

Utveckling av klusterinitiativ i Norra Mellansverige
SLIM-rapport 6: 2010



Dalarnas 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 "Dalarnas 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 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.

Dalarnas 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

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	Inledande kapitel	4
1.1	Sammanfattning	4
1.2	Uppdraget	5
1.3	Utgångspunkter	6
1.4	Metod	6
1.5	Rapportens disposition	8
2.	Dalarnas olika klusterinitiativ	9
2.1	Destination Dalarna	9
2.2	Triple Steelix	9
2.3	Dala BIT	9
2.4	Ahead	10
2.5	High Voltage Valley	10
3.	Tema akademi – Dalarna	12
3.1	Samverkan mellan Högskolan Dalarna och näringslivet	12
3.2	Samverkan mellan Högskolan Dalarna och de regionala kluster initiativen	14
3.3	Efterfrågar företagen i klusterinitiativen samverkan?	15
3.4	Ger samverkan företagen högre konkurrenskraft?	17
3.5	Ger samverkan med klusterinitiativen högskolan mervärde?	17
3.6	Rekommendationer för utveckling av samverkan mellan Högskolan Dalarna och klusterinitiativen	18
3.7	Sammanfattande slutsatser tema akademi - Dalarna	19
4.	Resultat och analys per klusterinitiativ	21
4.1	Destination Dalarna	21
4.1.1	Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling	21
4.1.2	Företagen inom Destination Dalarna	21
4.1.3	Utvecklingsområden från ett företagsperspektiv	23
4.1.4	Resultat och effekter från ett företagsperspektiv	25
4.1.5	Vad kan initiativet göra ytterligare?	28
4.1.6	Sammanfattning och slutsatser för Destination Dalarna	29
4.2	Triple Steelix	31
4.2.1	Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling	31
4.2.2	Företagen inom Triple Steelix	31
4.2.3	Utvecklingsområden från ett företagsperspektiv	32
4.2.4	Resultat och effekter från ett företagsperspektiv	35
4.2.5	Vad kan initiativet göra ytterligare	38
4.2.6	Sammanfattning och slutsatser Triple Steelix	38
4.3	Dala BIT	40
4.3.1	Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling	40
4.3.2	Företagens syn på Dala BIT	41
4.3.3	Utvecklingsområden från ett företagsperspektiv	42
4.3.4	Resultat och effekter från ett företagsperspektiv	44
4.3.5	Vad kan initiativen göra ytterligare?	46
4.3.6	Sammanfattning och slutsatser för Dala BIT	47
4.4	Ahead	48
4.4.1	Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling	48

4.4.2	Reflektioner Ahead	49
4.5	High Voltage Valley	50
4.5.1	Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling	50
4.5.2	Reflektioner High Voltage Valley	50
5.	Några sammanfattande resultat för Dalarnas klusterinitiativ	51
5.1	Tillväxt i befintliga företag	51
5.2	Nyföretagande	54
5.3	Ökad industrinära forskning	54
5.4	Långsiktig kompetensförsörjning	55
5.5	Regionövergripande slutsatser för Dalarna	55

BILAGA 1 ENKÄTFRÅGOR

1. INLEDANDE KAPITEL

I denna rapport redovisas resultatet av en uppföljande mätning och värdering av processutvecklingen i ett antal klusterinitiativ i Dalarna. 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 inom respektive klusterinitiativ.

Rapporten utgör i år 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 som värderingen genomförs.

Utgångspunkt i värderingen är, liksom tidigare, hur initiativen bidrar till Dalarnas tillväxt i befintliga och nya företag, industrinära forskning samt till utveckling av utbildning. Initiativtagare av och finansiärer till detta arbete är regionförbunden i Värmland, Dalarna och Gävleborg i samarbete med VINNOVA och Tillväxtverket.

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 med såväl processledarna för de olika klusterinitiativen som med akademien, samt på enkäter till de företag som medverkar. I alla tre län finns ett antal klusterinitiativ inom såväl mer traditionell industri (papper och massa, samt stål och verkstad) som nyare branscher (ICT och upplevelseindustri). 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	Radiomätcentrum
	High Voltage Valley	Interactive TV Arena

Kärnan i starka konkurrenskraftiga kluster är näringslivet. Framgångsrika klusterinitiativ bör därför möta företagens behov och efterfråga, vilket är en verksamhet som också bygger på företagens medverkan. Hur företagen upplever vad medverkan i klusterinitiativet bidrar till är därför en viktig del av processvärderingen. Företagsenkäten ligger till grund för denna del av värderingen.

1.1 Sammanfattning

Dalarna har fem klusterinitiativ som alla befinner sig i relativt tidiga faser av sin utveckling. Destination Dalarna har under tidig vår genomfört en visionsdag som samlade stora delar av representanter från besöksnäringen, och man försöker nu att formulera hur man skall jobba långsiktigt. Dala BIT som också är relativt ungt har tagit sina avsteg ifrån en behovskartläggning inom bygg- och träindustribranschen som färdigställdes hösten 2007. High Voltage Valley etablerades 2005 och har fram till årsskiftet fokuserat på forskning, vilket framöver kommer att kompletteras med en tydligare näringslivskoppling - något som rekrytering av en ny klusterledare manifesterar. Ahead är ett klusterinitiativ som initierades 2006-2007 och som till stor del arbetar med att skapa nätverk bland sina aktörer. Av de studerade initiativen är det Triple Steelix som har varit verksamt under längst tid, då man etablerades så tidigt som 2004.

Trots olikheterna är företagens motiv för medverkan i klusterinitiativet relativt lika. Företagen önskar såväl nya som utökade samarbeten med andra företag, samtidigt som möjlighet till nya affärer anges som ett annat viktigt motiv. Detta stämmer relativt väl överens med vad företagen tycker sig få ut av att medverka i respektive initiativ.

Processledarrollen framstår i undersökningen som central, i synnerhet då de flesta klusterinitiativ befinner sig i en relativt tidig fas, där både organisation och verksamhet är under utveckling eller vidareutveckling. I intervjuerna med processledarna framkommer att de möter samma typ av utmaningar avseende finansiering och organisationsfrågor, trots att de verkar i olika branscher. Processledarna har också viktiga roller i att visa på resultat av samarbetet inom klustret och att upprätthålla ett långsiktigt engagemang hos medlemmarna. Många processledare uttrycker ett värde i erfarenhetsutbyte med andra processledare kring förutsättningarna för processutvecklingen i klusterinitiativen, liksom metoder för horisontella aspekter såsom jämställdhet, integration och miljö.

Vad avser kunskaps- och kompetensutveckling anser företagen, främst från Destination Dalarna och Triple Steelix, att initiativet har god förmåga att bidra till FoU och utbildningsrelaterade områden. Konkreta tillväxteffekter av medverkan i klusterinitiativet ser företagen främst i ökad försäljning och lägre kostnader. I enkäten ställs också frågor kring hur klusterinitiativen bidrar till att på lång sikt förstärka konkurrenskraft. Företagen tror främst att detta sker genom förbättrade eller nya produkter och tjänster.

Av enkäten framgår vidare att klusterinitiativen i mycket liten utsträckning bidrar till företagets hållbarhetsarbete avseende miljö, jämställdhet och integration. Det som avviker är att 42 procent av företagen i Dala BIT anser att klusterinitiativet bidrar till ökat miljömedvetande. Då flera av klusterinitiativen bedriver arbete inom hållbarhetsområde, huvudsakligen jämställdhet, är det intressant att på sikt följa utvecklingen av detta resultat.

Även offentliga aktörer anses vara betydelsefulla för utvecklingen av klusterinitiativen. Lokala och regionala offentliga aktörer har en viktig roll att fylla både som finansiär, stöd, bollplank, marknadsförare, kontaktskapare samt tillhandahållare av mötesplatser och utvecklingsmiljöer. En annan viktig roll är att skapa en attraktiv region vilket är av betydelse för kompetens- och arbetskraftsförsörjningen.

Rapportens tematiska inlag behandlar kopplingen mellan akademi och klusterinitiativ, samt vilka avtryck samverkan med initiativen har gett inom akademien. Högskolan Dalarna använder inte klusterinitiativen strategiskt idag, dvs. som viktiga samarbetspartners med kontakter på ledningsnivå. Däremot har samtliga klusterinitiativ kontakt med högskolan och genomför någon typ av samverkansaktivitet tillsammans. Det klusterinitiativ som har starkast anknytning till Högskolan Dalarna är Triple Steelix, där det finns samarbeten på en övergripande nivå mellan initiativet och högskolan centralt. I syfte att bidra till starkare koppling till näringslivet föreslås bland annat upprättande av tydliga och väl spridda mål för vad högskoleledningen vill att man ska uppnå med samverkan. Det största problemet som tas upp av respondenterna är finansiering av samverkan.

I denna rapport ställs en ny fråga, baserad på Tillväxtverkets (tidigare Nutek) rapport "Företagens villkor och verklighet 2008", om viljan att växa om det fanns möjlighet. Samma fråga har Tillväxtverket ställt till 7 581 små och medelstora företag i Dalarna. Det finns en väsentlig skillnad i viljan att växa mellan klusterinitiativen och Dalarnas näringsliv totalt sett.

1.2 Uppdraget

Årets mätning som omfattar regionerna Värmland, Dalarna och Gävleborg sker inom ramen för projektet "SLIM II"¹. 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 samt att för regionerna identifiera 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 och beskriver utvecklingen under 2008. Den tidigare rapporten från 2007 utgör underlag för beskrivningar av förändringar i denna rapport.

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

1.3 Utgångspunkter

En viktig utgångspunkt för värderingen och för läsning av denna rapport är att de olika klusterinitiativen 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. Vi har valt att kalla de olika formerna för kluster eller klusterinitiativ.

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 att det finns olika behov för utveckling och samverkan för utveckling i olika sektorer, men också 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 pågår ett stort antal aktiviteter i såväl de olika initiativen som i "innovationssystemet" Dalarna. Denna rapport ger en bild av nuläget för 2008, en situation som också jämförs med 2007 utifrån den data som värderingen baserats på. För området industrinära forskning beskrivs exempelvis 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

Detta avsnitt redogör för rapportens metodologiska utgångspunkter och Ramböll Management redovisar 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 Dalarna. Värderingen görs alltså inte av de enskilda kluster/branscher/sektorer som initiativen verkar inom.

Syftet med värderingen är att tydliggöra vad 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, eller inte genererar, effekter samt om detta är i linje med vad som bör åstadkommas för ökad konkurrenskraft.

Värderingen ska som tidigare nämnts lyfta resultaten och effekterna på en systemnivå, eller en Dalanivå, 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 följande 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 ovan beskrivna metoder har strukturerats utifrån teori kring kluster och processutveckling, samt utifrån de fyra indikatorerna som uppdragsgivaren har specificerat. Dessa indikatorer är; 1) tillväxt i befintliga företag, 2) ökat nyföretagande, 3) ökad industrinära forskning och 4) långsiktig kompetensförsörjning.

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

Då värderingen huvudsakligen syftar till att analysera resultat och effekter från processutvecklingen av nätverk/kluster/innovationssystem, inhämtas data i huvudsak från företag som aktivt ingår i klusterinitiativen. Genom en webbenkät fångas företagens synpunkter upp i värderingen.

Intervjuer har också genomförts med tre personer från Högskolan Dalarna. Detta för att komplettera datainsamlingen kring årets fördjupningstema i värderingen - kopplingen mellan klusterinitiativen och akademien. De tre företrädarna från högskolan arbetar som samverkansansvarig, lärare samt forskare, och samtliga är arbetar aktivt med samverkan.

Genomförande av företagsenkät

Då företagen utgör navet i ett klusterinitiativ och är de som i huvudsak ska uppleva och åstadkomma förväntade effekter och resultat, är deras perspektiv viktigt att inkludera i värderingen. Mycket av den data som värderingen utgår ifrån bygger på information samlad genom en e-enkät som företagen fått besvara. Informationen beskrivs i värderingen per kluster och utvärderingens slutsatser stödjer sig på företagets bedömningar. På grund av att analysen är deskriptiv redogörs inte för kausalitet mellan initiativ och resultat/effekter statistiskt.

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

Syftet är även att resultaten i årets värdering ska jämföras med tidigare års värderingar 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 det i vissa fall har funnits behov av att förtydliga frågor. 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 har 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 varit tillgänglig.

Företagsenkäten skickades ut som en webbenkät till totalt 231 företag, varav 32 inom Destination Dalarna, inom Triple Steelix och inom Dala BIT. Av de totalt 213 företagen som erhöll enkäten² svarade 99 företag, vilket ger en svarsfrekvens på 46 procent.

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	Antalet utskickade enkäter	Antalet mottagna enkäter	Antalet besvarade enkäter	Svarsfrekvens (%)
Destination Dalarna	108	100	45	45
Triple Steelix	100	92	36	39
Dala BIT	23	21	18	86
Totalt	231	213	99	46

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 påminde 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.

² Enkäten skickades ut till 231 företag. I fem fall skickades enkäten tillbaka pga. fel emailadressen, även efter korrigerings genom processledare.

Att tänka på vid läsning av diagram och tabeller som presenteras utifrån företagsenkäten är att samtliga "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 dock orsakat svårigheter i att redogöra för antalet respondenter vid vissa tabeller och diagram pga. att 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

Efter inledningen beskrivs Dalarnas olika klusterinitiativ kortfattat i kapitel 2. I kapitel 3 presenteras årets fördjupningstema som analyserar akademins koppling till klusterinitiativen. I kapitel 4 beskrivs företagsenkätens resultat för klusterinitiativen. Kapitlet avslutas med slutsatser. I kapitel 5 analyseras samtliga initiativ utifrån ett helhetsperspektiv för regionen. Här aggregeras utvärderingens resultat för de fyra indikatorerna som uppdragsgivarna har specificerat. Rapporten avslutas med två bilagor kring metodredovisning, samt med ett tabellverk med data från företagsenkäten.

2. DALARNAS OLIKA KLUSTERINITIATIV

2.1 Destination Dalarna

Region Dalarna är initiativtagare till klusterinitiativet Destination Dalarna. Behovet av att bilda ett kluster för branschen anses ligga i att besöksnäringen, som har en lång tradition i området, nu måste anpassas efter nya mönster och behov i samhället. När människan ändrar sitt rese-mönster och då miljöfrågan blivit en sådan avgörande del för branschen, måste branschen utvecklas för att konkurrenskraften ska kunna stärkas. I syfte att följa med utvecklingen i samhället gick därför många diversifierade aktörer i Dalarna samman och skapade ett kluster.

Basen består av de cirka 1000 företag som bär upp besöksnäringen i Dalarna, men nätverket är större än så eftersom det även samlar företag, utbildningssamordnare och övrigt samhälle i arbetet. Målet är att det fördjupade samarbetet ska leda till en utvecklad besöksnäring som står rustad både för yttre och inre konkurrens. Den bakomliggande tanken kan liknas vid länkar i en kedja där branschen i sin helhet stärks då det enskilda företaget stärks. Yttre konkurrens innebär därför att besöksnäringen i Dalarna påverkas av motsvarande bransch och aktiviteter i andra regioner och länder, medan inre konkurrens syftar till rivaliteten mellan enskilda företag.

Klustret arbetar med verksamheterna; 1) marknadsföring, försäljning och statistik, 2) integrering av utvecklings- och forskningsprojekt, samt 3) kompetensförsörjning och kompetensutveckling. Det första området fokuserar på att stärka såväl varumärket som samarbetet med liknande kluster i övriga Sverige. De övriga rör områden så som utvecklad infrastruktur, gemensamma IT-projekt och event. Fokus ligger också på utbildning och samverkan med Högskolan i Dalarna för att bättre rusta medarbetarna och stärka kompetensen inom bland annat affärsutveckling. Huvudsyftet med dessa verksamheter är att samtliga företag ska bli tio procent bättre inom områdena; omsättning, kvalitet och sysselsättning.

2.2 Triple Steelix

Bergslagen består sedan en lång tid tillbaka av många små och medelstora verkstads- och stålindustrier, som tillsammans utgör flera nätverk som bildar ett klusterinitiativ. År 2004 fick initiativet stöd att uppnå målsättningen att skapa tillväxt i såväl branschen som regionen. VINNOVA har beviljat klustret 60 miljoner kronor under en 10-års period för att stödja arbetet. Stödet från VINNOVA motfinansieras med mer än dubbelt så mycket från regionala aktörer. Dessutom finns en omfattande finansiering från EU:s strukturfonder. Klustret består idag av cirka 700 företag.

Ytterst syftar arbetet till att verka för ökad tillväxt och attraktivitet i regionen, det vill säga själva grundidén hos kluster som begrepp. Arbetet handlar också om att utveckla både befintliga och nya arbetsmetoder, utbyta idéer samt att använda nya stålsorter. Arbetet sker därför enligt IUC Processens metod där behoven hos företagen är styrande för val av insats. Grundsatsen för klusterarbetet ligger i teorin kring "Triple Helix" som i sin tur är inspirerat av DNA-spiralen - likt DNA är innovationssystemet uppbyggt kring samverkan mellan olika aktörer så som myndigheter, företag och högskolor. I tillväxtdebatten finns det nämligen en förankrad tro på att det är just *samverkan* mellan dessa tre grupper som ligger bakom tillväxt eftersom samtliga delar av samhället då tas tillvara. En följd av detta är att alla slags samarbeten inom de cirka 700 små och medelstora stålföretagen är av betydelse, vilket gäller både informell och formell samverkan. Företagen arbetar alltså tillsammans mot ett gemensamt mål, samtidigt som samverkan ska bidra till att stärka den egna konkurrenskraften. Spindeln i nätet utgörs av Triple Steelix som ansvarar för kontakter, kompetensutveckling och erfarenhetsutbyte för att i slutändan generera nya företag och/eller utveckla redan befintliga. Det geografiska området som Triple Steelix verkar inom är relativt stort och är av den anledningen indelat i tre regioner;

- | | |
|-----------------|---|
| (1) Region ost | Hofors, Gävle, Sandviken |
| (2) Region syd | Fagersta, Norberg, Avesta, Smedjebacken, Hedemora |
| (3) Region nord | Borlänge, Falun, Vansbro, Mora |

2.3 Dala BIT

Klusterinitiativet Dala BIT är inriktat på regionens bygg- och träindustriföretag. Klusterinitiativet verkar för att genom ett fördjupat och utökat samarbete mellan medlemsföretag, stärka möjligheten till marknadsföring och produktinformation. Det handlar om att ta tillvara på den kompe-

tens som redan idag finns inom regionens bygg- och träindustriföretag, samt att skapa och/eller bevara kontakter med andra aktörer som är av betydelse för verksamheten på olika sätt. Detta innebär inte enbart kontakt med liknande företag, utan också om att förenkla den kontakt som företagen har med olika myndigheter, högskolor/universitet och det övriga samhället.

Klustret grundas liksom Triple Steelix på IUC Processens teori, där arbete i nätverket utgår från företagens egna behov och förutsättningar. Processen delas också in i fyra faser;

- *Identifieringsfasen* då företagskontakter knyts och behoven kartläggs
- *Initieringsfasen* då själva projektet organiseras
- *Utföringsfasen* då projektet genomförs
- *Utvärderingsfasen* då resultaten följs upp

Vissa företag behöver exempelvis hjälp med att etablera kontakter, medan andra har ett behov av att stärka sin kompetens. Behoven kan troligtvis aldrig vara desamma för samtliga, även om de verkar inom samma område. Kanske är det inte heller menat att vara så eftersom det handlar om konkurrenskraft. Det är tänkt att samverkan kring ovanstående fyra områden ska leda till tillväxt för såväl enskilda företag som branschen som helhet. Samverkan är dock på intet sätt tänkt som ett hinder för konkurrens företagen sinsemellan, utan mer som ett verktyg där alla vet att det blir bättre för företag A om de utbyter erfarenhet med företag B och vice versa.

2.4 Ahead

Ahead är ett klusterinitiativ för företag och verksamhet inom media och kommunikation. Initiativet har sin grund i Falu kommuns Tillväxtprogram som antogs 2005 och där ett av profilmrådena var media. Ahead samarbetar med flera aktörer inom olika bransch- och kompetensområden i syfte att skapa ett starkt kompetenskluster för utveckling av kommunikationstjänster. Målet är att skapa en mötesarena där man specifikt tillvaratar olika kulturer och synsätt för att utveckla en plattform för kreativitet, utveckling och nya affärer.

Klusterinitiativet Ahead arbetar med medierelaterad information och har målsättningen att "2012... vara den främsta tillväxtregionen i Sverige, inom medierelaterad kommunikation med särskilt fokus på digitala och interaktiva tjänster". Arbetet inom klusterinitiativet är en fortsättning på EU-projektet *Visuell Kommunikation* som var verksamt till och med våren 2007 och som bland annat resulterade i att cirka 20 nya företag startades. Inom Ahead möts näringsliv, högskola och övriga aktörer i samhället för att tillsammans verka för tillväxt i regionen. Kontakter knyts och aktörerna lär av varandra samtidigt som de fördjupar sitt FoU-arbete.

