



Foto: Bodø i Vinden

Kartlegging av kjøp og salg av tjenester innenfor kunnskapsintensiv, forretningsmessig tjenesteytende sektor i Nordland

Forord

Kunnskapsparken Bodø har gjennomført en kartlegging av kjøp og salg av tjenester innenfor kunnskapsintensiv, forretningsmessig tjenesteytende sektor (KIFT) i Nordland. Studiet er finansiert av Nordland fylkeskommune, gjennom DA-pilaren kunnskapsbasert verdiskaping.

Formålet med kartleggingen har vært å synliggjøre om det er tjenester og/eller kompetanse innenfor kunnskapsintensiv forretningsmessig tjenesteytende sektor, som det er behov for og grunnlag for å bygge opp i Nordland. Kunnskap om dette vil igjen gi grunnlag for bedriftsetableringer og styrke eksisterende fagmiljø, som igjen vil gi grunnlag for økt sysselsetting innenfor KIFT-sektoren i fylket.

Data er samlet inn gjennom spørreskjema, intervju og statistikk. Respondentene i kartleggingen er ledere fra offentlige og private virksomheter i Nordland som kjøper KIFT-tjenester, og ledere i bedrifter som selger KIFT-tjenester. Informantene representerer samme grupper.

Vi ønsker å takke alle respondentene og informantene for interessante innspill og synspunkter.

Det er Kunnskapsparken Bodø som har utarbeidet studiet og som har det fulle og hele ansvaret for innhold. De mangler og feil som rapporten eventuelt måtte ha, står helt og fullt for forfatternes regning.

Kartleggingen og intervjuene med informantene er gjennomført i perioden mai til september 2018.

Bodø, 14. desember 2018

Kunnskapsparken Bodø

OPPDRAG	Analyse av kjøp og salg av KIFT-tjenester i Nordland	REFERANSE	610/2018
EMNE	Kjøp og salg av KIFT-tjenester i Nordland	GRADERING	Åpen
OPPDRAGSGIVER	Nordland fylkeskommune	PROSJEKTLEDER	Marit Kvarum
ISBN	ISBN 978-82-81-51060-9	UTARBEIDET AV	Marit Kvarum, Sissel Ovesen, Kristian Rydland Antonsen

PROSJEKTLEDER Marit Kvarum	Signatur <i>Marit Kvarum</i>
KONTROLLERT AV Rune Finsveen	Signatur <i>Rune Finsveen</i>
GODKJENT AV Svenn Are Jenssen	Signatur <i>Svenn Are Jenssen</i>

Revisjon	Dato	Beskrivelse
1	17.12.2019	For gjennomlesing og kommentarer fra oppdragsgiver

Innhold

1	Innledning	2
1.1	Bakgrunn	2
1.2	Målet med studiet	2
1.3	Rapportens oppbygging	3
1.4	Kunnskapsintensive næringer og KIFT	4
1.4.1	Definisjon av KIFT	4
1.4.2	Geografisk avgrensning	5
2	Metode	6
2.1	Kjøp av KIFT-tjenester	6
2.1.1	Survey	6
2.1.2	Fokusintervju	9
2.2	Salg av KIFT-tjenester	10
2.2.1	Survey	10
2.2.2	Populasjon	10
2.2.3	Fokusintervju	13
3	KIFT-tjenester og utdanningsnivå	15
3.1	Utdanningsnivå i Nordland	15
3.2	Utdanningsnivå i regionene i Nordland	16
3.3	Utvikling i andel sysselsatte med høyskole- og universitetsutdanning	16
3.4	Utdanningsnivå innenfor ulike fagområder	17
3.5	Oppsummering	18
4	KIFT-næringens betydning og andre næringer og sektors betydning for KIFT	19
4.1	Fylkesvis fordeling av samlet sysselsetting og sysselsetting innenfor KIFT-næringene	19
4.2	Sysselsatte fordelt på KIFT-næringer i Norge	20
4.3	Sysselsatte fordelt på KIFT-næringer i Nordland	20
4.4	Viktige og mindre viktige KIFT-næringer i Nordland	21
4.4.1	Viktige KIFT-tjenester i Nordland	21
4.4.2	Mindre KIFT-tjenester i Nordland	26
4.3	Utvikling i sysselsetting i KIFT-næringene i Norge og Nordland	30
4.3.1	Utvikling i perioden 2010-2014	30
4.3.2	Utvikling i perioden 2015-2017	31
4.4	KIFT-næringenes bidrag til verdiskaping	32
4.4.1	KIFT-næringenes bidrag til verdiskaping i Norge	33
4.4.2	KIFT-næringens bidrag til verdiskaping i Nord-Norge	34
4.4.3	Verdiskaping per sysselsatt	34
4.5	Offentlig og privat sektors bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i Nordland	36
4.5.1	Offentlig sektors bidrag	36
4.5.2	Fiskeri- og havbruksnæringens bidrag	37
4.5.3	Industriens bidrag	38
4.5.4	Energiselskapenes bidrag	39
3.4.5	Bygg og anlegg	40

4.5.5	Lagring og transport	40
4.5.6	Overnatting og servering	41
4.6	Oppsummering	42
5	Funn: Kjøp av KIFT-tjenester i Nordland	44
5.1	Survey	44
5.1.1	Kjennetegn ved respondentene	44
5.2	Funn i undersøkelsen	46
5.2.1	Andel og type KIFT-tjenester som kjøpes utenfor fylket	46
5.2.2	Privat og offentlig sektors kjøp av KIFT-tjenester utenfor fylket	46
5.2.3	Regionenes kjøp av KIFT-tjenester	47
5.2.4	Type KIFT-tjenester som kjøpes utenfor fylket	48
5.2.5	Konkurransedyktighet og markedsgap	51
5.2.6	Innkjøp framover i tid	56
5.3	Fokusintervju	57
5.3.1	Kjøp av tjenester	58
5.3.2	Regler og prosedyrer for innkjøp	59
5.3.3	Valg av lokal leverandør	60
5.3.4	Økt behov for KIFT-tjenester framover i tid	61
5.4	Oppsummering	62
6	Funn: Salg av KIFT-tjenester i Nordland	65
6.1	Survey	65
6.1.1	Kjennetegn ved respondentene	65
6.2	Funn i undersøkelsen	66
6.2.1	Salg av tjenester utenfor fylket	66
6.2.2	Øke salget av tjenester utenfor fylket	66
6.2.3	Synlighet og posisjonering	69
6.2.4	Økt salg framover i tid	73
6.2.5	Innovative offentlige anskaffelser	75
6.3	Fokusintervju	76
6.3.1	Salg av tjenester utenfor fylket	76
6.3.2	Synlighet og posisjonering	77
6.3.3	Potensialet for vekst	79
6.3.4	Erfaring med innovative offentlige anskaffelser	81
6.4	Oppsummering	81
7	Oppsummering, konklusjon og veien videre	84
7.1	Utdanning og næring	84
7.2	Konklusjon	91
8	Vedlegg	93
8.1	Vedlegg 1	93
8.2	Vedlegg 2	98

Figurliste

Figur 3-1 Andel sysselsatte med utdanning på grunnskole-, videregående og universitets- og høgskoleutdanning i de tre nordligste fylkene og Norge (2017). Kilde: SSB	15
Figur 3-2-Utvikling prosentandel sysselsatte med høgskole- og universitetsutdanning (kort og lang). Periode 2006-2016. Kilde: SSB.....	17
Figur 3-3 Utdanningsnivå innenfor ulike fagområder i Nordland. Kilde: SSB.....	17
Figur 4-1 Andel sysselsatte totalt og innenfor KIFT-næringene i de ulike fylkene (2017). Kilde: SSB	19
Figur 4-2 Fordeling av sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Norge (2017). Kilde: SSB.....	20
Figur 4-3 Fordeling av sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Nordland (2017). Kilde: SSB	20
Figur 4-4 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor vakttjeneste og etterforskning (2017). Kilde: SSB.....	21
Figur 4-5 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor juridisk og regnskapsmessig tjenesteytende sektor (2017). Kilde: SSB.....	22
Figur 4-6 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor omsetning, drift og utleie av fast eiendom (2017). Kilde: SSB	24
Figur 4-7 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet (2017). Kilde: SSB.....	25
Figur 4-8 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor telekom og IT (2017). Kilde: SSB	26
Figur 4-9 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor reklamevirksomhet og markedsundersøkelser (2017). Kilde: SSB.....	27
Figur 4-10 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor forskning og utvikling (2017). Kilde: SSB	28
Figur 4-11 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor annen forretningsmessig tjenesteytende sektor (2017). Kilde: SSB.....	29
Figur 4-12 Utvikling av sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Nordland og Norge. Periode 2010-2014. Kilde: SSB	30
Figur 4-13 Utvikling av sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Nordland og Norge. Periode 2015-2017. Kilde: SSB	31
Figur 4-14 KIFT-næringenes bidrag til verdiskapingen i de ulike fylkene (og Svalbard) i 2017. Kilde: SSB	33
Figur 4-15 KIFT-tjenestenes bidrag til verdiskapingen i Nordland, Troms, Finnmark og Norge (2017). Kilde: SSB	34
Figur 4-16 Verdiskaping per sysselsatt etter arbeidssted i 2017. Kilde: SSB	35
Figur 4-17 Offentlig sektors bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i Nordland (2017). Kilde: PANDA	37
Figur 4-18 Fiskeri- og havbruksnæringen i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket (2017). Kilde: PANDA.....	38
Figur 4-19 Industriens bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket (2017). Kilde: PANDA	39
Figur 4-20 Energiselskapene i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket (2017). Kilde: PANDA	40
Figur 4-21 Bygg- og anleggsvirksomhetene i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket (2017). Kilde: PANDA.....	40
Figur 4-22 Virksomhetene innenfor lagring/transport i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket (2017). Kilde: PANDA	41
Figur 4-23 Virksomhetene innenfor overnatting og servering i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT i fylket (2017). Kilde: PANDA.....	41
Figur 5-1 Type sektor som respondentene jobber i	44
Figur 5-2 Andel respondenter som oppgir at virksomhetene deres er med i et kommunalt eller statlig innkjøps samarbeid	45
Figur 5-3 Beløp virksomhetene kjøper KIFT-tjenester for per år	45
Figur 5-4 Andel KIFT-tjenester som virksomhetene kjøper utenfor Nordland	46

Figur 5-5 Andel KIFT-tjenester som privat, offentlig og statlig sektor kjøper utenfor fylket	47
Figur 5-6 Andel KIFT-tjenester som virksomhetene innenfor de fem regionene i Nordland kjøper inn utenfor fylket	48
Figur 5-7 Type KIFT-tjenester som virksomhetene kjøper utenfor fylket	49
Figur 5-8 Bank, finans- og forsikringstjenester som virksomhetene kjøper utenfor Nordland	50
Figur 5-9 IT-tjenester virksomhetene kjøper utenfor Nordland	50
Figur 5-10 Juridiske og regnskapsmessige tjenester virksomhetene kjøper utenfor fylket.....	51
Figur 5-11 Virksomhetenes vurdering av ulike kriterier for valg av leverandører.	51
Figur 5-12 Privat, kommunal og statlig sektors vurdering av ulike kriterier for valg av leverandør	52
Figur 5-13 Respondentenes tilbøyelighet til å søke etter lokale leverandører	54
Figur 5-14 Betydningen av geografisk nærhet	56
Figur 5-15 Respondentens vurdering av om de vil kjøpe mer KIFT-tjenester i perioden 2018-2023	56
Figur 5-16 KIFT-tjenester respondentene tror de vil kjøpe mer av de neste fem årene.....	57
Figur 6-1 Type tjenester som bedriftene til respondentene selger	65
Figur 6-2 Andel tjenester som bedriftene selger utenfor fylket	66
Figur 6-3 Andel bedrifter som ønsker å øke markedsandelen sin utenfor Nordland	67
Figur 6-4 Årsaker til at bedrifter ikke ønsker å øke markedsandelen sin utenfor Nordland.....	67
Figur 6-5 Viktige faktorer for at bedriftene skal utvide sin markedsandel utenfor Nordland	68
Figur 6-6 Bedriftenes oppfatning av om potensielle kunder i Nordland kjenner til deres tjenester	69
Figur 6-7 Bedriftenes posisjonering overfor private bedrifter og offentlige virksomheter	70
Figur 6-8 Kanaler og andre måter bedriftene bruker for å posisjonere seg.....	71
Figur 6-9 Andelen bedriften som posisjonerer seg mot offentlige innkjøpssamarbeid.....	72
Figur 6-10 Andelen bedrifter som mener det er aktuelt å inngå samarbeid med andre for å vinne større anbud	72
Figur 6-11 Andel bedrifter som tror at lokal tilhørighet er viktig for kundene deres	73
Figur 6-12 Bedrifter som vil øke salget av tjenester fra i fjor til i år.....	74
Figur 6-13 Bedrifter som vil øke salget som følge av bygging av «ny-by-ny-flyplass»	75
Figur 6-14 Bedriftenes deltakelse i innovative offentlige anskaffelser	76
Figur 7-1 Offentlig og deler av privat sektors bidrag til samlet sysselsetting i KIFT-næringene (2017). Kilde: SSB	85
Figur 8-1 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor forlag, film og musikk (2017). Kilde: SSB.....	93
Figur 8-2 Fylkesvis fordeling av arkitekter og tekniske konsulenter i Norge.....	94
Figur 8-3 Fylkesvis fordeling av hovedkontortjenester og administrativ rådgivning	95
Figur 8-4 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor bank, finans og forsikring.....	96
Figur 8-5 Fylkesvis fordeling av sysselsatte knyttet til arbeidskrafttjenester	97

Tabelloversikt

Tabell 1-1 KIFT-næringer, innhold og næringskoder.....	5
Tabell 2-1 Oversikt over næringskoder og næringer i utvalget.....	7
Tabell 3-1 Utdanningsnivå til sysselsatte i fem regioner i Nordland og på landsbasis. Kilde: SSB	16

Sammendrag

Økt globalisering, og med det også økt konkurranse, innebærer stadig høyere krav til produktivitet og effektivitet, der kompetanse er et konkurransefortrinn.

Norge har en høyt utdannet befolkning, og i likhet med den øvrige vestlige verden øker andelen kunnskapsarbeidsplasser også i Norge. Parallelt skjer det en nedbygging av industrien, som har vært viktig i Nordland over mange år.

Veksten har særlig vært stor innenfor kunnskapsintensiv, forretningsmessig tjenesteytende sektor (KIFT-næringene). Nordland fylkeskommune har satt seg som mål å få flere sysselsatte innenfor disse næringene.

Formålet med dette studiet er å synliggjøre grunnlaget for å bygge opp KIFT-tjenester i Nordland. Kunnskap om dette kan gi implikasjoner for politiske beslutninger og hvordan virkemiddelapparatet kan legge til rette for bedriftsetableringer og styrke eksisterende fagmiljø, som igjen vil kunne gi grunnlag for økt sysselsetting innenfor KIFT-sektoren i fylket.

For å kunne si noe om dette har vi stilt disse spørsmålene: i) Hva er årsakene til at offentlige og private virksomheter i Nordland ikke kjøper en større andel KIFT-tjenester innad i fylket? og ii) Hva er de største hindringene for at KIFT-bedrifter i Nordland skal få en større markedsandel både utenfor og innad i fylket?

I den forbindelse har vi utarbeidet en elektronisk spørreundersøkelse, som har gått til utvalgte virksomheter innenfor offentlig og privat sektor. Tilsvarende har vi utarbeidet en spørreundersøkelse som har gått til bedrifter som selger KIFT-tjenester. 115 personer, og da fortrinnsvis ledere, har svart på førstnevnte spørreundersøkelse, noe som tilsvarer en svarprosent på 24. Mens 54 personer, og da i all hovedsak ledere, har svart på den andre spørreundersøkelsen. Det tilsvarer en svarprosent på 32. Lav svarprosent i begge undersøkelsene svekker mulighetene til å generalisere funnene. Det har heller ikke vært målet med studiet, men i stedet å finne tendenser i materialet. For å supplere informasjonen fra spørreundersøkelsen har vi intervjuet ti personer fra henholdsvis utvalgte virksomheter som kjøper KIFT-tjenester og ti personer fra bedrifter som selger KIFT-tjenester. Dette er med på å styrke datagrunnlaget.

De viktigste funnene i studiet er dette:

- Utdanningsnivået blant sysselsatte i Nordland er lavere enn i resten av Nord-Norge og på landsbasis. I Nordland er utdanningsnivået høyest blant sysselsatte i Salten.
- Nordlands andel av sysselsetting på landsbasis er på 4,4 %. Sysselsettingen innenfor KIFT-næringene i Nordland utgjør 2,2 % av total sysselsettingen innenfor KIFT-tjenestene i Norge. Det er Bodø som har høyest andel sysselsetting innenfor KIFT-næringene i Nordland
- Innenfor KIFT-næringene har Nordland lavest andel sysselsetting innenfor IT og telekommunikasjon (1 %), reklamevirksomhet (1,1 %) og forskning og utvikling (1,3 %).
- Tjenestene som virksomhetene kjøper mest utenfor fylket er bank, finans og forsikring, IT og juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting. Innenfor disse tjenesteområdene er det forsikring, drift og support av IT-systemer og juridiske tjenester som virksomhetene kjøper mest av.
- De viktigste årsakene til at virksomhetene kjøper tjenester utenfor fylket er «kompetanse» og at «tjenestene ikke fins i fylket».
- Nesten halvparten av bedriftene som selger KIFT-tjenester tror ikke at potensielle kunder i Nordland kjenner til dem. Lite fokus på salg og markedsføring ser ut til å være en viktig grunn til det.

1 Innledning

1.1 Bakgrunn

Dagens globalisering påvirker de fleste næringer og fører til stadig sterkere konkurranse, med høye krav til produktivitet, effektivitet og kompetanse. Kunnskap blir et stadig viktigere konkurransefortrinn for innovasjon, økonomisk utvikling og vekst.

Norge har en høyt utdannet befolkning, og i likhet med de øvrige vestlige landene øker andelen kunnskapsarbeidsplasser her til lands. Kunnskapsarbeidsplassene kommer både til i form av nye næringer og som følge av endret kompetanseinnhold i eksisterende næringer. Parallelt skjer det en gradvis nedbygging av den tradisjonelle industrien. Som konsekvens vokser de kunnskapsintensive næringene på bekostning av mindre kunnskapsintensive næringer (NOU 2011:3; 10).

Blant kunnskapsintensive næringer som har hatt størst vekst de siste årene, finner vi næringer innenfor forretningsmessig tjenesteytende sektor (NOU 2011:3; 45). En vanlig forkortelse for disse næringene er KIFT-næringene. Nordland fylkeskommune har satt seg som mål å få flere sysselsatte innenfor disse næringene (Et nyskapende Nordland. Innovasjonsstrategi for Nordland 2014-2020: 26).

Tidligere studier peker på at de norske KIFT-næringene i stor grad er et storbyfenomen (Vatne 2005, gjengitt av Menon 2016: 24). Foruten Oslo, har er Sør-Trøndelag, Akershus og Hordaland en større andel av KIFT-tjenester (Ibid). Nærheten til universitet og høyskoler, hovedkontor og statlige etater blir sett på som en viktig årsak til dette (Menon 2016). Også i Nordland ser vi at KIFT-sektoren er sterkest konsentrert i byer, som Bodø, Mo i Rana og Narvik (Løvland og Finne 2017).

Det er også verdt å merke seg at det er en ubalanse i leveransen av KIFT-tjenester, der vi ser at de samme fylkene som nevnt ovenfor, Oslo, Sør-Trøndelag, Akershus og Hordaland, er nettoeksportører av KIFT-tjenester, og de øvrige er nettoimportører (Menon 2017 2016: 30). Når det gjelder bransjemessig segmentering av kunder av KIFT-tjenestene i Nordland, kjøpte marin-, industri-, reiseliv- og offentlig sektor i underkant av halvparten av KIFT-tjenestene fra leverandører i Nordland i 2010 (Løvland og Finne 2017: 11).

Bakgrunnen for studiet er nettopp Nordlands rolle som nettoimportør av KIFT-tjenester. I studiet ønsker vi å få en nærmere innsikt i hva som ligger til grunn for denne situasjonen. For å få en god forståelse av dette vil vi både se på virksomheter som kjøper KIFT-tjenester og bedrifter som selger KIFT-tjenester.

1.2 Målet med studiet

Formålet med studiet er å synliggjøre grunnlaget for å bygge opp KIFT-tjenester i Nordland. Kunnskap om dette kan gi implikasjoner for politiske beslutninger og hvordan virkemiddelapparatet kan legge til rette for bedriftsetableringer og styrke eksisterende fagmiljø, som igjen vil kunne gi grunnlag for økt sysselsetting innenfor KIFT-sektoren i fylket.

Studiet gir en status for KIFT-næringene i Nordland, med fokus på utfordringer og muligheter for verdiskaping. Dette vil kunne gi et viktig bidrag til blant annet Nordland fylkeskommunes arbeid med å tilrettelegge for KIFT-tjenester i fylket.

Økt sysselsetting innenfor KIFT i Nordland kan skje på flere måter, der en av dem vil være at nye bedrifter etableres. Økt sysselsetting kan også skje gjennom økt etterspørsel fra eksisterende marked og/eller fra nye markeder. Dette er også grunnlaget for spørsmålene i studiet, som er disse:

- i) Hva er årsakene til at offentlige og private virksomheter i Nordland ikke kjøper en større andel KIFT-tjenester innad i fylket?
- ii) Hva er de største hindringene for at KIFT-bedrifter i Nordland skal få en større markedsandel utenfor og innad i fylket?

Skal vi ha flere sysselsatte innenfor KIFT-næringene er vi avhengige av folk med høyere utdanning. Det kan av den grunn være interessant å se nærmere på utdanningsnivået blant sysselsatte i Nordland sammenlignet med andre fylker i Nord-Norge. Skal vi dessuten kunne si noe om vekstmuligheter for KIFT-næringene i Nordland, er det relevant å se nærmere på hvor de plasserer seg i dag med hensyn til sysselsetting og verdiskaping sammenlignet med resten av landet. Videre er det interessant å se nærmere på kriterier og øvrige mekanismer som ligger til grunn for at virksomheter i Nordland ikke kjøper en større andel KIFT-tjenester innad i fylket, og hvilke mekanismer som hindrer KIFT-bedrifter i å ta en større markedsandel. Skal sysselsettingen øke innenfor KIFT-næringene er vi også avhengig av at virksomhetene kjøper flere typer tjenester og/eller et større volum av tjenester. Forventninger til kjøp og salg av KIFT-tjenester er dermed også interessant å kartlegge.

Delmålene i prosjektet er derfor å kartlegge:

- Hvordan Nordland stiller seg i nasjonal sammenheng med hensyn til høyere utdanning, sysselsetting og verdiskaping knyttet til KIFT
- Kriterier og mekanismene bak kjøp og salg av KIFT-tjenester i Nordland og utenfor fylket
- Forventninger om framtidig kjøp og salg av KIFT-tjenester i fylket

1.3 Rapportens oppbygging

Dette studiet har to fokusområder, der den første delen går ut på å kartlegge offentlig og privat sektors innkjøp av KIFT-tjenester i og utenfor Nordland. Den andre delen går ut på å kartlegge bedriftenes salg av KIFT-tjenester i Nordland.

Studiet er delt inn i sju kapitler. Kapittel 1 tar for seg bakgrunn og mål for studiet, i tillegg til en definisjon av KIFT. Kapittel 2 er metodekapitlet. Her gir vi en beskrivelse av hvordan prosjektet er gjennomført, samtidig som vi peker på styrker og svakheter ved prosjektet. Kapittel 3 og 4 tar for seg en rekke statistikker som er relevant for studiet, der kapittel 3 gir en oversikt over utdanningsnivået i Nordland sammenlignet med utdanningsnivået ellers i Nord-Norge og i Norge som helhet. I kapittel 3 ser vi også på utdanningsnivået i de ulike regionene i Nordland, utvikling i utdanningsnivå de siste årene i Nord-Norge og utdanningsnivå innenfor ulike fagområder. I kapittel 4 ser vi på sysselsetting innenfor KIFT-næringene i landet og på fylkesnivå, og på utvikling i sysselsettingen i Nordland og på landsbasis. Vi ser også på sysselsettingsvirkningene som offentlig sektor og øvrig privat sektor har for KIFT-næringene i Nordland. I tillegg ser vi på KIFT-næringenes bidrag til verdiskapingen i Nordland, Nord-Norge og for landet som helhet. I kapittel 5 gir vi en oppsummering av funn, som vi har gjort i kartleggingen av offentlige og private virksomheters kjøp av KIFT-tjenester, mens vi i kapittel 6 gir en oppsummering av funn som vi har gjort i kartleggingen av salg av KIFT-tjenester. I kapittel 7 gir vi en kort analyse av funn som vi har gjort i kapittel 5 og 6, sett opp mot spørsmålene vi ønsket å få svar på i studiet. I tillegg gir vi en kort konklusjon, og peker på områder som det kan være interessant å følge opp denne studien med.

1.4 Kunnskapsintensive næringer og KIFT

I litteraturen brukes begrepene kunnskapsøkonomi, kunnskapsnæringer og kunnskapsintensive næringer ofte om hverandre. En fellesnevner for begrepene er at de beskriver næringer som er innovative, høyteknologiske og trekker til seg høyt utdannede personer (Berg 2016).

KIFT er en forkortelse for kunnskapsintensiv forretningsmessig tjenesteyting. Med KIFT-sektor menes næringer/ bedrifter som yter tjenester med høyt innhold av kunnskap (og FoU-støtte) til andre bedrifter (Løvland og Finne 2017:4). Definisjon og hvilke næringer som faller inn under benevnelsen KIFT varierer imidlertid fra studie til studie.

1.4.1 Definisjon av KIFT

I vår studie har vi valgt å definere KIFT-næringer i tråd med det som er gjort i en tidligere studie av Menon (2016), i tillegg til at vi har tilføyd NACE-koder.

KIFT-næring	Definisjon	Tjenester	Næringskoder (NACE-koder)
Generiske kunnskapstjenester	Virksomheter som leverer kunnskapsbaserte tjenester, som ikke er teknologibaserte og der hver leveranse rettes mot få mottakere	Omsetning og drift av fast eiendom	68
		Juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting	69
		Hovedkontortjenester, administrativ rådgivning	70
		Arkitektvirksomhet og teknisk konsulentvirksomhet, og teknisk prøving og analyse	71
		Forskning og utviklingsarbeid	72
		Annonse- og reklamevirksomhet og markedsundersøkelser	73
		Annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet	74
		Arbeidskrafttjenester	78
		Vakttjeneste	80
		Annen forretningsmessig tjenesteyting	82
Medietjenester	Virksomheter som produserer og distribuerer informasjon gjennom en kommunikasjonskanal til mange mottakere samtidig	Forlagsvirksomhet	58
		Film-, video og fjernsynsprogramproduksjon, utgivelse av musikk- og lydopptak	59
		Radio- og fjernsynskringkasting	60
IKT-tjenester	Virksomheter som produserer og støtter opp om produkter som bygger på informasjons- og kommunikasjonsteknologi	Telekommunikasjon	61
		Tjenester tilknyttet informasjonsteknologi	62
		Informasjonstjenester	63
Finanstjenester		Finansieringsvirksomhet	64

	Virksomheter som bidrar til forvaltning av midler, finansiering og sikring av verdier	Forsikringsvirksomhet og pensjonskasser	65
		Tjenester tilknyttet finansierings- og forsikringsvirksomhet	66

Tabell 1-1 KIFT-næringer, innhold og næringskoder

Som vi ser av tabell 1-1 inneholder «generiske tjenester» langt flere og ulike tjenester enn de øvrige tre kategoriene.

1.4.2 Geografisk avgrensning

Dette studiet har sitt utspring i DA-Bodø (DA Utviklingsprogram Bodø) for perioden 2015-2017 og pilaren kunnskapsbasert verdiskaping, som er ett av tre satsingsområder i denne perioden.

DA Bodø 2015-2017 har som «overordnet mål å skape arbeidsplasser og næringsutvikling i regionen» (Nordland fylkeskommune Saksnr.: 023/2016). Pilaren kunnskapsbasert verdiskaping skal på sin side bidra til kunnskapsarbeidsplasser, der «pilaren skal bidra til at Nordland tar en større del av den nasjonale veksten i arbeidsplasser innen tjenesteytende næringer og statlig sektor» (ibid).

I tråd med DA-satsingen er studien geografisk avgrenset til Nordland, men med et spesielt fokus på Bodø.

2 Metode

I denne delen av rapporten beskriver vi den metodiske tilnærmingen til denne studien.

Som nevnt i kapittel 1 er studien todelt, der målet i den første delen av kartleggingen er å få økt kunnskap om offentlig og privat sektors kjøp av KIFT-tjenester innad og fra andre fylker, og behov for tjenester framover i tid. Målet i den andre delen er å få kartlagt salg av KIFT-tjenester.

I likhet med den øvrige rapporten vil vi også i dette kapitlet behandle de to delene hver for seg.

Til begge delene av studien har vi valgt å bruke kvantitativ og kvalitativ metode.

2.1 Kjøp av KIFT-tjenester

I denne delen av metodekapitlet gjør vi rede for hvordan vi har gått fram for å innhente informasjon, som skal gi oss økt kunnskap om offentlig og privat sektors kjøp av KIFT-tjenester, og behov framover i tid. For å oppnå dette har vi både gjennomført en spørreundersøkelse og fokusintervju.

2.1.1 Survey

Her beskriver vi populasjon, utvalg og datainnsamling for kartleggingsarbeidet knyttet til kjøp av KIFT-tjenester.

Populasjon

KIFT-tjenester omfatter en rekke ulike tjenester. Det er derfor grunn til å tro at de aller fleste virksomhetene i privat og offentlig sektor har kjøpt eller kommer til å kjøpe denne type tjenester. Populasjonen er dermed i utgangspunktet alle virksomheter i privat og offentlig sektor i Nordland. Størrelsen på populasjonen har imidlertid gjort det nødvendig å avgrense den.

Avgrensning og utvalg

I spørreundersøkelsen har vi tatt utgangspunkt i de viktigste næringene i Nordland, nemlig industri, reiseliv og sjømat ((Et nyskapende Nordland. Innovasjonsstrategi for Nordland 2014-2020: 10-11). Virksomheter i disse næringene er dermed med i utvalget, det samme er virksomheter i kraftbransjen som også er en betydningsfull næring i Nordland.

Fra tidligere studier vet vi at offentlig sektor er en stor innkjøper av KIFT-tjenester (Menon 2016), og den er derfor tatt med i denne undersøkelsen. Fordi offentlig sektor er stor og favner bredt har vi i spørreundersøkelsen valgt å avgrense den til å gjelde offentlig administrasjon og forsvar, og trykdeordninger underlagt offentlig forvaltning.

Vi har videre valgt å avgrense utvalget til å gjelde virksomheter:

- I Nordland (geografi)
- Av en gitt størrelse (minst 20 ansatte) der vi ikke har tatt med datterselskap

Ut fra dette består utvalget av 483 virksomheter.

Under følger en oversikt over næringskoder og næringer (herunder offentlig sektor), som vi har avgrenset utvalget til å gjelde for, når det gjelder kjøp av KIFT-tjenester.

Næringskode (NACE-koder)	Næringer
03	Fiske, fangst og akvakultur
10	Produksjon av nærings- og nytelsesmidler
11	Produksjon av drikkevarer
12	Produksjon av tobakksvarer
13	Produksjon av tekstiler
14	Produksjon av klær
15	Produksjon av lær og lærvarer
16	Produksjon av trelast og varer av tre, kork, strå og flettematerialer
17	Produksjon av papir og papirvarer
18	Trykking av reproduksjon av innspilte opptak
19	Produksjon av kull- og raffinerte petroleumsprodukter
20	Produksjon av kjemikalier og kjemiske produkter
22	Produksjon av gummi og plastprodukter
23	Produksjon av andre ikke-metallholdige mineralprodukter
24	Produksjon av metaller
25	Produksjon av metallvarer, unntatt maskiner og utstyr
26	Produksjon av datamaskiner og elektroniske og optiske produkter
27	Produksjon av elektrisk utstyr
28	Produksjon av maskiner og utstyr til generelt bruk, ikke nevnt annet sted
29	Produksjon av motorvogner og tilhengere
30	Produksjon av andre transportmidler
31	Produksjon av møbler
32	Annen industriproduksjon
33	Reparasjon og installasjon av maskiner og utstyr
35	Elektrisitets- gass, damp og varmtvannforsyning
49	Landtransport og rørtransport
50	Sjøfart
51	Lufttransport
55	Overnattingsvirksomhet
56	Serveringsvirksomhet
84	Offentlig administrasjon og forsvar, og trygdeordninger underlagt offentlig forvaltning

Tabell 2-1 Oversikt over næringskoder og næringer i utvalget

Datainnsamlingsmetode og gjennomført datainnsamling

For å kartlegge virksomhetenes innkjøp av KIFT-tjenester ble det gjennomført en web-basert spørreundersøkelse (Questback). E-posten, som primært ble sendt utvalgte ledere i virksomhetene, inneholdt informasjon om formålet med kartleggingen og hvem som var oppdragsgiver og prosjektleder for den, i tillegg til link til spørreskjemaet. Etter svarfristens utløp ble det sendt ut åtte påminnelser til respondentene.

I undersøkelsen har respondentene fått spørsmål knyttet til disse temaene:

- Bakgrunn: bl.a. stillingstittel, antall ansatte i respondentenes virksomhet og omsetning per år
- Hvor mye virksomheten handler KIFT-tjenester for per år, type tjenester og andel virksomheten kjøper utenfor fylket
- Kriterier for valg av leverandør

- Økt behov for KIFT-tjenester framover i tid, herunder som følge av bygging av «ny-by-ny-flyplass» i Bodø

Kvantitativ analyse

Dette er i all hovedsak en kvantitativ analyse, der spørsmålene som stilles har faste svaralternativ. For å få mer detaljert informasjon om enkelte områder, har vi på noen av spørsmålene oppfordret respondentene til å utdype svarene sine. Her har vi lagt til rette for åpne svar. Disse kvalitative undersøkelsesspørsmålene er knyttet til:

- Årsaker til kjøp av KIFT-tjenester utenfor fylket
- Tjenesteområder som respondentene savner og som de ønsker å handle lokalt
- Årsaker til at enkelte tjenesteområder ikke tilbys i Nordland

Undersøkelsens validitet og reliabilitet

I dette avsnittet vil vi kommentere rapportens sterke og svake sider med hensyn til pålitelighet (reliabilitet) og gyldighet (validitet).

Representativitet (ekstern validitet)

Ekstern validitet er betegnelsen for i hvilken grad utvalget er representativt for populasjonen.

Som nevnt er populasjonen i utgangspunktet alle virksomheter i privat og offentlig sektor i Nordland. Til sammen dreier dette seg om flere tusen virksomheter. Innenfor rammene av denne studien har vært nødt til å avgrense populasjonen til å gjelde virksomheter av en viss størrelse, innenfor et utvalg av næringer og deler av offentlig sektor.

Spørsmålet er om vi ville ha fått et annet svar dersom utvalget hadde bestått av andre næringer og deler av offentlig sektor. Dette er noe vi ikke vet og kan være en svakhet ved undersøkelsen.

Utvalget bestod av 483 virksomheter. Det har vært utfordrende å finne e-postadresser, og da spesielt til relevante kontaktpersoner i flere av virksomhetene. Mer konkret har vi manglet e-postadresser til 43 virksomheter, noe som har gjort at vi har sendt spørreundersøkelsen til 440 virksomheter. Av disse var det i overkant av 10 % (45 respondenter) som umiddelbart reservert seg mot undersøkelsen.

Til tross for gjentatte purringer, til sammen åtte i perioden juni-august 2018, er det 24 % av utvalget som har svart på spørreundersøkelsen. Dette tilsvarer 115 respondenter. Av disse er det åtte respondenter som jobber i statlig sektor, 20 respondenter som jobber i kommunal sektor og 87 respondenter som jobber i privat sektor. Videre er det slik at 38 av respondentene jobber i en virksomhet som har tilholdssted i Salten, mens 34 respondenter jobber i en virksomhet som er lokalisert til Helgeland. Av de øvrige respondentene er det 13 som jobber i en virksomhet i Vesterålen, 12 som jobber i Lofoten og 10 som jobber i Ofoten. De øvrige respondentene har enten ikke oppgitt hvor bedriften er lokalisert eller de har oppgitt «annet sted».

Det at vi har valgt å avgrense utvalget til å gjelde virksomheter med en viss størrelse innenfor noen næringer og deler av offentlig sektor, og at svarprosenten har vært lav, kan være svakheter ved undersøkelsen. Dette forsterkes når vi deler respondentene inn i deres respektive sektorer og hvor virksomheten er lokalisert. Som vi har sett er antallet respondenter fra kommunal og statlig sektor mye lavere enn antallet respondenter fra privat sektor. Det samme gjelder for respondenter fra Lofoten, Ofoten og Vesterålen, som er langt færre enn respondentene fra Salten og Helgeland. At antallet respondenter fra offentlig sektor og enkelte regioner i Nordland er så vidt lav gjør det vanskelig å generalisere ut fra svarene.

På den andre siden har ikke målet med undersøkelsen vært å generalisere ut fra populasjonen, men i stedet se om det fins tendenser i svarene som er gitt på de ulike spørsmålene. Utvalget reflekterer dermed mangfoldet av bedrifter og tar ikke hensyn til representativitet.

Reliabilitet

I kartleggingen har vi brukt elektroniske spørreskjema for å innhente data fra virksomhetene som kjøper inn KIFT-tjenester. Dette reduserer muligheten for å gjøre feil i forbindelse med registrering av data. En mulig feilkilde er at respondentene krysser av for galt alternativ. Slike feil er vanskelig å avdekke, men spørreskjemaet var utformet på en slik måte at det var umulig å krysse av to svaralternativ der respondenten skulle velge ett alternativ. I spørreskjemaet gjaldt dette samtlige spørsmål med unntak av disse:

- Type tjenester virksomheten kjøper (også innenfor den enkelte KIFT-tjeneste)
- Kriterier for valg av leverandører (bruk av skala, der 1 = uviktig og 5 er viktig)
- Type tjenester virksomhetene vil kjøpe mer av de neste fem årene

På noen av spørsmålene er det også gitt muligheten for åpne svar. I de tilfellene der svarene er ufullstendige eller uklare kan det i sin tur åpne opp for tolkningsmuligheter for den som skal systematisere og analysere dataene. Dette er viktig å være oppmerksom på i behandlingen av data.

I tillegg er det et spørsmål i spørreundersøkelsen som kan ha vært gjenstand for tolkning, nemlig spørsmålet: «Hvor stor andel av KIFT-tjenestene kjøper din bedrift/virksomhet fra leverandører utenfor fylket»? Uklarheten ligger i om en leverandør, som har hovedkontor et annet sted enn i Nordland, kan regnes som en lokal bedrift. Kort tid etter oppstart av surveyen la vi til følgende spesifisering i spørreundersøkelsen: «Dersom en virksomhet har kontor i Nordland regnes det også som en lokal bedrift». At vi tidlig i undersøkelsen definerte nærmere hva vi mente med lokal leverandør, gjør at vi ikke mener at denne uklarheten kan ha påvirket svarene i nevneverdig grad. Videre kan flere av tjenestekategoriene være vanskelig å forstå, som for eksempel «annen forretningsmessig tjenesteyting» og «annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet». For å unngå misforståelser har vi derfor for hver kategori definert hvilke tjenester som ligger under dem.

2.1.2 Fokusintervju

I tillegg til spørreundersøkelsen har vi gjennomført intervju med personer fra utvalgte virksomheter. Til sammen er 10 personer intervjuet om deres respektive virksomheters kjøp av KIFT-tjenester.

Formålet med intervjuene har vært å få en dypere innsikt i blant annet rutiner, prosedyrer og kriterier som ligger til grunn for innkjøp av KIFT-tjenester, og behov som virksomhetene har for denne type tjenester framover i tid. Informasjonen fra fokusintervjuene er således med på å supplere informasjonen vi får gjennom surveyen.

For at fokusintervjuene skal gi oss et best mulig bilde av ulike virksomheters kjøp av KIFT-tjenester, valgte vi informanter som representerte:

- Både offentlig og privat sektor (fem offentlige og fem private virksomheter)
- Virksomheter med ulik størrelse
- Virksomheter innenfor ulike bransjer, næringer og virkeområder

I og med at denne rapporten primært har fokus på Bodø-regionen er fokusintervjuene gjort med utvalgte virksomheter i denne regionen. Åtte av fokusintervjuene er gjort med virksomheter fra Bodø, mens to er gjort med virksomheter ellers i Salten (Fauske og Sørfold).

I forkant av intervjuene er det utarbeidet en intervjuguide med spørsmål knyttet til disse temaene:

- Type KIFT-tjenester virksomheten kjøper i løpet av et år, og hvor virksomheten kjøper disse tjenestene fra
- Virksomhetens opptatthet knyttet til å handle lokalt
- Framgangsmåte for innkjøp av KIFT-tjenester (rutiner, prosedyrer, kriterier)
- Framtidig behov for KIFT-tjenester

Seks av ti intervju er gjennomført per telefon, mens de øvrige fire er gjennomført som én-til-én samtaler. For alle spørsmålene er det lagt til rette for åpne svar.

Utfordring: representativitet

Til disse intervjuene er det valgt ut 10 informanter. Igjen er det et spørsmål om vi ville ha fått samme svar dersom vi hadde pekt ut noen andre informanter. Heller ikke her har det vært noe mål å generalisere svarene til å gjelde hele populasjonen. I stedet har målet vært å innhente informasjon som kan gi oss en dypere innsikt og med det også et riktigere bilde av virksomhetenes kjøp av KIFT-tjenester og behov framover i tid.

Utfordring: kvalitetssikring av data

For hvert enkelt intervju er det skrevet et referat, som informantene har fått anledning til å lese gjennom og kommentere. I all hovedsak har det vært mindre korrigeringer informantene har ønsket å få utført. Dette er med på å kvalitetssikre innholdet i rapporten. Samtidig er det slik at åpne svar er vanskeligere å systematisere og gir tolkningsmuligheter. Dette er viktig å være oppmerksom på i behandlingen av data.

2.2 Salg av KIFT-tjenester

I denne delen av metodekapitlet gjør vi rede for hvordan vi har gått fram for å få økt kunnskap om KIFT-bedriftenes salg av tjenester, der vi både har gjennomført en survey og fokusintervju.

2.2.1 Survey

Her beskriver vi populasjon, utvalg og datainnsamling for kartleggingsarbeidet knyttet til salg av KIFT-tjenester.

2.2.2 Populasjon

Som nevnt i kapittel 1 er det ikke entydig hvilke tjenester som faller inn under benevnelsen KIFT. Derfor varierer type tjenester som inngår i benevnelsen fra studie til studie. På bakgrunn av dette er det heller ikke entydig hvilke virksomheter som inngår i populasjonen. I kapittel 4 gjorde vi rede for hvilke næringer og tjenester vi i denne studien definerer som KIFT- næringer og - tjenester. Populasjonen er dermed alle virksomheter som inngår her, noe som i henhold til Forvalt.no tilsvarer 9 836 virksomheter i Nordland.

I denne sammenhengen er det viktig å påpeke at det allerede er gjort noen avgrensinger sammenlignet med noen andre studier, der vi blant annet har unnlatt å ta med veterinærtjenester, utleie- og leasingvirksomhet, reisebyrå- og reisearrangørvirksomhet og tilknyttete tjenester, og tjenester tilknyttet eiendomsdrift. Avgrensingene er gjort for å tilpasse formålet og rammen for studiet.

Avgrensing og utvalg

Tabell 1 gir en oversikt over næringer og tjenester som vi definerer som KIFT.

For at utvalget skal bli mest mulig håndterlig har vi i spørreundersøkelsen, som har gått til virksomheter som selger KIFT-tjenester, begrenset utvalget til å gjelde bedrifter med minst 10 ansatte.

Vi har også utelatt bedrifter innenfor finans-, forsikring- og pensjon. Dette fordi hovedkontoret til disse tjenestene som regel ligger utenfor Nordland, og da gjerne i Oslo. Tjenestene til disse aktørene er dessuten ofte landsdekkende, noe som gjør at det vil være vanskelig for respondentene å svare på spørsmålene i undersøkelsen.

I tillegg har vi i undersøkelsen utelatt aviser og mediehus. Dette fordi disse bedriftene leverer tjenester som ikke er relevant for denne undersøkelsen, samtidig som nedslagsfeltet til denne type bedrifter gjerne nettopp er lokalt.

Vi har videre utelatt offentlige virksomheter, ettersom de ikke selger KIFT-tjenester og av den grunn ikke er relevant for denne studien, i tillegg til at vi har begrenset antall underavdelinger.

Kort oppsummert har vi i surveyen, som har gått til bedrifter som selger KIFT-tjenester, begrenset utvalget til å gjelde:

- Virksomheter med mer enn 10 ansatte
- Næringskodene 64-66 er ekskludert
- Aviser, lokalradioer og mediehus er ekskludert
- Offentlige virksomheter er ekskludert
- Underavdelinger, der samme kontaktperson står oppført flere ganger eller der virksomheten har et stort antall underavdelinger. I sistnevnte tilfeller har vi tatt med 1-2 underavdelinger¹.

I Nordland er det 181 bedrifter som selger/leverer KIFT-tjenester i tråd med avgrensningen vi har gjort her.

Datainnsamlingsmetode og gjennomført datainnsamling

I likhet med kjøp av tjenester er det også i forbindelse med kartlegging av salg av KIFT-tjenester gjennomført en web-basert spørreundersøkelse (Questback). E-posten, som primært ble sendt utvalgte ledere i virksomhetene, inneholdt informasjon om formålet med kartleggingen og hvem som var oppdragsgiver og prosjektleder for den, i tillegg til link til spørreskjemaet. Etter svarfristens utløp ble det sendt ut sju purringer i perioden midten av juni til slutten av august.

I undersøkelsen har respondentene fått spørsmål knyttet til disse temaene:

- Bakgrunn: bl.a. stillingstittel, antall ansatte i respondentenes virksomhet, omsetning per år og type tjenester bedriften selger
- Andel tjenester bedriften selger utenfor fylket, og årsaker til at bedriften eventuelt ikke selger tjenester utenfor fylket
- Bedriftens intensjon om å øke markedsandelen utenfor fylket, og hva som skal til for å øke den
- Potensielle kunders kjennskap til hva bedriften kan levere
- Markedsføring og annen posisjonering i markedet
- Forventninger til økt salg av tjenester framover i tid, blant annet som følge av bygging av «ny-by-ny-flyplass»
- Bedriftens erfaringer med innovative anskaffelser

¹ Bakgrunnen for at vi har begrenset antall underavdelinger er at behovet og innkjøpspolicyen ofte er den samme i ulike avdelinger. I tillegg er det ofte slik at det ikke er den enkelte underavdeling som foretar innkjøp, men innkjøpene gjøres av hovedkontoret.

Kvantitativ analyse

Surveyen er i all hovedsak en kvantitativ analyse, der spørsmålene som stilles har faste svaralternativ. For å få mer detaljert informasjon om enkelte områder, har vi på noen av spørsmålene oppfordret respondentene til å utdype svarene sine. Her har vi lagt til rette for åpne svar. Disse undersøkelsesspørsmålene er knyttet til:

- Årsaker til at potensielle kunder ikke kjenner godt nok til bedriften
- Årsaker til at bedriften forventer økt salg i år
- Begrunnelse for at bedriften tror byggingen av «ny-by-ny-flyplass» vil bidra/ikke bidra til økt salg av tjenester for bedriften

Undersøkelsens validitet og reliabilitet

Som tidligere nevnt fins det ikke noen entydig definisjon på hvilke tjenester som inngår i benevnelsen KIFT. Populasjonen varierer derfor fra studie til studie. Til grunn for vår definisjon ligger spesielt formålet med rapporten og hvilke tjenester som vi mener er mest relevante for å belyse det. I utgangspunktet har vi dermed definert KIFT til å gjelde et gitt sett med tjenester.

