

Klusteranalys i Entreprenörsregionen



Förord

Föreliggande rapport är resultatet av en undersökning om klusteransatser i den så kallade Entreprenörsregionen. Uppdraget gavs av Entreprenörsregionen via Halmstads Näringslivs AB. Undersökningen genomfördes av Sebastian Månsson, Entreprenörsregionen, och Bernd Hofmaier, Högskolan i Halmstad. I materialinsamlingen deltog dessutom Lena Allmark och Magnus Höglund. Undersökningen har finansierats av de tio kommunerna i Entreprenörsregionen, Länsstyrelserna i Hallands och Kronobergs län samt NUTEK till vilka vi riktar ett varmt tack. Dessutom har Halmstad Högskola ställt upp med egna medel. Olika delar av studien har diskuterats med företrädare för kommunerna i Entreprenörsregionen som har hjälpt oss på ett konstruktivt sätt. Ett stort tack riktas till alla. För slutsatserna står vi dock ensamma för.

1. INLEDNING	4
UPPDRAG OCH MÅL	4
2. VAD ÄR KLUSTER?	6
3. METOD	9
3.1 URVAL	10
3.2 NÅGRA KOMMENTARER KRING DATAINSAMLINGEN	11
4. KLUSTERANSATSER - INTERVJURESLTAT	12
4.1 ELEKTRONIKBRANSCHEN I ÄLMHULT OCH KRONOBERGS LÄN	12
ANALYS OCH SLUTSATSER	16
4.2 FÄSTELEMENT I GGVV	18
FÖRETAGARNAS BILD AV BRANSCHEN	18
ANALYS OCH SLUTSATSER	20
4.3 TUNGA FORDON I LJUNGBY OCH KRONOBERGS LÄN	20
BRANSCHEN	21
KONKRET ARBETE MED NÄTVERKSBYGGANDE	22
ANALYS OCH SLUTSATSER	24
4.4 GUMMIBRANSCHEN I VÄRNAMOTRAKTEN	26
BRANSCHEN	25
ANALYS OCH SLUTSATSER	27
4.5 LIVSMEDELSBRANSCHEN I HALMSTAD MED OMNEJD	27
FÖRETAGARNAS BILD AV BRANSCHEN	28
ANALYS OCH SLUTSATSER	29
4.6 METALLBRANSCHEN – GJUTERI SAMT YT- OCH VÄRMEBEHANDLING	29
4. 6. 1. GJUTERI	30
FÖRETAGARNAS BILD AV BRANSCHEN	30
4. 6. 2. YT- OCH VÄRMEBEHANDLING	31
FÖRETAGARNAS BILD AV BRANSCHEN	31
4.7 MASKININDUSTRIN - SPECIALMASKINER	33
FÖRETAGARNAS BILD AV BRANSCHEN	33
4.8 PAPPER OCH GRAFISK INDUSTRI.	34
FÖRETAGARNAS BILD AV BRANSCHEN	34
ANALYS OCH SLUTSATSER	35
4.9 MÖBELBRANSCHEN	36
FÖRETAGARNAS BILD AV BRANSCHEN	37
ANALYS OCH SLUTSATSER	40
5. ANDRA BRANSCHER OCH OMRÅDEN	42
5.1 TRANSPORT OCH LOGISTIK	41
5.2 GOLF OCH DÄRMED SAMMANHÄNGANDE VERKSAMHET	42
5.3 MJUK- OCH HÅRDVARA	43
6. UTVECKLADE KLUSTER	45
6.1 SKÄRTEKNIKCENTRUM I GNOSJÖREGIONEN AB	44
6.2 POLYMERCENTRUM	44
7. SAMMANFATTANDE SLUTSATSER	45
KÄLLFÖRTECKNING	52
BILAGA 1	53

1. Inledning

Bakgrund

Den nya tillväxtorienterade politiken som företräds av både EU och medlemsländerna har satt sin fokus också på olika sätt att organisera produktionen. I denna nyorientering har både i Sverige och i andra länder betonats åtgärder som stärker samverkan mellan företag och mellan företag och andra organisationer. Samtidigt har fokuset flyttats från en mer eller mindre central organiserad stödstruktur vars syfte är att hjälpa företag ”uppifrån” till betoningen på företagens egen förmåga att samverka med varandra. Stödstrukturen, det vill säga organisationer för finansiering, utbildning, forskning och utveckling med mera skulle då verkligen bli ett stöd som bidrar till att företagen kan utveckla sin verksamhet. I detta resonemang har så kallade *kluster* blivit viktiga.

Ett av de mest omtalade områden i Sverige där man förutsätter att det finns dessa klusterbildningar är delar av Småland med Gnosjö som det mest kända exemplet. Sedan en tid tillbaka samarbetar tio kommuner under namnet ”Entreprenörsregionen” för att utveckla och stärka regionens ekonomiska utveckling. Entreprenörsregionen är en beteckning för ett område i västra Småland och södra Halland. Deltagande kommuner är Ljungby, Markaryd, Älmhult, Gislaved, Gnosjö, Vaggeryd, Värnamo, Laholm, Halmstad och Hylte. Syftet med arbetet i Entreprenörsregionen är att:

- Stärka kommunens miljö för utveckling av medborgare och företag
- Öka turism, företagsetableringar och boende
- Samverka och därigenom stärka regionens ekonomiska utveckling, internationella förankring och konkurrenskraft
- Engagera deltagande kommuner i en nätverksregion genom direktinsatser i olika projekt

Entreprenörsregionen delas upp i sex olika arbetsområden med en ansvarig kommun för respektive område: Miljö, utbildning, kommunikation, marknadsföring, näringslivsutveckling och administration. Halmstad ansvarar för näringslivsutveckling med bland annat följande uppgifter för år 2001:

1. Upprätta SWOT-analys, profil, faktablad över respektive kommun samt för hela Entreprenörsregionen
2. Upprätta ett formellt samarbete med Invest in Sweden Agency (ISA) som är en myndighet under Utrikesdepartementet med uppgift att främja utländska direktinvesteringar
3. Genomföra klusterstudie över Entreprenörsregionen.

Således ligger denna klusterstudie inom området näringslivsutveckling och föreliggande rapport behandlar enbart det renodlade klusterprojektet.

Uppdrag och mål

Målet för studien är att beskriva vad kluster är, kartlägga om det finns ansatser till klusterbildning i Entreprenörsregionen, beskriva hur dessa klusteransatser är uppbyggda samt ge förslag på hur de kan utvecklas. Vidare är målet att beskriva färdiga kluster i området som ska presenteras med övrig information om Entreprenörsregionen på bland annat en hemsida. Målsättningen är att en sådan ska byggas upp i framtiden.

Problemformulering

I förarbetet med deltagarna i arbetsgruppen diskuterades olika ansatser för undersökningen där följande punkter ansågs vara viktiga att få svar på.

- Vad är kluster?
- Vilka ansatser till klusterbildningar finns i Entreprenörsregionen?
- Vilka aktörer utgör dessa klusteransatser och hur ser nätverken ut mellan aktörerna?
- Hur kan klusteransatserna utvecklas?
- Vilka färdiga kluster finns i Entreprenörsregionen och hur är dessa uppbyggda?

Dessa frågor framstår som relativt enkla att besvara men är komplexa både vad gäller att samla material kring som att besvara dessa för en hel region. Vi måste därför redan här säga att studien inte täcker alla potentiella klusterbildningar i regionen. Det innebär också att det sannolikt finns ytterligare en mängd företag som samarbetar med varandra men som ser sig själva inte som del i klusterbildningar. Vi kommer att beröra detta senare.

Syfte

Det övergripande syftet med de olika aktiviteter som har initierats av arbetsgruppen i Entreprenörsregionen är att öka förutsättningarna för att skapa tillväxt i regionen. Vidare är syftet att öka attraktionskraften och marknadsföra regionen externt. Man kan därför anta att kluster attraherar investerare och arbetskraft till området. Syftet är också att förbättra samverkan mellan företag och mellan företag och lokala utbildningsanordnare. Kluster skapar mervärde för företagen genom att de till exempel kan dela på utvecklingskostnader inom teknik, hjälpas åt med omvärldsanalyser, utnyttja kompetenser utanför det egna företaget, få tillgång till andra företags nätverk, ha gemensam marknadsföring samt utveckla kompetens inom ämnesområden där det saknas formella utbildningar. Slutligen är syftet att lägga grunden för fortsatt praktiskt arbete att utveckla kluster i Entreprenörsregionen.

Med detta har vi också markerat att den föreliggande klusteranalysen endast är ett steg i en mer omfattande utvecklingsprocess. Att stimulera till samverkan och att skapa villkor för att samverkan mellan företagen och andra organisationer inom området åligger de organisationer och personer inom kommunerna som vars uppgift är att utveckla näringslivet.

2. Vad är kluster?

Industriell produktion kan betraktas som ett system sammansatt av olika verksamheter. Detta betraktelsesätt är egentligen inte särskilt nytt men har under senare tid fått förnyad aktualitet. Samverkan mellan enskilda företag och mellan företag och andra organisationer framhålls som medel för att skapa industriell utveckling, klara konkurrensen och överhuvudtaget bidra till ökad tillväxt. Detta tar sig idag uttryck i allehanda begrepp som alla handlar om just samverkan, exempelvis talar man om innovationssystem, nätverk, eller *kluster*. Samverkan mellan företagen och mellan företagen och andra organisationer kan ta sig olika former. Samverkan kan exempelvis vara formell reglerad genom avtal och överenskommelse som till exempel i form av affärsnätverk eller som underleverantörer som är knutna till varandra i värdekedjor. Samverkan kan också ske informell i form av så kallade industriella distrikt där avtal ersätts av förtroende. Vidare sker samverkan både över längre avstånd och mellan företag som är grannar i en och samma kommun eller region.

Att samverkan mellan företag kan ta sig så många olika uttryck och ske på så olika sätt har varit problematiskt åtminstone för de som vill förstå samverkansformerna. På ett sätt är det naturligtvis ett akademiskt problem – medan företag till vardags samverkar med varandra, blir det för betraktaren ett problem att beskriva denna samverkan. Men det är naturligtvis också ett praktiskt problem. Anser man att samverkan kan vara bra och utvecklande för näringslivets utveckling och tillväxt och därmed också för det enskilda företaget, bör man ha en föreställning om hur samverkan sker och vilka åtgärder man skulle kunna erbjuda för att stimulera detta.

Detta är grunden till att det världen över pågår undersökningar och analyser av hur sådana samverkanssystem är utformade. Ett av begreppen som man just nu använder mest är *kluster*. Sedan Harvardprofessorn Michael E. Porter uppfattas också kluster som ett system av relaterade aktörer och verksamheter (Porter, 1990, 1998). Hans undersökningar, konsultverksamhet och böcker har också bidragit till att både enskilda nationer och internationella organisationer som exempelvis OECD har börjat formulera vad man kan kalla *klusterpolitik*.

Vad menas med kluster? I sin enklaste form är kluster egentligen inget annat än ett antal företag som på olika sätt samverkar. Oftast finns de dessutom nära varandra eller inom en och samma region. Man kan också tänka sig att företagen har vissa gemensamma kännetecken, exempelvis att man använder samma teknik eller att man arbetar inom samma värdekedja. Men företag samverkar alltid med andra företag, andra organisationer, högskolor, forskningsinstitut med mera. Företagen har också i regel bestämda kärnkompetenser som är deras viktigaste tillgång. Och företagen är i regel också inbäddade i ett regionalt och lokalt sammanhang, det vill säga har oftast funnits på en plats under längre tid och på så sätt byggt upp formella och informella relationer till det lokala samhället. Så frågan är vad som kännetecknar kluster.

Kluster av företag kan beskrivas med hjälp av olika dimensioner. Vanliga exempel på sådana dimensioner är vertikala relationer som kännetecknar företag som är organiserade längs en värdekedja. Oftast finns ett ledande företag som producerar en slutprodukt eller större komponent som i sin tur ingår i en slutprodukt och som i sin tur organiserar andra företag – underleverantörer – som producerar delkomponenter eller tjänster. Typexemplet är bilindustrins underleverantörssystemet.

Ett annat exempel är horisontella relationer som utmärker företagssamverkan som kännetecknas av att samverkan drivs av strävan efter problemlösningsförmåga och som utmärks av komplementaritet mellan ingående företag. Produktutveckling, produktion av komplexa produkter och tjänster som exempelvis inom mediaindustrin är typiska exempel.