Att klustret finns i just Dalarna beror på att Högskolan i Dalarna har några av de internationellt sett mest utvecklade kompetenserna för forskning inom exempelvis visuell kultur och utbildningar inom spelutveckling. Branschen är till sin natur i ständig förändring och det är viktigt att vara först på plats med det senaste. Ahead arbetar exempelvis med följande verksamheter som i sin tur är knutna till övergripande områden som forskning, marknadsföring och infrastruktur;

- Dataspelsutveckling och serious games
- Film- och tv produktion
- Marknadskommunikation och PR
- Mobila tjänster
- Grafisk produktion

Arbetsmetoden går ut på att utgå från den kunskap som redan finns och inom ramen för detta utveckla de områden som är av intresse för att öka konkurrenskraften. Tanken är att tekniken också ska kunna tillämpas inom hälso- och sjukvård samt undervisning. Inom vart och ett av ovanstående områden finns det klart uttalade målsättningar med mätbara indikatorer för uppföljning.

2.5 High Voltage Valley

I Dalarna finns även världsledande kunskaper inom elkraftteknik. I syfte att ta tillvara på samt utveckla denna kompetens samarbetar näringsliv, högskola och offentliga aktörer inom regionen för att nå långsiktig tillväxt i ett kluster som kallas för High Voltage Valley. Finansieringen kommer från kommuner, Region Dalarna samt Europeiska regionala utvecklingsfonden (mellan 2006-

2008 fick de även finansiering från regeringen). Nätverket är ett regionalt kluster som ingår i *Samarknad2015*. Klustret bildades 2005 på initiativ av just Samarknad2015, men andra initiativtagare var storföretag som ABB och teknikuniversitetet Chalmers och KTH i Stockholm samt Uppsala Universitet. Inom följande områden anses klusterinitiativet besitta särskilt stark kompetens;

- Elkraftteknik
- Elgenerering
- Transport och distribution

Verksamheten i klusterinitiativet ska säkerställa att innovationer och lärande flödar mellan företag och akademi i syfte att öka regionens konkurrenskraft och attraktionskraft, både vad gäller FoU-satsningar och inflyttning. Målet är högt satt och hitintills har High Voltage Valley i samarbete med nämnda universitet bland annat etablerat en forskarskola inom högspänningsteknik där forskare och doktorander från hela världen nu arbetar tillsammans.

3. TEMA AKADEMI – DALARNA

Årets fördjupningstema är kopplingen mellan akademi och klusterinitiativ, samt vilka avtryck samverkan mellan de två har gett inom akademien. Data för denna del av rapporten kommer från följande tre källor;

1. Frågeställningar i den enkät som gått ut till medlemsföretag i följande klusterinitiativ;
 - Destination Dalarna
 - Triple Steelix
 - Dala Bit
2. Frågeställningar i de intervjuer som genomförts med processledare från ovan nämnda klusterinitiativ.
3. Intervjuer med tre representanter från Högskolan Dalarna;
 - a. Samverkansansvarig, chefen för Dalacampus
 - b. Två forskare/lärare som arbetar med samverkan

I intervjuerna har det stundtals inte varit möjligt att skilja på resonemang som gäller högskolans samverkan med näringslivet i allmänhet, från samverkan med medlemsföretag i klusterinitiativen.

3.1 Samverkan mellan Högskolan Dalarna och näringslivet

Högskolan Dalarna har en uttalad satsning på samverkan. Samtliga respondenter ser dock behov av att utveckla samverkansarbetet mellan högskolan och det regionala näringslivet.

Incitament till samverkan

Respondenterna upplever ett intresse för samverkan från högskolans ledning och styrelse. Ett tecken på detta är att chefen för samverkansenheten, Dalacampus, sitter i högskolans ledning. Däremot finns få direkta incitament för samverkan utöver att tillämpade ämnen förutsätter kontakt med näringslivet för att utvecklas och fortsätta vara relevanta, samt att näringslivskontakter under grundutbildning attraherar studenter. Däremot tas flera problem kring samverkan upp. I huvudsak nämns brist på finansiering och resurser för samverkan, samt det faktum att samverkan inte är akademiskt meriterande. Detta leder till att många relevanta uppslag för samarbeten inte kan genomföras, samt att mycket tid och kraft går åt till att hitta finansiering för samverkan.

Ämnesområden för samverkan

De övergripande områden som är mest aktiva inom samverkan beskrivs som teknik – särskilt byggteknik och materialvetenskap - och ekonomi. Inom dessa områden antas flest kontakter finnas mellan materialvetenskap och industrin. Byggutbildningarna arbetar också aktivt med kontakt med det regionala näringslivet.

Högskolans forskningsstrategi nämner inte särskilt samverkan med vare sig näringsliv eller de klusterinitiativ som finns. Däremot är vissa av högskolans prioriterade forskningsområden riktade mot klusterinitiativens områden, så som kunskapsintensiva material. Intresset för samverkan är tydligare i utbildningsstrategiska frågor där kontakt och partnerskap med arbetslivet är en röd tråd. Här är också ett regionalt perspektiv tydligt, vilket bland annat uttrycks på detta vis i högskolans strategi: "Ett centralt verksamhetsmål för Högskolan är att via ett starkt partnerskap med regionens arbetsliv skapa beständiga system för att engagera en allt större del av befolkningen i återkommande högre utbildning."

Samverkan mellan Högskolan Dalarna och små och medelstora företag

De senaste åren har exemplen på samverkan mellan Högskolan Dalarna och små och medelstora företag (SMF) ökat, men fortfarande sker merparten av högskolans samverkan med större företag. Högskolan Dalarnas ledning uttrycker generellt ett stöd för samverkan med näringsliv, men det uttrycks inget specifikt stöd för att rikta samverkan mot just SMF. Respondenterna beskriver de mindre företagen som svårast att nå, särskilt då de ofta har mindre resurser till att arbeta med samverkan samt svårigheter att klara krav på motfinansiering. Respondenter från akademien ser dock småföretagen som särskilt intressanta samarbetspartners av följande anledningar;

- Dalarnas näringslivsstruktur med många små företag
- Små företag har ibland andra behov och lösningar vilka är intressanta att studera
- Små företag har idag lägre medvetenhet om att högskolan finns som en resurs även för dem

Enskilda personer eller strukturer som upprätthåller samverkan

Enligt respondenterna är det både enskilda personer och strukturer som upprätthåller samverkan. Inom forskning bygger samverkan mer på eldsjälar och forskningsintressen, medan det inom vissa ämnesområden finns strukturerade samarbeten kring utbildning. En förutsättning för detta har varit aktiva branschorganisationer. För högskolan som helhet uppges mycket av samverkan bygga på personligt engagemang och personliga kontakter, även om Dalacampus arbetar med att stärka strukturer och rutiner kring samverkan samt med att skapa utrymme för engagerade personer att arbeta aktivt med samverkan.

Kontaktskapande mellan Högskolan Dalarna och det regionala näringslivet

Högskolan Dalarna arbetar med kontaktskapande mellan högskolan och det regionala näringslivet på flera sätt. Mycket sker dock i projektform även om arbete pågår för att hitta ett strukturerat och löpande arbetssätt för kontaktskapande.

Högskolan Dalarna har inte någon särskild strukturerad kontakt med klusterinitiativen i regionen, även om samtliga klusterinitiativ har någon kontakt med akademien. Ett undantag är kontakterna mellan högskolan, Triple Steelix och Dalacampus Näringsliv som är väl utarbetade på strategisk klusternivå. High Voltage Valley har också väl etablerade kontakter med Dalacampus Näringsliv. Utöver detta finns det mer informella och oregelbundna kontaktvägar mellan högskolan och medlemsföretag i klusterinitiativen. Det är värt att notera att respondenterna inte spontant nämner klusterinitiativen, förutom Triple Steelix, som en viktig väg in till företaget.

Dalacampus Näringsliv drev under åren 2005-2007 det EU-finansierade projektet V-dala som fokuserade på uppsökande verksamhet. Detta genererade både kontakter och arbetssätt som fortfarande används på högskolan. Projektets idé var att bygga upp ett systematiskt sätt att hitta företag som skulle kunna ha nytta av högskolan. Arbetssättet bygger på så kallade lotsar som högskolan fortfarande försöker jobba med. Det finns utvecklingslotsar ute i kommunerna med god kännedom om näringslivet i regionen och om vad högskolan har att erbjuda. Det finns även högskolelotsar med bred insyn i såväl högskolans verksamhet som möjligheterna till relevant samverkan. Dessa kontakter och arbetssätt har överlevt i olika former inom högskolan.

Sedan ett halvår finns även Innovent, ett stort projekt om 40 miljoner kronor på två år och som just förlängts med ett tredje år. Dalacampus deltar som utförare i detta projekt där man arbetar tillsammans med Teknikdalens inkubator i syfte att plocka ut goda idéer med företag – något som hittills har lett till samarbete med omkring 50 företag.

Inom ett flertal utbildningar finns etablerade utbyten mellan högskola och regionalt näringsliv, så som skarpa studentprojekt, praktik och examensarbeten. Dessa bygger enligt respondenterna mycket på lärarna och forskarnas personliga kontakter.

Högskolan får också direktförfrågningar om eventuella utvecklingsprojekt, utredningsarbeten etc. – något som sker via personliga kontakter, men också då företag vänder sig till högskolan centralt och sedan slussas till relevanta personer. Branschorganisationer organiserar också träffar med personer från högskolan i syfte att möjliggöra samarbeten i olika former.

Högskolans roll på en regional arena

Högskolan Dalarna bedöms ha en stor betydelse i regionen, främst för kompetensförsörjning genom både grundutbildning och uppdragsutbildningar. En högskola i regionen antas leda till att fler väljer att läsa vidare, samt underlätta för kompetensutveckling för dem som redan arbetar. En stor andel av högskolans studenter stannar också i regionen efter avslutade studier, och av dem som flyttar återvänder många på sikt. Utöver kompetensförsörjning kan samarbete mellan högskolans forskare och regionens företag underlätta överföring av ny kunskap och teknik, samt tillhandahålla kvalificerad problemlösning och utveckling. Genom att högskolan ligger i ett näringslivscentrum finns det också goda möjligheter till samverkan med näringslivet.

Högskolan ska vara med och reagera på de förändringar som sker i samhället – både regionala och på en vidare arena - som exempelvis strukturomvandling i samhället, förändringar i branscher, ny teknik och nya problemområden, inte minst inom miljö. Högskolan Dalarna samarbetar med Region Dalarna för att utveckla Dalastrategin som syftar till att försäkra att högskolan och andra aktörer i regionen drar åt samma håll för regionens utveckling.

3.2 Samverkan mellan Högskolan Dalarna och de regionala klusterinitiativen

Sammantaget uttrycker inte respondenterna från högskolan att det finns ett nära eller strategiskt samarbete mellan de regionala klusterinitiativen och Högskolan Dalarna, utom för Triple Steelix där högskolan finns representerad i styrelsen. Däremot finns samarbeten i projekt eller utbildningar mellan samtliga klusterinitiativ och forskare samt lärare på högskolan. Man kan notera att respondenterna från Högskolan Dalarna inte identifierar "kluster" nödvändigtvis som de regionala klusterinitiativen, utan ger även andra exempel så som "byggindustrin".

För de klusterinitiativ vars medlemmar har fått svara på företagsenkäten, uppger omkring tre fjärdedelar av respondenterna från både Destination Dalarna och Triple Steelix att de i någon mån samverkar med högskola eller universitet. För Dala BIT uppger hälften (8 av 16) att de deltar i samverkan.

Tabell 2: Företagens samverkan idag

	Destination Dalarna	Triple Steelix	Dala BIT
Samarbetar med akademien idag	25 av 35 (71 %)	27 av 35 (77 %)	8 av 16 (50 %)

Nedan sammanfattas hur klusterinitiativens processledare beskriver samverkan med akademien i de intervjuer som genomförts³:

Destination Dalarna

Initiativet samverkar på flera sätt med Högskolan Dalarna, exempelvis genom att högskolan deltar i olika projekt och samverkansaktiviteter med medlemsföretagen. Destination Dalarna driver också ett pilotprojekt via VINNOVA kring destinationsutveckling i samverkan med Högskolan Dalarna, bland annat med Magnus Bolin, professor i turism och Jörgen Elbe, lektor i företagsekonomi.

Triple Steelix

Initiativet samarbetar i olika former med Högskolan Dalarna, Högskolan i Gävle, Mälardalens högskola, Ångströms laboratorium på Uppsala universitet, IFS i Göteborg samt med Ohio University. På Högskolan Dalarna sker samverkan främst kring materialapplikation och arbetsliv. Idag genomförs åtta examensarbeten från högskolan på företagen.

Dala BIT

Dala BIT har under 2008 börjat inlett ett arbete om utveckling av samverkan med Högskolan Dalarna. Byggbranschen har redan ett utvecklat samarbete med Högskolan Dalarna som kan användas. Genom detta samarbete lotsas studenter till företagsfaddrar och hjälper till med praktikplatser. I dagsläget finns omkring 40 studenter kopplade till byggföretag. Liknande arbetssätt ska utvecklas med träindustrin där målet är att få ut 20 studenter under 2009. Dala BIT:s processledare kommer också att vara placerad på högskolan. Processledaren beskriver samverkan med Högskolan Dalarna som viktig för såväl företagets förmåga att forma och knyta kompetens och arbetskraft till sig, som branschens attraktionskraft.

Ahead

Processledaren menar att det finns brister i samarbetet mellan de olika fakulteterna och utbildningarna inom Högskolan Dalarna. Han uppger att det idag inte finns former för att samverka inom högskolan, vilket är särskilt utmärkande inom media och kommunikation. Ahead arbetar med att få till stånd ett EU-projekt där högskolan är tänkt att vara projektledare. Syftet med pro-

³ Som nämns ovan har Boom Towns processledare avböjt intervju

jektet är att öka samverkan mellan olika parter och aktörer med inriktning mot audiovisuella medier.

High Voltage Valley

På Högskolan Dalarna samarbetar High Voltage Valley med Dalacampus Näringsliv och med Per Carlsson, lektor i materialvetenskap. Per Carlsson har god förmåga att ta in projekt till sina studenter och han har förståelse samt kunskap om hur akademien kan samarbeta med företagare. High Voltage Valley har samarbetsavtal skrivna med KTH, Chalmers samt med Uppsala Universitet, och de planerar även inleda samarbeten med internationella universitet.

Exempel på konkreta samverkansaktiviteter med klusterinitiativen

Rent konkret sker samverkan mellan Högskolan Dalarna och klusterinitiativen på en mängd olika sätt. Följande exempel ges av respondenterna från högskolan;

- Grupparbete, skarpa projekt, examensarbete och studentpraktik inom ett flertal utbildningar
- Forskning och doktorander för Triple Steelix
- Projekt som utförs av högskolan och Triple Steelix
- Tester och andra uppdrag för Triple Steelix
- En anställd som arbetar med uppsökande verksamhet - till hälften anställd av Triple Steelix och till hälften av högskolan
- Mentorprogram inom maskiningenjörprogrammet
- Utbildning och forskning inom turism
- Utbildningar i samarbete med byggbranschen - byggingenjörer
- Ljusproduktionsutbildning knutet till BoomTown⁴
- Utbildningar i ljus, ljud, mediekommunikation samt ingenjörutbildning i grafisk design som är särskilt relevanta för företag i Ahead
- Mindre projektarbeten för företag
- Kortare produktutvecklingsprojekt på 1-2 år, behovsmotiverad forskning
- Studentprojekt på företag inom exempelvis materialteknik

Samverkan med andra lärosäten i samband med klusterinitiativen

I samband med klusterinitiativen samverkar Högskolan Dalarna med Högskolan i Gävle inom ramen för Triple Steelix. På materialsidan inom stålbranschen finns också en forskarskola med tio doktorander i ett samarbete med KTH. (KTH har examensrätt). Högskolan har också samarbetat med Chalmers kring konceptet lean inom ramen för Triple Steelix.

3.3 Efterfrågar företagen i klusterinitiativen samverkan?

Enligt respondenterna från Högskolan Dalarna efterfrågar företagen i klusterinitiativen samverkan med akademien, även om efterfrågan skiljer sig mellan branscher och företagstyper. Det som främst efterfrågas är kontakt med studenter i utbildning. Företag vill idag vara mer aktiva i syfte att rekrytera de bästa studenterna. Många företag i regionen har svårigheter att rekrytera nationellt och dessutom vill man rekrytera personer som stannar i regionen på lång sikt. Detta kommer att vara av särskild betydelse framöver då kompetensbrist på arbetsmarknaden väntas i och med stora pensionsavgångar i regionen. Det som företagen främst efterfrågar från studenter är extraarbete, hjälp med utvecklingsfrågor genom examensarbeten, tillgång till testutrustning eller annan avancerad utrustning, liksom hjälp med verifiering.

En respondent understryker att det finns många företag som inte känner till att man kan vända sig till högskolan med sin efterfråga. Det är därför viktigt att högskola och företag, särskilt de mindre, sammanträder för att diskutera företagets behov.

För de klusterinitiativ som har svarat på företagsenkäten finns en önskan bland företag att såväl fördjupa samt utöka samverkan mellan företag och akademi. Detta indikerar att företagen i dessa initiativ har en positiv bild av vad högskolan kan bidra med.

⁴ BoomTown är ytterligare ett klusterinitiativ/företagsnätverk som finns i regionen men som inte är del av mätningen inom denna rapport.

Tabell 3: Företagens efterfrågan av samverkan i framtiden

	Destination Dalarna	Triple Steelix	Dala BIT
Samarbetar med akademien idag	25 av 35 71 %	27 av 35 77 %	8 av 16 50 %
Vill samarbeta med akademien i framtiden	31 av 33 94 %	33 av 35 94 %	10 av 14 71 %

Destination Dalarna

Flertalet företag som samverkar gör det idag i liten utsträckning (16 av 35), medan en handfull företag gör det i viss eller stor utsträckning. (6 respektive 3 av 35). Företagen strävar dock efter att fördjupa och utöka denna samverkan. 12 av 33 företag uppger att de vill samverka i stor utsträckning, medan fem av 33 företag vill göra det i mycket stor utsträckning.

Triple Steelix

Av de 27 företag som idag samverkar med högskola eller universitet, samverkar flertalet i liten eller viss utsträckning (15 respektive 11 företag). Endast ett företag uppger att de samverkar i stor utsträckning. Företagen uppger dock att de önskar samverka i större utsträckning. 14 företag önskar samverka i viss utsträckning och 11 stycken i stor utsträckning.

Dala BIT

Av de åtta företag som idag samverkar med högskola eller universitet, samverkar fyra av dessa i viss utsträckning och de resterande fyra i liten utsträckning. Företagen samverkar alltså varken i stor eller mycket stor utsträckning. När företagen tillfrågas om vad som vore önskvärt uppger fem av dem att de vill samverka i viss utsträckning, medan ett respektive två företag uppger att de vill samverka i stor eller mycket stor utsträckning.

Företagsenkäten redogör även för vilken typ av samverkan med akademien som efterfrågas. Det finns flera områden där många medlemsföretag som svarat på enkäten efterfrågar flera olika typer av samarbeten med akademien. Inom Dala BIT är det bara två samsamarbetsområden som är intressanta för en majoritet av företagen. Den typ av samarbeten företagen framförallt⁵ efterfrågar är;

Tabell 4: Företagens efterfrågan av samverkan med akademien

	Destination Dalarna	Triple Steelix	Dala BIT
Studentutbyte, t.ex. praktik, uppsatser	X	X	
Kompetensutveckling av egen personal	X	X	X
Uppdragsutbildning i samarbete med uni- versitet/högskola för egen personal		X	
Rekrytering av ny personal		X	
Utveckla nya produk- ter och tjänster	X	X	X
Delta i forsknings- projekt		X	
Samarbete med en- skilda forskare			

⁵ 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.

3.4 Ger samverkan företagen högre konkurrenskraft?

Samtliga tre respondenter anser att samverkan med Högskolan Dalarna hjälper företagen att bli mer konkurrenskraftiga, även om det handlar om långa och komplexa processer. Detta sker på följande sätt;

- Hjälp med utveckling av produkter och processer
- Hjälp med ökad förståelse för de processer som används, vilket kan leda till process- eller produktutveckling
- Generellt ökad kunskapsöverföring genom mindre projekt och insatser samt kontakt med studenter

Respondenterna ser tecken på att företag som samverkar med högskola gynnas av tillväxt och innovation i större mån, jämfört med företag som inte samverkar. Tillväxt främjas särskilt då inkubatorsverksamhet inkluderas i ett tidigt skede av samverkansprocessen. Trots att det idag finns få tecken på att samverkan leder till nyföretagande uppger respondenterna att det endast är en tidsfråga innan detta kommer att ske, exempelvis som en följd av studentprojekt inom produktutveckling.

3.5 Ger samverkan med klusterinitiativen högskolan mervärde?

Alla tre respondenter från Högskolan Dalarna ser ett självklart mervärde för högskolan av att samverka med det regionala näringslivet;

- Ökad ömsesidig kunskapsöverföring. Vissa företag ligger längre fram än högskolan inom sina områden. Samverkan lär högskolans forskare om näringslivets processer och deras unika produkter.
- Studenter lockas till högskolan, motiveras under sina studier och examineras med relevanta kunskaper och erfarenheter genom skarpa case från näringslivet.
- Möjlighet att vara med och följa förändringar i branscher, samt samhället i stort.
- För tekniska utbildningar som är föränderliga är samverkan med industrin helt nödvändig för att utvecklas och förbli aktuella.