Det en kan likevel spørre seg er om svarene ville har vært annerledes dersom utvalget hadde bestått av andre næringer og kanskje flere tjenester enn de vi har lagt inn i vår definisjon av KIFT. Det er noe vi ikke kan si noe sikkert om, og som kan være en svakhet ved undersøkelsen. Dette kompliseres ytterligere av KIFT-næringene til en viss grad går på tvers av næringskodene i offentlig statistikk (Menon 2016: 5). Dette gjør det utfordrende å få fullstendig oversikt over alle KIFT-bedrifter.

I tillegg har vi sett at utvalget har bestått av 181 virksomheter. Også her har det vært vanskelig å finne e-post adresser til aktuelle kontaktpersoner og bedrifter. I undersøkelsen manglet vi kontaktinformasjon til 14 bedrifter, noe som har gjort at vi har sendt undersøkelsen til 167 respondenter. Av disse var det 30 respondenter (18 %), som umiddelbart reservert seg mot undersøkelsen.

Fra oppstart av spørreundersøkelsen i slutten av mai til vi avsluttet undersøkelsen i begynnelsen av september, purret vi sju ganger. Til sammen svarte 54 respondenter på undersøkelsen, noe som tilsvarer en svarprosent på 32, som er en tilfredsstillende svarprosent.

At vi har valgt å begrense KIFT-næringer og -tjenester til et gitt sett med tjenester kan være en svakhet med denne undersøkelsen. Samtidig er det slik at heller ikke denne surveyen har hatt som mål å generalisere ut fra populasjonen, men se om det fins tendenser i svarene som er gitt.

Reliabilitet

I kartleggingen har vi brukt elektroniske spørreskjema for å innhente data fra virksomhetene som kjøper inn KIFT-tjenester. Dette reduserer muligheten for å gjøre feil i forbindelse med registrering av data. En mulig feilkilde er at respondentene krysser av for galt alternativ. Slike feil er vanskelig å avdekke, men spørreskjemaet var utformet på en slik måte at det var umulig å krysse av to svaralternativ der respondenten skulle velge ett alternativ. I spørreskjemaet gjaldt dette for samtlige spørsmål med unntak av disse:

- Hvilke tjenester selger din bedrift?
- Hva er årsakene til at dere ikke ønsker å utvide markedsandelen utenfor fylket?
- Hva skal til for at din bedrift skal utvide markedsandelen i andre fylker?
- På hvilken måte jobber din bedrift med posisjonering?

På noen av spørsmålene er det også gitt muligheten for åpne svar. I de tilfellene der svarene er ufullstendige eller uklare, kan det i sin tur åpne opp for tolkningsmuligheter for den som skal systematisere og analysere dataene. Dette er viktig å være oppmerksom på i behandlingen av data.

2.2.3 Fokusintervju

I tillegg til spørreundersøkelsen har vi gjennomført 10 intervju med personer fra utvalgte KIFT-bedrifter om deres respektive virksomheters salg av tjenester.

Formålet med intervjuene har vært å få en dypere innsikt i blant annet i bedriftens salg av tjenester i og utenfor fylket, bedriftens markedsføring og øvrige posisjonering i markedet og forventninger om å øke salget av tjenester. Informasjonen vi får gjennom fokusintervjuene er dermed et viktig supplement til informasjonen vi får gjennom spørreundersøkelsen.

For at fokusintervjuene skal gi oss et best mulig bilde av bedriftenes salg av KIFT-tjenester har vi valgt informanter som representerer:

- Bedrifter med ulike tjenesteområder
Av de 10 bedriftene er det:
 - To bedrifter, som leverer tjenester innenfor hovedkontortjenester og administrativ rådgivning² (en bedrift leverer bemanningstjenester og den andre leverer tjenester innenfor bedriftsrådgivning og annen administrativ rådgivning).
 - To bedrifter som leverer tjenester innenfor annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet³ (en bedrift leverer interiørarkitekttjenester mm, og den andre leverer tjenester innenfor grafisk og visuell kommunikasjonsdesign).
 - Tre bedrifter som leverer tjenester innenfor arkitektvirksomhet og teknisk konsulentvirksomhet, og teknisk prøving og analyse⁴ (en bedrift leverer arkitekttjenester og de to andre bedriftene leverer byggeteknisk konsulentvirksomhet).
 - Forlagsvirksomhet⁵ (en bedrift, der bedriften leverer programvaretjenester)
 - Tjenester tilknyttet informasjonsteknologi⁶. (En bedrift som leverer konsulenttjenester innenfor informasjonsteknologi)
 - Juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting⁷ (en bedrift, der bedriften jobber med regnskapstjenester)

I tillegg har vi lagt vekt på å finne informanter som representerer:

- Lokalt eide bedrifter og bedrifter som har hovedkontor et annet sted
- Bedrifter med ulik størrelse

I forkant av intervjuene er det utarbeidet en intervjuguide med spørsmål knyttet til disse temaene:

- Type KIFT-tjenester bedriften selger og hvor bedriften selger tjenestene sine
- Synlighet; herunder andres kjennskap til bedriften, markedsføring og annen posisjonering
- Potensialet for vekst

² NACE-kode 70

³ NACE-kode 74

⁴ NACE-kode 71

⁵ NACE-kode 58

⁶ NACE-kode 62

⁷ NACE-kode 69

Samtlige intervju er gjennomført som personlige intervju, og der samtlige av informantene har kontor i Bodø. For alle spørsmålene er det lagt til rette for åpne svar.

Utfordring: representativitet og kvalitetssikring av data

Til disse intervjuene er det valgt ut 10 informanter. De samme utfordringene knyttet til representativitet og kvalitetssikring av data, som ble nevnt i 2.1.1, gjelder også her.

Bruk av sekundærdata

I tillegg til datainnsamlingen vi har gjort gjennom spørreundersøkelse og dybdeintervju, har vi hentet inn sekundærdata fra statistikkbanken til Statistisk Sentralbyrå. Vi har videre brukt plan- og analyseverktøyet Panda for å vise sysselsettingsvirkninger som øvrige næringer og offentlig sektor har for KIFT-næringene i Nordland.

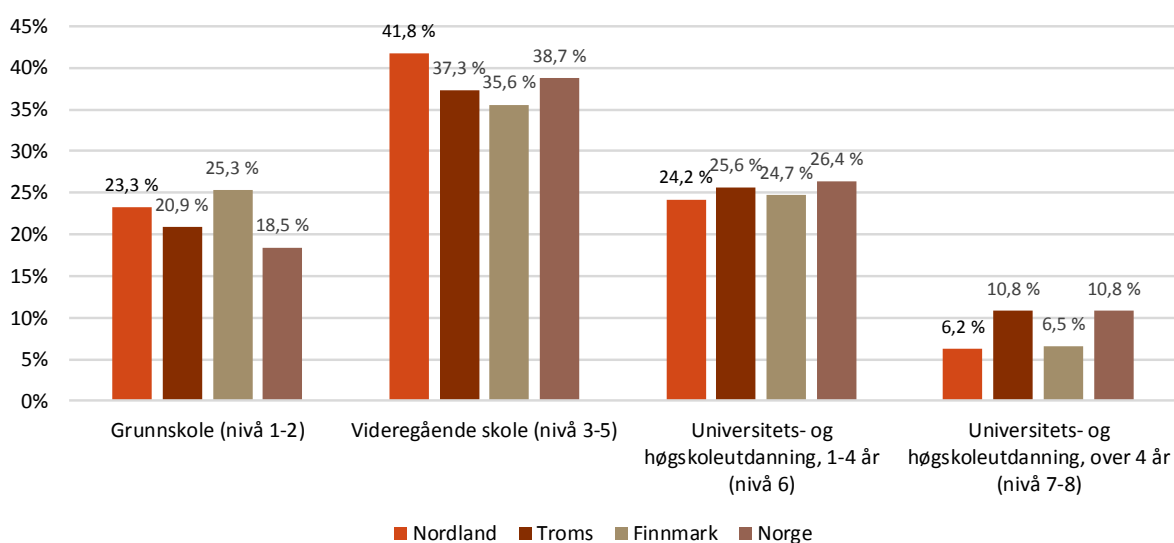
For å finne fram til virksomheter innenfor de ulike næringskodene (NACE-kodene), har vi brukt Forvalt.no.

3 KIFT-tjenester og utdanningsnivå

Som vi var inne på i kapittel 1 er kunnskapsintensive næringer kjennetegnet av å være innovative, høyteknologiske og at de trekker til seg høyt utdannede personer. Dette kapitlet tar for seg utdanningsnivået til sysselsatte i Nordland og i de ulike regionene i Nordland. I tillegg ser vi på utviklingen i utdanningsnivå for sysselsatte i de tre nordnorske fylkene og Norge i perioden 2006-2016 og på utdanningsnivået innenfor ulike fagområder.

3.1 Utdanningsnivå i Nordland

I dette avsnittet ser vi nærmere på utdanningsnivået til sysselsatte i de tre nordligste fylkene og for landet som helhet, som figur 3-1 gir en oversikt over.



Figur 3-1 Andel sysselsatte med utdanning på grunnskole-, videregående og universitets- og høgskoleutdanning i de tre nordligste fylkene og Norge (2017). Kilde: SSB

I Nord-Norge er det Troms, som har størst andel sysselsatte med høyere utdanning. Til sammen er det 36,4 % av alle sysselsatte i dette fylket som har universitets- og høgskoleutdanning. Det er rett i underkant av det vi finner når vi ser landet under ett. For Norge som helhet har 37,2 % av alle sysselsatte utdanning på universitets- og høgskolenivå.

Ser vi på Nordland er det 30,4 % av alle sysselsatte som har høgskole- og universitetsutdanning. Det er også lavere enn Finnmark, der 31,2 % av alle sysselsatte har tilsvarende utdanningsnivå.

Av figur 3-1 ser vi videre at andelen sysselsatte, som har videregående skole som høyeste utdanning, er størst i Nordland. I Nordland har 41,8 % av alle sysselsatte videregående skole som høyeste utdanning, mens tilsvarende tall for Troms, Finnmark og Norge totalt sett er henholdsvis 37,3 %, 35,6 % og 38,7 %.

Når det gjelder grunnskole er det i Finnmark vi finner flest sysselsatte med dette som høyeste utdanning. I Finnmark gjelder det for 25,3 % av alle sysselsatte. Tilsvarende tall for Nordland og Troms er på henholdsvis 23,3 % og 20,9 %. Ser vi Norge under ett er det 18,5 % av alle sysselsatte, som har grunnskole som høyeste utdanning.

3.2 Utdanningsnivå i regionene i Nordland

I dette avsnittet ser vi nærmere på utdanningsnivået til sysselsatte i fem regioner i Nordland og landet som helhet. Som tabell 3-1 viser dreier dette seg om regionene Helgeland, Salten, Ofoten, Lofoten og Vesterålen.

Regioner	Grunnskole (nivå 1-2)	Videregående skole (nivå 3-5)	Universitets- og høgskoleutd., 1-4 år (nivå 6)	Universitets- og høgskoleutd., over 4 år (nivå 7-8)	Uoppgitt utdanning (9)
Helgeland	23,65 %	44,32 %	23,02 %	5,00 %	4,02 %
Salten	21,36 %	39,74 %	26,53 %	8,47 %	3,90 %
Ofoten	20,63 %	43,54 %	24,31 %	6,04 %	5,47 %
Lofoten	28,36 %	39,66 %	21,48 %	4,10 %	6,39 %
Vesterålen	26,27 %	41,20 %	22,58 %	4,74 %	5,21 %
Nordland Totalt	23,27 %	41,78 %	24,21 %	6,23 %	4,51 %
Norge	18,45 %	38,72 %	26,37 %	10,81 %	5,64 %

Tabell 3-1 Utdanningsnivå til sysselsatte i fem regioner i Nordland og på landsbasis (2017) Kilde: SSB

Av tabell 3-1 ser vi at det er Salten som har høyest andel sysselsatte med høyere utdanning. I Salten har 35 % av alle sysselsatte utdanning på høgskole- og universitetsnivå, der 8,5 % har utdanning på mer enn fire år. Etter Salten kommer Ofoten, der 30,4 % av alle sysselsatte har utdanning på høgskole- og universitetsnivå, mens Helgeland, Vesterålen og Lofoten har en andel på henholdsvis 28,2 %, 27,3 % og 25,6 % hver.

Helgeland er regionen der størst andel sysselsatte har videregående skole som høyeste utdanningsnivå. Det gjelder for 44,3 % av alle sysselsatte i denne regionen. Etter Helgeland kommer Ofoten med 43,5 %, Vesterålen med 41,2 % og Salten og Lofoten med 39,7 % hver.

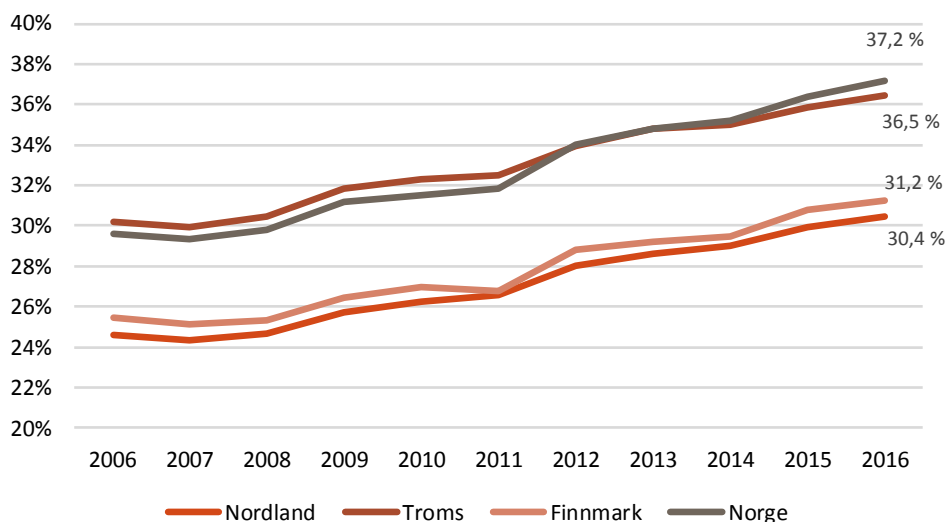
Lofoten er regionen med størst andel av befolkningen med grunnskole som høyeste utdanning. 28,4 % av befolkningen i Lofoten har grunnskole som høyeste utdanningsnivå. Dernest kommer Vesterålen med 26,3%, Helgeland med 23,65%, Salten med 21,4% og Ofoten med 20,6%.

I tabellen ser vi også at utdanningsnivået på landsbasis er høyere enn det vi finner i Nordland. Mens 37,18 % av sysselsatte i Norge har utdanning på høgskole- og universitetsnivå, gjelder det samme for 30,44 % av sysselsatte i Nordland.

Motsatt er andelen med grunnskole- og videregående utdanning høyere i Nordland enn på landsbasis. Mens 65,05 % av sysselsatte i Nordland har utdanning på grunnskole eller videregående nivå, er tilsvarende andel i den norske befolkningen som helhet 57,17 %.

3.3 Utvikling i andel sysselsatte med høgskole- og universitetsutdanning

I dette avsnittet tar vi for oss utviklingen i andel sysselsatte med kort og lang høgskole- og universitetsutdanning i Nordland, Troms og Finnmark for perioden 2010-2016, der vi også ser på Norge som helhet. Figur 3-2 viser denne utviklingen.



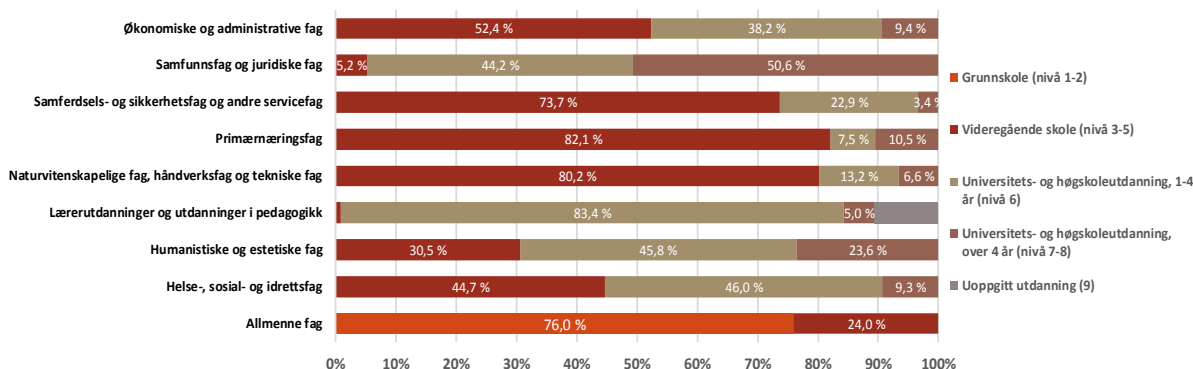
Figur 3-2-Utvikling prosentandel sysselsatte med høgskole- og universitetsutdanning (kort og lang). Periode 2006-2016. Kilde: SSB

Figur 3-2 viser at andelen sysselsatte med høgskole- og universitetsutdanning har økt jevnt i denne ti-årsperioden. Det gjelder både for de tre nordnorske fylkene og på landsbasis. I Nord-Norge er det i Troms vi finner flest sysselsatte med høgskole- og universitetsutdanning. I 2016 hadde 36,5 % av alle sysselsatte i Troms utdanning på høgskole- og universitetsnivå. Lavest andel sysselsatte med høgskole- og universitetsutdanning hadde Nordland samme året med 30,4 %.

Det er likevel når vi ser landet under ett at vi finner flest sysselsatte med høyere utdanning. På landsbasis hadde 37,2 % av alle sysselsatte høgskole- og universitetsutdanning i 2016.

3.4 Utdanningsnivå innenfor ulike fagområder

Dette avsnittet gir en oversikt over utdanningsnivå innenfor ulike fagområder i Nordland, som figur 3-3 viser.



Figur 3-3 Utdanningsnivå innenfor ulike fagområder i Nordland. Kilde: SSB

Av figur 3-3 ser vi at det er innenfor samfunnsfag og juridiske fag at vi finner den største andelen sysselsatte med universitets- og høgskoleutdanning. 94,8 % av de som jobber innenfor disse fagområdene har utdanning fra høgskole- og universitetssektoren. Av disse er det 50,6 % som har utdanning på mer enn 4 år, mens 44,2 % har en utdanningslengde på 1 til 4 år. Dette har nok sammenheng med at for å bli jurist må du ha en mastergrad, som er en femårig utdanning. Tidligere var også utdanningslengden seks år. Tilsvarende utdanningsnivå gjelder for mange samfunnsvitere.

Innenfor lærerutdanninger og utdanninger i pedagogikk har så mange som 83,4 % høgskole- og/eller universitetsutdanning med en varighet på 1-4 år. I tillegg har 5 % høgskole og/eller universitetsutdanning utover dette. De øvrige 11,6 % av de sysselsatte innenfor dette fagområdet har ikke oppgitt utdanningsnivå.

Også innenfor humanistiske og estetiske fag finner vi en høy andel sysselsatte med høgskole- universitetsutdanning. Til sammen gjelder det 69,4 % av alle sysselsatte innenfor disse fagområdene. Av disse har 23,6 % en utdanning på mer enn 4 år, mens 45,8 % har høgskole-/universitetsutdanning som er kortere enn dette. 30,5 % av sysselsatte innenfor humanistiske og estetiske fag har videregående skole.

Innenfor helse-, sosial- og idrettsfag er det også en overvekt av sysselsatte med høgskole- og universitetsutdanning, der til sammen 55,3 % har denne type utdanning. Av disse har 46 % tatt høgskole og/eller universitetsutdanning med en varighet på 1 til 4 år, mens 9,3 % har utdanning utover dette. 44,7 % har utdanning på videregående nivå.

Blant sysselsatte innenfor økonomiske og administrative fag har under halvparten av de sysselsatte utdanning på høgskolenivå- og universitetsnivå. 47,7 % har utdanning på dette nivået, der 9,4 % har en utdanningslengde på mer enn 4 år, mens 52,4 % har videregående utdanning.

Det er innenfor allmenne fag at utdanningsnivået er lavest. 76 % av sysselsatte innenfor allmenne fag har grunnskole som høyeste utdanning, mens resten har utdanning på videregående nivå.

Innenfor primæringsfagene har de fleste utdanning på videregående nivå, der 82 % har denne type utdanning. Videre har 10,5 % høgskole- og /eller universitetsutdanning på mer enn 4 år, mens 7,5 % har høgskole- og/eller universitetsutdanning med en varighet på 1 til 4 år.

Også innenfor samferdsel, sikkerhet og andre servicefag er det mange sysselsatte med videregående utdanning. 73,7 % har utdanning på dette nivået. 22,9 % har 1-4 års utdanning fra høgskole og/eller universitet, mens 3,4 % har mer enn fire års utdanning fra høgskole og universitet.

3.5 Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett at Nordland er fylket i Nord-Norge med lavest andel sysselsatte med høgskole- og universitetsutdanning, mens Troms har høyest andel sysselsatte med høy utdanning. Dette bildet har vært stabilt i hele perioden 2006-2016. Andelen som har høgskole- og universitetsutdanning er likevel større på landsbasis enn i henholdsvis Nordland, Troms og Finnmark.

30,4 % av sysselsatte i Nordland har høgskole- og universitetsutdanning. I Salten har 35 % av alle sysselsatte med høgskole- og universitetsutdanning. Regionen ligger dermed på utdanningstoppen i Nordland.

Det er innenfor samfunnsfag og juridiske fag vi finner flest sysselsatte i Nordland med universitets- og høgskoleutdanning, etterfulgt av utdanninger i pedagogikk og lærerutdanninger.

4 KIFT-næringens betydning og andre næringer og sektorers betydning for KIFT

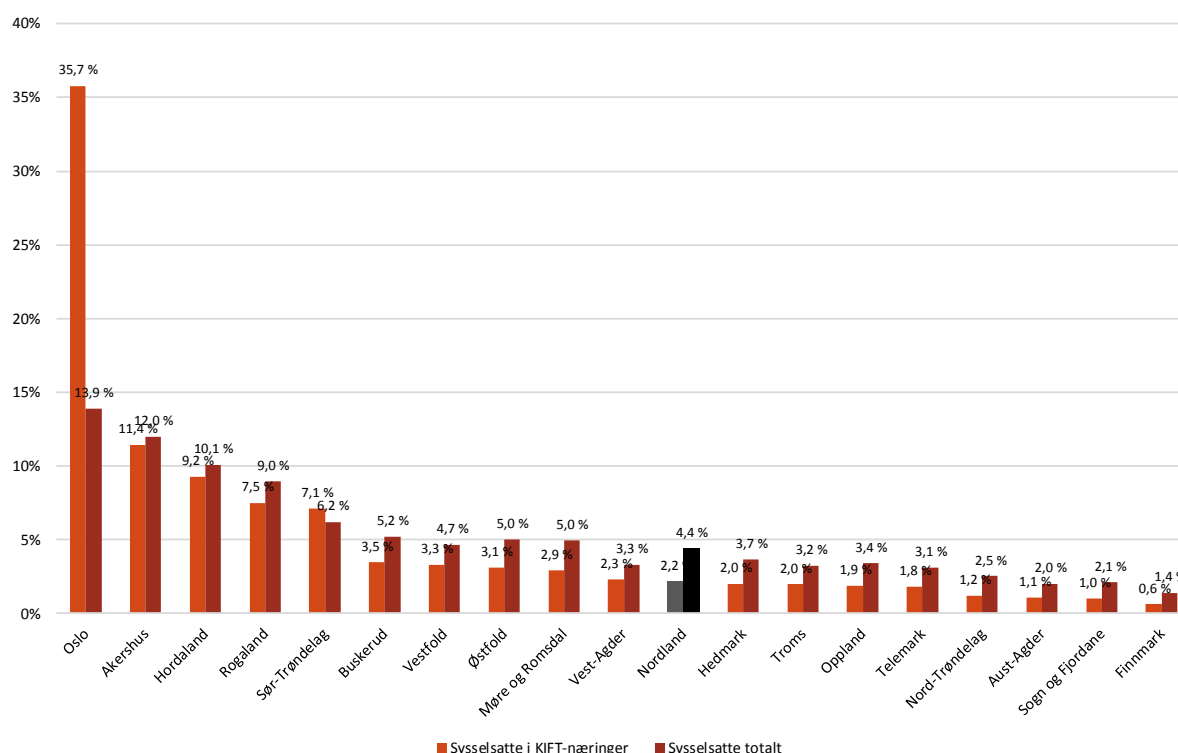
I dette kapitlet ser vi nærmere på KIFT-næringenes betydning, der vi ser på sysselsetting og verdiskaping.

Mer konkret ser vi på:

- Andel sysselsatte totalt og innenfor KIFT-næringene i de enkelte fylkene
- Andelen sysselsatte innenfor de ulike KIFT-næringene i Norge og Nordland
- Utvikling i sysselsetting i Nordland og Norge som helhet for periodene 2010-2014 og 2015-2017.
- KIFT-næringenes bidrag til verdiskapingen i de tre nordligste fylkene og for landet som helhet.
- Sysselsettingsvirkninger som offentlig sektor og øvrige næringer i Nordland har for KIFT-næringene i fylket.

4.1 Fylkesvis fordeling av samlet sysselsetting og sysselsetting innenfor KIFT-næringene

Figur 4-1 viser den fylkesvise fordelingen av sysselsatte innenfor KIFT-næringene, og samlet andel sysselsatte i hvert enkelt fylke.



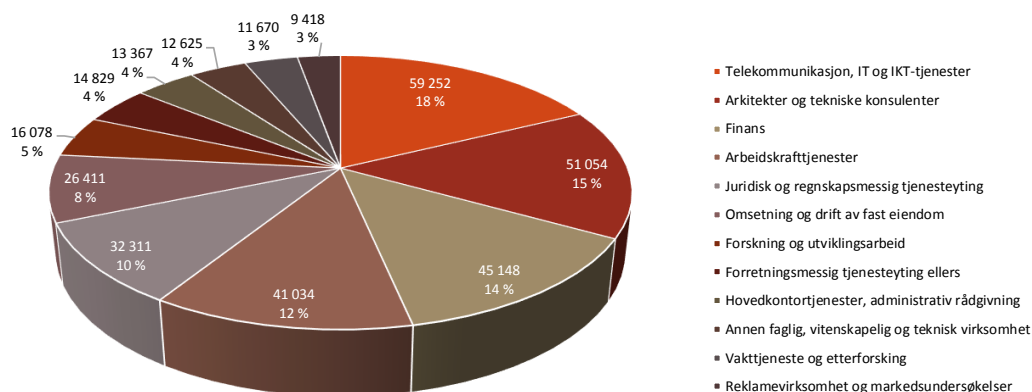
Figur 4-1 Andel sysselsatte totalt og innenfor KIFT-næringene i de ulike fylkene (2017). Kilde: SSB

Av figur 4-1 ser vi at Nordland har 4,4 % av den totale sysselsettingen i Norge, mens fylket har 2,2 % av sysselsettingen innenfor KIFT-næringene i landet.

Det er bare Oslo og Sør-Trøndelag som har en høyere andel sysselsatte innenfor KIFT-næringene enn andelen sysselsetting totalt. Her peker Oslo seg ut med 35,7% av alle sysselsatte i KIFT-næringene i landet, samtidig som fylket har 13,9% av sysselsettingen på landsbasis.

4.2 Sysselsatte fordelt på KIFT-næringene i Norge

Figur 4-2 viser fordelingen av sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Norge.

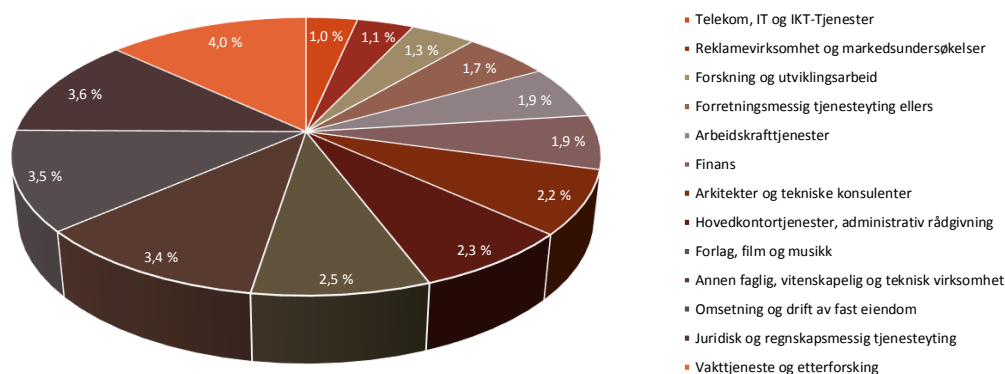


Figur 4-2 Fordeling av sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Norge (2017). Kilde: SSB

Totalt er 358 092 personer sysselsatt innenfor KIFT-næringene her til lands. Av figur 4-2 ser vi at telekommunikasjon, IT og IKT-tjenester er den største gruppen med 59 252 sysselsatte, noe som tilsvarer 18 % av alle sysselsatte i KIFT-næringene i Norge. Dernest kommer arkitekter og tekniske konsulenter, som omfatter 51 054 sysselsatte (15 %), finanstjenester med 45 148 sysselsatte (14 %) og arbeidskrafttjenester med 41 034 sysselsatte (12 %). Færrest sysselsatte finner vi innenfor reklamevirksomhet og markedsundersøkelser sammen med vaktjenester og etterforskning, hver med 3 % av alle sysselsatte innenfor KIFT-næringene i landet.

4.3 Sysselsatte fordelt på KIFT-næringene i Nordland

Figur 4-3 viser fordelingen av sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Nordland. I 2017 var 7 803 personer sysselsatt i KIFT-næringene i Nordland.



Figur 4-3 Fordeling av sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Nordland (2017). Kilde: SSB

Av figur 4-3 ser vi at andelen sysselsatte innenfor de ulike KIFT-næringene i Nordland varierer nokså mye. Det er innenfor vaktjenester og etterforskning at Nordland har den største andelen av KIFT-tjenester (4 %), dernest kommer juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting (3,6 %), omsetning og drift av fast eiendom (3,5 %) og annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet (3,4 %).

Minst andel har Nordland innenfor telekom, IT og IKT-tjenester med en andel på 1 %. Der nest kommer reklamevirksomhet og markedsundersøkelser (1 %) og forskning og utviklingsarbeid (1,3 %).

4.4 Viktige og mindre viktige KIFT-næringene i Nordland

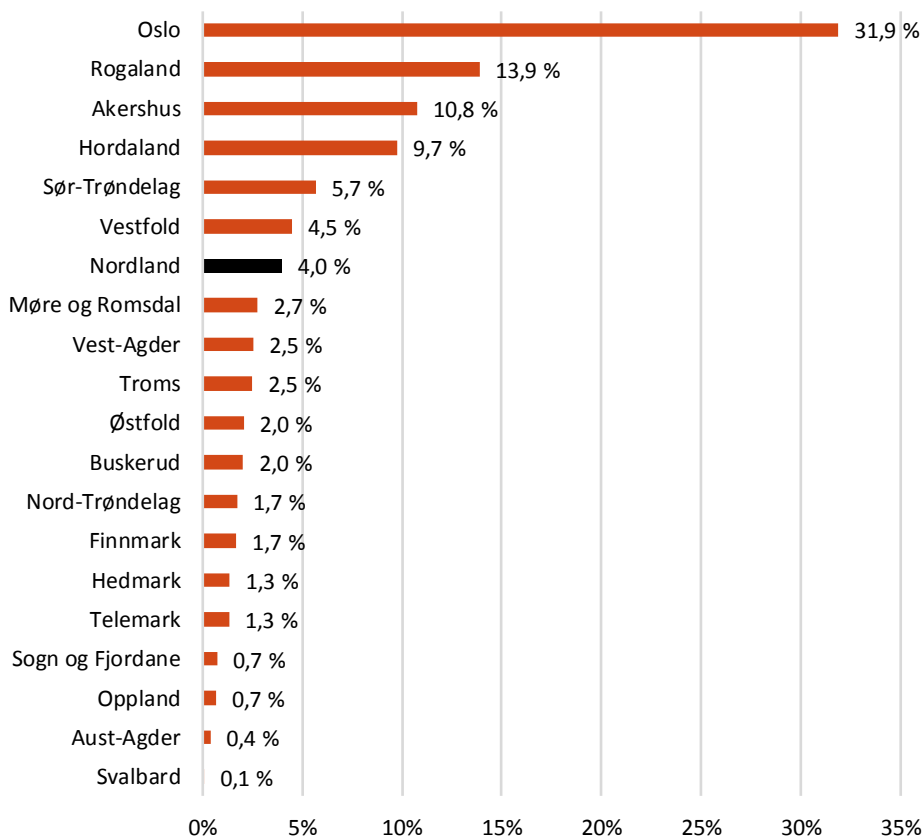
Som vi så i figur 4-1 har Nordland 4,4 % av den totale sysselsettingen i landet, samtidig som fylket har 2,2 % av alle sysselsatte innenfor KIFT-næringene. Andel sysselsatte innenfor de ulike KIFT-tjenestene varierer dessuten fra 1 % (telekom, IT og IKT-tjenester) til 4 % (vaktjeneste og etterforskning).

I dette avsnittet ser vi nærmere på Nordlands andel innenfor de ulike KIFT-næringene. Vi tar for først for oss næringene, der Nordland har en relativt stor andel sett i forhold til andel KIFT-tjenester totalt (2,2%) Der nest tar vi for oss de relativt minst viktige KIFT-næringene i Nordland. De øvrige KIFT-tjenestene er beskrevet i vedlegg 1.

4.4.1 Viktige KIFT-tjenester i Nordland

Vaktjenester og etterforskning

Figur 4-4 viser den fylkesvise fordelingen av sysselsatte innenfor vaktjenester og etterforskning. Totalt er det 11 670 personer i Norge som jobber innenfor vaktjeneste og etterforskning.



Figur 4-4 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor vaktjeneste og etterforskning (2017). Kilde: SSB

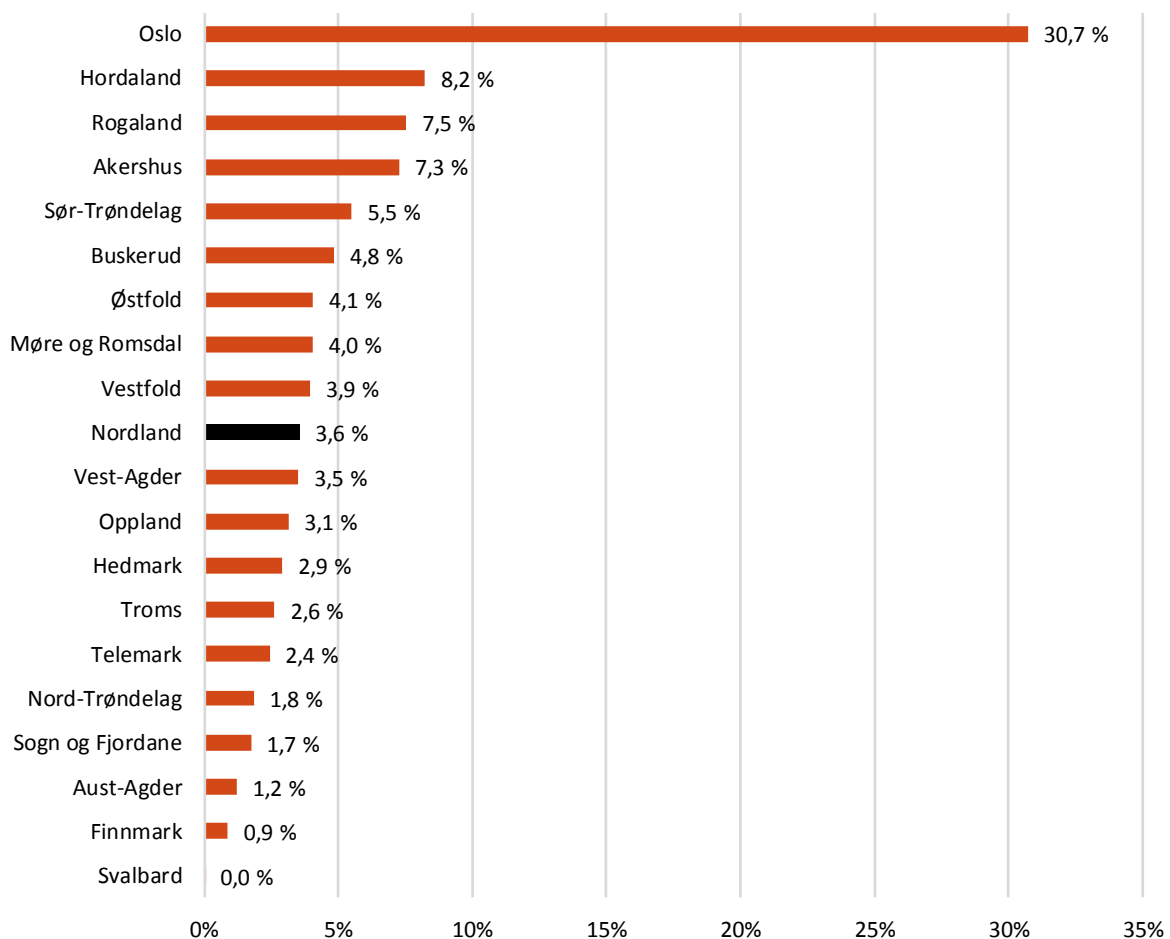
Oslo har størst andel av sysselsatte innenfor vaktjeneste og etterforskning. Andelen er på 31,9 % som tilsvarer 3 721 personer. Der nest kommer Rogaland med 13,9 %, Akershus med 10,8 %, Hordaland med 9,7 % og Sør-Trøndelag med 5,7 %. Andelen sysselsatte innenfor vaktjenester og etterforskning i Oslo og Akershus er på 42,7 %.

I denne oversikten ligger Nordland på en sjuende plass, da hele 4 % av landets sysselsatte innenfor vaktjeneste og etterforskning jobber her. Det tilsvarer 461 personer. Med Svalbard er det dermed 13 fylker som har en mindre andel sysselsette innenfor vakt- og etterforskningstjenester enn Nordland.

Samtlige 461 personer som er sysselsatt innenfor denne næringen i Nordland jobber med vaktjenester. Ser vi nærmere på hvor disse personene er sysselsatt er det 161 personer som jobber i Bodø, 50 som jobber i Narvik, 41 som jobber i Evenes, 30 som jobber i Rana, 25 som jobber i Hadsel og 24 som jobber i Brønnøy⁸. Samtlige av disse kommunene har flyplasser, noe som kan være med å forklare den høye sysselsettingen innenfor vaktjenester.

Juridiske og regnskapsmessige tjenester

Figur 4-5 viser den fylkesvise fordelingen av sysselsatte innenfor juridisk og regnskapsmessig tjenesteytende sektor i dag. Totalt sett var det 32 311 personer i Norge som jobbet med juridiske og regnskapsmessige tjenester i 2017.



Figur 4-5 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor juridisk og regnskapsmessig tjenesteytende sektor (2017). Kilde: SSB

Av figur 4-5 ser vi at 30,7 % av alle som jobber innenfor juridisk og regnskapsmessig tjenesteytende sektor jobber i Oslo, som vil si 9 922 personer. Oslo ligger dermed øverst i denne oversikten,

⁸ 2017-tall. Tallene, som er hentet fra SSB, vises ikke her.

etterfulgt av Hordaland med 8,2 %, Rogaland med 7,5 %, Akershus med 7,3 % og Sør-Trøndelag med 5,5%. Slår vi sammen fylkene Oslo og Akershus jobber 38 % av alle sysselsatte innenfor juridisk og regnskapsmessig tjenesteytende sektor i disse to fylkene.

Nordlands andel er i denne sammenhengen på 3,6 %, noe som tilsvarer 1148 personer. Det gjør også at fylket kommer på 10. plass i denne oversikten. Med Svalbard er det 10 fylker som har mindre andel sysselsatte innenfor juridisk og regnskapsmessig tjenesteytende sektor enn Nordland.

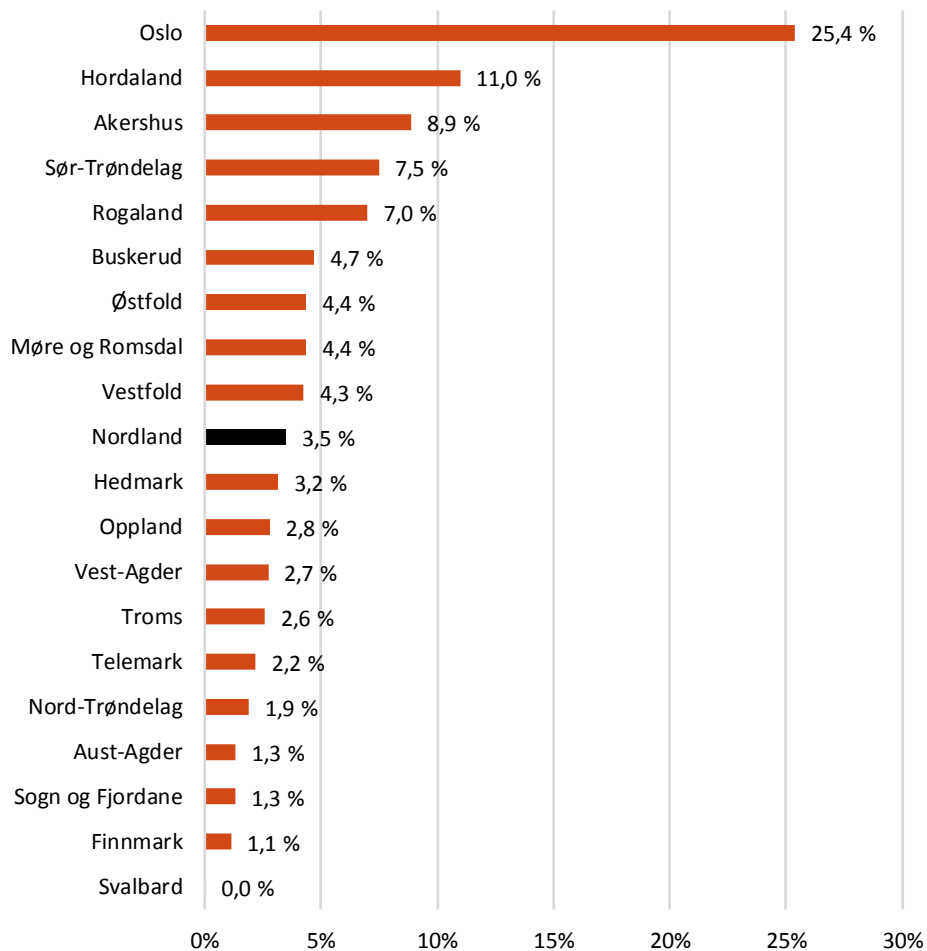
Av de 1 148 personene som jobber innenfor juridisk og regnskapsmessig tjenesteytende sektor i Nordland er det 155 som jobber med juridiske tjenester⁹. Resten jobber med regnskap, revisjon og skatterådgivning. Det er Bodø som har flest sysselsatte innenfor juridiske tjenester. 40 personer er sysselsatt innenfor denne KIFT-tjenesten i Bodø. Dernest kommer Rana (26), Narvik (23) og Sortland (14).

Ser vi på personer som jobber med regnskap, revisjon og skatterådgivning er det også flest i Bodø, der 290 personer jobber innenfor disse KIFT-tjenestene. I flere andre kommuner er antallet sysselsatte innenfor disse KIFT-tjenestene også høyt. Blant disse er Rana, der 100 personer er sysselsatt innenfor disse KIFT-tjenestene, Vågan (60), Vestvågøy (62), Vefsn (56) og Narvik (55).

Omsetning, drift og utleie av fast eiendom

Figur 4-6 viser den fylkesvise fordelingen av sysselsatte innenfor omsetning, drift og utleie av fast eiendom. På landsbasis var det 26 411 personer i Norge, som jobbet med omsetning, drift og utleie av fast eiendom i 2017.

⁹ 2017-tall fra SSB, der tallene ikke vises her.



Figur 4-6 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor omsetning, drift og utleie av fast eiendom (2017). Kilde: SSB

Som vi ser av figur 4-6 har Oslo den største andelen av sysselsatte innenfor omsetning, drift og utleie av fast eiendom. 25,4% av de som jobber innenfor denne næringen i Norge i dag jobber i Oslo, noe som tilsvarer 6 703 personer. Dernest kommer Hordaland med 11 %, Akershus med 8,9 % og Sør-Trøndelag og Rogaland med henholdsvis 7,5 % og 7 %. Til sammen er andelen sysselsatte innenfor omsetning, drift og utleie av eiendom i Oslo og Akershus på 34,3 %.

Ser vi på Nordlands andel av sysselsatte innenfor omsetning, drift og utleie av fast eiendom er den på 3,5 %, noe som tilsier at 922 personer jobber i denne næringen i Nordland¹⁰. Nordland kommer dermed på 10. plass i denne oversikten. Tar vi med Svalbard er det ti fylker som har en mindre andel sysselsatte innenfor omsetning, drift og utleie av fast eiendom enn Nordland.

I Nordland jobber de fleste innenfor disse KIFT-næringene med utleie av egen eller leid fast eiendom, hvor til sammen 643 personer er sysselsatt. Av disse er det 154 personer som er sysselsatt i Bodø, 64 som er sysselsatt i Rana, 49 personer i Vågan, 45 personer på Sortland og 40 personer i Narvik.

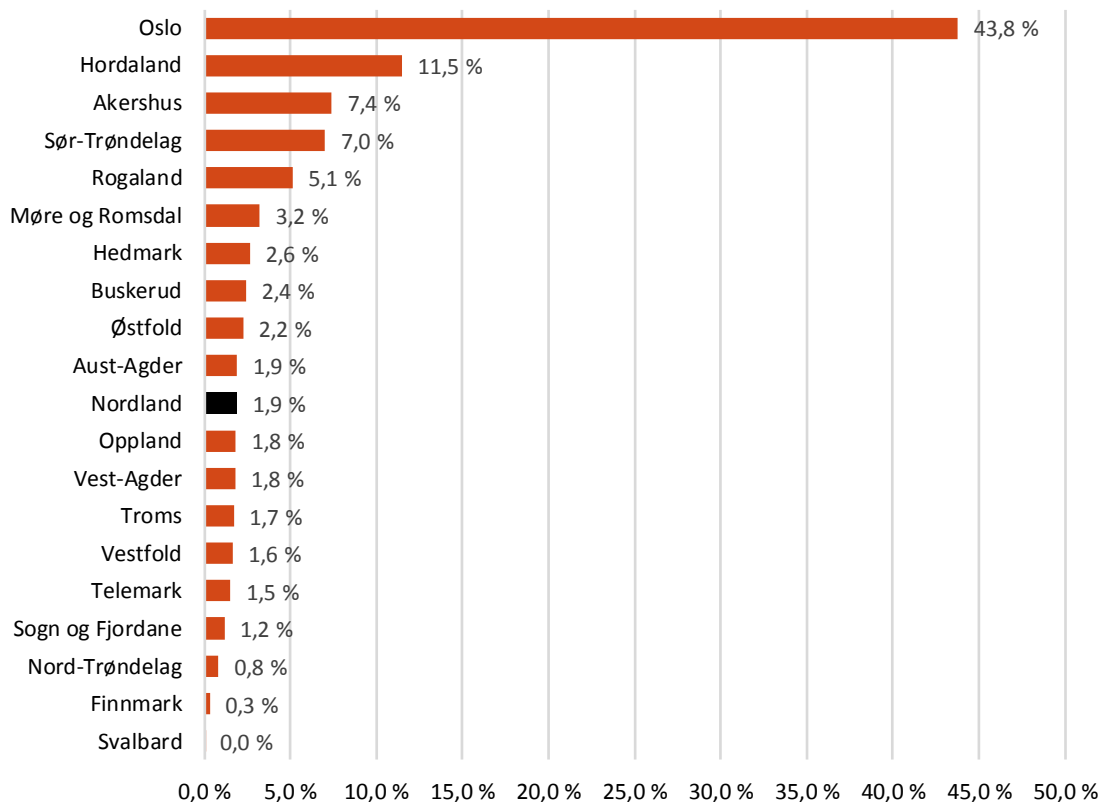
I tillegg er det 228 personer som jobber med omsetning og drift av fast eiendom på oppdrag, der 79 personer jobber i Bodø, 48 jobber i Rana, 25 personer på Sortland og 21 personer i Narvik.