Ytterligare dimensioner kan vara av teknisk art där exempelvis ett antal företag arbetar med en gemensam teknik. Det typiska exemplet här skulle kunna vara bioteknikkluster eller IT-kluster som båda arbetar med vissa på grundforskning baserade tillämpningar. Oftast ingår därför offentliga aktörer som utbildnings- och forskningsorganisationer i sådana nätverk.

Även om nu klusterbegreppet kan användas för att beskriva olika former av samverkan, finns det ändå en viktig karakteristik av ett kluster. Kluster är dynamiska, de utvecklas och förändras och därmed förändras också relationerna mellan enskilda företag. Med tiden kan kluster också få en egen identitet. De samverkande företagen känner att de har något gemensamt med andra företag i klustret. De kan uttrycka det genom att använda begrepp som ”Vi är ...” och ett kluster som har utvecklat en identitet kan också använda denna identitet i marknadsföringssyfte. Medvetenheten om att man kan prestera något, utveckla något eller på annat sätt tillhandahålla något som uppskattas av kunden blir därmed en viktig komponent i vad man skulle kunna kalla för mogna kluster.

En beskrivning av ett klusterperspektiv med aktuella exempel från Sverige finns i NUTEKs skrift ”Regionala Vinnarkluster” (NUTEK 2001). Där skiljer man mellan tre dimensioner. Dels används klusterbegreppet som modell för att förstå konkurrenskraft, dels som analysverktyg för att studera komplexa produktionssystem och dels som ett helhetsperspektiv på regional utveckling. Kluster är enligt denna analys dynamiska och dynamiken skapas av fyra drivkrafter. Ju mer täthet och samspel det är mellan dessa drivkrafter, desto större är omvandlingstryck, utvecklingskraft och innovationsförmåga.

Det handlar för det första om grad av investeringsvilja, förekomst av sporrande konkurrens och förmåga till strategisk verksamhetsutveckling. För det andra om att det finns god tillgång till såväl spetskompetens som rätt typ av insatsvaror och tjänster. För det tredje om det finns krävande, trogna och trendkänsliga kunder. Och det handlar slutligen om täta kopplingar till specialiserade underleverantörer, kompetenta branschorganisationer och stödjande kunskapsnoder, det vill säga högskolor och forskningsorganisationer.

I efterföljd på liknande utredningar och analyser beskrivs sedan två nivåer av klusterbildningar. På den första nivån – den nationella – kan man identifiera klusterbildningar som exempelvis IT/Telekom, Bioteknik, Pappers- och massaindustri med flera existerande kluster eller potentiella som musikindustri, energi, eller fordonssäkerhet med flera. På en andra nivå – den regionala – identifierar man bland annat industriell automation (Mälardalen), Medicinsk teknik (Östra Mellansverige), Skärteknik och möbelindustri (Småland), Bil- och komponenttestverksamhet (Norrbotten) med flera existerande klusterbildningar; eller potentiella kluster till vilka räknas satellit- och kommunikation (Kiruna), Film och video (Fyrbodal) med flera.

I skriften ”Regionala Vinnarkluster” redogörs också mera i detalj för några existerande kluster, uppkomsten och skapandet av dessa. Redogörelsen visar dels mångfalden av klusterbildningar, dels varierande förutsättningar för bildandet av kluster samt olika utvecklingsnivå av kluster. Man skulle kunna säga att den högsta nivån är kluster som har

utvecklat en egen identitet. Det betyder att de samverkande företagen känner att de har något gemensamt, att de kanske har en vision som man strävar efter och att man i många fall utvecklar denna identitet till ett varumärkesbyggandet. Det typiska exemplet är klustret "Aluminiumriket" som består av ett antal företag inom aluminiumbranschen som samverkar med varandra och med bransch-, utbildnings- och forskningsorganisationer med flera. Varumärket "Aluminiumriket" har tre funktioner. För det första stärker det attraktionskraften för nya investeringar, riskvilligt kapital, spetskompetens, etc. För det andra fungerar det som en sammanhållande kraft mellan klustrets aktörer. För det tredje fungerar det som ett komplement för företagens egna marknadsföringsinsatser.

3. Metod

Det finns inga självklara och vedertagna metoder för att genomföra en klusteranalys. Beroende på syfte har man hittills använt olika metoder. Alla har svagheter och ett huvudproblem är oftast att hitta relevanta data för en region. Då klusterbildningar i regel inte följer administrativa gränser är det vanligtvis svårt att hitta sådana data. Detta gäller också för Entreprenörsregionen som sträcker sig över tre län och tio kommuner.

Ett annat problem hänger samman med syftet med en klusteranalys. Traditionella undersökningar utgår från existerande statistik med vars hjälp man skapar en bild av så kallade branschförtätningar, det vill säga att genom dessa anta att det finns en utveckling inom bestämda branscher som tyder på samverkan och tillväxt. Kan man koppla detta till specifika teknologier eller specifika vetenskapliga discipliner, kan man också avgränsa sådana klusterbildningar. Typiska exempel är bioteknikkluster, elektronik - IT kluster, bilkluster med flera. Den typen av klusteranalyser med sitt ”uppifrån perspektiv” ger dock relativt få ledtrådar eller riktlinjer för hur man konkret och regionalt kan stödja klusterutvecklingen.

En annan metod är därför att försöka ta reda på hur företagen samverkar med varandra och vad som är viktig i denna samverkan. Men detta kan bara göras genom antingen enkäter eller intervjuer. Den allmänt kända tröttheten vad gäller enkäter yttrar sig troligtvis i ännu större utsträckning hos småföretagare, varför egentligen endast intervjuer återstår. Tyvärr finns även här ofta stora problem, det krävs många intervjuer för att få tillförlitliga data. Det kan vara svårt att få företagare ställa upp när det gäller tid, men det kan också vara känslig att tala med en intervjuare om för företaget viktiga aspekter som relationer med andra företag, samverkan med företag och organisationer med mera. En sådan klusteranalys ger dock relativt bättre underlag för att följa upp och konkret stödja klusterbildningar. På detta sätt är en klusteranalys ett led i en längre process där många aktörer skall samverka för att utveckla och stimulera näringslivet i en region. Mer om detta i sista kapitlet.

De här beskrivna överväganden ligger till grund för den metod vi har valt. Vi börjar med att hitta så kallade branschförtätningar där man kan anta att det förekommer potentiella klusterbildningar eller ansatser till sådana. Utgångspunkten är en tidigare skriven rapport av Charlie Karlsson, ”Kluster och industriell förnyelse i Entreprenörsregionen – en inledande studie”, där man gör ett försök att identifiera industriella kluster i regionen (Karlsson 2000).

Utgångspunkten för arbetet med att identifiera industriella kluster i Karlssons rapport är näringsgrensindelningen SNI 92 som började tillämpas 1993 av SCB. 750 olika näringar identifieras på den finaste nivån, den s. k femsiffernivån. En specialiseringskvot beräknas för varje näring som finns i någon av de tre arbetsmarknadsområdena i Entreprenörsregionen 1993 och/eller 1998. Branscher med en specialiseringskvot större än 1,5 i ett område anses vara specialiserad. På grundval av känd eller bedömd släktskap förs sådana specialiserade branscher samman till kluster. För att definieras som ett verkligt kluster ska ett kluster innehålla flera branscher, många företag och svara för minst en procent av sysselsättningen i regionen. Utöver dessa branscher väljer vi även andra branscher ut som är allmänt kända bland de personer, huvudsakligen näringslivsansvariga, som är involverade i Entreprenörsregionen.

När lämpliga branscher identifierats väljs ett antal företag ut för intervjuarbete. Val av företag sker på olika vis. Företag med positiv anställningstrend och/eller positiv omsättningstrend

väljs ut i de specifika branscher på femsiffernivå som redovisas i Karlssons rapport. Denna branschindelning kan dock vara lite snäv. Utöver detta görs därför också en utvidgning genom att, i stället för att använda den finaste femsiffernivån, även ta med företag på en mer allmänt hållen nivå på två siffror i respektive bransch som omnämns i Karlssons studie. Detta kan till exempel röra sig om att hitta företag inom hela ”massa- och pappersindustrin” (SNI-kod 21) och inte bara inom ”tillverkning av wellpapp och wellpappförpackningar” (SNI-kod 21211).

På basis av ovan nämnda metoder tas en lista fram över potentiella företag att intervjua. Det slutgiltiga valet sker i samråd med näringslivsansvariga i respektive kommun genom att de får ta ställning till listan genom att stryka företag och/eller lägga till företag som de tycker är lämpliga att intervjua. Då klustrets eller nätverkets utseende inte är känt på förhand krävs en speciell urvalsmetod för att komma i fortsatt kontakt med andra företag. En så kallad ”snöbollsmetod” används där varje intervjua aktör hänvisar till en eller flera aktörer som är intressanta att intervjua. Såväl personliga intervjuer som telefonintervjuer används.

Som framgått finns inga generella definitioner av kluster annat än att det rör sig om företag som är självständiga och som samverkar med varandra. Men kan dock säga att kriterier för ett bra kluster kan sammanfattas på följande sätt:

- Mer än en branschförtätning, skapar mervärde för företagen
- Förekomst av kvalificerade kunder
- Förekomst av kvalificerade leverantörer
- Bra nätverk mellan företag
- Tillgång till kvalificerad arbetskraft

En intervjuguide som kan användas för att samla in data bör därför innehålla frågor som berör dessa aspekter. Detta rör sig om investeringsvilja, sporrande konkurrens, strategisk verksamhetsutveckling. Vidare är det förmågan att tillvarata strategiska produktionsfaktorer såsom spetskompetens, insatsvaror och tjänster. Krävande kunder samt kopplingar till berörda parter såsom branschorganisationer, underleverantörer och kunskapsnoder berörs också i intervjuguiden. Dessa klusterfaktorer tas upp i förhållande till dagsläget, planerad framtid och önskad framtid.

Det sista steget är en sammanställning och analys av materialet där bland annat frågan hur klusteransatserna och nätverken kan utvecklas går igenom. Genom att en klusteranalys ses som en del i en långsiktig strategi bör den ligga som grund för fortsatta diskussioner kring industriell nätverksbildning i ett regionalt sammanhang. Hur denna process ska fortsätta bör diskuteras närmare med berörda parter.

Avgränsningar

En avgränsning är att endast de klusteransatser som kommer fram via de urvalsmetoder som redovisats ovan presenteras i denna rapport. Det kan således finnas andra klusteransatser i Entreprenörsregionen som hade synliggjorts om andra metoder hade valts.

3.1 Urval

Som framgår från avsnittet om metoder för klusteranalys finns inga självklara modeller för varken datainsamling eller dataanalys. De ur analysynvinkel lämpligaste datainsamlingsmetoder måste dessutom ställas i relation till medel som finns till förfogande

och naturligtvis också väljas med hänsyn till praktiska problem. Då klustrets eller nätverkets utseende inte är känt på förhand krävs en speciell urvalsmetod för att komma i fortsatt kontakt med andra företag. Som beskrivits ovan används en så kallad snöbollsmetod där varje intervjuad aktör hänvisar till en eller flera aktörer som är intressanta att intervjua. Såväl personliga intervjuer som telefonintervjuer används.

Enligt snöbollsmetoden startar intervjuerna med företag som på ett eller annat sätt framstår som viktiga och som i sin tur kan leda vidare intervjuaren till andra företag. Valet av dessa första företag har skett i flera steg. Vi sammanfattar kort själva urvalsprocessen.

1. Första steget var att hitta så kallade branschförtätningar i data över branscher inom Entreprenörsregionen. För detta ändamål använde vi en sammanställning som är gjord av Charlie Karlsson, "Kluster och industriell förnyelse i Entreprenörsregionen – en inledande studie", där man gör ett försök att identifiera industriella kluster i regionen (Karlsson 2000)
2. Med denna branschkategoriseringen som underlag valde vi med hjälp av databasen Dun & Bradstreet ut företag som visade sig vara framträdande med avseende på sysselsättningsökning samt omsättning. Detta resulterade i en lista över företag som vi ansåg vara intressanta att börja med.
3. Listan tillställdes näringslivsansvariga i Entreprenörsregionen som hade möjlighet att stryka, komplettera eller på annat sätt kommentera valet av företag.
4. Slutligen kompletterades listan med företag som valdes enligt subjektiva kriterier. Samtalspartner inom högskolan och näringslivet hänvisade till företag som de på ett eller annat sätt upplevde som viktiga i detta sammanhang.

Sammanlagt har 52 företag intervjuats.