Respondenterna från Högskolan Dalarna bedömer att högskolan har skapat möjligheter för industrinära FoU inom klusterinitiativens områden. Dessa möjligheter fanns redan innan dess att klusterinitiativen etablerades, men var då begränsade till de stora stålföretagen. Genom att utöka samverkan har man nu öppnat fler möjligheter för SMF.

Respondenterna uppger att följande konkreta resultat har uppnåtts inom Högskolan Dalarna tack vare samverkan med det regionala näringslivet, däribland klusterinitiativen;

- Nya/fler kontakter med SMF, exempelvis genom ökat antal kontaktvägar
- I begränsad utsträckning nya/fler kontakter med lärosäten
- Nya arbetssätt i undervisning på grundutbildning - systematiskt varva teori och praktik med fall från företag läraren haft kontakt med, genom föreläsningar och praktiska övningar, ge studenter en problemställning innan en föreläsning som avslutas med en praktisk lösning, hela utbildningar har gjorts om med fokus på kontakt med näringslivet exempelvis maskinteknik, projektbaserade kurser med projekt på företag, samt fadderföretagsverksamhet
- I vissa fall nya moment i grundutbildning - nya grundutbildningar inom ingenjörsämnen mot byggsektorn
- I viss mån nya uppdragsutbildningar - nya kurser har tagits fram i delvis nya format, som en webbaserad cad-utbildning. Det finns också förfrågningar om uppdragsutbildningar som högskolan inte har kunnat genomföra på grund av begränsade resurser.
- Mer kontakt mellan studenter och företag
- Ökad kompetens inom det egna forskningsområdet: exempelvis ökad kompetens inom sakområdet, men inte inom forskningsmetodologi på samma sätt; bredare kompetens, mer av generalistkompetens, eftersom man i en produktionsprocess på ett företag ser helheten och

man träffar flera företag som verkar inom samma område; samverkan ger verklighetsförankring som är nödvändig inom tillämpade områden som de tekniska;

- Ökad kompetens att samarbeta med SMF - erfarenhet av samverkan med SMF ger bättre förståelse för deras förutsättningar och hur man kan överbrygga de kulturskillnader som finns mellan industri och akademi samt kunskap om hur högskolan kan vara en resurs för de små företagen. Eftersom små företag som regel inte har en FoU-avdelning eller vet mekanismerna bakom varför en process eller något visst material är bra, tvingas forskare och studenter själva utreda det.
- I några fall nya utvecklings- eller forskningsprojekt - exempelvis behovsmotiverad forskning för Triple Steelix som finansieras med medel från dem, initiativ och medel från branschorganisationer.

3.6 Rekommendationer för utveckling av samverkan mellan Högskolan Dalarna och klusterinitiativen

De tre respondenterna från Högskolan Dalarna ger följande rekommendationer för utveckling av samverkan mellan högskolan och klusterinitiativen:

- Upprätta tydliga och väl spridda mål för vad högskoleledningen vill att man ska uppnå med samverkan.
- Det största problemet som nämns är finansiering av samverkan. Idag går mycket tid åt till att söka externa medel för samverkan, från exempelvis regionen, EU och i mindre form från uppdragsutbildningar. Uppskattningsvis 4-5 personer skulle behövas på Dalacampus för att driva ett effektivt och relevant samverkansarbete. Förslag finns på anslag märkta för samverkan. Interna samverkansmedel skulle kunna fördelas på samma sätt som interna forskningsmedel distribueras inom högskolan.
- Större tydlighet från ledningen om hur högskolan ska synas utåt.
- Etablera en gemensam väg in på högskolan för företag - det bör finnas ett strukturerat mottagande för företag som söker kontakt med högskolan centralt. Exempel på hur detta ska göras är följande;
 - En mycket tydlig direktlänk till företagskontakt på Högskolan Dalarnas hemsida. Samverkan skulle kunna uppta cirka en tredjedel av hemsidan för att tydligt visa att det är prioriterat och underlätta kontakt.
 - En person som tar emot förfrågningar och kan fungera som högskolelots - ett arbetssätt som redan har testats.
- Initialt göra ett krafttag för att synas och bygga upp en medvetenhet kring på vilket sätt högskolan är en intressant samverkanspart och resurs för näringslivet.
- Skapa resurser och beredskap för att kunna hantera förfrågningar från företag, branschorganisationer eller klusterinitiativen.
- Mer stöd för att underlätta ansökan om medel, vilket redan finns i viss utsträckning finns idag. Själva kontakterna bedöms skötas bäst inom det egna ämnesområdet.
- Fortsätta med den form av uppsökande verksamhet som lotsarna genomfört. En mellankontakt är nödvändig för att samla information om företag som är intressanta att samverka för att sprida information om vilken resurs högskolan kan vara.

Processledarna från klusterinitiativen ger följande förslag på hur samverkan kan utvecklas;

Destination Dalarna

Utveckla arbetssätt för hur forskningen kan komma besöksföretagen till gagn, vilket gäller både högskolan och klusterinitiativet.

Triple Steelix

Triple Steelix träffar idag aktörer som försöker sammanföra högskolan och näringslivet, vilket är ett bra arbetssätt. Gruppen som kallas "Vinngruppen" initierades av Triple Steelix och sammanträder idag på regelbunden basis.

Dala BIT

Det är viktigt att högskolan syns och förstår företagets behov. Klusterinitiativets roll är framförallt att förmedla önskemål från branschen till högskolan, samt att matcha studenter med företag. Ett ytterligare förslag är att inrätta en tydlig samordningsansvarig på högskolan.

Ahead

Göra tydligt konkreta resultat från högskolan som gynnar företagen. Göra det tydligt vad Dalacampus Näringsliv gör.

High Voltage Valley

Det är viktigt att högskolan förstår företagets behov och agerar snabbt. Vidare understryks vikten av att undvika kulturkrockar: "Det får inte komma en "superakademiker" som kommer ut – personen måste kunna ta en kopp kaffe!"

På den öppna frågan i företagsenkäten "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?" är det framförallt fem områden som efterfrågas:

- De allra flesta företagen tar upp behov av fler fora för kontakter, genom exempelvis;
 - Besök på företaget
 - Föreläsningar och "arbetsmöten"
 - Enkla nätverk eller fora för diskussion för att lära känna varandra
- Många företag tar upp önskemål om fokus på kompetensutveckling i företagen, genom exempelvis;
 - Samordna utbildningar
 - Erfarenhetsutbyte
 - Erbjud utbildning av "försäljningsutbildning"
 - Gemensam datakurs/ritningsprogram
 - Marknadsföring av de utbildningar som finns och de möjligheter dessa utbildningar ger
 - Starta nya utbildningslinjer/kurser med yrkesinriktat innehåll gärna i form av yrkeshögskola Dalarna
 - Kompetensutveckling av medarbetare i gemensamma projekt
- Information om vilka möjligheter till samverkan som finns, flera vill ha konkreta erbjudanden
- Stöd med resurser för samverkansaktiviteter
- Några företag nämner att de borde kunna vara mer aktiva själva

3.7 Sammanfattande slutsatser tema akademi - Dalarna

- Sammantaget har Högskolan Dalarna ingen bred systematisk ordinarie uppsökande verksamhet för samverkan mellan högskola och näringsliv. Däremot finns både avslutade och pågående projekt som har gett erfarenhet och utarbetade arbetsformer för hur relevant uppsökande verksamhet kan bedrivas effektivt. En stor potential för utveckling av Högskolan Dalarnas samverkan med näringslivet är just att skapa ordinarie former för strukturerad, uppsökande verksamhet och kontaktskapande. Idag är högskolans hemsida inte utformad så att företag som söker kontakt snabbt hittar kontaktuppgifter, vilket både kan påverka intrycket av högskolan och göra det svårare att ta kontakt.
- I en uppsökande verksamhet ger klusterinitiativen en uppenbar möjlighet till att förenkla kontakter med företag eftersom klusterinitiativen utgör en arena som kan sammanställa flera företags behov, och företag kan genom initiativet testa idéer från högskolan när samverkansaktiviteter utarbetas. Idag används inte klusterinitiativen, förutom Triple Steelix, systematiskt som en kanal för kontakt med företagen för forskning och utbildning.

Däremot finns det flera etablerade samarbeten mellan högskolan och andra branschaktörer.

- Högskolan Dalarna samverkar idag företrädesvis med större företag. Detta innebär att det finns potential att stärka samverkan med näringslivet genom att satsa särskilt på samverkan med SMF, givet regionens företagsstruktur.
- Högskolan Dalarna använder inte klusterinitiativen strategiskt idag, det vill säga som viktiga samarbetspartners med kontakter på ledningsnivå. Däremot har samtliga klusterinitiativ kontakt med högskolan och genomför någon typ av samverkansaktivitet tillsammans. Detta sker framförallt inom utbildning, men också genom deltagande i forskningsprojekt.
- Det klusterinitiativ som har starkast anknytning till Högskolan Dalarna är Triple Steelix, där det finns samarbeten på såväl övergripande nivå mellan initiativet och högskolan centralt, som mellan enskilda forskare samt lärare på högskolan och medlemsföretag. Triple Steelix och högskolan arbetar också aktivt med uppsökande verksamhet.
- Det finns en allmän trend både i Sverige och på Högskolan Dalarna mot mer kontakt mellan studenter i grundutbildning och näringsliv. På Högskolan Dalarna finns flera goda samarbeten mellan utbildningar och industrin som bland annat har uppmärksammats av Svenskt Näringsliv. Inte heller här används klusterinitiativen som en kanal för att hitta projekt, praktikplatser etc., även om medlemsföretag medverkar genom andra kanaler så som personliga kontakter.
- Högskolan prioriterar inte särskilt forskningsområden som relaterar till klusterinitiativens områden. Däremot ligger några av högskolans strategiska forskningsområden nära klusterinitiativens områden.
- Företag i regionen efterfrågar samverkan med akademien, och flera företag vill samarbeta med akademien i högre 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 Högskolan Dalarna ett mervärde, vilket kan beskrivas i konkreta resultat.

4. RESULTAT OCH ANALYS PER KLUSTERINITIATIV

Nedan presenteras utvecklingen av respektive klusterinitiativ utifrån intervjuer med klusterledare och enkätsvar från klusterinitiativens medlemsföretag.

4.1 Destination Dalarna

Genom ett enkätutskick har information samlats in om hur medlemsföretagen ser på sin utveckling och Destination Dalarna som initiativ. 45 företag har svarat på enkäten av totalt 108 utskickade, vilket ger en svarsfrekvens på 42 procent. Alla 45 respondenter har dock inte svarat på samtliga 24 frågor i enkäten. Den relativt låga svarsfrekvensen är viktig att ta hänsyn till vid en genomgång av resultaten.

4.1.1 Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling

Dalarna ligger idag på en fjärde plats för gästnätter i Sverige, men har halkat efter vad gäller den årliga tillväxten inom besöksnäringen. Detta är en bidragande orsak till att klusterinitiativet Destination Dalarna under det senaste två åren har arbetat med att strukturera sig. Ambitionen är att skapa såväl en starkare struktur, som en tydlighet i syfte att bli en tyngre aktör inom besöksnäringen. Under sommaren 2008 påbörjades en visionsprocess som bland annat resulterade i en visionsdag den 3 mars 2009 där näringsliv och högskola samlades. Visionsdagen lade grunden för en vision och strategi som ska vara färdigställda i början av hösten. Denna vision skall gälla Dalarnas besöksnäring och i vissa fall endast klusterinitiativet.

Utmaningen är att hitta en samsyn, strategi och riktning för besöksnäringen i Dalarna. Det är viktigt att företagen ser att man ingår i ett system där kunden är i centrum. Viktigt är också att bidra till att så många småföretag/småföretagare/enmansföretagen som möjligt går åt samma håll och förstår vikten av samarbete.

Dagens lågkonjunktur har inte nått besöksnäringen i Dalarna ännu. I och med att kronan förlorar i värde är Sverige också attraktivt att semestra i. Generellt sett så går det väldigt bra, speciellt inom "snöbranschen". Dock minskar antalet affärsresor och konferenser. Klusterinitiativet försöker skapa beredskap för ytterligare nedgång genom att öka samarbetet i branschen.

Idag är den självklara marknaden Sverige, men även utlandet är viktigt. De viktigaste länderna är Norge, Danmark, Tyskland och Holland, men även Ryssland börjar komma allt mer.

Klusterinitiativet är relativt ungt och har således inte uppnått mycket i termer av de olika tillväxtindikatorerna.

Genom samarbete med Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling (KKS) har klusterinitiativet startat ett projekt kring affärsutveckling som vänder sig till SMF. Destination Dalarna kommer att i samarbete med Rese- och Turistnäringen i Sverige (RTS) starta ett investmentbolag i Dalarna i syfte att stödja regional utvecklingen av Sveriges rese- och turistnäring. Vidare avser man att starta landets första besöksnäringsskole.

4.1.2 Företagen inom Destination Dalarna

I syfte att få en förståelse för vilken marknad företagen inom Destination Dalarna i huvudsak vänder sig till har företagen öppet fått fylla i hur stor andel av deras produktion som går till hemma- respektive exportmarknad. Av uppenbara skäl, klustrets bransch är ju huvudsakligen platsbunden, visar enkätsvaren att Destination Dalarna främst producerar varor och tjänster för en nationell marknad. I tabellen nedan redovisas antalet företag grupperat efter hur stor andel de producerar för hemmamarknaden.

Tabell 5: Antal företag som producerar för en hemma- respektive exportmarknad (n = 36)

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

Företagen inom Destination Dalarna är företag som vill växa, både vad gäller omsättning och antal anställda. Hur fördelningen förhåller sig redogörs i tabellen nedan.

Tabell 6: Viljan att växa som företag om det fanns möjlighet (n = 29)

	Respondenter	Procent
Ja, både vad gäller omsättning och antal anställda	26	90
Ja, men utan att öka antalet anställda	2	7
Nej	1	3

Företagen har även fått specificera vad de anser utgör hinder för att de ska kunna växa. Majoriteten av företagen inom Destination Dalarna som besvarat enkäten anser att följande faktorer utgör de främsta hindren för tillväxt och utveckling;

- Företagets lönsamhet
- Tillgång till infrastruktur, exempelvis transportsystem och telekommunikationer
- Lagar och myndighetsregler

Vidare har företagen fått ange hur aktiva de anser sig ha varit före och under år 2008. Utifrån deras svar kan man se att det i princip inte är någon skillnad i aktivitetsnivå mellan åren. Medan omkring hälften av respondenterna uppger att de inte har varit aktiva i klusterinitiativet, kan man också notera att relativt många inte känner till i vilken utsträckning de har varit aktiva. Ett av fem företag uppger att de är aktiva eller mycket aktiva inom klustret. Svaren illustreras i tabellen nedan.

Tabell 7: Aktivitetsgrad före och under år 2008 (n = 31)

Aktivitetsgrad	Före 2008 (%)	Under 2008 (%)
Mycket aktiv	7	7
Aktiv	10	13
Mindre aktiv	19	19
Inte aktiv	42	45
Vet ej	23	16

De företag som har besvarat enkäten avseende Destination Dalarna har olika motiv för sin medverkan i klusterinitiativet. Av enkätundersökningen framkommer att de sex främsta motiven för medverkan är;

- Att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden
- Att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på exportmarknaden
- 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 klusterinitiativets/nätverkets marknadsföring och lobbyingsaktiviteter

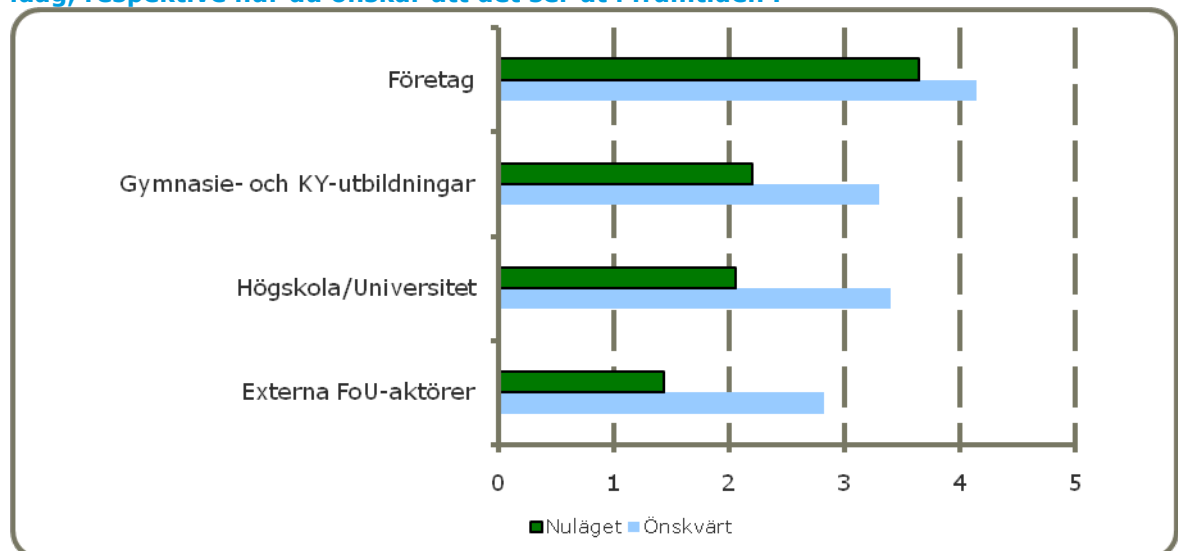
Som en följd av den ekonomiska konjunkturen uppger omkring en tredjedel av företagen att det nu känns viktigare att medverka i klusterinitiativet, bland annat i syfte att kunna samverka och hitta billigare och effektivare lösningar tillsammans.

4.1.3 Utvecklingsområden från ett företagsperspektiv

En stor majoritet, 75 procent, av de företag som har besvarat enkäten anser att tillgång till extern kompetens är av stor betydelse för deras utveckling. Den typ av extern kompetens som efterfrågas är inom områden som exempelvis försäljning, marknadsföring, produktutveckling, omvärldsbevakning och marknadsanalyser. Detta kan relateras till företagens motiv för medverkan i klusterinitiativen, som nämndes ovan. Vissa av respondenterna menar även att det finns ett behov av extern kompetens i syfte att utveckla nya koncept samt evenemang, och därmed attraherar fler turister till regionen.

Företagsenkäten har samlat information kring företagets syn på nuvarande samarbete och vilken grad av samarbete som vore önskvärd i framtiden med olika aktörer. Stora skillnader mellan faktiskt samarbete och önskat samarbete indikerar alltså att det finns utvecklingsmöjligheter för samarbetet. Diagrammet nedan visar enkätresultaten för företagets genomsnittliga syn på samarbete, nuvarande och önskvärd, med olika aktörsgrupperingar. Företagen har tillfrågats i vilken utsträckning de samarbetar respektive önskar samarbete med olika aktörer, där ett är inte alls och 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 .



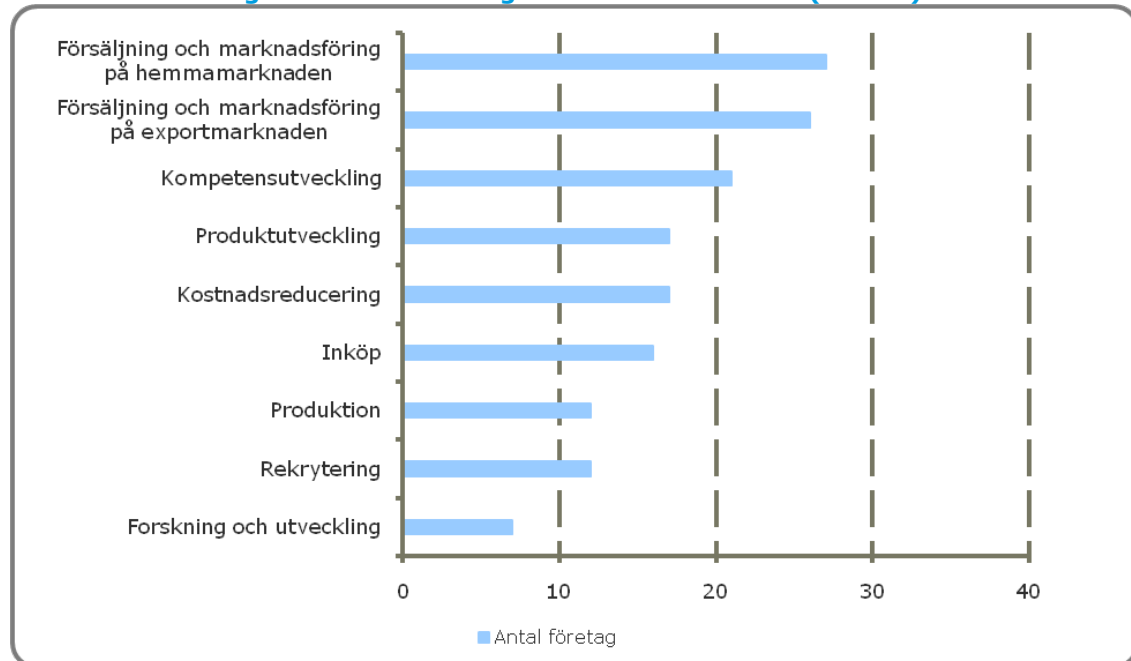
1 = inte alls, 2 = i liten utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

Företagen önskar ökat samarbete med samtliga aktörer jämfört med dagsläget. Det är tydligt att det är samarbete med andra företag som önskas i störst utsträckning, vilket också är den typ av samarbete som idag är mest förekommande. Liksom önskan av mer samarbete, har graden av samarbete mellan företag minskat något i jämförelse med förra årets mätning. Vidare är det viktigt att notera att medlemsföretagen som svarat på enkäten i genomsnitt samarbetar i liten utsträckning med gymnasie- och KY-utbildningar, och i princip inte alls med externa FoU-aktörer. Det är ungefär samma diskrepans mellan nuvarande och önskat samarbete mellan företag och gymnasie- och KY-utbildningar, högskola och universitet samt externa FoU-aktörer. Detta skiljer sig från förra årets mätning där den största skillnaden återfanns i samarbetet med högskola och universitet. Sammantaget indikerar detta att det finns stor potential för att utveckla samarbetet mellan medlemsföretag och andra aktörer.