¹⁰ 2017 tall fra SSB. Tallene vises ikke her.

Innenfor den siste tjenesten; kjøp og salg av egen fast eiendom, er det 47 personer som jobber, der omkring halvparten jobber i Bodø.

Annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet

Figur 4-7 viser den fylkesvise fordelingen av sysselsatte innenfor annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet. I denne kategorien inngår spesialisert designvirksomhet innenfor blant annet tekstiler, klær, sko, smykker og møbler, herunder produktutvikling og prosessutvikling. I tillegg omfatter kategorien grafisk og visuell kommunikasjonsdesign, fotografvirksomhet, oversettelses- og tolkevirksomhet, takseringsvirksomhet, modellvirksomhet og impressariovirksomhet. Samlet sett er det 12 625 personer som er sysselsatt innenfor denne kategorien tjenester.



Figur 4-7 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet (2017). Kilde: SSB

Av figur 4-7 ser vi at Oslo har den største andelen av sysselsatte innenfor denne kategorien tjenester, og da nærmere bestemt 34,3 %. Dette tilsvarer 4 326 personer. Deretter kommer Akershus med 10,9 %, Rogaland med 10,5 %, Hordaland med 7,8 % og Sør-Trøndelag med 5,9 %. Til sammen jobber 45,2 % av alle sysselsatte innenfor annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet i Oslo og Akershus.

I Nordland er andelen som jobber innenfor denne kategorien på 3,4 %. Det tilsvarer 423 personer, og gjør at Nordland er på tiende plass i denne oversikten. Med Svalbard er det 10 fylker som har færre sysselsatte innenfor denne kategorien enn Nordland.

Over halvparten av de som jobber innenfor disse KIFT-næringene i Nordland jobber med oversettelses- og tolkevirksomhet, der nesten alle jobber i Bodø.¹¹ På de øvrige områdene;

¹¹ 2017-tall (SSB). Tallene vises ikke her.

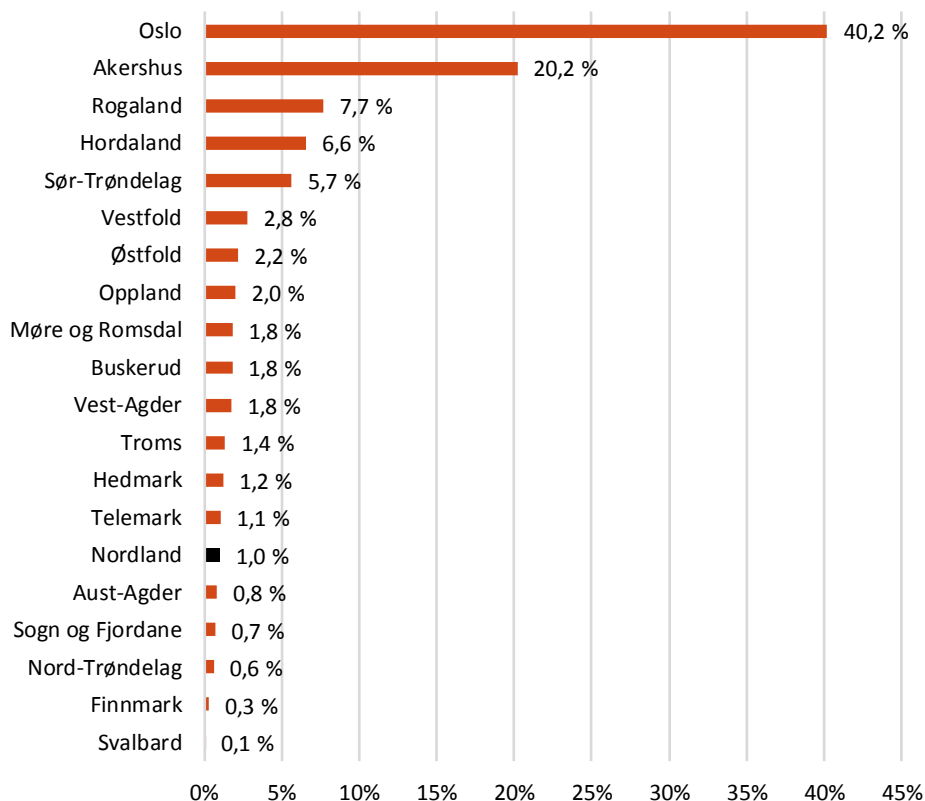
spesialisert designvirksomhet, fotografvirksomhet og annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet er antallet sysselsatte likt fordelt med i overkant av 60 sysselsatte for hver tjeneste. For de to førstnevnte tjenestene har Bodø 17 sysselsatte for hver av tjenestene, mens byen har 12 sysselsatte innenfor sistnevnte tjeneste. Bodø har dermed også her flest sysselsatte.

4.4.2 Mindre KIFT-tjenester i Nordland

I denne delen av avsnittet tar vi for oss KIFT-tjenester, der Nordland har markant mindre andel enn de totale KIFT-tjenestene (2,2 %).

IT-tjenester og telekommunikasjon

Figur 4-8 viser den fylkesvise fordelingen av sysselsatte innenfor IT-næringen, som også omfatter telekommunikasjon. Til sammen jobber 59 252 personer innenfor disse næringene i dag.



Figur 4-8 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor telekom og IT (2017). Kilde: SSB

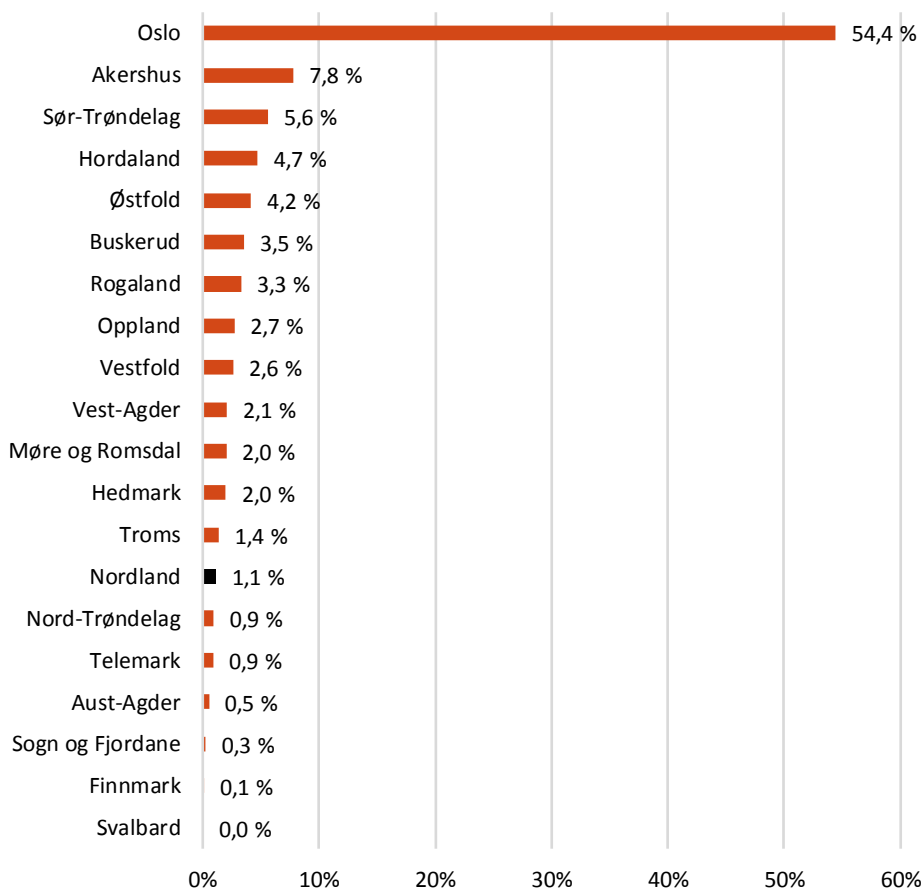
Som vi ser av figur 4-8 jobber 40,2% av alle sysselsatte i IT-næringen i Oslo, noe som også betyr at Oslo er fylket med flest sysselsatte innenfor denne næringen. Dernest kommer Akershus med 20,2 %. 60,4 % av alle sysselsatte i IT-næringen jobber dermed i disse to fylkene. Også Rogaland, Hordaland og Sør-Trøndelag har en relativt stor andel sysselsatte innenfor IT på henholdsvis 7,7%, 6,6 % og 5,7 %.

Nordland kommer på en 15. plass i denne oversikten, da bare 1 % av alle sysselsatte i IT-næringen i Norge i dag jobber i Nordland. Det tilsvarer 600 personer. Tar vi med Svalbard er det fem fylker som har mindre andel sysselsatte i IT-næringen enn Nordland.

I Nordland er sysselsatte innenfor IT-næringene og telekommunikasjon fordelt på flere kommuner¹². Bodø peker seg imidlertid ut med 122 sysselsatte, dernest kommer Lødingen med 54 ansatte og Narvik med 43 sysselsatte. Videre kommer Vefsn med 35 sysselsatte, Rana med 33, Alstadhaug med 26 sysselsatte og Sortland med 23 sysselsatte innenfor disse næringene.

Reklamevirksomhet og markedsundersøkelser

Figur 4-9 viser den fylkesvise fordelingen av sysselsatte innenfor reklamevirksomhet og markedsundersøkelser. Totalt sett er det 9 418 personer som jobber med reklamevirksomhet og markedsundersøkelser i Norge i dag.



Figur 4-9 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor reklamevirksomhet og markedsundersøkelser (2017). Kilde: SSB

Av figur 4-9 ser vi at over halvparten av alle sysselsatte innenfor reklamevirksomhet og markedsundersøkelser jobber i Oslo, noe som innebærer at fylket har den største andelen sysselsatte innenfor denne kategorien. I hovedstaden er det 5 125 personer som jobber med reklamevirksomhet og markedsundersøkelser, noe som utgjør 54,4%. I Akershus er det 7,8% som jobber med det samme, mens andelen i Sør-Trøndelag, Hordaland og Østfold er på henholdsvis 5,6%, 4,7% og 4,2%. Til sammen jobber 62,2 % med reklamevirksomhet og markedsundersøkelser i Oslo og Akershus.

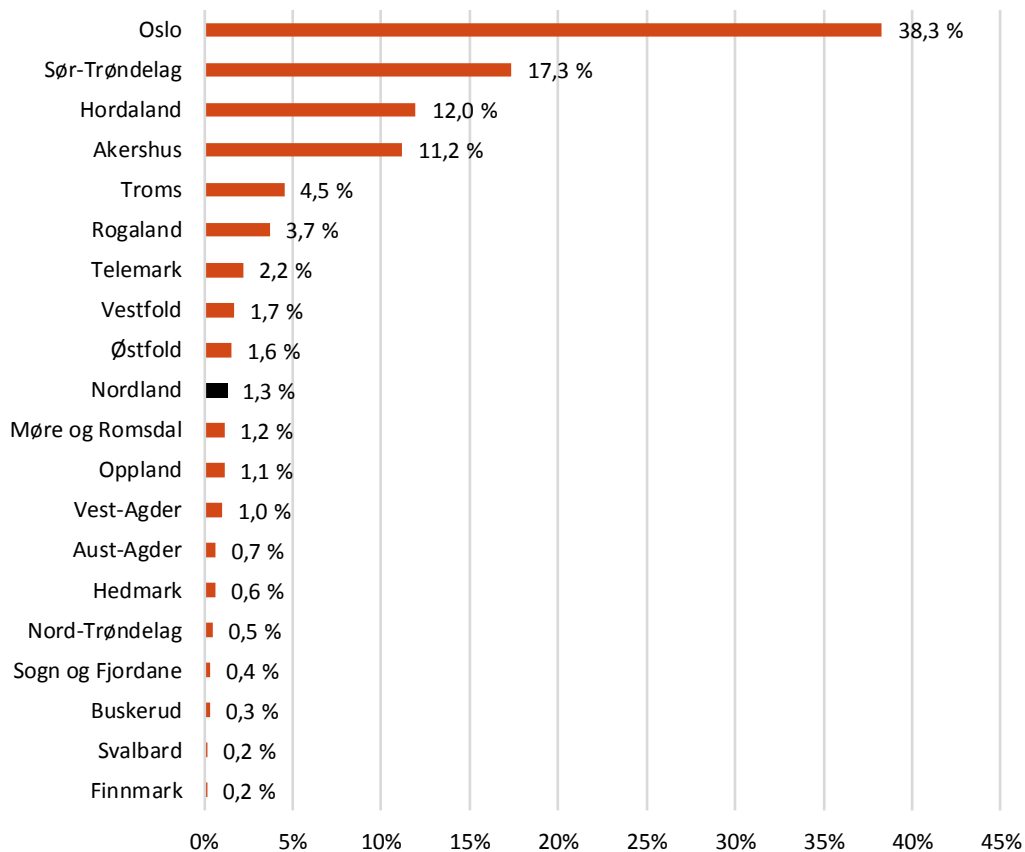
¹² Dette er SSB- tall som ikke vises her (2017).

Ser vi på Nordland er andelen som jobber med disse tjenestene her på 1,1 %. Det tilsvarer 105 personer og gjør at fylket kommer på 14. plass i denne oversikten. Tar vi med Svalbard er det seks fylker som har en mindre andel sysselsatte innenfor denne kategorien enn Nordland.

Halvparten av de som jobber innenfor reklamevirksomhet og markedsundersøkelser jobber i Bodø.

Forskning og utviklingsarbeid

Figur 4-10 gir en oversikt over den fylkesvise fordelingen av sysselsatte innenfor forskning og utvikling. Totalt var 16 055 personer sysselsatt innenfor forskning og utvikling i 2017.



Figur 4-10 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor forskning og utvikling (2017). Kilde: SSB

Som vi ser av figur 4-10 har Oslo, med sin andel på 38,3 %, flest sysselsatte innenfor forskning og utvikling. Det tilsvarer 6 144 personer. Deretter kommer Sør-Trøndelag med 17,3 %, Hordaland med 12,0%, Akershus med 11,2% og Troms med 4,5 %. Til sammen er andelen sysselsatte innenfor forskning og utvikling i Oslo og Akershus på 39,5%.

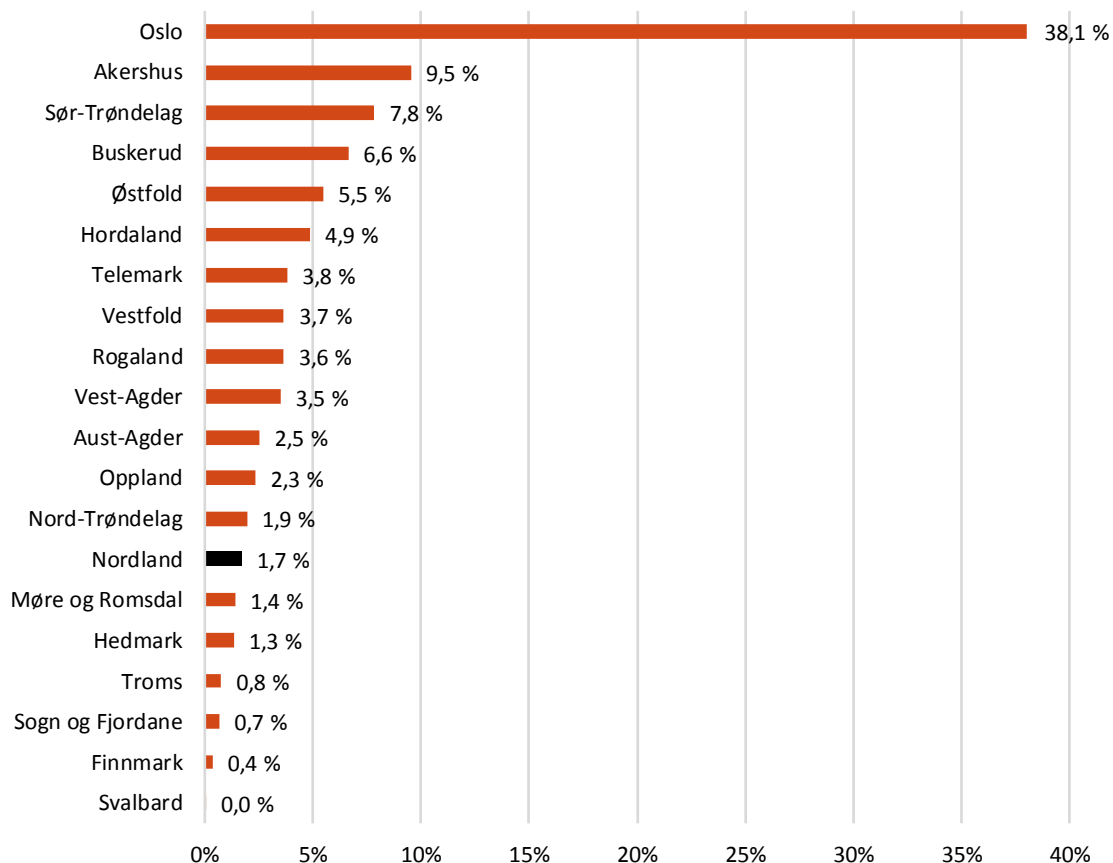
Ser vi på Nordland er andelen sysselsatte innenfor forskning og utvikling på 1,3 %, noe som tilsvarer 205 personer. I oversikten kommer Nordland på 10. plass. Med Svalbard er det ti fylker som har en mindre andel sysselsatte innenfor forskning og utvikling enn Nordland.

I Nordland er det 164 personer som jobber med forskning og utviklingsarbeid innen naturvitenskap og teknikk, mens resten jobber med forskning og utviklingsarbeid innen samfunnsfag og humanistiske fag¹³. Innenfor sistnevnte gruppe jobber samtlige i Bodø.

Blant de som jobber med forskning og utviklingsarbeid innen naturvitenskap og teknikk er det 62 personer som jobber på Andøya og 47 som jobber med dette på Dønna. Bare 17 personer jobber med dette i Bodø.

Forretningsmessig tjenesteyting ellers

Figur 4-11 viser den fylkesvise fordelingen av forretningsmessig tjenesteyting ellers. I denne kategorien inngår kontortjenester, herunder en rekke daglige administrasjonstjenester som f.eks. finansiell planlegging, fakturering, regnskapsføring, personalfordeling, etc. Øvrige tjenester som inngår her er fotokopiering, telefonvaktjenester og telefonsalg, kongress-, messe- og utstillingsvirksomhet, pakkevirksomhet og inkasso- og kredittopplysningsvirksomhet. Til sammen jobber 14 829 personer innenfor disse næringene i dag.



Figur 4-11 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor annen forretningsmessig tjenesteytende sektor (2017). Kilde: SSB

Av figur 4-11 ser vi at Oslo har den største andelen av sysselsatte innenfor annen forretningsmessig tjenesteyting. 38,1 % av alle som jobber med disse tjenestene jobber her, det vil si 5 644 personer.

¹³ Tall som ikke vises her (SSB 2017-tall)

Derneft kommer Akershus med 9,5%, Sør-Trøndelag med 7,8%, Buskerud med 6,6% og Østfold med 5,5 %. Til sammen jobber 47,6% av alle sysselsatte innenfor disse tjenestene i Oslo og Akershus.

Nordlands andel av disse tjenestene er på 1,7%, som vil si 252 personer. I oversikten kommer Nordland på en 14. plass. Med Svalbard er det dermed seks fylker som har en mindre andel sysselsatte innenfor disse tjenestene enn Nordland.

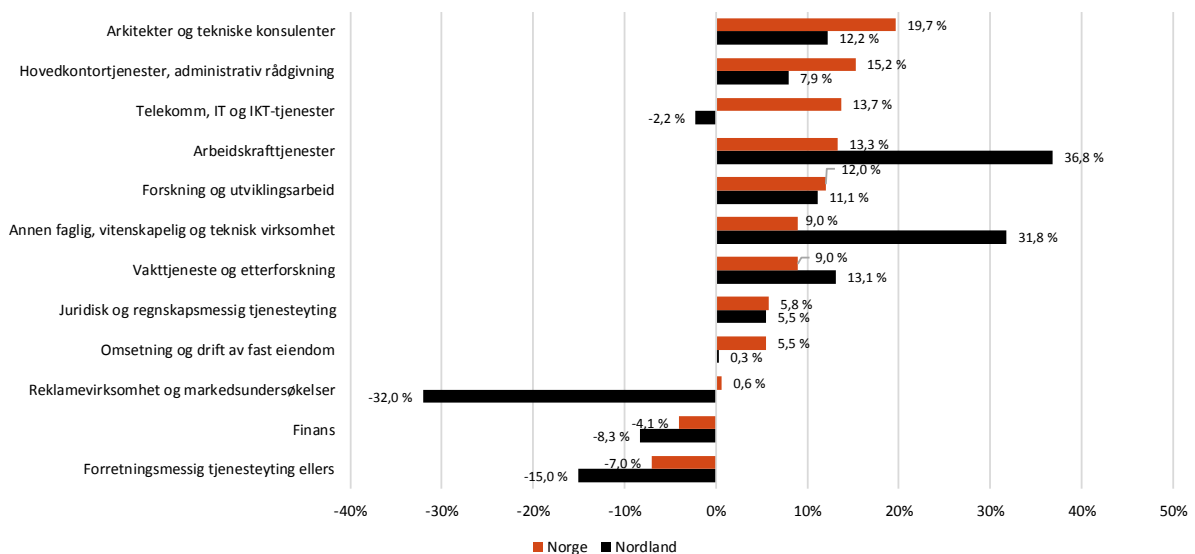
Av de 252 personene som jobber innenfor annen forretningsmessig tjenesteytende sektor er det 164 personer som jobber innenfor forretningsmessig tjenesteyting ikke nevnt annet sted¹⁴. Av disse er det 74 personer som jobber i Bodø. Telefonvaktjenester og telefonsalg er den neststørste tjenesten innenfor denne KIFT-næringen, der 56 personer jobber. Av disse er det 19 personer som jobber i Hamarøy, 15 i Vefsn og 14 i Rana. Innenfor den siste tjenesten innenfor denne næringen; kongress-, messe- og utstillingsvirksomhet, er det seks personer som jobber i Nordland.

4.3 Utvikling i sysselsetting i KIFT-næringene i Norge og Nordland

I dette avsnittet ser vi på utviklingen i sysselsetting i KIFT-næringene i Norge og Nordland i perioden 2010-2017. På grunn av endringer i registrering av sysselsetting fra og med 2015 er perioden delt i to, der den første delen omfatter årene 2010-2014 og den andre delen omfatter årene 2015-2017.

4.3.1 Utvikling i perioden 2010-2014

Figur 4-12 gir en oversikt over utviklingen i sysselsetting i KIFT-næringene i Norge og Nordland for perioden 2010-2014.



Figur 4-12 Utvikling av sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Nordland og Norge. Periode 2010-2014. Kilde: SSB

I denne perioden ser vi at Nordland hadde en sterk økning i andelen sysselsatte innenfor arbeidskrafttjenester og innenfor kategorien «annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet»¹⁵. I Nordland økte andelen sysselsatte innenfor sistnevnte næringskategori med 31,8 % i perioden 2010-

¹⁴ SSB-tall som ikke vises her (2017-tall).

Som tidligere nevnt omfatter sistnevnte kategori tjenester som spesialisert designvirksomhet for blant annet klær og møbler, grafisk og visuell kommunikasjonsdesign, fotografvirksomhet, oversettelses- og tolkevirksomhet, takseringsvirksomhet, modellvirksomhet og impresariovirksomhet.

2014, mens andelen sysselsatte innenfor arbeidskrafttjenester økte med 36,8 % i samme periode. På landsbasis var økningen innenfor disse kategoriene på henholdsvis 9 % og 13,3 %.

Ser vi på landet under ett økte andelen arkitekter og tekniske konsulenter mest i denne perioden, der økningen var på 19,7%. I Nordland økte denne type tjenester med 12,2 % i samme periode.

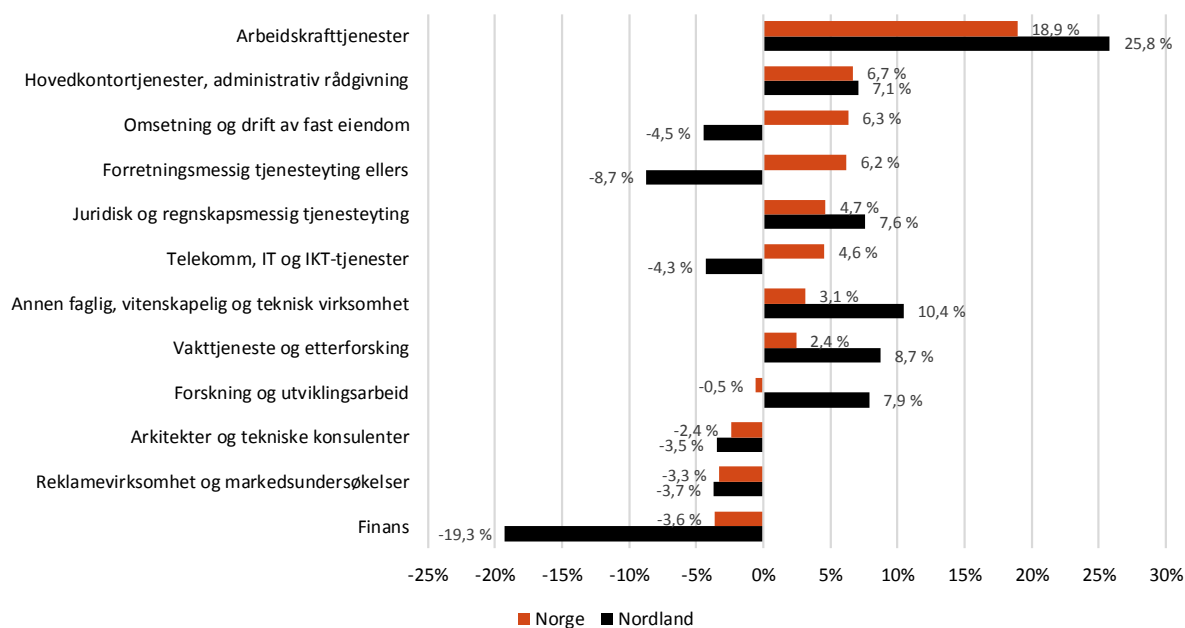
Samtidig ser vi at andelen sysselsatte innenfor reklamevirksomhet og markedsundersøkelser gikk markant ned i Nordland i denne perioden, der nedgangen var på 32 %. På landsbasis økte andelen sysselsatte innenfor disse tjenestene med 0,6 % i samme periode.

Også innenfor finans og «forretningsmessig tjenesteyting ellers» var det en nedgang i sysselsetting i perioden 2010-2014. Sistnevnte omfatter en rekke kontortjenester, som blant annet finansiell planlegging og fakturering, i tillegg til tjenester som telefonvakt, telefonsalg, kongress-, messe- og utstillingsvirksomhet. Både Nordland og landet som helhet hadde en nedgang i sysselsetting innenfor finans og «forretningsmessig tjenesteyting» i denne perioden, men den var størst i Nordland.

Utviklingen i finanstjenester og arbeidskrafttjenester blir kommentert nærmere i avsnitt 4.3.2.

4.3.2 Utvikling i perioden 2015-2017

Figur 4-13 gir en oversikt over utviklingen i sysselsetting i KIFT-næringene i Norge og Nordland for perioden 2015- 2017.



Figur 4-13 Utvikling av sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Nordland og Norge. Periode 2015-2017. Kilde: SSB

I likhet med perioden 2010-2014 hadde Nordland også i perioden 2015-2017 en sterk vekst i sysselsetting innenfor arbeidskrafttjenester. Mens veksten i Nordland var på 25,8 % i denne perioden, var veksten på landsbasis på 18,9 %.

Økningen i arbeidskrafttjenester kan ha sammenheng med en lovendring, som kom i år 2000, og som gjorde det enklere for offentlige og private virksomheter å leie inn ansatte fra bemanningsbyrå.

I 2017 jobbet omkring 100 000 arbeidstakere gjennom bemanningsbyrå. De utførte om lag 25 000 årsverk, noe som tilsvarer i overkant av 1 % av alle årsverk i norsk arbeidsliv¹⁶.

Nordland, og spesielt Bodø-regionen har hatt stor byggeaktivitet de siste årene, noe som kan være med på å forklare økningen i arbeidskrafttjenester i perioden 2010-2017. Byggebransjen er blant de største brukerne av arbeidskraft fra bemanningsbyråene. Det samme er helsevesenet og kontor/administrasjon. Også helsevesenet i Nordland har hatt store utfordringer med å rekruttere enkelte typer helsepersonell, som sykepleiere og spesialsykepleiere og legespesialister. Dette kan også være med på å forklare den økte bruken av bemanningsbyrå i denne perioden.

Øvrige områder der veksten i andel sysselsatte i Nordland var markant høyere enn i resten av landet, var innenfor kategoriene «annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet», vakttjenester og etterforskning samt forskning og utviklingsarbeid. Her var veksten i Nordland på henholdsvis 10,4 %, 8,7 % og 7,9 %. På landsbasis økte andelen sysselsatte innenfor «annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet» og vakttjeneste og etterforskning med henholdsvis 3,1 % og 2,4 %, mens forskning og utvikling hadde en nedgang i sysselsetting i samme periode på 0,5 %.

I likhet med perioden 2010-2014 hadde Nordland også i perioden 2014-2017 en sterk nedgang i sysselsetting innenfor finans, og da på hele 19,3%. Også på landsbasis var det en nedgang i sysselsetting innenfor finans i denne perioden, men her var nedgangen på 3,6 %.

I årene etter finanskrisen har det vært en sammenhengende nedgang i finansnæringen. I 2017 hadde næringen drøyt 5 000 færre sysselsatte enn i ved starten av 2009. Nedbemanningen har vært størst i banker og finansieringsvirksomhet, mens den har vært noe mindre i forsikring og pensjonskasser¹⁷. Utviklingen av nye digitale løsninger og automatisering er med på å forklare nedgangen i sysselsettingen i finansnæringen. Samtidig har næringen de to siste tiårene vært gjenstand for en sterk sentralisering¹⁸, noe som kan bidra til å forklare at nedgangen i sysselsetting i Nordland har vært større enn den har vært på landsbasis.

4.4 KIFT-næringenes bidrag til verdiskaping

I dette avsnittet ser vi nærmere på KIFT-næringenes bidrag til verdiskaping definert i kroner og øre. Tallene er hentet fra SSB (Nasjonalregnskapet) og omfatter kategoriene «faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting»¹⁹ og «forretningsmessig tjenesteyting»²⁰.

Tjenestene som inngår i «faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting» er:

- juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting
- hovedkontortjenester
- arkitektvirksomhet, teknisk konsulentvirksomhet og teknisk prøving og analyse
- forskning- og utviklingsarbeid
- annonse- og reklamevirksomhet og markedsundersøkelser

¹⁶ Resultater fra forskningsprogrammet: «The impact of temporary work agencies on the politics of work» (2013-2017) og gjengitt på www.forskning.no (<https://forskning.no/arbeid-partner-norges-forskningsrad/bor-bemanningsbyraer-forbys/344922>)

¹⁷ Finans Norge 20.10.2017: <https://www.finansnorge.no/arbeidsgiver/statistikker/arbeidslivet-i-finans/1.-sysselsetting-og-arbeidstid/>

¹⁸ Ibid

¹⁹ NACE-koder 69-75

²⁰ NACE-koder: 77-82

- annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet
- veterinærtjenester

Kategorien «forretningsmessig tjenesteyting» omfatter disse næringene:

- utleie- og leasingvirksomhet
- arbeidskrafttjenester
- reisebyrå- og reisearrangørvirksomhet og tilknyttede tjenester
- vakttjenester
- tjenester tilknyttet eiendomsdrift
- annen forretningmessig tjenesteyting

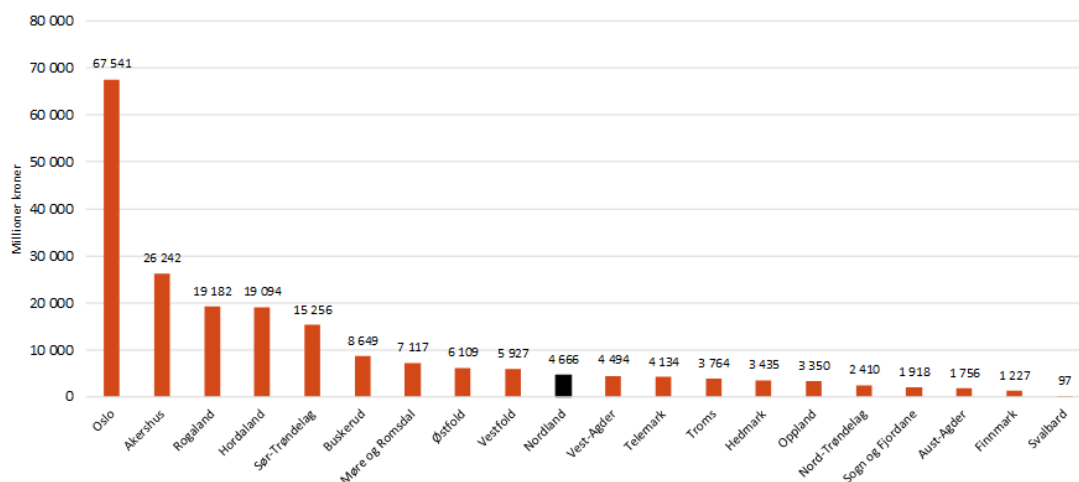
Verdiskapingstillene favner dermed flere KIFT-tjenester enn det vi i denne rapporten har definert som KIFT-tjenester. I tillegg til de næringene som inngår i vår definisjon av KIFT-tjenester har vi her:

- veterinærtjenester
- utleie- og leasingvirksomhet
- reisebyrå- og reisearrangørvirksomhet og tilknyttede tjenester
- tjenester tilknyttet eiendomsdrift

Verdiskaping er videre definert som økonomisk merverdi opptjent gjennom innenlandsk produksjonsaktivitet, det vil si produksjonsverdi minus produktinnsats.

4.4.1 KIFT-næringenes bidrag til verdiskaping i Norge

Figur 4-14 gir en oversikt over KIFT-næringenes bidrag til verdiskapingen i de ulike fylkene og Svalbard i 2017.



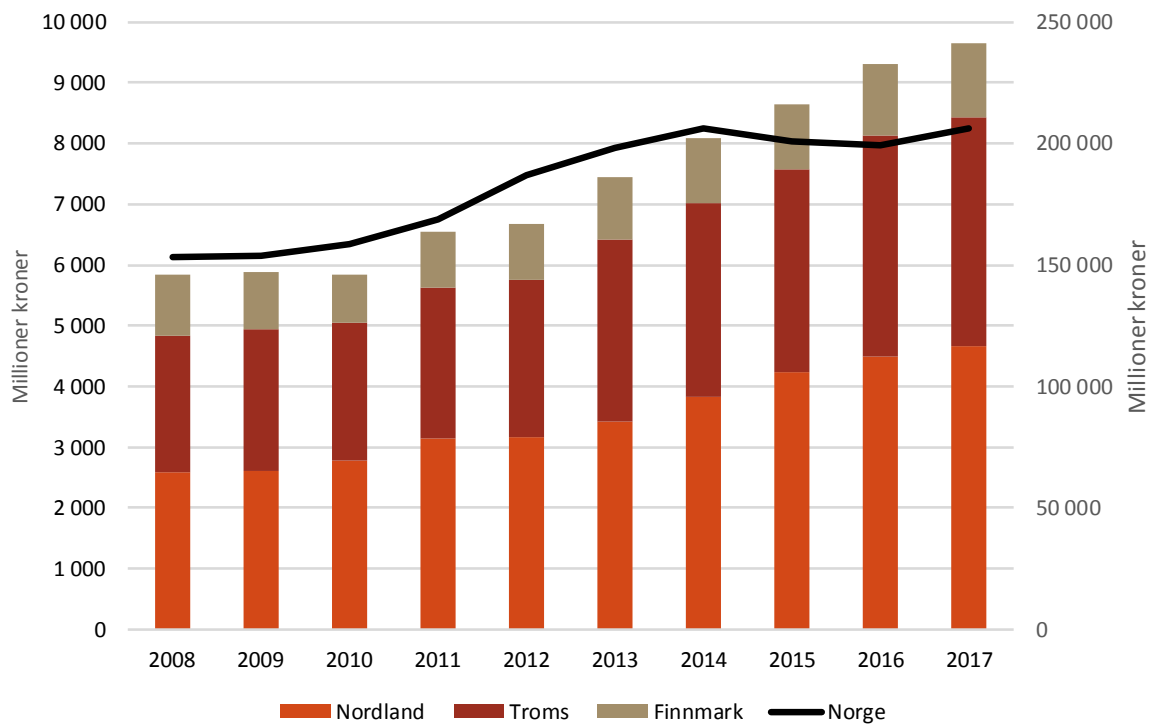
Figur 4-14 KIFT-næringenes bidrag til verdiskapingen i de ulike fylkene (og Svalbard) i 2017. Kilde: SSB

Som vi ser av figur 4-14 bidrar KIFT-næringene mest til verdiskapingen i Oslo, hvor de bidrar med omkring 67,5 mrd. Dernest kommer Akershus med kr 26,2 mrd., Rogaland med kr 19,2 mrd., Hordaland med kr 19,1 mrd. og Sør-Trøndelag med kr 15,3 mrd.

Nordland kommer på 10. plass i denne sammenhengen, der KIFT-næringene i 2017 bidro til omkring kr 4,7 mrd. av verdiskapingen i fylket. Med unntak av Svalbard er det i fylkene Sogn og Fjordane, Aust-Agder og Finnmark at KIFT-næringene bidrar minst til verdiskapingen, og da med henholdsvis kr 1,9 mrd., 1,8 mrd. og 1,2 mrd.

4.4.2 KIFT-næringens bidrag til verdiskaping i Nord-Norge

Figur 4-15 gir en oversikt over KIFT-næringenes bidrag til verdiskapingen i Nordland, Troms og Finnmark for perioden 2008-2017.



Figur 4-15 KIFT-tjenestenes bidrag til verdiskapingen i Nordland, Troms, Finnmark og Norge (2017). Kilde: SSB

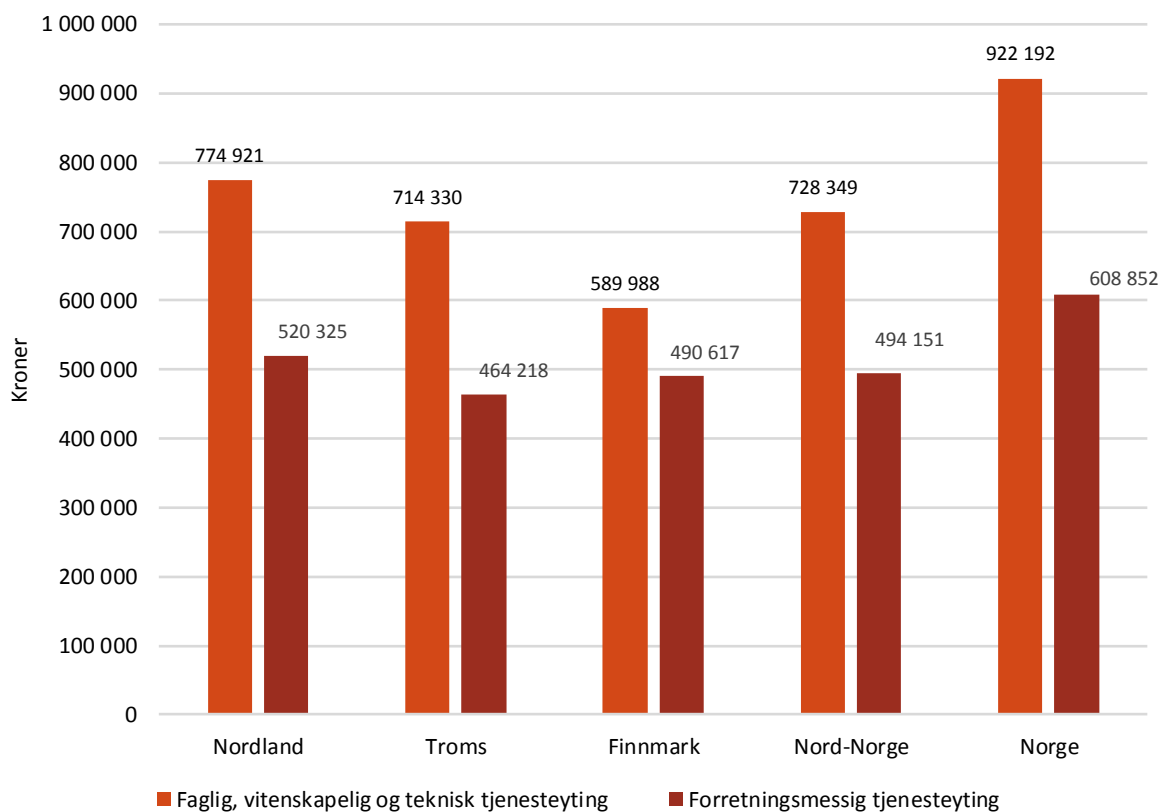
Av figur 4-15 ser vi at KIFT-næringenes bidrag til verdiskapingen i de tre nordligste fylkene har økt gradvis i perioden 2008-2017. Samtidig ser vi at det er stor variasjon mellom de tre fylkene med hensyn til hvor mye KIFT-næringene bidrar til den totale verdiskapingen og hvor mye den har økt i samme periode. I Nordland bidro KIFT-næringene til kr 2,6 mrd. av verdiskapingen i 2008, mens den økte til kr 4,7 mrd. i 2017. Tilsvarende bidro KIFT-næringene i Troms til kr 2,2 mrd. av verdiskapingen i 2008, mens den økte til kr 3,7 mrd. i 2017. I Finnmark bidro KIFT-næringene til kr 1 mrd. av verdiskapingen i 2008, mens den økte til kr 1,2 mrd. i 2017.

Den relative økningen har dermed vært størst i Nordland, da KIFT-næringenes andel av verdiskapingen har økt med 80,8 % i perioden 2008-2017. Tilsvarende tall for Troms og Finnmark er på henholdsvis 68,2% og 20 %.

Ser vi på KIFT-næringenes bidrag til verdiskapingen på landsbasis økte den gradvis i perioden 2008-2014. I 2014 bidro KIFT-næringene til i overkant av kr 200 mrd. av verdiskapingen i Norge. I perioden 2014-2016 var det en liten nedgang i verdiskapingen, mens KIFT-næringenes bidrag til verdiskapingen på landsbasis økte igjen fra 2017.

4.4.3 Verdiskaping per sysselsatt

Figur 4-16 gir en oversikt over verdiskaping per sysselsatt i Nordland, Troms, Finnmark, der vi også ser på verdiskapingen per sysselsatt for Nord-Norge som helhet og for Norge sett under ett.



Figur 4-16 Verdiskaping per sysselsatt etter arbeidssted i 2017. Kilde: SSB

Av figur 4-16 ser vi at verdiskapingen per sysselsatt i 2017 var størst innenfor faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting, som også er den kategorien som favner flest KIFT-tjenester.

Verdiskapingen per sysselsatt varierer dessuten mellom de tre fylkene, og mellom Nord-Norge og Norge som helhet. For landet som helhet var verdiskapingen per sysselsatt på kr 922 192 innenfor faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting, mens den for Nord-Norge var på kr 728 349. I Nord-Norge var verdiskapingen per sysselsatt høyest i Nordland, der den i 2017 var på kr 774 921, mens den i Troms og Finnmark var på henholdsvis kr 714 330 og kr 589 988.

I 2017 var dermed verdiskapingen per sysselsatt 21 % høyere på landsbasis enn for med Nord-Norge. Videre er verdiskapingen per sysselsatt 16 % høyere på landsbasis enn i Nordland og 36 % høyere på landsbasis enn i Finnmark, som er det fylket hvor verdiskapingen per sysselsatt innenfor denne kategorien er lavest.

For kategorien forretningsmessig tjenesteyting er verdiskapingen per sysselsatt lavere enn for kategorien faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting, men det er fortsatt betydelige forskjeller innad i Nord-Norge og mellom Nord-Norge og Norge som helhet.

For Norge som helhet er verdiskapingen per sysselsatt kr 608 852, mens den i Nord-Norge er kr 494 151. Sammenligner vi de tre nordligste fylkene er verdiskapingen per sysselsatt høyest i Nordland, der den er kr 520 325. I Troms og Finnmark er verdiskapingen per sysselsatt kr 464 210 og 490 617.

For forretningsmessig tjenesteyting er dermed verdiskapingen per sysselsatt 18,8 % høyere på landsbasis enn i Nord-Norge. Sammenligner vi verdiskapingen per sysselsatt på landsbasis med

Nordland og Troms, der sistnevnte har lavest verdiskaping per sysselsatt, er den 14,5 % høyere på landsbasis enn i Nordland og 23,8 % høyere på landsbasis enn i Troms.

En årsak til at verdiskapingen per sysselsatt er høyere i Norge enn i de nordnorske fylkene for begge kategoriene, kan være at KIFT-bedriftene andre steder i landet er større enn de er her. Dette har igjen sammenheng med større markeder. Det siste kan også bidra til å forklare at verdiskapingen per sysselsatt er høyere i Nordland enn i Finnmark.

4.5 Offentlig og privat sektors bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i Nordland

I dette kapitlet ser vi nærmere på summen av sysselsettingsvirkninger som offentlig sektor og deler av privat sektor i Nordland har for KIFT-næringene i fylket.

Tallene er hentet fra plan- og analyseverktøyet PANDA. Her er det viktig å være oppmerksom på at kategoriene i PANDA ikke sammenfaller helt med hvordan vi har delt inn KIFT-tjenestene. Dette gjelder spesielt for kategorien «faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting», som omfatter disse KIFT-tjenestene²¹:

- Juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting (69),
- Hovedkontortjenester, administrativ rådgivning (70)
- Arkitektvirksomhet og teknisk konsulentvirksomhet og teknisk prøving og analyse (71)
- Annonse- og reklamevirksomhet og markedsundersøkelser (73)
- Annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet (74)
- Veterinærtjenester (75)

Kategorien omfatter dermed langt flere KIFT-tjenester enn det vi tidligere har omtalt som «annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet». I tillegg omfatter kategorien «veterinærtjenester», som ikke inngår i vår definisjon av KIFT.

En annen kategori som skiller seg ut fra vår definisjon av KIFT er «vaktjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting». Her er to tjenester; «vaktjenester (80) og annen forretningsmessig tjenesteyting (82) slått sammen i en kategori. I tillegg omfatter denne kategorien «tjenester tilknyttet eiendomsdrift» (81), som ikke er en del av vår definisjon av KIFT.

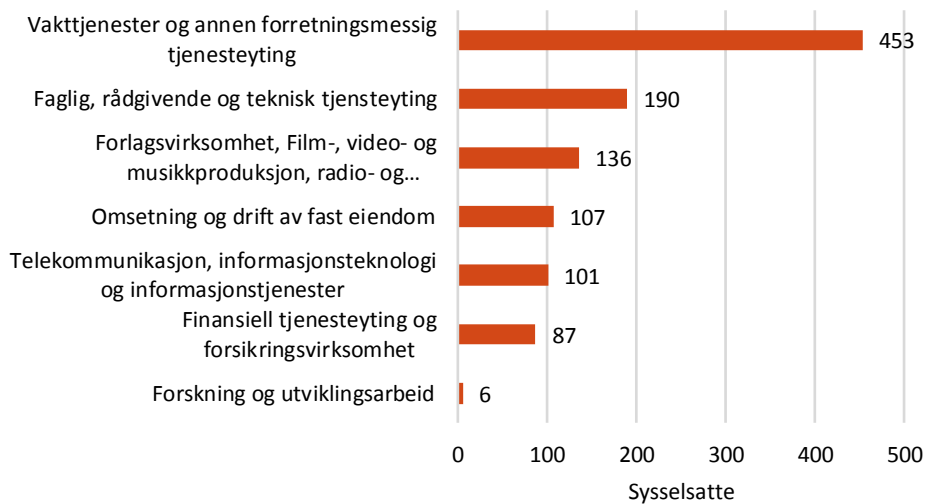
De øvrige kategoriene i dette avsnittet er i tråd med hvordan vi tidligere i denne rapporten har kategorisert KIFT-tjenestene²².