3.2 Några kommentarer kring datainsamlingen

Som diskuterats tidigare är intervjuer en lämplig metod för att samla in data som kan ligga till grund för en klusteranalys. Speciellt som de också ger en inblick hur den konkreta samverkan mellan företagen ser ut. Det finns dock också svårigheter när man genomför intervjuer. Bland dessa kan nämnas att det kan vara svårt att få tid för intervjuer; att intervjupersonerna inte kan eller vill redovisa för dem kanske känsliga frågor som exempelvis hur samverkansrelationerna utformas eller om man samverkar med utomstående, må det vara forsknings- och utvecklingsorganisationer eller finansiella aktörer.

Det visade sig också att alla de nämnda svårigheterna - plus ytterligare några - förekom under datainsamlingen. Många intervjupersoner var intresserade och svarade också på ett förtjänstfullt sätt men det förekom också en - om inte negativ inställning - så dock en distanserad hållning, där de inte vill berätta så mycket. Som vi återkommer till i slutavsnittet, har detta antagligen med den speciella kulturen i denna region att göra. Det finmaskiga nätverk av relationer avslöjas inte gärna för en utomstående. Förståelsen för att samhället eller staten skulle kunna stödja företagen och företagssamverkan är inte heller så stor. Därmed har detta också påverkat kvaliteten av intervju svaren och materialet som ligger till grund för analysen.

4. Klusteransatser - intervjuresultat

För att underlätta läsningen kommer vi här redovisa resultatet från intervjuerna samt annat material under olika branschrubriker. Vi följer därvidlag intervjuguiden och avslutar varje branschbeskrivning med en sammanfattning beträffande klusteransatser eller andra former av nätverk som kan vara en utgångspunkt för klustersamverkan.

4.1 Elektronikbranschen i Älmhult och Kronobergs län

Bakgrund

Det finns cirka 50 företag i Kronobergs län som verkar inom elektronikbranschen. Branschen kännetecknas av komplexitet och att företagen har en specialiserad verksamhet samt att företagen ofta är förhållandevis små. Det hårda företagsklimatet i elektronikbranschen gör att ett brett kontaktnät och förmågan att ställa om sig blir allt viktigare. Tillverkning av olika komponenter inom elektronikområdet eller service är några vanliga uppgifter för företagen inom branschen.

Nedanstående beskrivning bygger på en magisteruppsats i företagsekonomi ("Nätverk – en nätverksanalys av elektronikföretagen i Kronobergs län ur ett territoriellt, funktionellt och virtuellt perspektiv" juni 2000 av Maria Andersson, Gabriella Kassay och Therese Samuelsson) samt ett möte den 4 december 2001 med elektronikföretag i Älmhult.

För att göra elektronikföretagen mer konkurrenskraftiga gjordes det 1991 ett försök att bilda nätverk bland företagen i elektronikbranschen i Kronobergs län. Projektet rann dock ut i sanden på grund av att intresset inte var tillräckligt stort. Utgångspunkten i magisteruppsatsen var att det år 2000, nio år senare, borde finnas ett större behov av att samarbeta för att kunna följa med i utvecklingen på marknaden och för att kunna uppfylla kundernas krav.

Valet av denna bransch bygger på en indikation från en av de näringslivsansvariga som har inblick i elektronikbranschen.

4. 1. 1. Nätverksanalys i Kronobergs län - magisteruppsats

Studenter på internationella ekonomiprogrammet på Växjö Universitet har skrivit en magisteruppsats om nätverk mellan elektronikföretagen i Kronobergs län. Frågeenkät har skickats ut till 50 företag varav 29 har svarat. Detta motsvarar en svarsfrekvens på 60 %.

Uppsatsen är från år 2000 och söker svar på följande frågor:

- Vilka karakteristiska drag har nätverksstrukturen bland elektronikföretagen i Kronobergs län?
- På vilka grunder kan nätverk bland elektronikföretagen i Kronobergs län identifieras som territoriella, funktionella respektive virtuella?
- Hur kan de eventuella relationer som finns nyttjas för att öka samverkan mellan elektronikföretagen i Kronobergs län?
-

Syftet med uppsatsen är att:

- Definiera och teoretiskt förankra tre nätverksperspektiv: territoriellt, funktionellt och virtuellt
- Inordna och analysera elektronikföretagen i regionen i vart och ett av de tre nätverksperspektiven

- Utifrån en jämförande analys av elektronikföretagens verkliga och potentiella relationer föreslå insatser för utökat samarbete.

Territoriella nätverk

Definieras som ett område med en ansamling av företag som har en stark lokal förankring. Företagen har såväl affärsmässiga som sociala relationer till varandra samt ett aktivt förhållande till samhällets övriga aktörer. Detta skapar dynamik som gynnar hela regionen.

Nätverken baseras både på samarbete och konkurrens. Detta innebär att de å ena sidan konkurrerar för exempelvis en order å andra sidan samarbetar för att tillsammans uppnå bästa möjliga resultat för alla parter inom regionen. Det krävs med andra ord en hög grad av förtroende för att bibehålla dynamiken.

Funktionella nätverk

Består av företag som organiserar sig enligt teorin om värdekedjan. Varje aktör strävar mot att uppnå sina egna mål och det existerar inga gemensamma mål. Relationerna blir således av affärsmässig och formell karaktär.

Företagen verkar ofta inom samma bransch och söker sig till de leverantörer som erbjuder de bästa alternativen till bästa pris. Konkurrenskraft uppnås gentemot andra aktörer som bedriver liknande verksamheter. Företagen fokuserar på de egna kunderna och inte på de mer avlägsna aktörerna i värdekedjan.

Virtuella nätverk

Kan definieras som samverkan mellan företag som med hjälp av respektive kärnkompetens har för avsikt att skapa attraktiva kunderbjudande. Alla företag är jämbördigt inblandade i den värdeskapande processen och kundens behov är ständigt i fokus.

Nätverken är ofta temporära och i hög grad självorganiserande. Det finns dock ett slags ledarföretag som har till uppgift att koordinera verksamheten vad gäller exempelvis informationsspridning och se till att rätt saker utförs. Förtroendet spelar en viktig roll i relationerna eftersom företagen sällan upprättar kontrakt.

Utvecklingen av informationsteknologi har medfört att företagen i ett virtuellt nätverk är geografiskt oberoende.

Typ av nätverk bland elektronikföretagen i Kronoberg

För att elektronikföretagen ska kunna inordnas i något av de tre nätverken måste samtliga kriterier under respektive nätverk vara uppfyllda. Kriterierna presenteras i nedanstående tabell och de som är uppfyllda är markerade med fet stil.

Tabell 1 Typ av nätverk

Territoriellt	Funktionellt	Virtuellt
---------------	--------------	-----------

Sociala och affärsmässiga relationer	En bransch	Ledarföretag
Samarbete och konkurrens	Formella och affärsmässiga relationer	Kundfokus
Bindningar till regionen	Värdekedja	Förtroende IT
		Geografiskt oberoende

Elektronikföretagen i Kronobergs län kan inte inordnas i något av de tre nätverksperspektiven då alla kriterier under respektive nätverk inte är uppfyllda. De kriterier som är uppfyllda (i fetstil) ger dock en indikation om att elektronikföretagen har inslag av de tre nätverkstyperna. De olika nätverksperspektiven överlappar varandra. Elektronikföretagen verkar i en och samma bransch och har sinsemellan sociala och affärsmässiga relationer som påverkas av såväl samarbete och konkurrens. Företagen anser att den egna kunden är den viktigaste aktören för verksamheten. Ett antal ledarföretag har identifierats vilka har ett virtuellt tänkande. Elektronikföretagen har i hög grad förtroende för sina affärspartners och majoriteten av undersökningens företag är geografiskt oberoende.

Insatser för utökat samarbete

Elektronikföretagen i Kronobergs län har en outnyttjad nätverkspotential, där alla företag känner till varandra direkt eller indirekt. De som känner till varandra borde utnyttja denna situation genom att ta kontakt och således skapa relationer. Nya kontakter kan också skapas genom de befintliga relationerna och företagen borde bättre utnyttja varandras kontaktnät. Det sociala nätverket är mer omfattande än det affärsmässiga vilket ökar möjligheterna för att utveckla samarbetet. Många företag känner personer i andra företagsledningarna vilket utgör en särskilt viktig faktor för att utveckla de affärsmässiga bindningarna. Den konkurrens som kan finnas mellan de olika företagen ska inte vara ett hinder för samverkan utan i stället bör man dra fördel av varandras kompetenser.

Undersökningen initierar ett intresse hos företagen. Information är viktigt för att engagera företagen och få dem att inse vad samverkan med andra aktörer kan innebära för deras verksamhet. Det behövs till exempel en drivande kraft som ser till att arbetet fortskrider och att informationen når ut till alla inblandade aktörer. Ett första steg kan vara att kontakta de ledarföretag som identifierats i undersökningen då dessa har kontakt med de flesta andra aktörerna.

När ett intresse grundats hos de tilltänkta aktörerna i nätverket bör det ges tillfällen att träffas och skapa en viss struktur på denna samverkan i form av exempelvis mål och arbetsfördelning. Dessa tillfällen kan vara informationskvällar, seminarier eller utbildningar där man förenar nytta med nöje. Det vill säga nätverket ska inte bara ha ett affärsmässigt syfte utan samarbetet underlättas även av att de sociala relationerna utvecklas för att på så vis skapa förtroende. Alla aktörer måste känna delaktighet i arbetet varför det är viktigt att skapa en ”vikänsla” i nätverket. IT kan vara ett verktyg för att överbrygga geografiska avstånd.

Förslag till fortsatta undersökningar

Ett förslag till vidare forskning kring nätverk är att följa upp uppsatsen med kvalitativa intervjuer hos elektronikföretagen. På så vis erhålls en ny infallsvinkel på de relationer och nätverk som uppsatsen påvisat eftersom studien blir ur företagets perspektiv. Syftet är också att ännu starkare bekräfta förekomsten av de olika nätverkstyperna.

Uppsatsen är begränsad till Kronobergs län. Företagen har förmodligen även kontakter med företag utanför denna region som skulle vara intressant att belysa.

4. 1. 2. Elektronikbranschen i Älmhult

Bakgrund

På basis av ovanstående studie har Älmhults Kommun och Almi Företagspartner Kronoberg AB tagit initiativ till att konkret initiera ett nätverksbyggande. Representanter från Almi har besökt potentiella företag för att sondera intresset för att starta ett företagsnätverk.

Företagsbesöken har mynnat ut i att följande företag i Älmhult har träffats och utbytt tankar och idéer om samarbete:

- Eltex of Sweden AB
- Kim Safe AB
- Michael Schmitz Elektronik AB
- Sauer Danfoss AB

Nätverksmöte

I december 2001 hölls ett möte i kommunhuset där representanter från Almi, Älmhults Kommun, Entreprenörregionen samt de fyra ovan nämnda företagen deltog.

Exempel på tänkbara områden att samarbeta kring är:

- Inköp
- Kurser/utbildning
- Marknadsföring
- Personal/rekrytering externt
- Produktion
- Försäljning
- Produktutveckling
- Lokaler och utrustning

I nätverk är det viktigt att både ha samarbete och konkurrens samt att både kunna ge och ta. Tillsammans kan de dra nytta av varandras kompetens för att lösa specifika problem. Som konkret exempel nämns vissa komponenters "lödbarhet". Detta problem delas av alla företagen som de var för sig har svårt att hitta en lösning till men som de gemensamt skulle kunna lösa.

Områdena ovan måste rangordnas och prioriteras. Kring de områden som prioriteras högst får en arbetsgrupp tillsättas med deltagare från varje företag. I gruppen får de uppslag och idéer, hjälp och stöttning samt, vilket är viktigt att understryka, har roligt tillsammans.

Det poängteras också att det inte får röra sig om något bildande av kartell utan konkurrensen måste bibehållas. Inga företagshemligheter får komma de andra tillgodo och prissättning med mera sköts var för sig som tidigare.

Diskussioner förs om fler aktörer utanför Älmhult ska delta i samarbetet. Dock konstateras det att de själva först får "lära sig att krypa" innan de blandar in andra aktörer. En kärngrupp bör bestå av max tio personer för att arbetet ska bedrivas effektivt. Med denna kärngrupp som utgångspunkt kan sedan samarbetet eventuellt utvidgas. Idén med nätverk är god och är värd

att prövas anser företagsrepresentanterna. De bestämmer sig för att kvalitetsfrågorna ska bli det första konkreta området att arbeta med. Kvalitetsansvariga från respektive företag bör träffas för att diskutera hur de tillsammans kan utveckla ett kvalitetssystem.