Som nämndes ovan är samverkan med andra företag den mest förekommande typen av samarbete. I enkätsvaren framgår att 35 av 37 företag samverkar med andra företag, i huvudsak kring produktutveckling, produktion samt forskning och utveckling.

Det finns ett antal områden inom vilka företagen skulle kunna tänka sig att samverka med varandra i större utsträckning i syfte att öka sin konkurrenskraft. Möjliga samsamarbetsområden som nämns mest frekvent är försäljning och marknadsföring på hemma- och exportmarknader. Svaren för samtliga områden illustreras i diagrammet på nästa sida.

Diagram 2: Inom vilka områden ser du att ditt företag skulle kunna samverka mer inom med andra företag för att öka företagets konkurrenskraft? (n = 31)

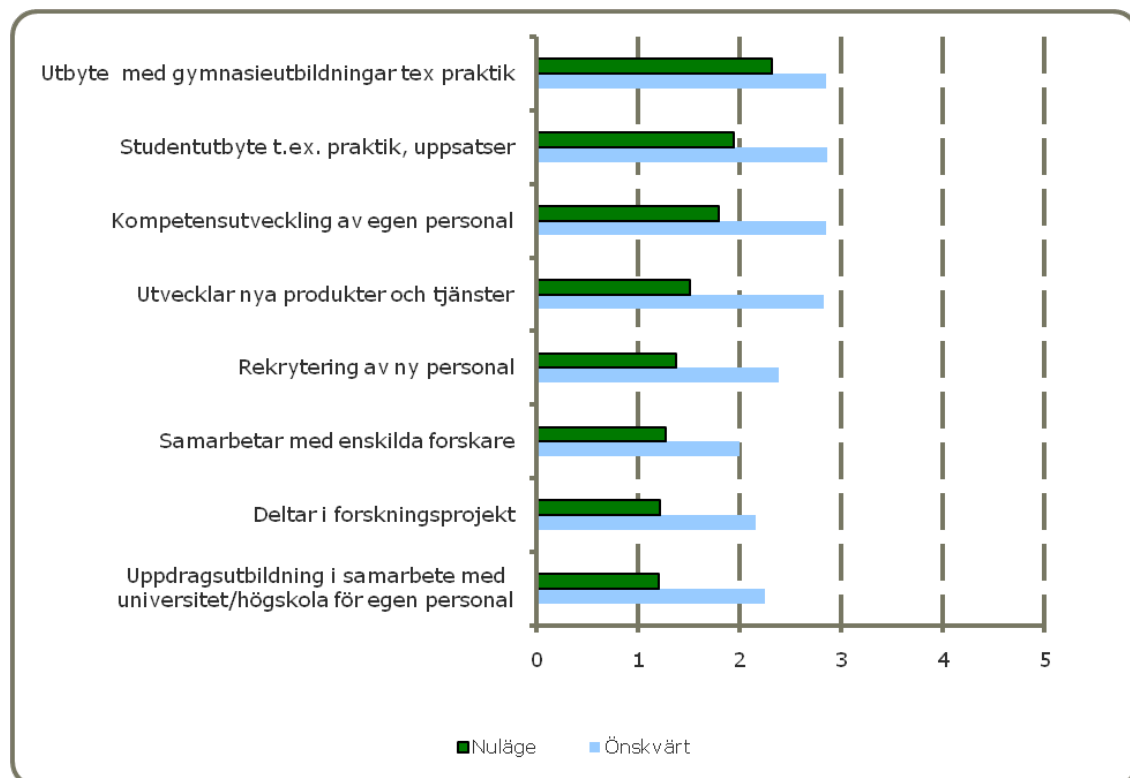


Resultaten i diagrammet stämmer väl överens med förra årets undersökning. Det som dock skiljer sig åt är att det i årets undersökning är dubbelt så många som anser att de kan samverka med företag ytterligare inom produktion och hälften så många som angett att de skulle kunna samverka ytterligare med andra företag inom forskning och utveckling.

Diagrammet nedan illustrerar hur företagen idag samarbetar med forsknings- och utbildningsinstitutioner samt i vilken grad man önskar samarbeta i framtiden. Företagen som svarat på enkäten önskar i genomsnitt samarbete i högre utsträckning med högskola och universitet i framtiden.

Värderingen har bitt företagen att specificera befintligt samarbete samt att ange vilken typ av samarbete som de önskar med forsknings eller utbildningsinstitutionerna kring olika områden. Skalan utgörs av fem steg där värdet ett motsvarar "inte alls" och värdet fem motsvarar "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 liten utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

Idag samarbetar medlemsföretagen i genomsnitt i liten utsträckning eller inte alls inom samtliga områden, förutom inom utbyte med gymnasieutbildningar där genomsnittet är marginellt högre. Företagen efterfrågar också samarbete i begränsad utsträckning i framtiden, i genomsnitt mellan liten och viss utsträckning. Det företagen verkar vara minst intresserade av är samarbete med enskilda forskare samt medverkan i forskningsprojekt. Störst intresse finns för att utveckla nya produkter, vilket också är den kategori där man finner störst diskrepans mellan nuläge och önskat läge. Intresse finns även för studentutbyte, genom såväl praktik och uppsatser via högskolan som praktiksamarbete inom gymnasieutbildningar – ett område där samarbete idag är mest förekommande.

De parametrar som kan jämföras med föregående års undersökningar är "Studentutbyte", "Utbyte med gymnasieutbildningar", "Samarbete med enskilda forskare" och "Uppdragsutbildningar". Samtliga parametrar har i årets undersökning minskat något, både vad gäller det nuvarande och önskade samarbetet.

För 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 23 respondenter har gjort detta. Exempelvis nämner respondenterna vikten av att skapa kontakter samt tillfällen för olika aktörer att mötas. Vissa företag menar att de är intresserade av att få mer information om vad institutionerna har att erbjuda samt vilka möjligheter som finns och vice versa. En respondent uttryckte exempelvis även följande: "Skapa mötesplatser för kommunikation och idéutbyte, där även företrädare för kulturlivet känner sig välkomna."

4.1.4 Resultat och effekter från ett företagsperspektiv

I enkätundersökningen har företagen även fått svara på frågor som rör resultat och effekter som de anser att Destination Dalarna har bidragit till. Resultat definieras som viktiga företagsrelaterade resultat som kan leda till stärkta klusterförhållanden och större tillväx, medan effekter identifieras som konkreta tillväxtresultat som exempelvis nya affärer, lägre kostnader etc.

Företagen anser att medverkan i klusterinitiativet i huvudsak har bidragit till följande resultat och effekter;

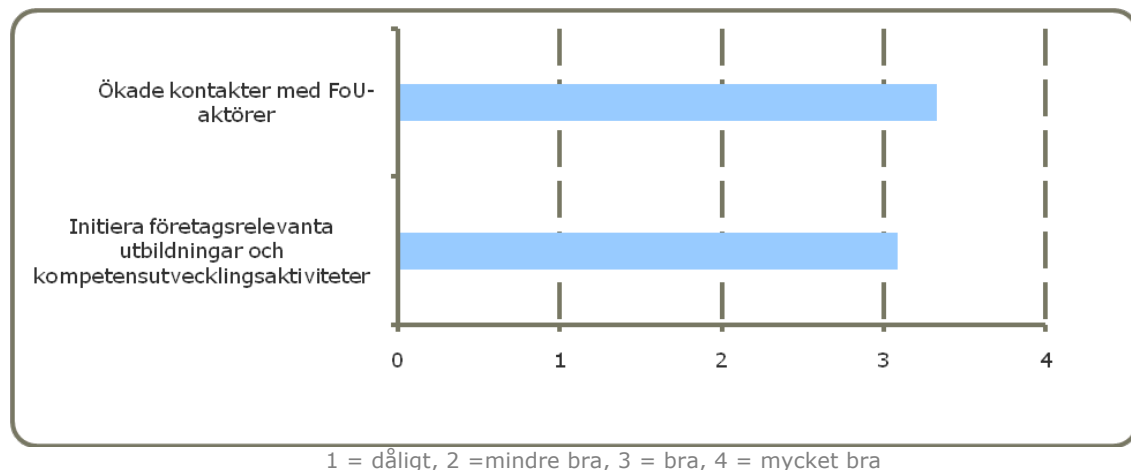
- Ökat samarbete/samverkan med andra företag
- Nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden
- Nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på exportmarknaden

Svaren från ovanstående frågeställning skiljer sig från föregående år, där företagen ansåg att initiativet hade resulterat i;

- Ökad kunskap om branschen
- Ökad kunskap om branschen bland offentliga aktörer
- Nya nätverk

Nedanstående diagram visar hur företagen bedömer Destination Dalarnas förmåga att generera kontakt med FoU-aktörer, samt att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter. Skalan utgörs av fyra steg 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?



Företagen har i genomsnitt bedömt initiativets förmåga som bra, både vad gäller att generera kontakter med FoU-aktörer samt att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensaktiviteter. Kring dessa frågeställningar finns ett relativt stort antal företag som svarar "vet ej". Dessa har vi valt att utesluta ur diagrammet. Många "vet ej"-svar kan dock vara intressanta att analysera i det fall då initiativet arbetar med ovanstående frågeställningar inom sina verksamhetsområden.

Jämfört med förra årets mätning har genomsnittet för initiativets förmåga att bidra till ökade FoU-kontakter samt att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter ökat från att befinna sig något över "mindre bra" till att idag befinna sig en bit över "bra".

Vidare illustrerar tabellen på nästa sida företagens svar på en fråga kring vad deltagande i klusterdeltagande har resulterat i på FoU-området. Tabellen redogör för företagens svar från såväl årets mätning som föregående års mätning. Det är värt att notera att andelen som fyllt i svarsalternativet "vet ej" inte redovisas i tabellen.

Tabell 8: Bedömning av vad deltagandet i Destination Dalarnas aktiviteter har inneburit inom området FoU (%)

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad andel FoU aktiviteter i företaget	33	-	67	-
Ökat FoU-samarbete med andra företag	33	33	67	67
Ökat FoU-samarbete med Högskola/Universitet/industriforskningsinstitut	24	42	76	58

Utifrån tabellen kan vi se att av de företag som har svarat ja eller nej på frågan, uppger en tredjedel att initiativet har lett till ökad andel FoU-aktiviteter. Det är dock mycket viktigt att observera att ett stort antal företag inte har haft en uppfattning om ovanstående frågeställningar och därför besvarat frågan med "vet ej". Detta resultat observerades även i förra årets undersökning, vilken tyder på att det fortfarande råder en stor osäkerhet på området. Möjliga förklaringar till dessa resultat är att detta inte är ett prioriterat område bland företag, samt att klusterinitiativet ännu befinner sig i etableringsfasen.

Tabellen nedan visar hur företagen ser på Destination Dalarnas förmåga att underlätta vid rekrytering av rätt kompetens. En stor majoritet av respondenterna i årets undersökning saknar uppfattning i frågan. Av dem som kunnat värdera initiativets förmåga, anser 20 procent att initiativet i viss eller liten grad har kunnat bidra till att rekrytera rätt kompetens.

Tabell 9: Bedömning av Destination Dalarnas förmåga att underlätta vid rekrytering av rätt kompetens (%)

	2008	2007
I mycket hög grad	-	-
I hög grad	-	7
I viss grad	10	28
I liten grad	10	3
Inte alls	10	7
Vet ej/ingen uppfattning	71	55

Enkäten tar även upp frågeställningar kring konkreta tillväxteffekter. Företagen har tillfrågats om de bedömer att Destination Dalarna som klusterinitiativ har bidragit till ökad försäljning, lägre kostnader, ökat antal anställda eller nya investeringar.

Tabell 10: Konkreta tillväxteffekter (%)

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad försäljning	22	37	78	63
Lägre kostnader	6	15	94	15
Ökat antal anställda	5	-	95	100
Nya investeringar	13	21	87	79

Ett stort antal respondenter har även svaret vet ej på dessa frågor⁷. "Vet ej"-svaren har uteslutits i beräkningarna för tabellen. Av de företag som tillhandahållit en värdering, anser majoriteten att initiativet inte har bidragit till konkreta tillväxteffekter. I jämförelse med förra årets mätning har denna andel dessutom ökat, för samtliga parametrar.

Företagen som har svarat på enkäten har även fått frågan om de bedömer att medverkan i Destination Dalarnas aktiviteter kommer att bidra till långsiktigt stärkt konkurrenskraft. I tabellen på nästa sida presenteras fördelningen av svaren mellan dem som har svarat "ja" och "nej". De respondenter som har svarat "vet ej" har uteslutits ur tabellen⁸.

⁶ För fullständiga svar, se tabellverk i Bilaga 2

⁷ Ibid

⁸ För fullständiga svar, se tabellverk i Bilaga 2

Tabell 11: Långsiktigt förstärkt konkurrenskraft (%)

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Genom förbättrade produkter/tjänster	100	80	-	20
Genom nya produkter/tjänster	100	75	-	25
Genom kostnadsfördelar	71	59	29	41

Flertalet anser att Destination Dalarna på sikt kan stärka konkurrenskraften, men osäkerheten i denna fråga är stor och ett stort antal respondenter har svarat "vet ej" på frågan⁹. Det som efterlyses för att öka konkurrenskraften är en gemensam energistrategi och marknadsföringsstrategi, samt insatser för infrastrukturen.

Företagen har vidare fått möjlighet att bedöma i vilken utsträckning som företagets deltagande i klusterinitiativets aktiviteter har bidragit till jämställdhet, integration samt miljömedvetande. Företagens svar illustreras i tabellen nedan. Återigen har "vet ej"-svaren uteslutits ur beräkningarna och tabellen¹⁰.

Tabell 12: Bidrag till hållbarhetsaspekter (%)

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad jämställdhet	6	17	94	85
Ökad integration	7	8	93	92
Ökat miljömedvetande	7	31	93	69

4.1.5 Vad kan initiativet göra ytterligare?

Företagen har fått besvara frågan om vad som krävs, givet dagens ekonomiska konjunktur, för att stärka konkurrenskraften i såväl sektorn/branschen som företaget. Svaren från de 30 respondenter som besvarade frågan redogörs för nedan;

- Kompetens och utveckling
- Samverkan och samarbete
- Ökade nationella resurser för att marknadsföra Sverige som besöksland
- Fler regionala initiativ i syfte att marknadsföra regionen samlat på en utlandsmarknad
- Marknadsföring av Dalarna i Sverige, få svenskar att återupptäcka Dalarna. Föra fram naturen och kulturen, samt samarbete med regionens kommuner för att fortsätta arbetet med ett hållbart, ekologiskt Dalarna
- En allmän sänkning av arbetsgivaravgiften
- Hitta nya säsonger/aktiviteter
- Fler och bättre utbildningar på olika nivåer
- Finna fler partners och utbytesområden utomlands
- Fler samarbetsprojekt kring specifika frågor, exempelvis logistik
- Fungerande infrastruktur med vägar, tåg och bussförbindelser

Som följdfråga fick företagen ge förslag på hur Destination Dalarna kan arbeta för att stärka konkurrenskraften, såväl generellt som i form av aktiviteter. Ett urval av dessa förslag följer nedan;

- Att bidra till ökad kunskap om behovet av samordning och kompetensutveckling
- God förankring och långsiktig strategi
- Presentera sig, visa att de [Destination Dalarna] finns. Hjälpa till att genomföra eller föreslå aktiviteter. Sammanslå och samarbeta över gränserna med aktiviteter
- Samordna ännu mer kring svaga produktområden som exempelvis transporter inom länet, utbildningsutveckling inom branschen, regional styrning av kompetensutvecklingscentra
- Kombinera företagets olika kompetenser, vara en hjälp/forum för företag att samarbeta/träffas
- Marknadsföring måste vara huvudsyftet samt att höja kompetensen i regionen vad gäller mottagarapparaten

⁹ Ibid

¹⁰ Ibid

I enkäten har företagen även fått svara på vad de anser att initiativet kan göra för att i framtiden skapa ytterligare värde för företaget. Nedan redovisas några av företagens önskemål och kommentarer;

- Genomförandet av Destination Dalarna kommer att resultera i att flera större projekt initieras, vilket ger ett mycket stort värde i förlängningen för företaget
- Börja med att informera om vad [Destination Dalarna] gör. Känner mig väldigt okunnig på området.
- Bidra till fler stora samarbeten som ger trafik, i såväl Sverige som prioriterade länder. Informera och marknadsföra om mål, syfte och vilka tjänster som erbjuds.
- Berätta vad Destination Dalarna står för, vilket i nuläget är mycket tydligt
- Närmare samarbete
- Jobba vidare med klusterinitiativet långsiktigt då samarbete kan ta tid
- Vår erfarenhet är att Destination Dalarna har jobbat bra med utbildning och samarbete mellan olika företag/aktörer. För oss är det viktigt att tala om att vi finns och fortsatt kompetensutbildning i första hand.
- Mer pengar till regionens turismsatsningar

4.1.6 Sammanfattning och slutsatser för Destination Dalarna

Klusterinitiativet är i uppstartsfasen och har därmed inte kommit vidare långt med att mobilisera sina medlemsföretag eller att formulera en tydlig vision för initiativet. Svansfrekvensen är relativt låg, 42 procent, samtidigt som en stor del utgörs av "vet ej"-svar. Detta indikerar att många av medlemsföretagen fortfarande har en svag anknytning till Destination Dalarna. Medan aktivitetsgraden är oförändrad mellan 2007 och 2008, är det många företag som i öppna svarsalternativ uppger att de är intresserade av att få information om Destination Dalarnas syfte och aktiviteter.

Det finns en tydlig förväntan från företagen att medlemskapet skall bidra med framtida nya affärer, på såväl hemmamarknaden som exportmarknaden. Detta trots att flertalet företag uppger att klusterinitiativet inte har bidragit till konkreta resultat i termer av tillväxteffekter. Utifrån detta kan man dra slutsatsen att många företag anser att Destination Dalarna har mycket viktigt att bidra med.

I genomsnitt samarbetar företagen som svarat på enkäten i viss eller stor utsträckning med andra företag, samt i låg utsträckning med gymnasie- och KY-utbildningar. Företagen uppger vidare att man samarbetar i mycket liten utsträckning med externa FoU-aktörer. Däremot önskar företagen samarbeta i högre utsträckning med alla dessa aktörsgrupper, företrädesvis med gymnasie- och KY-utbildningar. Därmed finns en intressant potential att utveckla samverkan med såväl högskola/universitet som gymnasie- och KY utbildningar.

Som tidigare nämndes samarbetar de företag som svarat på enkäten i liten utsträckning med forsknings- och utbildningsinstitutioner, vilket är den nivå av samarbete med denna aktör som också önskas i framtiden. Detta indikerar att det är ett relativt stort avstånd mellan medlemsföretag och akademi. Destination Dalarna skulle i detta fall kunna arbeta mer med att främja samverkan mellan medlemsföretag och högskola genom exempelvis information om hur akademien kan fungera som en resurs. Ett exempel på detta är att Destination Dalarna har initierat ett pilotprojekt, finansierat av VINNOVA, med syfte att i samverkan med Högskolan Dalarna utveckla destinationsutvecklingen.

På fråga om områden som företag vill samverka med andra företag inom i syfte att öka konkurrenskraften, nämns huvudsakligen försäljning och marknadsföring på såväl hemma- som exportmarknad, tätt följt av kompetensutveckling. Behovet av kompetensutveckling är över huvud taget ett återkommande tema i enkäten. Därför är det särskilt intressant att notera följande;

- En stor andel respondenter svarar "vet ej" på frågan om de kan bedöma Destination Dalarnas förmåga att initiera företagsrelevant kompetensutveckling
- Företagen som svarat på enkäten samarbetar idag i genomsnitt i mycket liten utsträckning med forsknings- och utbildningsinstitutioner kring kompetensutveckling. Däremot önskar de utöka detta samarbete i framtiden
- Endast en av fem respondenter uppger att Destination Dalarna har underlättat rekrytering rätt kompetens

Sammantaget kan man säga att området kompetensutveckling har en viktig utvecklingspotential i Destination Dalarnas verksamhet.

