbetet mellan Dalarna, Värmland och Gävleborg, de horisontella målen, resultat av klusterarbetet samt framtiden.

Eftersom värderingen syftar till att framförallt analysera resultat och effekter från processutvecklingen av nätverken/klustren/innovationssystemen, är datainsamlingen fokuserad på att samla in data från företag som aktivt ingår i klusterinitiativen. Företagens synpunkter fångas i värderingen upp genom en webbaserad enkät.

Intervjuer har också genomförts med tre personer från Högskolan i Gävle. Detta för att komplettera datainsamlingen kring årets fördjupningstema i värderingen; kopplingen mellan klusterinitiativen och akademien. De tre företrädarna är högskolans rektor, samverkansansvarig och en person med god insyn i högskolans samverkansarbete.

#### *Genomförande av företagsenkät*

Eftersom företagen utgör navet i ett klusterinitiativ och är de som främst ska uppleva och åstadkomma effekterna och resultaten, är deras perspektiv viktigt att inkludera i värderingen. Mycket av den data som värderingen utgår ifrån bygger på information samlad genom en webbenkät som företagen fått besvara. Informationen beskrivs i värderingen per kluster och utvärderingens slutsatser stödjer sig på företagens bedömningar. På grund av att analysen är deskriptiv redogörs det inte för någon statistisk kausalitet mellan initiativet, resultat och effekter statistiskt.

Syftet med enkäten är att undersöka både upplevda tillväxteffekter – exempelvis ökad försäljning och ökat antal anställda – samt förutsättningar för hur samverkan med andra aktörer ser ut och hur de skulle kunna se ut framöver. Exempelvis har företagen fått redogöra för hur det nuvarande och det önskade samarbetet ser ut med andra företag, akademien och offentliga sektorn.

Syftet är även att resultaten i årets värdering ska jämföras med tidigare års värdering för att undersöka om det har skett någon förändring över tid i hur företagen värderar klusterinitiativets insatser. Värt att notera är dock att frågeställningarna i årets enkät har ändrats något, bland annat på grund av att vissa frågor inte visat sig ha någon relevans under tidigare års mätningar och för att frågorna i vissa fall behövts förtydligas. I årets e- enkät har företagen fått svara på sammanlagt 24 frågor. För att närmare se vilka frågor vi har ställt till företagen, vänligen se bilaga.

#### *Urval och bortfall*

Urval av företag till enkätundersökningen har gjorts i samråd med processledarna, vilka identifierade företag som aktivt medverkat i respektive klusterinitiativ. Trots detta har respondenterna i vissa fall angivit att de inte är tillräckligt aktiva i initiativet eller hade tillräckligt god kännedom om initiativet för att kunna besvara enkäten, vilket bland annat varit orsaken till bortfall. Andra anledningar till bortfall är exempelvis att personen hade slutat på företaget eller inte var tillgänglig.

Företagsenkäten skickades ut som en webbenkät till totalt 88 företag, varav 32 inom Fiber Optic Valley, 15 i Industriellt IT, 25 i Future Position X och 16 i Radiocentrum Gävle. Av de totalt 88 företag som erhöll enkäten svarade 53 företag, vilket ger en svarsfrekvens på 60 procent. Ingen enkät skickades till företag inom Interactive TV Arena eftersom detta bedömdes vara för tidigt i utvecklingsprocessen för detta klusterinitiativ.

Företagen var i undersökningen uppdelade i olika strata utifrån vilket initiativ de tillhörde. Tabellen nedan visar fördelningen av företag och svarsfrekvens per initiativ.

**Tabell 1. Urvalsgrupp**

Initiativ	Antal utskickade enkäter	Antal mottagna enkäter	Antal besvarade enkäter	Svarsfrekvens (%)
Fiber Optic Valley	32	32	18	56
Industriellt IT	15	15	12	80
Future Position X	25	25	16	64
Radiocentrum Gävle	16	16	7	44
<b>Totalt</b>	<b>88</b>	<b>88</b>	<b>53</b>	<b>60</b>

Företagsenkäten har genomförts via webbverktyget SurveyXact och korrespondensen med företag har endast skett via e-post. Tidsplanen för genomförandet av webbenkäten var initialt fyra veckor. På grund av låg svarsfrekvens förlängdes tiden med en vecka. Sammanlagt fem påminnelser skickades ut samtidigt som vissa processledare hjälpte till med att påminna företagen genom bland annat e-post och nyhetsbrev.

Alla svar har behandlats med hög anonymitet och tillvägagångssättet har varit lika för alla företag som inkluderats i värderingen.

Att tänka på vid läsning av diagram och tabeller som presenteras utifrån företagsenkäten är att alla "vet ej"-svar har exkluderats (uteslutits ur beräkningarna). Dessa har dock ingått i föregående års värderingar. Anledningen till att "vet ej"-svaren exkluderats har bland annat varit för att förtydliga andelen ja/nej-svar, samt för att kunna göra representativa jämförelser med resultaten från tidigare år. Även resultaten från föregående års mätningar har därför räknats om och uteslutit "vet ej" svaren.

Detta har även orsakat svårigheter i att redogöra för antalet respondenter vid vissa tabeller och diagram då antalet "vet ej"-svar skiljer sig mellan frågeställningarna. Då "vet ej" svaren räknas bort, varierar även antalet respondenter för varje frågeställning. För att närmare se antalet respondenter för respektive fråga, vänligen se bilaga.

## 1.5 Rapportens disposition

Rapporten är disponerad enligt följande. I kapitel 2 beskrivs Gävleborgs klusterinitiativ kortfattat. I kapitel 3 presenteras årets temakapitel som analyserar akademins koppling till klusterinitiativen. I kapitel 4 redogörs för intervjun med processledare och företagsenkäten. Kapitlet avslutas med slutsatser.

I kapitel 5 analyseras initiativen sammantaget i regionen. Här aggregeras resultat av utvärderingen utifrån de fyra indikatorerna som uppdragsgivarna har specificerat.

Rapporten avslutas med bilagor kring metodredovisning samt ett tabellverk från företagsenkäten.

## 2. GÄVLEBORGS OLIKA KLUSTERINITIATIV

Följande kapitel redovisar kortfattat vad respektive klusterinitiativ har för inriktning och historia. För en mer detaljerad beskrivning hänvisas till tidigare års rapporter eller till klusterinitiativens hemsidor (länk i fotnot nedan).

### 2.1 Fiber Optic Valley

I fokus för klusterinitiativets område ligger produkter och tjänster som baseras på eller är kopplade till fiberoptik. På Fiber Optic Valley leds arbetet av principen att företag etableras där tillväxtpotentialen är som störst. Av den anledningen initierades klustret för att se till att Gävleborg har de bästa av förutsättningar. Affärsidén är att få andra att växa genom att se till att kompetensen är på topp och att idéer samt erfarenheter flödar i samhället mellan individer, högskola och näringsliv. Framtiden bjuder på förändringar som kräver konkurrenskraft och den kraften föds just ur samarbete konkurrenter emellan. En av strategierna är att arbeta med tillämpad genusforskning för att skapa hållbar tillväxt i branschen. Klustret drivs som en ideell förening med ett 30-tal medlemmar, där det operativa arbetet sköts av Fiber Optic Valley AB. Tanken om ett kluster inom fiberoptik kom redan på 1990-talet och 2004 utsågs klustret till Vinnväxt-vinnare av Vinnova som också finansierar arbetet tillsammans med Nutek och EU:s strukturfonder.<sup>2</sup>

### 2.2 Industriellt IT

Bakom klusterinitiativet Industriell IT (även kallat FindIT) som startade sin verksamhet 2008 står Sandbacka Park, men det är Sandvikens kommun som är huvudman för både teknikparken och klusterprojektet.

Industriellt IT är i grunden ett kompetenscentrum med syftet att förstärka och förbättra den industriella IT-branschen i Gävleborgs Län. Målsättningen är att man med denna strategi ska stärka tillväxten hos de små- och medelstora företag som ingår i nätverket och således även i förlängningen bidra till Gävleborgs tillväxt som helhet.

Det finns ett uttalat behov av att stärka konkurrenskraften för att motverka risken att underleverantörer inom området flyttar sin verksamhet till andra liknande regioner utomlands, där det råder högre effektivitet och/eller finns bättre kunskaper. Genom att bidra med erfarenhetsutbyte på flera nivåer i samhället söker klusterinitiativet rusta för framtiden. Klustret vill också skaffa sig nya kontakter för att stimulera till ett så brett erfarenhetsutbyte som möjligt. Det handlar om att se över de flaskhalsar för nytänkande och entreprenörskap som kan finnas i en branschs infrastruktur. Det anses finnas goda förutsättningar att regionen även framgent ska ligga i framkant inom industriell IT eftersom det finns en stor basindustri med behov av olika högteknologiska lösningar för till exempel administration då gamla system måste bytas ut. Av denna anledning ses klustret som en bra plattform för seminarier, möten samt utbildning, och aktiviteterna kan sägas ha fokuserat på nätverksbyggande och grundläggande kartläggningar av området och företagens behov inom detta.<sup>3</sup>

### 2.3 Future Position X

I Gävleregionen huserar klusterinitiativet Future Position X som verkar för att regionen ska bli ledande inom specialisering och utveckling inom geografiska informationssystem (GIS), för områden så vitt skilda som daghem och bygglov. Gemensamt har de dock att arbetet går att koppla till en fysisk position. Samarbetet drivs för att skapa tillväxt inom området genom exempelvis marknadsföring och kompetensförsörjning. Arbetet baseras på att kartlägga individers och organisationers behov och önskemål genom djupintervjuer och marknadsundersökningar för att bli "Europas GIS-center". Klustret ingår i ett nätverk som täcker mer än tio länder runt om i världen. FPX är en oberoende ideell förening sedan 2006. Initiativet startade emellertid redan 2002 som ett av flera exempel på samverkan mellan högskola och näringsliv i Gävle kommun för tillväxt, där kommunen initialt var projektägare.<sup>4</sup>

<sup>2</sup>För mer info, se: <http://www.fiberopticvalley.com/>

<sup>3</sup> För mer info, se: <http://www.sandbackapark.se/pages.asp?PageID=266&MenuID=206>

<sup>4</sup> För mer info, se: <http://www.fpx.se/>

## 2.4 Radiocentrum Gävle

Radiocentrum Gävle, eller Centrum för radiomätteknik som det heter i forskningsvärlden, är ett kluster som bildades 2006 i samarbete mellan Kungliga Tekniska Högskolan (KTH), Högskolan i Gävle (HiG), Ericsson och ett tiotal företag i radio- och telekombranschen med syfte att bedriva industriellt samarbete och att utbilda för att stärka kompetensförsörjningen inom området. I hjärtat av centret ligger välutrustade laboratorier som fungerar som plattform för verksamhetens arbete, samtidigt som det utgör centrets varumärke. Dessa laboratorier delas in i tre kategorier; forskningslaboratorier (för grundläggande högskoleutbildning på kandidat och magisternivå), centerlaboratorier och projektlaboratorier. De två sistnämnda kan förutom av studenter användas av andra aktörer i regioner som arbetar med radiomätteknik. Centret har idag ett tjugotal industripartners och är en framstående verksamhet inom högskolan i Gävle.

I sitt arbete leds de av en vision och mission som handlar om att säkra Gävles plats på kartan som ledande inom radiomätteknik, såväl generellt på området som inom den tillämpade forskningen.

Genom dessa styrkor anses det inom klusterforskningen komma stärkt konkurrenskraft både för enskilda företag och branschen som helhet. Indirekt innebär detta att hela regionen stärks och drar nytta av arbetet.<sup>5</sup>

## 2.5 Interactive TV Arena

Interactive TV Arena (ITV) är ett kluster kring interaktiv TV som startade i projektform i november 2007 och som kommer att fortgå till årsskiftet 2009/2010. Tanken på ett samarbete och kunskapen i ämnet har dock funnits regionalt under hela 2000-talet.

Det främsta målet är att nå tillväxt inom branschen genom att kontinuerligt tillgodose nytänkande och god kompetens hos företag och individer. Genom att utgöra spindeln i nätet mellan företag, entreprenörskapande och högre utbildning, söker klustret både att underlätta samt genomföra FoU på området - ITV ska alltså både initiera och bedriva forskning inom området. Målet är att skapa innovativa miljöer i näringslivet genom att bilda en egen institution.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> För mer info, se: <http://www.hig.se/Organisation/Institut-centrumbildningar/Radio-center-Gavle.html>

<sup>6</sup> För mer info, se: <http://www.itvarena.com/>

### 3. TEMA AKADEMI - GÄVLEBORG

Årets fördjupningstema är kopplingen mellan akademien och de regionala klusterinitiativen, samt vilka avtryck samverkan med initiativen har gett inom akademien. Data för denna del av rapporten kommer från tre källor:

1. Frågeställningar i den företagsenkät som gått ut till medlemsföretag i följande klusterinitiativ:
  - Industriellt IT
  - Fiber Optic Valley
  - Future Position X
  - Radiocentrum Gävle
2. Frågeställningar i de intervjuer som genomförts med ovanstående initiativs processledare
3. Intervjuer med tre representanter från Högskolan i Gävle: rektor, samverkansansvarig och ytterligare en person med god insyn i högskolans samverkan

#### 3.1 Samverkan mellan Högskolan i Gävle och näringslivet

Högskolan i Gävle (HiG) har en uttalad satsning på samverkan och högskolans rektor åker personligen runt i regionen för att uppmuntra samverkan mellan högskolan och det regionala näringslivet. Högskolan i Gävle har som ambition att stärka samverkan med näringslivet inom både forskning och utbildning, vilket också är inskrivet i forsknings- och utbildningsstrategin. Fokus idag ligger på samverkan inom utbildning, snarare än inom forskning.

Rektorn uttrycker att arbetet med att stärka samverkan går hand i hand med regionens klusterbildningar. Det finns många exempel på vad högskolan gör för att stötta samverkan, men samtidigt uttrycker respondenterna från HiG att det finns stort utrymme för såväl förändring som förbättring. Högskolan är i dag under omorganisation, vilket bland annat rör samverkansenheten - och rektorn är ny sedan sommaren 2008.

##### *Ämnesområden för samverkan med näringslivet*

Samverkan med näringslivet sker enligt respondenterna inom en rad ämnesområden, men i störst utsträckning inom teknik, naturvetenskap och datakunskap. På teknikområdet handlar det särskilt om materialvetenskap. Inom ramen för klustrens områden samverkar HiG kring GIS tillsammans med FPX, Fiber Optic Valley och Radiocentrum Gävle, samt kring IT tillsammans med Industriellt IT och Interactive TV Arena. Högskolan arbetar också med att bygga upp samverkan kring trä och skog och inom energiområdet som bioenergi och elbilar.

##### *Samverkan mellan Högskolan i Gävle och SMF*

Alla tre respondenter från högskolan ser ett stort intresse för samverkan, särskilt vad gäller ledningens intresse för samverkan med små och medelstora företag (SMF). Rektorn själv uttrycker fördelar med klustren, särskilt vad gäller kontakten med de mindre företagen. HiG samverkar med SMF genom flera kanaler - i exempelvis Fiber Optic Valley är många små företag involverade i; Företagsringen i Södra Hälsingland i Bollnäs, Företagsskolan i Hudiksvall med flera. På Radiocentrum Gävle har flera företag etablerat kontor för att komma närmare den akademiska verksamheten.

##### *Enskilda personer eller strukturer som upprätthåller samverkan*

Den bild som respondenterna från HiG ger är att det fram till idag har varit enskilda personer som har upprätthållit samverkan på högskolan, men att dessa har haft stöd i strukturerna som också har utvecklats och fortsätter att göra så.

##### *Kontaktskapande mellan Högskolan i Gävle och det regionala näringslivet*

Kontakt mellan högskolan och det regionala näringslivet sker på många sätt;

- Högskolans samverkansorgan, Kontakttorget, med länkar på hemsidan och dit förfrågningar slussas från växeln och andra delar av högskolan
- FÖRSTprojektet som stöds av kommun och regionförbund ska fungera som en inkörsport
- Direktförfrågningar till rektorn när det gäller större företag och initiativ

- HiG är engagerad i ett nodnätverk med noder i såväl Sandviken och Hudiksvall som Gävle (och Hofors). Beroende på var noderna är belägna, är de involverade i olika utsträckning i klustren
- Formella kontakter genom att personer på högskolan sitter med i styrelser och ledningsgrupper för olika initiativ, projekt, etc.
- Högskolan tar själv kontakt utifrån behov av exempelvis undersökningsgrupper
- Utåtriktad verksamhet från både Kontakttorget och ledningen
- Visst samarbete med Movexum, den nya inkubatorn i Gävleborg
- Visst arbete med Innovax som ännu inte har kommit igång
- Klusterinitiativen som ger högskolan en arena där problem kan diskuteras och där det omgivande samhällets behov av kompetens blir tydligt
- Radiocentrum Gävle är en juridisk enhet inom Högskolan i Gävle

#### *Högskolans roll på en regional arena*

Även om högskolan verkar på en nationell och internationell arena inom områden där HiG har spetskompetens, har högskolan ett särskilt regionalt ansvar. Detta gäller främst utbildning - kompetensförsörjning beskrivs som det viktigaste uppdraget för HiG i regionen. Studenter som tar examen får jobb i regionen och högskolan försöker utveckla grundutbildningen efter det regionala näringslivets behov, där ett exempel är projektbaserad ingenjörsutbildning tillsammans med regionala företag. HiG använder också distansutbildning, vilket underlättar för studerande ute i regionen. Vidare har högskolan breddat rekryteringen av studenter utan akademisk bakgrund, samt av äldre studenter med bakgrund i näringslivet.

Respondenterna uttrycker att HiG har goda chanser att samverka med det regionala näringslivet och att det är högskolans uppgift att vara aktiva på den regionala arenan i syfte att bli det naturliga valet när företagen efterfrågar akademiska tjänster. Detta gäller särskilt SMF eftersom de större företagen har lättare att vända sig till andra lärosäten i landet. Vidare innebär detta att HiG har ett ansvar vad gäller att arbeta upp kontakter med SMF.

### **3.2 Samverkan mellan Högskolan i Gävle och de regionala klusterinitiativen**

Respondenterna från Högskolan i Gävle har alla en god kännedom om vilka klusterinitiativen är och namnger dem spontant. HiG samarbetar på olika sätt med samtliga regionala klusterinitiativ samt Triple Steelix som finns i både Dalarna och Gävleborg. HiG samverkar framförallt direkt med klusterinitiativen via processledaren, men också med enskilda medlemsföretag. I vilken grad samverkan sker centralt med klustret eller med företag, varierar också mellan klustren. HiG är exempelvis representerade i bland annat Fiber Optic Valleys och Radiocentrum Gävles styrelse. En majoritet av respondenterna i företagsenkäten uppger att företaget idag samarbetar med en högskola eller universitet i någon utsträckning (se tabell 2 nedan).

Samtliga respondenter nämner spontant att klusterinitiativen är en viktig kanal för kontakt med företag i regionen. Alla kluster har någon typ av informationsspridning där högskolan kan nå ut och genom att delta på möten får högskolan både direktförfrågningar om olika typer av stöd och information om behov. Vissa av medlemsföretagen hade högskolan redan kontakt med innan klusterinitiativen bildades, men fler har tillkommit. Samverkan med klustren ger information om vilka företag som finns och vad de är intresserade av. Respondenterna bedömer att högskolan har skapat möjligheter för industrinära FoU inom klusterinitiativens områden. En respondent trycker på att detta bör kunna göras i ännu större utsträckning. Två respondenter menar dock att högskolan skulle kunna göra mer för att samarbeta strategiskt med klusterinitiativen, men också att några av klusterinitiativen kunde göra mer.

Samtliga respondenter tillägger också att vad som är ett kluster är en definitionsfråga och att högskolan utöver sina kontakter med klusterinitiativen, även har kontakt med andra klusterkonstellationer av företag. Ett trä- och skogskluster är exempelvis under uppbyggande och regionen rymmer ett centrum för logistik.

#### *Samverkan med andra lärosäten i samband med klusterinitiativen*

Högskolan i Gävle samverkar med forskare på flera andra lärosäten inom ramen för klusterinitiativen, bland annat med KTH (Industriellt IT), universiteten i Linköping, Luleå, Uppsala, Mittuniversitetet (Fiber Optic Valley) och Högskolan Dalarna (Triple Steelix).

### 3.3 Samverkan med akademien enligt klustren

Nedan sammanfattas hur klusterinitiativets processledare beskriver samverkan med akademien i de intervjuer som genomförts.

#### *Future Position X*

Klusterinitiativet bygger mycket utifrån den grund som finns hos Högskolan i Gävle (HiG) och det är en uttalad del av klustrets strategi att också aktivt arbeta för att stärka högskolans forskning inom området för att på så sätt bli ledande på forskning inom GIS-området. I syfte att ytterligare stärka forskningens kopplingar till näringslivet samt att göra forskningsfrågor och resultat direkt användbara inom företagen, har FPX idag valt att inlemma forskningen även inom initiativet genom att flera heltidsanställda forskare sitter i lokalerna. Man arbetar också i projektform med olika utvecklingsprojekt, i vilka forskare från olika institutioner är inblandade i olika utsträckning. Förutom sin samverkan med HiG, samarbetar klusterinitiativet kring olika frågor med flera andra högskolor i såväl Sverige som utlandet.

Inom FPX finns en uppfattning att forskning på högskolan generellt sett har genererat för liten nytta för företagen, att den varit för akademisk. Man anser att samarbetet mellan företag och akademi skulle stärkas av att göra forskningen mer tillämpad och företagsnära. Detta gäller själva organiseringen av forskningen, samt hur forskningsfrågor tas fram, hur projekt bedrivs samt hur resultat förmedlas.

#### *Industriellt IT*

Inom området industriellt IT har Högskolan i Gävle (och Högskolan i Dalarna) ingen direkt FoU, utan endast grundläggande verksamhet. Klusterinitiativets arbete kring samverkan med högskolan är fortfarande i sitt inledningsskede och man diskuterar hur man på bästa sätt kan närma sig frågan och få ett bättre samarbete kring FoU-frågor med högskolorna såväl som med andra FoU-aktörer. För tillfället ser man sig huvudsakligen som en förmedlare av idéer till högskolan – ett flöde som i viss utsträckning också går i motsatt riktning, samtidigt som man har kontakt med samverkansansvariga. Viss verksamhet kring examensarbeten för studenter har också inletts. Sannolikt kommer en stor del av forskningskopplingen i framtiden att vara beroende av forskning i andra regioner.

I dagsläget går det inte att påvisa någon tydlig nytta av samverkansarbetet med högskolan eftersom det fortfarande ligger i sin linda. I framtiden blir det viktigt för klustret att arbeta med att avdramatisera forskningen för företagen så att deras intresse för dessa frågor ökar och tröskeln att integrera forskning i verksamheten blir lägre. Visionen är att klustret ska kunna vara en neutral plattform som i praktisk verksamhet kan minska avståndet mellan företag och högskola - åt båda håll.

#### *Fiber Optic Valley*

För Fiber Optic Valley är samarbetet med högskolan själva grunden för den verksamhet som man idag har lyckats bygga upp. Samarbetet med främst Mittuniversitetet går många år tillbaka i tiden och klustret beskriver det själva som att uppbyggnaden av forskning och utveckling praktiskt taget har föregått arbetet med att involvera företag i klustret. Detta är en stor skillnad mot övriga klusterinitiativ som utgår från ett utökat nätverksarbete mellan företag som bland annat vill förbättra sin koppling mot forskningsinstitutioner – ett nära samarbete som vanligtvis handlar om att man sitter i varandras styrgrupper och styrelser. Medan samverkan sker på en strategisk nivå högt upp i organisationerna, syns det också konkret i exempelvis en mängd olika forskningsprojekt i vilka examensarbetare och industridoktorander är knutna till högskolan. Man har även ett forskningsråd som fungerar som bollplank och rådgivare till klustret. Mittuniversitetet är ett av totalt sex lärosäten som klusterinitiativet samarbetar med.

Den tydligaste nyttan för företagen härstammar från de industridoktorander som man har haft och fortfarande har. Förutom den rena produktutvecklingen för företagen, har detta även haft betydelse för exempelvis möjligheterna att få finansiering (riskkapital och offentligt stöd) samt för skapandet av nya kontaktytor och mötesplatser som främjar företagets synlighet. Klusterinitiativet nämner även examensarbeten som en mycket tydlig nytta för företagen då dessa utgör

en möjlighet att få in nya idéer samt kompetenser i företagen – något som i sin tur har en konkret inverkan på utvecklingsmöjligheterna.

Klustret ser sig som en viktig brygga mellan akademien och företagen. Man står delvis för ett annat perspektiv som ligger närmare tillväxt och utveckling. För företagen skapar klusterinitiativet möjligheter till avancerad produktutveckling, och för akademien tillförs kunskap om marknader samt efterfrågan – något som ger högskolan stöd i beslut som gäller val av utbildning och forskning att satsa på.

#### *Radiocentrum Gävle*

Radiocentrum Gävle uttrycker att hela deras modell går ut på just samarbete mellan högskolan och näringslivet. En viktig poäng är att centret är lokaliserat till samma byggnad som Ericssons utvecklingsverksamhet i Gävle och därigenom har en närhet till både kompetens och infrastruktur – något som är av stor nytta för de regionala SMF som deltar i verksamheten. Dessutom genomförs ett projekt i samarbete med Totalförsvarets forskningsinstitut som delvis bygger på att utveckla och kommersialisera militär teknologi i syfte att göra den användbar för civila företag. Centret är ägt av Högskolan i Gävle och har därmed av naturliga skäl en stark koppling till denna högskola. Klusterinitiativet ingår också i den nationella forskarskolan kring telekom och har därigenom en nära koppling till KTH, men också Chalmers samt ett antal andra högskolor.

Genom att arbeta med Radiocentrum Gävle har regionala företag en möjlighet att knyta till sig forskning som exempelvis genomförs vid KTH, utan att på egen hand behöva ordna dessa kontakter själva. Vid intresse kan ett företag själv eller i samverkan med andra, driva fram nya forskningsprojekt genom att nyttja resurser vid Radiocentrum Gävle. När det gäller nya marknadsområden brukar det generellt sett aldrig vara några problem med att få finansiering till denna typ av utvecklingsprojekt.