Företagsrepresentanterna vill gärna att samarbetet till en början ska vara lite löst och informellt. Dock vill de gärna ha regelbundna träffar och ser gärna att en utomstående aktör fungerar som katalysator och sätter igång processen. Almi menar att en viss nivå av formalia krävs i form av de mycket kortfattat skriver något om vilka som ingår i kontaktgruppen, målet och syftet med samarbetet samt hur organisationen ser ut.

Konkret bestäms det att Almi ska fungera som den utomstående katalysatorn och sammankallar till möten varav det första hålls i februari 2002. Det betonas dock att det är företagen själva som står för innehållet och verksamheten. Almi kommer att i första hand vara med under hela 2002 och därefter tas beslut hur samarbetet kommer att ske framöver.

Analys och slutsatser

Vilka ansatser till klusterbildningar finns?

Elektronikbranschen kan sägas utgöra en stark ansats till kluster. Dock är det inte ett formaliserat, fulländat kluster som kan uppfylla kraven på vår definition av kluster. Snarare är det en anhopning av företag med vissa kopplingar dem emellan.

Vilka aktörer utgör dessa klusteransatser och hur ser nätverken ut mellan aktörerna?

Cirka 50 elektronikföretag finns i Kronobergs län och branschen kännetecknas av komplexitet och att företagen har en specialiserad verksamhet samt att företagen ofta är förhållandevis små. Såväl i hela Kronobergs län som mer specifikt i Älmhult finns olika konstellationer av nätverk. Elektronikbranschen präglas bland annat av förtroende, sociala och affärsmissiga relationer, samarbete och konkurrens, ledarföretag som har ett virtuellt tänkande samt att det finns ett geografiskt oberoende. Aktörerna i elektronikbranschen är således elektronikföretagen själva med inslag av såväl territoriella, funktionella som virtuella nätverk. Dock är inte alla kriterier under respektive nätverk uppfyllda.

Rent konkret har ett nätverksbygge startats mellan fyra elektronikföretag i Älmhult. Dessa har, som ett första steg, bestämt sig för att samarbeta kring kvalitetsfrågor. Andra områden de kan tänka sig att samarbeta kring är bland annat utbildning, personal och produktutveckling.

Hur kan klusteransatserna utvecklas?

Det finns en outnyttjad nätverkspotential bland elektronikföretagen i Kronobergs län. Då företagen känner till varandra direkt eller indirekt borde detta utnyttjas till samarbete inom olika områden för att ytterligare höja konkurrenskraften. Detta kan till exempel röra sig om inköp, utbildning, personal, produktutveckling, kvalitetssystem, lokaler och utrustning.

Information till företagen om fördelarna av samarbete är viktigt. Det behövs en yttre drivande kraft som kan informera och initiera möten där företagen kan träffas och diskutera dessa frågor. Det är även viktigt att gå vidare från diskussion till konkret handling. Allt detta har gjorts i Älmhult som bör vara en förebild för andra kommuner att initiera samma typ av arbete. I Älmhult har ALMI och Kommunen agerat som en yttre drivande kraft.

För närvarande pågår ett samarbete mellan fyra elektronikföretag i Älmhult. När detta har blivit inarbetat kan det behövas ses över för eventuell utvidgning vilket kan röra sig om att fler företag blir involverade, antal samarbetsområden utökas, det geografiska området blir större, aktörer utanför själva elektronikbranschen involveras samt att samarbetet formaliseras och att man bygger upp en gemensam identitet som parterna känner sig delaktiga i.

Såväl specifikt för Älmhult som för hela Kronoberg bör andra aktörer än enbart företagen själva vara involverade i ett nätverks bygge. Det rör sig om så kallade stödjande faktorer (se kapitel 2) som ökar nätverkets totala effektivitet och konkurrenskraft. Först då kan vi kalla det ett kluster med en hög attraktionskraft.

Ett förslag till fortsatta studier är att genomföra kvalitativa intervjuer både hos ett urval av de elektronikföretag som redan deltagit i studien och elektronikföretag i andra närliggande kommuner. En kvalitativ undersökning skulle kunna bekräfta och eventuellt förstärka resultaten från uppsatsen samt även ge en bild av nätverken mellan elektronikföretagen och externa aktörer.

4.2 Fästelement i GGVV

Bakgrund

I en sökning i företagsfaktas databas framkommer det att det finns 15 företag med totalt 560 anställda som går in under ordet fästelement i GGVV-området. Företagen sysslar bland annat med partihandel med järnhandelsvaror såsom fästelement, skruvar, bultar, muttrar och brickor. Annan verksamhet är också tillverkning av kallstukade fästelement såsom nitar, skruvar och specialartiklar samt fräsning och annan maskinbearbetning. Fästelement är viktiga insatsvaror till övriga industrin i regionen.

Valet av denna bransch baseras på en indikation från en av de näringslivsansvariga i Entreprenörsregionen att GGVV är känd för sin kompetens inom fästelement. Det kan finnas anledning att titta närmare på branschen för att eventuellt hitta nätverk av något slag. I sammanhanget har fyra företag nämnts och dessa är Mattssons i Anderstorp AB, Bult Finnveden AB Bufab, Swemix skruv AB samt Techno skruv i Värnamo AB. De två sistnämnda är avknopningsföretag från Bufab och har 13 respektive 6 anställda. Mattsons i Anderstorp har 56 anställda. Bufab är ett av många dotterföretag som ingår i en större koncern där Finnveden AB är moderbolag och därmed är det svårt att klart specificera antalet anställda. Vi nöjer oss med att konstatera att Bufab tillsammans med de andra dotterföretagen i sammanhanget är ett stort företag med många anställda.

Representanter från Swemix och Bufab har blivit intervjuade. Att endast två intervjuer har gjorts beror på att vi ganska omgående fick en klar och tydlig bild av intervjupersonerna beträffande våra frågeställningar om branschen. Snöbollsmetoden har i detta fall inneburit att intervjupersonerna inte har rekommenderat fler företag. Att intervjua fler företag hade knappast tillfört ytterligare information.

Företagarnas bild av branschen

Under denna rubrik ges företagarnas bild av branschen.

Närområdet

Orsaken till att företagen startade i just det här området beror dels på att grundarna kommer från trakten och dels för att det är en stark industriregion med sin speciella Gnosjöanda. Det finns en närhet till allt med korta vägar till bland annat underleverantörer. Kunnandet inom mekanik och maskinbranschen är stort och det finns ett nätverk av kompetenta leverantörer som är duktiga och flexibla. Arbetskraften i området är också lojal och har en positiv inställning till att arbeta inom denna typ av bransch.

En stor nackdel är att ingen flytta till trakten vilket skapar problem beträffande rekrytering av arbetskraft, speciellt välutbildad sådan. Intressanta jobb erbjuds men ingen eller bara ett ytterst fåtal söker när de har jobbannonser ute. Det är svårt att se att något skulle utvecklas inom branschen, däremot hade det varit bra för branschen om kommunens attraktionskraft som sådan ökar och att man på så vis lockar hit arbetskraft som stärker branschens konkurrenskraft.

De fyra företag som nämns ovan (Mattssons, Bufab, Techno och Swemix) kan sägas vara konkurrenter till varandra även om storleken på företagen varierar. I övrigt är det svårt att se några direkta konkurrenter varken på hemmaplan eller utanför regionen. Det finns få exakt likadana företag som har samma grossistroll. Möjligtvis kan svarindustrin, som själv vill ut på marknaden, ses som en potentiell konkurrent. Svarindustrin utgör en viktig del av produktionen av fästelement och levererar produkter till grossisterna. Den potentiella konkurrensen ligger i att de själva tar hand om grossistrollen. En del mindre bolag finns också inom regionen som är konkurrenter.

Strategiska produktionsfaktorer

Som kärnkompetens och starka sidor nämns branschkännedom och en bra affärsidé. De väljer bästa leverantör för varje produkt. Genom att veta vem som är duktig på vad drar man nytta av den kompetens som finns inom verkstadsbranschen i Gnosjöområdet. Oftast finns det personer som är väldigt duktiga på just sin sak, svarvning mm, men som varken vill eller har kunskaper om att syssla med administration, försäljning och andra områden. Det är här grossisten går in som en länk mellan den krävande kunden och den skicklige svarvaren. En stor andel av leverantörerna av material och tjänster finns i regionen. Stora krav ställs på precision, kvalitet, flexibilitet och leveranssäkerhet av produkterna. Företagen har ett nära och gott samarbete med leverantörerna. Detta sker genom informella personliga kontakter. Några formella regelbundna möten finns inte.

Kompetens saknas när det gäller mer avancerade teknikområden, exempelvis inom data. Generellt sett saknas högutbildad personal. Det är sällan man rekryterar personal utanför regionen vilket till stor del beror på att det är svårt att locka folk till trakten. Ibland använder man sig av externa kompetensföretag utanför regionen. I regionen finns varor och tjänster som används i produktionen, till exempel ytbehandling där ett 50-tal företag är involverade.

Kunder

Kunderna finns främst utspridda i övriga Sverige. Endast en mycket liten del, cirka två procent, av kunderna finns i GGVV-området.

Pris och sortiment anpassas efter kunderna som ofta ger produktkritik. Trender hos speciellt de större kunderna gör att företagen får anpassa produkterna efter dessa. Kunderna ställer mycket stora krav på kvaliteten, produkterna ska vara felfria.

Samarbete

Bortsett från kopplingen till kunder och leverantörer som beskrivs ovan sker inget utvecklingssamarbete kring tjänster och produkter med externa parter. Enstaka examensarbeten har gjorts av studenter från högskola/universitet på företagen men i övrigt finns inga kopplingar till högskola/universitet eller annan FoU-organisation. Det finns inte heller något samarbete med andra företag varken i frågor som gäller personal, kompetensutveckling, logistik, marknadsföring, information eller andra områden.

Förutom det informella samarbetet med leverantörerna och kraven från kunderna finns det ingen vilja eller behov av att samarbeta med någon extern part. Beträffande de fyra företag som nämns inledningsvis (Bufab, Swemix, Techno och Mattssons) råder en samstämmighet om att dessa verkligen är konkurrenter och att det inte finns några beröringspunkter dem emellan. Samverkan är inte önskvärt på något plan.

Specifikt för Bufab-gruppen är att detta fungerar som ett enda stort nätverk där man samarbetar och drar nytta av varandras kompetens i de olika bolagen. Behovet av att

samarbeta med andra externa parter är litet, det mesta sköts inom Bufab-gruppen. Dock finns det en önskan att någon träder på sig helikopterseendet och utvecklar kommunerna så att dessa blir attraktiva. Rekryteringsområdet är en konkret sak där alla, både privat och offentlig sektor, måste engagera sig för att göra trakten mer attraktiv för nyinflyttade.

Analys och slutsatser

Vilka ansatser till klusterbildningar finns?

Det finns en viss ansats till en informell nätverksbildning där Gnosjöandan är ett starkt inslag med flexibilitet, branschkunskande och många personliga kontakter. Dock går det inte att prata om ett fulländat kluster. Långt därifrån, viljan att göra något gemensamt utanför de områden som finns idag är obefintlig. Den gemensamma identiteten, som alla aktörer kan känna sig delaktiga i och som är viktig i dessa sammanhang, fattas helt. Företagen ser inga fördelar att ingå i ett större formaliserat nätverk.

Vilka aktörer utgör dessa klusteransatser och hur ser nätverken ut mellan aktörerna?

Företagen sysslar med partihandel av fästelement. Denna grossistroll gör att de agerar som länk mellan kund och leverantör och nätverken med dessa två aktörer är starka. Pris och sortiment anpassas efter kunderna som ofta ger produktkritik. Trender hos speciellt de större företagen gör att företagen får anpassa produkterna efter dessa. Nätverken med leverantörerna är av informell karaktär där grossisten agerar beställare med sina hårt ställda krav och där leverantören använder sin yrkesskicklighet för att ta fram produkten med hög kvalitet och leveranssäkerhet.

Hur kan klusteransatserna utvecklas?

I nuläget finns det ingen anledning för tredje part att gå in och försöka stödja bildandet av ett fulländat kluster. En orsak är att det inte finns någon vilja att genomföra ett sådant arbete. En annan orsak är att det informella samarbete som finns i dag fungerar bra utan någon yttre inblandning. En åtgärd som dock skulle kunna genomföras är att kommunerna vidtar åtgärder för att höja traktens attraktivitet. Detta skulle leda till en större rekryteringsbas utifrån av framförallt högutbildad arbetskraft vilket skulle öka konkurrenskraften i branschen.