4.2 Triple Steelix

Enkäter har genererat information kring medlemsföretagens syn på såväl sin egen utveckling som på Triple Steelix som klusterinitiativ. 36 av 100 företag har svarat på enkäten, vilket ger en svarsfrekvens på 36 procent. Vidare har de 36 respondenterna inte svarat på samtliga 24 frågor i enkäten. Den relativt låga svarsfrekvensen är viktig att notera vid en genomgång av resultaten.

4.2.1 Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling

Tillväxt och attraktionskraft är ledorden för Triple Steelix. Klusterinitiativet är sedan tre år tillbaka finansierat av VINNOVA via Vinnväxtprogrammet – ett program som kommer tillhandahålla medel under ytterligare sju år. Fram tills idag har klusterinitiativet ökat sin geografiska spridning till 13 kommuner över de tre länen; Dalarna, Gävleborg och Västmanland. En viktig del i finansieringen är företagets engagemang, där företagen står för hälften av kostnaden för medverkan i olika projekt och aktiviteter.

Förankring är också viktigt. Förutom muntliga dragningar, förser Triple Steelix sina samarbetspartners med skriftliga redovisningar två gånger per år. Klusterinitiativet ställer i sin tur också krav på sina samarbetspartners vad gäller samarbete och leverans. Vidare genomförs en internationell utvärdering av insatserna var tredje år.

Det är en nyanserad bild som redogörs för vad gäller antalet företag som känner av dagens finansiella situation inom stålindustrin i Bergslagen. Det är många som ännu avvaktar med varsel och uppsägningar, men som kommer att tvingas agera i det fall då situationen inte förbättras inom det närmaste halvåret. Triple Steelix arbetar med detta genom såväl utvecklingsprojekt som samordning av utbildningsinsatser som riktar sig mot företag genom ESF-rådet. Något som upplevs som ett större problem är att Dalarna är det första länet som troligtvis kommer att drabbas av generationsskifte. En utmaning för processindustrin är att göra den än mer energisnål i syfte att stärka konkurrenskraften.

Samarbetet mellan de tre länen upplevs som bra, särskilt vad gäller SLIM-projektet¹¹ som fungerar som koordinator för klusterarbetet. Andra Vinnväxt-initiativ som är av intresse är ProcessIT Innovations i Luleå, samt Robotdalen i Mälardalsregionen som arbetar med smarta robotar. Triple Steelix arbetar nu aktivt för att utveckla de internationella relationerna. Regioner av intresse går att finna både i och utanför EU, där exempelvis Frankrike är intressant utifrån ett tågperspektiv medan intresset för Norge baseras på deras arbete med processindustri. Österrike är ett ytterligare område av intresse.

För att utveckla Triple Steelix krävs ett långsiktigt och tydligt regionalt ledarskap, arbete för att upprätthålla nyckelaktörers intresse på lång sikt, samt förbättrad samordning av insatser från "företagens vänner". Det är även viktigt att SLIM-projektet aktivt skapar förutsättningar för regional utveckling, där regionens olika kluster lyfts fram.

Drivkrafter hos Triple Steelix är såväl behovs- samt följeforskning, som jämställdhet och miljö. Detta innebär att jämställdhet och miljö är något som genomsyrar klusterinitiativets olika aktiviteter, vilket är av särskild betydelse då stålindustrin i Bergslagen är mansdominerad och då kvinnor som anställda de senaste åren är de som huvudsakligen drabbas vid varsel och uppsägningar. Klustret har nyligen avslutat ett jämställdhetsprojekt som finansierats av Tillväxtverket, och jämställdhetsarbetet bedrivs numera i ett forskningsprojekt av VINNOVA. Klusterinitiativet Fiber Optic Valley i Gävleborg ses som en förebild på jämställdhetsområdet.

4.2.2 Företagen inom Triple Steelix

För att få en förståelse för vilken marknad företagen inom Triple Steelix i huvudsak vänder sig till har företagen fått ange hur stor andel av deras produktion som går till hemma- respektive exportmarknaden. Enkätsvaren visar att klustret i mångt och mycket är nationellt, då 2/3 av företagen har mer än hälften av sin produktion riktad mot hemmamarknaden och endast en dryg tredjedel av företagen producerar hälften eller mer till exportmarknaden.

¹¹ SystemLedning Innovativa Miljöer, SLIM, är ett samverkansprojekt mellan klusterorganisationer i norra Mellansverige, Region Dalarna, Region Gävleborg och Region Värmland, Karlstads universitet och VINNOVA

Tabell 13: Antal företag som producerar för hemma- respektive exportmarknad (n = 30)

	Produktion för hemmamarknad (%)			
	0 - 25	26 - 50	51 - 75	76 - 100
Antal företag	3	8	2	17

Majoriteten av företagen inom Triple Steelix som deltagit i undersökningen vill växa, i såväl omsättning som antal anställda. Två av företagen vill dock endast växa i termer av omsättning. Hur fördelningen förhåller sig redogörs i tabellen nedan.

Tabell 14: Viljan att växa som företag om det fanns möjlighet (n = 30)

	Respondenter	Procent
Ja, både vad gäller omsättning och antal anställda	28	93
Ja, men utan att öka antalet anställda	2	7
Nej	-	-

Företagen har även fått specificera vad som hindrar dem från att växa. Majoriteten av företagen inom Triple Steelix som besvarat frågan uppger att följande faktorer utgör de främsta hindren för tillväxt och utveckling;

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

Jämfört med tidigare år har företagen generellt sett blivit mer aktiva i Triple Steelix under 2008, då man i huvudsak har gått från att vara mindre aktiv till att vara aktiv. Svaren illustreras i tabellen nedan.

Tabell 15: Aktivitetsgrad före och under år 2008 (n = 31)

Aktivitetsgrad	Före 2008 (%)	Under 2008 (%)
Mycket aktiv	3	7
Aktiv	23	45
Mindre aktiv	42	26
Inte aktiv	26	16
Vet ej	7	7

De företag som har besvarat enkäten uppger olika motiv för sin medverkan i Triple Steelix. Av enkätundersökningen framkommer att de sex främsta motiven för deltagande är följande;

- Att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden
- Att öka samarbetet/samverkan med andra företag
- Att få tillgång till ökad kunskap om trender och omvärldsanalys
- Att kunna utveckla nya produkter/tjänster
- Att effektivisera och kostnadsrationalisera i företaget
- Att få tillgång till kompetensförsörjning via klusterinitiativet/nätverket

Från svar på frågan kring företagets syn på betydelsen av medverkan i Triple Steelix i dagens ekonomiska konjunktur, framgår att 35 procent (12 av 34) av företagen anser klusterdeltagande vara av stor betydelse. Hela 53 procent (18 av 34) av företagen anser däremot att betydelsen av deltagande är oförändrad. Ett av de företag som ansåg att medverkan var av stor betydelse menade exempelvis att det är *"Viktigt att medlemsföretag har möjlighet till projektstöd vid utveckling nya affärsprojekt. Definitivt nu när marknaden på befintliga kunder är svagare än tidigare."*

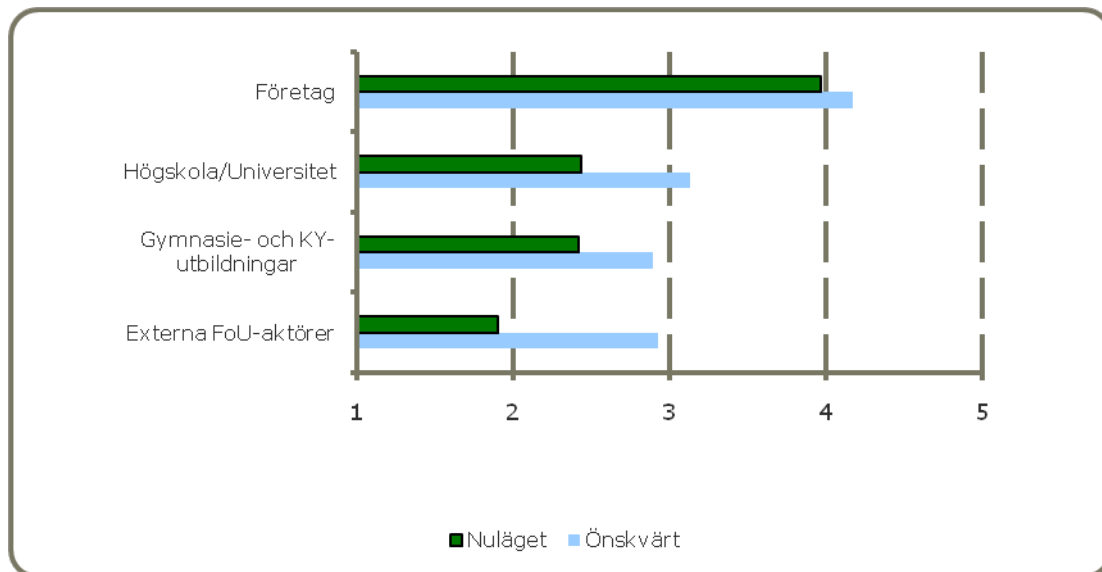
4.2.3 Utvecklingsområden från ett företagsperspektiv

En stor majoritet, 88 procent, av de företag som har svarat på enkäten anser det vara viktigt eller mycket viktigt för företaget att få tillgång till extern kompetens i syfte att utvecklas. Företa-

gen efterfrågar framförallt kompetens inom olika tekniska områden, men också inom marknadsföring och produktutveckling. Detta stämmer väl överens med företagets motiv att medverka i klustret, vilket enligt majoriteten av företagen är att skapa nya affärer och möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden. Ytterligare områden där företagen är i behov av extern kompetens är IT, juridik, skärande bearbetning och konstruktion.

Företagsenkäten har samlat information kring företagets syn på nuvarande och önskat samarbete med olika aktörer. Företagen har tillfrågats i vilken utsträckning de samarbetar respektive önskar samarbeta med olika aktörer, där ett är "inte alls" och fem är "i mycket stor utsträckning". Diagrammet visar ett genomsnitt av samtliga svar.

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.

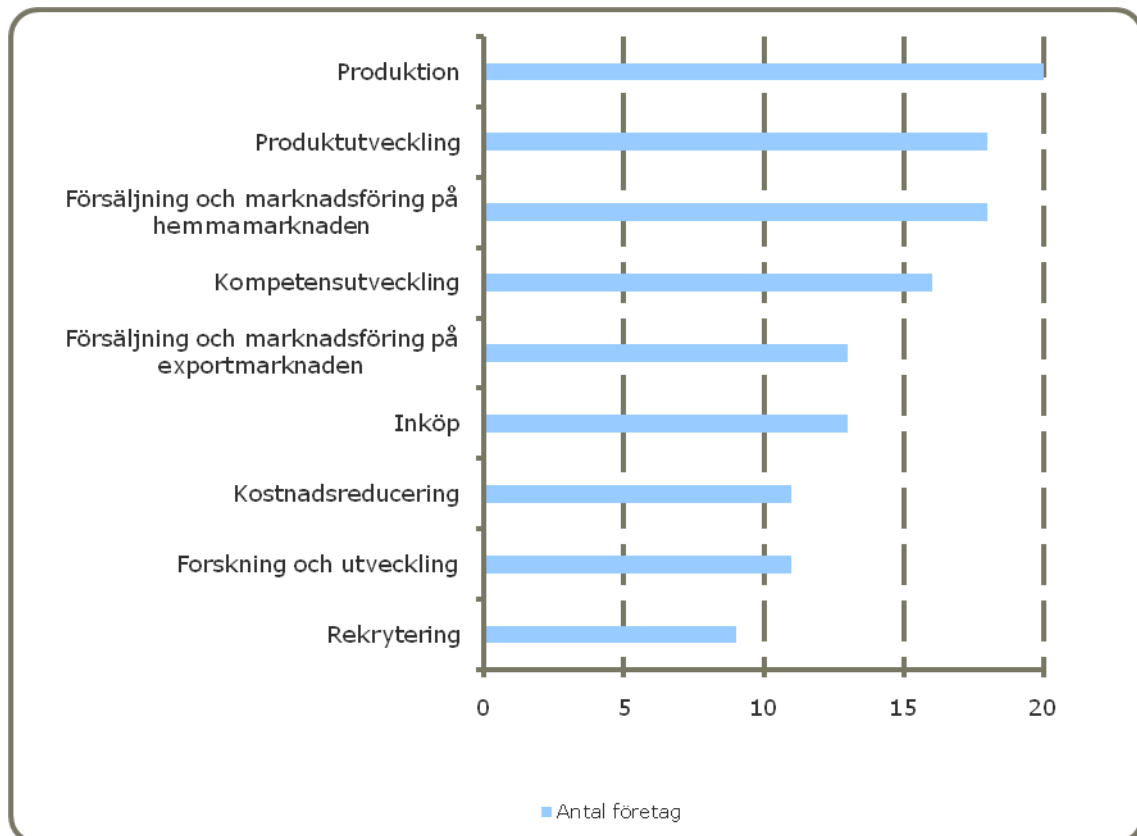


1 = inte alls, 2 = i liten utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

Företagen önskar i framtiden samarbeta i större utsträckning med samtliga aktörer. Idag sker samarbetet i störst utsträckning med andra företag, vilket också är den typ av samarbete som företagen huvudsakligen önskar för framtiden. Detta är samma svar som i fjolårets värdering. Den största diskrepansen mellan samarbete idag och önskat samarbete i framtiden är med gruppen externa FoU-aktörer, vilket är den grupp företagen samarbetar minst med idag. Även detta resultat observerades i föregående rapport.

Resultaten kan relateras till företagets främsta motiv för medverkan i Triple Steelix, vilken bland annat är att samarbeta med andra företag. Det finns ett antal områden som företagen skulle kunna tänka sig att samverka mer kring med andra företag i syfte att öka sin konkurrenskraft. Dessa områden illustreras i nedanstående diagram.

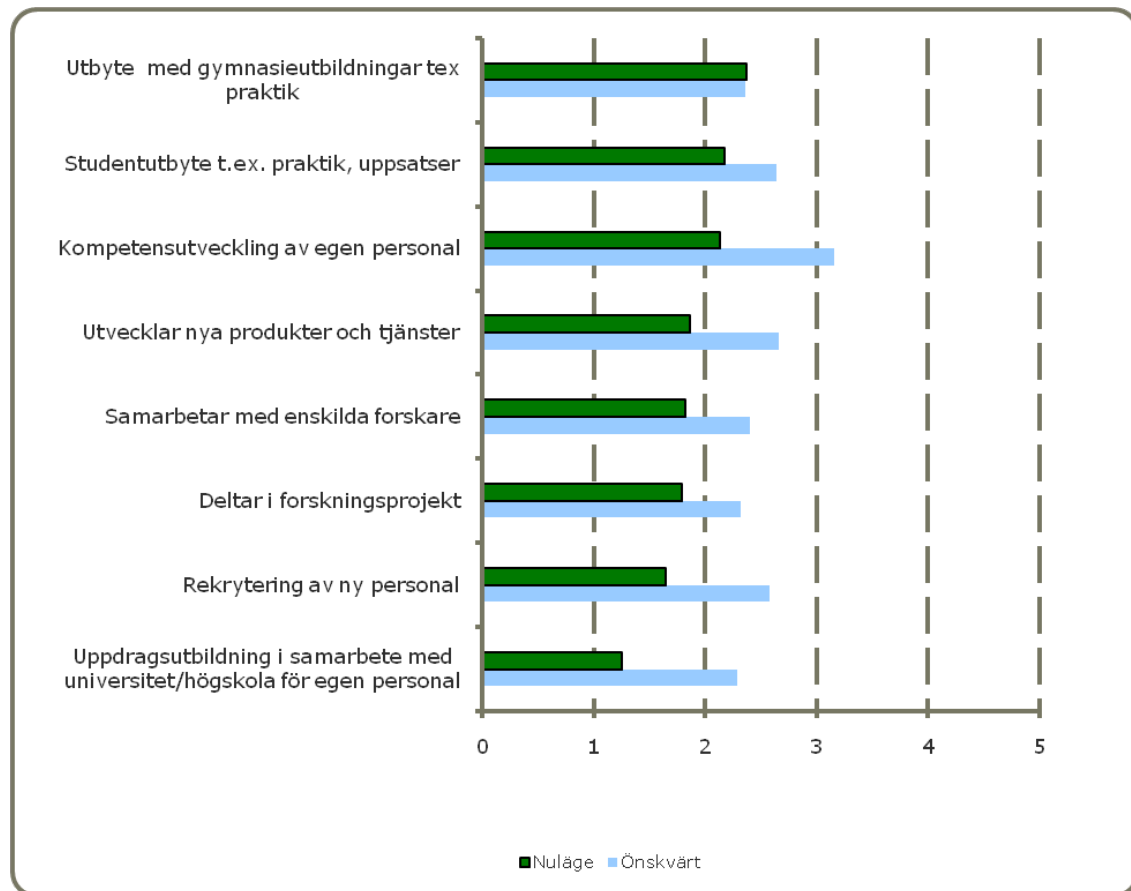
Diagram 6: Inom vilka områden ser du att ditt företag skulle kunna samverka mer med andra företag för att öka företagets konkurrenskraft? (n = 28)



Diagrammet ovan visar att respondenterna kan tänka sig att samverka mer med andra företag inom samtliga områden, jämfört med vad de gör idag. De tre mest prioriterade områdena är produktion, produktutveckling samt försäljning och marknadsföring på hemmamarknaden. I jämförelse med förra årets värdering är dessa prioriteringar oförändrade.

Företagen som svarat på enkäten önskar även mer samarbete med forsknings- och utbildningsinstitutioner. Företagen har ombetts att specificera i vilken utsträckning man för närvarande samarbetar, samt i framtiden önskar samarbeta, med forsknings eller utbildningsinstitutioner inom olika områden. Skalan utgörs av fem steg där ett är "inte alls" och fem är 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 liten utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor utsträckning

Ovanstående bild illustrerar att det mesta samarbetet sker idag med gymnasieutbildningar, tätt följt av samarbete med studentutbyte samt kompetensutveckling av egen personal. Det är också inom kompetensutveckling av egen personal som företagen vill samverka mest i framtiden. Här finns det också en stor diskrepans mellan nuvarande och önskat samarbete, vilket det även gör inom områdena rekrytering av ny personal samt uppdragsutbildningar för egen personal - även om företagen efterfrågar samarbete i relativt låg utsträckning inom dessa områden.

För 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 20 svar har inkommit. Exempelvis nämner respondenterna att de vill få mer information om vad akademien kan erbjuda samt om vilka fördelar som finns med samarbeten. En av respondenterna uttryckte exempelvis följande: *"Påvisa tydligare fördelar! Forsknings och utbildningsinstitutioner behöver bli mer konkreta i sin marknadsföring om vad de kan bidra med. Läget idag är att de gärna forskar i företag om hur saker görs (vilket vi redan vet) utan att ta nästa steg framåt."* En annan respondent uttryckte följande: *"Samordna utbildningar, erfarenhetsutbyte. Kompetensutveckling av medarbetare i gemensamma projekt"*

4.2.4 Resultat och effekter från ett företagsperspektiv

I enkätundersökningen har företagen även fått svara på frågor som rör vilka resultat och effekter som de anser att Triple Steelix har bidragit till. Resultat definieras som viktiga företagsrelaterade resultat som kan leda till stärkta klusterförhållanden och tillväxt. Effekter identifieras som konkreta tillväxtresultat som exempelvis nya affärer, lägre kostnader etc.

Företagen uppger att klusterdeltagande i huvudsak har bidragit till följande resultat och effekter;

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

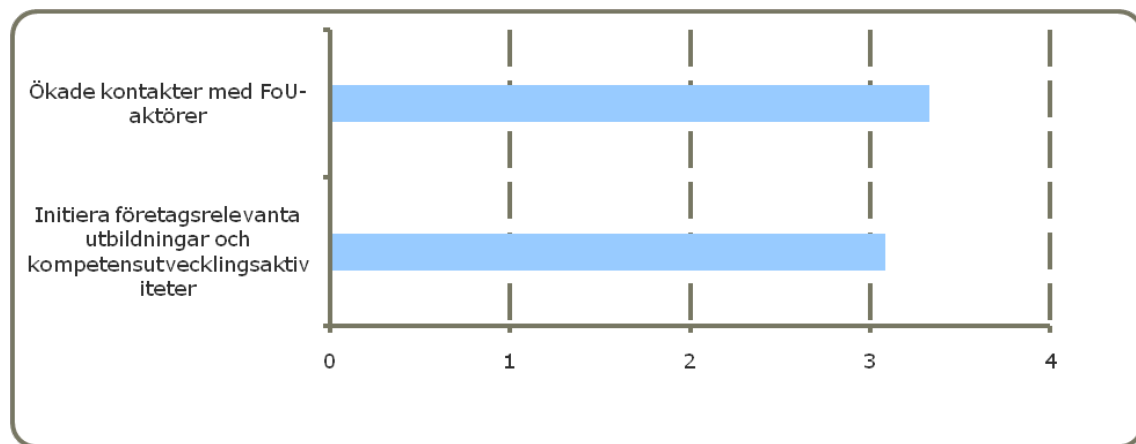
- Ökad kunskap om produktivitetseffektivitetsutveckling

Svaren på ovanstående frågeställning har förändrats något sedan föregående år, då företagen ansåg att initiativet hade resulterat i nedan resultat och effekter;

- Nya nätverk
- Ökat samarbete/samverkan med företag
- Etablerat nya samarbeten med företag

Vidare redogör nedan diagram för företagens bedömning av förmågan hos Triple Steelix att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter, samt att generera nya kontakter med FoU-aktörer. Skalan utgörs av fyra steg där ett står för "dåligt" och fyra för "mycket bra". Diagrammet visar en genomsnittlig bedömning.