Radiocentrum Gävle pekar på behovet av mer resurser för att ännu bättre kunna ta hand om alla företag som vill delta i samarbetet. Som det ser ut idag har man inte kapacitet att möta upp hela den efterfråga som man upplever finns från företag, såväl regionala som nationella. Det finns ett flertal olika aktiviteter som klusterinitiativet skulle kunna bedriva för att stärka kopplingarna mellan akademi och näringsliv ytterligare, så som utbildningar, olika typer av mötesplatser samt satsningar på den långsiktiga kompetensförsörjningen inom området.

#### *Interactive TV Arena*

Forskning kring klustrets huvudområde, utformning av interaktiva TV-tjänster, finns inte regionalt. Det samarbete som sker regionalt är i frågor med större avstånd till huvudfrågan. I dagsläget är därför samarbetet med högskolan begränsat och man arbetar istället huvudsakligen med ett antal internationella universitet utomlands (exempelvis i Spanien och Storbritannien), samt med KTH och Mittuniversitetet. Ibland är man med och finansierar forskningsprojekt och i några fall har man studenter som sitter på klustret och gör sina examensarbeten. Trots detta har HiG haft en viktig funktion för klustrets kompetensförsörjning, då högskolan utbildat klustrets alla anställda i datavetenskap.

Det är i första hand klusterinitiativet själva som deltar i dessa samarbeten och man beskriver det som att man fortfarande befinner sig i en fas där det direkta samarbetet mellan företag och akademi ännu inte inletts. Denna fas i utvecklingen är dock väldigt nära. Dock syns idag redan denna nästa fas i utvecklingen och man ser ett antal exempel på mer konkret produktutveckling, medan diskussioner också förs kring ett antal avknoppningsföretag som finns.

### **3.4 Efterfrågar företagen i klusterinitiativen samverkan?**

Respondenterna ser en tydlig efterfrågan på samverkan med HiG från företag i klustren och att företag i regionen över huvud taget efterfrågar mer samverkan än tidigare – något som tyder på att högskolan i större utsträckning än tidigare ses som en tillgång för regionen. Klusterinitiativen kan göra det lättare att se möjligheterna. Andra nätverk som exempelvis nodnätverk runt om i kommunerna som funnits i tio år är också de viktiga.

I företagsenkäten uppger en stor majoritet av respondenterna i företagsenkäten att företaget idag samarbetar med en högskola eller universitet, och att ännu fler ser det som önskvärt att göra det i framtiden.

**Tabell 2. Företagens samarbete med akademien idag och i framtiden**

	FPX	Industriellt IT	Fiber Optic Valley	Radiocentrum Gävle
<b>Samarbetar med akademien idag i någon mån</b>	16 av 16	8 av 11	14 av 16	7 av 7
<b>Vill samarbeta med akademien i framtiden</b>	16 av 16	11 av 11	15 av 15	6 av 7

Det är stor variation i företagens efterfråga – allt från enkla problemlösningar som sköts genom examensarbeten till avancerade forskningssamarbeten, efterfrågas. Många gånger har de mindre företagen ingen akademisk tradition. De vet inte vad de ska efterfråga, utan vill ha kontakt i största allmänhet. I dessa företag används ofta examensarbetare som kontaktskapare. I andra företag efterfrågas uppdragsutbildning och andra typer av kompetensutveckling av de anställda.

När högskolan besöker företag för kontaktskapande följer efterfrågan de områden som presenteras. Besöker exempelvis en logistiker företagen efterfrågas logistiska lösningar, medan personalfrågor kommer upp om man pratar om personalvetenskap. Samverkan på det tekniska området är det som efterfrågas i störst utsträckning, men även andra områden så som ledarskap lyfts av företagen. Högskolans rektor understryker att HiG har betydligt mer att erbjuda, exempelvis logistik och språk. Samhällsvetenskap och humaniora är områden som bedöms ha stor potential för ökad samverkan.

Även företagsenkäten redogör för vilken typ av samarbete med akademien som efterfrågas. Bilden visar att en stor majoritet av medlemsföretagen i samtliga kluster efterfrågar i princip alla typer av samarbete med akademien som de tillfrågas om, antingen i viss, hög eller mycket hög utsträckning. Den typ av samarbeten som företagen framförallt<sup>7</sup> efterfrågar redovisas nedan.

<sup>7</sup> En majoritet av respondenterna från företagen har uppgett att de i framtiden tycker att det vore önskvärt att samarbeta med en forsknings- eller utbildningsinstitution i viss, hög eller mycket hög utsträckning.

**Tabell 3. Områden kring vilka företagen vill samarbeta med utbildningsinstitutioner**

	FPX	Industriellt IT	Fiber Optic Valley	Radiocentrum Gävle
<b>Studentutbyte, t.ex. praktik, uppsatser</b>	X	X	X	X
<b>Kompetensutveckling av egen personal</b>	X	X	X	X
<b>Uppdragsutbildning i samarbete med universitet/högskola för egen personal</b>	X	X		X
<b>Rekrytering av ny personal</b>	X	X	X	X
<b>Utveckla nya produkter och tjänster</b>	X	X	X	X
<b>Delta i forskningsprojekt</b>	X	X	X	X
<b>Samarbete med enskilda forskare</b>	X		X	X

*Faktiskt och efterfrågat samarbete med akademien per klusterinitiativ*

FPX: idag samarbetar 6 av 16 företag i stor eller mycket stor (5 resp. 1) utsträckning med akademien, medan fem samarbetar i viss utsträckning, och lika många i låg utsträckning. När de frågas om vad som vore önskvärt vill fler samarbeta med akademien i högre utsträckning än vad man gör idag. Hälften av respondenterna anser att det vore önskvärt att samarbeta med akademien i stor utsträckning.

Industriellt IT: en majoritet, åtta av elva företag, samarbetar i någon utsträckning med akademien, men alla utom en gör det i viss eller låg utsträckning. När de tillfrågas om önskvärd grad av samarbete vill alla samarbeta i viss, stor eller mycket stor utsträckning.

Fiber Optic Valley: idag samarbetar 14 av 16 företag med akademien - fem i viss utsträckning, fyra i stor utsträckning och de övriga jämnt fördelade mellan dessa. Samtliga respondenter uppger dock att det vore önskvärt att samarbeta med akademien, och tio av 15 företag vill göra det i stor eller mycket stor utsträckning.

Radiocentrum Gävle: idag samarbetar samtliga respondenter med akademien. Ett antal av dem anger dock att man vill samarbeta i högre utsträckning än vad man gör idag.

**3.5 Ger samverkan företagen högre konkurrenskraft?**

Samverkan mellan HiG och klusterinitiativens medlemsföretag hjälper dem att bli konkurrenskraftiga på flera sätt enligt respondenterna;

- Examensarbeten och annan hjälp att lösa konkreta problem ger lösningar. Kan vara relativt enkla saker studenter gör som hjälper företagen väsentligt.
- Utbildad arbetskraft
- Företagen kan bygga upp egen kompetens genom att ingå som samverkanspartner med HiG, teckna avtal om forskningsuppdrag, deras idéer kan omsättas i verkligheten.

Respondenterna tycker att det är svårt att bedöma om företagen som samverkar med HiG uppnår tillväxt och innovation snabbare än vad de skulle ha gjort annars, däremot ser de högskolan som en av flera pusselbitar i företagets förmåga till utveckling. En respondent pekar på att HiG genom tester och analyser avråder företag att gå vidare med vissa projekt, vilket är en utveckling även om det inte syns i termer av tillväxt.

Det finns några exempel på nyföretagande i spåren av samverkan mellan klusterinitiativen och högskolan, men även här är det svårt att bedöma vilken roll själva högskolan har spelat. Samverkan har ofta en mer indirekt roll. Att högskolan finns gör t.ex. att Teknikparken i Gävle finns och utvecklas, även om företagen inte är direkt beroende av högskolan. Högskolan ger också bättre möjligheter att rekrytera kompetent personal.

### 3.6 Ger samverkan med klusterinitiativen högskolan mervärde?

Enligt respondenterna från Högskolan i Gävle ger samverkan med klusterinitiativen ett tydligt mervärde för högskolan. Dels för de personer som är med och arbetar med klustren men också i forskningssamarbeten och examinationen av forskare, särskilt genom Radiocentrum Gävle och Future Position X. Samverkan med klusterinitiativen ger också högskolan förbättrade företagskontakter och tydligare input om hur grundutbildningen kan göras mer relevant för de regionala företagen. Samverkan med klustren ger en ömsesidig kunskapsöverföring. Respondenterna ser följande konkreta resultat av samverkan mellan HiG och de regionala klusterinitiativen:

- Nya/fler kontakter med SMF, bland annat genom den arena som klusterinitiativet har bidragit till och där högskolan kan träffa dem på plats.
- Mer aktiva kontakter med andra lärosäten
- Samverkan med klustren har – tillsammans med annan företagssamverkan - bidragit till nya arbetssätt i undervisning på grundutbildning
- Nya moment i grundutbildning: exempelvis i den projektbaserade ingenjörsutbildningen där klustren var delaktiga, samt inom en masterutbildning i elektronik
- Fler företagskontakter för studenter under utbildning
- Ökad kompetens inom det egna forskningsområdet för de som deltagit i forskningsprojekt: exempelvis nya problemställningar
- Nya utvecklings- eller forskningsprojekt: exempelvis med Radiocentrum Gävle, Interaktiv TV Arena, FPX samt gemensamma ansökningar med bland annat Industriellt IT.
- Adjungerade professorer och adjunkter från näringslivet

### 3.7 Rekommendationer för utveckling av samverkan mellan Högskolan i Gävle och klusterinitiativen

De tre respondenterna från Högskolan i Gävle ger följande rekommendationer för utveckling av samverkan mellan högskolan och klusterinitiativen;

- Göra det lätt för företag att hitta till HiG och vad högskolan kan erbjuda. Här är klusterinitiativen viktiga eftersom de kan ta emot och ta reda på information från högskolan som de enskilda företagen inte har möjlighet att ta reda på själva.
- Arbeta mer uppsökande ute i regionen.
- Skapa en bra mottaglighet för de behov som näringslivet uttrycker i syfte att få HiG att ibland fungera som en konsultorganisation; visa intresse för de förfrågningar man får och anpassa en del av verksamheten efter det regionala näringslivets behov .
- Utveckla högskolans förmåga att leverera, då det idag finns problem kring tajming och kapacitet. Många bra idéer går förlorade då det kan vara svårt att få ihop forskare och lärare i rätt tidpunkt. Högskolan behöver förbättra sitt rykte hos företagen om sin förmåga att leverera.
- Fortsätta det interna arbetet på högskolan med att bygga upp strukturer som underlättar för samverkan mellan lärare och forskare.
- Arbeta med kulturella problem: akademien är inte övertygad om att samverkan är bra, den fria forskningen är fortfarande starkt rotad. Göra det tydligt att det ena inte utesluter det andra.
- Fortsätta med samverkan kring utbildning, exempelvis coop-utbildningarna.

Flera processledare för klusterinitiativen påpekar vikten av att högskolan har en kritisk massa inom det aktuella forskningsområdet. Om man endast har en eller några få forskare inom området är det svårt att ha en konkret betydelse för utvecklingen av det regionala näringslivet. Det blir därför viktigt för högskolan att arbeta med att stärka sina profilområden, snarare än att försöka bygga upp en bredd med så många forskningsområden som möjligt.

Processledarna för respektive klusterinitiativ ger följande förslag på hur samverkan kan utvecklas;

#### *Industriellt IT*

Att använda klusterinitiativet som en neutral plattform och matchmaker för att överbrygga avståndet mellan högskolan och företagen.

#### *Fiber Optic Valley*

Att använda klusterinitiativet som en viktig brygga mellan akademi och näringsliv då klusterinitiativet är närmare företagen än vad universitetet är. Att använda klusterinitiativets nätverk och intresse för tillväxt, givet att universitetets huvudsyfte är att generera vetenskapliga rapporter och citations. Fiber Optic Valley är inskrivna i Mittuniversitetets strategiska plan som ett av tre viktigaste områden att satsa på. Vissa institutioner på högskolor är mer innovationsorienterade, har en mer social profil och är mer konsultorienterade i sitt arbetssätt. Från exempelvis Mittuniversitetets elektronikavdelning kan man i princip beställa forskning inom en viss fråga, vilket är optimalt för ett lokalt näringsliv.

#### *Future Position X*

Att satsa på tillämpad, behovsorienterad och mer företagsnära forskning. Detta är inte bara en organisationsfråga utan också en fråga om hur forskningsfrågorna tas fram och hur resultat förmedlas. FPX har upplevt forskningen som alltför akademisk, samtidigt som den har genererat begränsade nyttor. FPX bygger på det som finns lokalt på högskolan och det är en del av klusters strategiska strategi att stärka forskningen vid högskolan i syfte att göra regionen till den viktigaste forskningsplatsen för GIS.

#### *Radiocentrum Gävle*

Utveckling av samverkan är en resursfråga för att ta bättre hand om företagen. Fler anställda för samverkan, antingen vid klusterinitiativet eller vid HiG, krävs för att fler aktiviteter (såsom utbildning och konferenser) ska kunna erbjudas samt att fler ska inspireras till att utbilda sig till ingenjörer etc.

#### *Interactive TV Arena*

I syfte att kunna vidareutveckla samverkan, krävs mer resurser och utvecklade strukturer för samverkan på HiG.

Klusterföretagen från region Gävleborg svarade på den öppna frågan "Vad anser du att ditt företag, akademien eller (resp. klusterinitiativ) behöver göra för att få ditt företag att i högre utsträckning samarbeta med forsknings- och utbildningsinstitutioner än vad ni gör idag?". Det är framförallt tre saker som efterfrågas;

- Att akademien ökar behovsmotiverad och företagsnära forskning
- Öka förståelsen mellan företag och akademi; informera om vilka kompetenser, behov och erbjudanden respektive parter har
- Utforma kompetensutveckling för företagens anställda

### **3.8 Sammanfattande slutsatser tema akademi - Gävleborg**

- Utveckling och organisering av samverkan med det regionala näringslivet är något som diskuteras och är under utveckling vid HiG. I detta arbete ser man klusterinitiativen som en viktig resurs i regionen. När man organiserar arbetet med samverkan kan det vara till hjälp att beskriva hur man i regionen arbetar med varje steg i samverkan, från kontakt till nära samarbeten i en så kallad samverkanstrappa (se exempelvis KK-stiftelsens rapport "Varför samverka" från 2008). Viktigt är också att avgöra om det är några särskilda

steg som ska prioriteras och vilka konkreta resultat man vill uppnå genom de samverkansaktiviteter som väljs.

- Idag finns ingen utarbetad incitamentsstruktur för att få forskare och lärare på HiG att vilja arbeta med företagssamverkan.
- Högskolan prioriterar idag inte forsknings- eller utbildningsområden som relaterar till klusterinitiativens områden. Det finns önskemål från klusterinitiativens sida om specialisering av forskning mot klusterinitiativens områden. Klustren uttrycker också ett behov av mer tillämpad och företagsnära forskning, medan forskare på HiG istället fokuserar på akademisk forskning.
- Det finns god kännedom om de regionala klusterinitiativen på HiG. Däremot finns det ingen bred strategi för hur högskolan ska involvera och involveras av medlemsföretag i de regionala klusterföretagen, även om klusterinitiativen ses som viktiga kanaler ut till företag i regionen.
- Fiber Optic Valley är ett exempel på klusterinitiativ med mycket nära band till akademien, framförallt Mittuniversitetet, där man samverkar strategiskt genom exempelvis representation i varandras styrorgan. Även Radiocentrum Gävle har en nära anknytning till akademien och samverkar aktivt med aktörer så som KTH, Chalmers och HiG. Radiocentrum Gävle är också en enhet vid HiG, medan FPX och Interactive TV Arena idag har HiG representerad i sina respektive styrelser.
- Idag samverkar HiG i större utsträckning med större företag, jämfört de av mindre storlek. Detta innebär att det finns potential att stärka samverkan med näringslivet genom att satsa på samverkan med SMF, särskilt givet regionens företagsstruktur.
- En stor majoritet av företagen i klusterinitiativen efterfrågar samverkan med akademien, och flera företag vill samarbeta med akademien i större utsträckning än vad man gör idag. Detta innebär en utvecklingsmöjlighet för samverkan i regionen, samtidigt som det indikerar att företagen har en positiv bild av vad högskolan kan bidra med.
- Samverkan med företag ger HiG ett mervärde, vilket kan beskrivas i konkreta resultat.

## 4. RESULTAT OCH ANALYS PER KLUSTERINITIATIV

I följande kapitel kommer vi att presentera de resultat som framkommit från datainsamling via intervjuer med processledare, samt enkät till deltagande företag. Resultat och analys av dessa kommer att redovisas utifrån respektive klusterinitiativ.

### 4.1 Fiber Optic Valley

Genom ett enkätutskick till ett urval av de företag som deltar i Fiber Optic Valley har Ramböll Management samlat information kring hur de betraktar det aktuella projektet. Enkäten har besvarats av **18** företag av **32** utskickade, vilket ger en övergripande svarsfrekvens på cirka 56 procent. Alla 18 respondenter har dock inte svarat på samtliga 24 frågor i enkäten. Med detta klargjort är vår avsikt med detta kapitel att redogöra för de mer specifika svar som har framkommit inom ramen för området Fiber Optic Valley (FOV).

#### 4.1.1 Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling

Processledaren bedömer att påverkan från den finansiella krisen mest märks hos andra aktörer, och desto mindre hos klustrets företag. Naturligtvis påverkas företagen av att stora aktörer drar ner på verksamheten, men detta kan uppvägas av större satsningar som görs av exempelvis klustret eller andra aktörer. Investeringar i fysiska miljöer, så som Acreo FiberLab, är en viktig drivkraft för denna utveckling och som ger bra dragkraft även för andra delar.

En annan viktig faktor som påverkar utvecklingen mycket är tillgången till kompetent personal, vilket idag upplevs som en bristvara. Klustret försöker tillsammans med bland annat högskolan att bidra till att detta byggs upp i regionen. Till viss del ser man här även fördelar med konjunkturnedgången, vilken kan leda till att kvalificerade personer kommer ut på arbetsmarknaden igen och är tillgängliga för klustrets företag på ett annat sätt än under högkonjunkturen. För att stötta den långsiktiga kompetensförsörjningen arbetar man på flera olika nivåer, från grundskolan till universitetet. Klustret försöker påverka utbildningsprogram, exempelvis KY-utbildning eller mastersprogram på högskolan. Man har även medverkat till en ansökan om ett nationellt spetsgymnasium inom fiberoptik (ansökan avlogs dock i första omgången). Man arbetar även med att förmedla examensjobb – något som klusterinitiativet bedömer som en aktivitet som kommer göras i allt större utsträckning i framtiden. Kring industrinära FoU är det tydligaste arbetssättet att driva projekt via industridoktorander där man i dialog med företagen tar fram ämnesområdet och finansieringsformer från fall till fall. Därtill försöker man påverka övrig forskning vid högskola och universitet till att få ett närmare samarbete med klustret och företagen. Detta sker vanligen via en dialog med den högsta ledningen i syfte att få dem att satsa extra inom detta område och för att se hur klustret eventuellt kan hjälpa till för att stötta en sådan satsning.

Mest märks krisen på att det är svårare för företagen att få kapital. Klusterinitiativet försöker därför dra sitt strå till stacken genom att stärka samarbetet med de offentliga aktörer som kan förmedla investeringskapital i olika faser. Exempelvis har man bidragit till att det startat en fond som kan möta upp affärsänglars investeringar med en del av kapitalet för tidiga utvecklingsfaser.

Som Vinnväxtvinnare har FOV sedan tidigare ett utvecklat nätverk med andra kluster, men trots detta så ser man att det regionövergripande projektet "Systemledning i innovativa miljöer" har kompletterat med exempelvis diskussioner kring hur man arbetar med kluster ur ett systemperspektiv. Man börjar även se en del affärsmässiga möjligheter till samarbeten med kluster i andra regioner. Vill man växla upp detta projekt är det viktigt att hitta mötesplatser för andra medarbetare än processledarna. I slutändan är ett utökad samarbete beroende av de resurser som finns och tenderar att bli bortprioriterat i en fulltecknad kalender. FOV upplever att det internationella samarbetet med kluster som har direkt beröring med det egna området vinner i en sådan prioritering. I dagsläget har man samarbeten med FPX i det egna länet och med Triple Steelix, High Voltage Valley och The Paper Province i de andra länen. Det finns också en hel del tankar kring andra samarbetspartners i dessa län som skulle vara intressanta att utveckla framöver.

På internationell nivå vill klustret utveckla sin roll i förhållande till sjunde ramprogrammet, och sitt samarbete med de stora länderna i Europa där det finns affärsmöjligheter för klustrets företag. Processledaren upplever att klustret håller en hög internationell klass redan idag men att det vore bra med en större kritisk massa av såväl företag som forskning inom området, samt tydliga-

re marknadsföring av det man redan är bra på i syfte att bli mer känd på området. Det behövs en uppväxling av initiativet med större satsningar kring infrastruktur; teknikparker och innovativa miljöer, samt en fortsatt satsning på universitet och högskolor i regionen för att vidareutveckla kompetensen. En breddning till fler processledare i andra städer vore även det en önskvärd utveckling enligt klustret.

Klusterinitiativet påpekar att man bidrar till tillväxt i företagen bland annat via direkta initiativ där man själv är en av huvudaktörerna för att få saker på plats, exempelvis uppbyggnaden av samarbetet mellan utbildningsföretag inom fiberområdet eller Acreo FiberLab. Därtill bidrar man via dynamiska effekter där man snarare är del av annat arbete och snarare förmedlar kontakter med exempelvis Almis rådgivare eller andra konsulter. För att stötta nyföretagande i regionen har FOV aktivt varit med och startat och medfinansierat inkubatorn Movexum som nyligen har flyttat in i lokaler i företagsparken. Man har också ett nära samarbete med Åkrokens Science Park i Sundsvall samt andra affärsrådgivare. Från fall till fall finns en hel uppsättning med åtgärder som man kan gå in med om det behövs för att stötta ett blivande företag.

Mångfaldsarbetet sker i och med att man har cirka 30 nationaliteter av forskare bland de som deltagit i olika utvecklingsprojekt. Man arbetar även fortsatt med att locka utländska forskare att komma till regionen. Vidare driver man ett stort forskningsprojekt med genusinriktning tillsammans med Stockholms universitet, där även företag har en aktiv roll. Vad gäller miljö så har själva fiberteknologin i sig positiva miljöeffekter då den är strömsnålare än annan tidigare teknik, samt att den bidrar till bieffekter så som möjligheter till mindre resande genom distansarbete. Utöver detta driver man också utvecklingsarbete med förstudier kring utveckling av området Grön IT samt intelligenta hem.

#### 4.1.2 Om företagen inom Fiber Optic Valley

I syfte att få en förståelse för vilken marknad som företagen inom Fiber Optic Valley i huvudsak vänder sig till, har företagen fått fylla i hur stor andel av deras produktion som går till en hemma- respektive exportmarknad. Enkätsvaren visar att mer än hälften av företagen producerar en fjärdedel av sina produkter och tjänster för en exportmarknad. I tabellen nedan redovisas antalet företag grupperat efter hur stor andel de producerar för hemmamarknaden.

**Tabell 4. Antal företag som producerar för en hemmamarknad (n = 12)**

	Produktion för hemmamarknad (%)			
	0 - 25	26 - 50	51 - 75	76 - 100
Antal företag	1	2	4	5

Enkäten visar vidare att 13 av 16 företag som besvarat enkäten skulle vilja växa i såväl omsättning som antalet anställda, i det fall det fanns en möjlighet. Ett företag önskar växa men utan att öka antalet anställda, och två företag vill inte växa alls. Tabellen nedan visar fördelningen av företagens svar.

**Tabell 5. Skulle du vilja växa om det fanns en möjlighet? (n = 16)**

	Respondenter
Ja, både vad gäller omsättning och antal anställda	13
Ja, men utan att öka antalet anställda	1
Nej	2

Enligt en majoritet av företagen inom Fiber Optic Valley utgör följande faktorer de främsta hindren för att växa;

- Tillgång till lämplig arbetskraft
- Egen tid
- Tillgång till lån och krediter
- Efterfrågan på företagets produkter

För att bedöma huruvida aktivitetsgraden har ändrats under det senaste året har företagen även blivit ombudade att uppskatta den egna aktivitetsgraden i klustret före och under år 2008. Totalt 15 företag besvarade denna frågeställning och resultaten redovisas i tabellen nedan.

**Tabell 6. Hur skulle du uppskatta ditt företags aktivitetsgrad i Fiber Optic Valley före/under år 2008? (n = 15)**

Aktivitetsgrad	Före 2008	Under 2008
Mycket aktiv	2	1
Aktiv	7	5
Mindre aktiv	6	8
Inte aktiv	0	1
Vet ej	0	0

Tabellen ovan indikerar att företag fått en minskad aktivitetsgrad under år 2008. Tidigare ansåg 9 av 15 respondenter att de var aktiva/mycket aktiva. Under år 2008 har denna siffra minskat till 6 av 15 företag.

Företagen som är med i Fiber Optic Valley har olika motiv för sin medverkan. De allra viktigaste motiven (enligt fler än 50 procent av respondenterna, n = 15) för att delta i Fiber Optic Valley visar sig utifrån enkätsvaren vara följande;

- Att kunna utveckla nya produkter/tjänster
- Att öka samarbetet/samverkan med andra företag
- Att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden
- Att få tillgång till kompetensförsörjning via klusterinitiativet/nätverket

Dessa motiv skiljer sig från dem som främst betonades i fjolårets undersökning, vilka var följande;

- Att få nya nätverk
- Att få tillgång till ökad kunskap om nya produkter/tjänster
- Att utveckla den egna organisationen/företaget
- Att etablera nya samarbeten med andra företag

På grund av det låga antalet respondenter väger svaren från enskilda företag relativt tungt, vilket gör det svårt att värdera om förändringen i motiv beror på andra preferenser, eller att respondenterna är andra än de som svarade föregående år.