4.3 Tunga fordon i Ljungby och Kronobergs län

Bakgrund

Det finns många företag inom området tunga fordon i Kronobergs län med omgivningar. Det rör sig bland annat om dumprar i Växjö och Braås, trucktillverkare i Ljungby och Markaryd, skogsmaskintillverkare i Rottne och Ljungby, påbyggare av lastfordon i till exempel Alvesta, hytttillverkare i Hovmantorp och Åseda, leverantörer av system för till exempel drivlinor i Moheda/Alvesta och Liatorp samt styrsystem i Älmhult och Växjö. Specifikt i Ljungby finns större världsledande tillverkare av truckar och tunga entreprenadmaskiner med kända namn som Kalmar Industries, Svetruck, Svedala Compaction Equipment AB och Ljungby Maskin. De två förstnämnda har 80 % av världsmarknaden inom det tunga trucksegmentet. Kalmar Industries är kända bland annat för att ha tillverkat världens största gaffeltruck med en lyftkapacitet på 90 ton. Deras dotterbolag i USA, Kalmar RT Center, har även signerat ett kontrakt för leverans av Rough Terrain Container Handlers med TACOM som är inköpsenhet

för den amerikanska armén och är det största enskilda militärkontrakt som skrivits när det gäller maskiner för materialhantering. Detta är unika exempel på den tekniska kompetens som finns inom branschen i Ljungby.

Denna bransch pekades ut av en av de näringslivsansvariga i Entreprenörsregionen som delvis är involverad i arbetet med att bygga nätverk inom området. Klusterarbetet är redan igång och det är därför relevant att belysa detta segment.

Sedan slutet av år 2000 har Teknikcentrum Kronoberg, TEC, arbetat med idén att samla tillverkare av tunga fordon i ett kluster. Tunga fordon anses vara en spjutspets för hela den tillverkande industrin i regionen. TEC består av Länsstyrelsen, Landstinget, Växjö kommun samt föreningen Teknikcentrum. Syftet med verksamheten, som drivs i en stiftelse, är att bidra till ökad konkurrenskraft och effektivitet hos företag i Kronobergs län med omgivande region. Idéerna med ett fordonskluster bygger på TECs breda kontaktyta med företag i regionen samt på erfarenheter från klusterarbetet med Aluminiumriket och gemensam FoU-verksamhet som bedrivits i Verktec-konsortiet med stöd av NUTEK/VINNOVA under perioden 1995 – 2001.

Nedanstående beskrivning bygger på material, ”Strategisk teknologi och klusterutveckling för tillverkare av tunga fordon – förstudie” från 2001-09-28, som arbetats fram och som delvis ligger till grund för klusterarbetet samt ett möte med representanter för TEC, Ljungby kommun, Växjö Universitet och ett antal företag.

Branschen

En nyckelroll inom tillverkningsindustrin

Området tunga fordon spelar en nyckelroll för att utveckla kompetens och teknologi för hela den industriella utvecklingen i en region där mer än 25 % av sysselsättningen kommer från tillverkningsindustrin. Genom att ledande företag i regionen utvecklar nya metoder och kunskaper i samarbete med regionala parter och nationella experter kan dessa metoder spridas till mindre företag som inte har resurser att vara pådrivande i sådan verksamhet. Goda erfarenheter finns från Verktec som är ett FoU-program. Resultat har överförts till aluminiumföretag, plastföretag, träindustri och sågverk med flera. Material- och produktionsstyrning, produktivitet, flödesorientering och layout är några exempel på frågor av sådant allmänt industriellt intresse.

Leverantörer

Många företag inom segmentet tunga fordon har slutprodukter med en ledande ställning på världsmarknaden och känner väl till villkoren på denna marknad. Företagen samverkar med ett stort antal leverantörer av detaljer och komponenter, varav många finns i regionen. Dessa är ofta även leverantörer till Scania och Volvos tillverkning av lastvagnar och bussar.

Kompetensförsörjning

I regionen finns det flera utbildningar på både yrkes- och högskolenivå av särskild betydelse för tunga fordon. Som exempel kan nämnas Kvalificerad Yrkesutbildning och truckgymnasium i Ljungby, fordonsförarutbildning i Alvesta samt ingenjör- och ekonomiutbildningar vid Växjö Universitet, Lunds Universitet och angränsande högskolor. Utöver dessa, som behandlas i materialet, kan Centrum för Informationslogistik i Ljungby

nämnas. Detta är en helt ny högskoleutbildning som startar till hösten 2002 där Halmstad Högskola, Växjö Universitet och Jönköpings Högskola samverkar tillsammans med Ljungby kommun och näringslivet i och kring Ljungby. Företag inom tunga fordon är med i denna satsning då behovet av personer med kompetens inom ämnesområdet informationslogistik är stort.

En avgörande betydelse för företagens framtida utveckling är kompetensförsörjningen på alla nivåer. Det gäller att skapa attraktiva arbetsplatser. Detta framgår bland annat av företagens uttalade åsikter hittills.

Affärsutveckling och samarbetsformer

Både marknad och sättet att hålla kontakt med marknaden, göra affärer och organisera samarbetsformer mellan företag utvecklas. Omvärldsbevakning är viktigt för att anpassa och utveckla sin verksamhet. Inom en del områden förändras produktutbudet från att enbart sälja maskiner och utrustning till funktionsförsäljning. En intressant jämförelse kan göras med till exempel Atlas Copco som utvecklats till att ha omfattande uthyrningsverksamhet.

IT kommer i framtiden bli ett viktigt kommunikationsmedel såväl mellan huvudleverantör och underleverantör som med serviceorganisationer och slutanvändare. Snabb och exakt tillgång till reservdelsinformation och ritningar är exempel på viktiga framtida konkurrensmedel. Elektronisk handel och integration med order- och produktionsplaneringssystem är andra utvecklingsområden.

Produkter, teknologi och kundanpassning

Logistik och montering blir allt mer centralt för hög produktivitet. Detta följer av en fortlöpande specialisering där varje företag koncentrerar sig på några bearbetnings/tillverkningsmetoder. Denna utvecklingsprocess måste beaktas i form av nya koncept, modularisering etc samt vid organisation och beredning av arbetsoperationer och logistik inklusive samspel med leverantörer.

Design, modellering och simulering av tillverkningssystem/monteringssystem bedöms bli allt viktigare hjälpmedel. Detta innebär också ökande krav på informationshantering vid marknadsföring, service, produktion och utveckling.

Kraven på flexibilitet och kundanpassning ökar vilket bland annat kräver effektiva och flexibla fogningsmetoder. Högproduktiv svetsning inklusive övervakning och styrning för kvalitetssäkring är ett utvecklingsområde av fortsatt betydelse.

Utrustningar och maskiner innehåller alltmer komplexa system vilket gör att användningen av elektronik och hydraulik kommer att vara av stor framtida betydelse.

Området produkter och teknologi studeras närmare med företag och extern expertis och avses utmyнна i förslag till FoU-program inom valda delar. Programmet utformas med hänsyn till betydelsen för även andra företag i regionen och kompetens hos tänkta samarbetspartner.

Konkret arbete med nätverksbyggande

Initieringsarbetet har hitintills bedrivits i samarbete med Länsstyrelsen, Ljungby kommun, ett tiotal företag och TECs styrelse (representerande kommuner, landsting, företagsmedlemmar

och Växjö Universitet). De ovan redovisade förslagen och idéerna har samstämmt bedömts kunna bli av stor betydelse för den industriella utvecklingen i regionen. Det geografiska området begränsas därvid inte av läns- eller kommungränser utan bestäms av det som bedöms optimalt för företagens gemensamma utveckling.

Arbetet med att utveckla tunga fordon kräver en fördjupad analys av utgångsläget avseende ingående företag, värdekedjor, deras styrkor och svagheter, behov av kompletteringar, företagets betydelse i regionens näringsliv och i samspelet med kommunerna.

En förstudie kommer att bedrivas i samarbete med Lunds Universitet, TECs nätverk inom industriforskning/tekniska centra och Växjö Universitet samt berörda företag. Växjö Universitet har organiserat ett centrum för industriell konkurrenskraft. Vid behov kommer även andra resurser att utnyttjas.

Det övergripande syftet med förstudien är att bidra till den tillverkande industrins framtid och utveckling samt möta akuta behov avseende kompetensförsörjning. Kluster och regionalt innovationssystem för den tillverkande industrin, kopplat till det nationella systemet, är viktiga inslag i detta arbete. Förstudien syftar till att formera tunga fordon som ett kluster med centrum i Kronobergs län. Detta kluster ska verka som spjutspets i utveckling av kompetens och metoder till gagn för hela den tillverkande industrin och bidra till utvecklingen av ett effektivare innovationssystem.

Förstudiens mål är att:

- Ge en beskrivning av företag i regionen som har slutprodukter, levererar komponenter, system eller på annat sätt är av betydelse inom området tunga fordon samt denna företagsgrupp betydelse för regionen
- Ge en framtidsvision avseende marknad, kompetensbehov och teknologibehov på fem års sikt
- Skapa ett FoU-program svarande mot strategiska teknologibehov för tunga fordon och som också bedöms svara mot behov hos andra tillverkande företag i regionen
- Ge förslag till handlingsplan för ett kluster tunga fordon och för ett regionalt innovationssystem för tillverkningsindustrin

Förstudien leds av TEC tillsammans med en projektgrupp med representanter för Ljungby kommun, företag samt Länsstyrelsen i Kronobergs län. De första resultaten kommer att föreligga i början av år 2002.

Två arbetsgrupper tillsätts för att belysa huvudfrågeställningar inom affärsutveckling respektive produkt- och teknologiutveckling. I detta arbete deltar, förutom företagsrepresentanter, experter från TECs nätverk med industriforskning och tekniska centra samt expertis inom affärsutveckling.

Företagen inom tunga fordon och dess nätverk av leverantörer i regionen kommer att behandlas. Detta planeras ske dels med hjälp av TECs befintliga personal och dess dagliga företagskontakter och dels i aktivt samarbete med NUTEK. Vidare ska det kommunala utbildningssystemets resurser med inriktning på tunga fordon analyseras. Detta som grund för framtida åtgärder för kompetensförsörjning på yrkesnivå och rekrytering till högskolenivå. Resultaten från arbetsgrupperna presenteras för företagen i en referensgrupp och

sammanställs till en preliminär framtidsversion. Ett förslag till FoU-program utarbetas och granskas även med betydelse för regionens övriga tillverkningsindustri.

Denna förstudie ska ligga till grund för fortsatt arbete för att etablera och utveckla ett kluster tunga fordon som spjutspets för den industriella utvecklingen med centrum i Kronobergs län.

Analys och slutsatser

Vilka ansatser till klusterbildningar finns?

Det finns mycket starka ansatser till kluster inom området. Dock är det inte tal om ett färdigbyggt nätverk utan det är just ansatser det är frågan om. Ett formaliserat arbete har ganska nyligen påbörjats och gissningsvis kan denna bransch utgöra ett fulländat kluster om några år. Således är tunga fordon ett kluster under uppbyggnad.

Vilka aktörer utgör dessa klusteransatser och hur ser nätverken ut mellan aktörerna?

I Kronobergs län med omgivning finns det många företag inom tunga fordon. En del är världsledande inom sitt område. Företagen samverkar med ett stort antal leverantörer av detaljer och komponenter, varav många finns i närområdet. I regionen finns det också flera utbildningar på både yrkes- och högskolenivå av särskild betydelse för tunga fordon.

Teknikcentrum Kronoberg som består av Länsstyrelsen, Landstinget, Växjö kommun samt föreningen Teknikcentrum är initiativtagare till att samla tillverkare av tunga fordon i ett kluster. Även Ljungby kommun är engagerad i arbetet och är bland annat med och leder en förstudie inom området.

Hur kan klusteransatserna utvecklas?

Som tidigare nämnts är arbetet redan igång med att utveckla ett kluster. En förstudie har satts igång med syftet att bidra till den tillverkande industrins framtid och utveckling samt möta akuta behov avseende kompetensförsörjning. Denna studie ska ge förslag till en fortsatt handlingsplan för att bilda ett kluster inom tunga fordon och för ett regionalt innovationssystem för tillverkningsindustrin. Förstudien beräknas vara klar under våren 2002 och därefter ska etapp 2 starta med ytterligare utveckling nätverksbyggandet.