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

Generellt anser företagen i genomsnitt att Triple Steelix har en bra förmåga att initiera företagsrelevanta utbildningar, samt generera FoU-kontakter. Detta tyder dock på en försämring i jämförelse med förra årets mätning, då företagen i genomsnitt värderade initiativets förmåga som mycket bra.

Tabellen nedan sammanfattar företagens uppfattning om klusterdeltagandets inverkan på företagets FoU-aktiviteter. Det är viktigt att notera att antalet som fyllt i svarsalternativet "vet ej" inte redovisas i tabellen¹². Av företagen som har kunnat bedöma resultat av deltagande i Triple Steelix, uppger 45 procent av dem att deras medverkan i klusterinitiativet har bidragit till ökat antal FoU-aktiviteter. Hälften av företagen har ökat sitt FoU-samarbete med andra företag, medan närmare hälften också anger att de har ökat sitt FoU-samarbete med forskningsaktörer. Jämfört med 2007 års mätning är det färre företag i år som anser att deltagandet i Triple Steelix bidrar till ökat FoU-samarbete.

Tabell 16: Bedömning av vad deltagandet i Triple Steelix aktiviteter har inneburit inom området FoU (%)

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad andel FoU aktiviteter i företaget	45	-	55	-
Ökat FoU-samarbete med andra företag	53	61	47	39
Ökat FoU-samarbete med Högskola/Universitet/Industriforskningsinstitut	47	82	53	18

Tabellen nedan visar hur företagen ser på förmågan hos Triple Steelix att underlätta rekryteringen av rätt kompetens. Fler än hälften av företagen uppger att klusterinitiativet i någon utsträck-

¹² För samtliga svar, se tabellverk i Bilaga 2

ning underlättat rekrytering av rätt kompetens. En stor andel, 59 procent, uppger däremot att de inte har någon uppfattning i frågan.

Tabell 17: Bedömning av Triple Steelix förmåga att underlätta vid rekrytering av rätt kompetens (n = 32 år 2008, n = 29 år 2007)

	2008 (%)	2007 (%)
I mycket hög grad	3	-
I hög grad	7	21
I viss grad	39	48
I liten grad	10	10
Inte alls	3	14
Vet ej/ingen uppfattning	39	7

Företagen har fått svara på frågor om vilka konkreta tillväxteffekter; försäljning, kostnader, antal anställda eller nya investeringar, som de anser att initiativet har givit upphov till. De aktuella svaren redovisas i tabellen nedan. "Vet ej"-svaren har dock uteslutits ur tabellen.

Tabell 18: Konkreta tillväxteffekter (%)

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad försäljning	41	35	59	65
Lägre kostnader	34	35	66	65
Ökat antal anställda	22	8	78	92
Nya investeringar	41	33	59	67

Tabellen visar på att försäljning och nya investeringar har ökat i lika stor utsträckning som en följd av deltagande i Triple Steelix. Deltagandet anses dock ha bidragit minst till att öka antalet anställda. I jämförelse med år 2007 har samma siffra däremot ökat med 14 procent. Vad gäller lägre kostnader anser en tredje del av företagen även i år att klusterdeltagande bidragit till detta.

Vidare bedömer en majoritet av företagen att deltagande i Triple Steelix kommer att bidra till ökad långsiktig konkurrenskraft genom produktutveckling av såväl förbättrade som nya produkter och tjänster. Svaren visas i tabellen nedan, svar i kategorin "vet ej"-har uteslutits.

Tabell 19: Långsiktigt förstärkt konkurrenskraft (%)

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Genom förbättrade produkter/tjänster	100	84	-	16
Genom nya produkter/tjänster	90	80	10	20
Genom kostnadsfördelar	87	48	13	52

Tabellen nedan visar att företagen i år, till skillnad från föregående år, anser att initiativet i viss mån har bidragit till hållbarhetsaspekterna; jämställdhet, integration, miljömedvetande – framför allt vad gäller jämställdhet. I minst utsträckning anses att initiativet bidragit till ökad integration. Återigen har "vet ej"-svaren uteslutits ur tabellen.

Tabell 20: Bidrag till hållbarhet (%)

	JA		NEJ	
	2008	2007	2008	2007
Ökad jämställdhet	21	-	79	100
Ökad integration	6	-	94	100
Ökat miljömedvetande	12	-	88	100

4.2.5 Vad kan initiativet göra ytterligare

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

- Nya nätverk
- Kompetensutveckling i företagen
- Ökad marknadsföring
- Finansiellt stöd till nya projekt och tillgång till riskkapital för att investera
- Ökat samarbete mellan leverantörer
- Aktivt arbeta för att få fram nya affärsidéer
- Aktivt arbete mot nya marknader

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

- Mer samverkan och fler möten mellan köpare och leverantörer
- Mer föredrag av intressanta föredragshållare, utbildningar, fortsatt stöttning vid nya affärsprojekt etc.
- Satsa och stödja bra projekt
- Förmedla kunskap om nyheter inom tillverkandeindustrin
- Hjälpa nätverken både ekonomiskt och styrningsmässigt. Hålla symposier och samla leverantörer (komplement) till träffar
- Genom att främja kontakter mellan företag, agera bollplank i beslutssituationer samt driva utbildningsprojekt i exempelvis effektiva flöden. Föreslå seminarier och mässor som passar respektive företag
- Skapa forum/ nätverk där företag kan träffas och utveckla idéer och så småningom även affärer.
- Genom att visa vilka kompetenser som finns inom dessa företag

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;

- Leta större projekt som skall utföras och vara med och stötta dessa
- Ta med de små företagen i arbetet med de stora utvecklingsprojekten, vi kan få del av kunskapen och göra en mindre del av arbetet
- Skap forum för mer samarbete mellan småföretag och över länsgränserna
- Mera seminarium inom exempelvis IT och nya material
- Ännu mera påverka storföretagen i regionen att verkligen se att det finns bra resurser i närområdet. Skapa "success-stories" så att man kan visa på lyckade projekt mellan storföretag och mindre företag
- Fortsätta som hittills, vara bollplank i allmänhet och hjälpa till att hitta partner med rätt kompetens i synnerhet
- Triple Steelix kan vara en sammanhållande aktör för att skapa ett komplett alternativ bestående av flera företag för nya marknader
- Utvecklingskapital
- Ännu mer medel att anvisa för marknads och teknikutvecklingsprojekt

4.2.6 Sammanfattning och slutsatser Triple Steelix

På frågan kring aktivitetsnivån före och under 2008 har det skett en markant ökning, vilket bekräftar bilden av Triple Steelix som väldigt aktiv och som tillför ett mervärde till företag som ser att de tjänar på att delta. Produktion, produktionsutveckling, försäljning samt marknadsföring på hemmamarknaden är de områden som företagen nämner mest frekvent när de ombeds ange inom vilka områden som företagen vill samverka med varandra. Detta visar sig också då företagen uppger att klusterinitiativet bidrar till att långsiktigt stärka företagets konkurrenskraft, huvudsakligen genom nya och förbättrade produkter/tjänster.

Triple Steelix arbetar aktivt med att involvera såväl samarbetspartners som regionala och lokala aktörer i syfte att förankra klustrets utvecklingsarbete och därmed få stöd för sitt arbete. Detta är ett strategiskt arbetssätt som andra klusterinitiativ skulle kunna lära av.

Även om medlemsföretagen i dagsläget inte drabbats i någon större utsträckning av lågkonjunkturen, upplever Triple Steelix generationsskiftesproblematiken som ett stort problem då Dalarna är bland de län som kommer drabbas först. Ramböll anser att detta är en komplex problematik som kräver olika typer av insatser, så som att upprätthålla en entreprenöriell inställning i regionen i syfte att skapa förutsättningar för att människor ser sig själva som företagare, samt att skapa en uppfattning av Dalarna som en attraktiv arbetsmarknadsregion. Detta kräver också att nya grupper uppmuntras till att komma in på arbetsmarknaden – ett område där jämställdhetsarbetet utgör en viktig del. Triple Steelix, vars drivkrafter ligger inom bland annat jämställdhetsarbete, har arbetat med detta och det har fått ett stort genomslag jämfört med föregående år.

En viktigt pusselbit för att hantera de generationsskiften som branschen och regionen står inför, är arbetskrafts- och kompetensförsörjning – något som företagen också efterfrågar. Då företagen önskar samarbeta kring kompetensutveckling i större utsträckning, finns det stor potential för utveckling på detta område.

Liknande potential går att finna på ett flertal områden då företagen i årets undersökning generellt efterfrågar utökat samarbete med andra aktörer. Intressant att notera är att även om företagen efterfrågar utökat samarbete med forsknings- eller utbildningsinstitutioner, handlar det om relativt låga nivåer. För kompetensutveckling av egen personal vill företagen i framtiden endast samarbeta i viss utsträckning i genomsnitt, och för övriga områden varierar den genomsnittliga efterfrågan mellan liten och viss utsträckning.

4.3 Dala BIT

Genom ett enkätutskick har information samlats om medlemsföretagens syn på såväl sin egen utveckling som på Dala BIT som initiativ. Enkäten har besvarats av 18 utav 23 företag, vilket ger en övergripande svarsfrekvens på omkring 78 procent.

4.3.1 Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling

I och med att klusterinitiativet endast är något år gammalt, ligger mycket av fokus på att skapa förtroende hos medlemsföretagen genom att påvisa nytta med att delta i klusterarbetet för det enskilda företaget. Detta sker genom att främja samverkan mellan företag genom att exempelvis resa gemensamt till mässor eller delta i aktiviteter med syfte att höja kompetensen. Dala BIT arrangerade bland annat ett seminarium kring konceptet lean i syfte att påvisa hur företagen kan arbeta effektivare.

Klusterinitiativets roll är också att hitta visioner och utveckla unika helhetskoncept för husbyggnation i regionen. Vidare skall initiativet bidra till att medlemsföretagen flyttar fokus från den lokala marknaden till en regional, nationell eller internationell marknad som erbjuder nya kulturer, strukturer och möjlighet till kunskaps- och erfarenhetsutbyte.

Den nuvarande lågkonjunkturen kan också vara en drivkraft då företagen måste se sig om efter nya vägar och möjligheter. Vid högkonjunktur har företagen inte den tid som krävs för att satsa på kompetensutveckling eller samverkan, eftersom man istället fokuserar på produktion. I dagsläget förkommer visst arbetsutbyte mellan företagen. Det finns en trend att alla byggen vill reducera sina kostnader, bland annat inom energieffektiviseringen, vilket öppnar för möjligheter att knyta till sig andra aktörer i syfte att stärka klustret. Detta kan exempelvis ske genom ökat samarbete med akademien och andra regioner. Många av dessa förutsättningar finns i branschen som redan har upparbetade kontakter i utlandet. Dessutom finns 40 studenter i praktiktjänster i byggindustrin i Dalarna, samtidigt som man utvecklar ett liknande system för träindustrin. Detta skapar förutsättningar för forskning och utveckling av produkter, som i sin tur gynnar branschens konkurrenskraft. Utifrån denna aspekt är det viktigt att akademien förstår företagets behov i större utsträckning, i syfte att kunna bidra till ökad tillväxt. En annan drivkraft bakom införandet av forskning är att akademien bidrar till branschens ambitioner att energibesparande byggnationer.

Många av medlemsföretagen har idag kontakter och samarbeten med andra regioner och länder – något som klusterinitiativet försöker fånga upp och kanalisera till efterfrågade medlemsföretag. Exempel på detta finns i Orsa där ett österrikiskt företag har etablerat en fabrik som tillverkar träblock. Vidare deltar Dala BIT i en ansökan till ett Interreg-projekt som ska ske i samverkan med regioner i Norge kring trä och bygginitiativ. Tillsammans med Värmland och Norge skall man även göra en förstudie kring att stödja uppbyggnad av liknande träkluster i dessa regioner, vilket skulle hjälpa Dala BIT i sin verksamhet. Värt att nämna är också att medlemsföretagen ser Norge och England som växande marknader.

Klusterinitiativet arbetar för att skapa tillväxt i företagen genom deltagande i mässor som exempelvis Hem & Villa mässan. Det finns en dialog med regionala aktörer som ska bygga hus om att hitta regionala leverantörer av hus och inredningstjänster samt att initiativet är med och initierar byggprojekt regionalt.

Klusterledaren för Dala BIT har aktivt verkat för att stimulera nyföretagande i regionen, bland annat genom att agera mentor åt två nyföretagare. Vidare har Dala BIT informerat branschens nyetablerade företag kring möjligheter och svårigheter i regionen - allt för att skapa en realistisk grund för nyföretagande.

Dala BIT har initierat projekt i syfte att göra mätningar och utvärderingar om massiv träbyggnation och Brandklassningar, varav ett drivs av Föreningen Svenska Timmerhus. Information distribueras till branschen via bland annat tidningen Timmerhus & interiör där Dala BIT är delaktig.

Klusterinitiativet har initierat ett projekt som i sin helhet ska stärka kvinnor i ledande ställning i branschen.

Vad gäller integrations- och mångfaldsfrågor arbetar klusterinitiativet idag i mycket begränsad utsträckning på detta område. Kompetens prioriteras högt i denna bransch, oavsett ursprungsland eller vilken etnicitet medarbetare har. Dala BIT har haft kontakt med Arbetsförmedlingen i syfte att utgöra stöd genom att lotsa arbetslösa till medlemsföretag.

En utmaning för Dala BIT är att hitta långsiktig finansiering för att bygga ett hållbart klusterinitiativ. Idag sträcker sig finansieringen fram till halvåret 2010. Klusterprocessen tar tid att bygga upp samt att förankra hos myndigheter och lärosäten. Detta är en process som måste få ta minst fem år. Idag upplevs ingen långsiktighet hos de regionala aktörerna. Det är dessutom viktigt att

aktörer som arbetar mot bygg- och träindustri går genom Dala BIT för att samordna information och resurser. Idag upplevs branschen som ofokuserad och rörig hos aktörer som tar direktkontakt med företagen.

4.3.2 Företagens syn på Dala BIT

För att få en förståelse för vilken marknad företagen inom Dala BIT i huvudsak vänder sig till har företagen fått ange hur stor andel av deras produktion som går till hemma- respektive exportmarknad. En stor majoritet, 16 av 18 företag, svarar att mer än hälften av deras varor och tjänster produceras för hemmamarknaden. I tabellen nedan redovisas antalet företag grupperat efter hur stor andel de producerar för hemmamarknaden.

Tabell 21: Antal företag som producerar för en hemmamarknad (n = 18)

	Produktion för hemmamarknad (%)			
	0 - 25	26 - 50	51 - 75	76 - 100
Antal företag	-	2	1	15

Vidare visar enkäten att 13 av 16 företag vill, om möjlighet fanns, växa i såväl omsättning som antal anställda. Två företag önskar endast växa i termer av antal anställda, medan ett företag inte vill växa överhuvudtaget.

Tabell 22: Vilja att växa som företag om det fanns möjlighet? (n = 16)

	Respondenter	Procent
Ja, både vad gäller omsättning och antal anställda	13	81
Ja, men utan att öka antalet anställda	2	13
Nej	1	6

Enligt en majoritet av företagen inom Dala BIT utgör följande faktorer de huvudsakliga tillväxthindren;

- Efterfrågan på företagets produkter
- Egen tid
- Konkurrens från andra företag
- Lagar och myndighetsregler

I syfte att kunna uttyda förändringar i aktivitetsgraden har företagen blivit ombudade att uppskatta den egna aktivitetsgraden i klusterinitiativet både före och under 2008. Totalt 16 företag besvarade denna frågeställning och resultaten redovisas i tabellen nedan.

Tabell 23: Aktivitetsgrad före och under år 2008 (n = 16)

Aktivitetsgrad	Före 2008 (%)	Under 2008 (%)
Mycket aktiv	7	6
Aktiv	20	44
Mindre aktiv	13	19
Inte aktiv	27	6
Vet ej	33	25

Företagen som har besvarat enkäten har varit mer aktiva under 2008 än under tidigare år. Framförallt beskriver sig färre respondenter som icke aktiva och flertalet har gått från att vara mindre aktiv till aktiv.

Företagen som är med i Dala BIT har olika motiv för sin medverkan. De allra viktigaste motiven för att delta i Dala BIT är enligt fler än 50 procent av företagen följande;

- Att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden
- Att öka samarbete/samverkan med andra företag
- Att få tillgång till klusterinitiativets/nätverkets marknadsföring och lobbyingaktiviteter

- Att få tillgång till ökad kunskap om trender och omvärldsanalys
- Att kunna utveckla nya produkter/tjänster
- Att få tillgång till kompetensförsörjning via klusterinitiativet/nätverket
- Att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på exportmarknaden

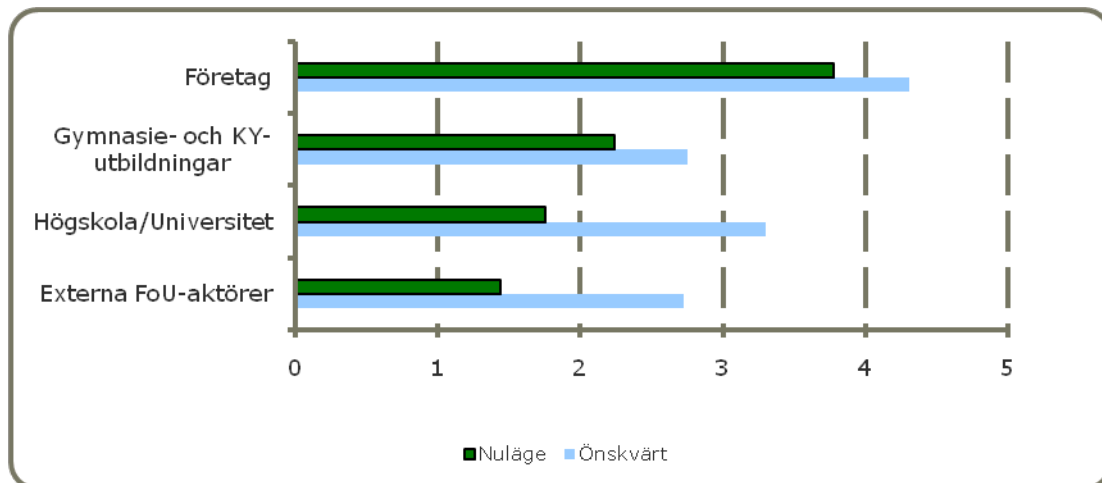
Vad gäller företagens syn på betydelsen av klusterdeltagande i dagens ekonomiska konjunktur, visar enkätsvaren att hälften av företagen (9 av 18 företag) anser att betydelsen är stor. 7 av 18 företag hävdar dock att initiativet har haft oförändrad betydelse. En respondent valde att kommentera betydelsen av Dala BIT på följande vis: *" Vi har varit för oaktiva, men detta ska förändras. Vi tror att det är jätte viktigt att det finns en organisation (Dala-Bit) som arbetar för att förbättra våra förutsättningar i branschen."*

4.3.3 Utvecklingsområden från ett företagsperspektiv

Av de 18 företag som besvarade enkäten anser 16 stycken av dessa att det är viktigt eller mycket viktigt att få tillgång till extern kompetens i syfte att utvecklas. Företagen efterfrågar olika typer av extern kompetens, exempelvis inom områdena marknadsföring, ekonomi, utbildning, administration och juridik.

Företagsenkäten har samlat information kring respondenternas syn på nuvarande och önskat samarbete med olika aktörer (n: 14-18). Diagrammet på nästa sida redogör för företagens genomsnittliga syn på detta samarbete, där värdet ett motsvarar "inte alls" och värdet fem motsvarar "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.