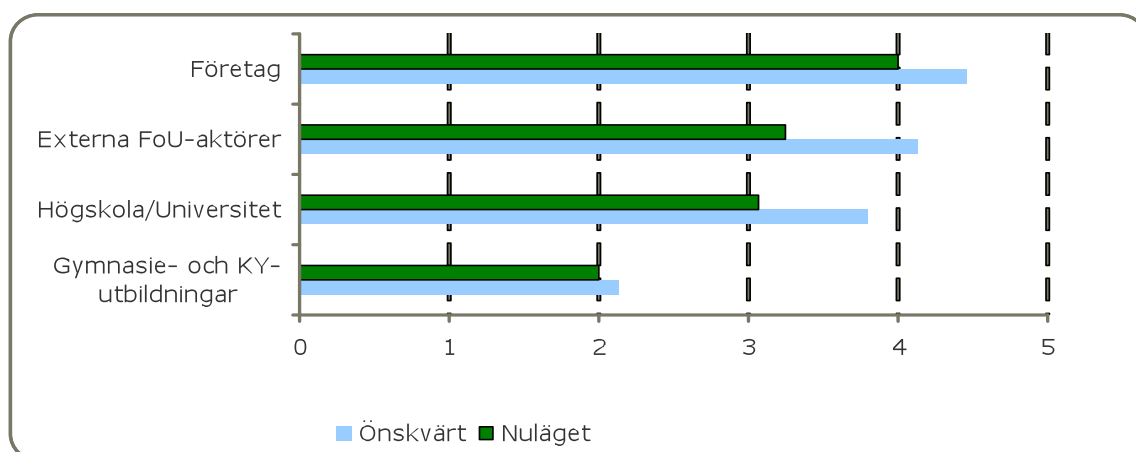
Genom frågan kring hur företagen ser på betydelsen av att medverka i Fiber Optic Valley i dagens ekonomiska konjunktur, framgår det att drygt hälften av svarspersonerna (10 av 18) anser betydelsen vara oförändrad. 6 av 18 respondenter framhäver dock att initiativet har varit av stor betydelse. En respondent valde att kommentera betydelsen av Fiber Optic Valley på följande vis; *"En djup kompetens inom fiberoptik kommer att få stor betydelse för vår framtida produktion av olika industriella produkter. Den breda kompetens som finns inom Fiber Optic Valley kommer alltså ha stor betydelse."*

### 4.1.3 Utveckling av samarbeten med andra aktörer

Alla företag som besvarade enkäten anser det vara mycket viktigt eller viktigt för dem att få tillgång till extern kompetens i syfte att utvecklas. Förra året betonade 6 av 9 företag att det var viktigt eller mycket viktigt för dem att få tillgång till extern kompetens. Företagen efterfrågar olika typer av extern kompetens, så som forskare, tekniker, utbildare, försäljare och marknadsförare.

Företagsenkäten har samlat in information kring företagets syn på nuvarande samarbete och vilken grad av samarbete som vore önskvärt med olika aktörer i framtiden. Stora skillnader mellan faktiskt samarbete och önskat samarbete indikerar att det finns utvecklingsmöjligheter ur ett företagsperspektiv. Diagrammet nedan visar enkätresultaten för företagets genomsnittliga syn på samarbete, såväl det nuvarande som det önskvärda, med olika aktörsgrupperingar. Företagen har tillfrågats i vilken utsträckning de samarbetar respektive önskar samarbeta med olika aktörer, där värde ett är inte alls och värde fem är i mycket stor utsträckning. Diagrammet visar ett genomsnitt av alla svar.

**Diagram 1. Vilka aktörer samarbetar ert företag med idag? Ange hur samarbetet ser ut idag, respektive hur du önskar att det ser ut i framtiden**



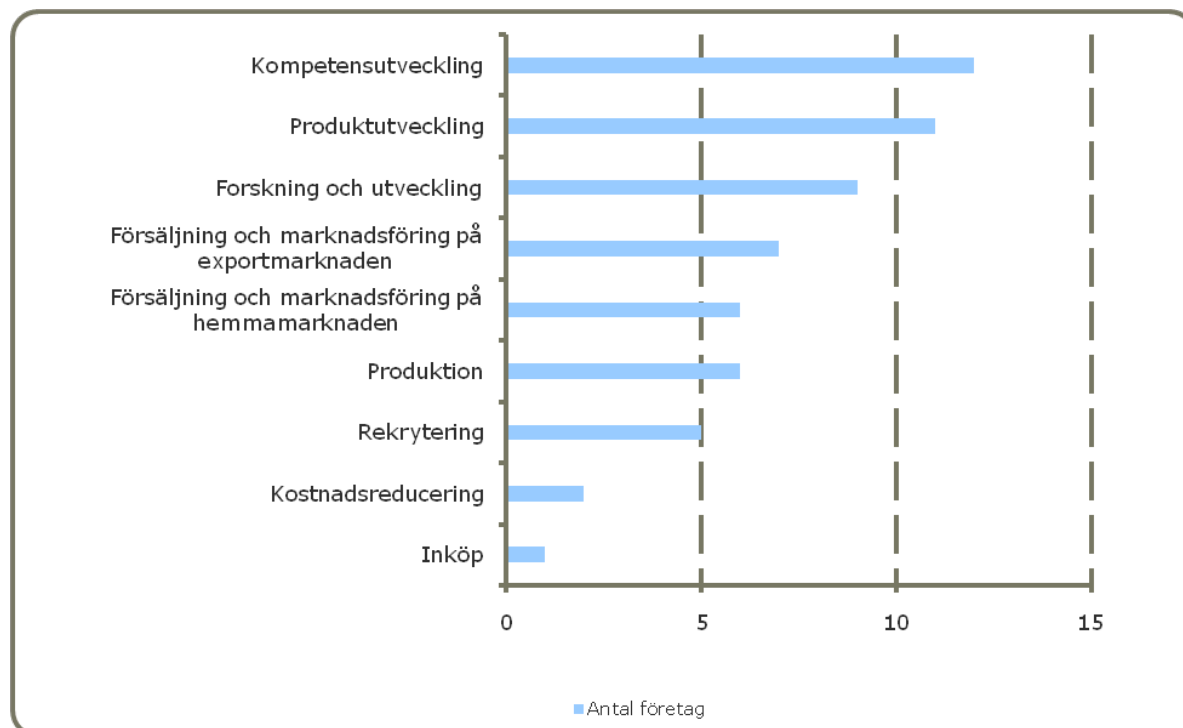
1 = inte alls, 2 = i lite utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

Inom samtliga områden kan det konstateras att företagen önskar en ökad grad av samverkan. Den största skillnaden vi kan se mellan befintlig och önskvärd samverkan, det vill säga där det finns störst potential för samverkan, ser vi inom området externa FoU-aktörer. Det är även en relativt stor skillnad mellan nuvarande och önskad samverkan med högskola och universitet. Detta kunde vi även se i förra årets undersökning när det gäller Fiber Optic Valley. Resultaten i diagrammet är i stort sett de samma som i förra årets mätning.

När det gäller samverkan med andra företag har respondenterna fått svara på frågan om företaget samverkar med andra företag. I enkätsvaren framgår att 15 av 16 företag samarbetar med andra företag. De områden som företagen primärt samarbetar kring är forskning och utveckling, produktutveckling, kompetensutveckling samt produktion.

Det finns ett antal områden inom vilka företagen skulle kunna tänka sig att samarbeta mer i syfte att få en ökad konkurrenskraft. Dessa redovisas i diagrammet nedan.

**Diagram 2. Inom vilka områden ser du att ditt företag skulle kunna samverka mer med andra företag för att öka företagets konkurrenskraft? (n = 14)**

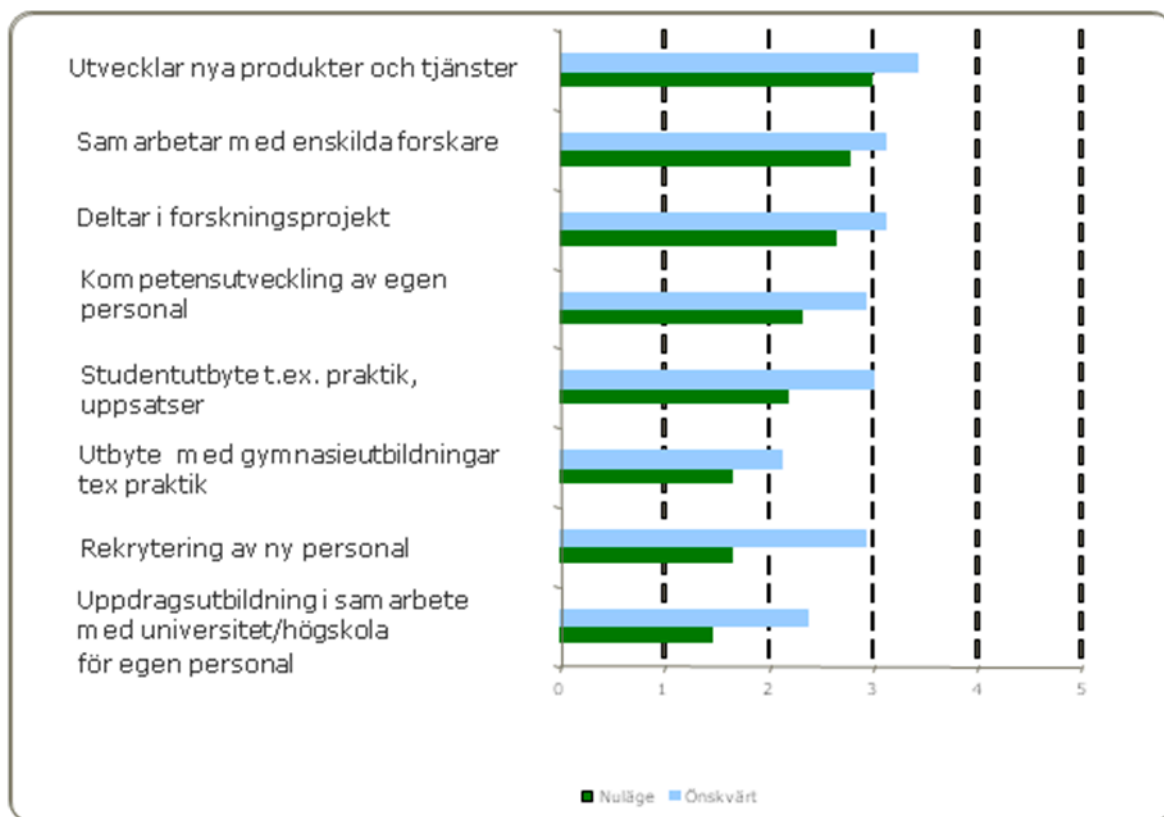


I diagrammet ser vi att respondenterna anser att de skulle kunna samverka i större utsträckning med andra företag inom samtliga områden. De tre områden inom vilka flest respondenter anser att de skulle kunna samverka i större utsträckning är "kompetensutveckling", "produktutveckling" samt "forskning och utveckling". Detta kan jämföras med förra årets värdering där områdena "övrigt", "produktutveckling" samt "försäljning" blev högst rankade bland företagen.

När det gäller samarbete med högskola och universitet visar diagram tre nedan att hos de företag som besvarat enkäten sker samarbete med forsknings- och utbildningsinstitutioner främst inom kvalificerade områden; utveckling av nya produkter och tjänster, samarbeten med enskilda forskare och deltagande i forskningsprojekt. I genomsnitt önskar företagen som besvarat enkäten samarbete med forsknings- och utbildningsinstitutioner i högre utsträckning inom samtliga områden. Den största skillnaden mellan nuvarande samarbete och önskvärt samarbete återfinns inom området "Rekrytering av ny personal". I förra årets mätning var antalet svar på denna fråga för lågt för att redovisa.

Företagen har fått specificera inom vilka områden de samverkar idag, samt vilken grad av samverkan de önskar i framtiden. Se nedanstående diagram, där värde ett är inte alls och värde fem är i mycket stor utsträckning. Diagrammet visar ett genomsnitt av alla svar.

**Diagram 3. Samarbetar du eller ditt företag med forsknings- och utbildningsinstitutioner? Ange hur samarbetet ser ut idag respektive hur du önskar att det ser ut i framtiden.**



1 = inte alls, 2 = i lite utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

I syfte att undersöka hur samarbetet skulle kunna öka, har företagen fått svara på vad de bedömer att företagen, akademien eller klusterinitiativet behöver göra för att i högre utsträckning samarbeta med forsknings- och utbildningsinstitutioner. Företagen har fått svara öppet på frågan och sammanlagt nio respondenter har lämnat svar. I de svar som angivits efterfrågas exempelvis mer resurser i syfte att kunna sälja in sitt koncept, fler kontaktytor mellan företag och akademi, gemensam inventering av behov samt prioritering av konkreta projekt.

#### 4.1.4 Resultat och effekter av Fiber Optic Valley från ett företagsperspektiv

I enkätundersökningen har företagen även fått svara på frågor som rör resultat och effekter av insatsen. Med resultat avses viktiga, företagsrelaterade resultat, som kan leda till förstärkta klusterförhållanden och tillväxt. Effekter definieras vidare som konkreta tillväxtresultat.

Följande resultat och effekter uppger företagen att deltagandet i initiativet huvudsakligen har bidragit till;

- Ökad kunskap om utvecklingen i branschen
- Ökat samarbete/samverkan med andra företag
- Nya affärer och/eller möjligheter till nya affärer på exportmarknaden
- Ökat samarbete med utbildningsaktörer

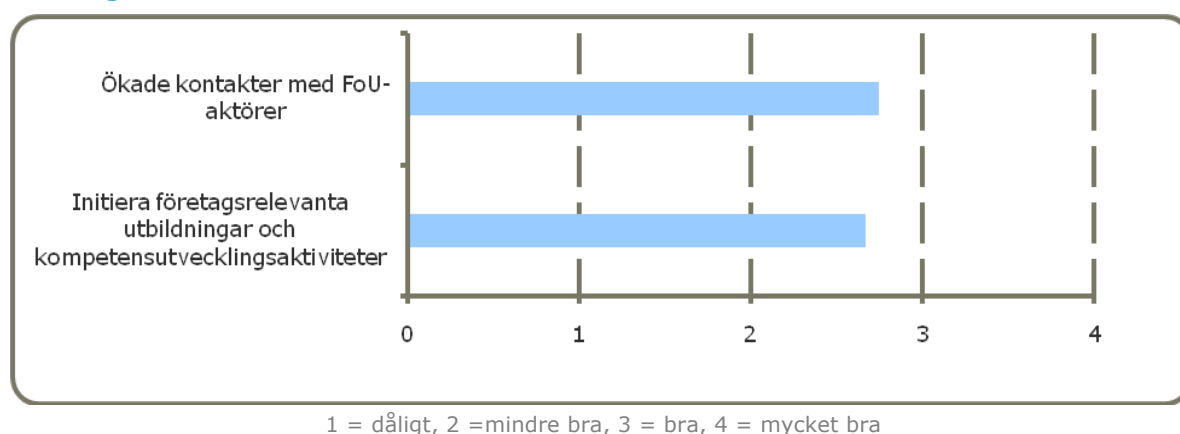
Svaren på ovanstående frågeställning har förändrats något från föregående rapport, där företagen ansåg att medverkan i klusterinitiativet hade resulterat i;

- Ökad kännedom om företaget regionalt
- Nya nätverk
- Nya affärer och/eller möjligheter till nya affärer
- Marknadsföring av företaget

- Tillgång till nya kunder
- Gemensamma projekt med andra företag
- Ökat samarbete/samverkan med andra företag

Vidare visar nedanstående diagram hur företagen bedömer Fiber Optic Valleys förmåga att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter, samt hur man bidrar till nya kontakter med FoU-aktörer. Skalan sträcker sig från ett till fyra, där ett står för "dåligt" och fyra för "mycket bra". Diagrammet visar en genomsnittlig värdering.

**Diagram 4. Hur bedömer du initiativets förmåga till att: (a) bidra till ökade kontakter med FoU-aktörer? samt (b) initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter?**



I genomsnitt anser företagen att Fiber Optic Valley har en mindre bra till bra förmåga att öka kontakter med FoU-aktörer, samt att initiera företagsrelevanta kunskapsaktiviteter. Medelvärde för initiativets förmåga att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter har i jämförelse med förra året gått ned en aning till att hamna under medelvärdet bra. Vad gäller initiativets förmåga att bidra till ökade kontakter, är årets medelvärde oförändrat jämfört med året innan.

Tabellen nedan sammanfattar företagens svar på vad deltagande i klusteraktiviteterna har inneburit för FoU. En fjärdedel av företagen har ökat sina FoU-aktiviteter tack vare deltagandet i klusterinitiativet. 10 av 16 respondenter har ökat FoU-samarbetet med andra företag och hälften har ökat sitt FoU-samarbete med forskningsaktörer. Resultaten är i princip oförändrade jämfört med 2007. Det är värt att notera att antalet som fyllt i svarsalternativet "vet ej" inte redovisas i tabellen nedan.

**Tabell 7. Bedömning av vad deltagandet har inneburit inom området FoU**

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad andel FoU aktiviteter i företaget	4	-	8	-
Ökat FoU-samarbete med andra företag	10	3	4	1
Ökat FoU-samarbete med Högskola/Universitet/Industriforskningsinstitut	8	2	6	1

Tabellen nedan visar hur företagen ser på förmågan hos Fiber Optic Valley att underlätta rekryteringen av rätt kompetens. Färre än hälften, 7 av 16 respondenter, anser att klusterinitiativet i någon utsträckning har underlättat rekrytering av rätt kompetens. Nästan lika många, 6 av 16 respondenter, svarar att de inte vet eller inte har någon uppfattning i frågan.

**Tabell 8. Bedömer du att projektet, genom de aktiviteter som genomförs, bidrar till att det blir lättare för företaget att rekrytera rätt kompetens? (n=16 år 2008, n=6 år 2007)**

	RESPONDENTER	
	2008	2007
I mycket hög grad	0	0
I hög grad	2	0
I viss grad	3	2
I liten grad	2	2
Inte alls	3	0
Vet ej/ingen uppfattning	6	2

Företagen har fått svara på frågor om vilka konkreta tillväxteffekter; försäljning, kostnader, antal anställda och nya investeringar, som de anser att initiativet har gett upphov till. De aktuella svaren redovisas i tabellen nedan, vilken baseras på information inhämtad från 16 respondenter. Svar i kategorin "vet ej" har uteslutits ur tabellen.

**Tabell 9. Konkreta tillväxteffekter (n=16)**

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad försäljning	5	2	6	2
Lägre kostnader	1	0	9	2
Ökat antal anställda	5	0	7	2
Nya investeringar	6	1	5	2

Tabellen ovan illustrerar att en tredjedel, 5 av 16 respondenter, anser att Fiber Optic Valley har bidragit till ökad försäljning/antal anställda, samtidigt som 1 av 16 menar att deltagandet i klustret bidragit till lägre kostnader. En tredjedel, 6 av 16 respondenter, anser också att initiativet har lett till nya investeringar. Dessa svar skiljer sig en del från dem som angavs i fjol, där bland annat ingen av respondenterna ansåg att Fiber Optic Valley bidrog till att öka antalet anställda. Å andra sidan bör det nämnas att det endast var fem personer som besvarade denna fråga i förra årets enkät.

En majoritet av företagen bedömer att deltagandet i Fiber Optic Valley kommer att bidra till ökad långsiktig konkurrenskraft genom produktutveckling, både vad gäller förbättrade och nya produkter/tjänster. Svaren visas i tabellen nedan, i vilken svar i kategorin "vet ej" har uteslutits.

**Tabell 10. Långsiktigt förstärkt konkurrenskraft (n=16)**

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Genom förbättrade produkter/tjänster	9	4	4	0
Genom nya produkter/tjänster	11	3	3	1
Genom kostnadsfördelar	4	1	8	1

Som tabellen nedan visar är det i år, liksom under 2007, få respondenter som anser att klusterinitiativet har bidragit till hållbarhetsaspekterna; jämställdhet, integration och miljömedvetande. Återigen har "vet ej" svaren uteslutits ur tabellen.

**Tabell 11. Bidrag till hållbarhet (jämställdhet, integration, miljömedvetande)**

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad jämställdhet	5	2	8	1
Ökad integration	2	0	9	2
Ökat miljömedvetande	1	0	10	2

#### 4.1.5 Vad kan initiativen göra ytterligare?

Företagen har i enkäten fått svara på frågan om vad de, utifrån dagens ekonomiska konjunktur, anser krävs för att stärka konkurrenskraften ytterligare i sektorn/branschen, samt i företaget. Följande svar har framkommit;

- Utvecklingspengar
- Fortsatt utveckling av teknik och kompetens
- Innovativa lösningar med inriktning mot energi och miljö
- Satsningar mot existerande små- och medelstora företag
- Mer marknadsföringsresurser<sup>8</sup>

I ett nästa steg har företagen i Fiber Optic Valley fått besvara frågan om vad som kan göras för att stärka konkurrenskraften. Nedan redovisas de tankegångar som har lyfts fram i enkäten;

- Matcha företag för gemensam utveckling
- Stötta företagens idéer och utvecklingsprojekt
- Samarbeta i ökad utsträckning
- Bidra till produktutveckling
- Driva projekt med partners som underleverantörer
- Lyfta fram nätverket av företag inom Fiber Optic Valley

Till sist har respondenterna fått reflektera kring vad som skulle kunna göras för att skapa mer värde för företagen. Denna frågeställning besvarades på följande sätt;

- Att fortsätta stödja företag, både vad gäller finansiering och kompetens
- Att lyssna mer och att vara mer kreativ
- Att ge stöd och uppmuntran
- Att skapa nätverk

#### 4.1.6 Slutsatser för Fiber Optic Valley

Processledaren för Fiber Optic Valley framhåller att klustret har aktiviteter inom samtliga fyra områden som mäts via tillväxtindikatorerna i undersökningen. Processledaren betonar att tillgången till kompetent personal samt klustrets förmåga att nå en större kritisk massa, är viktiga frågor för fortsatt framgång.

De deltagande företagen vänder sig huvudsakligen till en hemmamarknad. Alla företag som besvarat enkäten anser att tillgången till extern kompetens är viktig eller mycket viktig för fortsatt utveckling – en grupp som har ökat jämfört med tidigare. I princip samtliga företag samarbetar idag med andra företag men man ser gärna att detta samarbete utökas i framtiden, särskilt inom kompetens- och produktutveckling. Medan samarbete med andra aktörer är ett område som man också vill se växa, finns störst potential mellan nuläge och önskat läge för samarbete med externa FoU-aktörer samt för högskola/universitet. För samarbetet med utbildningsaktörer är det främst inom rekryteringsfrågor som det finns störst potential för utveckling. Både långsiktig kompetensförsörjning, samt industrinära forskning och utveckling kan därför sägas vara områden som är strategiskt viktiga för klustrets fortsatta utveckling, och som det också uttryckligen finns ett intresse för bland klusterinitiativets företag. Detta intresse bör också ses i ljuset av att forskning och utveckling är områden som redan idag ligger Fiber Optic Valley nära och där man redan har haft en hel del aktiviteter. Potentialen inom detta område verkar inte ännu vara uttömd.

Företagens aktivitetsgrad har minskat något jämfört med tidigare, vilket delvis motsägs av det faktum att man också bedömer att deltagandet haft positiva effekter för företaget. Många av företagen bedömer att deltagandet i klusterinitiativet har bidragit till ökat samarbete inom FoU med andra företag, samt med högskola, universitet och industriforskningsinstitut. Flera företag rapporterar också att deltagandet bidragit till konkreta tillväxteffekter kring ökad försäljning, ökat antal anställda och ökade investeringar.

---

<sup>8</sup> Detta var en aspekt som även betonades i förra årets enkätundersökningar.

Värt att notera är också att klustrets satsningar på jämställdhet i strategi och forskningsprojekt syns i företagens bedömning av vad deltagandet lett till. Många fler företag inom detta initiativ uppger att deltagandet har bidragit till ökad jämställdhet, jämfört med hur det ser ut i andra kluster i undersökningen.

## 4.2 Industriellt IT

Utifrån intervjun med klusterinitiativets processledare och enkäten till medlemsföretagen, presenteras nedan en bild av hur Industriellt IT har utvecklats och kommer att utvecklas framöver.

Utifrån en enkätundersökning av de företag som deltar i Industriellt IT har Ramböll Management samlat information kring hur de medverkande företagen betraktar deltagandet i klusterinitiativet. Enkäten har besvarats av **12** företag utav totalt **15** utskickade enkäter, vilket ger en övergripande svarsfrekvens på 80 procent. Alla 12 respondenter har dock inte svarat på samtliga 24 frågor i enkäten.

### 4.2.1 Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling

Klusterinitiativets processledare bedömer att den finansiella krisen delvis slår mot klustrets företag, även om det i detta skede är svårt att säga något generellt om problemets omfattning. Konsultföretag är de som drabbas svårast då många stora kunder i kristider minskar kraftigt på sina inköp av konsulttjänster. Kartläggningar har visat att många företag har en hög medvetenhet om potentialen i att satsa på utveckling av användandet av industriell IT. För att denna medvetenhet ska omvandlas till affärer för klustrets företag, måste det även finnas pengar hos kunderna att satsa på detta område. I syfte att skapa beredskap för en eventuell fortsatt ekonomisk nedgång, försöker klustret att inta en roll i regionens satsningar på fortsatt kompetensutveckling för invånarna genom att fungera som en länk och koppla ihop olika parter. Det uppfattas som viktigt att framöver stärka de regionala möjligheterna till fortbildning genom att skapa fler möjligheter till utbildning i närområdet i syfte att undvika att avancerad vidareutbildning måste införskaffas på annat håll i landet.