4.4 Gummibranschen i Värnamotrakten

Bakgrund

Värnamotrakten är historiskt sett känt för sitt breda kunnande inom Gummibranschen. Redan 1927 startade gummifabriken som i dag går under namnet Trelleborg Building Systems AB. Trelleborg har drygt 500 anställda (inklusive fabrikerna i Bor och Rydaholm) i Värnamo. Andra kända företag är Forsheda AB med cirka 450 anställda och Hordagruppen Vätterleden AB med cirka 230 anställda. Utanför Värnamo finns bland annat Gislaved Gummi AB samt National Gummi AB i Halmstad för att nämna några. Enligt företagsfakta finns det ett tiotal företag inom gummibranschen enbart i Värnamo. Bortsett från de tre ovan nämnda och Rapid Granulator AB med cirka 170 anställda är företagen små med några få anställda. Däckindustrin tas inte upp i denna beskrivning dels beroende på att den branschmässigt ligger något utanför de ovan nämnda företagen och dels för att det i skrivande stund råder stor turbulens inom däckbranschen. Däcktillverkaren Continental ska lägga ner sin tillverkning i Gislaved och cirka 700 anställda kommer att sägas upp från sina arbeten.

Utveckling, tillverkning och marknadsföring av axelsystem och rörtätningssystem samt andra industrigummiprodukter tillhör produktområdena. Tätningsslister för konsumentmarknaden samt tätningssprofiler för bygg- och tillverkningsindustrin är andra exempel liksom gummitätskikt för tak, dammar mm. Även formsprutning och formpressning av gummidetaljer, framför allt för lätt och tung fordonsindustri, tillhör produktområdena.

Denna bransch har valts efter indikation av näringslivsansvarig. Speciellt Trelleborg, Horda samt Forsheda har nämnts och det är representanter för dessa tre företag som har intervjuats.

Branschen

Under denna rubrik ges företagarnas bild av branschen.

Närområdet

Anledningen till att företagen startades just i den här regionen är bland annat att det finns ett brett kunnande inom området. Som fördelar med regionen nämns arbetskraften som är billig, lojal och kunnig. Det finns en positiv inställning till industriarbete och personalen är bra på just deras specifika arbetsuppgifter. Området ligger även bra till geografiskt med närhet till bland annat Göteborg och Skåne-regionen. Den starka företagskulturen med dess entreprenörsanda är också en fördel.

Nackdelar med regionen är att det är relativt ont om arbetskraft, speciellt välutbildad sådan och framför allt tekniker. Det finns ingen input av nya idéer vilket gör att utvecklingsarbetet blir lidande. Det finns en slutenhet både inom industrin och samhället som gör att det är svårt att rekrytera framför allt akademiker. Avstånden till högskolorna är också ett problem.

De tre intervjuade företagen är konkurrenter och utanför dessa företag finns bland annat Nolato AB i Torekov, Gislaved gummi AB och National Gummi AB i Halmstad som kan sägas utgöra konkurrenter i närområdet. Utanför regionen kommer konkurrensen främst från utlandet. I övrigt kan det nämnas att gummibranschen är väldigt ”nischad”, dvs det finns ett fåtal företag inom varje nisch och mellan nischerna är konkurrensen liten.

Strategiska produktionsfaktorer

Som företagens starka sidor nämns brett material- och teknikkunnande med bland annat produktion av material till vevhusventilation till Volvo. Bra erfarenhet av produkterna, skraddarsydd lösningar och att de är störst i Europa (Trelleborg) inom sin nisch samt rationell produktion är andra områden som lyfts fram. Gummi är ett svårhanterligt material och det finns ett stort kunnande kring detta.

Kompetens måste ibland hämtas utifrån. Det rör sig om konsulttjänster inom ritning och konstruktion från Göteborg, testsidan som kräver dyra maskiner där hjälp fås av Göteborg och Borås samt beräkningssidan. Nästan alltid måste företagen använda sig av kompetens utanför regionen för att vidareutbilda personal. Likaså använder man sig ofta av kompetensföretag utanför regionen. Däremot är det sällan man rekryterar personal utanför området, mycket beroende på svårigheterna att få tag på folk som vill flytta till trakten.

Kunniga underleverantörer finns det gott om i bygden och dessa är en viktig kugge i arbetet. Samarbetet är gott mellan leverantörerna och företagen. Det är framför allt metaller och plastdetaljer samt övrig kringutrustning som underleverantörerna i trakten står för.

Kunder

Kunderna återfinns sällan i närområdet. Beroende på produkt finns de spridda i Sverige och utlandet. Kunderna ställer stora krav på precision, i princip ska produkterna vara felfria, vilket gör att gummiföretagens kvalitetssystem måste vara fullt utvecklade. Andra krav är att produkterna ska ha lång livslängd och att de ska vara lätta att montera. Som tidigare nämnts är gummi ett svårarbetat material. Utvecklingsarbete sker med kunderna för att få fram produkter som håller hög kvalitet och som även är rimliga att tillverka sett ur kostnads- och produktionssynpunkt.

Samarbete

Samtliga företag har utvecklingsarbete med leverantörerna. Detta kan till exempel ske genom att gummiföretagen ger en grovskiss över en produkt som sedan leverantörerna får titta på och utveckla med hjälp av sina kunskaper. I övrigt finns det samarbete av olika slag. Hordagruppen samarbetar med ABA of Sweden i Anderstorp, som gör snabbkopplingar av kylslangar i bilar, samt Teknikpartner i Göteborg där man har tillgång till deras 120 konstruktörer. Även Hordagruppen och Trelleborg samarbetar kring produktsortimentet, enkelt uttryckt gör Horda krökta slangar medan Trelleborg gör raka slangar.

Beträffande produktionssamarbete finns det enkla informella kontakter avdelningscheferna emellan. Detta kan röra sig om kontakter med andra gummiföretag som till exempel levererar material och speciella blandningar. Ibland köper gummiföretagen blandningar av varandra då detta är mer lönsamt än att tillverka själva. Vid arbetstoppar har det hänt att företagen har lånat ut personal till varandra. En annan fråga där gummiföretagen gemensamt har agerat är inom avfallshanteringen. De har gemensamt satt press på att det har byggts en fabrik för avfallshantering av gummi.

Samarbete sker i viss mån med högskolorna, främst då Halmstad och Jönköping. Det handlar bland annat om examensarbeten, nätverksarbete och att de är fadderföretag till studenterna.

Beträffande samarbete gummiföretagen emellan framhävs att det är bra med många kollegor i regionen. Bland annat personalansvariga i de större företagen har kontakt med varandra ibland. Tidigare har det funnits ansatser att träffas för att ha ett mer regelbundet samarbete

mellan bland annat Forsheda, Trelleborg och Trio Plast AB. Efter 2-3 möten rinner det dock ut i sanden beroende på att ingen tar tag i arbetet ordentligt. Idéerna med samarbete är goda men det skulle vara bra med en spindel i nätet som tar tag i frågorna och, åtminstone under en viss tid, håller i själva nätverksbyggandet. Andra åsikter som kommer fram är att man absolut måste samarbeta för att kunna klara sig i den internationella konkurrensen. Allt som kan ge fördelar är intressant. Det är dock viktigt att det blir en Win-Win situation, alla parter måste få ut något positivt av samarbetet.

Företag som kan vara aktuella är just Trelleborg, Horda och Forsheda. Bland annat följande punkter har nämnts som tänkbara framtida samarbetsområden:

- Kompetensutveckling
- Utbyte av arbetskraft
- Marknadsföring
- Produkter
- Logistik

Analys och slutsatser

Vilka ansatser till klusterbildningar finns?

Gummibranschen är djupt rotad i Värnamotrakten och det finns vissa tendenser till kluster. Branschkunskandet och yrkesskickligheten är stor. Samarbetet är också ett viktigt inslag, framför allt finns det en stark vilja och en insikt om att samarbete kan ge fördelar i den tuffa internationella konkurrensen. Med hjälp utifrån skulle gummibranschen på sikt kunna utvecklas till ett kluster, redan i dag finns ett embryo till ett sådant.

Vilka aktörer utgör dessa klusteransatser och hur ser nätverken ut mellan aktörerna?

Mellan gummiföretagen finns en viss form av informellt samarbete. I regionen finns också ett stort utbud av kvalificerade leverantörer som man samarbetar med. Kunderna ställer stora krav på produkterna och bidrar till utvecklingen av dessa. Kunderna finns dock inte i någon större utsträckning i närområdet utan är utspridda i Sverige och utlandet. Delvis finns det tillgång till kvalificerad arbetskraft, framför allt personer som är lojala och praktiskt kunniga. Däremot råder det brist på akademiker och personer med nya idéer och inputs.

Hur kan klusteransatserna utvecklas?

Den vilja och insikt om fördelarna om samarbete som finns bör utnyttjas. Det finns möjligheter för tredje part, exempelvis kommunen eller näringslivsbolaget, att göra en aktiv insats inom området. Ett första steg skulle kunna vara att besöka företagen, både de intervjuade och andra, för att närmare undersöka möjligheten till samarbete. Ett möte på neutral plan där representanter för företagen är med och där fördelarna med samarbete går igenom skulle kunna vara en naturlig uppföljning. Så som Älmhult har gått tillväga inom elektronikbranschen, är en modell som Värnamo också skulle kunna tillämpa och därför rekommenderas att kontakt tas mellan dessa två kommuner.

4.5 Livsmedelsbranschen i Halmstad med omnejd

Bakgrund

Det finns ett stort antal företag som är etablerade inom livsmedelsbranschen är. Skillnaden mellan olika företag är dock stor, det finns internationella företag men även små familjeföretag som enbart agerar på den lokala marknaden. Enligt intervjuerna har i och med inträdet i EU nya regler och förordningar försvårat för livsmedelsindustrin. Detta genom ett merarbete, ökade kostnader och en mer konkurrensutsatt situation.

Det sker dock en intressant utveckling inom branschen som enligt många kommer att fortsätta. Den ökande miljömedvetenheten och den pågående etikdebatten vad gäller vår hantering av djur, har lett till framväxten av en grupp av livsmedelproducenter som erbjuder produkter framtagna efter nya riktlinjer. Bland annat lämnas garantier att råvarorna har hanterats hela vägen enligt etiska och miljömässigt acceptabla riktlinjer. Dessa företag leverera i viss utsträckning sina produkter till detaljhandel främst i närregionen, men har också utvecklat kundrelationer till besökande kunder från hela regionen. Vissa företag ser också ytterligare komponenter av sin verksamhet i form av exempelvis gårdsturism, konferens-och upplevelseverksamhet etc.

Företagarnas bild av branschen

Beskrivning av regionen

I Halland är livsmedelsindustrin en viktig näringsgren, strukturen på livsmedelsbranschen är inte unik utan ser i stort sätt likadan ut i hela södra Sverige. Fördelar med den geografiska placeringen är närheten till Göteborg och Helsingborg samt möjligheten att använda sig av sjötransporter. Det finns god tillgång på livsmedelutbildad personal eftersom utbildningsmöjlighet finns i Varberg. Närheten till kunder ger företagen möjlighet att ge god service. Nackdelarna som finns hos en del av företagen är trångboddhet, detta kommer sig av att företagen har funnits länge i samma lokaler och möjligheten att utvidga sina tillverkningslokaler har inte kunnat ske då omkringliggande markområden har bebyggts.

Företagens strategiska produktionsfaktorer

Företagens behov av spetskompetens i produktionen hämtas oftast utifrån, från större städer såsom Göteborg och Lund. Spetskompetensen som söks kommer från specialistföretag och universitet. Men det visar sig på frågan hur ofta man använder kompetens utanför regionen, att detta ändå sker sällan. Detsamma gäller för rekryteringen av personal utför regionen.

Kunder

Flertalet av kunderna finns i södra Sverige, framför allt i området längs kusten från Helsingborg upp till Göteborg och halvvägs in i Småland. Samarbetet mellan företagen och kunderna sker i olika utsträckning, från muntligt utbyte av information till demonstration av produkter och produktutveckling.

Kopplingar med organisationer och stödjande kunskapsnoder

Utvecklingsarbetet mellan företag, gällande tjänster och produkter, är begränsat. Det finns dock viss produkt- och processutveckling - oftast genom examensprojekt - med bland annat Högskolan i Halmstad. Utvecklingssamarbete sker även med Lunds Universitet. Visst samarbete mellan olika företag sker inom områden som marknadsföring, försäljning, informationsutbyte samt logistik.