4.5.1 Offentlig sektors bidrag

Figur 4-17 gir en oversikt over offentlig sektor i Nordland sitt bidrag til jobber i KIFT-næringene i fylket.

²¹ Tallene i parentes er NACE-koder

²² For en nærmere beskrivelse se vedlegg 2.



Figur 4-17 Offentlig sektors bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i Nordland (2017). Kilde: PANDA

Som vi ser av figur 4-17 er offentlig sektor en stor bidragsyter til stillinger innenfor KIFT-næringene. Til sammen bidrar offentlig sektor i Nordland til 1 080 sysselsatte i KIFT-næringene i fylket, der det største bidraget er innenfor vaktjenester og annen forretningsmessig tjenesteytende sektor. Offentlig sektors bidrar til at 453 personer er sysselsatt innenfor disse KIFT-næringene. Nordland har en rekke forsvarsanlegg og lufthavner spredt over hele fylket. Det kan være en viktig årsak til at offentlig sektors bidrag til vaktjenester er så stort i fylket.

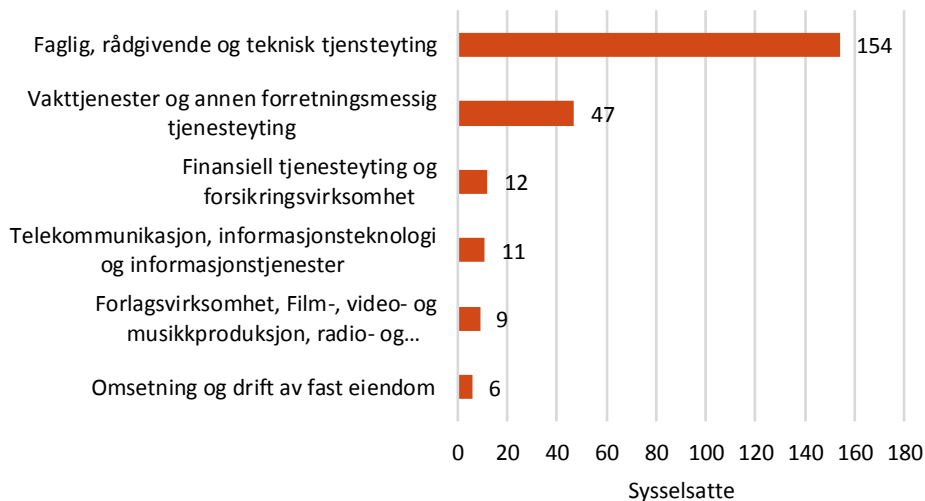
Videre bidrar offentlig sektor til at 190 personer er sysselsatt innenfor faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting. Offentlige sektor bygger skoler, barnehager, sykehjem og sykehus. I den forbindelse leier de inn blant annet arkitekter og ingeniører. Dette kan være en viktig årsak til at bidraget til slike KIFT-tjenester er så vidt høyt.

Også for forlagsvirksomhet, film-, video- og musikkproduksjon, radio- og fjernsynskringkasting er offentlig sektor en viktig bidragsyter, der 136 er sysselsatt som følge av offentlig sektor. I tillegg bidrar offentlig sektor til at 107 personer er sysselsatt innenfor omsetning, drift og utleie av fast eiendom, 101 personer er sysselsatt innenfor telekommunikasjon, informasjonsteknologi og informasjonstjenester, og 87 personer er sysselsatt innenfor finansiell tjenesteyting og forsikringsvirksomhet.

Minst viktig er offentlig sektor for forskning- og utviklingsarbeid, der offentlig sektor bare bidrar til seks sysselsatte.

4.5.2 Fiskeri- og havbruksnæringens bidrag

Figur 4-18 gir en oversikt over fiskeri- og havbruksnæringen i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket.



Figur 4-18 Fiskeri- og havbruksnæringen i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket (2017). Kilde: PANDA

Av figur 4-18 ser vi at fiskeri- og havbruksnæringen i Nordland bidrar til 239 sysselsatte innenfor KIFT-næringene i fylket, der det største bidraget er innenfor faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting. Innenfor denne kategorien finner vi blant annet laboratorieanalyser og tekniske konsulenter.

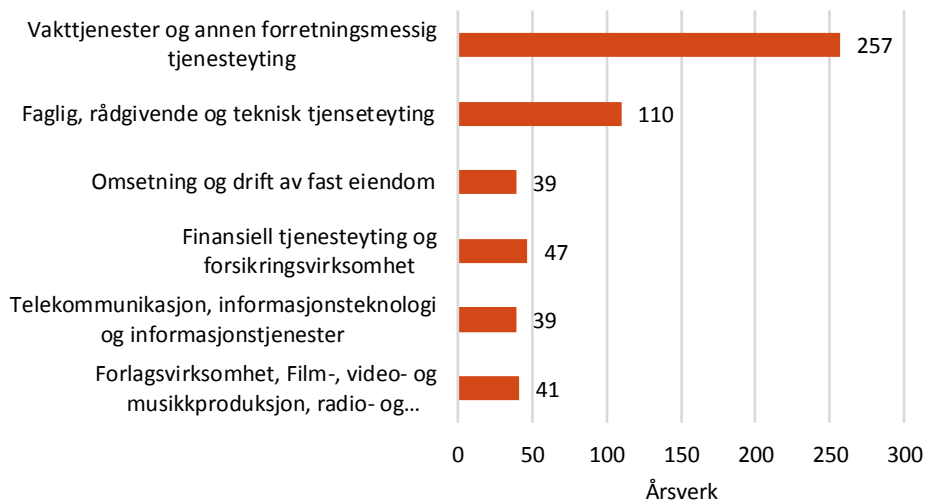
Noen av landets største havbruksbedrifter er lokalisert i fylket. Flere av disse bedriftene har store satsinger innenfor bygg, anlegg og øvrig infrastruktur, der de også har behov for innleie av blant annet ingeniører. Mange av bedriftene mangler dessuten egne laboratorier, og får utført prøver og analyser ved eksterne laboratorier. Dette kan være viktige årsaker til at fiskeri- og havbruksnæringen bidrar til så vidt høy sysselsetting innenfor faglig, rådgivende og teknisk tjenesteytende sektor.

Fiskeri- og havbruksnæringene bidrar videre til at 47 personer er sysselsatt innenfor vakttjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting, 12 personer er sysselsatt innenfor finansiell tjenesteyting og forsikringsvirksomhet og 11 personer er sysselsatt innenfor telekommunikasjon, informasjonsteknologi og informasjonstjenester.

Minst bidrar fiskeri- og havbruksnæringen til omsetning, drift og utleie av fast eiendom, der de samlede sysselsettingsvirkningene er 6, mens 9 er sysselsatt innenfor forlagsvirksomhet mm som følge av fiskeri- og havbruksnæringene i fylket. Det er videre interessant å merke seg at næringen ikke bidrar til sysselsetting innenfor forskning og utvikling i Nordland.

4.5.3 Industriens bidrag

Figur 4-19 gir en oversikt over industrien i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket.



Figur 4-19 Industriens bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket (2017). Kilde: PANDA

Industrien i Nordland er stor og viktig, og som vi ser av figur 4-19 bidrar den til 533 sysselsatte innenfor KIFT-næringene i fylket. Industrienes viktigste bidrag til sysselsetting finner vi innenfor vakttjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting, der industrien bidrar til 257 sysselsatte. En viktig årsak til dette kan være behovet for vakttjenester som industribedriftene har blant annet på fabrikkanleggene sine. Videre er industrien en viktig bidrags giver til faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting. Flere av industribedriftene kjøper i dag deler av ingeniørtjenestene sine, i tillegg til at utbygginger og utbedringer av anlegg gir behov for blant annet arkitekter. Dette kan være med på å forklare industriens relativt store bidrag til sysselsetting innenfor faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting.

Som vi ser bidrar også industrien til sysselsetting innenfor de øvrige KIFT-tjenestene. Unntaket er forskning og utvikling, der industrien ikke har medvirket til sysselsetting.

4.5.4 Energiselskaperens bidrag

Figur 4-20 gir en oversikt over energiselskapene i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket. Dette omfatter bedrifter som produserer og distribuerer elektrisitet, fjernvarme og gass. Til sammen bidrar energiselskapene til 204 sysselsatte innenfor KIFT-næringene.



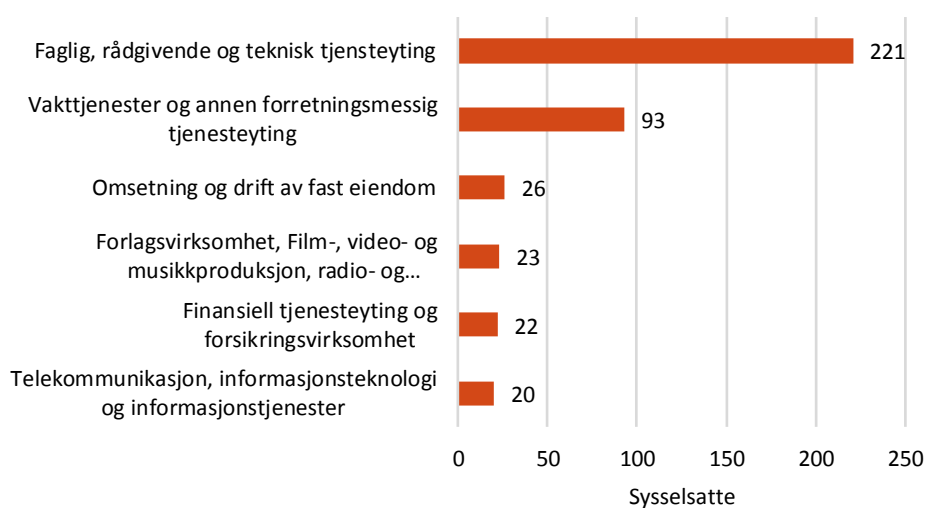
Figur 4-20 Energiselskapene i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket (2017). Kilde: PANDA

Av figur 4-20 ser vi at også energiselskapene er en viktig bidragsyter til vakttjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting, der 97 sysselsatte innenfor disse KIFT-tjenestene kan spores tilbake til energiselskapene. I likhet med det som har blitt nevnt over er det grunn til å tro at det her er snakk om vakttjenester knyttet til bygg og anlegg. I tillegg bidrar energiselskapene til at 53 personer er sysselsatt innenfor faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting, noe som også kan skyldes kjøp av ingeniør- og arkitekttjenester til bygging og utbedring av bygg og anlegg.

Energiselskapene bidrar også til sysselsetting innenfor de øvrige KIFT-tjenestene. Unntaket er forskning og utvikling, som energiselskapene ikke har noen sysselsettingsvirkning for.

3.4.5 Bygg og anlegg

Figur 4-21 gir en oversikt over bygg- og anleggsvirksomhetene i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket.

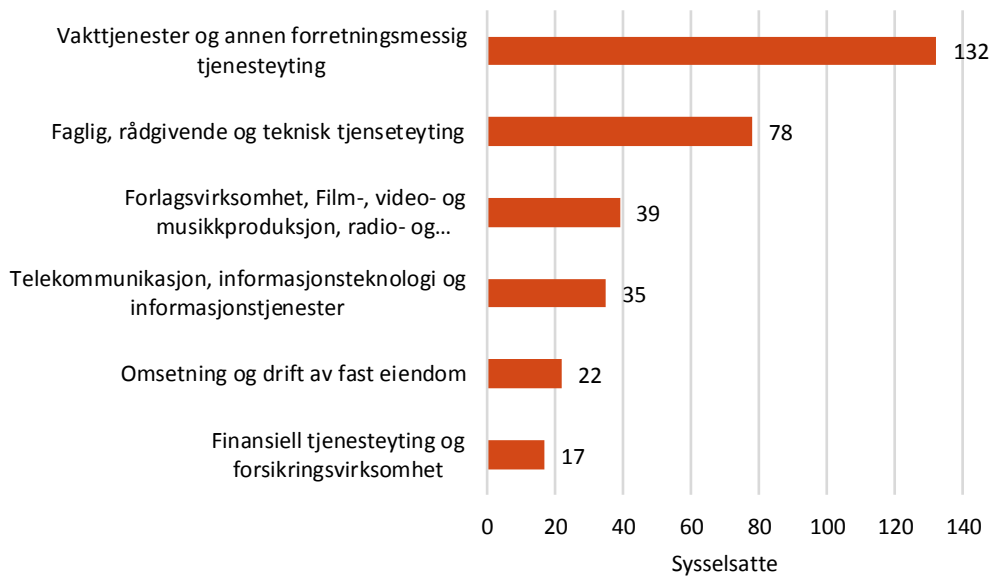


Figur 4-21 Bygg- og anleggsvirksomhetene i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket (2017). Kilde: PANDA

Som vi ser av figur 4-21 bidrar bygg- og anleggssektoren til 405 stillinger innenfor KIFT-næringene, der over halvparten av de sysselsatte er ansatt innenfor kategorien «faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting». I forbindelse med bygg-, anlegg- og infrastrukturprosjekter har bygg- og anleggsbransjen behov for en rekke tekniske og rådgivende tjenester som ingeniører, arkitekter, areal-, by- og transportplanleggere, geoteknikere, mm. Disse tjenestene kjøpes ofte delvis eller i sin helhet fra ulike rådgiverbedrifter. I tillegg ser vi at bygg- og anleggsbransjen er en relativt stor bidragsyter til vakttjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting, der de bidrar med 93 sysselsatte. Også her er det grunn til å tro at vakttjenester knyttet til fysisk infrastruktur utgjør en viktig del av disse tjenestene. Videre bidrar bransjen til sysselsetting innenfor de andre KIFT-tjenestene, men igjen ser vi at dette ikke gjelder for sysselsetting innenfor forskning og utvikling.

4.5.5 Lagring og transport

Figur 4-22 gir en oversikt over virksomhetene innenfor lagring og transport i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket.

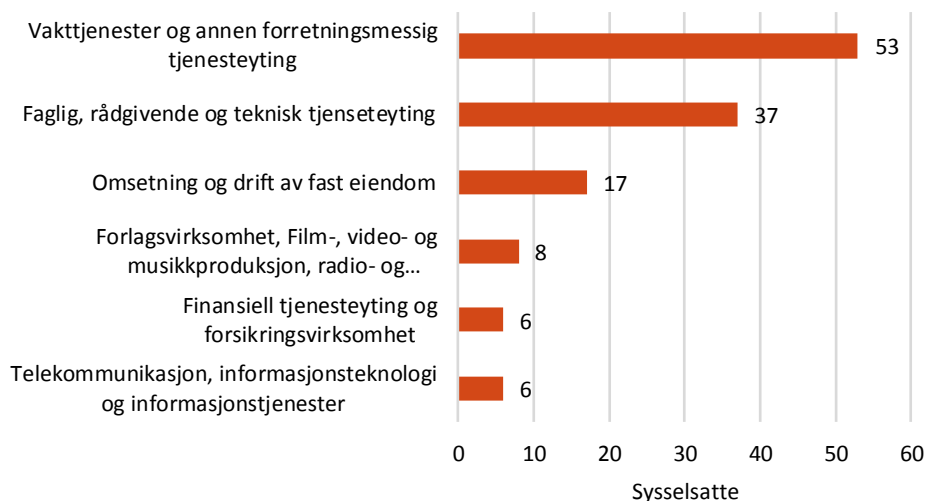


Figur 4-22 Virksomhetene innenfor lagring/transport i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket (2017). Kilde: PANDA

Som vi ser av figur 4-22 bidrar virksomhetene innenfor lagring og transport til 323 sysselsatte innenfor KIFT-næringene. Den største andelen av sysselsatte finner vi innenfor kategorien «vakttjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting», der 132 er sysselsatt som følge av virksomhetene innenfor kategorien «lagring og transport». Også her er det grunn til å tro at en stor andel av tjenestene dreier seg om vakttjenester, og da for eksempel knyttet til lagerbygg. Lagring og transport bidrar videre til 78 sysselsatte innenfor faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting, der det også her er sannsynlig at det dreier seg blant annet ingeniør- og arkitekttjenester knyttet til for eksempel bygging og utbedring av bygg. I tillegg bidrar lagring og transport til sysselsetting innenfor de øvrige KIFT-tjenestene, men ikke til sysselsetting innenfor forskning og utvikling.

4.5.6 Overnatting og servering

Figur 4-23 gir en oversikt over bedriftene innenfor overnatting og servering i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT-næringene i fylket.



Figur 4-23 Virksomhetene innenfor overnatting og servering i Nordland sitt bidrag til sysselsetting innenfor KIFT i fylket (2017). Kilde: PANDA

Av figur 4-23 ser vi at bedriftene innenfor overnatting og servering bidrar til at 127 personer er sysselsatt innenfor KIFT-næringene, og der i overkant av 40 % av sysselsettingen faller inn under vaktjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting. Igjen er det grunn til å tro at en stor del av sysselsettingen er knyttet til vaktjenester for eksempel relatert til hotellene i fylket. Bedriftene innenfor overnatting og servering bidrar videre til at 37 personer er sysselsatt innenfor faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting, noe som også kan ha sammenheng med bygging og utbedring av bygg. Bedriftene bidrar også i mindre grad til sysselsetting innenfor de øvrige KIFT-tjenestene, men har ingen sysselsettingsvirkning for forskning og utvikling.

4.6 Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett at totalt 358 092 personer er sysselsatt innenfor KIFT-næringene her til lands, og der en finner flest sysselsatte innenfor telekommunikasjon, IT og IKT-tjenester. Dernest kommer arkitekter og tekniske konsulenter sammen med finanstjenester. Færrest sysselsatte finner vi innenfor reklamevirksomhet og markedsundersøkelser sammen med vaktjenester og etterforskning.

Oslo har høyest andel sysselsetting innenfor samtlige KIFT-tjenester. Mens den totale sysselsettingen for hovedstaden var på 13,9 %, varierer andelen sysselsetting innenfor de ulike KIFT-tjenestene fra 54,4% (reklamevirksomhet og markedsundersøkelser) til 25,4% (omsetning, drift og utleie av fast eiendom)²³. Oslo og Sør-Trøndelag er de eneste fylkene i landet som har en høyere andel sysselsatte innenfor KIFT-næringene enn andelen sysselsetting totalt.

Nordland har 4,4 % av den totale sysselsettingen på landsbasis og 2,2 % av sysselsettingen innenfor KIFT-næringene i landet. I Nordland finner vi flest sysselsatte innenfor vaktjenester og etterforskning (4 %), juridiske og regnskapsmessige tjenester (3,6 %) og omsetning, drift og utleie av fast eiendom (3,5 %).

Innenfor de to sistnevnte næringene finner vi majoriteten av sysselsatte innenfor henholdsvis regnskap, revisjon og skatterådgivning og utleie av egen eller fast eiendom. For førstnevnte næring dreier det seg utelukkende om vaktjenester.

Færrest sysselsatte finner vi innenfor IT-tjenester og telekommunikasjon (1 %), reklamevirksomhet og markedsundersøkelser (1,1 %) og forskning og utvikling (1,3 %).

I perioden 2010-2014 var den relative økningen på landsbasis størst for arkitekter og tekniske konsulenter, mens nedgangen var høyest blant sysselsatte innenfor forretningsmessig tjenesteyting ellers. I samme periode økte sysselsettingen i Nordland relativt mest innenfor arbeidskrafttjenester og annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet, mens nedgangen var størst innenfor reklamevirksomhet og markedsundersøkelser.

I perioden 2015-2017 økte sysselsettingen på landsbasis og i Nordland mest innenfor arbeidskrafttjenester. Den relative økningen i Nordland var videre høyere enn den var på landsbasis. Øvrige områder hvor andelen sysselsatte i Nordland økte i denne perioden var innenfor annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet, vaktjeneste og etterforskning og forskning og utviklingsarbeid. I samme periode hadde Nordland en nedgang i sysselsetting innenfor finans på rundt 19 %. Også på

²³ Også arkitekter og tekniske konsulenter er en relativt liten gruppe i Oslo, der andelen utgjør 25 % på landsbasis, jf vedlegg 1.

landsbasis var det en nedgang i sysselsetting innenfor denne KIFT-tjenesten, men langt mindre enn det som var tilfelle i Nordland (3,6%).

KIFT-næringene bidrar mest til verdiskapingen i Oslo, der den i 2017 bidro med kr 67,5 mrd. Tilsvarende tall for Nordland var kr 4,7 mrd. Dette året var det ni fylker, der KIFT-næringene bidro til en høyere verdiskaping enn disse næringene gjorde i Nordland. I perioden 2008-2016 økte verdiskapingen av KIFT-næringene i alle de tre nordnorske fylkene, men den relative økningen var størst i Nordland.

Sammenligner vi verdiskapingen i Nord-Norge, de enkelte nordnorske fylkene og Norge under ett, var verdiskapingen høyest på landsbasis. Dette gjelder både når vi ser på «faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting» og når vi ser på «forretningsmessig tjenesteyting». En årsak til dette kan være større markeder andre steder i landet, som igjen gir muligheter for vekst i bedrifter og som derigjennom gir en høyere verdiskaping. For Nord-Norge var verdiskapingen for begge disse kategoriene høyest i Nordland.

Offentlig sektor er en stor bidragsyter til sysselsetting innenfor KIFT-næringene. Til sammen bidro offentlig sektor til 1 080 sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Nordland i 2017. Det største bidraget kom innenfor vaktjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting (453 stillinger). Dernest bidro offentlig sektor til 190 stillinger innenfor faglig, rådgivende og teknisk rådgivning og til 136 stillinger innenfor forlagsvirksomhet, film, videoproduksjon mm. Også industrien er en stor bidragsyter til KIFT-næringene i fylket sammen med bygg og anlegg. I 2017 bidro industrien til 533 sysselsatte innenfor KIFT-næringene, der i underkant av halvparten kom innenfor vaktjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting. I tillegg bidro industrien til 110 sysselsatte innenfor faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting. Bygg og anlegg bidro på sin side til 405 stillinger innenfor KIFT-næringene, der over halvparten av sysselsettingen faller inn under faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting. Det er bare offentlig sektor som bidrar til sysselsetting innenfor forskning og utvikling, der offentlig sektor bidrar med seks sysselsatte.

5 Funn: Kjøp av KIFT-tjenester i Nordland

I dette kapitlet gir vi en oversikt over de viktigste funnene i spørreundersøkelsen knyttet til virksomheter som kjøper KIFT-tjenester, og fra fokusintervjuene med ledere fra utvalgte virksomheter innenfor offentlig og privat sektor.

5.1 Survey

Her viser vi funnene fra spørreundersøkelsen knyttet til virksomheter som kjøper KIFT-tjenester. Innledningsvis gir vi en kort beskrivelse av respondentene, som har svart på denne undersøkelsen.

5.1.1 Kjennetegn ved respondentene

I dette avsnittet gir vi en kort beskrivelse av respondentene.

Arbeidssted

Den største andelen av respondentene har sitt arbeidssted i Salten og på Helgeland, hvor til sammen 65,2 % av respondentene har sitt arbeidsted. Av disse er det 35,7 % som har sitt arbeidsted i Salten og 29,5 % som har sitt arbeidsted på Helgeland. I tillegg har 12,5 % sitt arbeidsted i Vesterålen, 10,7 % i Lofoten og 8,9 % i Ofoten. 2,7 % av respondentene har oppgitt at de har arbeidstedet sitt andre steder enn det som er oppgitt i surveyen.

Stillingstittel

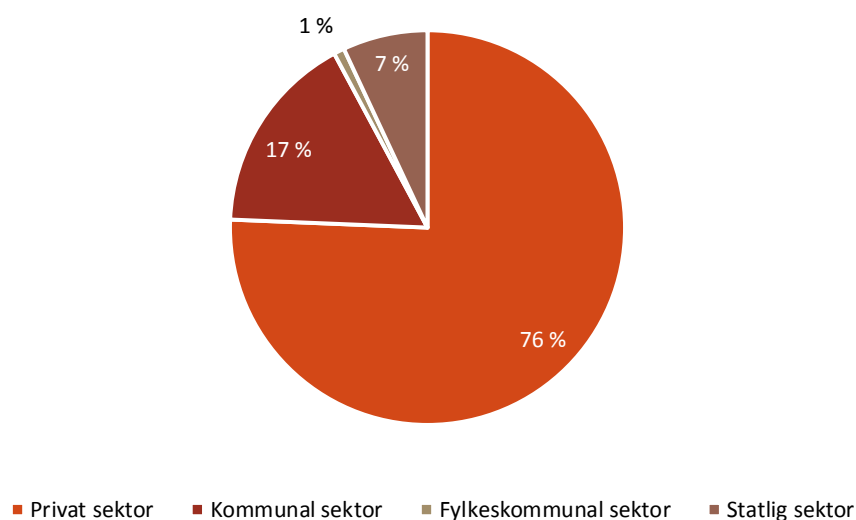
Majoriteten av respondentene har stilling som daglig leder (61,4 %). Videre er 21,9 % av respondentene økonomiledere, 8,8% er innkjøpsansvarlige, mens 7,9 % av respondentene har en annen stillingstittel.

Størrelse på bedrift

43,9 % av respondentene jobber i bedrifter med mer enn 50 ansatte. Av disse er det 27,2% av respondentene som jobber i bedrifter med mer enn 100 ansatte. 21,1 % av respondentene jobber i bedrifter med 20-49 ansatte, mens 35 % jobber i bedrifter med 1-19 ansatte. Av sistnevnte gruppe jobber 21,9 % i bedrifter med mellom 10-19 ansatte.

Sektor

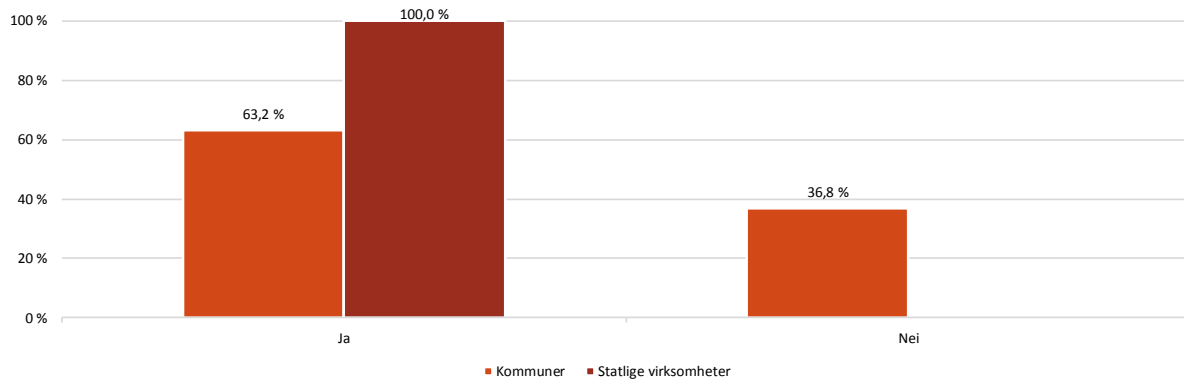
Figur 5-1 gir en oversikt over hvilke sektorer respondentene jobber i.



Figur 5-1 Type sektor som respondentene jobber i

Som vi ser av figur 5-1 er hovedandelen av respondenter sysselsatt i privat sektor; så mange som 76 % jobber der. Av respondentene som er ansatt i offentlig sektor, er det 17 % som er ansatt i kommunal sektor, 7 % i statlig sektor mens 1 % er ansatt i fylkeskommunal sektor.

Til de som jobber i offentlig sektor har vi stilt spørsmål om virksomheten deres er med i et kommunalt eller statlig innkjøps samarbeid. Figur 5-2 gir en oversikt over svarene på dette spørsmålet.

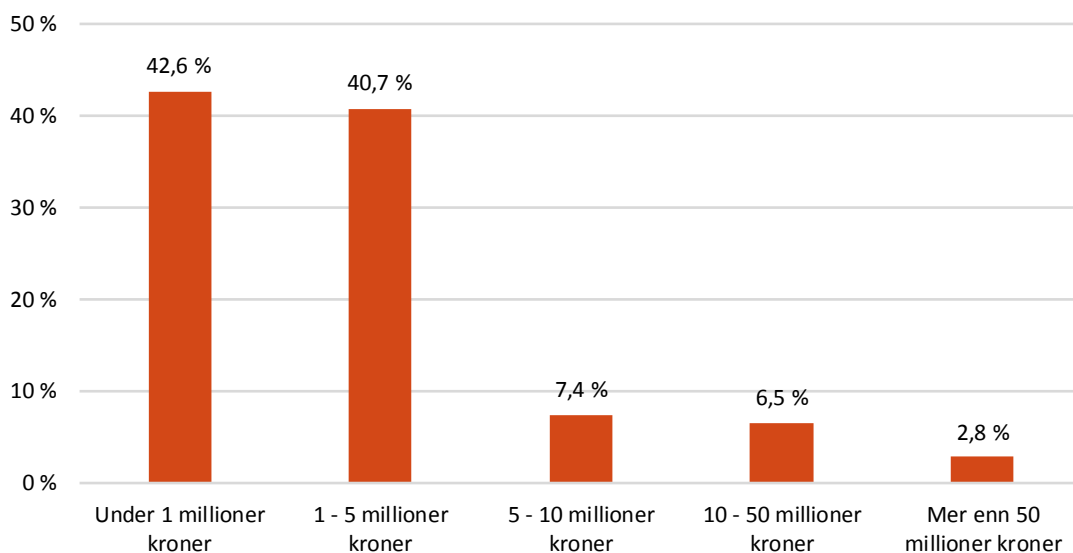


Figur 5-2 Andel respondenter som oppgir at virksomhetene deres er med i et kommunalt eller statlig innkjøps samarbeid

Av figur 5-2 ser vi at samtlige statlige virksomheter, som er med i undersøkelsen, deltar i et statlig innkjøps samarbeid. Tilsvarende tall for kommunal sektor er 63,2 %. 36,8 % av kommunene i undersøkelsen er dermed ikke med i et innkjøps samarbeid.

Beløp

Figur 5-3 viser hvor mye virksomhetene i undersøkelsen kjøper KIFT-tjenester for per år.



Figur 5-3 Beløp virksomhetene kjøper KIFT-tjenester for per år

Som vi ser av figur 5-3 kjøper de fleste virksomhetene i undersøkelsen KIFT-tjenester for mindre enn fem millioner kroner per år. Så mange som 83,3 % av virksomhetene i undersøkelsen kjøper for mindre enn dette beløpet.

Av disse er det 42,6 % som kjøper KIFT-tjenester for mindre enn en million kroner per år, mens 40,7 % kjøper KIFT-tjenester for et sted mellom 1-5 millioner per år. Videre er det 7,4% av virksomhetene

som kjøper KIFT-tjenester for 5-10 millioner kr per år, 6,5 % som kjøper KIFT-tjenester for 10-50 millioner kr per år og 2,8 % som kjøper KIFT-tjenester for mer enn 50 millioner kroner per år.

5.2 Funn i undersøkelsen

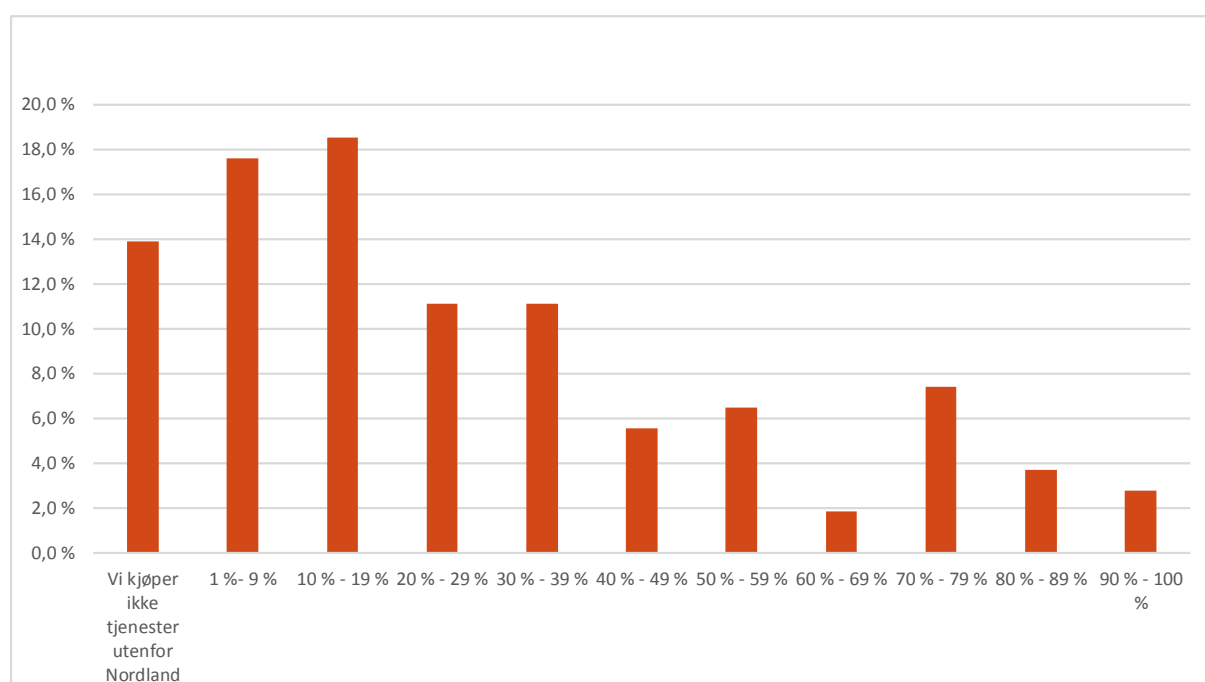
Dette avsnittet oppsummerer de viktigste funnene i spørreundersøkelsen.

5.2.1 Andel og type KIFT-tjenester som kjøpes utenfor fylket

Avsnittet gir en oversikt over andelen og type KIFT-tjenester, som respondentene sier at deres virksomhet kjøper utenfor fylket. I tillegg ser vi nærmere på om det er en forskjell mellom offentlig og privat sektor i andelen KIFT-tjenester som de kjøper inn utenfor fylket, og om kjøp av KIFT-tjenester utenfor fylket varierer med hensyn hvor virksomhetene er lokalisert i fylket.

Andel KIFT-tjenester som kjøpes utenfor fylket

Figur 5-4 gir en oversikt over andelen KIFT-tjenester som kjøpes utenfor Nordland.



Figur 5-4 Andel KIFT-tjenester som virksomhetene kjøper utenfor Nordland

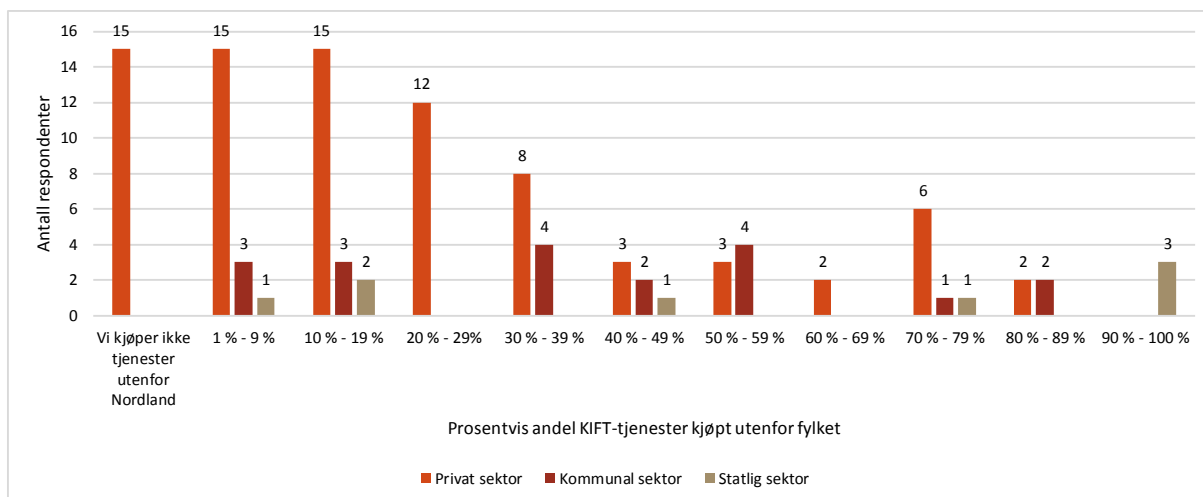
50 % av respondentene svarer at andelen KIFT-tjenester, som deres virksomhet kjøper utenfor Nordland, er på mindre enn 20 %.

Av disse er det 13,9 % som svarer at de ikke kjøper noen KIFT-tjenester utenfor fylket, 17,6 % svarer at de kjøper et sted mellom 1-9 % utenfor Nordland, mens 18,5 % oppgir at andelen KIFT-tjenester som de kjøper utenfor fylket ligger på et sted mellom 10-19 %.

22,3 % av respondentene sier at andelen KIFT-tjenester de kjøper utenfor fylket ligger på 50 % eller mer. Av disse er det 2,8 % av virksomhetene som kjøper 90-100 % av KIFT-tjenestene sine utenfor Nordland, 3,7 % som kjøper KIFT-tjenester for mellom 80-89 % og 7,4 % som kjøper KIFT-tjenester for et sted mellom 70-79 %.

5.2.2 Privat og offentlig sektors kjøp av KIFT-tjenester utenfor fylket

Figur 5-5 gir en oversikt over andel KIFT-tjenester privat og offentlig sektor kjøper utenfor Nordland.



Figur 5-5 Andel KIFT-tjenester som privat, offentlig og statlig sektor kjøper utenfor fylket

Av figur 5-5 ser vi at av de som har svart på dette spørsmålet, oppgir 51 % av respondentene fra privat sektor at de kjøper et sted mellom 0-20 % av KIFT-tjenestene utenfor fylket. Tilsvarende oppgir 31,6% av respondentene fra kommunal sektor og 37,5% av respondentene fra statlig sektor at de kjøper opp til 20 % av KIFT-tjenestene sine utenfor Nordland.

Videre ser vi at 77,1 % av respondentene fra privat sektor svarer at de kjøper opp til 50 % av KIFT-tjenestene sine utenfor fylket. Blant virksomhetene innenfor offentlig sektor svarer 63,2 % av respondentene fra kommunene og 50 % av respondentene fra de statlige virksomhetene at de kjøper et sted mellom 0-50 % av KIFT-tjenestene sine utenfor Nordland.

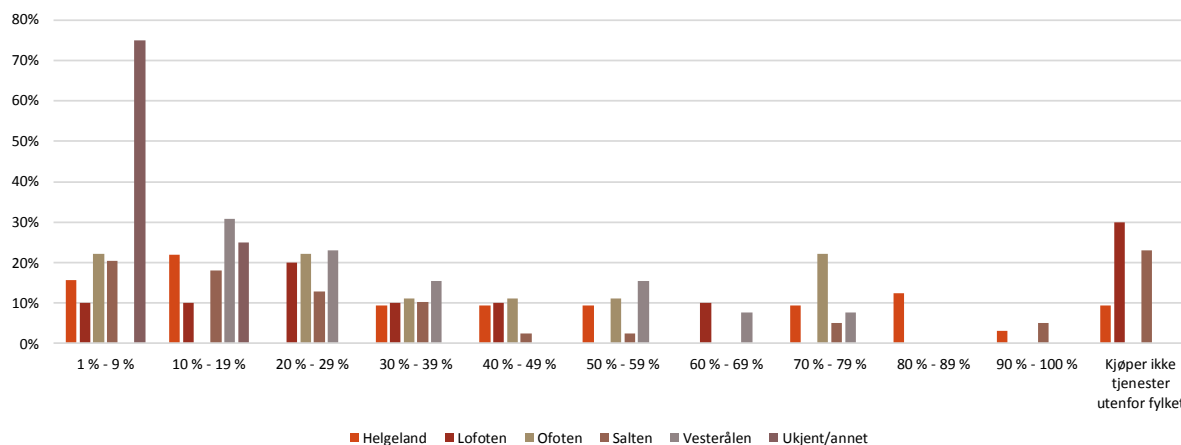
I motsatt ende av skalaen; det vil si kjøp av KIFT-tjenester utenfor fylket på mer enn 80 %, oppgir 2,3 % av respondentene fra privat sektor at de kjøper denne andelen utenfor fylket, mens tilsvarende andel for kommunal og statlig sektor er på henholdsvis 10,5 % og 37,5 %.

Ser vi på kjøp av KIFT-tjenester mellom 50-100 % er det 15,8 % av respondentene fra privat sektor som oppgir at de kjøper denne andelen utenfor fylket. Av respondentene fra kommunal og statlig sektor er det henholdsvis 36,9 % og 50 % som oppgir at de kjøper samme andel KIFT-tjenester utenfor fylket.

Det er i ytterendene av skalaen vi finner de største forskjellene mellom virksomhetene innenfor privat, kommunal og statlig sektor. Mens 17 % av de private virksomhetene oppgir at «de ikke kjøper tjenester utenfor fylket» er det ingen av de kommunale og statlige virksomhetene som svarer det samme. Motsatt; er det bare statlig sektor som oppgir at de kjøper mellom 90-100 % av KIFT-tjenestene sine utenfor fylket, mens det er ingen av kommunene eller de private bedriftene som sier det samme.

5.2.3 Regionenes kjøp av KIFT-tjenester

I studien har vi også ønsket å se nærmere på om det er sammenheng mellom andelen KIFT-tjenester virksomhetene kjøper utenfor fylket og hvor de er lokalisert i Nordland. Figur 5-6 gir en oversikt over dette.



Figur 5-6 Andel KIFT-tjenester som virksomhetene innenfor de fem regionene i Nordland kjøper inn utenfor fylket

Av figuren over (5-6) ser vi at andelen KIFT-tjenester, som kjøpes inn utenfor fylket, varierer med hensyn til hvor i Nordland virksomhetene er lokalisert. 61,5 % av respondentene fra Salten sier at de kjøper opp til 20 % av tjenestene utenfor Salten. Blant respondentene fra Salten er det bare 12,8 %, som sier at de kjøper mer enn halvparten av tjenestene utenfor fylket.

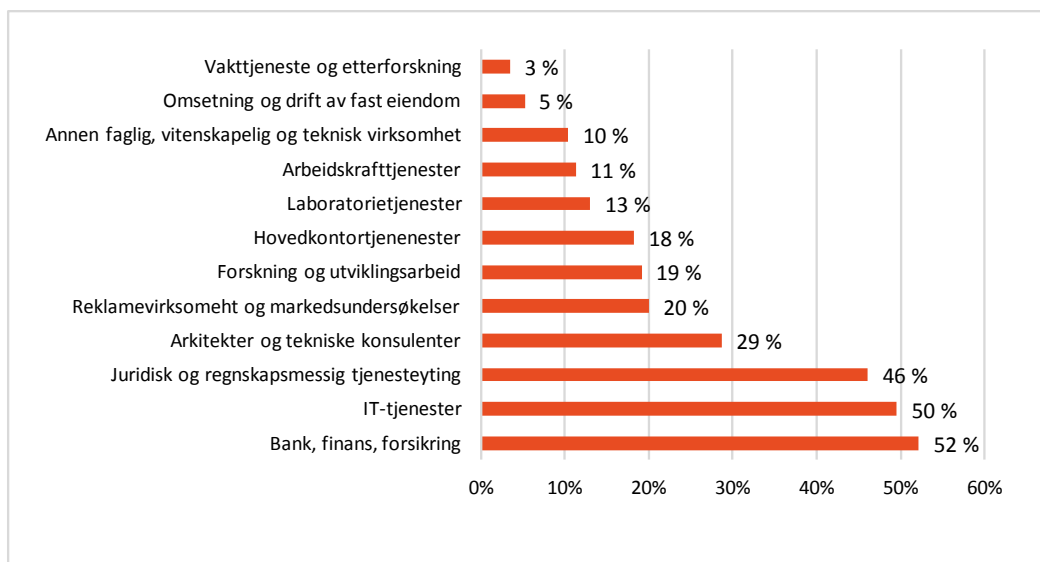
I Helgeland er det 46,9 % av respondentene som oppgir at de kjøper et sted mellom 0-20 % av tjenestene utenfor fylket, mens 34,4 % av respondentene sier at de kjøper over halvparten av tjenestene utenfor fylket.

Blant respondentene fra Lofoten er det 50 % som svarer at de kjøper opptil 20 % av tjenestene sine utenfor fylket. Tilsvarende tall for Ofoten og Vesterålen er henholdsvis 22 % og 38,8%. Bare 10 % av respondentene fra Lofoten oppgir at de kjøper mer enn halvparten av tjenestene sine utenfor fylket. For Ofoten og Vesterålen gjelder sistnevnte for henholdsvis 33,3 % og 30 % av respondentene.

Her er det viktig å være oppmerksom på at andelen respondenter som kommer fra Vesterålen, Lofoten og Ofoten er relativt lite og da på henholdsvis 13 %, 11% og 9 %, noe som tilsvarer 14, 12 og 10 respondenter.

5.2.4 Type KIFT-tjenester som kjøpes utenfor fylket

Av figur 5-7 ser vi type KIFT-tjenester, som respondentene som har svart på dette spørsmålet, sier at virksomhetene deres kjøper utenfor fylket.



Figur 5-7 Type KIFT-tjenester som virksomhetene kjøper utenfor fylket

Av figuren ser vi at bank, finans og forsikring er den tjenesten som flest virksomheter kjøper utenfor fylket. Over halvparten av respondentene som har svart på dette spørsmålet; 52,2 %, oppgir at deres virksomhet kjøper disse tjenestene utenfor Nordland. Dernest kommer IT-tjenester, som 49,6 % av respondentene sier at deres virksomhet kjøper utenfor fylket, mens juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting kommer på en tredje plass. 46,1 % av respondentene sier at virksomheten de jobber i kjøper sistnevnte tjenester utenfor Nordland

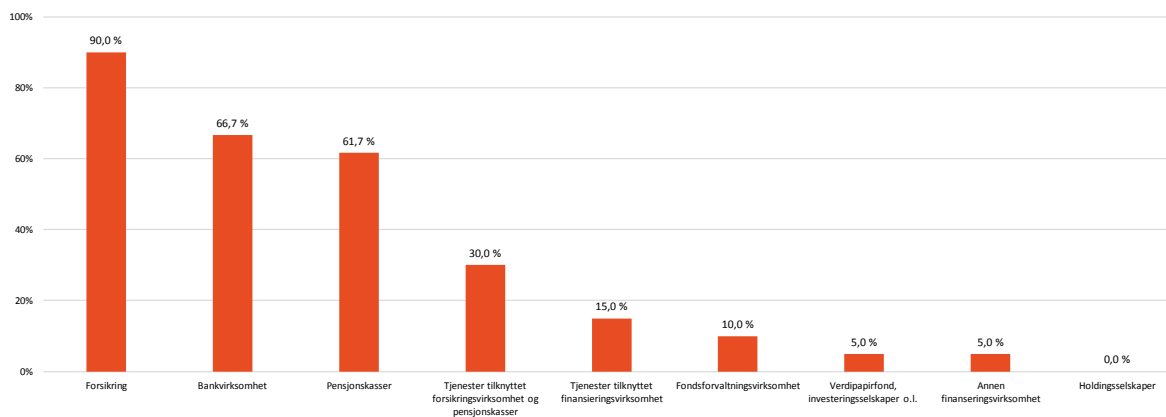
Videre kommer arkitekttjenester og tjenester fra tekniske konsulenter (ingeniører) på fjerdeplass (28,7 %), reklamevirksomhet og markedsundersøkelser på femte plass (20 %), forskning- og utviklingsarbeid på sjette plass (19,1 %) og hovedkontortjenester på syvende plass (18,3 %).

Det er innenfor vakttjeneste og etterforskning at færrest virksomheter kjøper tjenester utenfor fylket. Av de som har svart på dette spørsmålet sier 3,5 % at deres virksomhet kjøper denne tjenesten utenfor fylket. Dernest kommer omsetning og drift av fast eiendom (5,2 %), annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet (10,4 %), arbeidskrafttjenester (11,3 %) og laboratorietjenester (13 %).

Under følger en nærmere beskrivelse av de tre KIFT-tjenestene som respondentene oppgir at de kjøper mest av utenfor fylket.