De krafter som driver området industriell IT att fortsätta utvecklas är såväl ekonomiska som marknadsmässiga, och handlar till stor del om rationaliseringsmöjligheter. Idag finns i många fall lösningar som passar stora företag, medan lämpliga applikationer saknas för små och mellanstora företag.

I syfte att stärka utvecklingen av ett större innovationssystem kring sektorn, vill man satsa på att hitta fler kopplingar till akademien och att utveckla dessa till konkreta samarbetsprojekt. Ett utökat, spontant nätverkande mellan klusterinitiativets företag genom eget initiativtagande utanför de arrangerade träffarna, skulle också stärka utvecklingen. I förlängningen av dessa två faktorer kan man börja titta mer på produktutvecklingsprojekt (nya metoder och nya projekt) som syftar till att generera konkret tillväxt i företagen.

Det krävs ett antal års arbete med utvecklade relationer, samt utvecklingsprojekt för att i framtiden skapa ett kluster av världsklass. Frågor kring internationalisering och omvärldsbevakning är områden där det finns mycket att lära av andra klustersamarbeten (exempelvis inom SLIM), men det är viktigt att hamna på en konkret nivå i dessa frågor där man verkligen kan ha en betydelse för utvecklingen i företagen.

Det finns utmaningar i att nå fram till ledarskapet i de företag som medverkar i klusterinitiativet. Genom att kontinuerligt försöka lyfta fram värdet av de resultat som klustrets aktiviteter skapat och på andra sätt motivera dessa personer till utökad samverkan, kan interaktionen öka framöver. I syfte att stärka denna kommunikation har klustret nu även anställt en kommunikatör.

Klusterinitiativets insatser ligger hittills främst inom aktiviteter som i förlängningen ska stötta tillväxt i de medverkande företagen. Aktiviteterna ligger dock idag en bra bit ifrån att kunna påvisa dessa resultat. Primärt har fyra olika aktiviteter bedrivits; kartläggning av företagets behov av industriell IT, sammankoppling av aktörer vid nätverksträffar, omvärldsbevakning via seminarier samt kompetensutveckling. Inga direkta aktiviteter för nyföretagande har bedrivits mer än förmedling av kontakter med rådgivare vid behov. Klusterinitiativet utreder idag frågan kring hur man ska arbeta med industrinära FoU och kopplingar till akademien. Av särskild betydelse är frågan kring hur man kan utveckla nya lösningar för små och medelstora företag.

Klusterinitiativets roll för den långsiktiga kompetensförsörjningen på området är att arbeta med förstärkning av nätverken och att i viss mån vara pådrivande i arbetet med att utveckla eftergymnasiala utbildningar inom området. Man har även kartlagt vilka utbildningar som finns på området.

I arbetet med de horisontella målen finns ännu inga direkta resultat att påvisa eftersom klusterinitiativet ligger så tidigt i sin utvecklingsfas. Man är nu i läget att diskutera olika insatser som ska genomföras framöver.

#### 4.2.2 Om företagen inom Industriellt IT

Nedan följer en redovisning av svaren från den enkät som medlemmar i Industriellt IT besvarat.

I syfte att få en förståelse för vilken marknad företagen inom Industriellt IT i huvudsak vänder sig till, har företagen öppet fått fylla i hur stor andel av deras produktion som går till en hemma- respektive exportmarknad. Enkätsvaren visar att majoriteten av företagen producerar mer än 50 procent av sina produkter och tjänster för hemmamarknaden. En tredjedel, fyra av tolv företag, uppger dock att de producerar 75 procent eller mer för en exportmarknad. I tabellen nedan redovisas antalet företag grupperat efter hur stor andel de producerar för hemmamarknaden.

**Tabell 12. Antal företag som producerar för en hemma- respektive exportmarknad (n = 12)**

	Produktion för hemmamarknad (%)			
	0 - 25	26 - 50	51 - 75	76 - 100
Antal företag	4	0	1	7

Företagen som besvarat enkäten skulle vilja växa om det fanns möjlighet, både vad gäller omsättning och antal anställda (se tabellen nedan).

**Tabell 13. Viljan att växa som företag om det fanns möjlighet? (n = 10)**

	Respondenter
Ja, både vad gäller omsättning och antal anställda	9
Ja, men utan att öka antalet anställda	1
Nej	0

Enligt en majoritet av företagen som besvarat enkäten utgör följande faktorer de främsta tillväxthindren;

- Konkurrens från andra företag
- Efterfrågan på företagets produkter
- Tillgång till lämplig arbetskraft

I syfte att undersöka företagets aktivitetsgrad i klusterinitiativet och hur denna har förändrats under det senaste året, har företagen fått svara på hur aktiva de anser att företaget varit i klustret före och under år 2008. Trots det låga antalet respondenter går det att urskilja en viss ökning av företagets aktivitetsgrad från tiden innan 2008 - ytterligare två företag har bedömt sig som aktiva under 2008. Svaren illustreras i tabellen nedan.

**Tabell 14. Aktivitetsgrad före och under år 2008 (n = 10)**

Aktivitetsgrad	Före 2008	Under 2008
Mycket aktiv	1	1
Aktiv	3	5
Mindre aktiv	3	3
Inte aktiv	2	1
Vet ej	1	0

De företag som medverkar i Industriellt IT har olika motiv för sitt deltagande. De allra viktigaste motiven (enligt fler än 50 procent av respondenterna, n = 10) för att delta i Industriellt IT visar sig utifrån enkätsvaren vara;

- Att få tillgång till ökad kunskap om trender och omvärldsanalys
- Att öka samarbetet/samverkan med andra företag
- Att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden

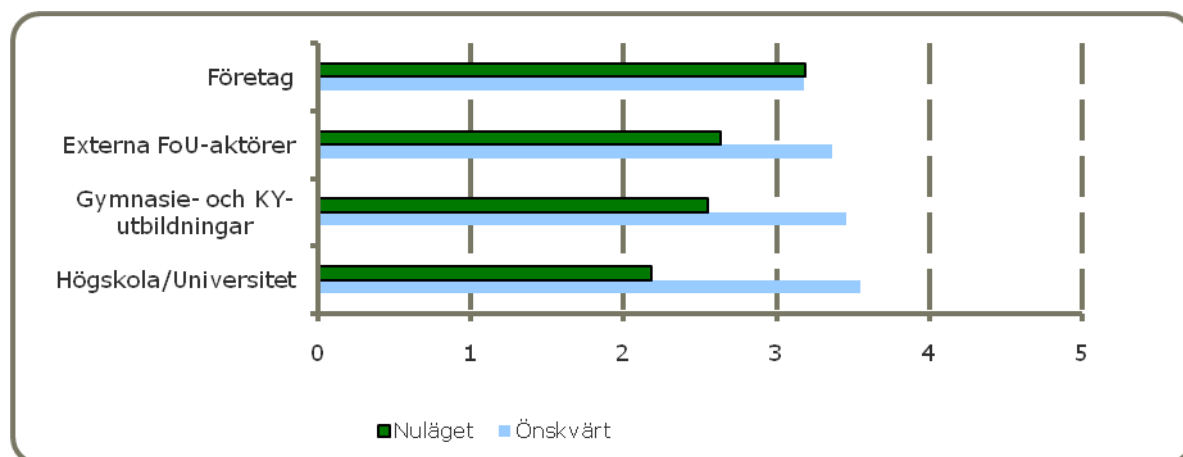
Drygt hälften av svarspersonerna, 7 av 12, anser att dagens ekonomiska läge inte har påverkat betydelsen av att delta i Industriellt IT. Resterande respondenter framhäver däremot att initiativet har varit av stor betydelse givet dagens ekonomiska läge.

#### 4.2.3 Utvecklingsområden från ett företagsperspektiv

Omkring 10 av 14 företag inom Industriellt IT anser det vara viktigt eller mycket viktigt för dem att få tillgång till extern kompetens i syfte att utvecklas. Företagen efterfrågar olika typer av extern kompetens, så som specialkunskap inom bearbetning, IT samt forskning.

Företagsenkäten har samlat information kring respondenternas syn på nuvarande och önskat samarbete med olika aktörer i framtiden. Stora skillnader mellan faktiskt och önskat samarbete indikerar att det finns utvecklingsmöjligheter för samarbete mellan medlemsföretag och andra aktörer. Diagrammet nedan visar resultaten för företagens genomsnittliga syn på samarbete, såväl nuvarande som önskat samarbete med avseende på olika aktörer. Värdet ett representerar kategorin "inte alls" och värdet fem motsvarar kategorin "i mycket stor utsträckning".

**Diagram 5. Vilka aktörer samarbetar ert företag med idag? Ange hur samarbetet ser ut idag, respektive hur du önskar att det ser ut i framtiden?**

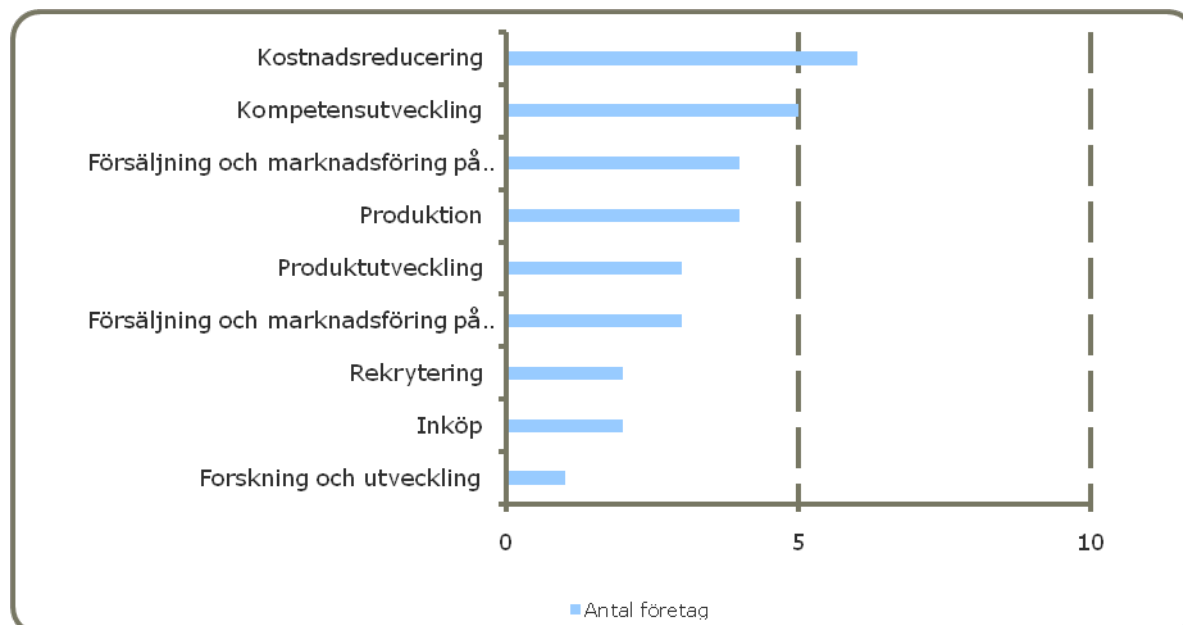


1 = inte alls, 2 = i lite utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

Företagen önskar i genomsnitt en ökad grad av samverkan med samtliga aktörer som föreslås, förutom med andra företag. Andra företag är också den aktörstyp som företagen samverkar i störst utsträckning med idag, och det är där skillnaden är minst mellan nuvarande och önskat samarbete. Högskola och universitet är de aktörer som företagen i genomsnitt önskar samarbeta med i högst utsträckning i framtiden.

Åtta av elva respondenter samverkar med andra företag. De områden som företagen främst samarbetar kring är produktion, kompetensutveckling och kostnadsreducering. Det finns ett antal områden inom vilka företagen skulle kunna tänka sig att samarbeta mer. Dessa redovisas i diagrammet nedan.

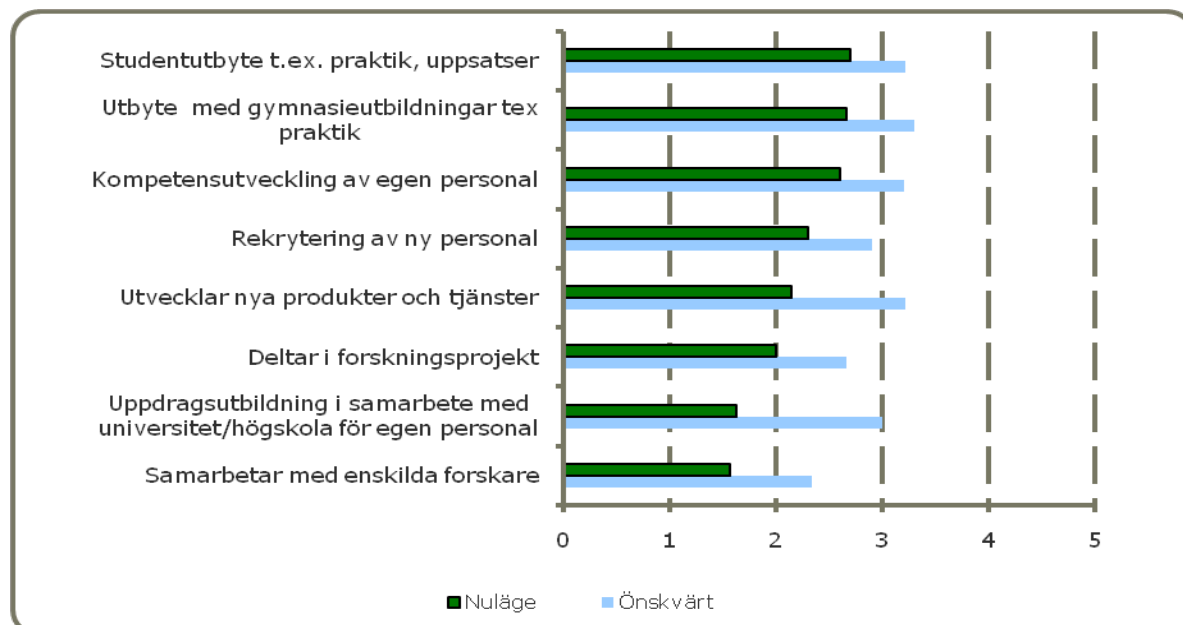
**Diagram 6. Inom vilka områden ser du att ditt företag skulle kunna samverka mer med andra företag för att öka företagets konkurrenskraft? (n = 8)**



Enligt diagrammet ser vi att respondenterna anser att de skulle kunna samverka i större utsträckning med andra företag inom samtliga områden. De områden inom vilka flest respondenter anser att de skulle kunna samverka mer är "kostnadsreducering", "kompetensutveckling", "försäljning och marknadsföring på hemmamarknaden" samt "produktion".

Företagen som besvarat enkäten önskar i genomsnitt även mer samarbete med högskola och universitet, vilket redogörs för i diagrammet nedan. Undersökningen har bett företagen att specificera befintligt samarbete, samt vilken typ av samarbete som de önskar med forsknings- eller utbildningsinstitutioner kring olika områden i framtiden. Se nedanstående diagram, där värdet ett motsvarar inte alls och värde fem representerar i mycket stor utsträckning. Diagrammet visar ett genomsnitt av alla svar.

**Diagram 7. Samarbetar du eller ditt företag med forsknings- och utbildningsinstitutioner? Ange hur samarbetet ser ut idag respektive hur du önskar att det ser ut i framtiden**



1 =inte alls, 2 = i lite utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

Företagen inom Industriellt IT samarbetar huvudsakligen med utbildningsinstitutioner kring studentutbyte eller utbyte med gymnasieutbildningar, samt vid utbildning av den egna personalen. När det gäller samarbete med forskningsinstitutioner är det färre företag som uppger att de samarbetar. Det är även ett större antal företag som svarar vet ej på frågeställningar som rör forskning. Största diskrepanserna mellan nuvarande och önskat samarbete kan ses inom områdena "Uppdragsutbildningar..." samt "Utvecklar nya produkter och tjänster". Det är därmed troligt att det finns en intressant potential för ökat samarbete inom dessa områden.

I syfte att undersöka hur samarbetet skulle kunna öka, har företagen fått svara på vad de bedömer att företagen, akademien eller initiativet behöver göra för att i högre utsträckning samarbeta med forsknings- och utbildningsinstitutioner. Företagen har fått svara öppet på frågan och sammanlagt sju respondenter har lämnat svar. Exempel på tankegångar som framkommit är exempelvis; anställa fler i syfte att avsätta mer resurser, utforma fler utbildningar/riktade kurser samt öka informationsutbytet.

#### 4.2.4 Resultat och effekter av Industriellt IT från ett företagsperspektiv

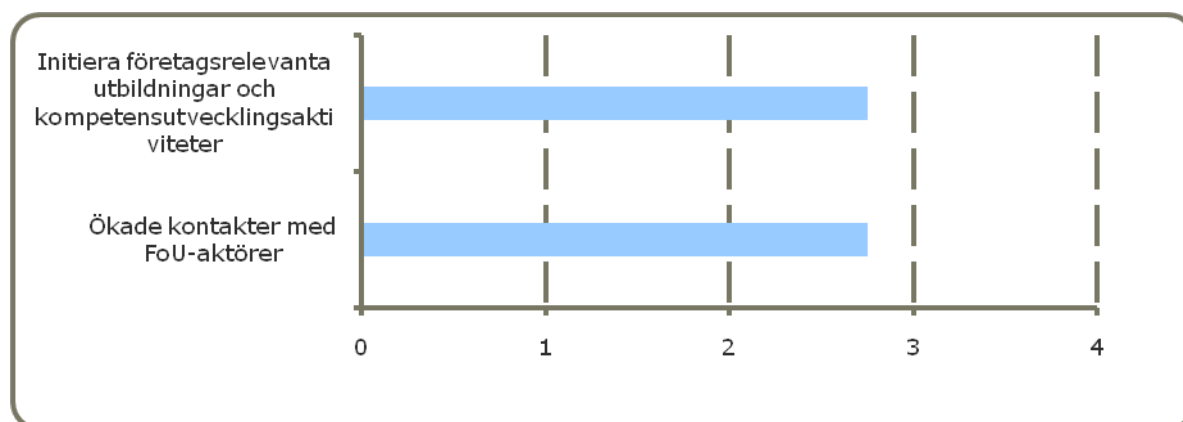
I enkätundersökningen har företagen fått svara på frågor som rör de resultat och effekter som de anser att Industriellt IT har bidragit till. Resultat definieras som viktiga företagsrelaterade resultat som kan leda till förstärkta klusterförhållanden och tillväxt. Effekter identifieras som konkreta tillväxtresultat som exempelvis nya affärer och lägre kostnader.

Följande resultat och effekter värderar tio företag att deltagandet i initiativet huvudsakligen har bidragit till;

- Ökad kunskap om utvecklingen i branschen
- Ökat samarbete/samverkan med andra företag
- Nya affärer och/eller möjligheter till nya affärer på hemmamarknaden
- Ökat samarbete med utbildningsaktörer

Vidare visar nedanstående diagram att respondenterna i genomsnitt bedömer att Industriellt IT är mellan mindre bra och bra på att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter, samt på att bidra till nya kontakter med FoU-aktörer. Endast två av tio respondenter har svarat "vet ej". Dessa har uteslutits ur diagrammet. Skalan sträcker sig från ett till fyra, där värdet ett står för "dåligt" och värdet fyra för "mycket bra". Diagrammet visar en genomsnittlig värdering.

**Diagram 8. Hur bedömer du initiativets förmåga till att: (a) bidra till ökade kontakter med FoU-aktörer? samt (b) initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter?**



1 = dåligt, 2 = mindre bra, 3 = bra, 4 = mycket bra

Vidare illustrerar tabellen nedan att företagen inte vet eller inte bedömer att Industriellt IT har ökat företagets FoU-arbete.

**Tabell 15. Bedömning av vad Industriellt IT deltagandet har inneburit inom området FoU**

	JA	NEJ	VET EJ
Ökad andel FoU aktiviteter i företaget	0	6	4
Ökat FoU-samarbete med andra företag	1	4	5
Ökat FoU-samarbete med Högskola/Universitet/industriforskningsinstitut	1	5	4

I tabellen nedan illustreras hur företagen ser på förmågan hos Industriellt IT att underlätta vid rekrytering av rätt kompetens. Fem av tio personer anser att initiativet i viss grad bidrar till att göra det lättare för företagen att rekrytera rätt kompetens.

**Tabell 16. Bedömer du att projektet, genom de aktiviteter som genomförs, bidrar till att det blir lättare för företaget att rekrytera rätt kompetens? (n = 10)**

	Respondenter
I mycket hög grad	0
I hög grad	0
I viss grad	5
I liten grad	2
Inte alls	1
Vet ej/ingen uppfattning	2

Företagen har även fått svara på frågor om vilka konkreta tillväxteffekter; försäljning, kostnader, antal anställda och nya investeringar, som de anser att initiativet har gett upphov till. Svaren i denna fråga redovisas i tabellen nedan, vilken baseras på information inhämtad från tio respondenter.

**Tabell 17. Konkreta tillväxteffekter**

	JA	NEJ	VET EJ
Ökad försäljning	2	5	3
Lägre kostnader	2	5	3
Ökat antal anställda	0	6	4
Nya investeringar	0	6	4

Tabellen ovan visar att det är ytterst få respondenter som anser att klusterinitiativet har bidragit till konkreta tillväxteffekter. Endast två företag anser att Industriellt IT har bidragit till ökad försäljning samt lägre kostnader.

Trots de få exemplen på konkreta tillväxteffekter för deltagande i klusterinitiativet är det många som bedömer att deltagandet i Industriellt IT kommer att bidra till ökad långsiktig konkurrenskraft, både genom förbättrade och nya produkter/tjänster.

**Tabell 18. Långsiktigt förstärkt konkurrenskraft**

	JA	NEJ	VET EJ
Genom förbättrade produkter/tjänster	7	3	0
Genom nya produkter/tjänster	5	4	1
Genom kostnadsfördelar	4	3	3

Enkäten har även undersökt huruvida deltagande i klusterinitiativet bidrar till ökad hållbarhet; jämställdhet, integration och miljömedvetenhet. Tio företag besvarade denna frågeställning och svaren fördelades enligt tabellen nedan. En majoritet av respondenterna bedömer att Industriellt IT inte har bidragit till ökad hållbarhet.

**Tabell 19. Bidrag till hållbarhet**

	JA	NEJ	VET EJ
Ökad jämställdhet	1	6	3
Ökad integration	1	6	3
Ökat miljömedvetande	1	6	3

#### 4.2.5 Vad kan initiativen göra ytterligare?

Företagen i enkätundersökningen har fått svara på frågan om vad de, utifrån dagens ekonomiska konjunktur, anser krävs för att stärka konkurrenskraften ytterligare i sektorn/branschen samt i företaget? Följande svar har framkommit;

- Stimulansåtgärder med avseende på ökad kunskap
- Utbildning
- Ökat samarbete/samverkan mellan rena IT- och teknikföretag
- Ökad kundpåverkan och stärkt framtidstro
- Högre produktionstillförlitlighet

I ett nästa steg har företagen i Industriellt IT fått besvara frågan om vad som kan göras för att stärka konkurrenskraften. Nedan redovisas de tankegångar som har lyfts fram i enkäten,

- Öka kunskapen om industriella IT-frågor
- Sänka kostnader och arbeta smartare
- Fortsätta med kursverksamhet
- Effektivisera utbildningarna
- Ökad aktivitet
- Öka utbudet av kompetenta och rekryteringsbara medarbetare
- Arbeta som en länk mellan företag, samt stimulera dialog

Avslutningsvis har respondenterna fått reflektera kring vad som skulle kunna göras för att skapa mer värde för företagen. Denna öppna frågeställning besvarades på följande vis;

- Fortsätta sitt arbete och driva frågorna
- Tydligare krav på deltagarna i syfte att motverka passiv medverkan
- Utbildning

#### 4.2.6 Slutsatser för Industriellt IT

Företagen inom Industriellt IT anser sig i princip vara nöjda med nuvarande grad av samarbete med andra företag. Däremot finns det stor potential i att utveckla samarbetet med gymnasie- och KY-utbildningar, samt med högskola och universitet. Idag samarbetar företagen sinsemellan främst kring produktion, kompetensutveckling och kostnadsreducering - områden kring vilka flest företag vill se ett ökat samarbete i framtiden. I samarbetet med forsknings- och utbildningsinstitutioner finns den största potentialen för utveckling inom områdena "delta i forskningsprojekt", "utveckla nya produkter och tjänster" samt "uppdragsutbildningar..."

Majoriteten av de svarande företagen vänder sig främst till en hemmamarknad, även om det också finns en mindre grupp av klusterföretagen som endast har en liten del av sin försäljning på hemmamarknaden. Samtliga företag i klusterinitiativet har en önskan att växa i framtiden, om det finns möjlighet.

Klusterinitiativets företag rapporterar en svag ökning i aktivitetsgrad i klustret sedan föregående år. Man bedömer också att deltagandet i klustret inte ännu har gett några nämnvärda effekter, varken kring tillväxt eller kring hållbarhet. Inte heller kring rekrytering eller ökad andel FoU-

samarbete rapporteras några direkta resultat. Denna bild stämmer också väl överens med den av processledaren.

Man befinner sig fortfarande till stora delar i inledningsfasen av att utveckla klusterinitiativet och har inte ännu arbetat särskilt mycket med exempelvis frågor kring nyföretagande eller horisontella mål. Framöver blir det viktigt att utvidga arbetsområdet i syfte att tydligare inkludera samtliga delar. Klusterinitiativet upplever att man har glädje av de mötesplatser och det samarbete som sker inom det länsövergripande projektet SLIM, men att det är viktigt att hamna på en nivå där det blir möjligt att skapa konkret nytta för företagen.

Klusterinitiativet behöver i framtiden stärka kopplingarna till akademien. I detta arbete kan man ha hjälp av andra kluster som kommit längre i detta avseende, men även av klustret själv skapar ytterligare förståelse för hur medlemsföretagen vill arbeta med och ta till sig forsknings- och utvecklingsfrågor. Att döma av de svar som företagen i undersökningen gett, bör långsiktig kompetensförsörjning, samt frågor om produktutveckling/FoU bör ligga högt upp på klusterinitiativets dagordning.