Analys och slutsatser

Även om bilden av livsmedelssektorn visar en mängd relativt små företag som inte förefaller ha något mera omfattande samarbete annat än viss marknadsföring etc. finns dock enligt intervjuerna försök till samverkan och därmed ansatser till klusterbildning.

I Halmstad med omnejd finns ett relativt nytt etablerat kluster som håller på att växa sig starkt. Företagen som ingår i klustret har en gemensam nämnare, nämligen att alla är lokalproducenter av livsmedel. Följande företag ingår i klustret: Västkustägg, Korvpojarna, Sia, Krönleins, JM, Berte Qvarn, Risbergs Chark, Wapnö, Bagarleif, Hembergs och Östras bröd. Anledningen till att de försöker samverka i form av ett kluster är för att bevara den lokala livsmedelskulturen och det genuina i att få mat och dryck som är producerad nära där man bor. Argumenten till kunder och övriga aktörer är att i teorin har konsumenten makten på marknaden, men den i alla led monopoliserade livsmedelskedjan i Sverige gör konsumenten i praktiken maktlös. Det är ett angeläget konsumentintresse att få mer inflytande, närproduktion förväntas kunna bidra till det.

Andra viktiga konsumentaspekter som delvis sammanhänger med begreppet "närproduktion" är: lägre priser, bevarat svenskt jordbruk, djurskydd, minskad användning av bekämpningsmedel och handelsgödsel, småskalighet, färskhet, slopade mellanled, minskade transportbehov, aktivt konsumentdeltagande. Samarbeten i klustergruppen ligger framför allt på att informera konsumenterna om de fördelar som finns med att köpa närproducerade produkter, de bedriver en aktiv marknadsföring för att medvetandegöra konsumenterna. Gruppen agerar gemensamt vid marknadsföringsdagar och allmänna jippon. Man marknadsför sig med hjälp av Halmstads stadsvapen (tre hjärtan).

Klustergruppen har också startat en undersökning tillsammans med högskolan i Halmstad för att utröna om det finns möjligheter att ha en gemensam distribution till kunderna i närområdet.

4.6 Metallbranschen – gjuteri samt yt- och värmebehandling

Bakgrund

Metallbranschen framstår i det statistiska materialet som den viktigaste branschen i regionen och där man kan förvänta sig att det förekommer samverkan men också konkurrens. Metallbranschen - tillsammans med plast- och maskinindustrin - svarar också för nära 40% av den totala sysselsättningen i exempelvis Gnosjöområdet. Många av företagen är underleverantörer till bil- och maskinindustri och ingår därmed i olika värdekedjor. Några av delbranscherna har redan utvecklat samverkan mellan företag som kan beskrivas som klusterbildning. I de mest avancerade fall finns också en stödstruktur med någon form av centrumbildning. Typiska exempel är "Polymercentrum", det vill säga en sammanslutning av företag inom plastbranschen, och "Skärande bearbetning" med huvudsakligen metallföretag. Dessa två kluster finns beskrivna längre fram i rapporten. Beträffande skärande bearbetning besöktes två företag i början av intervjuomgången för att bland annat prova intervjuformuläret. Då denna klusterbildning redan är etablerad har vi inte ansett det vara nödvändigt att intervjua representanter för övriga företag och beskriva aktiviteterna. Av samma orsak har intervjuer inte heller gjorts med företagen i polymercentrum.

4. 6. 1. Gjuteri

Bakgrund

Sverige har 200 gjuterier varav 139 stycken med fem anställda eller fler. De flesta är små familjeföretag med ett 30-tal anställda, familjeföretagen dominerar näringen. Totalt producerar svenska gjuterier cirka 325 000 ton gjutgods. Den genomsnittliga exporten är låg, den ligger på 10 % av det totala tonnaget gjutgods. Branschorganisationen har sitt säte i Jönköping och inom en radie på 35 mil finns de flesta gjuterier. Huvudmarknaden är fordon och telekom. Fordonsindustrin köper hälften av allt gjutgods mätt i producerade ton. Ericsson köper halva mängden gjutet aluminium vilket innebär 20 000 ton per år.

Företagarnas bild av branschen

Beskrivning av regionen

Man anser att fördelarna med att driva företag i regionen är flera, bland annat mångfald av industri, som företagare kan man köpa det som behövs inom två mils radie, service, kunskap, produktionsutrustning, verktygsmakare och utbildad arbetskraft. Därtill anser man att folket i bygden har i stort sett samma bakgrund och likartad mentalitet som en själv. Nackdelar med att driva företag inom regionen är bristen på större städer, små städer ger små företag. Tillgången på arbetskraft är begränsad. Förbättringar av regionen som efterlyses bland företagarna är specialinriktning på industrigymnasium, gjuteritekniska varianter. För att belägga dessa utbildningar med studenter ges förslag på att erbjuda elever från ett större geografiskt område busstransport.

Företagarnas strategiska produktionsfaktorer

Företagens tekniska kunskap är bred. Kompetens finns inom gjutprocessen, konstruktionen av verktyg samt inom metallurgi. Vad som saknas enligt intervjuerna är kompetens för att företagen skall effektivisera teknik och bearbetning. Kunskap som är kostnadskrävande såsom processimulering inhämtas från branschorganisationen "Gjuteriföreningen", även behov av spetskompetens gällande metallurgi kan Gjuteriföreningen förmedla. Det visar sig också att företagen endast i mindre omfattning rekryterar personal utanför regionen. Viktig kompetens för företagen förmedlas i mycket stor utsträckning via Gjuteriföreningen.

Kunder

Kunderna återfinns såväl inom som utanför regionen. Samarbetet mellan företag och kund sker i huvudsak genom konstruktion- och problemlösningar. Detta samarbete fungera i båda riktningar.

Kopplingar med organisationer och stödjande kunskapsnoder

Utvecklingsarbetet i branschen sker genom olika kanaler, mellan kunder och företag - som nämndes innan - och mellan leverantörer och företag. Oftast är det leverantörerna av maskiner som kommer med nyheterna som finns på marknaden, leverantörerna informerar också - medvetet eller omedvetet - om vem eller vilka av konkurrenterna som leverantören har sålt produkter till. Även om denna information inte alltid behövs eftersom gjuteriföretagen också har kontakter med varandra. Det förekommer ett visst produktionssamarbete med andra företag i regionen där också kunskapsöverföring sker. Det finns företag som använder sig av varandras tjänster i regionen, detta vid arbetsbelastning och vid arbetet såsom exempelvis handrensning.

Kompetensutveckling och utveckling i olika projekt sker i stor utsträckning med Gjuteriföreningen och Almi. Utvecklingsamarbete med högskolor och universitet är utbrett, det förekommer med tekniska högskolorna KTH, Chalmers, Jönköping och Lund. Andra FoU-organisationer är Industriforskningsinstitutet IVF, Svenska miljöinstitutet AB (IVL) (inom framförallt miljöområdet), Statens Provningsanstalt (SP) och Forskningsinstitutet för Metallurgi (Mefos), i Luleå.

Analys och slutsatser

Intervjuerna visar att gjuterierna måste börja samarbeta mer strukturerat för att klara sig i konkurrensen, speciellt den internationella konkurrensen. Det samarbete som sker mellan de gjuterier som har olika utrustning och kompletterar varandra fungerar här i denna riktning. Det innebär att de kan ta in uppdrag som de tidigare, var för sig, inte klarade av.

Sammanfattningsvis kan sägas att det finns samverkan inklusive informationsutbyte. Men det är frågan om man kan kalla denna samverkan för kluster. Det saknas en ledare eller ”motor” och en vilja att göra någonting gemensamt. Konsultationerna företagen emellan är mycket dynamiska men präglas också av osäkerhet. Samarbetet mellan gjuteriföretagen som pågår idag kan om tre månader vara helt ligga ner. Samtidigt visar sig baksidan av samverkan mellan företag, speciellt i relativt avgränsade verksamheter. Risken är att man frestas till överenskommelser som är till nackdel för kunderna.

4. 6. 2. Yt- och värmebehandling

Bakgrund

Branscherna ”ytbehandling” och ”värmebehandling” har en likvärdig bakgrund. Efter andra världskrigets slut inträffade en markant ökning av antalet företag och ökningen av företag skedde i hela Europa. I Sverige fick den starkt stigande kurva dock en markant nergång år 1969. Denna nedåtgående utveckling var även den genomgående i hela Europa men den skedde dock i olika perioder. Det som var styrande för antalet företag inom ytbehandling och värmebehandling var den nya miljölagstiftningen.

Idag finns det lika många företag som det fanns i slutet av 40-talet. I Sverige finns det två stora grupper inom ytbehandling och värmebehandling och det är koncernerna ”Proton” och ”Bodycoat”. Motsvarande koncentration av företag finns på leverantörssidan i än större utsträckning, i dagsläget finns det fyra till fem leverantörer av teknologi och utrustning över hela världen. FoU sker inom dessa företag som framför allt finns i USA. Man kan säga att stora köpare kräver stora leverantörer.

De stora kundföretagen till industrin, exempelvis bilindustrin, kräver att underleverantörerna är ISO 9000 och ISO 14000 certifierade. Dessa system kräver av det enskilda företaget resurser som kunskap, tid och pengar. Detta är något som de mindre företagen inte alltid har.

Företagarnas bild av branschen

Beskrivning av regionen

Fördelarna med den geografiska placeringen av företagen inom denna bransch är att området är industritätt, det vill säga närheten till kunderna är av stor vikt (inom en 10 mils radie). Något som även ses positivt är närheten till verktygsmakarna. Nackdelarna med den geografiska placeringen kan dock också vara att området är just industritätt, det finns fler än en konkurrent. Mängden kunder ställer även till med belastningar i och med att alla kunder vill ha sin produkt anpassad till sina önskemål och krav, vilket kräver olika maskiner och i förlängningen ger stora kostnader.

Företagens strategiska produktionsfaktorer

Kunskap inom branschen fås oftast genom interna upplärningsprocesser i företagen, dessa processer tar lång tid och är ingenting som man kan läsa sig till. Vad gäller kompetensen som saknas i regionen är det enligt intervjuerna framförallt personal med spetskompetens samt personal som har kunskap om utrustning som används i produktion. Då företagen i regel ingår i större koncerner hämtas kompetensen oftast från andra företag inom koncernen.

Kopplingar med organisationer och stödjande kunskapsnoder

Utvecklingssamarbete sker i regel med externa parter, dock ej i den närmaste regionen. De externa parterna finns bland annat i Tyskland, Danmark, i Sverige, Göteborg (Industriforskningsinstitutet IVF), Gävle Högskola och Filipstad (Bergsskolan).

Försök med utbildning inom det tekniska området har gjorts med gymnasieutbildningar (i Anderstorp) och så kallade mellaningenjörsutbildningar (i samarbete med Sandviken) och med Borlänge högskola (samarbete med SSAB). Ett nytt grepp när det gäller utbildning är e-learning. Denna satsning är gemensam mellan systerföreningarna (branschorganisationerna) i Danmark, Norge, Sverige och Tyskland.

Samarbete mellan olika företag sker enligt intervjuerna enbart inom koncernen. De olika samarbetsområdena är inköp, marknadsföring, försäljning, administration, informationsutbyte samt viss intern utbildning. Allt detta sker i regel inom koncernens huvudkontor. Huvudkontoret har även varit behjälplig vid ISO-certifiering.

Produktionssamarbete med andra företag sker vid produktionstoppar. Detta är en av marknadsfunktionens arbetsuppgifter att lösa och naturligtvis sker det med företag inom koncernen. Mellan de enskilda företagen och huvudkontoret sker i stort sett dagligen kontakter och förmedling av kunder. Ett önskemål som framkom var att utveckla samarbetet mellan de olika företagen i koncernen inom det tekniska området.

Samarbetet finns även med de olika branschorganisationerna. Intresseföreningen används bland annat i tekniska frågor samt i kontakt med myndigheter.

Analys och slutsatser

Företagen i yt- och värmebehandlingsbranschen samverkar visserligen med varandra inom en och samma koncern men dessa två koncerner dominerar på marknaden och förhindrar samverkan över koncerngränser. Det finns brister hos företagen som ingår i koncernen när det gäller helhetsbilden samt kunskap om de övriga företagen som ingår i koncernen. I dagsläget är det ett antal företag som gått samman och som vi ser det är det inte dessa som kommer att få svårigheter utan företagen som inte är knutna till någon större grupp/koncern och framför allt de företag som är mellanstora. De företag som räknas till de mindre har alltid möjlighet att nischas sig genom att kunna producera små serier.