Bank, finans og forsikring

Til respondentene som har svart ja på spørsmålet om de kjøper tjenester innenfor bank, finans og forsikring utenfor fylket, har vi bedt spesifisere nærmere hvilke tjenester de kjøper. Figur 5-8 gir en oversikt over hvilke bank-, finans- og forsikringstjenester respondentene sier at deres virksomheter kjøper utenfor Nordland.



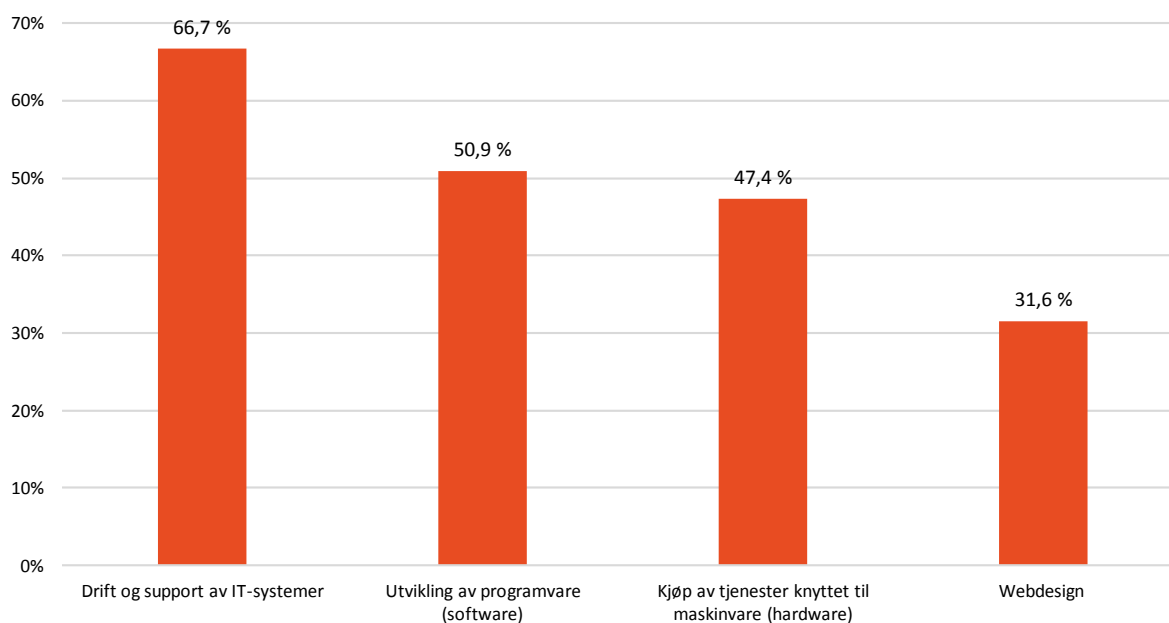
Figur 5-8 Bank, finans- og forsikringstjenester som virksomhetene kjøper utenfor Nordland

Som vi ser er forsikring den tjenesten som størst andel av respondentene sier at deres virksomhet kjøper utenfor Nordland. 90 % av de som har svart på dette spørsmålet sier at de kjøper denne tjenesten utenfor fylket. Dernest kommer bankvirksomhet (66,7 %), pensjonskasser (61,7 %), tjenester tilknyttet forsikringsvirksomhet og pensjonskasser (30 %) og tjenester knyttet til finansieringsvirksomhet (15 %).

Motsatt er det ingen av de som har på dette spørsmålet som oppgir at de kjøper tjenester fra holdingselskap utenfor fylket. 5 % sier at de kjøper tjenester utenfor fylket innenfor henholdsvis «annen finansieringsvirksomhet og «verdipapirfond, investeringselskaper, o.l.», mens 10 % sier at de kjøper tjenester innenfor «fondsforvaltningsvirksomhet».

IT-tjenester

Til de av respondentene, som har krysset av for at virksomheten de jobber i kjøper IT-tjenester utenfor fylket, har vi bedt spesifisere nærmere hvilke IT-tjenester dette gjelder for. Figur 5-9 gir en oversikt over hvilke IT-tjenester respondentene oppgir at deres virksomheter kjøper utenfor fylket.



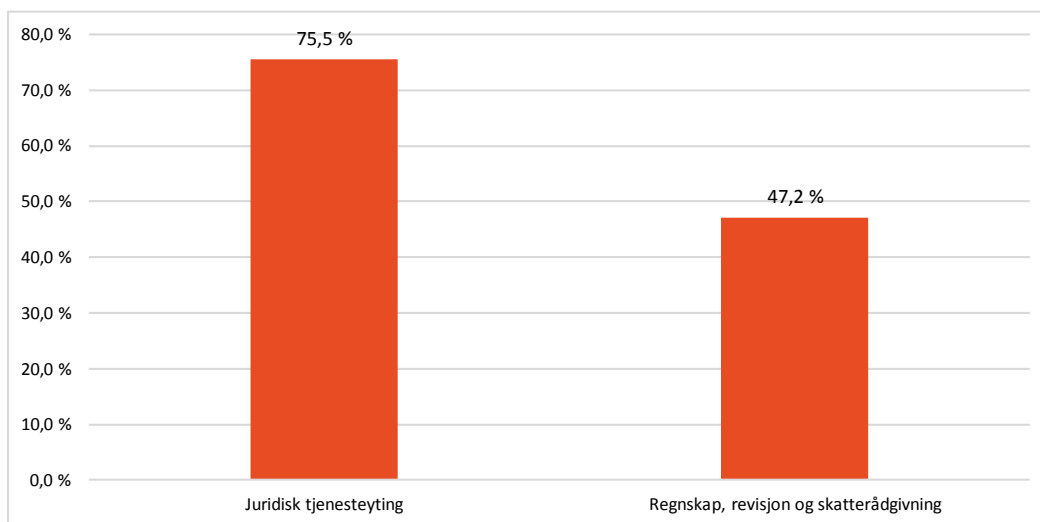
Figur 5-9 IT-tjenester virksomhetene kjøper utenfor Nordland

Av figuren ser vi at IT-tjenesten, som flest respondenter sier at de kjøper utenfor fylket, er «drift og support av IT-systemer». 66,7 % av respondentene som har svart på dette spørsmålet sier at deres

virksomhet kjøper denne tjenesten utenfor fylket. Dernest kommer utvikling av programvare (50,9 %), kjøp av tjenester knyttet til maskinvare (47,4 %) og webdesign (31,6 %).

Juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting

Til de respondentene, som har svart ja på at virksomheten de jobber i, kjøper juridiske og regnskapsmessige tjenester utenfor fylket, har vi bedt spesifisere nærmere hvilke tjenester de kjøper.



Figur 5-10 Juridiske og regnskapsmessige tjenester virksomhetene kjøper utenfor fylket.

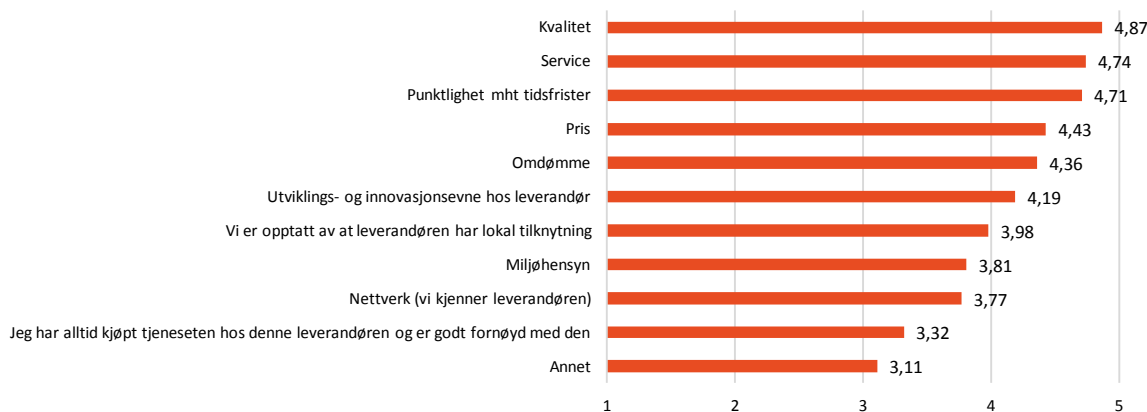
Av figur 5-10 ser vi at 75 % av respondentene, som har svart på undersøkelsen, sier at virksomheten de jobber i kjøper juridiske tjenester, mens 47 % sier det samme om tjenester innenfor regnskap, revisjon og skatterådgivning.

5.2.5 Konkurransedyktighet og markedsgap

I dette avsnittet ser på nærmere på hvilke kriterier respondentene legger til grunn i valg av KIFT-leverandører. Vi ser også på om respondentene er opptatt av å finne lokale leverandører når de skal gå til innkjøp av KIFT-tjenester, og om geografisk nærhet er viktig for dem.

Kriterier for valg av leverandører

I spørreskjemaet spurte vi respondentene om hvor enige eller uenige de er i at kriteriene i figuren under er viktige for dem i valg av leverandør. Vi brukte en skala fra 1 til 5, der 1 er uviktig og 5 er viktig.



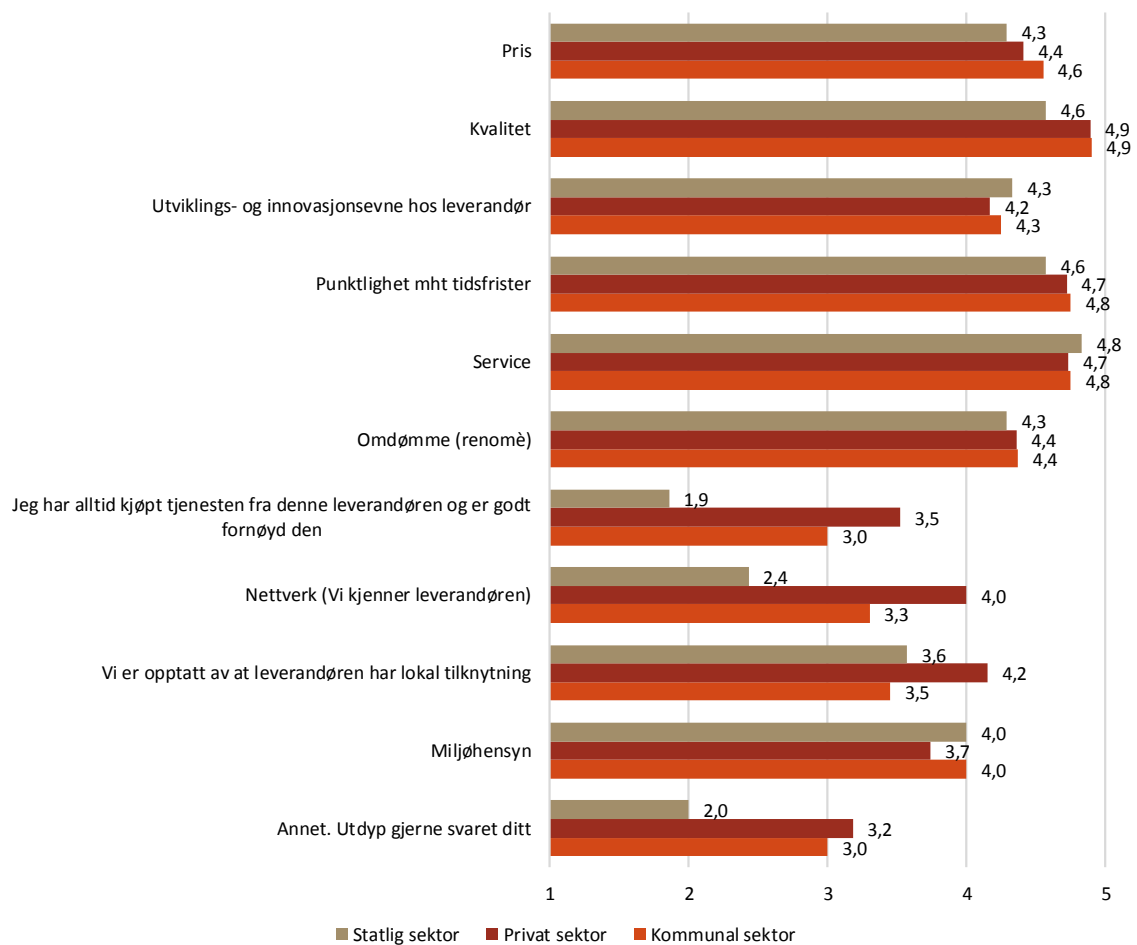
Figur 5-11 Virksomhetenes vurdering av ulike kriterier for valg av leverandører.

Som vi ser av figur 5-11 vurderer respondentene «kvalitet» som aller viktigst for valg av leverandør. Dette kriteriet får en gjennomsnittlig score på 4,87. Dernest kommer «service» (4,74), «punktlighet mht. tidsfrister» (4,71), «pris» (4,43), «omdømme» (4,36) og «utviklings- og innovasjonsevne hos leverandør» (4,19).

På motsatt ende av skalaen vurderer respondentene «annet» som minst viktig for valg av leverandør. Dette kriteriet får en gjennomsnittlig score på 3,11. Vi har bedt respondentene, som har krysset av for «annet», om å utdype hva de legger i det, og der to av respondentene har oppgitt «vi forholder oss til sentralt inngåtte avtaler» og «evne til å levere lokalt, nasjonalt og til dels globalt». Kriteriene, som deretter blir sett på som mindre viktig er: «Jeg har alltid kjøpt tjenesten hos leverandøren og er godt fornøyd med den» (3,32), «nettverk» (3,77), «miljøhensyn» (3,81) og «vi er opptatt av at leverandøren har lokal tilknytning» (3,98).

Privat og offentlig sektors vurdering av kriterier

I kartleggingen har vi også sett nærmere på om respondentene fra privat, kommunal og statlig sektor legger ulike vurderinger til grunn i valg av leverandører. Figur 5-12 gir en oversikt over hvordan respondentene fra tre sektorene vurderer de ulike kriteriene, der 1 er uviktig og 5 er viktig.



Figur 5-12 Privat, kommunal og statlig sektors vurdering av ulike kriterier for valg av leverandør

Av figur 5-12 ser vi at respondentene fra virksomhetene innenfor de tre sektorene vurderer svært mange av kriteriene ganske likt. Dette gjelder for kriteriene: «pris», «kvalitet», «utviklings- og innovasjonsevne», «punktlighet mht. tidsfrister», «service», «omdømme» og «miljøhensyn».

En nærmere gjennomgang av hvordan respondentene vurderer de ulike kriteriene viser at «kvalitet» er det viktigste kriteriet for respondentene fra kommunene og de private virksomhetene, når de skal velge leverandør. Respondentene innenfor kommunal og privat sektor gir dette kriteriet en gjennomsnittlig score på henholdsvis 4,90 og 4,89. Respondentene som jobber i de statlige virksomhetene vurderer på sin side «service» som aller viktigst i valg av leverandør, og gir dette kriteriet en gjennomsnittlig score på 4,83.

Også respondentene som jobber i kommunene og de private virksomhetene anser «service» som viktig, og gir dette kriteriet nest høyest gjennomsnittlig score. Respondentene som jobber i kommunene gir «service» en gjennomsnittlig score på 4,75, mens respondentene innenfor de private virksomhetene gir samme kriteriet en gjennomsnittlig score på 4,73. Like viktig syns respondentene i kommunene at «punktlighet» er, som da kommer på en delt andreplass. I tråd med vurderingene til respondentene i kommunene og de private virksomhetene oppgir respondentene i de statlige virksomhetene «punktlighet» og «kvalitet» som nest viktigste kriterier, og gir begge disse kriteriene en gjennomsnittlig score på 4,57.

På tredje plass oppgir respondentene i de private virksomhetene «punktlighet» (4,72), mens respondentene innenfor kommunal og statlig sektor oppgir henholdsvis kriteriene «pris» (4,55) og «utviklings- og innovasjonsevne» (4,33).

Heller ikke når det gjelder de minst viktige kriteriene for valg av leverandør, er vurderingene til respondentene fra de tre sektorene veldig forskjellige.

Kommunene oppgir kriteriene «annet» og «jeg har alltid kjøpt tjenesten fra denne leverandøren og er godt fornøyd med den», som de minst viktige kriteriene. Begge kriteriene får en gjennomsnittlig score på 3,00. På andreplass oppgir de «nettverk» (3,30) og på tredje plass «vi er opptatt av at leverandøren har lokal tilknytning» (3,45).

Også virksomhetene innenfor privat sektor oppgir «annet» som minst viktig for valg av leverandør, som får en gjennomsnittlig score på 3,18. På andre plass oppgir de kriteriet «jeg har alltid kjøpt tjenesten fra denne leverandøren og er godt fornøyd med den» (3,52), mens de på tredje plass oppgir «miljøhensyn» (3,74).

Respondentene fra de statlige virksomhetene oppgir at «jeg har alltid kjøpt tjenesten fra denne leverandøren og er godt fornøyd med den» som minst viktig for valg av leverandør (1,86), mens de har «annet» på andreplass (2,00). På tredje plass har statlige virksomheter «nettverk (vi kjenner leverandøren)», som får en gjennomsnittlig score på 2,43.

Med unntak av «annet» er det særlig tre kriterier, som blir vurdert forskjellig av respondentene fra de tre ulike sektorene. Det ene er «nettverk (vi kjenner leverandøren)» som respondentene fra de private virksomhetene gir en gjennomsnittlig score på 4,00, mens tilsvarende score for respondentene fra kommunal og statlig sektor er på henholdsvis 3,30 og 2,43. Skillet i gjennomsnittlig score mellom respondentene innenfor privat sektor og respondentene innenfor statlig sektor er dermed på 1,57.

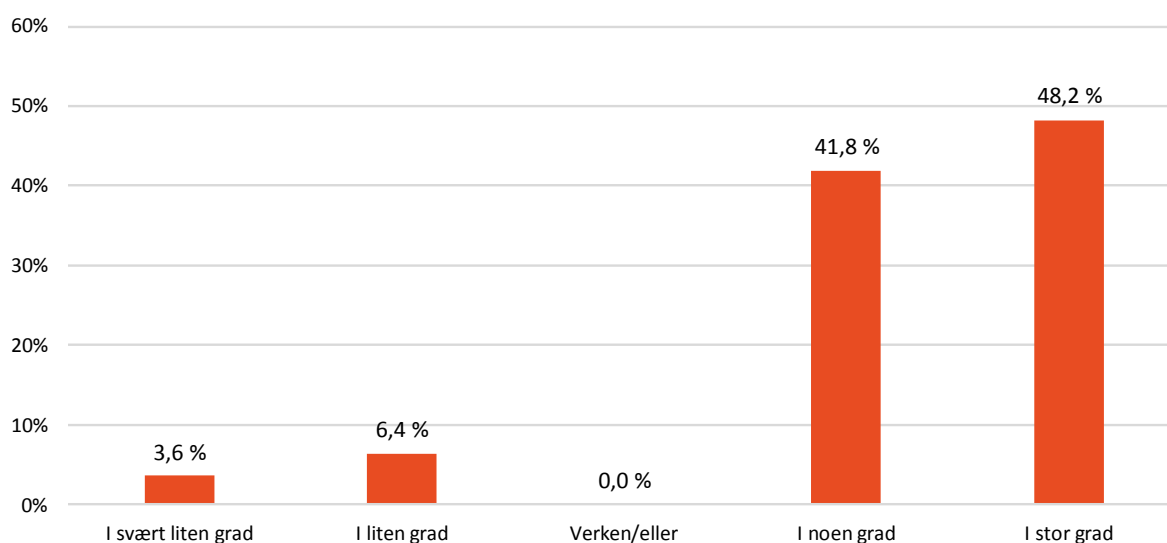
«Vi er opptatt av at leverandøren skal ha lokal tilknytning» er det andre kriteriet, som respondentene fra de tre sektorene gir ulike vurderinger av. Respondentene fra privat sektor gir dette kriteriet en gjennomsnittlig score på 4,15, mens respondentene fra kommunal og statlig sektor gir kriteriet en

gjennomsnittlig score på henholdsvis på 3,45 og 3,57. Skillet mellom høyest og lavest gjennomsnittlig score er her på 0,70.

Det tredje kriteriet som respondentene vurderer nokså forskjellig er «Jeg har alltid kjøpt denne tjenesten fra denne leverandøren og er godt fornøyd med den». Respondentene fra privat sektor gir dette kriteriet en gjennomsnittlig score på 3,52, mens respondentene fra kommunal og statlig sektor gir kriteriet en gjennomsnittlig score på henholdsvis 3,00 og 1,86. Skillet mellom høyest og lavest gjennomsnittlig score er her på 0,66.

Aktivt søk etter lokale leverandører

I undersøkelsen har vi stilt spørsmålet: «I hvilken grad søker bedriften aktivt etter leverandør i eget fylke ved kjøp av KIFT-tjenester»? Figur 5-13 gir en oversikt over svarene til respondentene.



Figur 5-13 Respondentenes tilbøyelighet til å søke etter lokale leverandører

Majoriteten av respondenter svarer at de i stor eller i noen grad søker aktivt etter leverandører i eget fylke ved kjøp av KIFT-tjenester. Så mange som 90 % svarer dette. På den andre siden av skalaen er det 10 % av respondentene, som svarer at de i liten grad eller i svært liten grad søker aktivt etter lokale leverandører når de skal kjøpe KIFT-tjenester.

Bakgrunnen for kjøp av tjenester utenfor fylket

For å finne ut litt om bakgrunnen for at respondentene kjøper tjenester utenfor Nordland har vi stilt oppfølgingsspørsmålet: «hva er de viktigste årsakene til at dere kjøper KIFT-tjenester utenfor fylket?». 51 av respondentene har svart på spørsmålet, der vi har lagt til grunn åpne svar. Årsakene, som blir hyppigst oppgitt av respondentene, er «kompetanse» og at «tjenestene ikke fins i fylket». Hver av disse faktorene blir nevnt av 15 respondenter som viktigste årsak til at de kjøper KIFT-tjenester utenfor fylket. Med hensyn til «kompetanse» er det fem respondenter som har spesifisert nærmere at dette dreier seg om «spisskompetanse. Når det gjelder tilgjengelighet i fylket er det to respondenter som utdyper svaret sitt med å si at dette i noen tilfeller også handler om «pris og kvalitet». Dette synet deler de med seks andre respondenter, som viser til «pris» og/eller «kvalitet» når de skal forklare hvorfor de kjøper KIFT-tjenester utenfor Nordland.

En annen årsak, som blir oppgitt av åtte respondenter, er at de kjøper KIFT-tjenester utenfor fylket fordi de er bundet av «avtaler som er inngått på et høyere nivå i organisasjonen». Om dette sier en respondent: «Vi er bundet av inngåtte rammeavtaler samt prosessregelverk knyttet til slike forespørsler», mens en annen respondent sier dette: «vi er underlagt lov om offentlige anskaffelser».

Øvrige årsaker som respondentene oppgir er: «bruker ofte store etablerte leverandører» og «god erfaring med leverandør».

Mangel på tjenesteleverandører lokalt

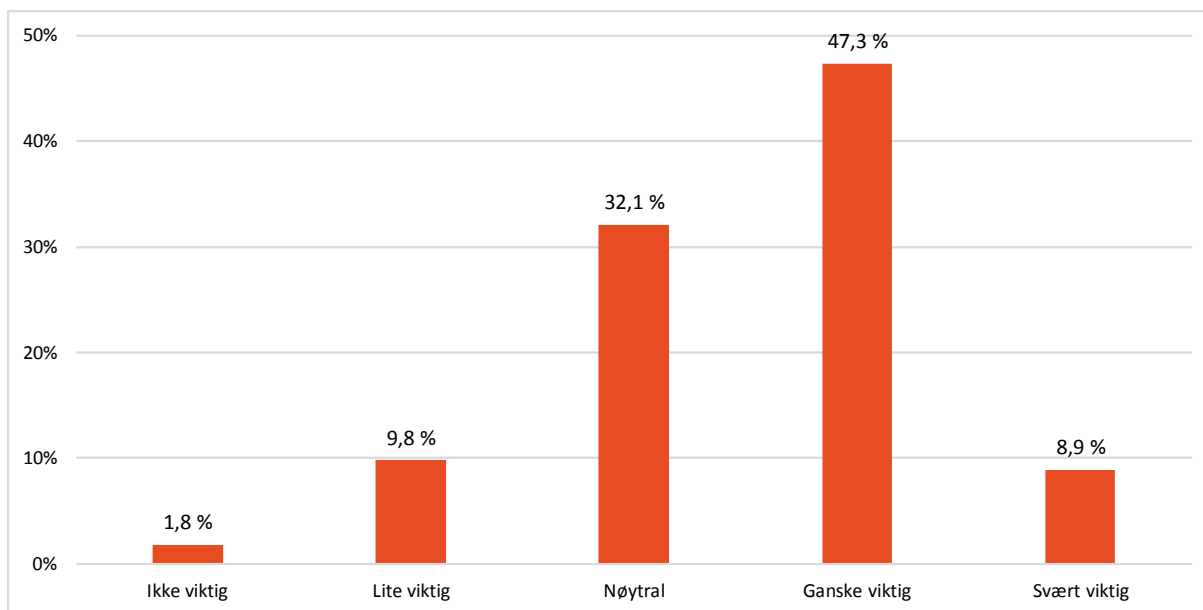
Vi har videre stilt oppfølgingsspørsmålet: «er det tjenesteområder som dere savner, hvor dere ønsker å handle lokalt?». 31 av respondentene har svart på dette spørsmålet, der 12 av dem svarer «nei». En av respondentene utdyper svaret sitt med å si: «I utgangspunktet ikke. Det vi erfarer er at det er enklere med spisskompetanse innenfor litt større tjenesteytere. Lokale tilbydere har mer bredde og mer generell kompetanse». I tillegg svarer åtte respondenter IKT og fem svarer tjenester innenfor bank, finans og forsikring. Videre er det en respondent som oppgir ingeniører, en annen nevner jurister, mens en tredje nevner organisasjonspsykologer.

Til sist har vi innenfor denne tematikken stilt spørsmålet: «Hva tror du er grunnen til at dette/disse tjenesteområdene ikke tilbys i Nordland?». 18 av respondentene har svart på dette spørsmålet, der 11 svarer at dette har sammenheng med at markedet er for lite. Flere peker også på at vi her snakker om spesialiserte tjenester. En respondent svarer dette: «Enkelte sertifiseringstjenester er markedet for lite til. 3-4 bedrifter på landsbasis». En annen respondent svarer dette: «Fordi det er nisjeområder, mens en tredje respondent svarer følgende: «Dette er for lite etterspurt av offentlig sektor til at det kan bygges opp et marked for dette lokalt. Dermed blir det tjenester fra store landsdekkende leverandører som blir benyttet».

En annen årsak som blir oppgitt av fire av respondentene er at tjenestene fins, men at de ikke er konkurransedyktige. Om dette sier en respondent: «Tjenesteområdet tilbys, men fagekspertisen er bedre i større jusmiljøer som har spesialisert seg på vår bransje». En annen svarer dette: «mangel på kompetanse/er ikke konkurransedyktige». Videre svarer tre av respondentene at bakgrunnen for at tjenesteområdene ikke tilbys i Nordland har med «sentralisering» å gjøre, der en av respondentene sier dette: «Det er mer kostnadseffektivt å operere med reisende rådgivere fra hovedkontor i Bergen». En annen av disse sier at: «De tilbys nok, men i for liten grad», mens en tredje respondent sier: «Har ikke kjennskap til hva/hvem i Nordland».

Geografisk nærhet

Figur 6-14 gir en oversikt over respondentenes svar på spørsmålet om geografisk nærhet til leverandørene er viktige for dem.



Figur 5-14 Betydningen av geografisk nærhet

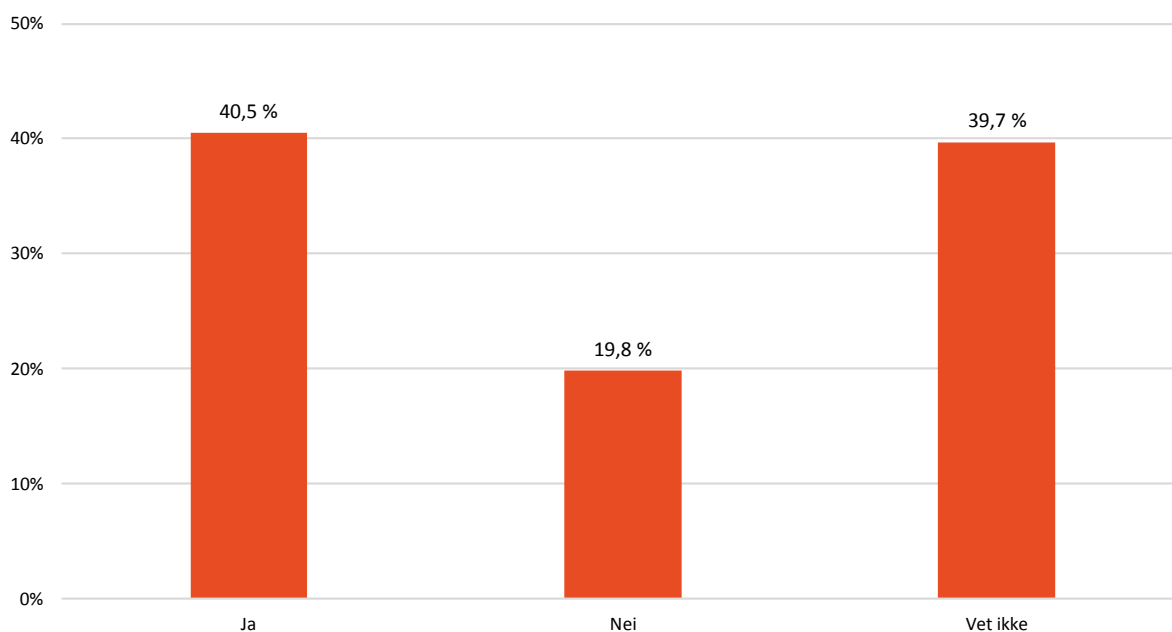
Over halvparten av respondentene; 56,2 %, mener at geografisk nærhet er svært viktig eller ganske viktig for dem. 32,1 % av respondentene mener at det verken er viktig eller uviktig, mens 11,6 % av respondentene mener det er lite viktig eller ikke viktig i det hele tatt.

5.2.6 Innkjøp framover i tid

I dette avsnittet ser vi nærmere på hvorvidt respondentene mener de vil øke innkjøpet av KIFT-tjenester de neste fem årene, og eventuelt hvilke tjenester dette gjelder for.

Økt innkjøp

Figur 5-15 gir en oversikt over respondentenes svar knyttet til spørsmålet: «vil din bedrift øke kjøpet av KIFT-tjenester de neste fem årene?»

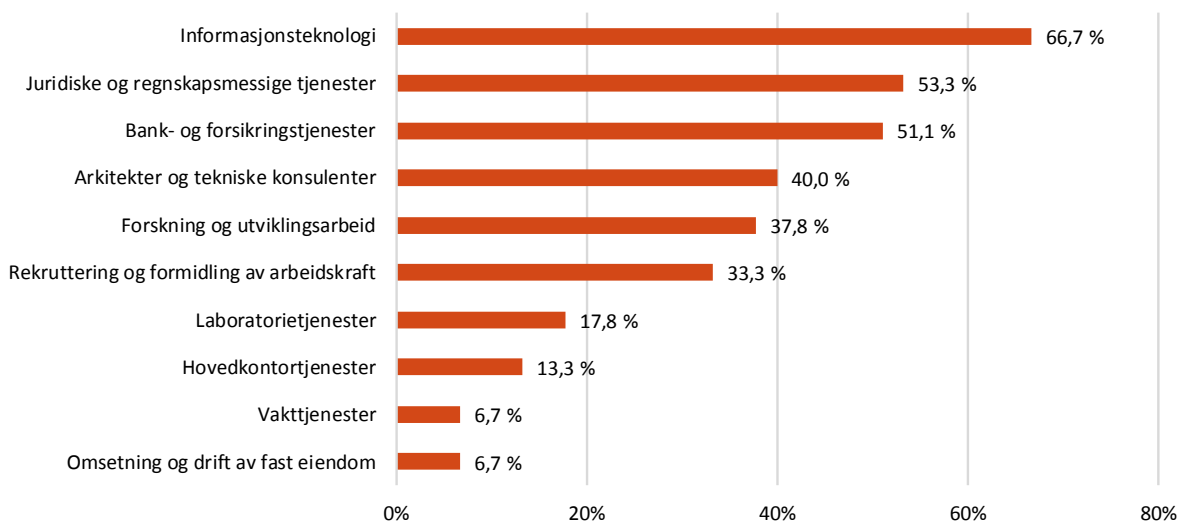


Figur 5-15 Respondentens vurdering av om de vil kjøpe mer KIFT-tjenester i perioden 2018-2023

Figur 5-15 viser at 40,5 % av virksomhetene svarer «ja» på spørsmålet om de vil kjøpe mer KIFT-tjenester de neste fem årene, 19,8 % svarer «nei» mens 39,7 % av respondentene svarer at de «ikke vet».

Type tjenester virksomhetene vil kjøpe mer av

Til de som har svart «ja» på spørsmålet om de vil øke innkjøpet av KIFT-tjenester de neste fem årene, har vi stilt oppfølgingsspørsmålet: «Hvilke typer tjenester tror du din bedrift vil kjøpe mer av». Figur 5-16 gir en oversikt over svarene til respondentene.



Figur 5-16 KIFT-tjenester respondentene tror de vil kjøpe mer av de neste fem årene

Som vi ser av figur 5-16 er informasjonsteknologi den KIFT-tjenesten som flest respondenter tror de vil kjøpe mer av framover i tid. 66,7 % av respondentene mener at de vil kjøpe mer av denne tjenesten de neste fem årene. Derneft kommer juridiske og regnskapsmessige tjenester (53,3 %), bank- og forsikringstjenester (51,1 %), arkitekter og tekniske konsulenter (40 %), forskning- og utviklingsarbeid (37,8 %) og rekruttering og formidling av arbeidskraft (33,3 %).

KIFT-tjenestene som færrest respondenter tror de vil kjøpe mer av de neste fem årene er: Omsetning og drift av fast eiendom (6,7%), vaktjenester (6,7 %), hovedkontortjenester (13,3 %) og laboratorietjenester (17,8 %).

5.3 Fokusintervju

Delkapitlene som følger omhandler temaene som ble tatt opp med informantene i undersøkelsen.

I intervjuet med informantene har vi stilt spørsmål om hvilke KIFT-tjenester de kjøper og hvor de kjøper tjenestene fra. Informantene representerer svært forskjellige virksomheter med blant annet ulike størrelser og innkjøpsordninger, noe som har gjort det vanskelig å få et fullstendig bilde av innkjøpet til flere av virksomhetene. I intervjuene med informantene er heller ikke kjøp av bank, finans og forsikring tatt med.

Hensikten med dette avsnittet er å vise til funn, som supplerer funnene vi har kommet fram til gjennom surveyen.

5.3.1 Kjøp av tjenester

Juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting

Åtte av 10 informanter oppgir at deres respektive virksomheter kjøper juridiske tjenester. Av disse er det fem som oppgir at de kjøper samtlige eller noen av de juridiske tjenestene lokalt. Blant tjenestene de kjøper lokalt er spørsmål knyttet til personalsaker, moms og skattemessige spørsmål.

To av informantene spesifiserer ikke nærmere hvor de kjøper de juridiske tjenestene fra, mens en informant oppgir at de kjøper alle juridiske tjenester utenfor fylket. Juridisk kompetanse på offentlige anskaffelser er et eksempel på en tjeneste som enkelte virksomheter kjøper utenfor fylket. Et annet eksempel er juridiske tjenester knyttet opp til spesifikke bransjer.

Videre oppgir fem av 10 informanter at de kjøper regnskaps- og/eller revisortjenester lokalt. Av disse er fire innenfor privat sektor, mens den siste er innenfor offentlig sektor. En av disse informantene sier videre at virksomheten også kjøper revisjonstjenester utenfor fylket.

Informasjonsteknologi

Ni av 10 informanter oppgir at virksomhetene de jobber i kjøper IT-tjenester. Av disse er det en informant, som oppgir at de kjøper samtlige IT-tjenester utenfor fylket. I følge denne informanten har virksomheten gjort en kartlegging av IT-bedriftene lokalt og kommet fram til at de ikke når opp i konkurranse med andre. Bakgrunnen for dette er at de mangler nødvendig bransjekompetanse og/eller at de ikke er store nok til å håndtere oppdragene. Tre av informantene sier videre at de kjøper alle IT-tjenester lokalt, mens resten oppgir at de både kjøper IT-tjenester lokalt og utenfor fylket. Av virksomhetene som kjøper lokale tjenester er det flere som leier inn personer til IT-drift. En tendens, som flere av informantene peker på, er at stadig flere virksomheter, og da spesielt innenfor offentlig sektor, går bort fra å ha egne ansatte på IT. I stedet outsourcer de disse tjenestene, som de kjøper fra private aktører. Regnskapssystem er et annet eksempel på IT-tjenester som virksomhetene kjøper lokalt.

Kvalitet-, fag- og personalsystem er eksempler på IT-systemer som virksomhetene kjøper utenfor fylket.

Arkitekter og tekniske konsulenter

Tre av 10 informanter oppgir at de kjøper arkitekttjenester, og der en av disse spesifiserer at de kjøper disse tjenestene lokalt. De øvrige to utdyper ikke nærmere hvor de kjøper disse tjenestene fra.

Seks av 10 informanter oppgir at deres virksomheter kjøper tekniske konsulenttjenester (ingeniørtjenester), der fire av informantene oppgir at de kjøper tjenestene lokalt. Tjenestene som virksomhetene kjøper inn er knyttet til mekanisk engineering, prosjektledelse og byggeledelse.

FoU

Det er bare en av de 10 informantene som sier at virksomheten de jobber i, kjøper FoU-tjenester, noe de gjør fra en lokal leverandør.

Hovedkontortjenester

Åtte av 10 informanter oppgir at virksomheten de jobber i kjøper hovedkontortjenester, der tre av dem sier at de kjøper disse tjenestene lokalt. En informant sier at de kjøper samtlige av disse tjenestene utenfor fylket, tre andre spesifiserer ikke nærmere hvor de kjøper tjenestene fra, mens den siste informanten oppgir at virksomheten er bundet av sentrale avtaler når de skal kjøpe denne type tjenester. Blant tjenestene som virksomhetene kjøper inn er: rekruttering av ledere,

opplæringsprogram for ledere, organisasjonsutvikling og øvrige tjenester knyttet til virksomhetens HR-arbeid.

Arbeidskrafttjenester

Tre av 10 informanter oppgir at de kjøper arbeidskrafttjenester, der en av dem spesifikt nevner at tjenestekjøpene skjer utenfor Nordland og da på virksomhetens øvrige lokaliteter. De øvrige to oppgir ikke hvor de kjøper tjenestene fra.

Vaktjenester

Fire av 10 informanter oppgir at de kjøper vaktjenester og samtlige sier at de kjøper disse tjenestene lokalt.

5.3.2 Regler og prosedyrer for innkjøp

I intervjuet har vi stilt informantene spørsmål om hvilke regler og prosedyrer virksomhetene deres følger, når de skal gå til innkjøp av KIFT-tjenester.

Offentlig sektor

For de fem offentlige virksomhetene gjelder regelverket for offentlige anskaffelser, der anskaffelsens pengeverdi er avgjørende for valg av innkjøpsprosedyre. I korte trekk gjelder følgende terskelverdier og prosedyrer per nå: Fra og med kr 100 000 -1,3 millioner er det ikke behov for offentlig kunngjøring av anskaffelsen, men virksomhetene må sende forespørsel til minimum tre potensielle tilbydere²⁴. Fra kr 1,3 – 2 millioner er det krav om nasjonal utlysning, mens det fra kr 2 millioner kroner er krav om utlysning innenfor EØS-området²⁵.

Om innkjøpsrutinene til egen virksomhet sier en av informantene dette: «Vi følger anskaffelsesregelverket. Er verdien under kr 100 000 kan vi gå direkte til leverandør. Er beløpet mellom kr 100 000 - 1,1 million må vi spørre minimum tre leverandører. Er beløpet over kr 1,1 million kroner må det ut på offentlig anbud». En annen informant sier dette om terskelverdiene: «Det er veldig sjeldent at vi kan benyttes oss av reglene fra kr 0-100 000. Oppdragene er så store at de vil som oftest komme over denne grensen».

Tre av de fem virksomhetene er videre med i et statlig eller kommunalt innkjøpssamarbeid, som blant annet framforhandler rammeavtaler på vegne av deltakerne i innkjøpssamarbeidet. Samordna innkjøp i Nordland (SIIS) er et eksempel på slikt samarbeid, der 20 Nordlandskommuner er med, og der Bodø er vertskommune. Et annet eksempel er Sykehusinnkjøp, som gjennomfører «anskaffelser på vegne av alle helseforetak i Norge»²⁶. På Sykehusinnkjøp sitt nettsted står følgende: «Dette gjør vi innenfor nesten alle områder i spesialisthelsetjenesten, som for eksempel IT-utstyr, legemidler, medisinsk-teknisk utstyr, medisinske og administrative forbruksvarer, og tjenester som vikarer og flyreiser. Vi leder anskaffelsesprosjektene, i tett samarbeid med spesialistgrupper satt sammen av relevant fagpersonell. I norsk målestokk er helseforetakene store innkjøpere av utstyr, materiell, varer og tjenester. Helseforetakene samlet, kjøper varer, utstyr og tjenester for flere milliarder kroner i året».

Fordelene med å være med i et slikt innkjøpssamarbeid er, ifølge virksomhetene som deltar, flere. Først og fremst er offentlige anskaffelser etter hvert blitt et nokså komplekst felt og

²⁴ Forskrift om offentlige anskaffelser, Del 1

²⁵ Forskrift om offentlige anskaffelser, Del 2 og 3.

²⁶ <https://sykehusinnkjop.no/>

anbudsprosessene er sterkt formaliserte. Dette krever igjen høy kompetanse på feltet. En informant sier dette: «Det er i dag svært strenge krav til anskaffelsesprosesser. Målet med ... er blant annet å etablere og følge standardiserte prosesser der det er mulig. Innkjøpsprosessene er veldig regulert og det skal være konkurranse om leveranse til det offentlige». En annen informant sier dette: «Regelverket for offentlige anskaffelser er nyttig for begge sider av bordet. I korte trekk sørger det for at konkurranser blir gjennomført etter hensikten og leverandør kan stole på å bli rettfærdig behandlet basert på det inngitte tilbudet. Når de leser anbudsdokumentene skjønner de årsaken til at de ikke nådde opp i konkurransen». I forlengelsen av dette sier denne informanten: «Det er gevinst i stordrift. I bunn for de konkurransene som gjennomføres er likebehandling og etterprøvnbarhet».

I forkant av anskaffelsene utarbeider virksomhetene en kravspesifikasjon i tråd med et bestemt behov i virksomheten, hvor også tildelingskriteriene blir definert.

Informantene fra de offentlige virksomhetene oppgir pris og kvalitet som de viktigste tildelingskriteriene, der en informant sier dette: «Det er alltid en kombinasjon av pris og kvalitet. Det er kanskje ikke alltid at vi velger det billigste, vi gjør alltid en totalvurdering». En annen informant utdyper nærmere hva som ligger i kvalitet: «Med hensyn til kvalitet kan ulike kriterier ligge til grunn, blant annet kompetansenivå, tilgjengelighet, miljø og tilstedeværelse – Avhengig av behov som vi har og kriterier som vi ønsker å legge til grunn».

Flere nevner også responstid som et kriterium som blir brukt fra tid til annen. En informant sier dette: «Noen ganger, om det er behov, benyttes responstid. Kriteriet må gjenspeile et reelt behov. Responstid kan være et kriterium når vi blant annet søker etter vaktjenester, IT-tjenester eller at anskaffelsene er knyttet opp mot en serviceavtale».

Privat sektor

De private aktørene peker også på kravspesifikasjoner og tildelingskriterier som basis for innkjøpene deres, samtidig som noen av dem opererer med rammeavtaler. Fire informanter nevner «pris» som et viktig kriterium, men vektleggingen av kriteriet blir vurdert forskjellig av virksomhetene. Mens to av informantene anser «pris som viktigste kriterium, gir to andre informantene dette kriteriet en tredjeplass. Sistnevnte informanter oppgir henholdsvis «nærhet» og «kvalitet», som viktigste kriterium.

Øvrige kriterier som informantene fra de private virksomhetene mener er viktige er: «leveransedyktighet», «spesifikk kompetanse», «tilgjengelighet», «punktlighet» og «renommé». Den femte informanten oppgir ikke spesifikke kriterier for valg av leverandør, men sier dette: «vi bruker den lokale kunnskapen om hvem som kan levere det vi er interessert i. Vi har vært lenge i jobben, så vi vet hvem som leverer det vi trenger og til god kvalitet».

5.3.3 Valg av lokal leverandør

I intervjuet med informantene har vi også stilt spørsmål om de er opptatte av å handle lokalt. Svarene fra informantene på dette spørsmålet må ses i lys av det som har blitt sagt i kap. 5.3.2, som blant annet omtaler Lov om offentlige anskaffelser og rammeavtaler.

Seks av informantene svarer positivt på dette spørsmålet, men med visse forbehold. For fire av informantene er forbeholdet knyttet til om tilbudet fins lokalt eller ikke, der en informant sier dette: «I den grad det går an å handle lokalt, så gjør vi det». En annen informant utdyper svaret sitt med å si dette: «I den grad tilbudet fins lokalt, så har vi forsøkt å velge lokalt. Men ser vi at det er andre leverandører som er bedre, så velger vi ikke en lokal leverandør bare fordi det er en lokal leverandør». Informanten utdyper svaret sitt på denne måten: «Vi syns det er viktig at vi som stor og

synlig institusjon prøver å benytte oss av lokale leverandører, så langt det er mulig og hensiktsmessig og så fremst tilbudet fins lokalt. Men hvis kvaliteten er bedre hos enn leverandør et annet sted, så vil nok kvaliteten veie tyngre enn den lokale tilhørigheten».

I tråd med synspunktene til sistnevnte informant peker en fjerde informant på at konkurransedyktighet spiller en rolle i valg av leverandører. Han/hun sier dette: «Vårt mål er at lokalt næringsliv skal styrke sin posisjon som leverandør til det offentlige.... Vi har fokus på lokale leverandører, men samtidig må lokale leverandører brette opp armene sine og gjøre seg konkurransedyktige. De må tenke som oss; hvordan kan vi gjøre dette ressursbesparende? Det har også noe med kompetanseutvikling å gjøre. De må utvikle seg i tråd med behovene i markedene».

En femte informant svarer dette på spørsmålet om de er opptatte av å handle lokalt; «bare hvis det er behov for at leverandøren skal ha lokal tilhørighet av en eller annen grunn».

To av informantene svarer at lokal tilhørighet er av mindre betydning når de skal velge leverandør, der en informant sier dette: «Vi har ikke noen bevisst holdning knyttet til at vi skal kjøpe lokalt. Vi er opptatte av at vi skal kjøpe billigst mulig, og der trenger vi en spesiell kompetanse». Den andre informanten sier dette: «Vi tenker aldri på at vi skal ta noen leverandører fra Nordland. Men dersom vi skal ha dem ofte her, så vil vi begrense reisekostnadene og sørge for tilgjengelighet, og da vil velge noen lokalt, for eksempel hvis vi skal kjøpe IT-tjenester. For veldig mange tjenester er vi ikke avhengige av at leverandørene skal være her. Skype, videokonferanser, etc. gjør at vi ikke trenger å møtes så mye som før».

I forlengelsen av svaret sitt sier en av informantene: «Ofte velger vi leverandører som vi kjenner, og de er ikke her fra. Derfor faller valget på andre. Vi har ikke noe kriterium på at vi skal lete i nærområdet. Da blir det sånn at vi leter blant de vi kjenner fra før». Og supplerer svaret sitt med følgende: «Vi er dessuten litt usikre på hva vi kan få fra lokale bedrifter. Vi vet ikke hva bedriftene kan tilby, de markedsfører seg ikke».