### 4.3 Future Position X

Genom ett enkätutskick till ett urval av de företag som deltar i Future Position X, har företagsenkäten samlat in data om hur de betraktar klusterinitiativet. Enkäten har besvarats av **16** företag av totalt **25** utskickade, vilket ger en svarsfrekvens på 64 procent. Alla 16 respondenter har dock inte svarat på samtliga 24 frågor i enkäten. Nedan redogörs för de mer specifika svar som har framkommit inom ramen för Future Position X.

#### 4.3.1 Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling

Ursprungligen är det till största del den offentliga sektorns användning av tekniken som har drivit utvecklingen på GIS-området – ett område där stora utvecklingsmöjligheter fortfarande finns. Genom visualisering på olika sätt med hjälp av GIS, finns effektiviseringsmöjligheter och möjligheter till bättre beslutsunderlag inom såväl den offentliga som den privata sektorn. I och med den offentliga sektorns roll, blir inte heller påverkan av den finansiella krisen lika påtaglig inom GIS-sektorn. Däremot uppger processledaren att krisen märks tydligt i de delar av branschen där det privata näringslivet finns närvarande. Industriföretagen har drabbats relativt hårt, medan de mindre tjänsteföretagen fortfarande rullar på bra. Utifrån detta har FPX inte heller sett någon anledning att skapa beredskap för en fortsatt negativ ekonomisk utveckling. Man tar kontinuerligt emot förfrågningar om att utveckla samarbeten (ofta med någon koppling till offentlig sektor).

Eftersom många av medlemmarna är små företag som inte har mycket pengar att bidra med i finansieringen av grundverksamheten vid klustret, får man lägga en hel del energi på att utveckla (icke-konkurrerande) affärsdrivande verksamhet. Denna typ av verksamhet kan i sin tur bidra till att finansiera den verksamhet som man anser krävs för att man ska kunna ha en finansiell bas för en rullande verksamhet igång.

Klusterinitiativet upplever att arbetet inom det regionövergripande projektet "Systemledning i innovativa miljöer" har varit till stor hjälp för arbetet kring enhetliga lösningar för de olika klusterinitiativen (exempelvis system för effektmätningar), samt för att kunna förklara vad det är som händer i klusterinitiativen. Att pedagogiskt förklara hur en nätverksekonomi fungerar och vilka effekter den har, är en stor utmaning som man ständigt ställs inför i den regionala vardagen. Redan innan SLIM hade man ett samarbete kring GIS-frågor med Region Värmland och Karlstads kommun – ett arbete som nu även har breddats till de andra ingående länen och som ligger utanför klusterinitiativet som en egen verksamhet. Man samarbetar också nära med ITS (intelligenta transportsystem) i Dalarna och tror på ett ökat samarbete med fler aktörer i Dalarna framöver. Inom SLIM är det Compare samt Stål och verkstad som man hittills haft konkreta samarbeten med. Utanför dessa län ser man intressanta möjligheter till samarbete i Skåne, Göteborg och med ett flertal andra länder som exempelvis Norge, Finland, Estland, Lettland och Kina. Man påpekar dock att samverkansfrågor samt konkreta samarbetsprojekt är resurskrävande, och att det krävs mycket nätverkande innan man kommer så långt som till konkreta utvecklingsprojekt. Finansiering i hela denna kedja upplevs som ett problem, allt från resor för att nätverka till att få till stånd de konkreta projekten i slutändan.

Den stora utmaningen framöver blir för klusterinitiativet att gå från en situation där man har haft en kraftfull offentlig finansiering, till en situation där man huvudsakligen ska klara sig på egen hand. Man har antagit en strategi för hur detta ska gå till och som man nu arbetar efter. En del av denna är att ha fler betalande medlemmar vilket dock inte kommer att vara tillräckligt för den basverksamhet som man vill bedriva, utan man måste också inkludera eller stärka andra finansieringsvägar i framtiden. Andra viktiga framtidsfrågor är att tillsammans med högskolan ytterligare vässa forskningen inom GIS och att fortsätta utveckla de internationella nätverk som man inlett samarbete med idag. Att möta det ökande intresset från det privata näringslivet för hur man kan utveckla användningen av GIS, är också delvis en utmaning.

Klusterinitiativet upplever att man arbetar inom samtliga områden som har inverkan på de fyra uppsatta tillväxtområdena. Man gör egna mätningar på förändringar i medlemsföretagens omsättning och antal anställda, och dessa visar på stor tillväxt. Det är dock svårt att från dessa studier dra slutsatser kring vad klusterinitiativet har bidragit till, vad som är företagets egna insatser och vad som är kopplat till andra aktörer. De utvecklingsprojekt som drivs via klusterinitiativet står för en liten del av företagets totala verksamhet. Vad gäller nyföretagande räknar man fram till idag med att man på något sätt har medverkat kring startandet av 16 företag. Tidigare har

man haft egna affärsutvecklare inom klusterinitiativet, men idag är dessa engagerade på konsultbasis. FPX deltar som stiftare av den nya inkubatorn Movexum, där man också sitter med i styrelsen.

Man har idag tre forskare anställda på FPX och deras verksamhet är industrinära, eller i alla fall nära branschen. Men man upplever att det finns mycket mer att göra i klusterinitiativet för att stärka industrinära FoU i framtiden. I syfte att stötta den långsiktiga kompetensförsörjningen, har man speciellt engagerat sig i högskolans geomatikprogram. FPX kommer också att ta över genomförandet av GIS-delarna i en KY-utbildning i regionen. Aktuellt just nu är att man ska göra en förstudie för att se hur man i en vidare omfattning ska arbeta med kompetensförsörjning, samt hur man kan stötta sina företag i detta.

De anställda forskarna är från andra länder och man lyfter detta som ett av de mest konkreta resultaten kring mångfald. Man försöker också bjuda in internationella studenter på högskolan för att knyta långsiktiga kontakter. Kring miljö har man antagit en intern miljöpolicy, men man arbetar också med utvecklingsprojekt kring direkta miljöeffekter (exempelvis kring kommuners över- och underplaner eller i elbilsprojekt för Gävle Energi). I syfte att förbättra jämställdheten har delar av personalen gått en jämställdhetsutbildning anordnad av ESF-rådet, vilken man också erbjuder sina medlemsföretag att delta i.

#### 4.3.2 Företagens syn på Future Position X

I syfte att få en förståelse för vilken marknad som företagen inom Future Position X i huvudsak vänder sig till, har företagen öppet fått fylla i hur stor andel av deras produktion som går till en hemma- respektive exportmarknad. Enkätsvaren visar att 10 av 15 företag producerar 75 procent eller mer av sina produkter och tjänster för en hemmamarknad. I tabellen nedan redovisas antalet företag grupperat efter hur stor andel de producerar för hemmamarknaden.

**Tabell 20. Antal företag som producerar för en hemmamarknad (n= 15)**

	Produktion för hemmamarknad i %			
	0 - 25	26 - 50	51 - 75	76 - 100
Antal företag	4	0	1	10

Om det fanns en möjlighet har samtliga företag en vilja att växa. Tabellen nedan visar att en övervägande majoritet av företagen skulle vilja växa både vad gäller omsättning och antal anställda.

**Tabell 21. Viljan att växa som företag om det fanns möjlighet?**

	Respondenter
Ja, både vad gäller omsättning och antal anställda	14
Ja, men utan att öka antalet anställda	1
Nej	1

Enligt en majoritet av respondenterna utgör följande faktorer hinder för företagen inom Future Position X att växa;

- Egen tid
- Efterfrågan på företagets produkter
- Tillgång till lämplig arbetskraft

I syfte att bedöma huruvida aktivitetsgraden har förändrats under det senaste året, har företagen blivit ombedda att uppskatta den egna aktivitetsgraden i klusterinitiativet före och under 2008. Totalt 16 företag besvarade denna frågeställning och resultaten visas i tabellen nedan.

**Tabell 22. Hur skulle du uppskatta ditt företags aktivitetsgrad i Future Position X före/under år 2008? (n = 16)**

Aktivitetsgrad	Före 2008	Under 2008
Mycket aktiv	3	5
Aktiv	7	9
Mindre aktiv	5	2
Inte aktiv	1	0
Vet ej	0	0

Företagen har aktiverat sig i större utsträckning under senare tid. Tidigare ansåg tio företag att de varit aktiva/mycket aktiva – ett antal som kan jämföras med 14 företag under år 2008.

Företagen som deltar i Future Position X har olika motiv för sin medverkan. De allra viktigaste motiven (enligt fler än 50 procent av respondenterna, n = 16) för att delta i Future Position X visar sig utifrån enkätsvaren vara;

- Att få tillgång till ökad kunskap om trender och omvärldsanalys
- Att öka samarbetet/samverkan med andra företag
- Att kunna utveckla nya produkter/tjänster
- Att få tillgång till kompetensförsörjning via klusterinitiativet/nätverket
- Att skapa nya affärer/eller möjligheter till nya affärer på hemmamarknaden
- Att öka samarbetet med offentliga aktörer
- Att öka samarbetet med forskningsaktörer

Dessa motiv skiljer sig något från de som främst betonades i fjolårets undersökning, vilka var;

- Att få tillgång till ökad kunskap om nya produkter/tjänster
- Att delta i gemensamma projekt med andra företag
- Att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer
- Att skapa nya nätverk
- Att få tillgång till kompetensförsörjning via klustret/nätverket

På grund av det låga antalet respondenter är det svårt att värdera om förändringen i motiv beror på förändrade preferenser, eller om det är andra svarande i årets mätning jämfört med tidigare år.

Genom frågan kring hur företagen ser på betydelsen av att medverka i Future Position X i dagens ekonomiska konjunktur, framgår det att tio av 16 företag bedömer denna som stor medan fem av tio företag anser att betydelsen är oförändrad. En respondent uppger att initiativet har varit av liten betydelse.

#### 4.3.3 Behovet av insatser från ett företagsperspektiv

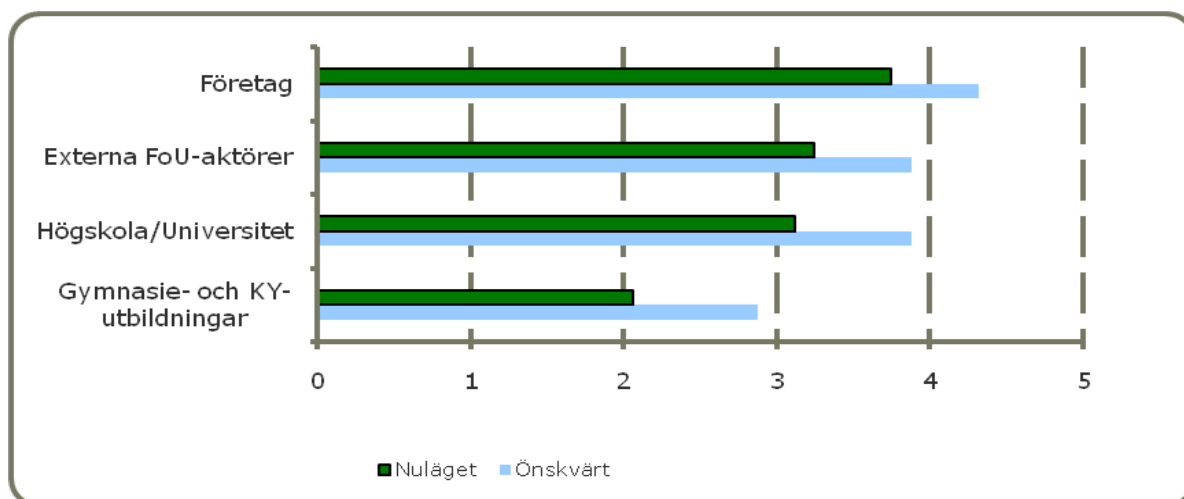
Utifrån bland annat företagets motiv för medverkan i Future Position X, ställs frågor i enkäten kring hur viktigt företaget anser det vara med tillgång till kompetens utanför den egna verksamheten för att utvecklas. Samtliga 16 företag som besvarade denna fråga anser det vara viktigt eller mycket viktigt för dem att få tillgång till kompetens utanför det egna verksamhetsområdet i syfte att utvecklas<sup>9</sup>. Företagen efterfrågar olika typer av extern kompetens, så som forskare, försäljare och marknadsförare.

Företagsenkäten har även samlat in information kring respondenternas syn på nuvarande och önskat samarbete med olika aktörer. Detta gjordes även i fjolårets värdering. Stora skillnader mellan faktiskt och önskat samarbete kan ge en indikation på inom vilka områden det finns ut-

<sup>9</sup> Förra året betonade 12 av 12 företag att det var viktigt/mycket viktigt för dem att få tillgång till extern kompetens.

vecklingsmöjligheter ur ett företagsperspektiv. Diagrammet nedan redovisar resultaten gällande företagens genomsnittliga syn på samarbete (nuvarande och önskat), där värdet ett representerar kategorin "inte alls" och värdet fem motsvarar kategorin "i mycket stor utsträckning".

**Diagram 9. Vilka aktörer samarbetar ert företag med idag? Ange hur samarbetet ser ut idag, respektive hur du önskar att det ser ut i framtiden**



1 = inte alls, 2 = i lite utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

Inom samtliga områden kan det konstateras att företagen önskar se ökad samverkan. De största skillnaderna vi kan se mellan befintlig och önskvärd samverkan, är på områdena gymnasie- och KY-utbildningar samt högskola/universitet. Även i fjolårets undersökning kunde det konstateras att det finns en stor potential för samverkan med dessa parter.

När det gäller samverkan med andra företag har respondenterna fått svara på frågan om företaget samverkar med andra företag. I enkätsvaren framgår att samtliga respondenter samverkar med andra företag. De områden kring vilka företagen främst samarbetar är forskning och utveckling, kompetensutveckling samt försäljning och marknadsföring på hemmamarknaden.

Det finns ett antal områden kring vilka företagen skulle kunna tänka sig att samverka mer med andra företag i syfte att öka sin konkurrenskraft. Dessa områden illustreras i nedanstående diagram.

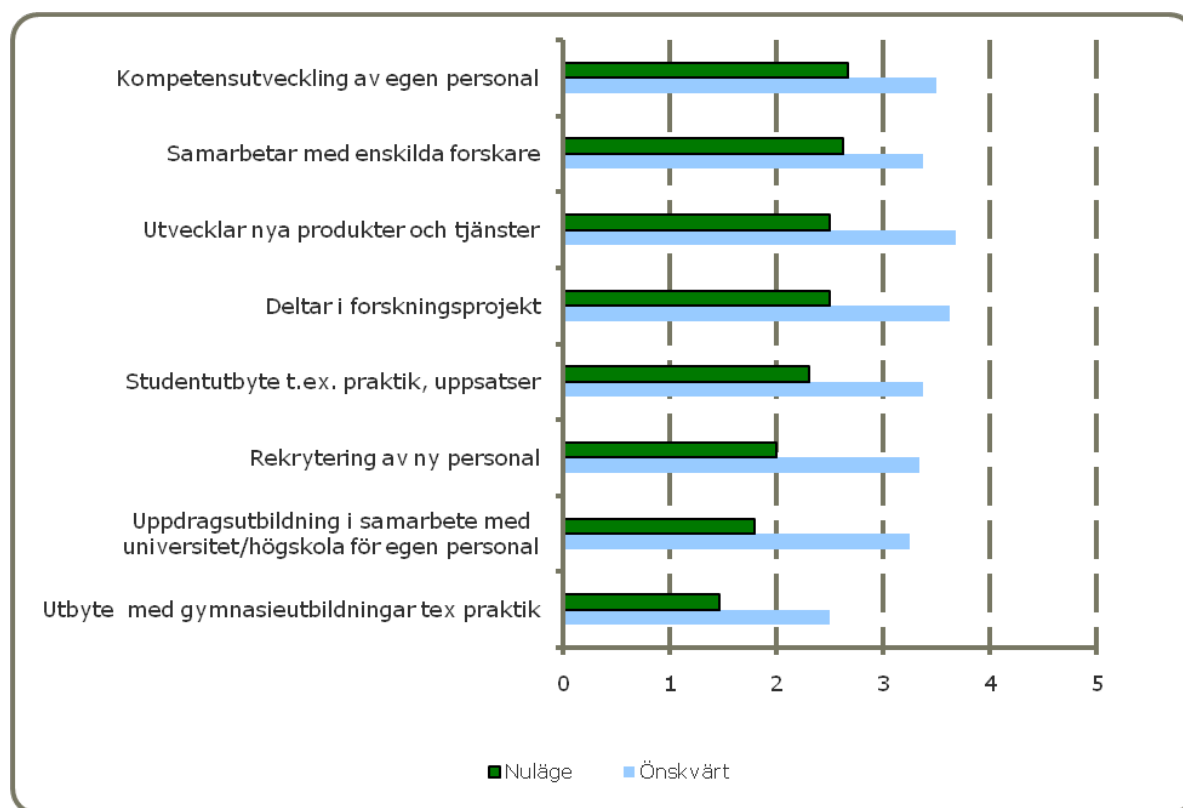
**Diagram 10. Inom vilka områden ser du att ditt företag skulle kunna samverka mer med andra företag för att öka företagets konkurrenskraft? (n = 16)**



Enligt diagrammet ser vi att respondenterna anser att de skulle kunna samverka i större utsträckning med andra företag inom samtliga områden. De tre områden inom vilka flest respondenter anser att de skulle kunna samverka mer är "forskning och utveckling", "kompetensutveckling" samt "produktutveckling". Detta resultat stämmer relativt väl överens med förra årets undersökning. Området kompetensutveckling fanns inte med som svarsalternativ i förra årets värdering, men vi kan se att området har en stor betydelse för respondenterna.

Företagen som svarat på enkäten önskar även mer samarbete med högskola och universitet, vilket visas i diagrammet nedan. Värderingen har bett företagen att specificera befintligt samarbete samt vilka områden som de önskar samarbeta kring tillsammans med forsknings eller utbildningsinstitutionerna. Se nedanstående diagram, där värdet ett är inte alls och värdet fem är i mycket stor utsträckning. Diagrammet visar ett genomsnitt av alla svar.

**Diagram 11. Samarbetar du eller ditt företag med forsknings- och utbildningsinstitutioner? Ange hur samarbetet ser ut idag respektive hur du önskar att det ser ut i framtiden**



1 = inte alls, 2 = i lite utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

Bilden ovan visar hur företagen genomsnittligt arbetar med forsknings- och utbildningsinstitutioner idag, samt hur de ser på det önskvärda samarbetet. Samarbeten genomförs huvudsakligen i syfte att utbilda den egna personalen, men även med enskilda forskare. Även medverkande i forskningsprojekt och samarbeten för att utveckla nya produkter, görs i praktiskt taget lika stor utsträckning som de tidigare nämnda. Företagens svar i enkäten redogör däremot för att det finns en stor önskan om att samarbeta i högre grad vid rekrytering av ny personal samt vid uppdragsutbildningar.

I årets enkätundersökning har ett antal av parametrarna bytts ut och det är endast vissa parametrar som är direkt jämförbara med föregående års undersökning. De parametrar som kan jämföras är "Studentutbyte", "Utbyte med gymnasieutbildningar", "Samarbete med enskilda forskare" och "Uppdragsutbildningar". I jämförelse med förra årets undersökning kan vi se att det skett en viss positiv förändring, då fler respondenter samarbetar med forsknings- och utbildningsinstitutioner än vad som tidigare varit fallet.

I syfte att undersöka hur samarbetet skulle kunna öka, har företagen fått svara på vad de bedömer att företagen, akademien eller initiativet behöver göra för att i högre utsträckning samarbeta med forsknings- och utbildningsinstitutioner. Företagen har fått svara öppet på frågan och sammanlagt 14 respondenter har lämnat svar. De svar som har angivits är exempelvis tätare samverkan, öppenhet, mötesplatser samt vidareutveckling av samarbetsformer som också prövas konkret i enskilda projekt.

#### 4.3.4 Resultat och effekter av Future Position X från ett företagsperspektiv

I enkätundersökningen har företagen fått svara på frågor som rör resultat och effekter som de anser att Future Position X har bidragit till. Resultat definieras som viktiga företagsrelaterade resultat som kan leda till förstärkta klusterförhållanden och tillväxt. Effekter identifieras som konkreta tillväxtresultat som exempelvis nya affärer och lägre kostnader.

Följande resultat och effekter värderar företagen att deltagandet i initiativet framför allt har bidragit till;

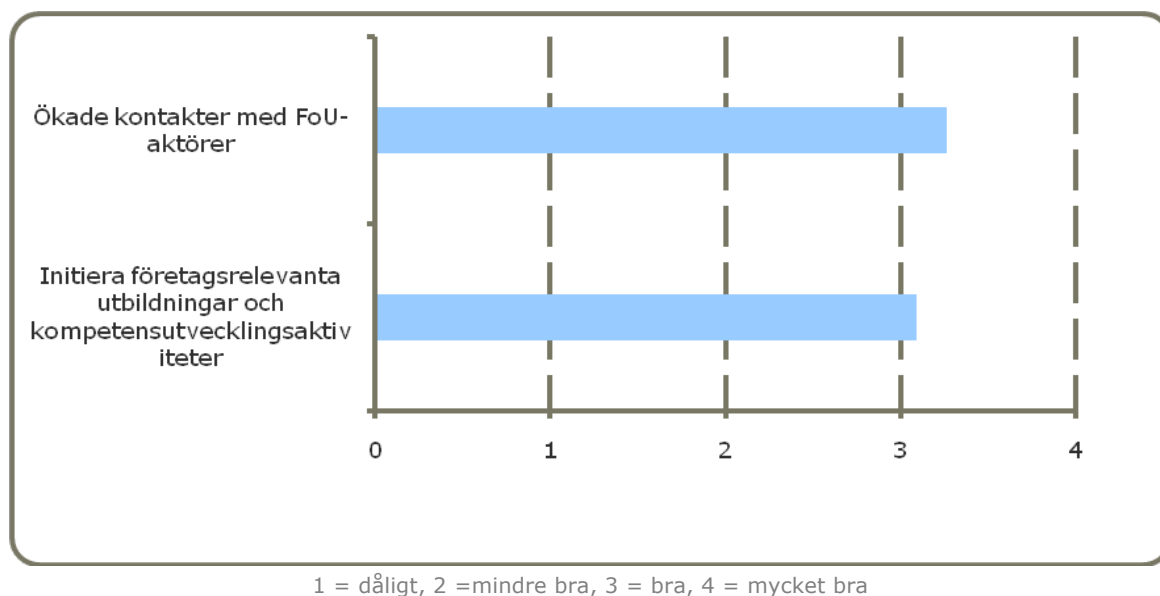
- Större kunskap om utvecklingen i branschen
- Ökat samarbete/samverkan med andra företag
- Nya affärer och/eller möjligheter till nya affärer på hemmamarknaden
- Större kunskap om effektivitets- och produktivitetsutveckling

Svaren på ovanstående frågeställning stämmer relativt väl överens med de som angavs i förra årets undersökning, i vilken företagen poängterade att initiativet hade resulterat i;

- Ökad kunskap om produkter/tjänster
- Ökad kunskap om branschen
- Ökat samarbete och ny samverkan med företagen
- Nya nätverk
- Nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer

I nedanstående diagram visas hur företagen bedömer Future Position X förmåga att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter som främjar företagets kompetensutveckling, samt klusterinitiativets förmåga att bidra till nya kontakter med FoU-aktörer. Skalan sträcker sig från ett till fyra, där värdet ett står för "dåligt" och värdet fyra står för "mycket bra". Diagrammet visar en genomsnittlig värdering.

**Diagram 12. Hur bedömer du initiativets förmåga till att: (a) bidra till ökade kontakter med FoU-aktörer? samt (b) initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter?**



Diagrammet visar att respondenterna anser att initiativet bidrar bra till såväl nya FoU-kontakter som till att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter. Detta resultat är i princip oförändrat jämfört med förra årets undersökning.

Vidare illustrerar tabellen på nästa sida hur företagen har besvarat en fråga kring vad deras deltagande i aktiviteterna har inneburit när det handlar om FoU aktiviteter. I tabellen redovisas det även för hur företagen har besvarat frågorna i tidigare års mätning. Det är värt att notera att andelen som har fyllt i svarsalternativet "vet ej" inte redovisas i tabellen.

**Tabell 23. Bedömning av vad deltagandet har inneburit inom området FoU**

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad andel FoU aktiviteter i företaget	11	-	3	-
Ökat FoU-samarbete med andra företag	11	5	4	6
Ökat FoU-samarbete med Högskola/Universitet/Industriforskningsinstitut	15	6	1	5

I tabellen ovan framgår det att företagen anser att projektet har haft stor betydelse på FoU-området – 11 av 16 företag bedömer att andelen FoU-aktiviteter har ökat, samt att samarbetet med andra företag har intensifierats på området. Vidare anser 15 av 16 respondenter att de, genom Future Position X har uppnått ett ökat FoU-samarbete med akademien. Andelarna har också ökat jämfört med förra året.

Tabellen nedan visar hur företagen ser på förmågan hos det klusterinitiativet att underlätta rekryteringen av rätt kompetens. Ingen av respondenterna anser att klustret i mycket hög grad bidrar till att göra det lättare för företagen att rekrytera rätt kompetens<sup>10</sup>. Sex respondenter har fyllt i kategorierna: "i hög grad" och "i viss grad".

**Tabell 24. Rekrytering av rätt kompetens (n = 16, 12)**

	RESPONDENTER	
	2008	2007
I mycket hög grad	0	0
I hög grad	6	2
I viss grad	6	7
I liten grad	2	1
Inte alls	0	1
Vet ej/ingen uppfattning	2	1

Enkäten har ställt frågor kring vilka konkreta tillväxteffekter; försäljning, kostnader, antal anställda och nya investeringar, som initiativet har gett upphov till. De aktuella svaren redovisas i tabellen nedan, vilken baseras på information inhämtad från 16 respondenter. "Vet ej"-svar är inte redovisade.