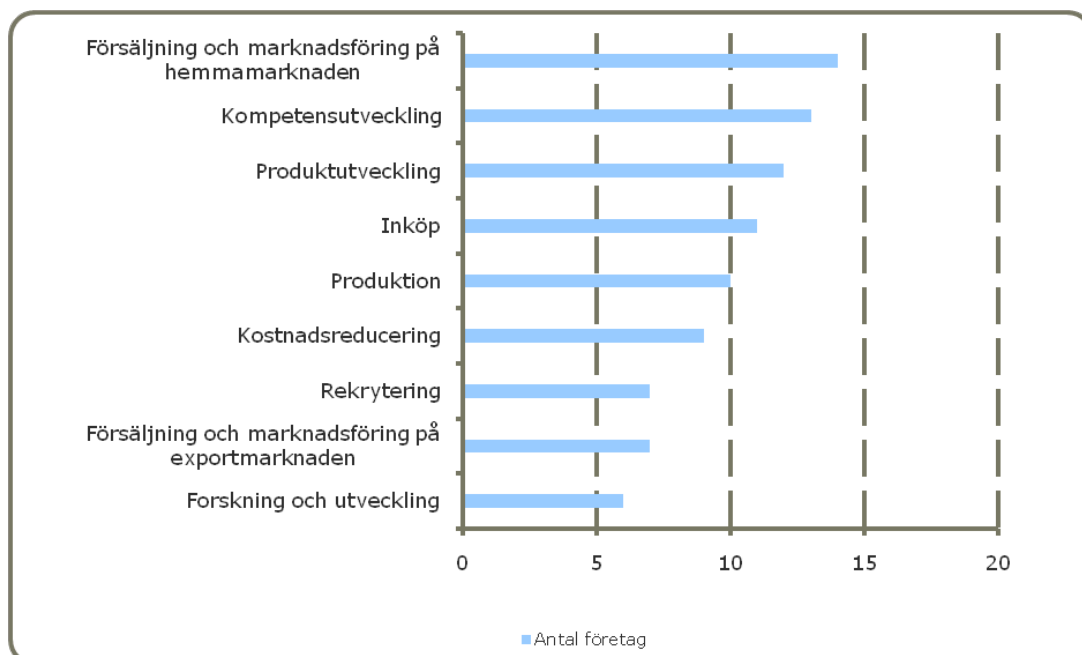
1 = inte alls, 2 = i lite utsträckning, 3 = till viss del, 4 = i stor utsträckning, 5 = i mycket stor

Företagen önskar en ökad grad av samverkan med samtliga aktörsgrupper. Den typ av samarbete som är mest förekommande är den med andra företag, vilket man också önskar utöka ytterligare. Den största skillnaden mellan befintlig och önskad samverkan går att finna i aktörsgruppen Högskola/Universitet. Det är också relativt stor skillnad mellan nuvarande och önskad samverkan med externa FoU-aktörer.

När det gäller samverkan med andra företag, visar enkätsvaren att 17 av 18 företag samarbetar med andra företag. De områden som företagen huvudsakligen samarbetar inom är försäljning och marknadsföring på hemmamarknaden, samt produktion och produktutveckling.

Det finns ett antal områden inom vilka företagen kan tänka sig att samarbeta i större utsträckning. Dessa redovisas i diagrammet nedan.

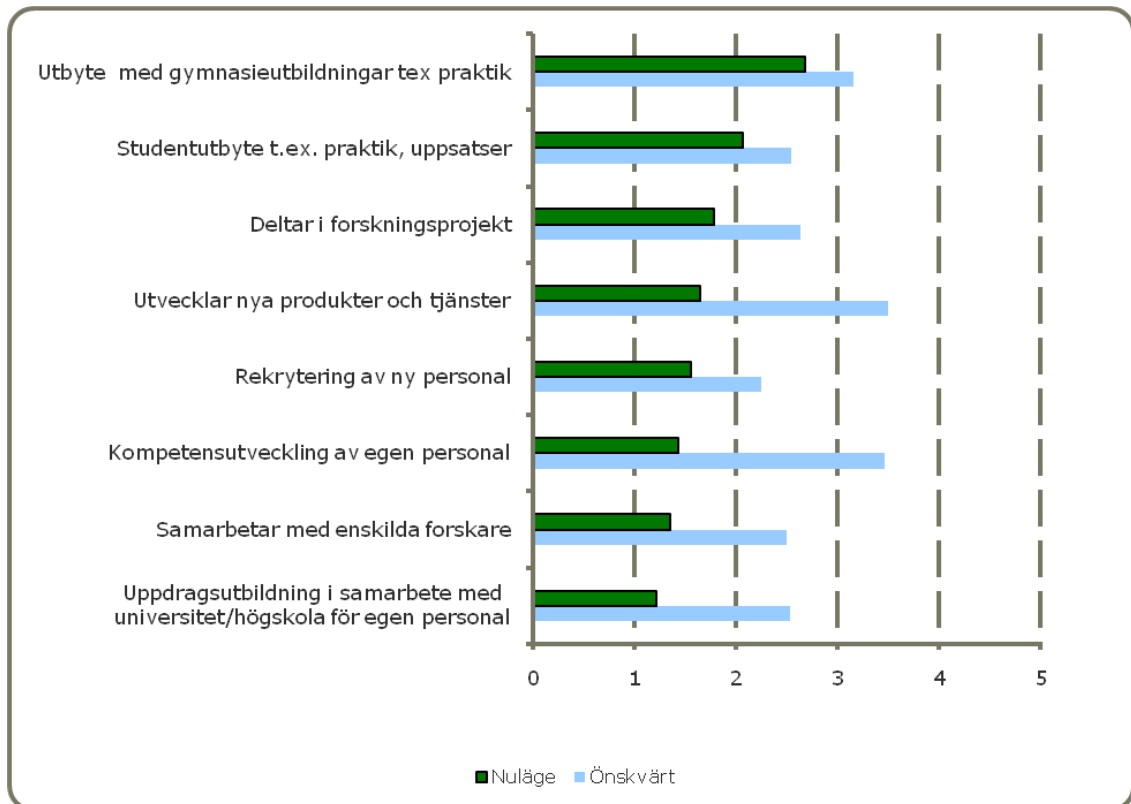
Diagram 10: Inom vilka områden ser du att ditt företag skulle kunna samverka mer inom med andra företag för att öka företagets konkurrenskraft? (n = 17)



Enligt diagrammet ser vi att respondenterna uppger att de skulle kunna samverka än mer med andra företag inom samtliga områden. Försäljning och marknadsföring på hemmamarknaden, tätt följt av kompetensutveckling, är de områden som flest företag anger vill utöka sitt samarbete inom.

När det gäller samverkan med högskola och universitet visar diagrammet nedan hur detta ser ut hos de företag som besvarat enkäten. Värdet ett motsvarar "inte alls" och värdet fem motsvarar "i mycket stor utsträckning".

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.



Diagrammet ovan redogör för företagens genomsnittliga syn på samarbete med forsknings- och utbildningsinstitutioner, såväl det nuvarande som det önskvärda samarbetet. Generellt sett samarbetar företagen i låg utsträckning med forsknings- och utbildningsinstitutioner. För områdena; utbyte med gymnasieutbildningar, produktutveckling samt kompetensutveckling av egen personal, önskar företagen däremot samarbeta mer än i viss utsträckning. Inom dessa områden finns det därmed potential att öka samarbetet mellan medlemsföretagen och Dala BIT. Detta kan relateras till det faktum att företagen anger dessa områden som några av de främsta motiven för klusterdeltagande.

Företagen har ombetts att ange vad de bedömer att företagen, akademien eller initiativet behöver göra för att samarbetet med forsknings- och utbildningsinstitutioner ska kunna utökas. Företagen har fått svara öppet på frågan och sammanlagt 13 respondenter har gjort detta. De svar som angivits är exempelvis; forum för diskussioner, gemensam datakurs/ritningsprogram samt information om vad som kan erbjudas. Det framkommer även att det finns behov om att hitta nya former för utveckling, utbildning, samverkan och marknadsföring samt hjälp med att skapa lämpliga kontakter och samarbetspartners.

4.3.4 Resultat och effekter från ett företagsperspektiv

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

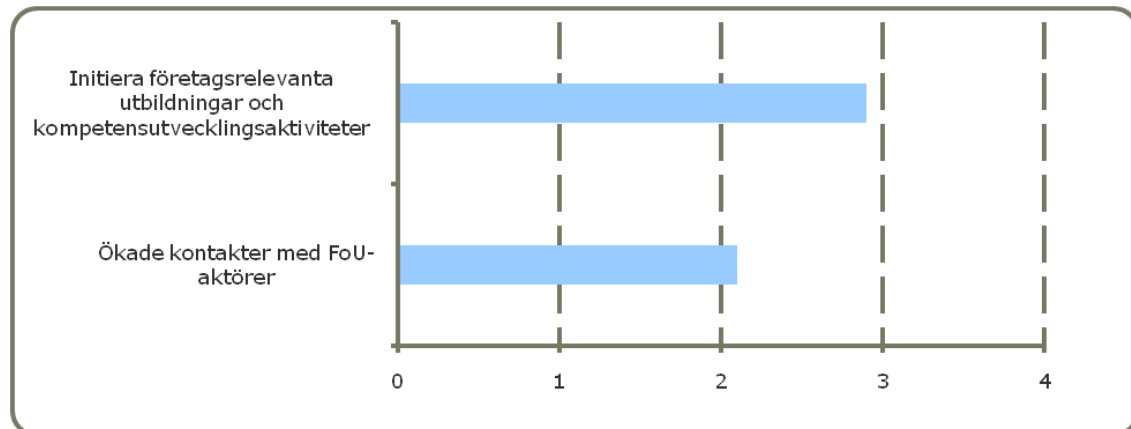
De 15 företagen uppger att deltagande i klusterinitiativet har bidragit till följande resultat och effekter;

- Ökat samarbete/samverkan med andra företag

- Nya affärer och/eller möjligheter till nya affärer på hemmamarknaden
- Ökat samarbete med utbildningsaktörer
- Ökad möjlighet att rekrytera kvinnor

Vidare visar nedan diagram hur företagen bedömer Dala BIT:s förmåga att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensutvecklingsaktiviteter, samt generera nya kontakter med FoU-aktörer. Skalan utgörs av fyra steg, där ett står för "dåligt" och fyra för "mycket bra". Diagrammet redogör för den genomsnittliga bedömningen.

Diagram 12: 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

Företagen anser i genomsnitt att Dala BIT bidrar i större utsträckning till att initiera företagsrelevanta utbildningar och kompetensaktiviteter än ökade kontakter med FoU-aktörer. Det förekommer dock en stor osäkerhet i svaren eftersom en stor andel av respondenterna inte har haft någon uppfattning kring frågeställningarna. Dessa "vet ej"-svar har uteslutits i beräkningarna för diagrammet¹³.

Tabellen nedan sammanfattar företagens uppfattning om klusterdeltagandets inverkan på FoU-området. Medan 38 procent av företagen har ökat sina FoU-aktiviteter tack vare deltagande, har hälften ökat FoU-samarbetet med andra företag. Vidare häre en dryg fjärdedel av företagen ökat sitt FoU-samarbete med forskningsaktörer. Det är också viktigt att notera att de företag som fyllt i svarsalternativet "vet ej" inte redovisas i tabellen¹⁴.

Tabell 24: Bedömning av vad deltagandet har inneburit inom området FoU (%)

	JA	NEJ
Ökad andel FoU aktiviteter i företaget	38	62
Ökat FoU-samarbete med andra företag	50	5
Ökat FoU-samarbete med Högskola/Universitet/industriforskningsinstitut	28	72

Tabellen nedan visar hur företagen ser på förmågan hos Dala BIT att underlätta rekrytering av rätt kompetens. Färre än hälften, 7 av 16 företag, anser att klusterinitiativet i någon utsträckning har underlättat rekrytering av rätt kompetens. Ett lika stort antal företag uppger att de inte har någon uppfattning i frågan.

¹³ För samtliga svar, se tabellverk i Bilaga 2

¹⁴ Ibid

Tabell 25: Rekrytering av rätt kompetens (n = 16)

	Respondenter	Procent
I mycket hög grad	-	-
I hög grad	3	19
I viss grad	2	13
I liten grad	2	12
Inte alls	2	12
Vet ej/Ingen uppfattning	7	44

Företagen har fått svara på frågor om vilka konkreta tillväxteffekter; försäljning, kostnader, antal anställda och nya investeringar, som de anser att initiativet har givit upphov till. De aktuella svaren redovisas i tabellen nedan där "vet ej"-svaren har utelämnats¹⁵.

Tabell 26: Konkreta tillväxteffekter (%)

	JA	NEJ
Ökad försäljning	72	28
Lägre kostnader	40	60
Ökat antal anställda	10	90
Nya investeringar	40	60

Tabellen ovan illustrerar att en stor majoritet, 72 procent, av företagen anser att deltagande i Dala BIT har bidragit till ökad försäljning. Samtidigt menar 40 procent att klusterdeltagande är förbundet med lägre kostnader och nya investeringar. Endast ett fåtal respondenter anser att deltagande i initiativet har bidragit till ett ökat antal anställda.

Företagen som har svarat på enkäten har även fått frågan om de bedömer att Dala BIT kommer bidra till en långsiktigt stärkt konkurrenskraft. Från tabellen nedan framgår att en överlägsen andel av företagen anser att initiativet kommer att bidra till långsiktigt förbättrad konkurrenskraft på samtliga områden. Viktigt att notera är att "vet ej"-svar har uteslutits ur tabellen¹⁶.

Tabell 27: Långsiktigt förstärkt konkurrenskraft (%)

	JA	NEJ
Genom förbättrade produkter/tjänster	92	8
Genom nya produkter/tjänster	90	10
Genom kostnadsfördelar	91	9

Utifrån enkätsvaren har nedan tabell sammanställts, vilken visar att företagen anser att klusterdeltagande endast bidragit till miljömedvetenhet. Återigen har "vet ej"-svaren uteslutits ur tabellen¹⁷.

Tabell 28: Bidrag till hållbarhet (jämfördhet, integration, miljömedvetande) (%)

	JA	NEJ
Ökad jämfördhet	-	100
Ökad integration	-	100
Ökat miljömedvetande	43	57

4.3.5 Vad kan initiativen göra ytterligare?

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

¹⁵ För samtliga svar, se tabellverk i Bilaga 2

¹⁶ Ibid

¹⁷ Ibid

- Genom aktiv hjälp för proffsig marknadsföring
- Lägre kostnader
- Datautbildning
- Investering i maskinutrustning för att kunna hålla en hög produktkvalitet
- Snabbare hantering av bygglov, tillgång till kapital

I ett nästa steg har företagen i Dala BIT fått besvara en fråga om vad som kan göras för att stärka konkurrenskraften. Nedan redovisas de tankegångar som har lyfts fram i enkäten;

- Mässor
- Nätverk
- Forskning
- Informationsmöten
- Forskning
- Stärka hemsida
- Hjälpa med konceptutveckling

Slutligen har respondenterna fått reflektera kring vad som kan göras för att skapa mer värde för företagen. Denna frågeställning genererade följande svar;

- Arbete med mässor
- Medverka till gemensamma aktiviteter och nätverksbyggande
- Marknadsföringsåtgärder
- Bidra med pengar och seminarier
- Få igång större projekt

4.3.6 Sammanfattning och slutsatser för Dala BIT

Dala BIT:s medlemsföretag uppvisar en ökad aktivitetsgrad för 2008 jämfört med tidigare år, något som indikerar att klusterinitiativet har fått ökat genomslag hos företagen.

Dagens finansiella situation har drabbat bygg- och träindustrin svårt, men kan även betraktas som en drivkraft för att hitta nya vägar för tillväxt. Detta gör att samarbetet med akademien blir allt viktigare för att utöka och förnya kompetensen i en komplex bransch som i allt högre grad omfattar arkitektur, design och till viss del även inredning. Detta gör att det finns förutsättningar att prova nya vägar och sätt att förändra branschen.

De företag som har deltagit i enkäten uppger att de önskar utöka sitt samarbete med flera aktörsgrupper. Den största skillnaden mellan nuvarande och önskat samarbete går att finna i kategorin "Högskola/Universitet" – något som indikerar att det finns en intressant utvecklingspotential för utökat samarbetet mellan medlemsföretag och Dala BIT på detta område. Denna typ av potential går även att finna på de tre områdena; utbyte med gymnasieutbildningar, produktutveckling samt kompetensutveckling av egen personal, där företagen önskar samarbeta mer än i viss utsträckning. Kompetensförsörjningen inom bygg- och träindustrin är av särskild betydelse med tanke på den ägarskiftesproblematik som finns i Dalarna - något som processledarna för både Dala BIT och Triple Steelix lyfter. Dala BIT arbetar med detta genom att bland annat stimulera nyföretagande, jämställdhetsfrågor och öka samverkan med andra regioner genom exempelvis Interreg-program. I och med att Dala BIT är ett nystartat klusterinitiativ syns inte ännu genomslaget av de olika aktiviteterna hos medlemsföretagen.

I syfte att öka konkurrenskraften inom bygg- och industribranschen är det viktigt att den internationella marknadsandelen ökar. Ramböll anser att i dag finns stor potential till detta genom att flera företag har kontakter och kopplingar till utlandet. Klusterinitiativet försöker främja detta genom att fånga upp medlemsföretagens kopplingar till utlandet och förmedla dessa till företag som har viljan att öka sin exportandel. Även på detta område arbetar Dala BIT för att öka samverkan med andra regioner genom exempelvis Interreg-program. Vid frågan om vilka områden företagen helst samarbetar med andra företag inom, hamnar försäljning och marknadsföring på hemmamarknaden överst på listan, medan motsvarande för exportmarknaden hamnar långt ned.

4.4 Ahead

Då fokus är att bygga upp strukturer och nätverk av företag, är antal medlemsföretag till klusterinitiativet för lågt för att motivera en företagsenkät.

4.4.1 Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling

Processledaren upplever att diskussioner i utvecklade klustertermer kommer att dröja eftersom initiativet främst arbetar med att samordna olika aktörer inom området i syfte att öka samverkan och få befintliga nätverk att arbeta bättre tillsammans. I dagsläget omfattar Ahead endast ett fåtal företag som inte påverkats av dagens finansiella lågkonjunktur.

Ahead arbetar brett inom ett antal olika områden för att utveckla området media och kommunikation. Det största arbetet sker inom spelutveckling – ett område där utvecklingen blir alltmer nationell än regional. Man stödjer bland annat Playground Squad i Falun som är den ledande skandinaviska utbildningen inom spelutveckling. Det är företaget Tension Graphics som genom sitt utbildningskoncept bedriver denna KY-utbildning inom upplevelse- och spelutveckling. Högskolan har dessutom startat ljudproduktion i samarbete med Playground Squad. Inom ramen för stiftelsen Teknikdalen har man i Falun också etablerat inkubatorn GameCubator. Klusterinitiativet stödjer även byggnationen av ett Kreativ Lab som ska finnas för elever som vill jobba med denna typ av projekt.

En annan inriktning för Ahead är film, där man har ett avtal med Film i Dalarna. Fokus är att skapa ett arrangörsnätverk inom filmbranschen i syfte att attrahera intressanta projekt till Dalarna. Det finns även ett samarbete med dokumentfilmsnätverket NITRA som utvecklar dokumentärfilm i Dalarna.

En tredje inriktning inom klusterinitiativet är arbetet med reklambyråer i Dalarna. Marknadsförening Dalarna är ett nätverk för denna bransch som arbetar med kommunikation. Ahead har ett avtal med föreningen för att göra ett antal aktiviteter som ligger i linje med Aheads utvecklingsplan. Uppbyggnaden av denna verksamhet och dess medlemmar pågår.

Den fjärde inriktningen av klusterinitiativet är grafisk produktion. Basen har tidigare legat på högskoleingenjörsprogram i grafisk Teknologi som vänder sig till tekniker. Dock minskar antalet sökande till linjen, vilket bland annat kan förklaras av ett större intresse bland sökande för design – något som inte tillgodoses i utbildningen. Arbeta för att utveckla och förstärka nätverket med företag som ingår i denna inriktning pågår.

En utmaning är att det saknas en tydlig samtalspart för de olika inriktningarna. Målbilden är att skapa en attraktiv region som attraherar människor och företag inom dessa olika inriktningar, men det behövs en kärna av forskning och företag inom dessa områden.

Samarbetet med de övriga länen inom ramen för klusterutvecklingen har ännu inte resulterat i några konkreta effekter för Ahead. Det skulle dock vara av intresse att få kunskap om hur andra processledare arbetar med sina kluster och utvecklar dessa. Ser man över länsgränserna efter inspirerande exempel är Malmöregionens satsning "Media mötesplats Malmö" ett bra exempel.

Med tanke på att Ahead är ett relativt nytt klusterinitiativ som knappt hunnit få igång sin operativa verksamhet, är det ännu inte möjligt att i större utsträckning redovisa verksamhet relaterad till de specifika tillväxtindikatorerna. Det handlar för närvarande om att skapa förutsättningar för att de olika inriktningarna skall kunna ha kvar sin verksamhet. Det som är gemensamt för de olika inriktningarna är behovet av kompetensförsörjning och utbildning. Som en del i att skapa förutsättningar för detta spelar Högskolan Dalarna en avgörande roll som koordinator och samlingsplats för utveckling för de olika inriktningarna.

Arbetet med jämställdhetsfrågor är liksom övriga indikatorer, långsiktigt och strategiskt. Ahead arbetar bl.a. med jämställdhetsperspektivet inom ramen för projektet "InnoWent" där Teknikdalen och högskolan utvecklar en arena för nyföretagande och företagsutveckling, med ambitionen att bli ett ledande centra för innovationer, entreprenörskap och affärsutveckling.

4.4.2 Reflektioner Ahead

Det finns ett flertal olika aktörer i Dalarna som vänder sig till samma företag inom denna bransch. Detta sker idag utan samordning mellan aktörerna, vilket är något som skulle kunna förbättras.