Den andre informanten er enig i at tidligere erfaringer spiller inn når en skal velge leverandør, og sier dette: «Veldig ofte er det noen her i organisasjonen, som har erfaring med og referanse fra spesielle miljø, og de holder ofte til lengre sør i landet. Når det gjelder å hente inn leverandører «rett utenfor stuedøra», så er vi ikke gode nok på det. Vi er ikke opplærte til å tenke sånn....» Informanten fortsetter med å si: «Vi bør kanskje være mer bevisste på at vi skal handle lokalt. Vi tenker sånn når vi skal få tjenesten raskt, men vi burde sikkert også tenkt sånn i andre sammenhenger også. Det er noe vi bør ha i policyen vår, tenker jeg».

De to siste informantene har ikke svart direkte på dette spørsmålet, men der en av dem i løpet av intervjuet har opplyst at de kjøper mer enn 85 % av tjenestene sine innad i fylket og den andre har opplyst at der det er mulig bruker de kriterier som gjør at lokalt næringsliv kommer godt ut: «nærhet, leveransedyktighet og pris». Begge forholdene kan tyde på at de er opptatte av å handle lokalt.

5.3.4 Økt behov for KIFT-tjenester framover i tid

I undersøkelsen har vi også stilt spørsmål om virksomhetene vil ha økt behov for KIFT-tjenester framover i tid, og om et behov kan relateres til bygging av «ny-by-ny-flyplass» i Bodø. Vi har også stilt spørsmål om hvilke KIFT-tjenester økningen eventuelt vil komme innenfor.

Tre av 10 informanter svarer ja på spørsmålet om de vil ha økt behov for KIFT-tjenester framover i tid, der en av informantene mener at økningen også vil kunne ha sammenheng med byggingen av «ny-by-ny-flyplass». To av informantene mener at behovet til deres virksomheter framover vil være det samme som i dag, mens de øvrige fem informantene er mer usikre på hva de skal svare på dette

spørsmålet. En informant sier dette: «Vi vokser hele tiden, så det kan være at vi vil kjøpe mer av KIFT-tjenestene som vi kjøper i dag». En annen informant peker på mulig outsourcing av tjenester i egen virksomhet, som vil kunne føre til økt behov for KIFT-tjenester, mens to andre informanten peker på mulige prosjekter som vil kunne føre til økt behov for denne type tjenester. Den siste informanten svarer dette på spørsmålet: «Vanskelig å si, men spørsmålet er om vi har nok «hoder», sett i forhold til at alt som skjer her i byen».

En av informantene uttrykker også bekymring over den store etterspørselen etter KIFT-tjenester som byggingen av «ny-by-ny-flyplass» vil føre til, og som ifølge denne informanten vil gjøre det vanskeligere for hans/hennes virksomhet å gjennomføre prosjekter. Om dette sier informanten: «Allerede i dag er det stor etterspørsel etter bygg- og anleggstjenester, og da spesielt ingeniørtjenester. Det gjør at vi ikke kan få gjort arbeidet med en gang, men må stille oss i kø. Hva skjer da med bygging av «ny-by-ny-flyplass? Den store byggeaktiviteten påvirker oss indirekte i dag, og vil bli forsterket med de byggeprosjektene som er under planlegging. Hvis firmaene som vinner anbud ikke kan begynne å bygge om et halvt år, så kan de ikke det. Det kan komme til å påvirke hele Salten».

Blant tjenestene som virksomhetene mener de vil ha økt behov for framover er: tekniske tjenester, arkitekttjenester og analysetjenester, der disse behovene også vil være relatert til bygging av «ny-ny-flyplass» i Bodø. IT-tjenester er også en tjeneste som en av virksomhetene mener de vil ha mer behov for framover i tid.

Informantene, som er litt mer usikre på om de trenger flere KIFT-tjenester framover i tid, nevner disse KIFT-tjenestene som relevante dersom virksomhetene vil ha økt behov: regnskap og revisjon, juridiske tjenester, arkitekttjenester, ingeniørtjenester, design, IT-tjenester, markedsføring, FoU og hovedkontortjenester.

5.4 Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett at 50 % av respondentene, som har svart på surveyen, oppgir at virksomheten deres kjøper mindre enn 20 % av tjenestene sine utenfor Nordland. Samtidig oppgir rundt 22 % av respondentene at de kjøper minst halvparten av tjenestene sine utenfor fylket. Vi har videre sett at andelene som privat og offentlig sektor kjøper utenfor fylket er forskjellige. Forskjellen er størst i ytterendene av prosentskalaen. Mens 17 % av de private virksomhetene oppgir at de «ikke kjøper tjenester utenfor fylket» er det ingen av de kommunale eller de statlige virksomhetene som svarer det samme. I motsatt ende er det bare innenfor statlig sektor vi finner virksomheter som kjøper 90-100 % av KIFT-tjenestene sine utenfor fylket. Her er det viktig å være oppmerksom på at andelen respondenter fra kommunal og ikke minst statlig sektor er liten, slik at svarene kunne vært annerledes dersom andelen respondenter fra offentlig sektor hadde vært større. Det er respondentene fra Salten som kjøper minst andel KIFT-tjenester utenfor Nordland. 61,5 % av respondentene fra denne regionen sier at de kjøper mindre enn 20 % av tjenestene utenfor regionen. Også respondenter fra Lofoten oppgir at de kjøper lite fra leverandører utenfor fylket. Bare 10 % av respondentene fra Lofoten oppgir at de kjøper mer enn halvparten av tjenestene sine utenfor regionen, mens 50 % sier at de kjøper inntil 20 % av tjenestene sine utenfor fylket. Her er det også viktig å påpeke at andelen respondenter fra Lofoten, men også Vesterålen og Ofoten er liten, slik at svarene ikke nødvendigvis gir et korrekt bilde av situasjonen.

Bank, finans og forsikring, IT og juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting er de tre KIFT-tjenestene som respondentene oppgir at virksomhetene deres kjøper mest av utenfor Nordland. Innenfor disse tjenestene er det forsikring, drift og support av IT-systemer og juridiske tjenester som virksomhetene kjøper mest av. Vakttjenester og etterforskning sammen med omsetning, drift og utleie av fast

eiendom er tjenestene som respondentene sier at virksomhetene deres kjøper minst av utenfor fylket. Også informantene oppgir at de kjøper deler av IT-tjenestene og de juridiske tjenestene sine utenfor fylket. Kompetanse knyttet til offentlige anskaffelser og bransjespesifikke spørsmål er eksempler på juridiske tjenester som virksomhetene kjøper utenfra. Kvalitet-, fag- og personalsystem er eksempler på IT-tjenester som virksomhetene kjøper utenfor fylket.

Respondentene oppgir «kvalitet», «service» og «punktlighet mht. tidsfrister», som aller viktigste kriterier for valg av leverandør. De minst viktige kriteriene er «annet» og «jeg har alltid kjøpt denne tjenesten hos denne leverandøren og er godt fornøyd med den». Respondentene fra privat, kommunal og statlig sektor vurderer kriteriene i spørreskjemaet ganske likt. Unntakene er kriteriene «nettverk» (vi kjenner leverandøren), «vi er opptatt av at leverandøren skal ha lokal tilknytning» og «jeg har alltid kjøpt denne tjenesten fra denne leverandøren og er godt fornøyd med den», som virksomhetene fra privat sektor gir vesentlig høyere score enn virksomhetene fra offentlig sektor.

Informantene fra offentlig sektor er opptatte av at de er bundet av regelverket knyttet til offentlige anskaffelser når de skal gå til innkjøp av KIFT-tjenester, der anskaffelsens pengeverdi er avgjørende for valg av innkjøpsprosedyre. Informantene fra statlig og kommunal sektor oppgir videre «pris» og «kvalitet», som de viktigste kriteriene for tildeling av tilbud. «Kvalitet» operasjonaliseres på ulike måter avhengig av virksomhetens behov, der «kompetanse», «tilgjengelighet», «miljø» og «tilstedeværelse» eksempler på hva som kan ligge i dette begrepet. Også informantene fra privat sektor mener at «pris» og «kvalitet» er viktige kriterier for valg av leverandør, men der de også oppgir «nærhet» som viktig.

Et overveldende flertall (90 %) av respondentene svarer at de «i noen grad» eller «i stor grad» søker etter lokale leverandører når de skal gå til innkjøp av KIFT-tjenester. Godt over halvparten av respondentene (56,2 %) svarer videre at geografisk nærhet enten er ganske viktig eller svært viktig for dem. Bare 12 % av respondentene mener det motsatte, mens resten stiller seg nøytral til spørsmålet.

Også et flertall av informantene er opptatt av å handle lokalt, men med visse forbehold. Forbeholdet er blant annet knyttet til om tjenestene faktisk fins lokalt. Et annet forbehold er knyttet til at tjenestene ikke er bedre utenfor fylket. På den andre siden sier to av informantene at de ikke har noen bevisst holdning til å handle lokalt. En informant peker på at de er opptatt av å handle billigst mulig, og at de ofte trenger en spesifikk kompetanse som ikke fins i fylket. Den andre informanten påpeker at Skype, videokonferanser m.m. gjør at behovet for lokal tilstedeværelse er mindre i dag enn tidligere. Dersom det likevel skulle være behov for høy grad av tilstedeværelse vil lave reisekostnader kunne være et argument for å velge en lokal leverandør, der IT-tjenester kan være et eksempel på sistnevnte. Begge informantene sier videre at valget faller ofte på leverandører som de har gode erfaringer med, og at disse gjerne holder til utenfor fylket.

I spørreundersøkelsen har vi også stilt spørsmål om hva som ligger til grunn for at virksomhetene deres kjøper KIFT-tjenester utenfor fylket, om de savner enkelte KIFT-tjenester lokalt og hva de tror er årsaken til at enkelte tjenester ikke tilbys lokalt. Respondentene oppgir «kompetanse» og at «tjenestene ikke fins i fylket» som de viktigste årsakene til at virksomhetene kjøper tjenester utenfor Nordland. Blant tjenestene som respondentene savner er IT-tjenester og tjenester innenfor bank, finans og forsikring, samtidig er det mange som sier at de ikke savner noen tjenester i Nordland. Respondentene peker på at markedet er for lite og at tjenestene er for spesialiserte når de blir bedt om å forklare årsakene til at de tror at tjenestene ikke tilbys i Nordland.

Litt over 40 % av respondentene tror de vil øke kjøpet av KIFT-tjenester de neste fem årene. Tjenestene de vil kjøpe mer av framover er IT-tjenester, juridiske og regnskapsmessige tjenester og

bank- og forsikringstjenester. Vaktjenester og omsetning og drift av fast eiendom er tjenester som færrest respondenter mener de vil kjøpe mer av de neste fem årene. Blant informantene er det tre som mener at de vil ha økt behov for KIFT-tjenester framover i tid, der en av informantene mener at dette også kan ha sammenheng med bygging av «ny-by-ny-flyplass» i Bodø. Blant tjenestene informantene mener de vil ha økt behov for framover er ingeniør - og arkitekttjenester sammen med analysetjenester.

- «I utgangspunktet kjenner jeg mange bedrifter, men jeg har likevel ikke full oversikt. Jeg tror det ville ha vært lurt å ha en egen markeds plass for KIFT-bedrifter i Bodø».

Kirsti Meidelsen, konsernregnskapssjef i Widerøe

6 Funn: Salg av KIFT-tjenester i Nordland

I dette kapitlet gir vi en oversikt over de viktigste funnene i spørreundersøkelsen knyttet til bedrifter som selger KIFT-tjenester og fra fokusintervjuene med ledere fra utvalgte KIFT-bedrifter.

6.1 Survey

I dette avsnittet gir vi en oversikt over funnene i surveyen knyttet til bedrifter som selger KIFT-tjenester. Innledningsvis gir vi en kort beskrivelse av kjennetegn ved respondentene som har svart på undersøkelsen om salg av KIFT-tjenester.

6.1.1 Kjennetegn ved respondentene

Her gir vi en kort beskrivelse av respondentene.

Arbeidssted

Over halvparten av respondentene som selger KIFT-tjenester har sitt arbeidssted i Salten (53,7 %), mens 20,4 % har sitt arbeidssted på Helgeland. 11,1 % jobber i Lofoten, 11,1 % i Vesterålen og 3,7 % i Ofoten.

Stillingstittel

Av respondentene er det 68,8 % som er ansatt som daglig leder i bedriften, 3,8 % er økonomiansvarlige og 1,9 % er innkjøpsansvarlige. Resten har oppgitt at de har en annen stillingstittel enn dette.

Størrelse på bedrift

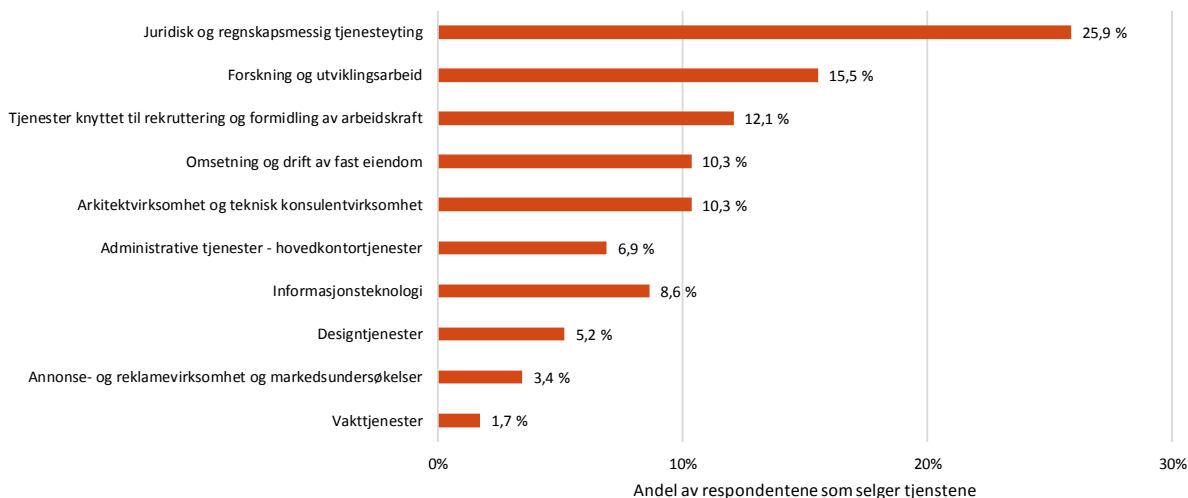
I underkant av 70 % av respondentene jobber i bedrifter med opptil 20 ansatte. Nærmere bestemt jobber 24,5% av respondentene i bedrifter med under 10 ansatte, mens 45,3% jobber i bedrifter med 10-19 ansatte. Videre jobber 22,6 % av respondentene i bedrifter med 20-49 ansatte. 7,6 % av respondentene jobber i bedrifter med 50 ansatte eller mer.

Bedriftens omsetning

Hovedandelen av bedriftene i undersøkelsen (88,7 %) har en omsetning på over fem millioner kroner i året, mens 11,3 % har en årsumsetning som ligger under dette beløpet.

Tjenester bedriftene selger

Figur 6-1 gir en oversikt over type tjenester bedriftene, som respondentene jobber i, selger.



Figur 6-1 Type tjenester som bedriftene til respondentene selger

Som vi ser av figur 6-1 er juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting den tjenesten som flest respondenter jobber i. 25,9 % av respondentene jobber med denne type tjenester. Dernext kommer forsknings- og utviklingsarbeid, der 15,5 % av respondentene jobber, mens 12,1 % jobber med rekruttering og formidling av arbeidskraft.

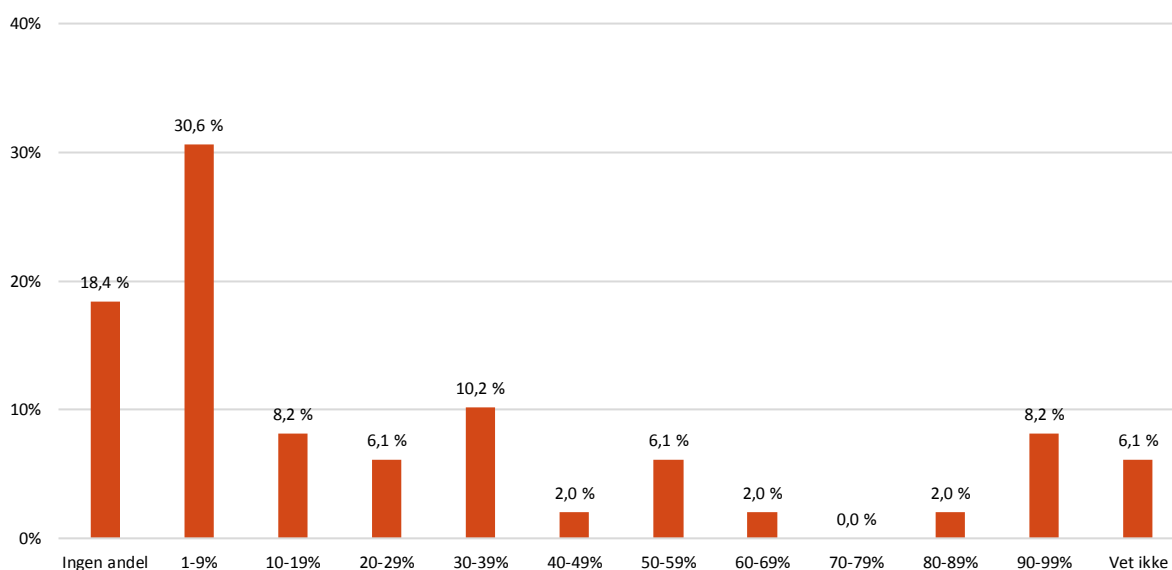
Videre er det 10,3 % av respondentene, som hver for seg jobber med omsetning og drift av fast eiendom og arkitektvirksomhet og teknisk konsulentvirksomhet. 6,9 % jobber med hovedkontortjenester, 8,6 % jobber med informasjonsteknologi, 5,2 % med designtjenester, 3,4 % jobber med annonse-, reklamevirksomhet og markedsundersøkelser og 1,7 % jobber med vaktjenester.

6.2 Funn i undersøkelsen

I dette avsnittet ser vi nærmere på andel tjenester som bedriftene selger utenfor Nordland. Vi ser videre på andel bedrifter, som ønsker å utvide markedsandelen sin utenfor fylket, og hva som skal til for at de skal lykkes med det. Til virksomhetene som ikke ønsker å utvide markedsandelen sin utenfor fylket har vi stilt spørsmål om hva som ligger til grunn for det. I tillegg har vi stilt spørsmål om synlighet, herunder hvordan bedriftene markedsfører seg og hvordan de jobber med øvrig posisjonering. Til slutt har vi stilt spørsmål om bedriftene vil øke salget sitt i år sammenlignet med fjoråret.

6.2.1 Salg av tjenester utenfor fylket

Figur 6-2 viser andel tjenester som bedriftene, som har svart på undersøkelsen, selger utenfor fylket.



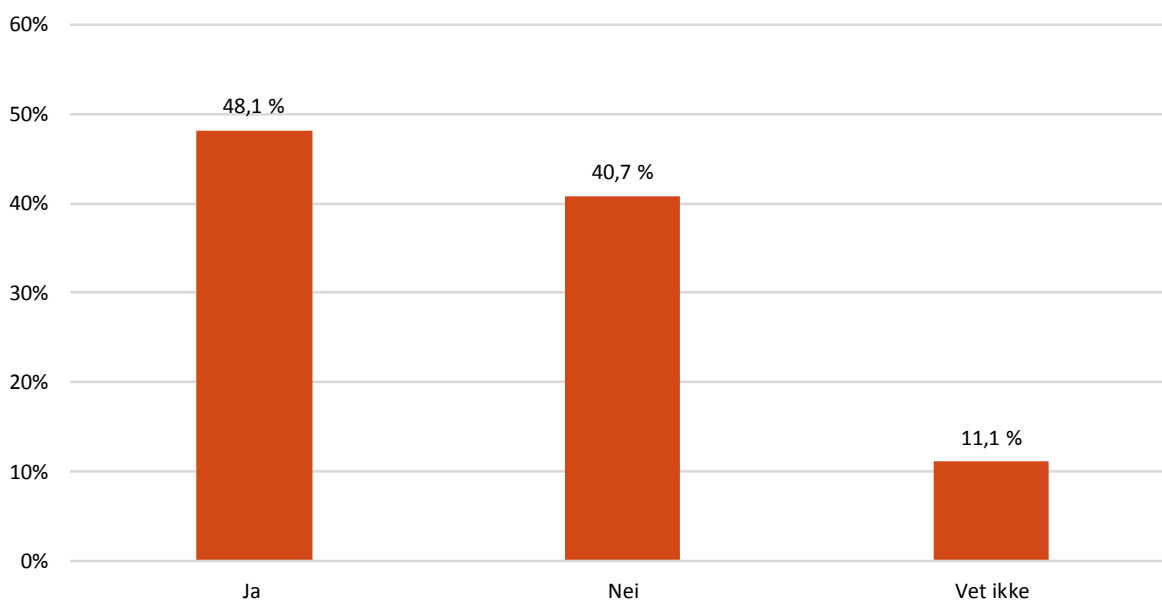
Figur 6-2 Andel tjenester som bedriftene selger utenfor fylket

Halvparten av respondentene oppgir at de selger mindre enn 10 % av tjenestene sine utenfor Nordland. Av disse er det 18,4 %, som ikke selger noen tjenester utenfor fylket.

På den andre siden av skalaen svarer 24,4 % av respondentene at de selger et sted mellom 50 og 99 % av tjenestene sine ut av fylket. Av disse oppgir 10,2 % at salgsandelen utenfor fylket er på mellom 80-99 %.

6.2.2 Øke salget av tjenester utenfor fylket

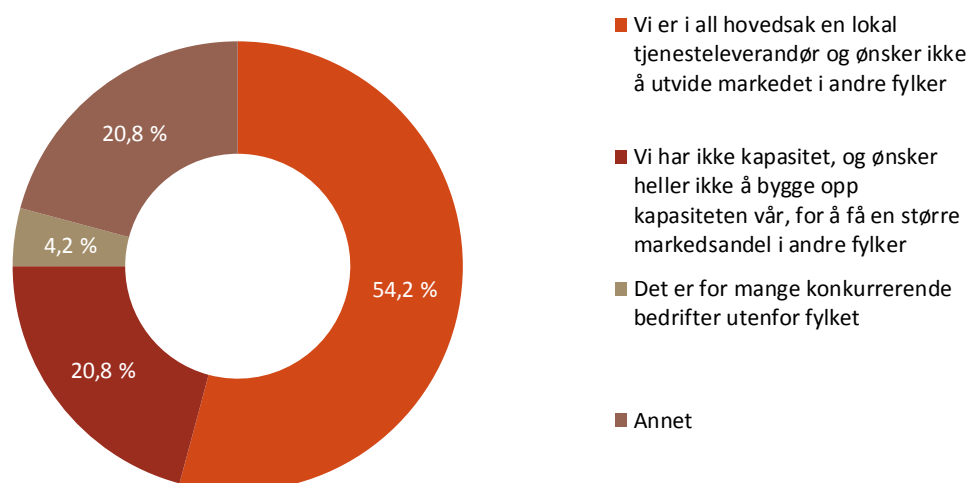
Figur 6-3 gir en oversikt over andelen bedrifter som ønsker å øke markedsandelen utenfor fylket.



Figur 6-3 Andel bedrifter som ønsker å øke markedsandelen sin utenfor Nordland

Som vi ser av figuren er andelen som ønsker å øke markedsandelen utenfor fylket noe høyere enn de som ikke har en intensjon om å gjøre det samme; 48,1 % av bedriftene svarer ja på spørsmålet om de ønsker å utvide markedsandelen utenfor fylket, mens 40,7% svarer nei. 11,1 % av bedriftene svarer at de ikke vet om de kommer til å utvide markedet utenfor Nordland.

Til bedriftene som ikke ønsker å utvide markedsandelen sin utenfor Nordland har vi stilt spørsmål om bakgrunnen for det. Årsakene ser vi i figur 6-4.

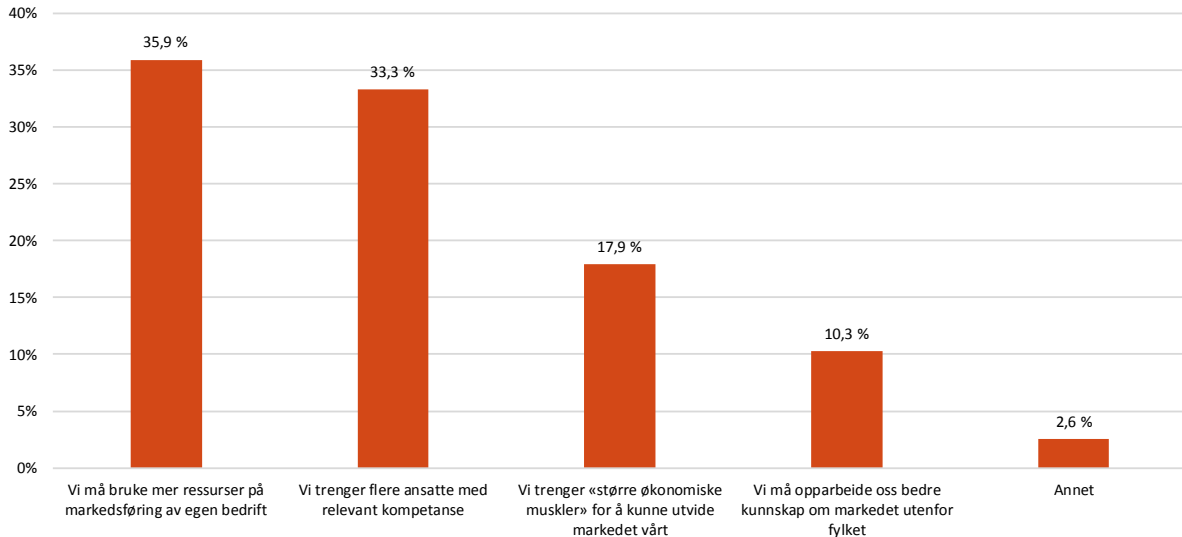


Figur 6-4 Årsaker til at bedrifter ikke ønsker å øke markedsandelen sin utenfor Nordland

Den viktigste årsaken til at bedriftene ikke ønsker å utvide sin markedsandel utenfor fylket, er at de først og fremst ser på seg selv som en lokal tjenesteleverandør, der 54,2 % svarer dette. Videre oppgir 20,8 % av respondentene at de henholdsvis ikke har kapasitet, og heller ikke ønsker å bygge opp kapasiteten som grunn for det samme. Like mange respondenter (20,8 %) svarer at grunnen til at de ikke ønsker å utvide markedsandelen sin utenfor fylket, er at det er for mange konkurrerende bedrifter der.

4,2 % svarer at det andre årsaker som ligger til grunn for at de ikke bygger opp en større markedsandel utenfor fylket.

Til bedriftene, som sier at de ønsker å utvide markedet sitt utenfor fylket, har vi stilt spørsmål om hva som skal til for at de skal lykkes med dette. Svarene ser vi i figur 6-5.



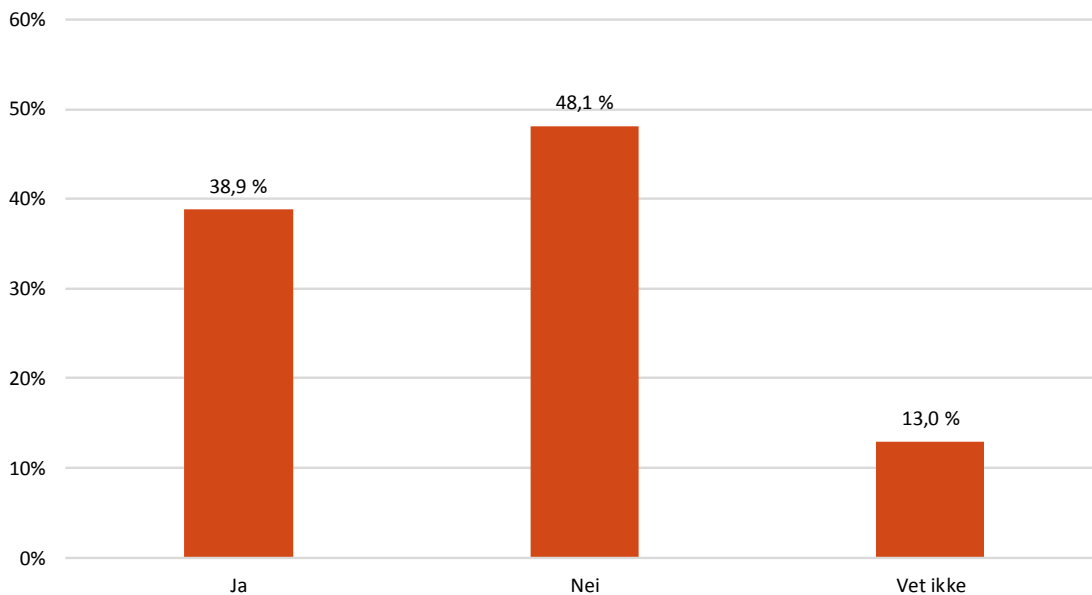
Figur 6-5 Viktige faktorer for at bedriftene skal utvide sin markedsandel utenfor Nordland

Her er det to årsaksforhold som peker seg ut som viktigst og av nesten like stor betydning, nemlig «vi må bruke mer ressurser på markedsføring av egen bedrift» og «vi trenger flere ansatte med relevant kompetanse». 69,2 % av respondentene oppgir at disse forholdene er viktige for at de kan øke markedsandelen utenfor fylket. I tillegg svarer 17,9 % av respondentene at de trenger «større muskler» for å kunne utvide markedet, mens 10,3 % av respondentene svarer at de først må opparbeide seg bedre kunnskap om markedet utenfor fylket før de ekspanderer utenfor Nordland.

2,6 % av respondentene oppgir at det er andre forhold som må være på plass før de kan utvide markedsandelen sin utenfor fylket.

6.2.3 Synlighet og posisjonering

I undersøkelsen har vi også stilt spørsmål om bedriftene opplever at potensielle kunder i Nordland kjenner godt nok til hva de kan levere. Figur 6-6 viser bedriftenes fordeling av svar på dette spørsmålet.



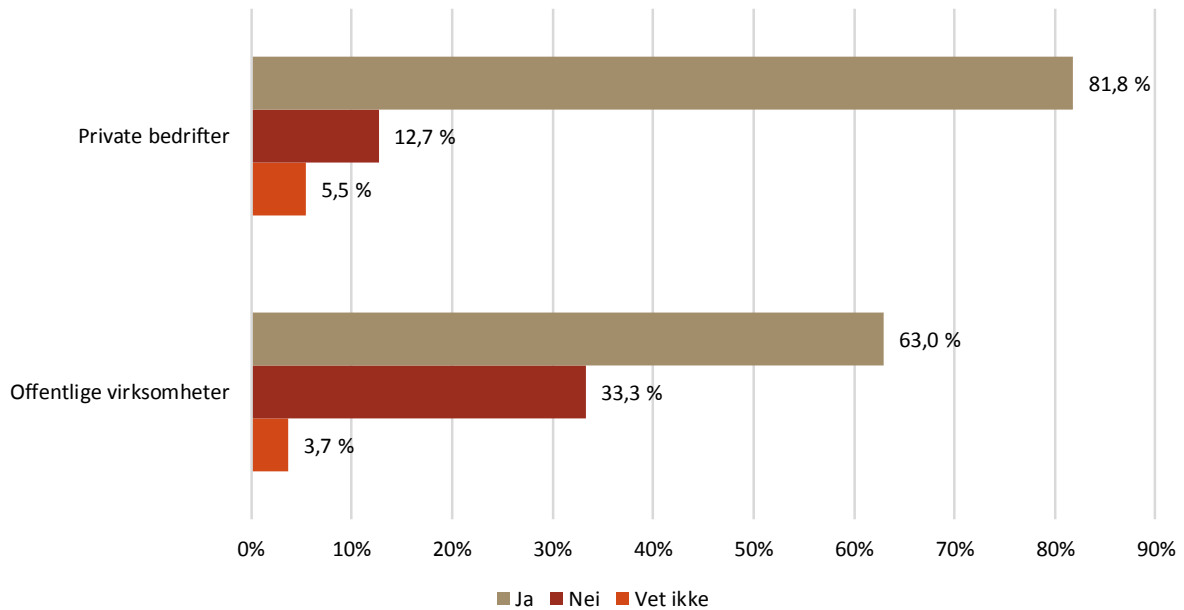
Figur 6-6 Bedriftenes oppfatning av om potensielle kunder i Nordland kjenner til deres tjenester

Som vi ser av figur 6-6 svarer nesten halvparten av respondentene nei på dette spørsmålet (48,1 %), mens 38,9 % svarer ja. 13,0 % sier at de ikke vet om potensielle kunder i Nordland kjenner til hva de kan levere.

Til respondentene som har svart «nei» på spørsmålet om potensielle kunder kjenner godt nok til tjenestene bedriften deres leverer», har vi stilt oppfølgingsspørsmålet: «hva tror du er årsaken til at potensielle kunder ikke kjenner godt nok til dere?»

23 av respondentene har valgt å svare på dette spørsmålet, der 19 oppgir at dette skyldes dårlig markedsføring eller mangel på synlighet generelt. Respondentene oppgir forhold som «stor ordretilgang», «lite fokus på markedsføring» og «lite bruk av ressurser på markedsføring» som årsaker til at bedriftene ikke er bra nok på markedsføring. Dårlig økonomi er en annen årsak, der en av respondentene sier dette: «... har vært "fattig" slik at vi ikke har brukt nok penger på markedsføringstiltak». Manglende evne til å posisjonere bedriften og løfte fram egen kompetanse og produkter blir også nevnt av respondentene, der en respondent sier dette: «det er vanskelig å oppnå synlighet i en jungel av reklame/markedsføring».

Videre har vi i undersøkelsen spurt respondentene om bedriften deres jobber aktivt med å posisjonere seg i markedet. Figur 6-7 gir en oversikt over svarene til respondentene.

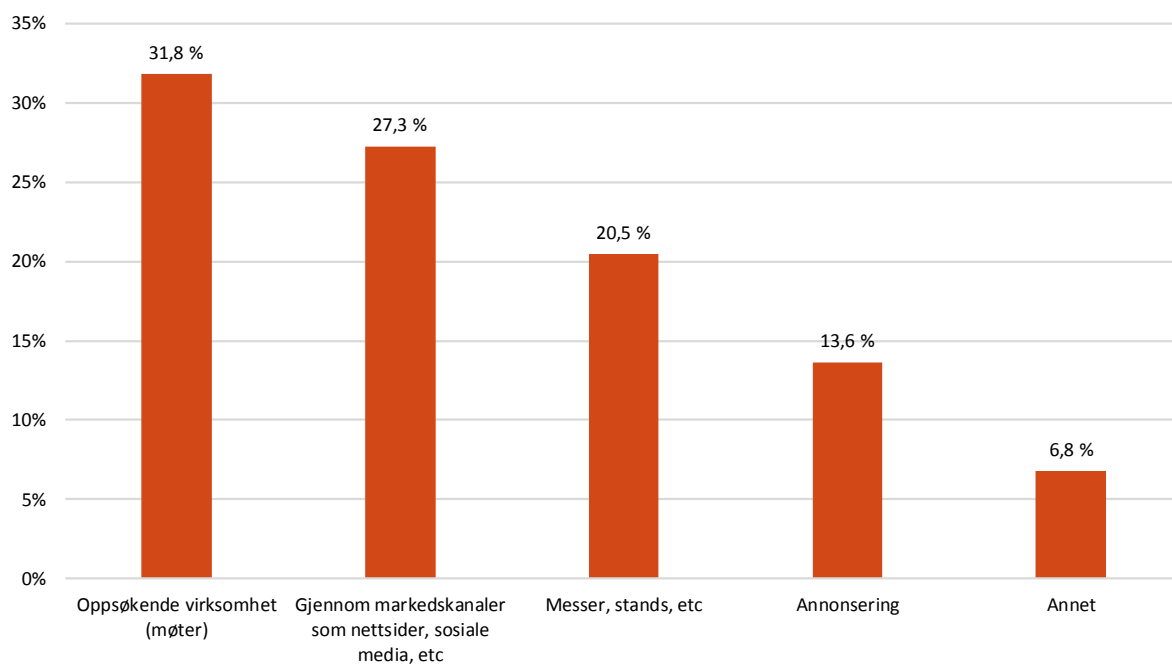


Figur 6-7 Bedriftenes posisjonering overfor private bedrifter og offentlige virksomheter

Av figur 6-7 ser vi at hovedandelen av bedrifter posisjonerer seg mot markedet.

Vi ser videre at bedriftene i mindre grad posisjonerer seg mot offentlige virksomheter enn mot private bedrifter. Mens 81,8 % av respondentene svarer at deres bedrift jobber aktivt for å posisjonere seg mot private bedrifter, svarer 63 % at de gjør det samme mot offentlige virksomheter. 33,3 % av respondentene svarer at deres bedrift ikke posisjonerer seg mot offentlig sektor, mens 12,7% av respondentene svarer at de ikke gjør det mot privat bedrifter. Respondentene som ikke vet om bedriften deres posisjonerer seg mot private bedrifter eller offentlige virksomheter er på henholdsvis 5,5 % og 3,7 %.

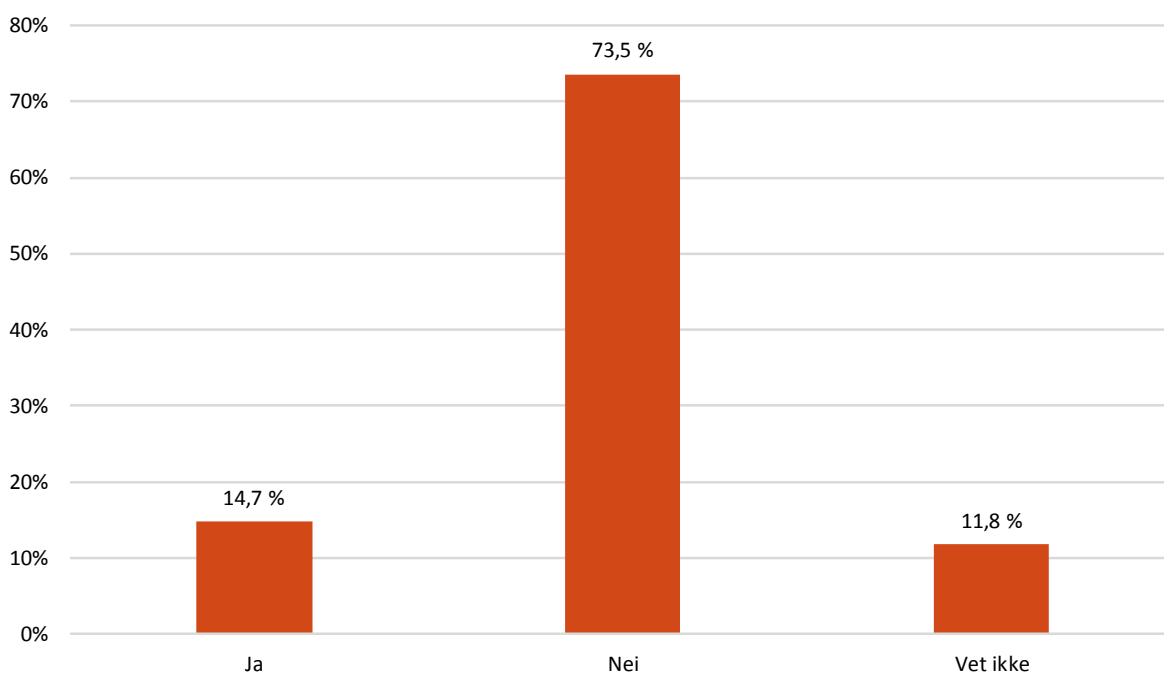
Til respondentene, som sier at bedriften de arbeider i jobber med øvrig posisjonering, har vi stilt spørsmål om hvordan de gjør dette. Figur 6-8 gir en oversikt over den viktigste kanalen respondentene bruker i denne sammenhengen.



Figur 6-8 Kanaler og andre måter bedriftene bruker for å posisjonere seg

Som vi ser av figur 6-8 er oppsøkende virksomhet, herunder møter, det viktigste virkemiddelet bedriftene bruker i posisjoneringsøyemed, noe 31,8 av respondentene svarer. Nest viktigst er markedskanaler som nettsider og sosiale medier (27,3 %), dernest kommer messer og stands (20,5 %) og annonsering (13,6 %). 6,8 % oppgir at de bruker andre måter å posisjonere seg på enn det som er nevnt her.

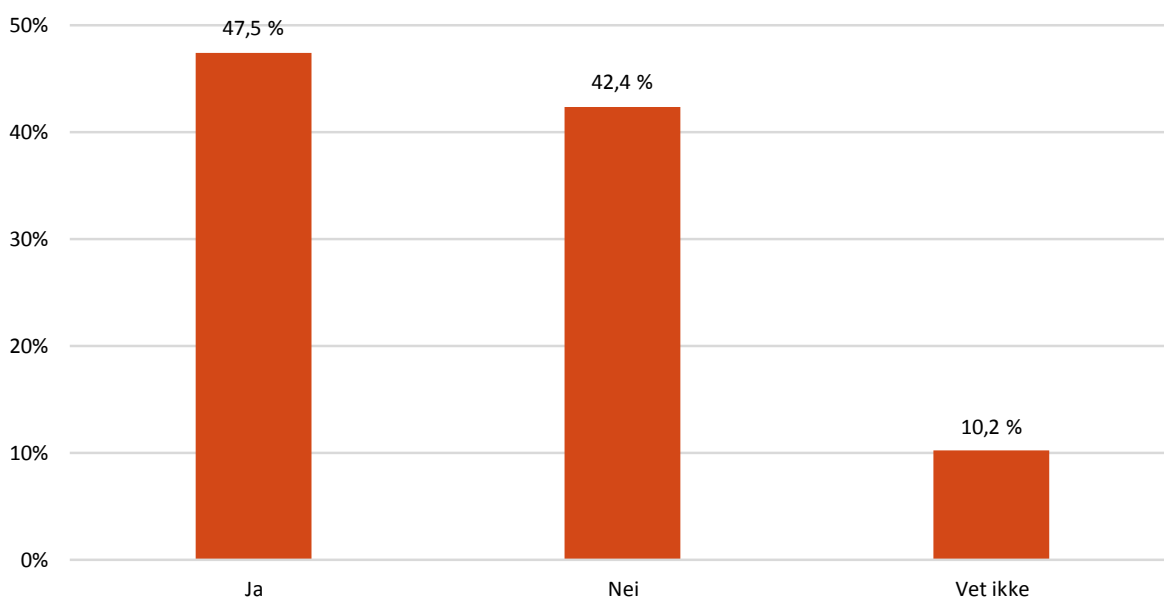
Til de som har svart ja på spørsmålet om de jobber med å posisjonere seg mot offentlige virksomheter, har vi stilt spørsmål om de også posisjonere seg mot offentlige innkjøpsarbeid. Figur 6-9 viser svarfordelingen mellom respondentene.



Figur 6-9 Andelen bedriften som posisjonerer seg mot offentlige innkjøpssamarbeid

Flertallet av respondenter (73,5 %) svarer at bedriften de jobber i ikke posisjonerer seg mot offentlige innkjøpssamarbeid, mens 14,7 % av respondentene sier at bedriften de jobber i gjør det. 11,8 % av respondentene oppgir at de ikke vet.

Vi har videre stilt spørsmål til alle respondentene i undersøkelsen om det vil være aktuelt for dem å inngå samarbeid med en eller flere bedrifter for å vinne større anbud. Figur 6-10 viser hvordan svarene til respondentene har fordelt seg på dette spørsmålet.

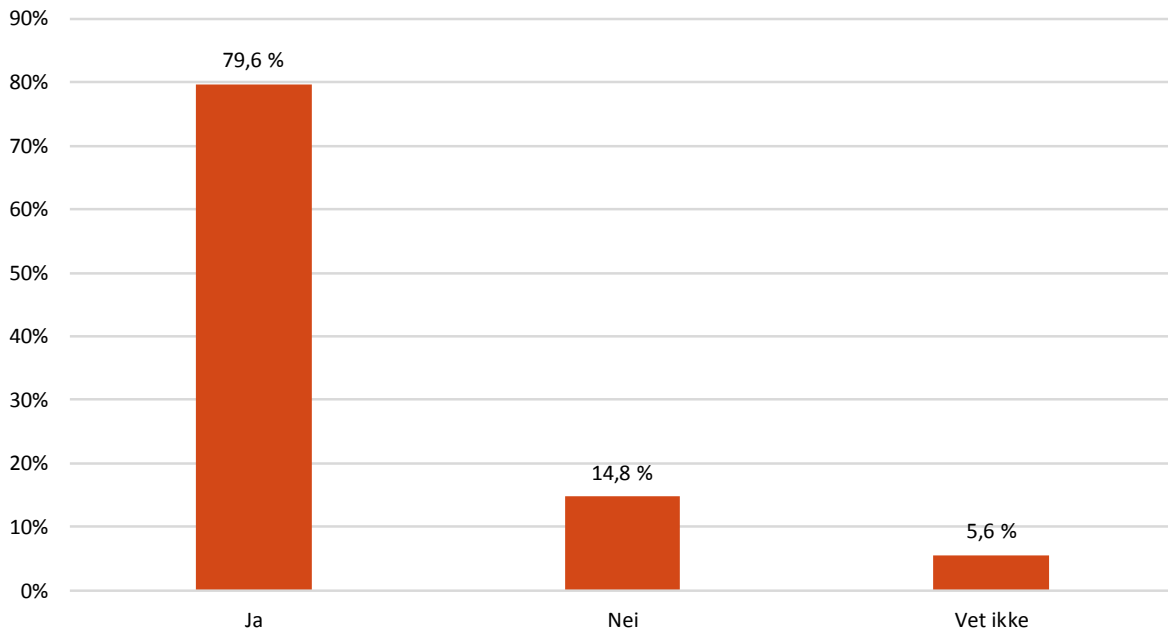


Figur 6-10 Andelen bedrifter som mener det er aktuelt å inngå samarbeid med andre for å vinne større anbud

Av figur 6-10 ser vi at 47,5 % av respondentene svarer at det vil være aktuelt for dem å inngå samarbeid med andre bedrifter for å vinne større anbud, mens 42,4 % svarer at det ikke vil være

aktuelt å gjøre det for dem. 10,2 % av respondentene sier at de ikke vet om det er aktuelt å gjøre for bedriften de jobber i.

Vi har også spurt respondentene om de tror at lokal tilhørighet er viktig for kundene deres. Figur 6-11 gir en oversikt over svarene til respondentene på dette spørsmålet.

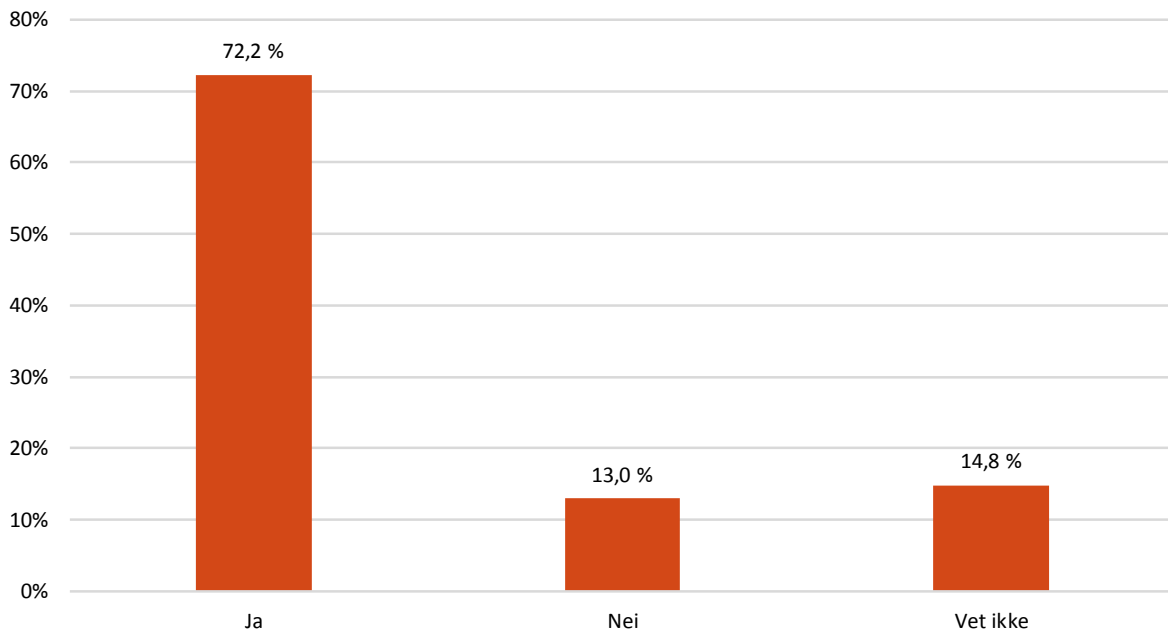


Figur 6-11 Andel bedrifter som tror at lokal tilhørighet er viktig for kundene deres

Så mange som 79,6 % av respondentene mener at lokal tilhørighet er viktig for kundene til bedriftene deres, mens 14,8 % mener at det ikke er viktig for dem. 5,6 % av respondentene svarer at de ikke vet om dette er viktig for kundene til bedriftene deres.