**Tabell 25. Konkreta tillväxteffekter**

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad försäljning	8	6	2	6
Lägre kostnader	4	4	7	6
Ökat antal anställda	7	3	7	9
Nya investeringar	8	4	7	7

Tabellen ovan illustrerar att hälften av svarspersonerna anser att Future Position X har bidragit till ökad försäljning/nya investeringar, samtidigt som en fjärdedel av respondenterna menar att projektet är förbundet med lägre kostnader. Vidare poängterar sju av 16 respondenter att initiativet har lett till att öka antalet anställda. Årets undersökning visar en ökning i jämförelse med tidigare år vad gäller bedömningen av konkreta tillväxteffekter inom områdena försäljning, antal anställda och nya investeringar. På grund av det låga antalet svarande väger varje enskilt svar relativt tungt i värderingen. Det är därför svårt att värdera om förändringen i upplevda resultat beror på faktiska förändringar eller om det är ett utslag av andra svarande i årets mätning jämfört med tidigare år.

<sup>10</sup> Ett liknande utfall gick att observera i förra årets undersökningar, där 0 personer av 12 ansåg att Future Position X hade en stor betydelse för rekrytering av rätt kompetens.

En stor andel av företagen anser dock att deltagandet i Future Position X bidrar till långsiktiga konkurrensfördelar, vilka presenteras i tabellen nedan.

**Tabell 26. Långsiktigt förstärkt konkurrenskraft**

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Genom förbättrade produkter/tjänster	15	10	1	1
Genom nya produkter/tjänster	15	11	1	1
Genom kostnadsfördelar	9	4	4	5

I tabellen ovan framgår det att 15 av 16 respondenter anser att initiativet bidrar till långsiktig förbättrad konkurrenskraft genom förbättrade/nya produkter och tjänster. Vidare är antalet respondenter som svarat ja är betydligt lägre vad gäller kostnadsfördelar – 9 av 13 företag svarade ja.

Vidare har det undersökts huruvida medverkan i klusterinitiativet bidrar till ökad hållbarhet i termer av jämställdhet, integration och miljömedvetenhet. 16 företag besvarade denna frågeställning och svaren fördelades enligt tabellen nedan. "Vet ej"-svar är inte redovisade.

**Tabell 27. Bidrag till hållbarhet**

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad jämställdhet	1	2	8	7
Ökad integration	3	3	7	6
Ökat miljömedvetande	3	3	8	6

Tabellen ovan indikerar att flertalet respondenter inte anser att Future Position X bidrar till hållbarhet. Detta resultat stämmer även väl överens med de svar som samlades in i förra årets undersökning.

#### 4.3.5 Vad kan initiativen göra ytterligare?

Företagen har i enkäten fått svara på frågan om vad de, utifrån dagens ekonomiska konjunktur, anser krävs för att ytterligare stärka konkurrenskraften i såväl sektorn/branschen som företaget. Följande svar har framkommit;

- Förbättrad samverkan med sådd- och riskkapital
- Nya affärsmodeller
- Rätt kompetens vid rekrytering
- Större satsningar och mer engagemang
- Mer effektiva hjälpmedel för logistiklösningar
- Fler utvecklingsprojekt
- Kunskap och kompetens

I ett nästa steg har företagen i Future Position X fått besvara frågan om vad som kan göras för att stärka konkurrenskraften. Nedan redovisas de tankegångar som har lyfts fram i enkäten;

- Komplettera med förstärkt kommunikation
- Marknadsexponering
- Skapa nya projekt
- Fortsätta skapa nya mötesplatser
- Visa på nya tekniska lösningar för logistik
- Nätverka
- Fler marknadsföringsaktiviteter

Till sist har respondenterna fått reflektera kring vad som skulle kunna göras för att skapa mer värde för företagen. Denna frågeställning besvarades på följande sätt;

- Samverkan med akademisk FoU
- Få fler företag att etablera sig i klusterområdet
- Bidra till exponering
- Fortsätta utgöra mötesplats
- Internationell etablering
- Fortsätta skapa informationsplattformar, av typen FPX Club
- Utbildningsseminarier inom relevanta områden
- Driva ännu fler projekt

#### 4.3.6 Slutsatser för Future Position X

Företagen rapporterar i år en ökning av sin aktivitetsgrad i klustret, jämfört med tidigare. Många av företagen rapporterar att deltagandet har bidragit till konkreta tillväxteffekter med avseende på såväl ökad försäljning som ökat antal anställda. Ett mindre antal företag uppger att deltagandet också bidragit till minskade kostnader. De medverkande företagen har också en mycket stor tilltro till att deltagandet i framtiden kommer att leda till förstärkt konkurrenskraft.

En majoritet av företagen tycker att betydelsen av att delta i klusterinitiativet i dagens ekonomiska konjunktur är stor. Företagen rapporterar en stor mängd andra motiv för sitt deltagande. Det går däremot inte att se något tydligt intresse för exportfrågor hos företagen. Det är få som idag samverkar med andra företag kring exportfrågor. Det är inte heller något direkt uttryckt intresse för att just dessa delar skulle öka i framtiden. De flesta företagen producerar idag huvudsakligen för en hemmamarknad. I syfte att öka konkurrenskraften i klustrets medlemsföretag är det viktigt att på sikt också utöka företagets marknad och därigenom vända sig till en internationell marknad och ha produkter som är attraktiva internationellt.

Samtliga företag tycker det är viktigt eller mycket viktigt med tillgång till kompetens utanför det egna företaget i syfte att utvecklas. Detta visar sig också i att samtliga företag samarbetar med andra företag, huvudsakligen kring FoU, kompetensutveckling samt försäljning/marknadsföring. Inom dessa områden samt produktutveckling, är det flest företag som vill se ett utökat samarbete i framtiden.

Den kanske största utmaningen för FPX de närmaste åren är att gå från en kraftig offentlig finansiering, till att etablera en egen finansiell bas i verksamheten. En viktig utmaning här är att värva fler företag att ingå i klusterinitiativet. Trots att den stora drivkraften hittills har varit den offentliga sektorn, finns det risk för att en sämre ekonomisk konjunktur får en negativ inverkan på klustrets möjligheter att övergå till en större andel privat finansiering.

En mycket stor andel av klustrets företag anser att initiativets förmåga att bidra till ökade kontakter med FoU-aktörer är bra eller mycket bra, vilket är en stor ökning från förra årets mätning. En majoritet av företagen har också ökat sin egen andel FoU-aktiviteter i företaget. Värderingen av initiativets förmåga att initiera företagsrelevanta utbildningar/kompetensutvecklingsinsatser är i princip oförändrad sedan förra året. Företagen uttrycker en önskan om utökat samarbete med utbildningsinstitutioner kring frågor som har att göra med kompetensutveckling av personalen samt produktutveckling. Ett sätt att öka tillväxten i klusterinitiativets företag skulle kunna vara att forskningen på den regionala högskolan blir mer företagsnära (något som efterfrågas av klustret) och fokuserar på konkreta marknadsnära utvecklingsprojekt. Om man lyckas med detta skulle möjligheterna för klustret att gå mot en större andel privat finansiering understödjas, då företagen skulle ha mer medel att disponera för klusteraktiviteter.

#### 4.4 Radiocentrum Gävle

Genom ett enkätutskick till ett urval av de företag som deltar i Radiocentrum Gävle har värderingen samlat in data om hur de betraktar det aktuella projektet. Enkäten har besvarats av **sju** företag av totalt **16** utskickade enkäter, vilket ger en svarsfrekvens på cirka 43 procent. Det är dock inte alla sju respondenter som svarat på samtliga 24 frågor. Denna relativt låga andel (och antal) respondenter innebär att undersökningens resultat inte på något sätt kan generaliseras. Svaren kan därför endast representera de som besvarat enkäten och inte förväntas ge någon generell bild av klusterinitiativet. Med detta klargjort är vår avsikt med detta kapitel att redogöra för de mer specifika svar som har framkommit inom ramen för klustret Radiocentrum Gävle.

##### 4.4.1 Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling

Genom att kombinera satsningar på uppbyggnad av en gemensam miljö med satsningar för att utveckla och driva konkreta FoU-projekt tillsammans med parter från olika håll, skapas en möjlighet för klustret att på ett fokuserat sätt arbeta med såväl kompetensutveckling som tekniköverföring. Ericsson är en stor aktör i Radiocentrum Gävle och kan genom sin storlek och styrka stå för en stor andel av den inströmning av kompetens som behövs. Klusterinitiativet har stora tillväxtplaner och vill inom några år fördubbla verksamhetens omsättning. Man har även satt upp som mål att bli ett VINNOVA Excellence – ett tydligt mål som enligt dem själva hjälper dem att fokusera i utvecklingsarbetet. Man upplever att det största problemet med att nå tillväxtmålet är att lyckas hitta tillräckligt kompetent personal med kunskap och erfarenheter, inte bara från den akademiska sidan utan som också kan kombinera detta med de krav som näringslivet ställer på exempelvis leveranser och projektledning. De parter som medverkar i utvecklingsprojekt räknas som deltagare i klustret och man arbetar i dagsläget inte specifikt med medlemskap eller liknande. Processledaren upplever att det är fler som vill delta i projekt, än vad man klarar av att ta hand om. Man har därför valt att prioritera dem som man anser bäst kan bidra till utvecklingen av centret eller i regionen.

Teknologihöjd är den tydligast drivande faktorn för utveckling inom sektorn. För att vara med och ta del av de affärstillfällen som uppstår, gäller det att ligga så långt fram i frontlinjen kring teknikutveckling som det bara går. Genom att ha bättre teknologi än konkurrenterna, har man också större möjlighet att klara av den nu aktuella ekonomiska krisen och lågkonjunkturen. Klusterinitiativet kan hjälpa till med just detta och ser därför ingen särskild anledning till att ändra på sin verksamhet utifrån den för dagen aktuella situationen.

Man ser det dock som ett relativt stort hot för tillfället att de små företagen riskerar att gå i konkurs inom en snar framtid. De tillgångar som finns i företagen och hos ägarna är till stor del endast aktiekapital med vilka det inte går att betala löpande kostnader. Ett konkret sätt som centret skulle kunna hjälpa dessa företag på vore enligt processledaren att öka mängden utvecklingsprojekt, vilket skulle ge centret möjligheten att ta över vissa anställda under en tid för att driva projekten och på så sätt minska företagets lönekostnader. Man efterlyser statliga, eller andra, medel för att göra denna typ av satsningar möjliga i större skala. Förutom att lätta företagets kostnadssida, skulle man även kunna fortsätta ligga långt fram på områden teknik och produktutveckling – något som skulle göra att företagen står väl rustade när konjunkturen vänder.

I syfte att ytterligare stärka sin internationella klass i framtiden, upplever man att det är viktigt att komma in i projekt kring sjunde ramprogrammet och därmed arbeta med de världsledande aktörerna internationellt. Man vill ha kvar sin lokala koppling, samtidigt som man vill se en ökad volym och framförallt en världsledande position inom forskning och utveckling i sektorn.

Samarbetet med Dalarna är väl utvecklat, men i dagsläget arbetar man inte med Värmland. Samarbetet rör både utvecklingsprojekt med företag och högskolan, samt utbildningsfrågor. Inom länet pågår diskussioner med Fiber Optic Valley om hur man ska kunna närma sig varandra och arbeta konstruktivt tillsammans i framtiden. Visst samarbete med Göteborg och projektet Microwave Road finns också, men för att bli konstruktiva gäller det dock att hitta frågor där de olika satsningarna inte konkurrerar.

Vad gäller långsiktig kompetensförsörjning, har man idag inte några direkta resurser att investera för att höja närvaron eller engagemanget från gymnasiesidan. De idéer som finns på detta område är relativt dyra. Kring industrinära FoU har man utöver de projekt som dragits igång under tidigare år, nu också startat två nya; ett kring ultra wide band radar och ett kring reglering

av certifieringen av trådlös kommunikation. Det tidigare initierade Antenn-projektet har trappats ner på grund av neddragningar hos SonyEricsson.

Skapandet av den gemensamma miljön ger en grogrund för företagande, och då särskilt nyföretagande, eftersom det för nya företag är extra kostsamt med de instrument som behövs. I den gemensamma miljön kan man då få tillgång till dessa instrument precis när man behöver, men till en delad kostnad. I vissa fall har dock den gemensamma miljön svårt att hantera situationer där två företag bedriver direkt konkurrerande verksamhet och man tvingas då ställa sig i en situation där man måste välja vem som får sitta i centret. Vidare menas att detta också leder till tillväxt i regionen, då miljöns infrastruktur och kompetens har lockat företag att flytta till Gävle för att kunna vara närvarande i denna miljö (3 exempel hittills).

Branschen har ett underskott av kvinnor och man upplever det som viktigt att försöka behålla de som hittills har valt denna inriktning på sina studier. Omkring 90 procent av sökande till mstersprogrammet kommer från andra länder och bland doktoranderna är situationen liknande, varför man anser att det finns en stor mångfald som ett resultat av detta. En utmaning för regionen är snarare att locka fler svenskar till utbildningen, då det ofta är svårt att få de utländska studenterna att stanna kvar efter examen. Ett resultat inom miljön som man pekar på, är att teknikutvecklingen bidrar till minskad energianvändning. Telekomområdet står för en betydande del av världens energiåtgång och det är därför viktigt att arbeta med teknikutveckling som bidrar till minskad energianvändning på detta område.

#### 4.4.2 Företagens syn på Radiocentrum Gävle

I syfte att få en förståelse för vilken marknad som företagen inom Radiocentrum Gävle i huvudsak vänder sig till, har företagen öppet fått ange hur stor andel av deras produktion som går till hemma- respektive exportmarknad. Enkätsvaren visar att majoriteten av de svarande företagen producerar mer än hälften av sina produkter och tjänster för en exportmarknad. I tabellen nedan redovisas antalet företag, grupperat efter hur stor andel de producerar för hemmamarknaden.

**Tabell 28. Antal företag som producerar för en hemmamarknad (n = 7)**

	Produktion för hemmamarknad (%)			
	0 - 25	26 - 50	51 - 75	76 - 100
Antal företag	3	2	1	1

Om det fanns en möjlighet, skulle fyra av fem företag som besvarat enkäten vilja växa, både i termer av omsättning och i antal anställda. Endast ett företag vill växa utan att öka antalet anställda. Tabellen nedan visar fördelningen av företagens svar.

**Tabell 29. Viljan att växa som företag om det fanns möjlighet? (n = 5)**

	Respondenter
Ja, både vad gäller omsättning och antal anställda	4
Ja, men utan att öka antalet anställda	1
Nej	0

Enligt en majoritet av företagen som besvarat enkäten, är de huvudsakliga tillväxthindren;

- Tillgång till lämplig arbetskraft
- Efterfrågan på företagets produkter

I syfte att bedöma huruvida aktivitetsgraden har förändrats under det senaste året, har företagen blivit ombudade att uppskatta den egna aktivitetsgraden före och under 2008. Totalt fem företag har besvarat denna frågeställning och resultaten visas i tabellen på nästa sida.

**Tabell 30. Aktivitetsgrad före och under år 2008 (n = 5)**

Aktivitetsgrad	Före 2008	Under 2008
Mycket aktiv	1	4
Aktiv	1	1
Mindre aktiv	2	0
Inte aktiv	1	0
Vet ej	0	0

Siffrorna i tabellen ovan visar, trots den låga svarsfrekvensen, att ett par företag bedömer att de deltar mer aktivt i klusterinitiativet under 2008.

Sammanlagt fem företag har redogjort för sina motiv för deltagande i Radiocentrum Gävle. De allra viktigaste motiven (enligt fler än hälften av respondenterna, n = 5) för att delta i klusterinitiativet visar sig utifrån enkätsvaren vara;

- Att öka samarbetet med forskningsaktörer
- Att få tillgång till ökad kunskap om trender och omvärldsanalys
- Att öka samarbetet/samverkan med andra företag
- Att utveckla nya produkter/tjänster
- Att skapa nya affärer/eller möjligheter till nya affärer på hemmamarknaden
- Att skapa nya affärer/eller möjligheter till nya affärer på exportmarknaden

Genom frågan om hur företagen ser på betydelsen av att medverka i Radiocentrum Gävle i dagens ekonomiska konjunktur, framgår att fyra företag anser att deltagandet är av stor betydelse. Företagen fick även möjlighet att kommentera på vilket sätt initiativet har varit av betydelse i dagens ekonomiska konjunktur. Företagen gav följande kommentarer;

*"Radiocenter har blivit en mötesplats för företag och forskare vilket lett till att både vetenskaplig långsiktig forskning och nytta "här och nu" för företag blivit resultatet."*

*"Stor betydelse för att det ger oss möjligheter att samverka med Högskolan i Gävle för att få tillgång till kostnadskrävande instrument för vår produktutveckling. Men också möjligheten att bilda projektgrupper med högskolor, forskningsinstitut och andra företag för att försöka lösa för oss svåra teknisk problem."*

*"Skapar nätverk och synergier. Tillgång till kompetens och utrustning och kontaktnät till hela världen"*

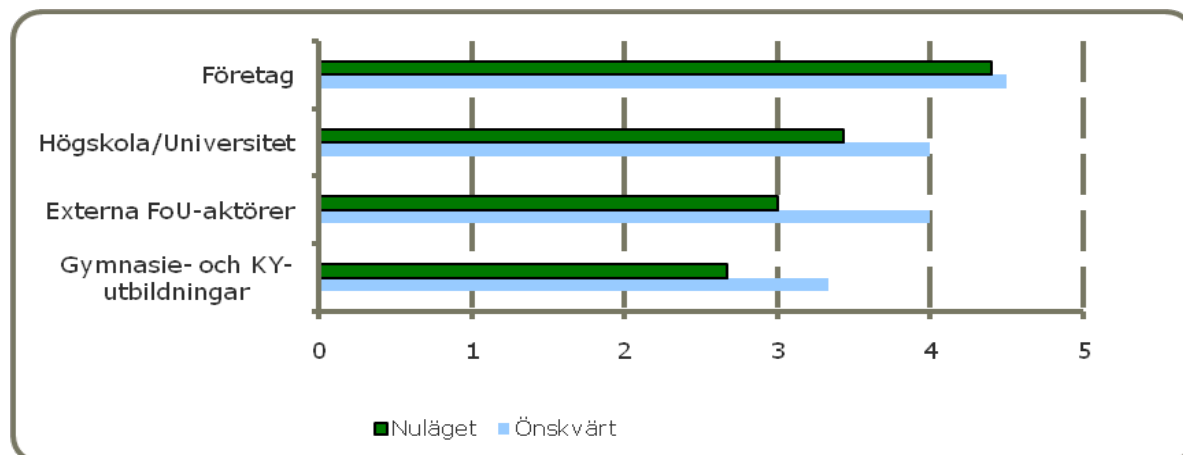
#### 4.4.3 Behovet av insatser från ett företagsperspektiv

Utifrån bland annat företagets motiv för att delta i Radiocentrum Gävle, ställs frågor i enkäten kring hur viktigt företaget anser det vara med tillgång till kompetens utanför den egna verksamheten i syfte att utvecklas.

Samtliga sex företag som besvarade denna fråga anser det vara viktigt eller mycket viktigt för dem att få tillgång till kompetens utanför det egna verksamhetsområdet i syfte att utvecklas. Företagen efterfrågar olika typer av extern kompetens, som exempelvis slutanvändarkompetens, marknadsföring och forskning på antennområdet, spjutspetskompetens inom radio, samt mätteknik och signalbehandling.

Företagsenkäten har även samlat in information kring företagets syn på nuvarande och önskat samarbete med olika aktörer. Stora skillnader mellan faktiskt och önskat samarbete kan indikera att det finns utvecklingsmöjligheter ur ett företagsperspektiv. Diagrammet på nästa sida redovisar resultaten med avseende på respondenternas genomsnittliga syn på samarbete (nuvarande och önskat), där värdet ett representerar kategorin "inte alls" och värdet fem motsvarar kategorin "i mycket stor utsträckning".

**Diagram 13. Vilka aktörer samarbetar ert företag med idag? Ange hur samarbetet ser ut idag, respektive hur du önskar att det ser ut i framtiden?**



1 = inte alls, 2 = i lite utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

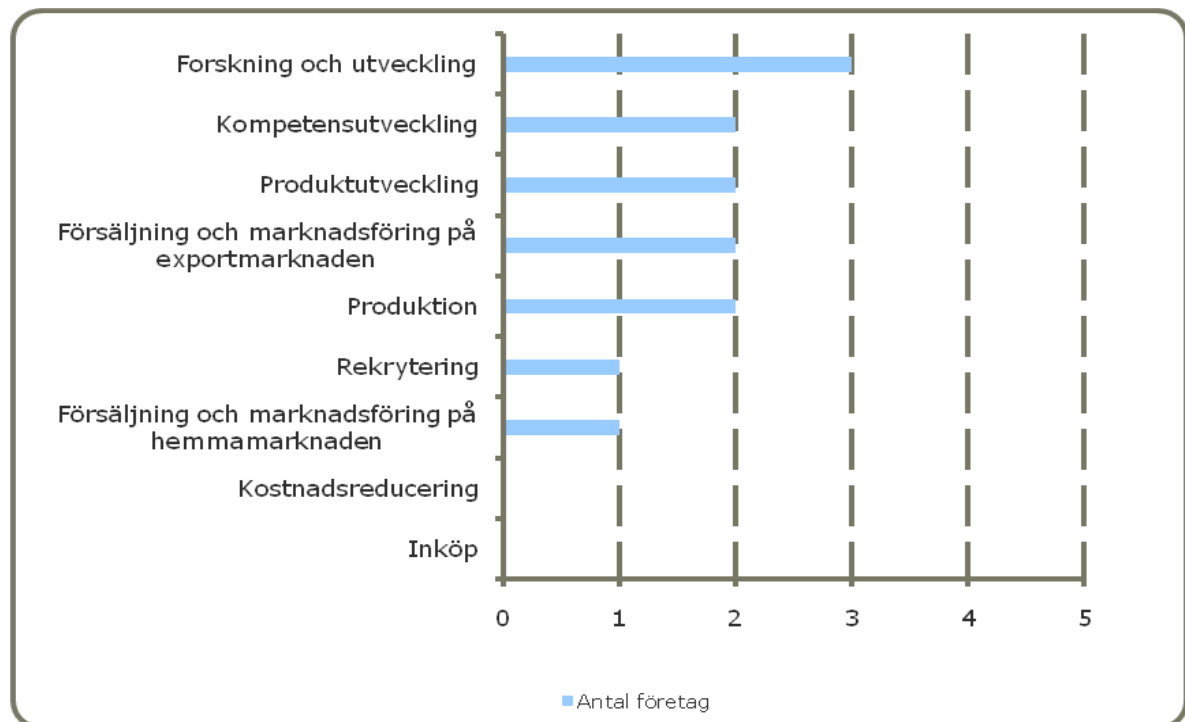
Inom samtliga områden kan det konstateras att respondenterna önskar en ökad samverkan. Samarbete med andra företag är i nuläget det som sker i störst grad. I diagrammet kan vi även se att de största diskrepanserna mellan nuvarande och önskat samarbete finns med externa FoU-aktörer. På grund av det låga antalet svarande är det dock inte möjligt att dra några slutsatser som gäller hela klusterinitiativet.

Som diagrammet ovan illustrerar är samverkan med företag relativt stor hos de som besvarat enkäten. Enkätundersökningen ger vid handen att sex av sju företag samarbetar med andra företag. De områden som fler än 50 procent av företagen samarbetar kring är;

- Produktion
- Produktutveckling
- Forskning och utveckling
- Försäljning och marknadsföring på hemmamarknaden
- Försäljning och marknadsföring på exportmarknaden

Det finns ett antal områden inom vilka företagen skulle kunna tänka sig att samarbeta i större utsträckning. Totalt är det endast fem företag som svarat på denna fråga. Resultaten redovisas i diagrammet på nästa sida.

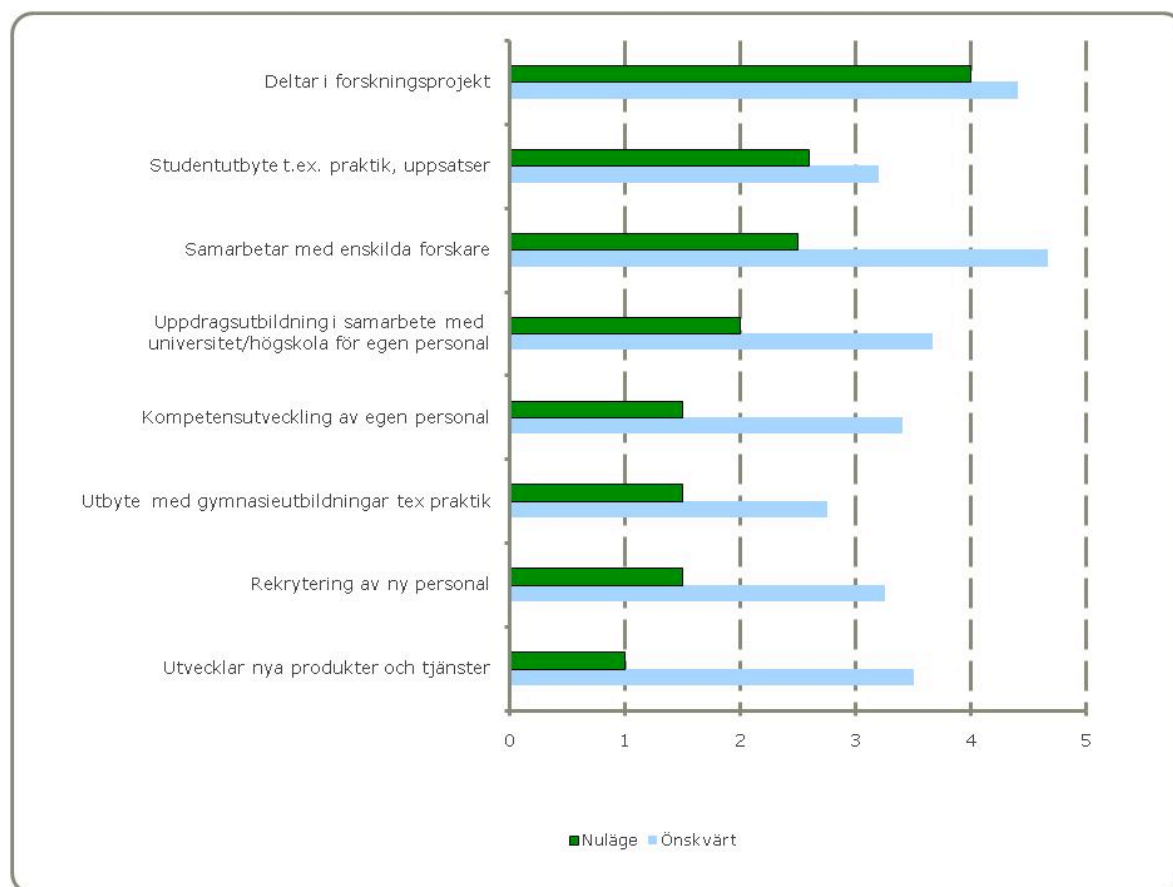
**Diagram 14. Inom vilka områden ser du att ditt företag skulle kunna samverka mer med andra företag för att öka företagets konkurrenskraft? (n= 5)**



Diagrammet visar bland annat att företagen anser att de skulle kunna samverka mer inom de flesta områden, förutom "inköp" och "kostnadsreducering".