Högskolans roll som samordnare behöver förstärkas i de delar som handlar om högre utbildning och forskning. Det som är gemensamt för de olika inriktningarna inom mediebranschen är behovet av kompetensförsörjning och utbildning, vilket bidrar till att högskolan har en strategiskt viktig roll i utvecklingen av detta klusterinitiativ.

4.5 High Voltage Valley

4.5.1 Processledarens bild av klusterinitiativets utveckling

Från starten 2005 har klusterinitiativet varit fokuserat på forskning inom elkraft. Sedan årsskiftet 2008-2009 har High Voltage Valley, som är placerat i Ludvika, i viss mån ändrat inriktning. Från sitt tidigare forskningsfokus är nu ambitionen att i större omfattning involvera SMF i klusterarbetet. ABB i Ludvika är ett drivande företag i detta klusterarbete då man ser behovet av att närma sig SMF som ett led i att arbeta med kompetensförsörjning.

I syfte att förstärka kopplingen till SMF har en ny klusterledare, Linda Nilsson, anställts. Arbetet har inletts med företagsbesök samt diskussion kring strategi och framtida organisering. Vidare skall Nilsson samarbeta med aktörer som stödjer nyföretagande och inkubatorverksamhet.

Den tydliga kopplingen till forskningen kommer att upprätthållas samt stärkas vad gäller kopplingen till näringslivet. Ludvika är världsledande inom elkraftteknik och driver det första europeiska forskningsprojektet inom elektromagnetisk puls/elektromagnetisk terrorism. Ett flertal personer som är ledande ur ett europeiskt perspektiv är knutna till detta projekt. Till detta är personer knutna som är ledande ur ett europeiskt perspektiv. Vidare så forskar man kring säkerhet inom elkraft samt kring hur vi kan skydda vårt elnät/vår infrastruktur mot elektromagnetisk puls (avsiktliga radiofrekvensstörningar).

Utöver detta arbete skall man utveckla möjligheten till kontakt mellan studenter och företag, samt undersöka möjligheten att ansluta en forskarskola i Ludvika där bland annat ABB kan erbjuda en bra laboratoriemiljö.

Elkraftteknikbranschen har inte påverkats av dagens finansiella situation. ABB har tvärtom ett stort behov av att anställa ytterligare personal.

Klusterinitiativet är internationellt till sin karaktär och har i uppdrag att identifiera en internationell samarbetspartner.

Andra klusterinitiativ som skulle vara av intresse att samverka med är Fiber Optic Valley i Gävleborg, samt Compare i Värmland som också arbetar med testmiljöer. Vidare finns ett visst intresse av att se hur Robotdalen i Mälardalen arbetar för att involvera SMF.

Klusterinitiativet startade under 2005 med stark forskningsinriktning och har sedan årsskiftet även arbetat för att bredda sina företagskontakter. Detta gör det svårt att peka på konkreta resultat för de olika tillväxtindikatorerna.

Kompetensförsörjning är ett viktigt område att arbeta med eftersom det råder brist på arbetskraft inom branschen. Elkraftteknikbranschen är idag mansdominerad och det är således viktigt att få in mer kvinnor, men även personer med invandrabakgrund – ett område där ABB uppvisat god förmåga.

4.5.2 Reflektioner High Voltage Valley

Klusterinitiativet är relativt ungt, men är redan idag världsledande inom säkerhetsforskning - en bransch som ligger rätt i tiden, är internationell till sin natur och där det råder brist på arbetskraft. Med den tydliga ambitionen att attrahera SMF krävs insatser som klusterinitiativet varken kan genomföra eller påverka. Det räcker inte enbart med att kunna erbjuda den anställde bra arbetsförhållanden och karriärmöjligheter, utan regionen i sig måste också vara attraktiv för att locka personer till en region. Där har klusterinitiativet endast en marginell möjlighet till påverkan, och istället har såväl kommunen som regionen ett stort ansvar att skapa dessa förutsättningar.

5. NÅGRA SAMMANFATTANDE RESULTAT FÖR DALARNAS KLUSTERINITIATIV

I detta avsnitt presenteras resultat och effekter samlat för de studerade klusterinitiativen med utgångspunkt från tillväxtindikatorerna; tillväxt i befintliga företag, nyföretagande, ökad industri- nära forskning samt utveckling av utbildning för långsiktig kompetensförsörjning.

5.1 Tillväxt i befintliga företag

Tabell 29: Konkreta tillväxteffekter (n = 50) (%)

	JA 2008	NEJ 2008	Totalt 2008
Ökad försäljning	43	57	43
Lägre kostnader	26	74	26
Ökat antal anställda	14	86	14
Nya investeringar	31	69	31

Det kan konstateras att ett antal företag anser att klusterdeltagande har lett till konkreta tillväxteffekter. Skillnader mellan klusterinitiativen som observeras är förståeliga då man har kommit olika långt i sin etablering. I ovan tabell presenteras fördelningen av svaren mellan dem som har svarat "ja" eller "nej". De som har svarat "vet ej" redovisas inte i tabellen¹⁸.

Utifrån den enkät som har besvarats av företag i klusterinitiativen kan det konstateras att det finns ett antal motiv för medverkan som nämns mer frekvent än andra. Företagens främsta motiv för klusterdeltagande redovisas i tabellen nedan. Ökat samarbete/samverkan med andra företag, nya affärer på hemmamarknaden, ökad kunskap om trender samt möjlighet att utveckla nya produkter/tjänster, uppges av företagen vara de viktigaste motiven.

Tabell 30: Företagens främsta motiv för att medverka

	Destination Dalarna	Triple Steelix	Dala BIT
För ett ökat samarbete/samverkan med andra företag	X	X	X
För att skapa nya affärer och/eller möjlighet till nya affärer på hemmamarknaden	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		X
För ett ökat samarbete med forskningsaktörer			
För att få tillgång till kompetensförsörjning via klusterinitiativet/nätverket		X	X
För att få tillgång till klusterinitiativets/nätverkets marknadsföring och lobbyingaktiviteter	X		X
För ett ökat samarbete med utbildningsaktörer			
För ett ökat samarbete med offentliga aktörer			
För att effektivisera och kostnadsrationalisera i företaget		X	
För att få tillgång till ökad kunskap om jämställdhetsarbete			
För att få tillgång till riskvilligt kapital			

¹⁸ För fullständiga svar, se tabellverk i Bilaga 2

Nedanstående tabell redogör för de resultat som företagen uppger att klusterdeltagande har bidragit till.

Tabell 31: Viktiga resultat ur ett företagsperspektiv

	Destination Dalarna	Triple Steelix	Dala BIT
Ökad kunskap om utvecklingen i branschen		X	X
Ökad kunskap om produktivtets/effektivitetsutveckling		X	
Ökat samarbete/samverkan med andra företag	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			
Ökat samarbete med forskningsaktörer			
Ökad möjlighet till rekrytering			
Ökad möjlighet att rekrytera kvinnor			

Det resultat som förenar de tre klusterinitiativens medlemsföretag är att samtliga uppger att klusterdeltagande har lett till ökat samarbete/samverkan med andra företag.

En av enkätens viktigare frågor är den som berör klusterdeltagandets inverkan på konkurrenskraften. I nedanstående tabell redogörs för hur stor andel av företagen som anser att deltagandet leder till långsiktigt stärkt konkurrenskraft samt för hur detta ska kunna uppnås, genom exempelvis förbättrade eller nya produkter och tjänster, samt kostnadsfördelar.

Tabell 32: Bidrag till långsiktigt förstärkt konkurrenskraft (n = 10, 22, 12, 44) (%)

	Destination Dalarna	Triple Steelix	Dala BIT	Totalt 2008
Förbättrade produkter/tjänster	100	100	92	98
Nya produkter/tjänster	100	90	90	92
Kostnadsfördelar	71	88	91	85

Utifrån tabellen kan utläsas att medlemsföretag i samtliga klusterinitiativ upplever starkt att klusterdeltagande leder till ökad konkurrenskraft genom förbättrade eller nya produkter och tjänster. Det finns även en stark generell tro att medlemskapet även bidrar långsiktigt till kostnadsfördelar.

Tabellen ger en bild av att det finns en stark tro på klusterinitiativens förmåga att skapa konkurrenskraft, vilket utgör en stabil grund för dem att utvecklas från. Både Destination Dalarna och Dala BIT är relativt unga, men har redan nu ett stort förtroendekapital bland sina medlemsföretag att bygga vidare på för framtida insatser. Viktigt är även att ta hänsyn till att det finns en stor andel "vet ej"-svar. I den gruppen finns sannolikt en stor möjlighet att skapa en tydligare bild av vad initiativet kan göra för företagen.

Nya frågor för 2008 är de om viljan hos företag att växa, samt om vilka faktorer som företagen anser utgör hinder för deras utveckling och tillväxt. Samma frågor har även ställts av Tillväxtverket i rapporten "Företagens villkor och verklighet 2008" som är en riksomfattande undersökning av småföretagen i Sverige. 7 581 företag från Dalarna svarade på enkäten i Tillväxtverkets rapport.

Tabell 33: Viljan att växa om det fanns möjlighet (antalet respondenter) (29, 30, 16, 75) (%)

	Destination Dalarna	Triple Steelix	Dala BIT	Totalt 2008	Totalt Dalarna
Ja, både vad gäller omsättning och antal anställda	90	93	81	89	43
Ja, men utan att öka antalet anställda	7	7	13	8	30
Nej	3	-	6	3	27

Vid en analys av ovan tabell framgår att viljan att växa skiljer sig väsentligt åt mellan klusterinitiativen och Dalarnas näringsliv totalt sett. Skillnaden är som störst vad gäller viljan att växa, både i termer av omsättning och antal anställda,.

Tabell 34: Hur stort hinder anser du att följande faktorer utgör för företagets utveckling och tillväxt?

	Destination Dalarna	Triple Steelix	Dala BIT	Totalt 2008
Konkurrens från andra företag		X	X	
Efterfrågan på företagets produkter		X	X	X
Företagets lönsamhet	X			X
Tillgång till lån och krediter				
Tillgång till externt ägarkapital				
Tillgång till lämplig arbetskraft		X		
Tillgång till infrastruktur (t ex transportsystem, telekommunikationer)	X			
Kapacitet i nuvarande lokaler, utrustning etc				
Lagar och myndighetsregler	X			
Egen tid			X	X

Vid en analys av ovan tabell framkommer att det största tillväxthindret är "Efterfrågan på företags produkter", tätt följt av "Konkurrens från andra företag", "Företagets lönsamhet" samt "Egen tid".

När man ställt motsvarande fråga i rapporten "Företagens villkor och verklighet 2008" framkommer att, i fallande prioriteringsordning, "Lagar och myndighetsregler", "Egen tid", "Konkurrens från andra företag", "Företagens lönsamhet" och "Tillgång till lämplig arbetskraft" är de största hindren för företagets tillväxt. Det som skiljer klusterföretagens syn på hinder för tillväxt från övrigt näringsliv är kategorin "Efterfrågan på företagets produkter". De övriga hindren som medlemsföretagen upplever skiljer sig inte i någon större omfattning från övrigt näringsliv i Dalarna.

5.2 Nyföretagande

Klusterledaren för Dala BIT har aktivt verkat för att stimulera nyföretagande i regionen, bland annat genom mentorskap vid nyföretagande. Vidare har Dala BIT informerat nystartade företagare inom branschen kring möjligheter och svårigheter i regionen. Detta för att skapa en realistisk grund för nyföretagande.

Klusterinitiativet Ahead har inom ramen för stiftelsen Teknikdalen startat inkubatorn GameCubator i Falun. Klusterinitiativet stödjer även byggnationen av ett Kreativ Lab med syfte att stötta elever som vill jobba med denna typ av projekt.

Inom High Voltage Valley ska klusterledaren arbeta med nyföretagande och inkubatorverksamhet. Arbetet har redan inletts med företagsbesök samt diskussion kring strategi och framtida organisering.

I enkäten ställdes en fråga om medverkan i initiativet har bidragit till ökad jämställdhet, integration eller miljömedvetenhet i företaget. Svaren för de båda initiativen åskådliggörs i nedan tabell.

Tabell 35: Bidrag till hållbarhetsaspekter (jämställdhet, integration, miljömedvetande) (n = 15, 19, 7, 40) (%)

	Destination Dalarna	Triple Steelix	Dala BIT	Totalt 2008
Ökad jämställdhet	6	21	-	13
Ökad integration	7	6	-	6
Ökat miljömedvetande	18	12	42	20

Vid en analys av ovan tabell framgår att värdet av samtliga parametrar har minskat sedan föregående års mätning. Ökat miljömedvetande är det som företagen anser att klusterinitiativen huvudsakligen har bidragit till. Triple Steelix, som särskilt arbetat med jämställdhetsfrågor, har fått ett visst genomslag hos sina medlemsföretag.

5.3 Ökad industrinära forskning

Företagen har även ombetts värdera vad deltagandet i initiativen har resulterat i på FoU-området i termer av utökade satsningar, nya FoU-projekt, samt ökat FoU-samarbete med såväl andra företag som högskola och universitet. Nedan tabell ger en bild av företagets bedömning av respektive klusterinitiativ.

Tabell 36: Bedömning av vad deltagandet i initiativen har inneburit (n = 13, 21, 8, 41)(%)

	Destination Dalarna	Triple Steelix	Dala BIT	Totalt 2008
Ökad andel FoU aktiviteter i företaget	3	15	37	40
Ökat FoU-samarbete med andra företag	33	52	50	46

Ökat FoU-samarbete med Högskola/ Universi-	23	48	28	37
---	----	----	----	----

Utifrån ovan tabell kan utläsas att sammanlagt 40 procent av samtliga företag anser att klusterdeltagande har resulterat i en större andel FoU-aktiviteter i företaget.

Sammanlagt 46 procent av företagen anser att deltagande i respektive klusterinitiativs aktiviteter har resulterat i ökat FoU-samarbete med andra företag, medan 37 procent anser att klusterdeltagande har lett till ökat FoU-samarbete med högskola, universitet eller industriforskningsinstitut.

5.4 Långsiktig kompetensförsörjning

I enkäten ombeddes företag att ange i vilken mån klusterinitiativen har bidragit till att underlätta vid rekrytering av rätt kompetens. Nedan tabell visar en genomsnittlig bedömning av de svar som inkommit.

Tabell 37: Bedömning av initiativens förmåga att underlätta vid rekrytering av rätt kompetens (n = 78) (%)

	2008
I mycket hög grad	-
I hög grad	14
I viss grad	38
I liten grad	7
Inte alls	10
Vet ej/Ingen uppfattning	31

Utifrån tabellen kan konstateras att 59 procent av de responderande företagen anser att initiativen i någon grad bidrar till att underlätta vid rekrytering. Initiativen kan sägas vara en mötesplats eller inneha en mäklarfunktion vad gäller rekrytering av rätt kompetens. Vid en jämförelse med 2006 års undersökning framgår att denna bedömning förblir relativt konstant mellan åren.

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

5.5 Regionövergripande slutsatser för Dalarna

Dalarnas klusterinitiativ finns inom vitt skilda branschområden. De arbetar med alltifrån världsledande säkerhetsforskning inom elkraftteknik till besöksnäring och byggföretagens konkreta och kundnära arbete. Den samlande bilden av klusterinitiativen framhäver vikten av kompetensförsörjning och förmåga att attrahera arbetskraft – något som är av särskild betydelse med tanke på ägarskiftesproblematiken i Dalarna. Här har de olika klusterinitiativen en viktig roll att spela tillsammans med offentliga aktörer som exempelvis Högskolan i Dalarna, Regionförbundet, Länsstyrelsen och kommunerna. Intressant att notera är också att många av medlemsföretagen har en hög tilltro till klustrens förmåga att stärka det egna företagets konkurrenskraft.

För att öka kontakten med klustrens företag, bör Högskolan Dalarna i större utsträckning använda Dalarnas klusterinitiativ på ett strukturerat sätt i syfte att nå ut till SMF i regionen och därmed bidra till regionens politiska målsättning att utveckla dessa branscher. Samtliga klusterinitiativ arbetar med att skapa kontaktytor mot forskning och akademi, vilket i sin tur underlättar för akademien att få ut forskning till gagn för tillväxt i företagen. Triple Steelix har ett strategiskt samarbete med både akademien (ett flertal lärosäten) samt med finansiärer, vilket kan ge inspiration och lärdomar till andra klusterinitiativ.

Ser man till företagets främsta motiv för klusterdeltagande (förutom Ahead och High Voltage Valley som ej deltog i företagsenkätutskicket), kan man utläsa att skapandet av nya affärer/eller möjligheter till nya affärer på hemmamarknaden kommer högst upp på listan, tätt följt av ökat samarbete med andra företag. Vidare är det viktigt att utveckla och förstärka exportmarknaden i syfte att nå ökad konkurrenskraft i de olika klusterinitiativen – något som sker på olika sätt bland klusterinitiativen. High Voltage Valley har redan idag en stark internationell koppling som är tänkt att utvecklas, och Dala BIT arbetar med att fördjupa och utöka samarbete med Norge samt att ta tillvara på medlemsföretagens internationella kontakter. Samtliga klusterinitiativ har potential att

utveckla sina internationella kontaktytor, men har ännu inte prioriterat detta eftersom det krävs ytterligare grundarbete i klusterprocessen. Här kan dock högskolan och de regionala aktörerna vara ett stöd för detta arbete. Värmland har kommit längre i detta avseende där högskolan har aktivt utbyte med andra länder inom de olika klusterinitiativens områden.

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. Vid tekniska frågor kontakta Felicia Fazzi på Ramböll Management på telefonnr. 08 410 579 61 eller via e-mail: 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 långsiktig förstärkt konkurrenskraft?

	Ja	Nej	Vet ej/ingen uppfattning
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

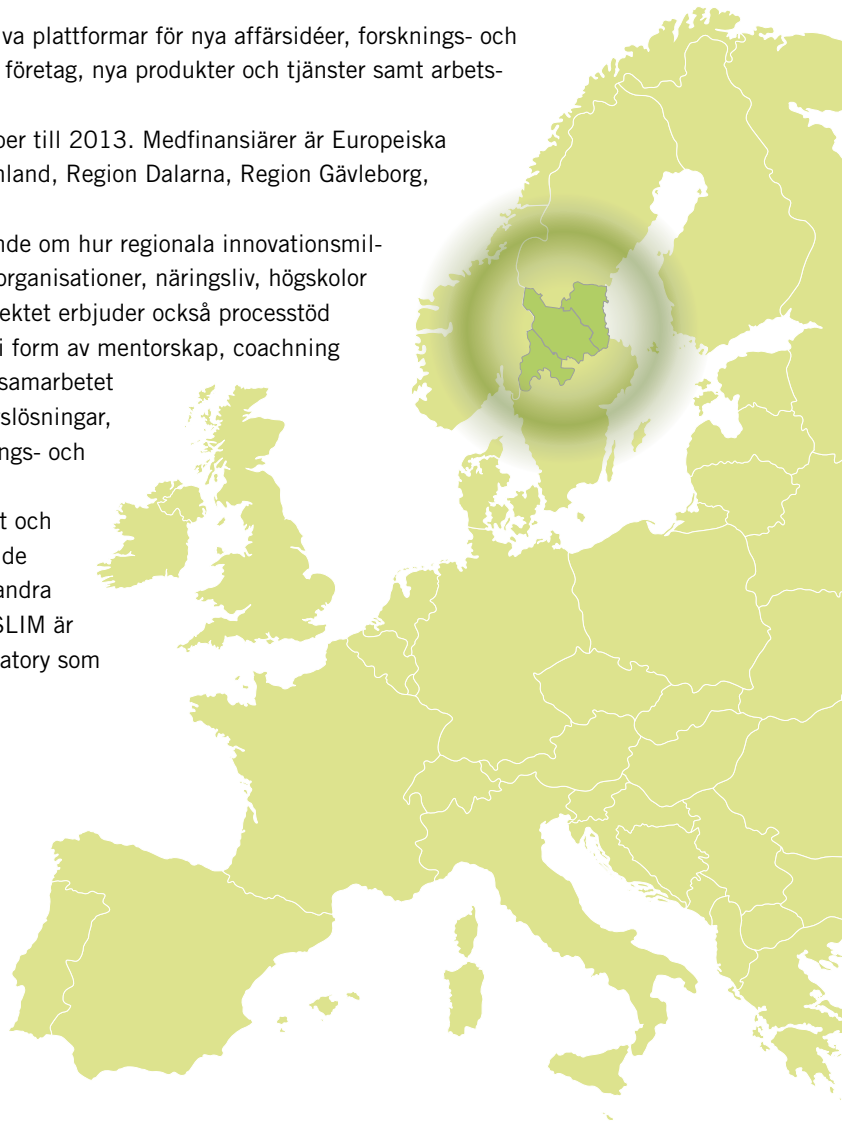
Region Dalarna, Region Värmland och Region Gävleborg driver gemensamt SLIM-projektet (systemledning och lärande kring klusterprocesser/innovativa miljöer i Norra Mellansverige) för att stödja utvecklingen av klusterorganisationer. Projektet omfattar 15 klusterorganisationer i de tre regionerna. I klusterorganisationerna 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



En investering för framtiden