6.2.4 Økt salg framover i tid

I undersøkelsen har vi stilt spørsmål om bedriftene vil øke salget i år sammenlignet med i fjor. Figur 6-12 gir en oversikt over hvordan respondentene fordeler seg på dette spørsmålet.



Figur 6-12 Bedrifter som vil øke salget av tjenester fra i fjor til i år

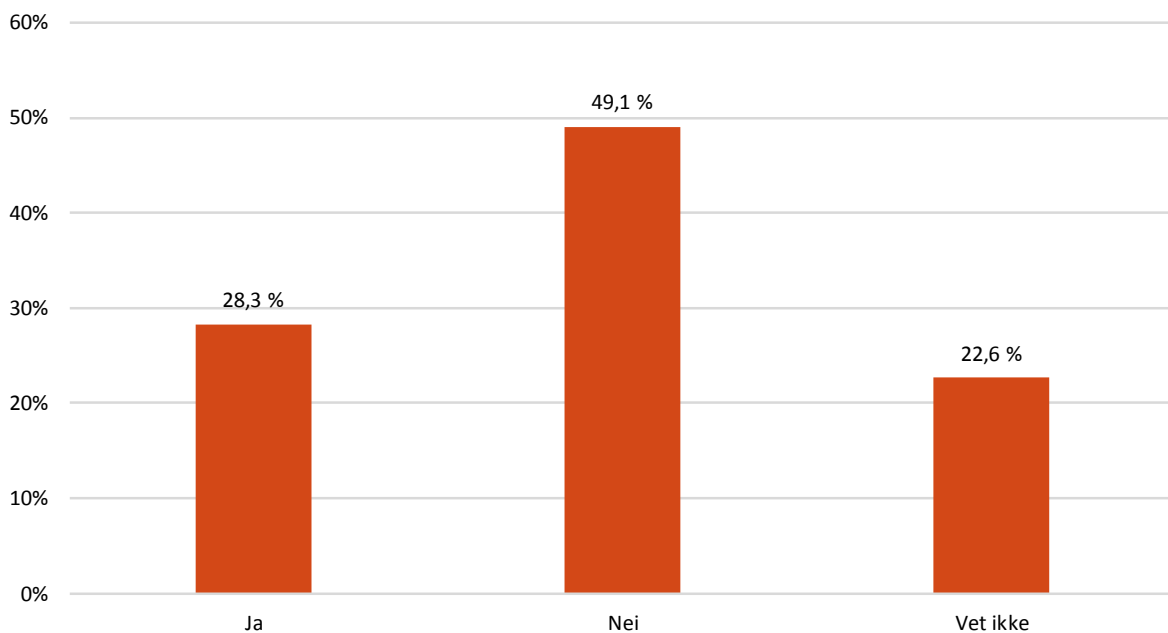
72,2 % av respondentene oppgir at bedriften de jobber i, vil ha økt salg i år sammenlignet med i fjor. 13,0 % av respondentene svarer nei på dette spørsmålet, mens 14,8 % sier at de ikke vet.

Vi har bedt respondentene om å utdype svaret sitt på dette spørsmålet. Av de som har svart «ja» er det 36 respondenter som har utdypet svaret sitt nærmere. Årsakene de oppgir er knyttet til bedriftsinterne forhold og/eller forhold i markedet, der bedriftsinterne forhold nevnes hyppigst.

Blant bedriftsinterne forhold som respondentene nevner er flere ansatte i bedriften, utvikling av et mer variert tjenestetilbud og økt markedsføring. En respondent oppgir dette som årsak til økt salg av tjenester: «Vi har flere rammeavtaler, flere fag, driver mer målrettet markedsføring og har flere referanse kunder». En annen svarer dette: «vi har gode produkter, fornøyde kunder og driver massiv markedsføring». Større prosjekter og rammeavtaler sammen med nye kunder er eksempler på forhold i markedet som gjør at bedriftene har forventninger om økt salg i år sammenlignet med i fjor.

Av de som har svart «nei» på spørsmålet om de vil øke salget sitt i år sammenlignet med i fjor spriker svarene fra å dreie seg om manglende kapasitet, tap av store kunder og at bedriften vil opprettholde samme kapasitet som i fjor.

På spørsmål om realisering av «ny-by-ny-flyplass» i Bodø vil bidra til å øke salget av tjenestene, svarer respondentene som vist i figur 6-13.



Figur 6-13 Bedrifter som vil øke salget som følge av bygging av «ny-by-ny-flyplass»

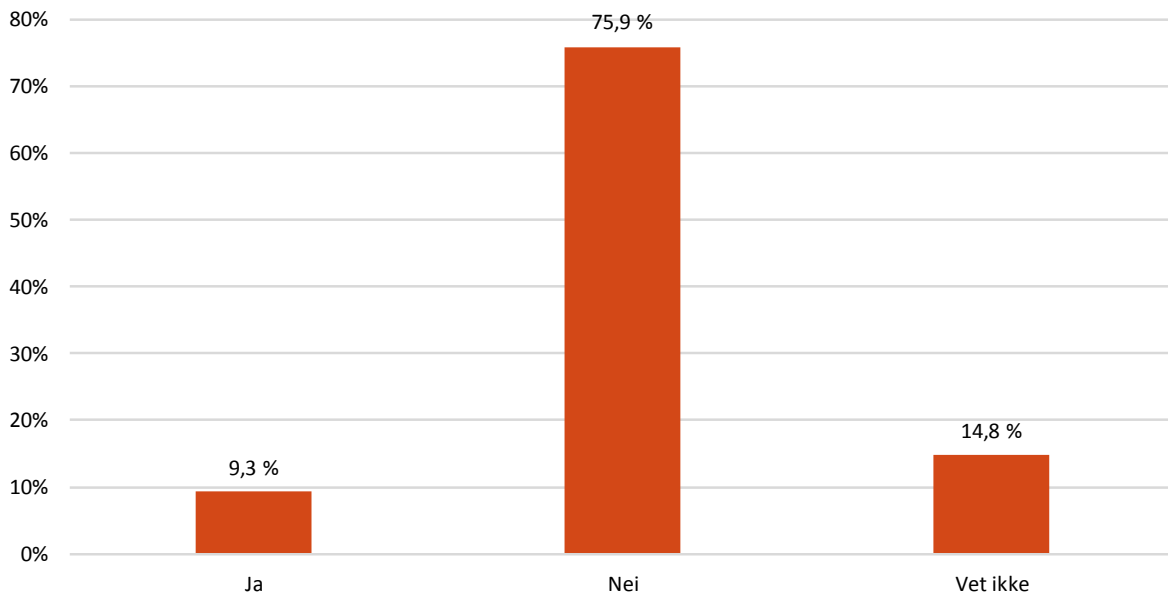
49,1 % av respondentene tror ikke at bygging av «ny-by-ny-flyplass» vil føre økt salg av tjenester for deres bedrift. 28,3 % av respondentene mener det motsatte, mens 22,6 % svarer at de ikke vet.

I undersøkelsen har vi oppfordret respondentene til å utdype svaret sitt på dette spørsmålet, noe 26 av respondentene har gjort. Blant de som svarer at de ikke tror at realiseringen av «ny-by-ny-flyplass» vil bidra til å øke salget av tjenester for bedriften, er det mange som begrunner det med at de er en lokal bedrift utenfor Bodø. Satsingen i Bodø vil således verken ha betydning for bedriften, kundene eller transportmønsteret til bedriften. Videre er det en respondent som svarer dette: «Det er for diffuse planer rundt ny by. Fra min stol ser det ut for at kommunen, som er den som styrer prosjektene, er mer opptatt av all oppmerksomheten de får fra store nasjonale og multinasjonale selskap. Jeg oppfatter liten interesse for å ha med lokale selskap inn slik at prosjektet kan styrke lokale bedrifter og øke kompetansen og innovasjonen lokalt. Dette gjelder ikke bare vår bransje.». Ytterligere to respondenter mener at fokuset er rettet mot store bedrifter, der en av dem sier dette: «Legges opp til store aktører, da blir de små borte». Den andre sier dette: «Slike oppdrag går ut av Bodø og til større firma».

De som svarer «ja» på dette spørsmålet begrunner svaret sitt med forhold som at utbyggingen vil føre til befolkningsvekst og etablering av flere virksomheter innen bedriftens tjenestefelt, ringvirkninger for lokalt næringsliv og økt behov for spesifikke tjenester. En respondent svarer dette på spørsmålet: «I den grad lokale entreprenører er involvert vil det gi økt aktivitet, som igjen vil ha betydning for de av våre tjenester som etterspørres. Likeså vil prosjektet på sikt trolig gi økt aktivitet i næringslivet generelt», mens en annen respondent sier dette: «Håper at ny by ny flyplass vil føre til at det blir flere bedrifter i området, som vi kan tilby våre tjenester til».

6.2.5 Innovative offentlige anskaffelser

Til sist i undersøkelsen har vi spurt respondentene om bedriftene de jobber i, har deltatt i innovative offentlige anskaffelser. Svarene til respondentene er vist i figur 6-14.



Figur 6-14 Bedriftenes deltakelse i innovative offentlige anskaffelser

Av figur 6-14 ser vi at majoriteten av bedrifter ikke har vært med på denne type anskaffelsesprosesser; 75,9 % svarer nei på spørsmålet, mens 9,3 % sier at de har deltatt i denne type prosesser. 14,8 % sier at de ikke vet om de har vært med på denne type prosesser.

Også her blir respondentene bedt om å utdype svarene sine, noe fire har gjort. To av disse ser på denne type anskaffelsesprosesser som positivt, der en av respondentene svarer dette: «Positivt. Jobber sammen for å finne en løsning som er god for begge». En tredje respondent etterspør større valgmuligheter, mens en fjerde sier følgende: «Vanskelig å få gjennomslag for nytenkning i offentlig sektor. Man ser gjerne bort fra veldokumenterte forbedringsmuligheter og nyvinninger når anskaffelsene skal gjennomføres».

6.3 Fokusintervju

I denne delen av kapitlet gjennomgår vi de viktigste funnene i intervjuene med informantene i studien. Hensikten med dette avsnittet er å vise til funn som supplerer funnene i surveyen.

6.3.1 Salg av tjenester utenfor fylket

På spørsmål om hvor mye bedriftene selger ut av fylket, så er det tre informanter som svarer null og én informant som svarer opp til 5 %. Tre bedrifter har en markedsandel utenfor Nordland på 60-85 %, mens tre bedrifter har en markedsandel på 20-40 %.

Dette bildet stemmer godt med funnene gjort i den kvantitative undersøkelsen.

På spørsmål om bedriftene ønsker å utvide markedet utenfor Nordland svarer tre av informantene at de ikke har noen intensjon om å gjøre det. De forklarer det med at de er en del av et større selskap, der prosjekt-/lokalkontorene i all hovedsak skal konsentrere seg om det lokale markedet.

En annen informant svarer at de i utgangspunktet ikke har tenkt å selge en større andel av tjenestene utenfor fylket, men at de heller ikke er «fremmed for det». I følge informanten blir det stadig vanskeligere for bedrifter som leverer enkelttjenester å komme inn på markedet. Dette fordi offentlig og privat sektor ofte etterspør større leveranser, der bedriften enten må kunne levere alle tjenestene alene eller samarbeide med andre for å tilfredsstille kravene i anbudene. Det siste kan være utfordrende når bedrifter skal levere tilbud utenfor fylket. Her har de ikke nødvendigvis

samarbeidspartnere fra før, og potensielle samarbeidspartnere har som regel lokale samarbeidspartnere.

Oppfatningen av at etterspørselen går mot stadig større leveranser blir også vektlagt av en annen informant. Bakgrunnen for dette er det respondenten kaller «filialisering», som ifølge informanten innebærer at mange lokalkontor blir kjøpt av større selskap, samtidig som offentlige virksomheter effektiviserer og slås sammen til større enheter. Resultatet er ifølge denne informanten at stadig flere offentlige og private virksomheter går fra å være styrt lokalt, til å bli styrt fra Oslo eller andre større byer. Dette gjør at det blir risikofyllt for bedriftene å satse på et begrenset, geografisk marked. For informantens respektive bedrift har denne utviklingen ført til en dreining i fokus mot Østlandsområdet, som også er det geografiske området bedriften ønsker å utvide markedsandelen sin i. I følge denne respondenten er det her: «markedet er størst og der beslutningene tas for mange bedrifter i Nordland, Troms og Finnmark». En annen informant vektlegger det samme, og svarer slik på spørsmålet om bedriften har planer om å utvide markedsandelen utenfor fylket: «Ja, vi har planer om det. Spesielt fordi vi ser at innenfor ..., så er beslutningstakerne i Oslo. Det samme er tilfellet innenfor andre områder som....For å få flere jobber utenbys, må vi ha gode referanser, god kompetanse og nettverk».

To av bedriftene i undersøkelsen har allerede en markedsandel utenfor fylket på mer enn 70 %, mens ytterligere en informant svarer følgende på spørsmålet: «For oss er det strengt tatt ikke viktig hvor kundene er. Vi går ut til områder hvor vi tror vi finner potensielle kunder». Dette synet deles av nok en informant, som sier følgende: «Det viktigste for oss er å ha oppdragsgivere som er ambisiøse... Men alt i alt er det ingenting som er artigere enn å jobbe med lokale bedrifter med ambisjoner».

6.3.2 Synlighet og posisjonering

I dette avsnittet har vi stilt spørsmål om det lokale markedet kjenner til dem og hvordan de jobber med markedsføring og annen posisjonering. I kjølvannet av disse spørsmålene har også stilt spørsmål om hvordan de oppfatter bestillerkompetansen i markedet.

Kjennskap til bedriften

I fokusintervjuene har vi også spurt informantene om de tror det lokale markedet er oppmerksomme på deres respektive bedrifter. Fire av informantene svarer ja på dette spørsmålet, men der en av informantene legger til at det nok ikke gjelder for det nasjonale markedet. En av disse informantene legger videre til at selv om det lokale markedet kjenner til dem, er det ikke gitt at de vet hva bedriften har å tilby. Sistnevntes oppfatning deles av to andre informanter, der en av dem svarer følgende på spørsmålet: «Både ja og nei. Det har vært skrevet litt om oss, men jeg tror ikke det er mange som skjønner hva vi gjør, og etter hvert nivået vi jobber på». Den andre informanten svarer dette på spørsmålet: «Ja, men vi kan fortsatt gjøre en bedre jobb der. Jeg tror mange folk har hørt om oss..., men de kjenner ikke til hva vi faktisk kan levere».

I tillegg er det to av informantene som mener at deres faste oppdragsgivere kjenner godt til dem, mens to andre informanter mener at markedet har blitt stadig mer oppmerksomme på dem. En av de disse mener dette skyldes en mer synlig profil og at bedriften er aktiv på sosiale media. Den andre informanten sier følgende om det lokale markedet: «Jeg blir spesielt glad når lokale bedrifter bruker oss... Lokale bedrifter får litt ekstra service fra oss. Vi er opptatte av at kundene skal være fornøyde med oss. Vi er en lokal leverandør – ikke stor. Vi setter æren vår i produkter med god kvalitet. Hver og en ansatt er ansiktet utad. Vi skal være stolt av arbeidsplassen og stolt av varene vi leverer. Når folk får problemer så skal de kunne ta kontakt med oss, få hjelp og bli hjulpet videre. Det er kjempeviktig for oss».

Markedsføring

På spørsmål om hva bedriftene gjør for å markedsføre seg, varierer svarene fra informantene mye. Enkelte bedrifter har egne salg- og markedsavdelinger, som jobber utelukkende med nettopp dette, og der markedsføringsarbeidet inkluderer annonsering i aviser og tidsskrift, sosiale medier, nettsider, oppsøkende virksomhet, kjøp av tjenester fra markeds- og kommunikasjonsbyrå og sponsoravtaler. Mens andre har overlatt ansvaret for salg og markedsføring til ansatte, som også har andre ansvarsområder, og der kanaler og øvrige virkemidler er mer begrenset. En informant sier dette: «Helt generelt er vi ikke så gode på «glossy paper». Vi har vært opptatte av å holde oss til verdier som: ærlighet, åpenhet, hardt arbeid, kompetanse og at vi holder det vi lover. Jeg tror vi kunne ha gjort litt mer for å bli litt mer «sexy». For å virke litt mer tiltalende utad». En annen informant sier det samme om egen bedrift, og svarer slik på spørsmålet om de er god på markedsføring: «Vi er ikke veldig god. Vi gjør alt for lite. Vi har ikke hatt kapasitet eller økonomi til å ansette et byrå som kan gjøre dette for oss». Vedkommende legger til at de nå har gjort tiltak for å forbedre markedsføringsarbeidet. På motsatt side peker en av informantene på egen bedrifts markedsføringsarbeid, som en viktig faktor for at den har hatt suksess. Om dette sier informanten: «... vi jobber veldig mye med hvordan vi presenterer jobbene våre. For eksempel gjennom nettside og sosiale medier. Vi bruker mye tid på dette. Jeg tror årsaken til at vi får oppmerksomhet verden over, er den siste «touchen» på arbeidet vårt. Der er vi ekstremt nøye».

Felles for alle bedriftene er likevel at de markedsfører seg gjennom kanaler, som egne nettsider og sosiale medier. Spesielt Facebook blir brukt av mange, men også LinkedIn og Instagram blir brukt av flere bedrifter i markedsføringsøyemed.

Flere informanter nevner også at de jevnlig oppsøker tidligere og potensielle kunder for å selge inn ideer og tjenestene sine. Om dette sier en av informantene «Noen av ... våre har hatt store prosjekter, og de tar gjerne en kaffeprat med tidligere oppdragsgivere».

Enkelte informanter oppgir videre tilbudsskriving, deltakelse på arrangement og gjennomførte prosjekter som en del av markedsføringsarbeidet, der en informantene sier dette: «Vi deltar på arrangement. Vi besøker potensielle kunder. Det er først og fremst det vi gjør. Vi driver ikke store markedsføringskampanjer». En annen informanten sier dette: «Vi bruker lite penger på markedsføring. Det er oppdraget som vi gjør i dag, som skal være vår referanse for tilbudet vi gir i morra».

Bestillerkompetanse

På spørsmål om hvordan informantene oppfatter bestillerkompetansen i markedet, gir de varierende svar. Tre av informantene mener den er god, mens fire mener den er variert. En informant mener «at det er mange som ikke vet hva de trenger hjelp til», en annen informant mener at bestillerkompetansen «bør løftes», mens en siste informant omtaler bestillerkompetansen som «traust».

En av informantene som mener bestillerkompetansen er variert utdyper dette med å si: «Den er både òg. Alle har en formening om hva de vil ha, men i vår bransje er det så store endringer at det er vanskelig å være sikker på hva du skal be om. Vi ser at det som ofte etterspørres et utdaterte tjenester». En annen informant sier dette om bestillerkompetansen: «Mange har ikke selvtillit og kompetanse til å tenke nytt.....Tilbyderne bør være mer kreative i utforming av kontrakter». Man må bort fra den gammeldagse, den veldig juridiske måten å tenke på». Mens en tredje informant sier dette: «Jeg tror kundene er klar over behovene sine. Jeg tenker at bestillerkompetansen er bra. Vi har ikke lange kundemøter for å finne ut hva kundene vil ha».

I forlengelsen av svarene knyttet til bestillerkompetanse er det mange som nevner spesielle utfordringer knyttet til offentlige innkjøp og offentlige anbudsprosesser.

Flere informanter ser på det som utfordrende at innkjøpskompetansen ofte er adskilt fra fagkompetansen i virksomhetene. Om dette sier en respondent: «Innkjøpskontoret er generalister (eller jurister) og er opptatt av formaliteter. De skal kjøpe inn tjenester på veldig mange områder, og det er ikke alltid de forstår hva tilbudet deres går ut på». Utfordringen forsterkes av at mange offentlige virksomheter har outsourcet en rekke tjenester, som for eksempel IT og regnskap. Mangel på kompetanse på det spesifikke fagområdet fører ifølge en informant til at leverandøren blir premissgiver for oppdragsgiver. Om dette sier informanten: «Offentlige virksomheter bør ha egne ...-ansatte. Hvis ikke kan de ikke ha en fornuftig dialog med leverandør... Denne kompetansen sitter de ikke lenger med, men er prisgitt leverandør».

Enkelte informanter omtaler offentlige anbudsprosesser som unødvendig kompliserte og omfattende. En informant sier dette: «De kan oppleves som komplisert og det tar mye tid. Også er det slik at vi kan bli ekskludert på bakgrunn av en «bitteliten» feil eller feil bruk av mal». En annen informant omtaler anbudsprosessene som «noe herk. Du bruker mye ressurser på skriving. Gevinsten blir liten fordi du bruker så mange timer på å skrive tilbud».

Enkelte informanter stiller også spørsmål ved måten offentlige innkjøp gjennomføres på i dag.

Ett tema er samordningen av innkjøp i flere offentlige virksomheter, som Samordna innkjøp i Nordland (SIIS) og Sykeshusinnkjøp er eksempler på. SIIS omfatter i dag 18 Nordlandskommuner, der Bodø kommune er vertskommune for en felles samordnet innkjøpstjeneste i Nordland. Mens Sykehusinnkjøp gjennomfører anskaffelser på vegne av alle helseforetakene i Norge. En konsekvens av disse innkjøpsordningene er at rammeavtalene blir stadig større og viktigere. Det gjør også at bedriftene må kunne levere oppdrag på nivå med disse avtalene. Om dette sier en informant: «Når det var 20 kommuner som hver for seg gjorde innkjøp, så var det 1/20- dels sjans for å vinne ett av tilbudene. De fleste bedriftene i Nord-Norge har 5-6 ansatte, når tilbudene blir så store som nå blir det vanskelig å nå opp i denne type tilbud... De som ikke vinner tilbudet blir stående utenfor konkurransen i seks år. Det er katastrofalt for dem».

Noen av informantene ser dessuten på deler av anbudsprosessene som rene skinnprosesser. En informant sier dette: «Hvem som skal få oppdraget er allerede bestemt på forhånd. Anbyderen setter opp kriterier som er tilpasset tilbyder».

6.3.3 Potensialet for vekst

I dette avsnittet har vi stilt spørsmål om bedriftenes ambisjoner om å vokse,

Bedriftenes ambisjon om å vokse

På spørsmålet om bedriftene har ambisjoner om å vokse, svarer sju av informantene «ja» på dette spørsmålet. En informant svarer «det kommer an på», og viser til nytt regelverk som kan påvirke mulighetene for videre vekst, mens en annen sier «det vil jeg tro, men vi vet jo ikke hva som dukker opp». Den siste informanten svarer at bedriften har satt et tak på hvor mange de ønsker å ha ansatt, men at de alltid har som mål å øke omsetningen.

Om forventningene til videre vekst sier en av informantene: «Vi har hatt overskudd og vekst i alle år. I antall ansatte, ja, men også i omsetning. Vi har greid å fornye oss og gjøre oss relevante. Vi har vært litt i forkant av markedet. Vi har vært flinke til å omstille oss, og har jobbet mye med innovative prosesser».

«Ny-by-ny-flyplass som drivere for vekst

På spørsmål om informantene tror etablering av «ny-by-ny-flyplass» vil føre til økt omsetning for bedriftene, er det mange av informantene som uttrykker optimisme. En informant svarer dette: «Det vil være utrolig rart hvis ikke denne aktiviteten ville generere salg for oss. Det er garantert at dette vil være positivt for oss».

Samtidig er det uklart for flere av informantene hvordan disse satsingene skal bidra positivt for dem. Om dette sier en informant: «Jeg må i alle fall si at jeg har lyst til at dette skal gi resultater for meg. I den grad det blir nye bedriftsetableringer, så kan vi kanskje få noe. Skal dette prosjektet gi resultater for oss, da må det være for at vi blir ledet inn i et nybrottsarbeid, der resultatet kan selges inn til andre geografiske områder. Men jeg ser ingen «obvious» for det».

Andre peker også på at de positive assosiasjonene som knyttes til prosjektene, som igjen vil kunne gi drahjelp for bedriftene. En informant sier dette: «...jeg tror kanskje vi indirekte kan få flere leveranser. Jeg tror nemlig at «ny-by-ny-flyplass» vil få folk til å tenke stort». At folk våger å tenke større vil ifølge denne informanten bidra til at flere etterspør tjenestene som deres bedrift leverer.

En annen informant sier dette: «Alt som er positivt for Bodø er positivt for ... (oss), så hvis dette blir positivt så blir det bra for oss. Tilsvarende; blir det som skjer negativt, blir det også negativt for oss».

Utfordringer med rekruttering

En forutsetning for at bedriftene skal vokse er blant annet at de får rekruttert medarbeidere med rett kompetanse. Til informantene har vi derfor stilt oppfølgingsspørsmålet; har dere utfordringer med å rekruttere medarbeidere med riktig kompetanse?

Sju av informantene svarer at de ikke har utfordringer med det. En informant begrunner det med nærheten til Nord universitet, der vedkommende sier: «Vi er veldig fornøyde med de vi ansetter. Vi har god tilgang på folk med rett kompetanse. De fleste ansatte hos oss har mastergrad i økonomi». En annen svarer dette: «Vi ser ikke på det som vår største utfordring, da vi tror at vi har et godt omdømme og anses som en attraktiv arbeidsplass med spennende arbeidsoppgaver». En tredje informant mener det har blitt lettere å rekruttere medarbeidere de siste to årene. Om dette sier informanten: «Vi merker at vi er mer attraktive nå - også for talenter utenfor Bodø.... Bakgrunnen for denne utviklingen er at skjer mye i Bodø, og unge mennesker ser at det er gode arbeidsmuligheter her. Fellesnevneren for de som kommer hit er at de er friluftsmennesker og det er personer som har lyst til å utforske Nord-Norge».

To andre informanter oppgir at «de får tak i folk», men at det kan være utfordrende å få rekruttert medarbeidere med rett kompetanse. En informant sier dette: «Vi merker at vi kunne hatt en bedre søkermasse. Vi bruker lengre tid enn det jeg kunne ønske meg for å finne de riktige folkene. Vi skulle gjerne hatt flere søkere til stillingene våre». Den andre informanten peker på at det også er en utfordring å holde på folk. En viktig årsak til dette er det denne informanten kaller «insourcing» av tjenester. I følge informanten innebærer «insourcing» at offentlige virksomheter etablerer nye tjenestetilbud innenfor sine sektorområder, som tidligere har vært levert av private aktører. Om dette sier informanten: «Vi mister tilgang til viktige og store prosjekter. Det er disse prosjektene som gjør at vi holder på flinke og godt utdannede folk. ... De personene som har litt utdanning ønsker å jobbe med komplekse problemstillinger. Derfor har offentlig sektor vært ekstra viktig for privat sektor i nord. Det er de som har vært med på å løfte opp kompetansenivået i vår sektor».

Den siste informanten svarer «ja» på spørsmålet om bedriften har hatt utfordringer med å rekruttere folk, og legger til: «De større bedriftene er nok mer attraktive enn det vi er. Men generelt i bransjen

er det nok vanskelig å rekruttere folk med nødvendig kompetanse. Jeg må jobbe mye med rekruttering for å finne den rette personen».

Flere av informantene peker på at det er spesielt utfordrende å rekruttere medarbeidere med IT-kompetanse, som programmerere og systemutviklere.

Ønske om å inngå samarbeid med andre bedrifter

På spørsmål om bedriftene kan tenke seg å inngå samarbeid med en eller flere bedrifter for å kunne vinne større oppdrag, svarer ni av ti bedrifter «ja» til det. Flere av bedriftene forteller også at de har god erfaring med å samarbeide med andre bedrifter. En informant sier dette: «Ja, vi er alltid åpne for å samarbeide med andre. Men det viktigste for oss ville da vært og samarbeidet med forskjellige fagdisipliner, som kunne gjort at vi ble sterkere sammen». En annen informant sier dette: «Ja, det kunne vi ha tenkt oss. Det er viktig å ha samarbeid lokalt. For å vinne jobber lokalt kan det være fordelaktig å ha lokal kompetanse», mens en tredje informant svarer dette: «Ja, det kan vi tenke oss, og vi har også samarbeid med andre bedrifter i dag. Vi kan også tenke oss å være en del av en klynge for å få til et sånt samarbeid». Informanten som svarer «nei» på spørsmålet svarer dette: «Det er ikke en problemstilling for oss. Vi har ikke det behovet».

6.3.4 Erfaring med innovative offentlige anskaffelser

Det er ingen av informantene som har erfaring med innovative, offentlige anskaffelser, men noen av informantene sier de er kjent med ordningen. En informant sier dette: «Vi har ikke vært med på det. Ideen er god, den er laget for at det offentlige skal få bedre tjenester. Det er vi alle tjent med». En annen informant sier dette: «Vi følger med. Fortsatt ser vi at det offentlige bruker kjente innkjøpsprosedyrer... Vi tror dialog i forkant kan forbedre leveransene. Det at forventningene er mer avklart før en gir tilbud er bra. For oss som skal konkurrere om oppdrag må vi være trygge på at det er likebehandling og forutsigbarhet som gjelder».

Også under dette punktet blir mangel på fagkompetanse hos innkjøperne brakt opp som tema, der en av informantene sier dette: «Igjen vil det være behov for revitalisering av kompetanse hos de som skal gjøre innkjøp. Hvis ikke blir de dyttet på løsninger, som de kanskje ikke trenger. Her sitter de store bedriftene med en så stor faglighet og kompetanse at det er de som «pusher» fram løsningene».

6.4 Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett at nesten halvparten (49 %) av respondentene oppgir at de selger mindre enn 10 % av tjenestene sine utenfor Nordland. Blant informantene er det fire av 10 som sier at de selger opp til 5 % av tjenestene sine utenfor fylket.

Vi har også sett at i underkant av halvparten av respondentene (48,1 %) ønsker å utvide markedsandelen sin utenfor fylket. Respondentene oppgir «mer ressurser knyttet til markedsføring» og «flere ansatte med relevant kompetanse», som de viktigste faktorene for at bedriftene skal lykkes med å utvide markedsandelene sine utenfor fylket. Den viktigste grunnen til at bedriftene ikke ønsker å øke markedsandelen sin utenfor Nordland er at de først og fremst ser på seg selv som en lokal tjenesteleverandør. Blant informantene er det tre som sier at de ikke har noen intensjon om å utvide markedsandelen sin utenfor fylket, noe de forklarer med at de er en del av et større selskap, der prosjekt-/lokalkontorene i all hovedsak skal konsentrere seg om det lokale markedet. Tre av informantene sier videre at de enten «ikke er fremmed» for å utvide markedsandelen sin utenfor fylket eller at de har planer om det. Behovet for å være nær viktige beslutningstakere, som gjerne sitter i Oslo eller andre større byer, blir oppgitt som en viktig årsak til at de i større grad vil utvide markedet sitt utenfor Nordland. To andre informanter oppgir at de allerede har en markedsandel

utenfor fylket på 70 %, mens de to siste respondentene sier det er mindre viktig hvor leverandøren holder til. Det viktigste er, som en av dem påpeker, at oppdragsgiverne er seriøse.

På spørsmål om potensielle kunder i Nordland kjenner godt nok til hva bedriften kan levere er det i underkant av 50 % av respondentene som svarer «nei». På oppfølgingsspørsmålet, der vi har bedt respondentene utdype svaret sitt, svarer de fleste at dette skyldes manglende markedsføring eller synlighet generelt. Svarene til informantene spriker med hensyn til hvilken grad de mener markedet er oppmerksomme på dem. Noen mener markedet kjenner til dem, men peker samtidig på at det ikke er sikkert at kundene vet hvilke tjenester bedriften kan tilby. Andre peker på at deres faste oppdragsgivere har godt kjennskap til dem, mens andre mener at markedet i stadig større grad har blitt oppmerksomme på dem, noe som skyldes økt synlighet blant annet på sosiale media. En informant supplerer svaret sitt med å si at selv om det lokale markedet kjenner til bedriften, er det ikke sikkert at det nasjonale markedet gjør det samme.

Vi har dessuten spurt respondentene om deres respektive bedrift jobber aktivt med å posisjonere seg mot markedet. Hovedandelen av bedrifter gjør dette, og bedriftene gjør det i større grad mot privat sektor enn mot offentlig sektor. Av de som posisjonerer seg mot offentlige virksomheter er det rundt 15 %, som posisjonerer seg mot offentlig innkjøpsamarbeid.

Som en oppfølging av dette temaet har vi stilt informantene et spørsmål om hvordan de oppfatter at bestillerkompetansen i markedet er. Noen informanter mener at den er god, mens andre mener at den er variert. Ord som «traust» og de «vet ikke alltid hva vi de vil ha» er ord som brukes om den. I denne sammenhengen er det mange som nevner spesielle utfordringer knyttet til offentlige innkjøp og offentlige anbudsprosesser. Mange stiller spørsmål ved organiseringen av offentlige innkjøp der innkjøpsavdelingen mange steder er adskilt fra fagavdelingene, i tillegg er det etablert større innkjøpsamarbeid på stadig flere områder, som Sykehusinnkjøp og Samordna innkjøp i Nordland (SIIS) er eksempler på.

Blant virkemidler og kanaler som bedriftene bruker for å posisjonere seg mot markedet er oppsøkende virksomhet, herunder møter, det aller viktigste. Dernest kommer markedskanaler som nettsider, sosiale medier og lignende. Nesten halvparten av respondentene (47,5 %) sier at det er aktuelt for dem å inngå samarbeid med andre for å vinne større anbud, mens rundt 42 % sier at det ikke er aktuelt for dem. På spørsmål om hva bedriftene gjør for å posisjonere seg, varierer svarene til informantene mye. Enkelte bedrifter har egne markeds- og salgsavdelinger som jobber utelukkende med dette, mens andre bedrifter har ansatte som har salg- og markedsføring som ett av flere ansvarsområder, og der kanaler og øvrige virkemidler er mer begrenset. Felles for alle bedriftene er likevel at de markedsfører seg gjennom kanaler, som egne nettsider og sosiale medier. Oppsøkende virksomhet til potensielle oppdragsgivere er også viktig for informantene.

Nesten 80 % av respondentene er av den oppfatning av at lokal tilhørighet er viktig for kundene deres.

I overkant av 70 % av respondentene oppgir at bedriften de jobber i, vil øke salget av tjenester i år sammenlignet med i fjor. Bedriftsinterne forhold som flere ansatte i bedriften, utvikling av et mer variert tjenestetilbud og økt markedsføring nevnes som årsaker til dette. Forhold i markedet, som større prosjekter og rammeavtaler i tillegg til nye kunder, blir av respondentene nevnt som andre årsaker til at de regner med at de vil øke salget i år.

På spørsmål om økt salg av tjenester har sammenheng med bygging av «ny-by-ny-flyplass» er det i underkant av halvparten av respondentene som svarer «nei» på dette spørsmålet. Flere respondenter begrunner dette med at de holder til utenfor Bodø og har ikke noe spesiell kopling til

byen. Respondentene, som mener at de vil øke salget som følge av bygging av «ny-by-ny-flyplass» i Bodø, peker på at utbyggingen vil føre til befolkningsvekst og etablering av flere bedrifter som vil være potensielle kunder for dem, at utbyggingene vil gi ringvirkninger for lokalt næringsliv og økt behov for spesifikke tjenester.

Sju av 10 informanter sier at bedriften de jobber i har ambisjoner om å vokse. Like mange mener at de ikke vil ha utfordringer med å rekruttere folk, noe som står i et motsetningsforhold til det vi tidligere har sett at respondentene har svart. Tre informanter sier på den andre siden at det kan være utfordrende å få tak i folk med riktig kompetanse. Flere av informantene uttrykker optimisme med hensyn til hvilke effekter bygging av «ny-by-ny-flyplass» vil ha for dem. Samtidig er det uklart for mange hvordan disse satsingene skal bidra positivt for dem.

- Markedsgrunnlaget er for lite, men bedriftene må ikke begrense seg til Nord-Norge. Jeg tror vi kunne ha levert internasjonalt om det var det om å gjøre. Hvorfor skulle ikke vi greie å bli de beste av de beste? Fysisk lokasjon spiller ikke noen stor rolle lenger.

Stein Markussen, adm. dir., NNL

7 Oppsummering, konklusjon og veien videre

Formålet med studiet er å synliggjøre grunnlaget for å bygge opp KIFT-tjenester i Nordland. Kunnskap om dette kan gi implikasjoner for politiske beslutninger og hvordan virkemiddelapparatet kan legge til rette for bedriftsetableringer og styrke eksisterende fagmiljø, som igjen vil kunne gi grunnlag for økt sysselsetting innenfor KIFT-sektoren i fylket.

Økt sysselsetting innenfor KIFT i Nordland kan skje på flere måter, der en av dem vil være at nye bedrifter etableres. Økt sysselsetting kan også skje gjennom økt etterspørsel fra eksisterende marked og/eller fra nye markeder. Dette er også grunnlaget for spørsmålene i studiet.

For å sette KIFT-næringen i Nordland i en større kontekst gir vi i dette kapitlet først en oppsummering av funn, som ikke vil bli behandlet i svarene på spørsmålene. Funnene er knyttet til kapitlene om utdanning og næring.

7.1 Utdanning og næring

Nordland er fylket i Nord-Norge med lavest andel sysselsatte med høgskole- og universitetsutdanning, mens Troms har høyest andel sysselsatte med høy utdanning. Dette bildet har vært stabilt i hele perioden 2006-2016. Andelen som har høgskole- og universitetsutdanning er likevel større på landsbasis enn i henholdsvis Nordland, Troms og Finnmark. Av alle sysselsatte i Nordland er det 30,4 %, som har høgskole- og universitetsutdanning. I Salten gjelder det 35 % av alle sysselsatte. Regionen ligger dermed på utdanningstoppen i Nordland. Det er innenfor samfunnsfag og juridiske fag vi finner flest sysselsatte i Nordland med universitets- og høgskoleutdanning, etterfulgt av utdanninger i pedagogikk og lærerutdanninger.

Totalt er 358 092 sysselsatt i KIFT-næringene i Norge. De største andelene sysselsatte finner vi innenfor telekommunikasjon, IT og IKT-tjenester, arkitekter og tekniske konsulenter og bank-, forsikring og finanstjenester. Færrest sysselsatte finner vi innenfor reklamevirksomhet og markedsundersøkelser sammen med vaktjenester og etterforskning. Oslo er fylket med flest sysselsatte innenfor KIFT-næringene, det gjelder for samtlige KIFT-tjenester. Samtidig er det slik at det bare er Oslo og Sør-Trøndelag som har en høyere andel sysselsatte innenfor KIFT-næringene enn det de har av den samlede sysselsettingen på landsbasis.

I Nordland er 7 803 personer sysselsatt i KIFT-næringene. Det utgjør 2,2 % av alle KIFT-tjenestene på landsbasis, og dermed mindre enn den totale andel sysselsetting i Nordland som er på 4,4 %. De største næringene er vaktjenester og etterforskning, juridiske og regnskapsmessige tjenester og omsetning, drift og utleie av fast eiendom. Majoriteten av sysselsatte innenfor de to sistnevnte kategoriene jobber innenfor regnskap, revisjon og skatterådgivning og utleie av egen eller fast eiendom. Samtlige sysselsatte innenfor førstnevnte kategori jobber med vaktjenester. Minst andel sysselsatte finner vi innenfor IT-tjenester og telekommunikasjon, reklamevirksomhet og forskning- og utviklingsarbeid. Det er i Bodø vi finner flest sysselsatte innenfor KIFT-næringene. I overkant av en tredjedel (36 %) av alle sysselsatte innenfor KIFT-næringene i Nordland jobber her. Derneft kommer Rana og Narvik med henholdsvis 12 % og 9 % av sysselsatte i KIFT-næringene. Andre kommuner, som har en relativt stor andel sysselsatte innenfor KIFT-næringene, er Vefsn (5,1 %), Sortland (4,9 %), Vågan (4,6 %), Vestvågøy (3,2 %) og Alstahaug (3,1 %).

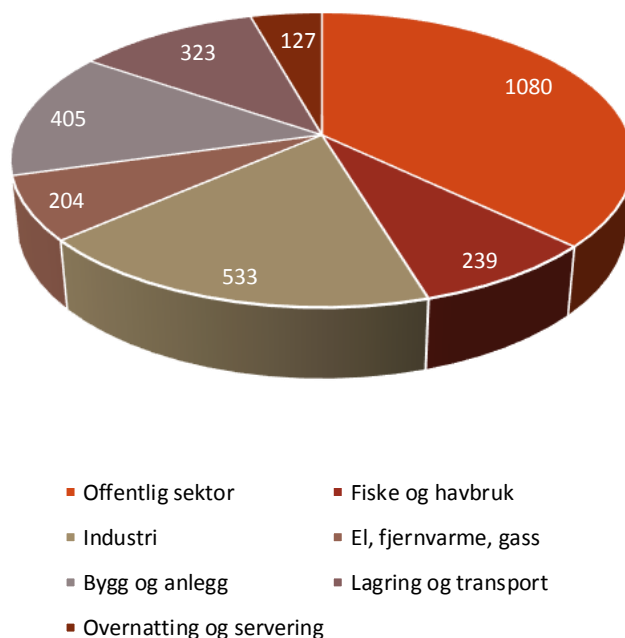
I perioden 2010-2014 var det en markant økning i andel sysselsatte i Nordland innenfor arbeidskrafttjenester og annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet. Sistnevnte omfatter spesialisert designvirksomhet (klær, møbler, kommunikasjonsdesign mm), fotografvirksomhet og oversettelses- og tolkevirksomhet, der sistnevnte er den største gruppen i Nordland. I samme periode var det en markant nedgang i reklamevirksomhet og markedsundersøkelser. Også

forretningsmessig tjenesteyting ellers og bank, finans og forsikring hadde en nedgang i samme periode, der nedgangen fortsatte i perioden 2014-2017. Spesielt var nedgangen stor innenfor finans. I samme periode fortsatte arbeidskrafttjenester å øke betydelig.

KIFT-næringene bidrar mest til verdiskapingen i Oslo, der den i 2017 bidro med kr 67,5 mrd. Tilsvarende tall for Nordland var kr 4,7 mrd. I perioden 2008-2016 økte verdiskapingen av KIFT-næringene i alle de tre nordnorske fylkene, men den relative økningen var størst i Nordland.

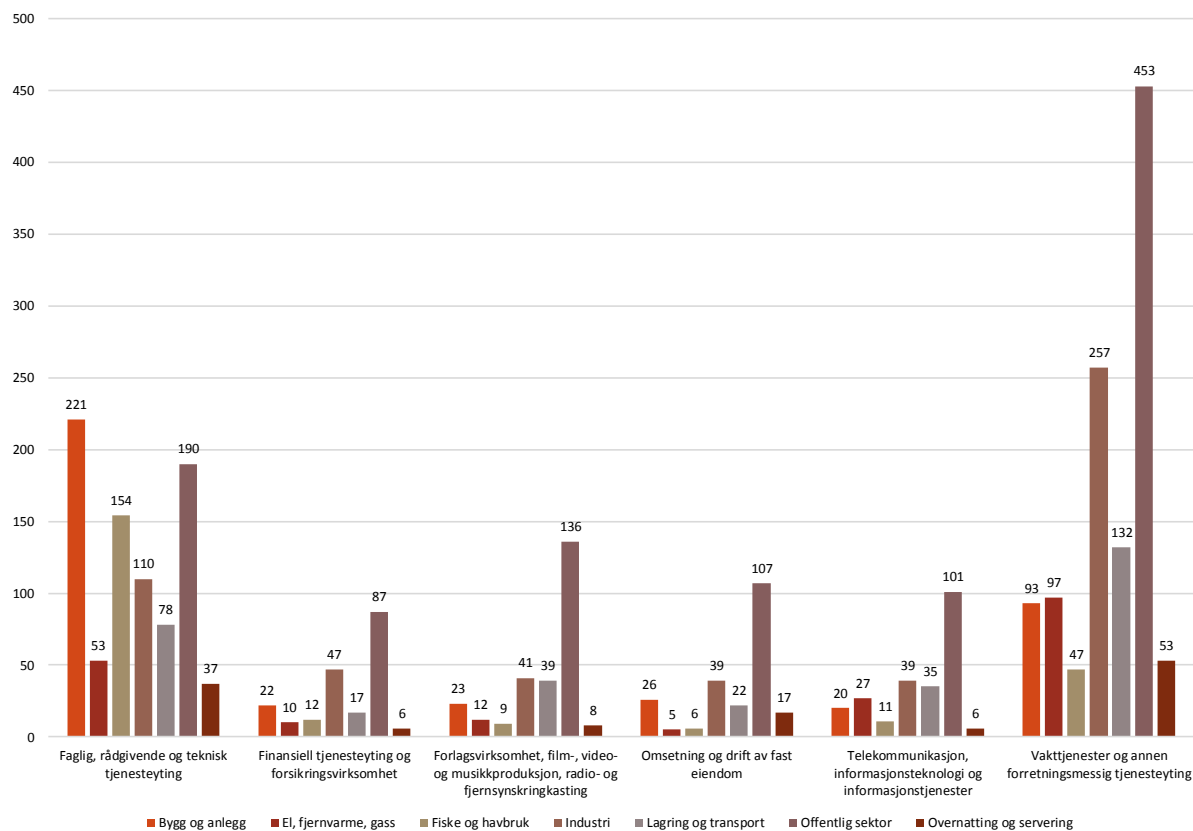
Sammenligner vi verdiskapingen i Nord-Norge, de enkelte nordnorske fylkene og Norge under ett, var verdiskapingen i 2017 høyest på landsbasis. I Nord-Norge er verdiskapingen høyest i Nordland.

Til sammen bidrar offentlig sektor i Nordland og deler av privat sektor i fylket til 2 911 sysselsatte i KIFT-næringene i Nordland, som figur 7-1 viser er offentlig sektor den største bidragsyter, dernest kommer industrien.



Figur 7-1 Offentlig og deler av privat sektors bidrag til samlet sysselsetting i KIFT-næringene (2017). Kilde: SSB

De viktigste bidragene i sysselsetting kommer innenfor vaktmester og annen forretningsmessig tjenesteyting og innenfor faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting, noe figur 7-2 viser. Bare offentlig sektor i Nordland bidrar til sysselsetting innenfor forskning og utvikling, og da med seks sysselsatte.



Ett av spørsmålene vi har stilt oss i studiet er dette: **Hva er årsakene til at offentlige og private virksomheter i Nordland ikke kjøper en større andel KIFT-tjenester innad i fylket?**

For at vi kan gi et svar på dette spørsmålet har vi i første omgang kartlagt andelen KIFT-tjenester som virksomhetene kjøper utenfor fylket. Halvparten av respondentene oppgir at de kjøper mindre enn 20 % av tjenestene sine utenfor Nordland. På den andre siden oppgir rundt 22 % av respondentene at de kjøper mer enn halvparten av tjenestene sine utenfor fylket. Videre sier 80 % av respondentene at de kjøper KIFT-tjenester for mindre enn kr. fem mill. i året, der halvparten av disse sier at det dreier seg om opptil kr 1 mill. per år.