Företagen som besvarat enkäten önskar även mer samarbete med högskola och universitet, vilket visas i diagrammet nedan. På grund av den låga svarsfrekvensen kan detta resultat inte framskrivas som ett resultat som är generaliserbart för hela klusterinitiativet. Värderingen har bett företagen att specificera befintligt samarbete, samt inom vilken områden som de önskar samarbeta tillsammans med forsknings- eller utbildningsinstitutioner. Se diagrammet på nästa sida, där värdet ett är inte alls och värdet fem är i mycket stor utsträckning. Diagrammet visar ett genomsnitt av alla svar.

**Diagram 15. Samarbetar du eller ditt företag med forsknings- och utbildningsinstitutioner? Ange hur samarbetet ser ut idag respektive hur du önskar att det ser ut i framtiden.**



1 = inte alls, 2 = i lite utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

Diagrammet ovan visar hur företagen i genomsnitt arbetar med forsknings- och utbildningsinstitutioner idag, samt hur de ser på det önskvärda samarbetet. Fem företag, och i vissa fall endast fyra företag, har besvarat majoriteten av frågorna. Det område som fått det högsta genomsnittliga värdet när det gäller nuvarande samarbete är "deltar i forskningsprojekt". Diagrammet visar vidare att företagen är intresserade av att samarbeta i större utsträckning inom samtliga områden. Stora diskrepanser mellan nuvarande och önskvärt samarbete kan också ses inom flera områden. Störst diskrepans mellan nuvarande och önskvärt samarbete går att hitta på områdena "samarbetar med enskilda forskare" samt "utvecklar nya produkter och tjänster".

I syfte att undersöka hur samarbetet skulle kunna öka, har företagen fått svara på vad de bedömer att företagen, akademien eller initiativet behöver göra för att i högre utsträckning samarbeta med forsknings- och utbildningsinstitutioner. Företagen har fått svara öppet på frågan och sammanlagt fyra respondenter har lämnat svar. De svar som har angivits är exempelvis att gemensamt skapa finansiering för fler samarbetsprojekt, att placera personal hos företagen under arbetstiden, samt att i större utsträckning fokusera på samverkan.

#### 4.4.4 Resultat och effekter från ett företagsperspektiv

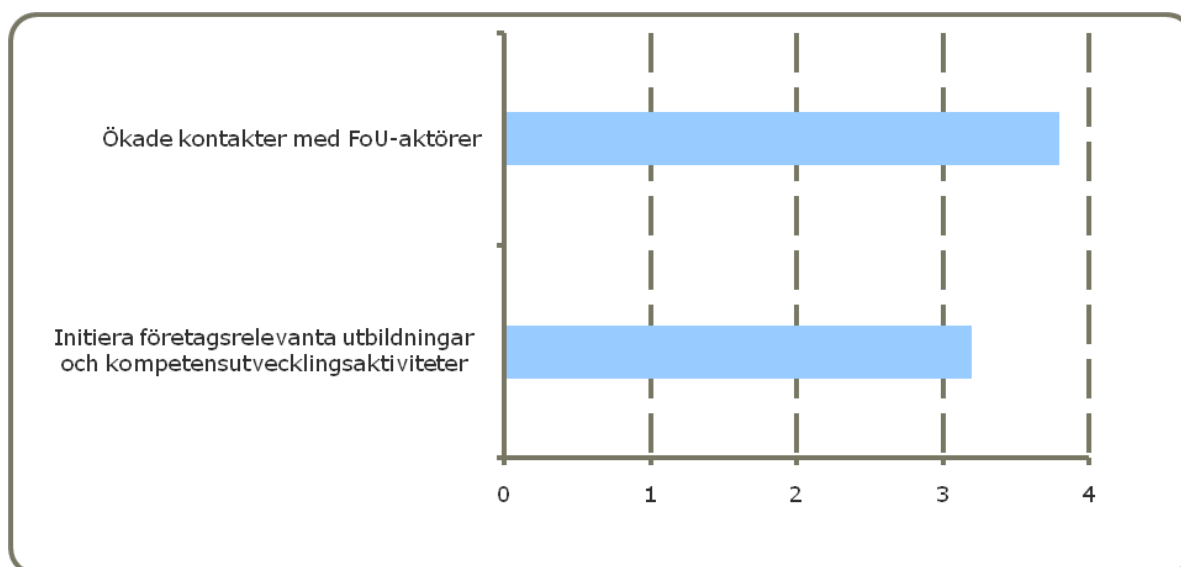
I enkätundersökningen har företagen fått svara på frågor som rör resultat och effekter som de anser att Radiocentrum Gävle har bidragit till. Resultat definieras som viktiga företagsrelaterade resultat som kan leda till förstärkta klusterförhållanden och tillväxt. Effekter definieras som konkreta tillväxtresultat som exempelvis nya affärer och lägre kostnader.

De fem företag som besvarat frågan anger att medverkande i klusterinitiativet i huvudsak har bidragit till följande resultat och effekter;

- Ökat samarbete med forskningsaktörer
- Ökad kunskap om utvecklingen i branschen
- Ökat samarbete/samverkan med andra företag
- Ökat samarbete med utbildningsaktörer

I nedanstående diagram visas hur företagen bedömer Radiocentrum Gävles förmåga att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter som främjar företagets kompetensutveckling, samt klusterinitiativets förmåga att bidra till nya kontakter med FoU-aktörer. Skalan sträcker sig från ett till fyra, där värdet ett står för "dåligt" och värdet fyra står för "mycket bra". Diagrammet visar en genomsnittlig värdering.

**Diagram 16. Hur bedömer du initiativets förmåga till att: (a) bidra till ökade kontakter med FoU-aktörer? samt (b) initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter?**



1 = dåligt, 2 = mindre bra, 3 = bra, 4 = mycket bra

Samtliga fem respondenter bedömer Radiocentrum Gävles förmåga att bidra till kontakter med FoU-aktörer samt till att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter, som antingen bra eller mycket bra. Det område som dock får det högsta medelvärdet utifrån företagens bedömningar, är klusterinitiativets förmåga att bidra till ökade kontakter med FoU-aktörer.

I tabellen nedan illustreras hur företagen har besvarat en fråga kring vad deras deltagande i aktiviteterna har inneburit i termer av FoU-aktiviteter.

**Tabell 31. Bedömning av vad deltagandet har inneburit inom området FoU**

	J A	N E J	V E T E J
Ökad andel FoU aktiviteter i företaget	4	1	0
Ökat FoU-samarbete med andra företag	5	0	0
Ökat FoU-samarbete med Högskola/Universitet/Industriforskningsinstitut	5	0	0

Enligt tabellen framgår att de svarande företagen anser att klusterinitiativet har haft stor inverkan på FoU-området – fyra respondenter bedömer att andelen FoU-aktiviteter i företaget har ökat. Vidare anser fem svarande att de har uppnått ett ökat FoU-samarbete med såväl andra företag som med akademien och övriga FoU-aktörer.

I tabellen nedan redovisas hur företagen ser på förmågan hos Radiocentrum Gävle att underlätta rekryteringen av rätt kompetens. En svarsperson anser att projektet i mycket hög grad underlättar för företagen att rekrytera rätt kompetens, medan de resterande fyra respondenterna anser att detta sker i hög grad.

**Tabell 32. Rekrytering av rätt kompetens (n = 5)**

	Respondenter
I mycket hög grad	1
I hög grad	4
I viss grad	0
I liten grad	0
Inte alls	0
Vet ej/ingen uppfattning	0

Vidare har företagen fått svara på frågor kring vilka konkreta tillväxteffekter; försäljning, kostnader, antal anställda och nya investeringar, som klusterinitiativet har gett upphov till. De aktuella svaren redovisas i tabellen nedan, vilken baseras på information inhämtad från fem respondenter.

**Tabell 33. Konkreta tillväxteffekter (n = 5)**

	JA	NEJ	VET EJ
Ökad försäljning	3	2	0
Lägre kostnader	2	3	0
Ökat antal anställda	3	2	0
Nya investeringar	2	3	0

Antalet respondenter som anser att deltagande i klusterinitiativet har lett till konkreta tillväxteffekter, är ungefär lika stort som antalet svaranden som är av motsatt åsikt och anser att Radiocentrum Gävle inte har lett till konkreta tillväxteffekter.

Majoriteten av företagen som besvarat enkäten anser att deltagande i klusterinitiativet kommer att bidra till långsiktiga konkurrensfördelar. I nedanstående tabell presenteras de fem respondenternas svar på denna fråga.

**Tabell 34. Långsiktigt förstärkt konkurrenskraft (n=5)**

	JA	NEJ	VET EJ
Genom förbättrade produkter/tjänster	5	0	0
Genom nya produkter/tjänster	5	0	0
Genom kostnadsfördelar	2	1	2

I tabellen ovan framgår att samtliga företag som besvarat enkäten anser att klusterinitiativet kommer att bidra till en långsiktigt förbättrad konkurrenskraft genom förbättrade/nya produkter och tjänster.

Företagen har även tillfrågats om hur de bedömer att företagets deltagande i klusterinitiativets aktiviteter har bidragit till ökad jämställdhet, ökad integration och ökat miljömedvetande. Hur företagen svarade, illustreras i tabellen nedan.

**Tabell 35. Bidrag till hållbarhet (n=5)**

	JA	NEJ	VET EJ
Ökad jämställdhet	1	3	1
Ökad integration	2	2	1
Ökat miljömedvetande	1	3	1

Tabellen på föregående sida visar att flertalet respondenter inte anser eller inte känner till att Radiocentrum Gävle bidrar till ökad hållbarhet.

#### 4.4.5 Vad kan initiativen göra ytterligare?

I enkäten har företagen fått svara på frågan om vad de, utifrån dagens ekonomiska konjunktur, anser krävs för att ytterligare stärka konkurrenskraften i såväl sektorn/branschen som företaget? Följande svar har framkommit;

- Fortsatt forskning och utveckling
- Ökad samverkan
- Bättre marknadskontakter

I ett nästa steg har företagen i Radiocentrum Gävle fått besvara frågan om vad som kan göras för att stärka konkurrenskraften. Nedan redovisas de tankegångar som har lyfts fram i enkäten;

- Fortsatt strävan mot att aktörer inom hela värdekedjan kan mötas och samverka inom ramen för centrets lokaler och nätverk
- Hjälp att anpassa vår produkt till nya marknader
- Ökad samverkan

Till sist har respondenterna fått reflektera kring vad som skulle kunna göras för att skapa mer värde för företagen. Denna frågeställning besvarades på följande sätt;

- Att få ytterligare möjlighet till personalrörlighet
- Att etablera kontakter med andra forskningsinstitut och högskolor
- Att uppfylla visionen om att bli världsledande inom radiomätteknik

#### 4.4.6 Slutsatser för Radiocentrum Gävle

Att det är väldigt få respondenter till enkäten som cirkulerades bland medlemsföretag i Radiocentrum Gävle är ett resultat i sig, men det gör det också omöjligt att dra några generella slutsatser för klusterinitiativet. Slutsatserna baseras därför primärt på intervjun med klusterledaren.

Processledaren påpekar att den modell som man har valt för klusterinitiativet, bygger på ett nära samarbete mellan företag och akademi i konkreta utvecklingsprojekt. Genom att ha möjligheten att också samlas i en gemensam miljö, kan den vardagliga samverkan förstärkas. Även om klustret nu har expansionsplaner för den fysiska miljön, bedömer Ramböll Management att det är viktigt att man också hittar arbetsformer som på ett bra sätt också kan inkludera företag som inte sitter i den gemensamma miljön. Det är en viktig framtidsfråga för klustret att kunna inkludera alla de företag som vill delta i samarbeten och därigenom bidra till klusterinitiativets utveckling. Klustret är idag litet och för att kunna minska beroendet av framtida offentlig finansiering, är antalet medlemmar en betydelsefull faktor.

Radiocentrum Gävle har stora tillväxtplaner och för att dessa ska förverkligas är det av vikt att inte bara öka mängden företag och forskning, utan sannolikt även att hitta strategiska samarbeten med andra aktörer på området, såväl inom länet som i andra delar av landet och internationellt.

## 4.5 Interactive TV Arena

För undersökningen av detta klusterinitiativ har värderingen inte gjort någon enkät riktad till företaget. Anledningen till detta är bland annat att aktiviteterna fortfarande befinner sig i en inledande fas och att det därför inte går att förvänta sig att det har hunnit uppstå resultat och effekter hos de medverkande företagen. Nedan presenteras istället den bild som växer fram utifrån intervjun med klusterinitiativets processledare.

### 4.5.1 Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling

Verksamhetsidén för initiativet är att inom området interaktiva tjänster och TV vara ett fristående forsknings- och utvecklingsinstitut. Idag har man ett aktivt strategiarbete med ett antal bestämda fokusområden, och man har som målsättning att i princip vara självfinansierade om ett antal år. Istället för teknik fokuserar man idag på interaktiva tjänster och den tekniska FOU som man ändå bedriver ska understödja tjänsteproduktionen. Klusterinitiativet upplever att man är internationellt stark inom det tekniska området, men att man behöver utvecklas och bli starka även inom tjänsteutvecklingen. I framtiden vill man även finnas i samtliga faser, från idé till färdig produkt, för att kunna vara attraktiva för såväl marknaden som akademien. I dagsläget finns inte många företag som är aktiva på området, varken i regionen eller i Sverige. Man räknar idag med tio medlemsföretag, men tror även att man deltar i skapandet av en ny bransch och att antalet medlemmar kommer att växa framöver. Det är också först nu som man aktivt försöker få de partners man arbetar med att bli medlemmar i den ideella förening som driver klustret.

Klusterinitiativet märker av dagens finansiella situation, huvudsakligen när man letar privat medfinansiering till utvecklingsprojekt. Det är idag mycket svårare än tidigare att hitta denna typ av pengar eftersom mängden pengar och nivån på företagens mod har minskat. Detta gäller dock främst företag i andra länder som exempelvis Storbritannien, medan det i Sverige inte har slagit igenom i lika stor omfattning. I syfte att klara av en fortsatt negativ utveckling på området, försöker man att stärka sina bankrelationer, där man också får uppbackning av kommunen.

Inom området är hastigheten i den tekniska utvecklingen och i marknadens utveckling starka drivkrafter. Man ser också stora utvecklingsmöjligheter i samband med att nya affärsmodeller utvecklas och ersätts med nya på marknaderna för nätägare och innehållsägare.

Det upplevs som avgörande för den fortsatta utvecklingen av klusterinitiativet att man kan skapa ett tillräckligt starkt partnerskap, där varje partner bidrar med sin specifika kompetens och att denna kedja inte brister någonstans. Nätverksmodellen beskrivs ligga till grund för verksamheten.

Hittills har man inte sett särskilt mycket av samarbetet mellan de tre länen och man upplever att kompetensen inom området sällan har specifika regionala kopplingar. Främst samarbetar man med grupperingar i andra länder utifrån ett behovsperspektiv. Man kommer framöver att ha ett samarbete med Northeast-regionen i England. De samarbeten som man utvecklar kommer idag från bilaterala kontakter med enskilda aktörer, som exempelvis Nordic mobilcenter i Borlänge. I framtiden vill man gärna göra mer och anordna fler träffar på den mellanregionala nivån i syfte att förstå vad andra aktörer gör och vilka man kan samverka med.

Man är fortfarande långt ifrån att vara en del i ett fungerande innovationssystem på området. Det finns idag inget sådant inom sektorn enligt processledaren. En del större EU-projekt inom ramprogrammet kan tillfälligtvis utgöra gränsöverskridande småkluster, men några större sammanhållna satsningar saknas fortfarande.

Det finns idag en del spinoff-idéer kring det som genomförts inom ramen för klusterinitiativet, men man har inte arbetat aktivt med nyföretagande ännu. Inte heller upplever man att det går att peka på någon konkret tillväxt i medlemsföretagen utifrån de aktiviteter som bedrivits fram tills idag. En nyframtagen produkt kommer dock att lanseras framöver av ett av företagen och detta blir då ett resultat av klustrets utvecklingsarbete. Klusterinitiativet upplever att man idag bygger upp en kompetens på området som ingen annan besitter och att man framöver även kommer att kunna nyttja detta genom att arbeta mer med utbildningar, såväl egna som delar av andra utbildningsanordnare – något som i sin tur kommer att bidra till den långsiktiga kompetensförsörjningen. Vad gäller industrinära FoU har man medfinansierat flera forskare på området. Klusterinitiativet deltar även som aktör i vissa forskningsprojekt som drivs av andra. Man har även studenter som gör sina examensarbeten hos klustret.

Verksamheten upplever att man har ett bra grepp om mångfaldsarbetet. I utvecklingen och forskningen är det kompetensen som får styra. Vid utvecklandet av nya tjänster ses det idag som en självklarhet liksom en förutsättning för att lyckas, att inkludera ett genusperspektiv i syfte att få tjänsten att passa alla målgrupper. Enligt klustret är medvetenheten om att kvinnor och mäns perception och önskemål ser olika ut, liksom det också gör för andra grupperingar på marknaden så som äldre eller handikappade, väl utvecklad och integrerad i det arbete som bedrivs. Man har också antagit en miljöpolicy.

#### **4.5.2 Reflektioner Interactive TV Arena**

Reflektionerna för Interactive TV Arena bygger enbart på intervjun med processledaren, samt de erfarenheter som erhållits av arbetet med övriga kluster i de län som ingår i undersökningen.

Det blir viktigt framöver att utöka klusterinitiativet med fler medlemmar och att knyta dessa medlemmar närmare till sig. Genom att göra detta skapas ett större kluster med en regional kärna av företag som är i lagom storlek för att kunna driva den fortsatta utvecklingen av klusterinitiativet. Är man för få aktiva medlemmar regionalt, finns en stor risk att klustrets fortlevnad blir avhängigt att en enskild person driver utvecklingen.

I syfte att motivera en fortsatt satsning och finansiering från den offentliga sektorn blir det, förr eller senare, avgörande för klustret att uppvisa konkreta tillväxteffekter för företagen och regionen.

En utmaning såväl som möjlighet för klusterinitiativet blir att anpassa sitt arbete till en möjlig framtida förändring av affärsmodeller på området.

Klusterinitiativet kan sannolikt hitta intressanta samarbetspartners både kring utvecklingsprojekt och forskning bland de initiativ (i Sverige och utomlands) som arbetar med utveckling av data-spel som exempelvis NetPort i Karlshamn, eller med upplevelseindustrin som man bland annat gör i Piteå.

## 5. NÅGRA JÄMFÖRANDE RESULTAT UTIFRÅN LÄNETS KLUSTERINITIATIV

I detta avsnitt presenteras ett antal trender för de studerade klusterinitiativen, med utgångspunkt från tillväxtindikatorerna; tillväxt i befintliga företag, nyföretagande, ökad industrinära forskning samt utveckling av utbildning för långsiktig kompetensförsörjning.

Antalet företag som har besvarat enkäten är mycket litet för flera klusterinitiativ. Vid tolkning av svaren är det därför viktigt att ha i åtanke det begränsade antalet svar som ligger till grund för vissa initiativ.

### 5.1 Tillväxt i befintliga företag

Utifrån svaren i enkäten kan det konstateras att det verkar finnas ett antal återkommande motiv för medverkan i klusterinitiativen. I nedanstående tabell redovisas de motiv som har värderats högst av företagen inom respektive initiativ.

**Tabell 36. Företagens främsta motiv för att medverka**

	Fiber Optic Valley	Industriellt IT	Future Position X	Radio-centrum Gävle
För ett ökat samarbete/samverkan med andra företag	X	X	X	X
För att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden	X	X	X	X
För att få tillgång till ökad kunskap om trender och omvärldsanalys		X	X	X
För att kunna utveckla nya produkter/tjänster	X		X	X
För att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på exportmarknaden				X
För ett ökat samarbete med forskningsaktörer			X	
För att få tillgång till kompetensförsörjning via klusterinitiativet/nätverket	X		X	
För att få tillgång till klusterinitiativets/nätverkets marknadsföring och lobbyingsaktiviteter				
För ett ökat samarbete med utbildningsaktörer				
För ett ökat samarbete med offentliga aktörer			X	X
För att få tillgång till riskvilligt kapital				

Ovanstående tabell visar vilka resultat som företagen har värderat som viktigast utifrån deltagandet i respektive klusterinitiativ. Företagens två främsta motiv för deltagande är; ökat samarbete/samverkan med andra företag, samt skapandet av nya och /eller möjligheter till nya affärer på hemmamarknaden.

**Tabell 37. Viktiga resultat ur ett företagsperspektiv**

	Fiber Optic Valley	Industriellt IT	Future Position X	Radio-centrum Gävle
Ökad kunskap om utvecklingen i branschen	X	X	X	X
Ökad kunskap om produktivtets/effektivitetsutveckling			X	
Ökat samarbete/samverkan med andra företag	X	X	X	X
Nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden		X	X	
Nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på exportmarknaden	X			
Ökat samarbete med utbildningsaktörer	X	X		X
Ökat samarbete med forskningsaktörer				X
Ökad möjlighet till rekrytering				
Ökad möjlighet att rekrytera kvinnor				

I tabellen ovan framgår att ökad kunskap om utvecklingen i branschen, samt ett ökat samarbete/samverkan med andra företag, är resultat som framträder i samtliga klusterinitiativ. Även ökat samarbete med utbildningsaktörer rankas som viktigt, dock inte inom klusterinitiativet Future Position X.

Företagen har även tillfrågats kring konkreta tillväxteffekter som resultat av ett deltagande i respektive klusterinitiativ. Nedanstående tabell visar hur företagen bedömer dessa tillväxteffekter i respektive initiativ.

**Tabell 38. Konkreta tillväxteffekter (antal företag)**

	Fiber Optic Valley	Industriellt IT	Future Position X	Radio-centrum Gävle	Totalt 2008
Ökad försäljning	5	2	8	3	18
Lägre kostnader	1	2	4	2	9
Ökat antal anställda	5	0	7	3	15
Nya investeringar	6	0	8	2	16

Bland det som företagen anser att deltagandet i klusterinitiativet har lett till konkret, hamnar ökad försäljning på första plats, tätt följt av nya investeringar och ökat antal anställda. Sist på listan kommer lägre kostnader.

I enkäten till företagen har en viktig fråga varit om man anser att deltagandet i initiativet kommer att bidra till en långsiktigt förstärkt konkurrenskraft. I tabellen på nästa sida redovisas hur många av de responderande företagen som svarat ja på denna fråga inom respektive kategori; förbättrade produkter och tjänster, nya produkter och tjänster, samt kostnadsfördelar.

**Tabell 39. Bidrag till långsiktigt förstärkt konkurrenskraft (antal företag)**

	Fiber Optic Valley	Industriellt IT	Future Position X	Radio-centrum Gävle	Totalt 2008
Förbättrade produk-	9	7	15	5	36
Nya produk-	11	5	15	5	36
Kostnadsför-delar	4	4	9	2	19

Utifrån tabellen kan utläsas att företagen deltagande i respektive klusterinitiativs aktiviteter kommer att bidra till en långsiktigt förstärkt konkurrenskraft genom förbättrade samt nya produkter och tjänster.

Nya frågor i 2008-års undersökning är de kring viljan hos företaget att växa, samt vilka faktorer som respondenterna anser utgör hinder för företagets vidare utveckling och tillväxt. Samma frågor har även ställts av Nutek (numera Tillväxtverket) i rapporten "Företagens villkor och verklighet 2008"<sup>11</sup> som är en riksomfattande undersökning av småföretag i Sverige. Totalt 7 134 företag i Gävleborg besvarade enkäten i Nuteks rapport och deras svar redovisas i den sista kolumnen i tabellen nedan.

**Tabell 40: Viljan att växa om det fanns möjlighet (antal företag)**

	Fiber Optic Valley	Industriellt IT	Future Position X	Radio-centrum Gävle	Totalt 2008 (%)	Gävleborg totalt (%)
Ja, både vad gäller omsättning och antal anställda	13	9	14	4	85	44
Ja, men utan att öka antalet anställda	1	1	1	1	9	31
Nej	2	0	1	0	6	25

Vid en analys av resultaten framgår en väsentlig skillnad mellan klusterföretagens vilja att växa i termer av omsättning och antal anställda, jämfört med Gävleborgs näringsliv totalt sett. Klusterföretagen redovisar en mycket större vilja att växa om möjlighet finns, än vad ett genomsnittligt företag i Gävleborg gör.

11

<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/faktaochstatistik/omforetagande/hinderfortillvaxt/fordjupningssidor/meromundersokningen.4.21099e4211fdb8c87b800016767.html>

**Tabell 41. Hur stort hinder anser du att följande faktorer utgör för företagets utveckling och tillväxt?**

	Fiber Op- tic Valley	Industri- ellt IT	Future Position X	Radio- centrum Gävle
Konkurrens från andra företag		X		
Efterfrågan på företagets produkter	X	X	X	X
Företagets lönsamhet				
Tillgång till lån och krediter	X			
Tillgång till externt ägarkapital				
Tillgång till lämplig arbetskraft	X	X	X	X
Tillgång till infrastruktur (t ex transportsystem, telekommunikationer)				
Kapacitet i nuvarande lokaler, utrustning etc.				
Lagar och myndighetsregler				
Egen tid	X		X	

Vid en analys av resultaten ovan framgår att företagen anser att de två största hindren för att växa bland klusterinitiativen är; "Efterfrågan på företags produkter" samt "Tillgång till lämplig arbetskraft". Även tillgång till "Egen tid" upplevs som ett hinder.

När man ställt motsvarande fråga i rapporten "Företagens villkor och verklighet 2008" anges "Konkurrens från andra företag", "Egen tid" samt "Lagar och myndighetsregler" som de tre största hindren för tillväxt – en bild som skiljer sig från den som klusterföretagen målar upp.

## 5.2 Nyföretagande

Både Fiber Optic Valley och Future Position X uppger att man har tagit en aktiv roll i etablerandet av den nya inkubatorn i Gävle, Movexum, och att man på olika sätt har fortsatt driva dessa aktiviteter. Fiber Optic Valley samarbetar även med Åkroken Science Park kring bland annat nyföretagarfrågor. Future Position X uppger i sin tur att man fram till idag har deltagit på olika vis kring bildandet av 16 företag.

Industriellt IT har i dagsläget inte ägnat sig specifikt åt frågor kring nyföretagande - inte mer än att man vid behov förmedlar kontakter mellan företagare och rådgivare. Radiocentrum Gävles huvudsakliga bidrag till att stötta nyföretagande är genom att tillhandahålla den gemensamma utvecklingsmiljön, där nya företag kan etablera sig och på så sätt få bättre möjligheter att komma igång utan alltför höga kostnader. För Interactive TV Arena finns ännu inget särskilt att lyfta på detta område, men klusterinitiativet hoppas att de spin-off idéer som finns idag ska ta en konkret form under det närmaste året och utvecklas till nya företag.

Liksom förra året är det i år lika svårt att säga vilka eventuella nya företag som går att hänföra just till respektive klusters verksamhet.

Nedan syns den samlade bedömningen från de företag som besvarat frågan om deras medverkan i respektive initiativ har bidragit till ökad jämställdhet, integration och/eller miljömedvetande.

**Tabell 42. Bidrag till hållbarhetsaspekter (jämställdhet, integration, miljömedvetande)**

	Fiber Optic Valley	Industriellt IT	Future Position X	Radio-centrum Gävle	Totalt 2008
Ökad jämställdhet	5	1	1	1	8
Ökad integration	2	1	3	2	8
Ökat miljömedvetande	1	1	3	1	6

Vid en analys av resultaten framgår att det vid 2008-års mätning endast är ett fåtal medlemsföretag av totalt 53 respondenter i Gävleborgs län, som besvarat denna fråga positivt. Det går därför inte att dra övergripande slutsatser för regionen kring detta tema. Det som däremot kan lyftas fram är att det är väldigt få företag som tydligt kan se att deras medverkande i klustret har resulterat i effekter på hållbarhetsområdet.

### 5.3 Ökad industrinära forskning

Företagen har även ombetts värdera vad deltagandet i klusterinitiativen har inneburit i termer av konkreta resultat kring FoU, som exempelvis utökade satsningar, nya FoU-projekt, ökat FoU-samarbete med andra företag, samt ökat FoU-samarbete med högskola och universitet. Nedanstående tabell ger dels en bild av hur företagen bedömer det initiativ som de deltar i, men även hur den samlade bedömningen ser ut för de fyra initiativen.

**Tabell 43. Bedömning av vad deltagandet i initiativen har inneburit**

	Fiber Optic Valley	Industriellt IT	Future Position X	Radio-centrum Gävle	Totalt 2008
Ökad andel FoU aktiviteter i företaget	4	0	11	4	19
Ökat FoU-samarbete med andra företag	10	1	11	5	27
Ökat FoU-samarbete med Högskola/Universitet/Industriforskningsinstitut	8	1	15	5	29

Utifrån tabellen kan utläsas att sammanlagt 19 stycken respondenter anser att deltagande i respektive klusterinitiativ har lett till större andel FoU-aktiviteter i företaget. Sammanlagt 27 respondenter anser att deltagande i respektive klusterinitiativ har lett till ökat FoU-samarbete med andra företag. Slutligen anser 29 respondenter att deltagande i respektive klusterinitiativ har lett till ökat samarbete med Högskola och universitet.

### 5.4 Långsiktig kompetensförsörjning

I enkäten ställdes en fråga kring hur de olika initiativen har bidragit till att underlätta vid rekrytering av en viss kompetens. I tabellen på nästa sida visas en sammanlagd bedömning av hur initiativen bidrar till att underlätta vid rekrytering.

**Tabell 44. Bedömning av initiativens förmåga att underlätta vid rekrytering av rätt kompetens (n = 47)**

	2008 (%)
I mycket hög grad	2
I hög grad	26
I viss grad	30
I liten grad	13
Inte alls	8
Vet ej/ingen uppfattning	21

### 5.5 Några sammanfattande resultat för Gävleborgs klusterinitiativ

Endast två av fem undersökta kluster i regionen, Future Position X och Fiber Optic Valley, är breda i meningen att de bedriver aktiviteter inom samtliga fyra områden som täcks av tillväxtindikatorerna. Övriga klusterinitiativ befinner sig fortfarande i ett tidigt skede av sin utveckling och har långt kvar tills man kan säga sig ha en motsvarande bredd i verksamheten. Detta betyder dock inte att det man gör inte skulle vara uppskattat av företagen.

Klusterinitiativen är generellt sett små, något som främst gäller de lite nyare initiativen men även de två etablerade. Storlek är inte på något sätt den viktigaste faktorn för att vara ett framgångsrikt kluster, men den är av betydelse ur flera aspekter. Ett klusterinitiativ med få aktörer har svårt att vara självförsörjande i någon egentlig mening och man blir därmed beroende av offentliga stöd för att kunna ha en fungerande verksamhet av omfattning. Man är även sårbar då aktiviteterna ofta blir beroende av att några få aktörer är aktiva, och om dessa av någon anledning försvinner (tillfälligt eller permanent) blir verksamheten stympad på ett kritiskt sätt.

Samtliga kluster i undersökningen har ett högt kunskapsinnehåll i sina branscher och företagens verksamhet ligger till sin natur relativt nära en forskningsnivå. Detta visas också av att många företag i enkäten har uppgett att man vill samarbeta mer kring produktutveckling. Företagen uttrycker också ett intresse av att samarbeta på en konkret affärsnivå tillsammans med andra företag, eller för att få nya affärer som ett resultat av annat samarbete. Ungefär hälften av företagen i undersökningen rapporterar även att deltagandet i klustret har lett till ökad forskning och utveckling tillsammans med andra företag och/eller tillsammans med högskola/universitet/externa FoU-aktörer.

Kompetens på rätt nivå är ett problem för den fortsatta utvecklingen av företag och klusterinitiativ. Därmed kommer också en tydlig utmaning för det offentliga då regionens attraktionskraft behöver utvecklas för att lättare kunna locka till sig kompetens från andra regioner och länder. Naturligtvis behöver man även stärka utvecklingen av kompetens regionalt.

I princip samtliga företag från klusterinitiativen som har svarat anger att man vill växa, vilket är anmärkningsvärt med tanke på att andelen totalt sett för Gävleborgs företag ligger betydligt lägre. Tilltron till att deltagandet i klustren kommer att bidra till en högre konkurrenskraft är också hög i undersökningen. Vid en analys av resultaten för regionen, framhålls "Efterfrågan på företagens produkter" samt "Tillgång till lämplig arbetskraft" som de två största tillväxthindren bland klusterinitiativens företag. Även tillgång till "Egen tid" upplevs som ett hinder. När man ställt motsvarande fråga i rapporten "Företagens villkor och verklighet 2008" framhålls "Konkurrens från andra företag", "Egen tid" samt "Lagar och myndighetsregler" som de tre största hindren för tillväxt - en helt annan bild än den som klusterinitiativens företag återger.

Alla kluster i Gävleborg har någon form av samarbete med Högskolan i Gävle, även om detta ser väldigt olika ut från fall till fall. Klustrens företag uttrycker önskemål om utökat samarbete inom flera områden. Ett flertal av klusterinitiativen uttrycker dock att samverkan med högskolan behöver förbättras på olika sätt. Detta gäller självklart hur klustren själva angriper frågan, men innebär också att högskolan sannolikt behöver arbeta på ett delvis annorlunda sätt än vad man gör idag och dessutom ha ett betydligt närmare samarbete med små och medelstora företag i regionen kring exempelvis frågor om industrinära forskning eller olika former av kompetensförsörjning.



## Välkommen till enkäten för utvärdering av klustersatsningarna i Dalarna, Gävleborg och Värmland!

Vi är tacksamma om du svarar på enkäten senast den **28:e februari**. Svaren kommer att behandlas konfidentiellt, enbart Ramböll Management har åtkomst till dina svar. För att gå vidare eller tillbaka till frågorna i enkäten klickar du på pilen till vänster och höger nederst på sidan. Enkäten görs på uppdrag av Region Dalarna, Gävleborg och Värmland och Ditt deltagande är ett viktigt underlag för planering av framtida utvecklingsinsatser i respektive region i samarbete med respektive klusterinitiativ dvs. den organisation som Du samarbetar med eller ingår i. Enkäten vill också fånga upp utmaningar i samband med rådande konjunktur.

Om du har frågor kring projektet kontakta Conny Olander på Ramböll Management på telefonnr. 08-410 579 20 eller via e-mail: [conny.olander@r-m.com](mailto:conny.olander@r-m.com). Vid tekniska frågor kontakta Felicia Fazzi på Ramböll Management på telefonnr. 08 410 579 61 eller via e-mail: [felicia.fazzi@r-m.com](mailto:felicia.fazzi@r-m.com).

Tack för att du medverkar!

Klicka på pilen för att komma till frågorna

### 1a. Hur upplever du betydelsen av att medverka i [klusterinitiativets namn] i dagens ekonomiska konjunktur?

- (1)  Stor betydelse
- (2)  Oförändrad betydelse
- (3)  Liten betydelse

**1b. Om stor eller liten betydelse - på vilket sätt?**

---

—

---

—

---

—

---

—

---

—

---

—

---

—

**2. För vilken marknad produceras företagets produkter/tjänster?**

Procent av hemmamarknad \_\_\_\_\_

Procent av exportmarknad \_\_\_\_\_

**3. Vilka aktörer utbyter/samarbetar ert företag med idag? Ange hur utbytet/samarbetet ser ut idag respektive hur du önskar att det ser ut i framtiden.**

I nuläget

Önskvärt

I							I						
myck							myck						
et	I stor		I liten				et	I stor		I liten			
stor	utsträ	Till	utsträ	Inte	Vet		stor	utsträ	Till	utsträ	Inte	Vet	
utsträ	cknin	viss	cknin	alls	ej		utsträ	cknin	viss	cknin	alls	ej	
cknin	g	del	g				cknin	g	del	g			
g							g						

Företag

(1)  (2)  (3)  (4)  (5)  (6)  (1)  (2)  (3)  (4)  (5)  (6)

## I nuläget

## Önskvärt

I	I stor	Till	I liten				I	I stor	Till	I liten			
mycket	utsträckt	viss del	utsträckt	Inte	Vet		mycket	utsträckt	viss del	utsträckt	Inte	Vet	
stor	cknin	g	cknin	alls	ej		stor	cknin	g	cknin	alls	ej	
utsträ	cknin	g	utsträ	cknin	alls	ej	utsträ	cknin	g	utsträ	cknin	alls	ej
cknin	g		cknin	g			cknin	g		cknin	g		
g			g				g			g			

Högskola/universitet

(1)  (2)  (3)  (4)  (5)  (6)  (1)  (2)  (3)  (4)  (5)  (6)

Gymnasie- och KY-  
utbildningar

(1)  (2)  (3)  (4)  (5)  (6)  (1)  (2)  (3)  (4)  (5)  (6)

Externa FOU-aktörer såsom  
teknikparker,  
forskningsinstitut etc.

(1)  (2)  (3)  (4)  (5)  (6)  (1)  (2)  (3)  (4)  (5)  (6)

#### 4. Samarbetar du eller ditt företag med andra företag?

- (1)  Ja  
(2)  Nej

#### 4a. Inom vilka områden sker samarbetet? Flera alternativ kan fyllas i.

- (1)  Produktion  
(2)  Inköp  
(3)  Försäljning och marknadsföring på hemmamarknaden  
(4)  Försäljning och marknadsföring på exportmarknaden  
(5)  Produktutveckling  
(6)  Forskning och utveckling  
(7)  Kostnadsreducering  
(9)  Rekrytering  
(8)  Kompetensutveckling

**Övrigt:**

---

---

---

---

---

---

**4b. Inom vilka områden ser du att företaget skulle kunna samverka mer med andra företag, för att öka ditt företags konkurrenskraft? Flera alternativ kan fyllas i.**

- (1)  Produktion
- (2)  Inköp
- (3)  Försäljning och marknadsföring på hemmamarknaden
- (4)  Försäljning och marknadsföring på exportmarknaden
- (5)  Produktutveckling
- (6)  Forskning och utveckling
- (7)  Kostnadsreducering
- (8)  Rekrytering
- (9)  Kompetensutveckling

**Övrigt:**

---

---

---

---

---

---

**5. I vilken grad anser du att det är viktigt för företaget att få tillgång till kompetenser utanför den egna verksamheten för att utvecklas?**

- (1)  Mycket viktigt
- (2)  Viktigt
- (3)  Mindre viktigt
- (4)  Inte viktigt
- (5)  Vet ej/ingen uppfattning

**6. Vilken typ av kompetens utanför den egna verksamheten ser du ett behov av för företaget?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**7. Samarbetar du eller ditt företag med forsknings- och utbildningsinstitutioner? Ange hur samarbetet ser ut idag respektive hur du önskar att det ser ut i framtiden.**

I nuläget

Önskvärt

	I mycket stor utsträckning	I stor utsträckning	Till viss del	I liten utsträckning	Inte allt ett vet ej	I mycket stor utsträckning	I stor utsträckning	Till viss del	I liten utsträckning	Inte allt ett vet ej		
Rekrytering av ny personal	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Kompetensutveckling av egen personal	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Studentutbyte t.ex. praktik, uppsatser	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Utvecklar nya produkter o tjänster	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Samarbetar med enskilda forskare	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Deltar i forskningsprojekt	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Uppdragsutbildning i samarbete med universitet/högskola för egen personal	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Utbyte med gymnasieutbildningar tex praktik	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>

**8. Vad anser du att ditt företag, akademien eller [klusterinitiativets namn] behöver göra för att få ditt företag att i högre utsträckning samarbeta med forsknings- och utbildningsinstitutioner än vad ni gör idag?**

---



---



---



---

---

---

**9. Vilket är ditt/företagets motiv för deltagande i initiativet? Flera alternativ kan fyllas i**

- (1)  För att få tillgång till ökad kunskap om trender och omvärldsanalys
- (2)  För att kunna utveckla nya produkter/tjänster
- (3)  För att effektivisera och kostnadsrationalisera i företaget
- (4)  För att få tillgång till ökad kunskap om jämställdhetsarbete
- (20)  För ett ökat samarbete/samverkan med andra företag
- (5)  För att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden
- (6)  För att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på exportmarknaden
- (7)  För ett ökat samarbete med offentliga aktörer
- (8)  För ett ökat samarbete med utbildningsaktörer
- (16)  För ett ökat samarbete med forskningsaktörer
- (9)  För att få tillgång till kompetensförsörjning via klusterinitiativet/nätverket
- (10)  För att få tillgång till riskvilligt kapital
- (11)  För att få tillgång till klusterinitiativets/nätverkets marknadsföring och lobbyingaktiviteter

**Annat:**

---

---

---

---

---

---

**10. Hur skulle du uppskatta ditt företags aktivitetsgrad i [klusterinitiativets namn] ?**

	Mycket aktiv	Aktiv	Mindre aktiv	Inte aktiv	Vet ej/ingen uppfattning
Före 2008	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Under 2008	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

**11 a. I vilken grad anser du att [klusterinitiativets namn] har bidragit till:**

	I mycket hög grad	I hög grad	I viss grad	I liten grad	Inte alls	Vet ej
Ökad kunskap om utvecklingen i branschen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Ökad kunskap om produktivitets/effektivitetsutveckling	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Ökat samarbete/samverkan med andra företag	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på exportmarknaden	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Ökat samarbete med utbildningsaktörer	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Ökat samarbete med forskningsaktörer	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Ökad möjlighet till rekrytering	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Ökad möjlighet att rekrytera kvinnor	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>

## Annat:

---

---

---

---

---

---

**12. Hur bedömer du [klusterinitiativets namn] s förmåga att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter som bidrar till företagets kompetensutveckling?**

- (1)  Mycket bra
- (2)  Bra
- (3)  Mindre bra
- (4)  Dålig
- (5)  Vet ej/ingen uppfattning

**13. Bedömer du att [klusterinitiativets namn] genom de aktiviteter som genomförs bidrar till att det blir lättare för företaget att rekrytera rätt kompetens?**

- (1)  I mycket hög grad
- (2)  I hög grad
- (3)  I viss grad
- (4)  I liten grad
- (5)  Inte alls
- (6)  Vet ej/ingen uppfattning

**14. Hur bedömer du [klusterinitiativets namn] s förmåga att bidra till för företaget ökade kontakter med FoU-aktörer?**

- (1)  Mycket bra
- (2)  Bra

- (3)  Mindre bra  
 (4)  Dålig  
 (6)  Vet ej/ingen uppfattning

**15. Bedömer du att företagets deltagande i [klusterinitiativets namn] s aktiviteter har bidragit till:**

	Ja	Nej	Vet ej/ingen uppfattning
Ökad försäljning	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Lägre kostnader	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Ökat antal anställda	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Nya investeringar	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Ökad jämställdhet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Ökad integration	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Ökat miljömedvetande	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Ökad andel FoU aktiviteter i företaget	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Ökat FoU-samarbete med andra företag	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Ökat FoU-samarbete med Högskola/Universitet/industriforskningsinstitut	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>

**15a. Med hur många har antalet anställda ökat i och med deltagandet i [klusterinitiativets namn] sedan januari 2008?**

Totalt: \_\_\_\_\_  
 Fördelat på antal män \_\_\_\_\_  
 Fördelat på antal kvinnor \_\_\_\_\_

**16. Vad skulle [klusterinitiativets namn] kunna göra för att skapa ett större värde för företaget?**

---

---

---

---

---

---

**17. Hur bedömer du att företagets deltagande i [klusterinitiativets namn] s aktiviteter kommer att bidra till en långsiktigt förstärkt konkurrenskraft?**

	<b>Ja</b>	<b>Nej</b>	<b>Vet ej/ingen uppfattning</b>
Genom förbättrade produkter/tjänster	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Genom nya produkter/tjänster	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Genom kostnadsfördelar	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>

**18. Utifrån dagens ekonomiska konjunktur, vad anser du krävs för att ytterligare stärka konkurrenskraften för sektorn/branschen och företaget?**

---

---

---

---

---

**19. Hur kan [klusterinitiativets namn] arbeta för en stärkt konkurrenskraft? Generellt och i form av aktiviteter**

---

---

---

---

---

**20. Skulle du vilja att företaget växte om det fanns en möjlighet?**

- (1)  Ja, både vad gäller omsättning och antal anställda
- (2)  Ja, men utan att öka antalet anställda
- (3)  Nej

**21. Hur stort hinder anser du att följande faktorer utgör för företagets utveckling och tillväxt? Flera alternativ kan fyllas i.**

- (1)  Konkurrens från andra företag
- (2)  Efterfrågan på företagets produkter
- (3)  Företagets lönsamhet
- (4)  Tillgång till lån och krediter
- (5)  Tillgång till externt ägarkapital
- (6)  Tillgång till lämplig arbetskraft
- (7)  Tillgång till infrastruktur (t ex transportsystem, telekommunikationer)
- (8)  Kapacitet i nuvarande lokaler, utrustning etc
- (9)  Egen tid
- (10)  Lagar och myndighetsregler

**Annat:**

---

---

---

---

---

---

**22. Ange antal anställda i företaget i januari 2008**

Antal män \_\_\_\_\_

Antal kvinnor \_\_\_\_\_

Andel kvinnor i chefsposition  
och ledande befattningar i \_\_\_\_\_  
procent

**23. Ange antalet anställda i företaget i december 2008**

Antal män \_\_\_\_\_

Antal kvinnor \_\_\_\_\_

Andel kvinnor i chefsposition  
och ledande befattningar i \_\_\_\_\_  
procent

**24. Hur stor var företagets omsättning 2008 i SEK?**

\_\_\_\_\_

Tack för din medverkan!

Du behöver inte skicka in svaren, då de sparas automatiskt i vår databas. För att markera att Du avslutat enkäten och undvika en framtida påminnelse, är det dock viktigt att Du **klickar i krysset nedan till höger på denna sida.**

# Klustersamarbete som ger tillväxt och konkurrenskraft

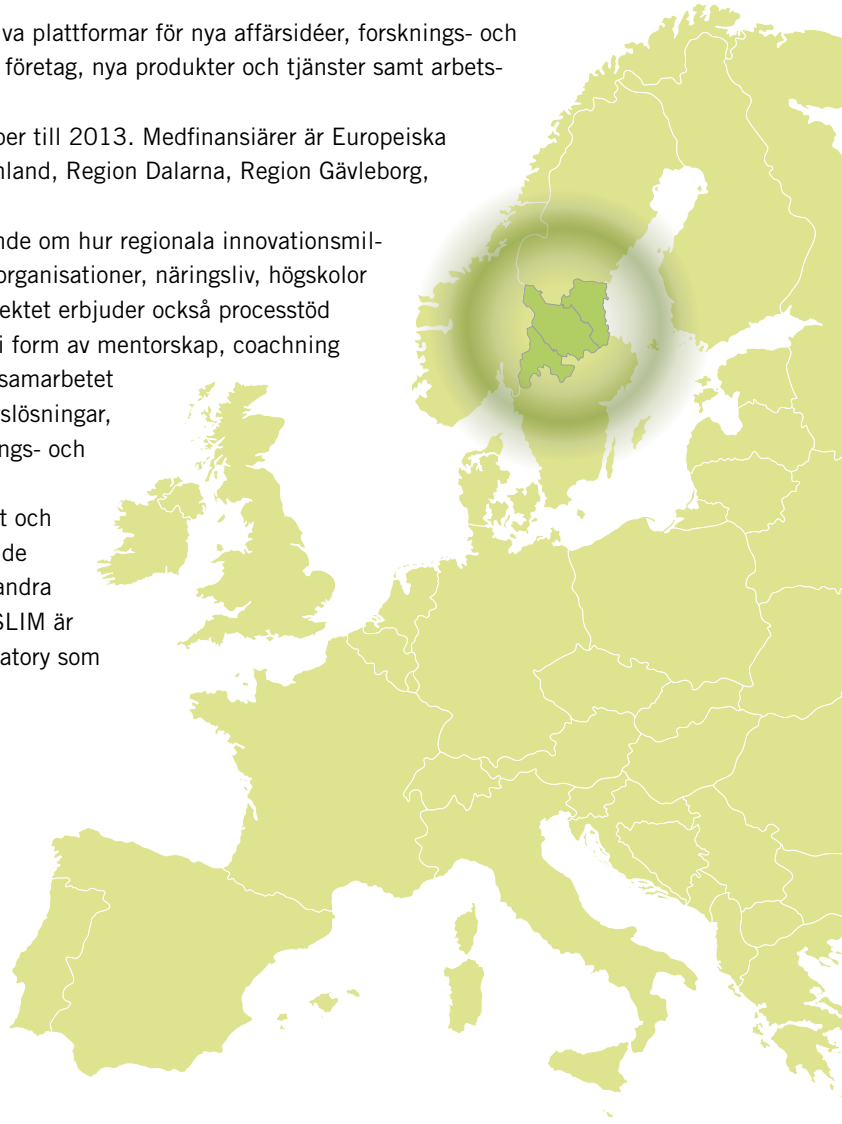
Region Dalarna, Region Värmland och Region Gävleborg driver gemensamt SLIM-projektet (systemledning och lärande kring klusterprocesser/innovativa miljöer i Norra Mellansverige) för att stödja utvecklingen av klusterorganisationer. Projektet omfattar 15 klusterorganisationer i de tre regionerna. I klusterorganisationerna finns omkring 700 företag som tillsammans har ca 60 000 anställda, som samarbetar med varandra och med regionernas högskolor, kommuner och offentlig sektor. Målet är att öka tillväxten och konkurrenskraften i de tre regionerna.

Klusterorganisationerna utgör innovativa plattformar för nya affärsidéer, forsknings- och utvecklingsprojekt, som kan bidra till nya företag, nya produkter och tjänster samt arbetstillfällen i regionerna.

SLIM-projektet inleddes 2007 och löper till 2013. Medfinansierare är Europeiska regionala utvecklingsfonden, Region Värmland, Region Dalarna, Region Gävleborg, VINNOVA och Karlstads Universitet.

Projektet innebär ett gemensamt lärande om hur regionala innovationsmiljöer kan utvecklas i dialog mellan klusterorganisationer, näringsliv, högskolor och politiker samt nationella aktörer. Projektet erbjuder också processtöd till ledningen för klusterorganisationerna i form av mentorskap, coachning och kompetensutveckling. Genom klustersamarbetet involveras de mindre företagen i nya affärslösningar, internationell marknadsföring och forsknings- och utvecklingsinsatser.

SLIM-projektet har även ett europeiskt och internationellt perspektiv och de deltagande klusterorganisationerna samarbetar med andra kluster i Europa för att lära av varandra. SLIM är också knutet till European Cluster Observatory som finansieras av EU-kommissionen.



[www.regionvarmland.se/slim](http://www.regionvarmland.se/slim)



*En investering för framtiden*