Andelen KIFT-tjenester som virksomhetene kjøper utenfor Nordland varierer mellom sektorer og hvilken region virksomheten er lokalisert i. Innenfor privat sektor er det 17 % av virksomhetene som sier at de ikke kjøper noen tjenester utenfor fylket. Det er ingen av de offentlige virksomhetene som sier det samme. I motsatt ende er det kun innenfor statlig sektor vi finner virksomheter som kjøper 90-100 % av KIFT-tjenestene sine utenfor fylket. Videre er det slik at 77 % av virksomhetene i privat sektor sier at de kjøper maksimalt halvparten av tjenestene sine utenfor Nordland, der tilsvarende andel fra virksomhetene innenfor kommunal og statlige sektor er på henholdsvis ca. 63 % og 50 %. Det er respondentene fra Salten som kjøper minst andel KIFT-tjenester utenfor Nordland. 61,5 % av respondentene fra denne regionen sier at de kjøper mindre enn 20 % av tjenestene utenfor fylket

Bank, finans og forsikring, IT og juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting er de tre KIFT-tjenestene som respondentene oppgir at virksomhetene deres kjøper mest av utenfor Nordland. Innenfor disse tjenestene er det forsikring, drift og support av IT-systemer og juridiske tjenester som virksomhetene kjøper mest av. Vakttjenester og etterforskning sammen med omsetning, drift og utleie av fast eiendom er tjenestene som respondentene sier at virksomhetene deres kjøper minst av utenfor

fylket. Type KIFT-tjenester, som virksomhetene kjøper mye og lite av utenfor fylket, stemmer i stor grad med sysselsettingen innenfor KIFT-næringene i Nordland i dag, der det er grunn til å tro at antall sysselsatte vil påvirke volumet av tjenester innenfor de ulike næringene.

Vakttjenester og etterforskning, i tillegg til omsetning, drift og utleie av fast eiendom er blant de største KIFT-næringene i Nordland i dag, og der vakttjenester hadde en sterk økning i sysselsetting i perioden 2014-2017. En stor andel av sysselsetting innenfor vakttjenester finner vi dessuten i kommuner med flyplasser, noe offentlig sektor i Nordland er en viktig bidragsyter til. At en relativt stor andel av disse tjenestene er i fylket i dag kan bidra til å forklare at virksomhetene i mindre grad kjøper disse tjenestene utenfor fylket. På den andre siden har Nordland bare 1 % av all sysselsetting innenfor IT-tjenester og telekommunikasjon i landet. At mange virksomheter kjøper disse tjenestene utenfor fylket kan tyde på et for lite tilbud i forhold til etterspørsel, men kan også ha sammenheng med sterk nasjonal konkurranse eller at tjenestene rett og slett ikke fins i fylket. De samme kan være tilfellet for juridiske tjenester. På spørsmål om bakgrunnen for at virksomhetene kjøper KIFT-tjenester utenfor fylket svarer de fleste respondentene enten at «tjenestene ikke fins i fylket» eller at det skyldes «kompetanse», der noen av respondentene spesifiserer at de mener spisskompetanse. Dette er i tråd med svarene fra informantene, som nevner behovet for fag- og bransjespesifikk kompetanse, når de skal oppgi grunner til at de kjøper juridiske tjenester utenfor fylket. Når det gjelder bank, finans og forsikring er andelen sysselsatte innenfor denne KIFT-næringen rett i underkant av sysselsettingsnivået til den totale andelen KIFT-tjenester i fylket. Likevel er det disse tjenestene som virksomhetene kjøper mest av utenfor fylket. Bakgrunnen for dette kan være det samme som det vi har nevnt for IT og juridiske tjenester. Samtidig har vi sett at det har vært en markant nedgang i sysselsetting innenfor bank og finans de siste årene, samtidig som sysselsettingen i næringen har blitt stadig mer sentralisert. Det siste kan også innebære økt sentralisering av tjenester, noe som innebærer at virksomhetene i Nordland har gått fra å «handle lokalt» til å kjøpe tjenester fra kontor andre steder i landet. Dette kan i så fall være en forklaring på at mange virksomheter oppgir at de kjøper en stor andel av bank, finans og forsikringstjenestene sine utenfor Nordland.

Virksomhetenes innkjøpsordninger med tilhørende rutiner og prosedyrer er med på å forklare valg av leverandører. Vi har derfor stilt respondentene spørsmål om hvilke rutiner og prosedyrer de legger til grunn for valg av leverandør.

Her er det store forskjeller mellom offentlig og privat sektor. Mens offentlige virksomheter er underlagt lov om offentlige anskaffelser, gjelder ikke de samme reglene for privat sektor. Innenfor privat sektor varierer rutiner og prosedyrer for innkjøp mye, som for eksempel selskapsstruktur. I større selskap er innkjøpene ofte sterkt sentralisert, noe som ikke er tilfelle for mindre bedrifter.

Mange offentlige virksomheter er dessuten med i ulike former for offentlig innkjøpssamarbeid, som Samordna Innkjøp i Nordland (SIIS) og Sykehusinnkjøp er eksempler på. Sistnevnte kjøper varer, utstyr og tjenester for flere milliarder i året. Tre av informantene deltar i denne type samarbeid og oppgir stordriftsfordeler og et komplekst regelverk med strenge krav til anskaffelsesprosesser der de mangler nødvendig kompetanse, som viktige årsaker til at de deltar her.

På «motsatt ende av bordet» sitter de som skal selge tjenestene til offentlige virksomheter. I intervjuene med informantene fra KIFT-bedriftene er det mange som peker på utfordringer knyttet til offentlige innkjøp og offentlige anbudsprosesser.

Flere av informantene fra KIFT-bedriftene oppfatter det som utfordrende at innkjøpskompetansen ofte er adskilt fra fagkompetansen i virksomhetene. Om dette sier en respondent: «Innkjøpskontoret er generalister (eller jurister) og er opptatt av formaliteter. De skal kjøpe inn tjenester på veldig

mange områder, og det er ikke alltid de forstår hva tilbudet deres går ut på». Andre omtaler bestillerkompetansen som «traust» og noe som «bør løftes», der en informant sier dette: «Mange har ikke selvtilit og kompetanse til å tenke nytt... Tilbyderne må være mer kreative i utforming av kontrakter. Man må bort fra det gammeldagse, den veldig juridiske måten å tenke på». Innovative anskaffelser er ment å skulle stimulere til innovasjon og utvikling av nye framtidrettede løsninger. Vi har derfor spurt respondentene som selger KIFT-tjenester om de har deltatt i denne type prosesser. Bare 9 % av bedriftene svarer «ja» på dette spørsmålet, og der vi har bedt dem utdype hva de syns om denne type prosesser. Blant kommentarene var: «Positivt. Jobber sammen for å finne en løsning som er god for begge», mens en annen sier dette: «Vanskelig å få gjennomslag for nytenkning i offentlig sektor. Man ser gjerne bort fra veldokumenterte forbedringsmuligheter og nyvinninger når anskaffelsene skal gjennomføres». Blant informantene er det ingen som har deltatt i innovative anskaffelsesprosesser, men der noen av dem sier at de er kjent med ordningen. En informant sier dette: «Vi har ikke vært med på det. Ideen er god, den er laget for at det offentlige skal få bedre tjenester. Det er vi alle tjent med». En annen informant sier dette: «Vi følger med. Fortsatt ser vi at det offentlige bruker kjente innkjøpsprosedyrer... Vi tror dialog i forkant kan forbedre leveransene. Det at forventningene er mer avklart før en gir tilbud er bra. For oss som skal konkurrere om oppdrag må vi være trygge på at det er likebehandling og forutsigbarhet som gjelder».

Offentlige innkjøpsamarbeid er et annet tema som flere tar opp. En konsekvens av denne type samarbeid er at rammeavtalene blir stadig større og desto viktigere for bedriftene å vinne. Om dette sier en informant: «Når det var 20 kommuner som hver for seg gjorde innkjøp, så var det 1/20-dels sjansje for å vinne ett av anbudene. De fleste bedriftene har 5-6 ansatte, når anbudene blir så store som nå er det vanskelig å nå opp i denne type anbud... De som ikke vinner anbudet blir stående utenfor konkurransen i seks år. Det er katastrofalt for dem».

I studiet har vi videre spurt respondentene og informantene om hvilke kriterier de legger til grunn for valg av leverandør.

Respondentene oppgir «kvalitet», «service» og «punktlighet mht tidsfrister» som aller viktigste kriterier for valg av leverandør. Informantene rangerer kriteriene litt annerledes, da de setter «pris» og «kvalitet» som viktigste kriterier. Informantene fra privat sektor oppgir dessuten «nærhet» som et av de viktigste kriteriene.

Splitter vi svarene fra respondentene i offentlig og privat sektor fra hverandre, ser vi at de vurderer kriteriene ganske likt. Unntakene er kriteriene «nettverk» (vi kjenner leverandøren), «vi er opptatt av at leverandøren skal ha lokal tilknytning» og «jeg har alltid kjøpt denne tjenesten fra denne leverandøren og er godt fornøyd med den», som virksomhetene fra privat sektor gir vesentlig høyere score enn virksomhetene fra offentlig sektor.

I forlengelsen av vurderingen av kriterier har vi spurt respondentene og informantene om de søker etter lokale leverandører når de skal gå til innkjøp av KIFT-tjenester og om geografisk nærhet er viktig for dem.

Et overveldende flertall (90 %) av respondentene svarer at de i noen «i noen grad» eller «i stor grad» søker etter lokale leverandører når de skal gå til innkjøp av KIFT-tjenester. Over halvparten av respondentene svarer også at geografisk nærhet enten er ganske viktig eller svært viktig for dem. Bare 12 % mener at geografisk nærhet ikke er viktig, og der resten stiller seg nøytralt til spørsmålet.

De fleste informantene sier at de er opptatt av å handle lokalt, gitt at tjenestene faktisk fins i fylket og at kvaliteten på tjenestene ikke er bedre utenfor fylket. To informanter svarer på den andre siden at de ikke har noen bevisst holdning til å handle lokalt, og der en av dem peker på at de er opptatt av

å handle billigst mulig og at de ofte trenger en spesifikk kompetanse som ikke fins i fylket. Den andre informantene påpeker at skype, videokonferanser m.m. gjør at behovet for lokal tilstedeværelse er mindre i dag enn tidligere. Begge informantene sier videre at valget faller ofte på leverandører som de har gode erfaringer med, og at disse gjerne holder til utenfor fylket, men der en av dem sier dette: «Når det gjelder å hente inn leverandører «rett utenfor stuedøra», så er vi ikke gode nok på det. Vi er ikke opplærte til å tenke sånn.... Vi bør kanskje være mer bevisste på at vi skal handle lokalt. Vi tenker sånn når vi skal få tjenesten raskt, men vi burde sikkert også tenkt sånn i andre sammenhenger også. Det er noe vi bør ha i policyen vår, tenker jeg».

Litt over 40 % av respondentene tror de vil øke kjøpet av KIFT-tjenester de neste fem årene. Tjenestene de vil kjøpe mer av framover er IT-tjenester, juridiske og regnskapsmessige tjenester og bank- og forsikringstjenester. Vaktjenester og omsetning og drift av fast eiendom er tjenester som færrest respondenter mener de vil kjøpe mer av de neste fem årene. Blant informantene er det tre som mener at de vil ha økt behov for KIFT-tjenester framover i tid, der en av informantene mener at dette også kan ha sammenheng med bygging av «ny-by-ny-flyplass» i Bodø. Blant tjenestene informantene mener de vil ha økt behov for framover er ingeniør - og arkitekttjenester sammen med analysetjenester. Ser vi disse svarene opp imot svarene fra KIFT-bedriftene på det samme spørsmålet oppgir 70 % av respondentene at de vil øke salget av tjenester i år sammenlignet med i fjor. Bedriftsinterne forhold som flere ansatte i bedriften, utvikling av et mer variert tjenestetilbud og økt markedsføring nevnes som årsaker til dette. Forhold i markedet, som større prosjekter og rammeavtaler i tillegg til nye kunder, blir av respondentene nevnt som andre årsaker til at de regner med at de vil øke salget i år. På spørsmål om økt salg av tjenester har sammenheng med bygging av «ny-by-ny-flyplass» er det i underkant av halvparten av respondentene som svarer «nei» på dette spørsmålet. Flere respondenter begrunner dette med at de holder til utenfor Bodø og har ikke noe spesiell kopling til byen. Respondentene, som mener at de vil øke salget som følge av bygging av «ny-by-ny-flyplass» i Bodø, peker på at utbyggingen vil føre til befolkningsvekst og etablering av flere bedrifter som vil være potensielle kunder for dem, at utbyggingene vil gi ringvirkninger for lokalt næringsliv og økt behov for spesifikke tjenester.

I tillegg har vi gjennom studiet ønsket å få svar på dette spørsmålet: **Hva er de største hindringene for at KIFT-bedrifter i Nordland skal få en større markedsandel innad og utenfor fylket?**

For at vi skal kunne si noe nærmere om dette har vi først stilt respondentene spørsmål om hvor stor andel tjenester de selger utenfor fylket, og der nesten halvparten av respondentene svarer at de selger mindre enn 10 % av tjenestene sine utenfor fylket. Sagt på en annen måte innebærer dette at rundt 50 % av respondentene selger mer enn 90 % av tjenestene sine i Nordland.

En grunn til at bedriftene ikke utvider markedsandelen sin utenfor fylket kan være at de selv ikke ønsker det. Vi har derfor stilt respondentene spørsmål om de ønsker å utvide markedsandelen sin utenfor Nordland, og der 48 % av respondentene har svart «ja» mens 41 % har svart «nei». Blant de som har svart «nei» er det mer enn halvparten av respondentene (54 %), som begrunner dette med at de først og fremst ser på seg selv en lokal bedrift. Tre av informantene oppgir det samme, noe de forklarer med at de er en del av et større selskap og der prosjekt/lokalkontorene i all hovedsak skal konsentrere seg om det lokale markedet. Selskapsstruktur kan dermed være med å forklare hvorfor mange svarer «nei» på spørsmålet over.

I kjølvannet av spørsmålet over har vi stilt informantene spørsmål om de har ambisjoner om å vokse, noe sju av informantene svarer «ja» på. En forutsetning for å gjøre det er blant annet at de greier å rekruttere medarbeidere med rett kompetanse. Sju av informantene mener at de ikke vil ha noen utfordringer med det. Bakgrunnen for dette er blant annet god tilgang til økonomer fra Nord

universitet, at egen bedrift har et godt omdømme og høy aktivitet i Bodø, som gjør at stadig flere unge mennesker ønsker å flytte hit. De tre øvrige informantene sier at de enten har delvis eller store utfordringer med å rekruttere og/eller holde på relevante fagfolk. Det er spesielt utfordrende å rekruttere medarbeidere med IT-kompetanse.

Andre respondenter begrunner mangel på intensjon om å utvide markedsandelen sin utenfor fylket med at det er for mange konkurrenter der, noe 21 % av respondentene svarer. Like mange respondenter (21 %) svarer at dette skyldes manglende kapasitet og der bedriften heller ikke ønsker å bygge opp kapasiteten for å få en større markedsandel. En ytterligere grunn til at bedriftene ikke ønsker å utvide markedsandelen sin utenfor fylket kan være mangel på relevante samarbeidspartnere, noe en av informantene begrunner svaret sitt med.

De som ønsker å utvide markedsandelen sin utenfor Nordland begrunner dette blant annet med behovet for å være nær beslutningstakere, som gjerne sitter i Oslo eller andre steder i landet.

Skal bedriftene kunne utvide markedsandelen, må de også være synlige i markedet. Vi har derfor stilt respondentene spørsmål om potensielle kunder i Nordland kjenner til tjenestene deres. Til dette spørsmålet har nesten halvparten av respondentene (48 %) svart «nei», mens 40 % har svart «ja». Mange respondenter peker på dårlig markedsføring eller mangel på synlighet generelt når det skal forklare årsakene til at de tror at markedet ikke kjenner godt til dem. Blant informantene er det noen som tror at markedet kjenner til dem, men at det ikke er sikkert at de vet hvilke tjenester bedriften kan tilby. En informant påpeker også at selv om det lokale markedet kjenner til bedriften, er det slettes ikke sikkert at det nasjonale markedet gjør det samme.

I intervjuene med informantene får vi en nærmere beskrivelse av hvordan bedriftene jobber med markedsføring og annen posisjonering, og der tid og ressurser som bedriftene bruker på dette området varierer veldig. Enkelte bedrifter har egne salg- og markedsavdelinger, som jobber utelukkende med dette, og der markedsføringsarbeidet inkluderer annonsering i aviser og tidsskrift, sosiale media, nettsider, oppsøkende virksomhet, kjøp av tjenester fra markeds- og kommunikasjonsbyrå og sponsoravtaler. Mens andre bedrifter har overlatt ansvaret for salg og markedsføring til ansatte, som også jobber innenfor andre fagfelt, og der kanaler og virkemidler er langt mer begrenset.

Samtlige informanter forteller likevel at de markedsfører seg gjennom kanaler som egne nettsider og sosiale media, der spesielt Facebook blir brukt av mange men også LinkedIn og Instagram. Flere informanter forteller også at de jevnlig besøker tidligere og potensielle nye kunder for å selge inn ideer og tjenester, og at de deltar på ulike arrangement for å være synlige i markedet. Noen informanter nevner også tilbudsskriving og gjennomførte prosjekter, som viktig i markedsføringsøyemed, der en informant sier dette: «Vi bruker lite penger på markedsføring. Det er oppdraget som vi gjør i dag, som skal være vår referanse for tilbudet vi gir i morra».

Bedriftene oppgir at de mindre grad posisjonerer seg mot offentlige virksomheter enn mot private virksomheter. Dette kan ha sammenheng med at offentlige innkjøpsprosesser er langt mer formelle enn private innkjøpsprosesser. Mange av innkjøpene i offentlig sektor blir dessuten gjennomført innenfor et større innkjøpssamarbeid. Begge forholdene kan bidra til at det er mindre hensiktsmessig for KIFT-bedriftene å drive salgsarbeid mot offentlig sektor. Av respondentene er det bare 15 % som oppgir at de posisjonerer seg mot offentlige innkjøpssamarbeid. Et resultat av offentlige innkjøpssamarbeid er dessuten større rammeavtaler. Flertallet av bedriftene i Nordland er små og mellomstore, og det vil i mange tilfeller være vanskelig for dem å komme i posisjon for denne type avtaler. Vi har derfor spurt KIFT-bedriftene om det er aktuelt for dem å inngå samarbeid med en eller flere bedrifter for å vinne større anbud. 48 % av respondentene svarer «ja» på dette spørsmålet,

mens 42 % sier «nei». Resten sier at de ikke vet. Blant informantene er det ni av ti som svarer «ja» på dette spørsmålet.

I studiet har vi spurt KIFT-bedriftene om de tror lokal tilhørighet er viktig for kundene deres, noe flertallet av bedriftene tror (80 %). Bedriftene som selger KIFT-tjenester ser dermed ut til å tro at lokal tilhørighet er viktigere enn det markedet vurderer det som. Som vi har sett svarer 56 % av virksomhetene, som kjøper KIFT-tjenester, at geografisk nærhet er ganske viktig eller svært viktig, der majoriteten svarer førstnevnte (47 %). 32 % stiller seg nøytralt til dette spørsmålet, mens 12 % svarer at det ikke er viktig for dem.

7.2 Konklusjon

Nordland fylkeskommune har satt seg som mål å få flere sysselsatte innenfor KIFT-næringene. Formålet med dette studiet er å synliggjøre grunnlaget for å bygge opp denne type tjenester i fylket.

Nordland har 4,4 % av total andel sysselsatte på landsbasis, og har 2,2 % av alle sysselsatte innenfor KIFT-næringene i landet. At andelen sysselsatte i KIFT-næringene i Nordland er lavere enn fylkets totale andel sysselsatte er ikke nødvendigvis en utfordring i seg selv. Det er bare Oslo og Sør-Trøndelag som har en større andel sysselsatte innenfor KIFT-næringene enn de har av total andel sysselsetting. Derimot har Nordland en relativt lav andel sysselsatte innenfor IT og telekommunikasjon, reklamevirksomhet og forskning og utvikling. Andelen sysselsatte innenfor IT er på 1 %, mens den innenfor reklamevirksomhet og forskning og utvikling er på henholdsvis 1,1 % og 1,3 %. Drift og support av IT-systemer, forsikring og juridiske tjenester er dessuten tjenestene som virksomhetene kjøper mest av utenfor fylket, der virksomhetene peker på «kompetanse» og at «tjenestene ikke fins i fylket» som årsaker til at de kjøper tjenester utenfor Nordland.

Mangel på personer med IT-kompetanse er også noe som enkelte av informantene oppgir som utfordrende i rekrutteringsøyemed, der de spesielt nevner programmerere og systemutviklere. I tillegg er IT-tjenester noe virksomhetene tror de vil kjøpe mer av framover i tid.

Mangel på IT-kompetanse og IT-tjenester ser ut til å være en utfordring i Nordland, og som det kan være behov for å satse sterkere på. «Smart-by» satsingen i Nordland aktualiserer dette ytterligere.

Fag- og/eller bransjespesifikk juridisk kompetanse kan også være noe som Nordland skal satse sterkere på. I tillegg er det verdt å merke seg at Nordlands andel av tjenester innenfor forskning og utvikling er relativt lav, der vi også har sett at bidraget fra offentlig sektor i Nordland og deler av privat sektor i fylket bare er seks sysselsatte. Dette er også et område, som en bør vurdere å se nærmere på.

En sterkere satsing innenfor disse tjenestene vil kunne øke sysselsettingen innenfor KIFT-næringen i Nordland.

Skal bedriftene kunne utvide markedsandelen sin må de være synlige i markedet. Nesten halvparten av respondentene fra bedrifter som selger KIFT-tjenester, sier at de ikke tror potensielle kunder i Nordland kjenner til dem. Videre tror et overveldende flertall (80 %) at lokal tilhørighet er viktig for kundene deres. Av virksomhetene som kjøper KIFT-tjenester er det 56 % som sier at geografisk nærhet er viktig for dem, mens 12 % sier at det ikke er viktig for dem. Resten stiller seg nøytralt til spørsmålet. Selv om vi har sett at private virksomheter legger større vekt på kriteriene «nettverk (vi kjenner leverandøren)», «vi er opptatt av at leverandøren har lokal tilknytning» og «jeg har alltid kjøpt denne tjenesten fra leverandøren og er godt fornøyd med den» enn offentlig sektor, kan det se ut som at KIFT-bedriftene overvurderer markedets lojalitet til lokale kunder. At flere av

respondentene og informantene omtaler eget markedsarbeid som dårlig forsterker dette inntrykket. En sterkere satsing på salg og markedsføring vil kunne øke salget av KIFT-tjenester.

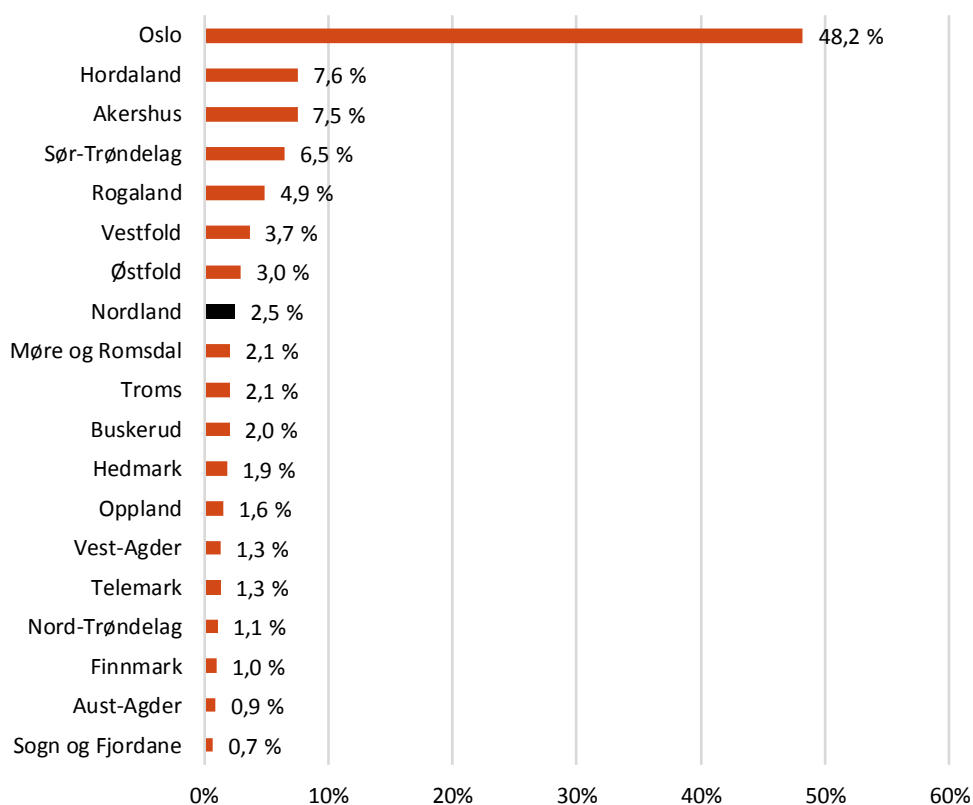
Offentlige innkjøpssamarbeid har gjort rammeavtalene større, noe som igjen har bidratt til at bedriftene som skal levere tilbud på kunne levere større volum, og i mange tilfeller et sett med ulike tjenester. Dette favoriserer større bedrifter, som det ikke er så mange av i Nordland. En mulighet for bedrifter til å få tilslag på større leveranser er å inngå samarbeid med andre bedrifter. Av respondentene svarte nesten halvparten at de var interessert i dette, mens ni av ti informanter sa det samme. Selv om mange bedrifter samarbeider med andre bedrifter i dag, kan mulighetene som ligger i dette være verdt å se nærmere på.

8 Vedlegg

8.1 Vedlegg 1

Forlag, film og musikk

Figur nedenfor viser den fylkesvise fordelingen av sysselsatte innenfor forlag, film og musikk. På landsbasis var det 24 895 personer i Norge i 2017, som jobbet innenfor disse tjenestene.



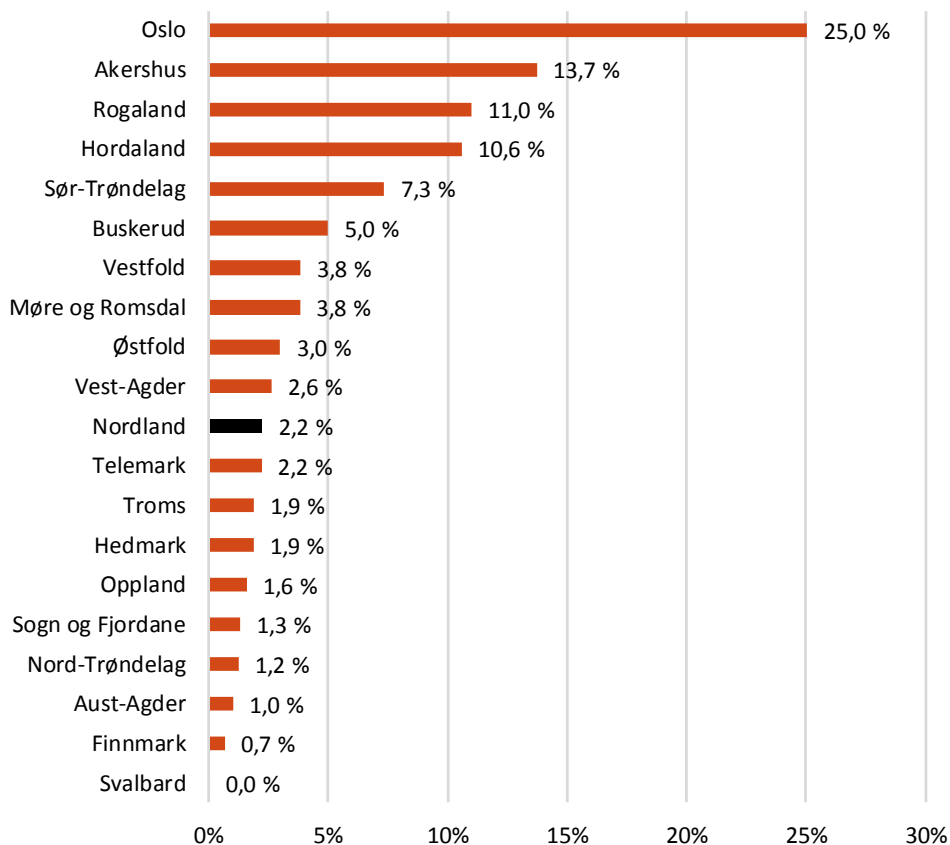
Figur 8-1 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor forlag, film og musikk (2017). Kilde: SSB

Av figur 8-1 ser vi at nesten halvparten av de som jobber innenfor forlag, film og musikk jobber i Oslo, noe som tilsvarer 24 895 personer. Oslo er med det fylket med flest sysselsatte innenfor disse KIFT-tjenestene. Dernest komme Hordaland (7,6 %) og Akershus (7,5 %).

Oversikten viser at 2,5 % av de som jobber innenfor forlag, film og musikk i Norge er sysselsatt i Nordland. Det tilsvarer 622 personer. I oversikten kommer Nordland på en 8. plass, noe som tilsier at det er 12 fylker med Svalbard som har en mindre andel sysselsatte innenfor disse KIFT-tjenestene enn det Nordland har.

Arkitekter og tekniske konsulenter

Figuren under (8-2) viser den fylkesvise fordelingen av arkitekter og tekniske konsulenter i Norge i 2017. Også teknisk prøving og analyse inngår i denne oversikten. Til sammen jobber 51 054 personer som arkitekter og tekniske konsulenter.



Figur 8-2 Fylkesvis fordeling av arkitekter og tekniske konsulenter i Norge

Av figur 8-2 ser vi at vi finner flest arkitekter og tekniske konsulenter og sysselsatte innenfor teknisk prøving og analyse i Oslo, hvor andelen sysselsatte innenfor disse tjenestene er på 25 %. Det tilsvarer 12 781 personer. Dernest kommer Akershus med 13,7%, Rogaland med 11%, og Hordaland og Sør-Trøndelag med henholdsvis 10,6 % og 7,3 %. Slår vi sammen Oslo og Akershus er andelen sysselsatte på 38,7 %.

Ser vi på Nordland er 2,2 % av alle arkitekter, tekniske konsulenter og sysselsatte innenfor teknisk prøving og analyse ansatt her, dvs. 1141 personer. I denne oversikten kommer Nordland på en 11. plass. Tar vi med Svalbard er det dermed ni fylker som har en mindre andel arkitekter, tekniske konsulenter og sysselsatte innenfor teknisk prøving og analyse enn det Nordland har.

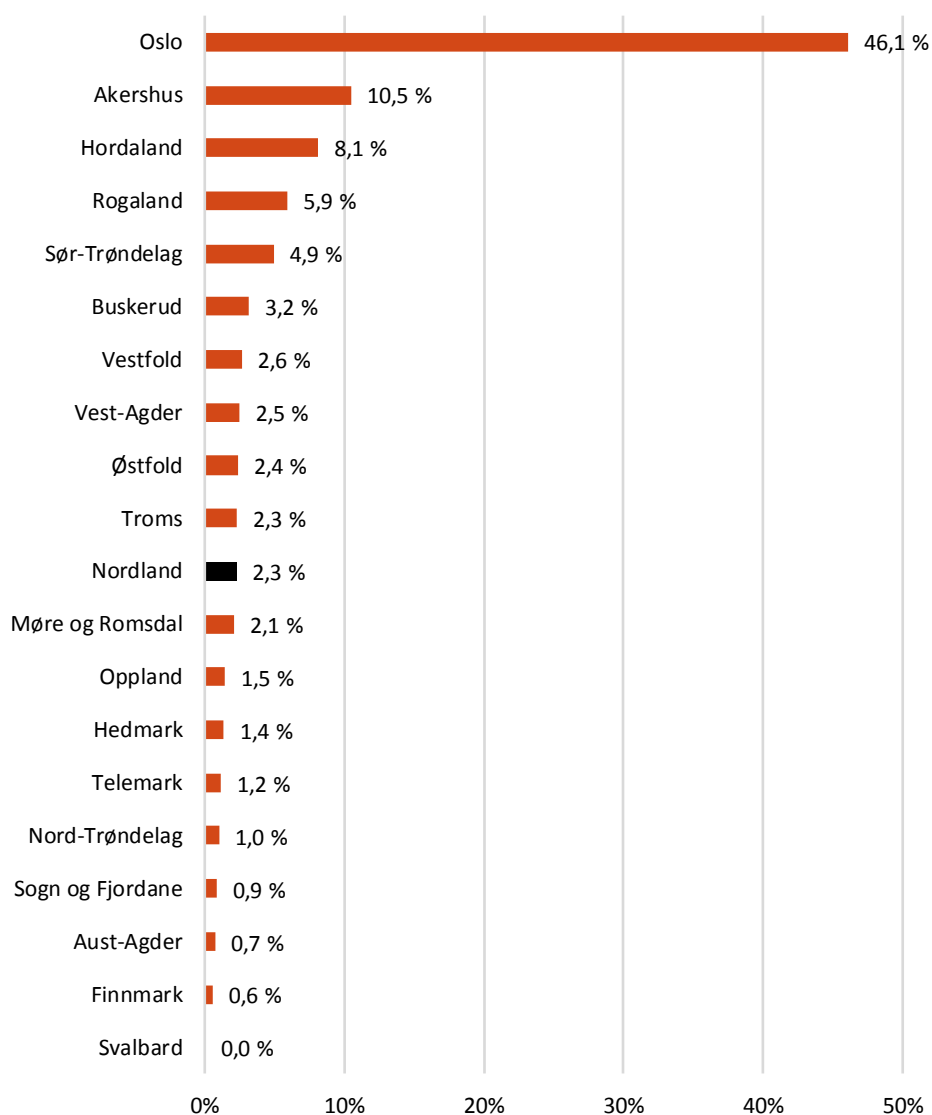
I Nordland er det særlig Bodø, Narvik og Rana som skiller seg positivt ut med hensyn til sysselsetting av arkitekter og tekniske konsulenter²⁷. Mens 283 arkitekter og tekniske konsulenter er sysselsatt i Bodø, er tilsvarende tall for Narvik og Rana på henholdsvis 188 og 127. Ser vi på sysselsatte innenfor teknisk prøving og analyse er det Rana som har flest sysselsatte innenfor dette området med 85 ansatte, etterfulgt av Bodø med 65 sysselsatte og Fauske og Sortland, som hver har 38 sysselsatte.

Hovedkontortjenester, administrativ rådgivning

Figuren under viser den fylkesvise fordelingen av hovedkontortjenester og administrativ rådgivning. I denne kategorien inngår PR og kommunikasjonstjenester, bedriftsrådgivning og annen administrativ

²⁷ Tall som ikke vises her.

rådgivning, i tillegg til tilsyn med og styring av andre enheter i selskapet/foretaket og ivaretagelse av den strategiske og organisatoriske planleggingen og beslutningstakingen i selskapet/foretaket. Til sammen jobbet 13 367 personer innenfor disse tjenestene i 2017.



Figur 8-3 Fylkesvis fordeling av hovedkontortjenester og administrativ rådgivning

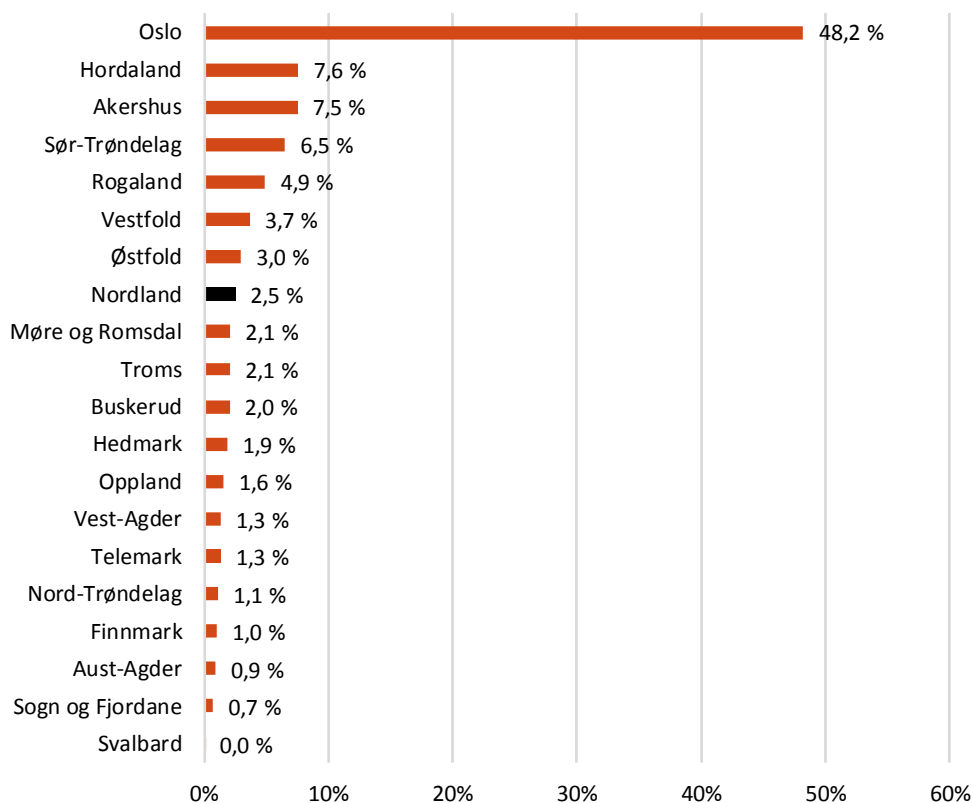
Av figur 8-3 ser vi at 46,1 % av alle sysselsatte innenfor hovedkontortjenester, administrativ rådgivning jobber i Oslo. Det betyr at fylket har flest sysselsatte innenfor denne kategorien, nærmere bestemt 13 367 personer. Derneft kommer Akershus med 10,5 %, Hordaland med 8,1 %, Rogaland med 5,9 % og Sør-Trøndelag med 4,9 %. Samlet sett har Oslo og Akershus 56,6 % av alle sysselsatte i kategorien hovedkontortjenester og administrativ rådgivning.

Ser vi på Nordland er andelen sysselsatte innenfor denne kategorien på 2,3 %, som tilsvarer 303 personer. På denne oversikten ligger Nordland på 11. plass. Tar vi med Svalbard er det ni fylker som har en mindre andel sysselsatte innenfor dette området enn Nordland.

Bank, finans og forsikring

Figur 8-4 viser den fylkesvise fordelingen av sysselsatte som jobber med tjenester innenfor bank, finans og forsikring. I disse tjenestene inngår blant annet bankvirksomhet, holdingsselskaper,

investeringsselskaper, forsikring, pensjonskasser og fondsforvaltning. Til sammen jobber 45 148 personer innenfor finansnæringen i figur 8-4.



Figur 8-4 Fylkesvis fordeling av sysselsatte innenfor bank, finans og forsikring

Av figuren over (8-4) ser vi at nesten halvparten av de som jobber innenfor bank, finans og forsikring i Norge i dag er sysselsatt i Oslo (43,8 %), noe som tilsvarer 19 763 personer. Oslo er med det fylket med flest sysselsatte som jobber med finanstjenester. Deretter kommer Hordaland og Akershus med henholdsvis 11,5 % og 7,4 %. Sør-Trøndelag på fjerde med 7 % og Rogaland på femte plass med 5,1 %.

Oversikten viser også at 1,9 % av alle som jobber innenfor denne KIFT-næringen i Norge er sysselsatt i Nordland. Dette tilsvarer 856 personer. I oversikten kommer Nordland på en 8. plass, noe som tilsier at det er 12 fylker med Svalbard, som har en mindre andel sysselsatte innenfor bank, finans og forsikring enn Nordland.

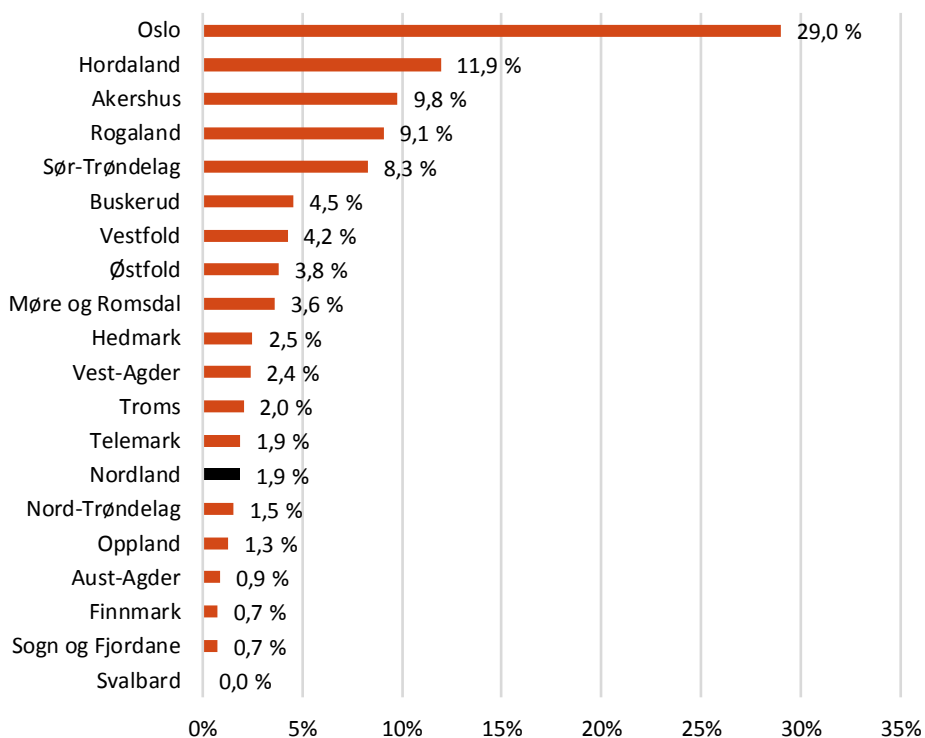
Det er Bodø som har flest sysselsatte innenfor bank, finans og forsikring, nærmere bestemt 345 personer²⁸. Av disse jobber 162 i bank, mens 81 jobber i «annen finansieringsvirksomhet». Dette omfatter finansiell formidling som ikke utøves av kredittinstitusjoner, herunder finansiell leasing og «annen kredittgivning». Sistnevnte omfatter enheter som tilbyr ulike former for spesialiserte tjenester for næringslivet og personkunder, f.eks. lån, pantelån, kredittkort mv. Ytterligere 45 er sysselsatt i forsikringsbransjen, mens 49 er tilsatt i bedrifter som tilbyr tjenester relatert til forsikringsvirksomhet og pensjonskasser.

²⁸ Tall som ikke vises her

Også Rana, Vefsn og Narvik har mange banksatte med henholdsvis 115, 77 og 70 hver. Innenfor forsikring og pensjon er det også mange som jobber utenfor Bodø, og da 17 i Hadsel og 12 i både Vefsn og Narvik.

Arbeidskrafttjenester

Figur 8-5 viser den fylkesvise fordelingen av sysselsetting knyttet til arbeidskrafttjenester. I 2017 var det 41 014 personer som jobbet med arbeidskrafttjenester i Norge.



Figur 8-5 Fylkesvis fordeling av sysselsatte knyttet til arbeidskrafttjenester

Som vi ser av figur 8-5 jobber 29 % av alle som jobber med arbeidskrafttjenester i Oslo, noe som tilsvarer 11 891 personer. Oslo har dermed også innenfor denne næringen den største andelen av sysselsatte. Dernest kommer Hordaland med 11,9 %, Akershus med 9,8 %, Rogaland med 9,1 % og Sør-Trøndelag med 8,3 %. Av de som jobber med arbeidskrafttjenester her til lands er det 38,1 % som jobber i Oslo og Akershus.

Ser vi på Nordland kommer fylket på 14. plass i denne oversikten, og da med en andel på 1,9 %. Det tilsvarer 765 personer. Med Svalbard er det 6 fylker som har en mindre andel sysselsatte, som jobber med arbeidskrafttjenester, enn Nordland.

8.2 Vedlegg 2

PANDA	Tjenester og NACE-koder (SSB)
Vakttjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting	Vakttjeneste (80), Tjenester tilknyttet eiendomsdrift (81), Annen forretningsmessig tjenesteyting (82)
Faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting	Juridisk og regnskapsmessig tjenesteyting (69), Hovedkontortjenester, administrativ rådgivning (70) Arkitektvirksomhet og teknisk konsulentvirksomhet og teknisk prøving og analyse (71) Annonse- og reklamevirksomhet og markedsundersøkelser (73) Annen faglig, vitenskapelig og teknisk virksomhet (74) Veterinærtjenester (75)
Forlagsvirksomhet, film-, video- og musikkproduksjon, radio- og fjernsynskringkasting	Forlagsvirksomhet (58) Film-, video og fjernsynsproduksjon, utgivelse av musikk- og lydopptak (59) Radio- og fjernsynskringkasting (60)
Omsetning og drift av fast eiendom	Omsetning og drift av fast eiendom (68)
Telekommunikasjon, informasjonsteknologi og informasjonstjenester	Telekommunikasjon (61) Tjenester knyttet til informasjonsteknologi (62) Informasjonstjenester (63)
Finansiell tjenesteyting og forsikringsvirksomhet	Finansieringsvirksomhet (64) Forsikringsvirksomhet og pensjonskasser (65) Tjenester tilknyttet finansieringsvirksomhet og forsikringsvirksomhet (66)
Forskning og utviklingsarbeid	Forskning og utviklingsarbeid (72)

Vakttjenester og annen forretningsmessig tjenesteyting

Kategori som tidligere er splittet opp i i) vakttjenester og ii) forretningsmessig tjenesteyting ellers. I tillegg inneholder kategorien; «tjenester tilknyttet eiendomsdrift», som ikke er med i vår definisjon av KIFT.

Faglig, rådgivende og teknisk tjenesteyting

Kategorien inneholder en rekke tjenester, som tidligere har vært splittet opp og vist som enkelttjenester. I tillegg inneholder kategorien «veterinærtjenester», som ikke er en del av vår definisjon av KIFT.

De øvrige kategoriene er identiske med tjenestene vi har definert som KIFT.

Informantliste:

Linda Nilsen, økonomisjef, Kunnskapsparken Bodø
Kjellaug Bendiksen, økonomisjef, Sørfold kommune
Rune Sætermo, innkjøpssjef, Helse Nord RHF
Britt-Hèlen Erlandsen, controller, Luftfartstilsynet
Roger Fredriksen, innkjøpsrådgiver, Bodø kommune
Håvard Sandaa Karlsen, partner & studio manager, by north
Åse Grønvik Strand, administrasjonssjef, Norsk Luftfartsmuseum
Hans Nilsen, daglig leder, iTet
Trond Eirik Paulsen, administrerende direktør, PowerOffice
Lars Moe, daglig leder, Ever
Kirsti Helene Rødfjell Meidelsen, konsernregnskapssjef, Widerøe
Anders Leiramo, økonomisjef, Elkem Salten
Arne Kjell Nyheim, administrerende direktør, Skagen hotell og eiendom
Mona Ågnes, daglig leder, Norconsult, Bodø
Merethe Johansen, daglig leder, BOARCH Arkitekter
Trine Nøvik, viseadministrerende direktør, Stadssalg
Stein Markussen, administrerende direktør, NNL
Kjersti F. Djupvik, seniorrådgiver, Personalhuset Nord-Norge
Rune Wisth, daglig leder, Løwini
Mann, anonym

Litteraturliste:

Berg L.P. (2016) Kunnskapsintensive næringer i Norge. SSB (2016/04). Oslo - Kongsvinger

Bøgh Holmen, R, Grünfeld L.A. & Merckoll Helseth, A. (2016). Styrkeforholdene i KIFT-næringens verdikjeder over næring og geografi. Menon-publikasjon 15/2016, Oslo: Menon Economics.

Løvland J. & Finne H. (2017). Hvilke roller spiller kunnskapsintensiv forretningsmessig tjenesteyting (KIFT) i regional innovasjon i Nordland? Følgforskning Smart spesialisering. SINTEF & Nordlandsforskning.

Norges offentlige utredninger 2011: 3 Kompetansearbeidsplasser – drivkraft for vekst i hele landet.

Nordland fylkeskommune. Et nyskapende Nordland. Innovasjonsstrategi for Nordland 2014-2020.

Nordland fylkeskommune – fylkesrådet Saksnummer 023/2016. Pilarer i DA-Bodø 2015/2017 – mandat

Nettsteder

www.ssb.no