4.7 Maskinindustrin - specialmaskiner

Bakgrund

Inom maskinbranschen finns flera olika inriktningar. Ett viktigt område har redan beskrivits, tunga fordon. Nedan redovisas området specialmaskiner som är av intresse när det gäller företagsförtätningar.

Företag i gruppen specialmaskiner är oerhört olika, på många sätt. Det som är minsta gemensamma nämnare är att flertalet företag är lokaliserade i stort sett inom samma geografiska område. De specialmaskiner som konstrueras och byggs används inom skilda verksamhetsområden och är allt från enkla till avancerade maskiner. Exempel på maskiner är tillverkningsmaskiner (ofta helautomatiska CNC-styrda produktionsmaskiner) som används inom branscherna metall, trä och plast; helautomatiska monteringsmaskiner och tillverkning av lyft- och godshanteringsanordningar.

Företagarnas bild av branschen

Beskrivning av regionen

Fördelar med att verka i regionen är att det finns en tillverkningskultur och att det är ett småföretagaresamhälle. I och med detta finns ett uppbyggt nätverk av underleverantörer och en fungerande logistik, detta ger i förlängningen en gynnsam prisbild. Nackdelar med regionen är att det vid högkonjunktur är brist på arbetskraft. När det gäller arbetskraft till industrin är ett framtida problem också alla de 40-talister som går i pension inom en tioårsperiod. Tillgången på ungdomar som utbildas inom verkstadsprogrammen på gymnasieskolor kommer inte räcka till för att fylla det kommande behovet. Andra nackdelar som nämns är att högskolorna finns på för långt avstånd, både mentalt och geografiskt.

Företagens strategiska produktionsfaktorer

Inom kompetensområdet saknas mångfald, personer med bred kunskapsnivå önskas. Den kompetens som många gånger behövs inom verkstadsindustrin kommer ofta genom underleverantörer. Övrig kompetens som till exempel programmering köps in genom konsulttjänster. Anledning till att det nästa aldrig rekryteras personal utifrån handlar inte om att det finns en ovilja rekrytera personal utanför regionen utan att möjligheten att få tag på personal som bosätter sig i regionen är begränsad.

Kunder

Skillnaden mellan de olika företagen i var kunderna geografiskt befinner sig är stora. Ifrån att 80 % av kunderna finns inom regionen till att det inte finns några kunder alls inom regionen. Samarbetet mellan företag och kund är naturligtvis mycket väl utvecklat eftersom företagens affärsidéer till fullo bygger på kundanpassade maskiner.

Kopplingar med organisationer och stödjande kunskapsnoder

Utvecklingssamarbete med externa partner sker med konstruktionsbyråer, men endast vid toppar och då vänder man sig framför allt till mindre företag i närområdet (mindre konsultföretag). Utvecklingsarbete mellan företag och högskola förekommer inte (gäller teknik). Detta ser företagen som en brist, däremot finns samarbete kring utveckling inom

ekonomistyrning (Jönköping). I viss omfattning förekommer samarbete mellan företag och den lokala gymnasieskolan men även detta samarbete skulle behöva fördjupas. Andra FoU organisationer som samarbete sker med är Industriforskningsinstitutet IVF. Leverantörer av material och tjänster som finns i regionen är leverantörer av standardmaterial samt de som kan utföra rena legoarbete. Samarbete inom andra områden än produktion och FoU sker sporadiskt och genom olika kanaler, varav IUC i Gnosjö är en.

Analys och slutsatser

Något samarbete mellan de olika företagen som producerar specialmaskiner finns inte i någon större utsträckning. Anledningen kan mycket väl vara de stora skillnaderna i produktsortimentet. Om man skall söka efter något som tyder på samarbete bör man kanske titta på samarbete som löper vertikalt mellan leverantörer - tillverkare av specialmaskiner – kunder. Ett vertikalt kluster istället för ett horisontellt branschkluster. Med tanke på detta kan kanske IUC i Gnosjö vara en kanal för att utveckla företagets samarbete.

4.8 Papper och grafisk industri.

Bakgrund

Branscherna Papper och grafisk industri framstod i olika sammanställningar som viktiga och det antydde att det kunde finnas en grund för klusterbildning. I regionen finns en rad företag där verksamheten kretsar kring olika former av pappersproduktion, pappersbearbetning eller grafiskt tryck. Vi har funnit att det i regionen finns minst 65 företag som arbetar med papper och/eller grafiska tryck. Inåt landet finns olika pappersmasseföretag där Stora Enso med sina 979 anställda är störst. Den främsta historiska orsaken till pappersbrukens placering är riklig tillgång på trä och den viktiga tillgången till vattenkraft. Stora Enso startades från början genom att vattenkraft från Nissan användes, men även området kring Lagan utvecklade en pappersbrukstradition med verksamma pappersbruk. Kring GGVV regionen finns flera verksamma företag som arbetar med rena förpackningsmaterial. Det finns även en del företag som bara delvis arbetar med papper och papperstryck, exempelvis Duni och företag som Albany International som gör produktionsmateriel till pappersindustrin.

Marknaden är inte enhetlig och villkoren är skiftande för de olika företagen. Även om det är mycket som skiljer de stora producenterna av papper och små grafiska industrier så har vi antagit att det kan finnas vissa gemensamma frågeställningar och kunskaper som förenar dem. Kanske är det just bredden och skillnader mellan pappers- och grafisk industrin som skulle kunna antyda någon form av klustermöjlighet.

Företagarnas bild av branschen

För förpackningstillverkare och mindre grafiska industrier har regionen varit förhållandevis gynnad genom att vara en av de mer köpstarka. Men konkurrensen från de många grafiska industrierna i området upplevs dock som pressande i sig. Grafiska industrier har senare år varit hårt konkurrensutsatta och idag är de företag kvar som lyckats genomföra nödvändiga moderniseringar i tillräckligt hög utsträckning och/eller hittat en specifik nisch där de kunnat hävda sig genom någon specialité. Bortsett från konkurrens från andra företag i branschen påverkas också hela den grafiska industrin genom den tekniska utvecklingen av personatorer. Grafiska verktyg som scanner och skrivare är nu möjliga för var och en att

köpa för en billig penning. Samtidigt har kopieringsapparater med förstoringmöjligheter, sortering och häftningsfunktioner tagit över en stor del av de mindre tryckeriernas traditionella arbetsuppgifter. Det finns även en del konkurrens som är svår att definiera och som utgörs av exempelvis it-marknadsföring och digitala bilddatabaser. I förpackningsindustrin kommer konkurrens även från exempelvis plastbackar eller förpackningar i andra material, ofta kan denna konkurrens vara större än den från andra motsvarande förpackningar i papper.

Inget av de grafiska företagen säger sig vara beroende av papper producerat i regionen. Inte heller köper något av företagen sina färger från området. Den största andelen inköp i regionen sägs vara delar av maskinunderhållet.

För regionens större företag utgör inte försäljning på regionens hemmamarknad någon större andel. Däremot finns en hel del av de mindre företagens kunder i regionen och grovt räknat svarar försäljningen inom regionen för mellan en tredjedel och hälften av produktionen för dessa.

Den grafiska branschen, kanske speciellt när det gäller arktryck, kräver en närhet till kunder för att tillsammans kunna utveckla en bra produkt. Många företag uppger att de har långt samarbete med kunder, där de under decennier har arbetat fram sätt att kommunicera kring produkter. Genom förhållandevis stor närhet till kunder som tryckerier har, sker utvecklingen i huvudsak genom personliga relationer och i ett nära samarbete med kunder. Utvecklingen av den grafiska industrin sker ofta genom maskintillverkare eller genom utvecklingen av nya papperskvaliteter. Själva utvecklingen av tryckeriprodukter sker även genom reklambyråer som tar fram layouter och nya förpackningsprodukter.

Flera branschorganisationer är verksamma inom pappers- och grafisk industri. Exempel är ”Packforsk” som har 250 medlemmar i hela Norden och ett 50-tal anställda för att driva utveckling kring förpackningsindustri. Större pappers- och massaföretag samarbetar oftare inom den egna koncernen. Mellan vissa rena grafiska industrier företag finns ett samarbete som möjliggör att man vid arbetsanhopningar kan ta hjälp av varandra. Mellan övriga pappersindustrier har vi inte funnit något samarbete. Den form av samarbete som efterfrågats av flest företag är samarbete kring logistik och transporter.

Analys och slutsatser

Vilka klusteransatser finns?

Längst kusten finns ett stort antal grafiska tryckerier. Och längst vattendragen i området fanns åtminstone tidigare, ett antal större pappersbruk. Man kan säga att detta är en, inom området överrepresenterad bransch. Även om pappers- och grafisk industri inte nu kan sägas utgöra något tydligt kluster så finns en stor samlad kompetens i regionen. Inåt landet däremot uppger man att det i allmänhet problem att rekrytera personal. I Laholm startar en KY-utbildning för Grafisk mediaproduktion där projektledare ska utbildas för att få en helhetssyn kring grafisk produktion. I viss mån har nationella branschorganisationer utbildningsinsatser i området, exempelvis genom utbildningar kring pappermassaprocesser på Skogsindustrins utbildnings- och konferenscenter i Markaryd.

Hur kan klusteransatserna utvecklas?

Enligt intervjuerna sker utvecklingen inom detta område med hög hastighet. Framst kring nya möjligheter till digitala tekniker både rörande hård- och mjukvara. Samtidigt finns det inga tecken på att mängden tryckt papper kommer att minska i framtiden. De företag som finns kvar idag har ofta en hög teknisk nivå på sina produkter och med ett förhållandevis högt kunskapsinnehåll. Denna snabbt föränderliga miljö kommer även i fortsättningen att ställa krav på företagen att ta till sig nya idéer och nya tekniker i en lika eller snabbare takt samtidigt som dessa företag kan ha svårt att hitta både tid och ekonomi att utvecklas i tillräckligt hög grad.

Några av intervjupersonerna menar att man kanske kan samarbeten med Högskolan här bli betydelsefullt. Även stöd och uppmuntran till branschorganisationer och även utbildningsorganisationer, exempelvis Teknik och kompetenscentrum (TEK) i Halmstad kan visa sig viktigt.

Genom att papper är en förhållandevis tung vara krävs goda transportmöjligheter. Kanske gäller detta framst om man på olika sätt försöker gynna möjligheterna till export. Detta är vår egen uppfattning.

Vissa tryckerier utanför stadskärnan saknar fortfarande möjligheter till bredband, något som är speciellt viktigt för en funktionell digital bildhantering. Exempelvis Skånetryck i Genevad saknar dessa möjligheter i sin verksamhet. I likhet med föregående stycke är detta vår egen uppfattning.

4.9 Möbelbranschen

Bakgrund

Möbelindustrin i Sverige kan grupperas i följande grupper (Brege m fl 2001):

- produktionsinriktade volymproducenter - högautomatiserad tillverkning av framförallt planmöbler (IKEA som dominerande kund)
- Traditionella tillverkare av hemmöbler - kvalitet och tradition som försäljningsargument
- Traditionella tillverkare av möbler för offentligt bruk - framst kompletteringsmöbler för offentliga miljöer
- Designorienterade tillverkare av hemmöbler - design som främsta försäljningsargument
- Designorienterade tillverkar av möbler för offentligt bruk - designinnehåll anpassade för offentliga miljöer
- Sängtillverkare
- Kontorsmöbeltillverkare - fullsortimentsleverantörer av kontorsmöbler samt arbetsstolspecialister
- Inredningssnickerier - specialinredningar och komponenter
- Underleverantörer - tillverkare av strategiska komponenter för möbelindustrin.

Möbeltillverkning är en verksamhet med långa traditioner och när den svenska möbelindustrin utvecklades kom tillverkningen att koncentreras till geografiska områden som Småland, Västergötland, Östergötland och Skåne. Industrin var till stor del baserad på småföretagsverksamhet och byggde i stor utsträckning på hantverkarskunnande. Under 50- och 60-talet koncentrerades tillverkningen till färre och större företag och produktionen

rationaliserades. Dock skedde enligt en undersökning av NUTEK (Nutek 1997) produktivitetsoökningen långsammare än i den övriga industrin. Orsaken till detta ansågs vara låg produktspecialisering och låg grad av universiell teknik. Enligt utredningen karakteriserades möbelindustrin vid denna tid också av låg kapitalintensitet och ett outvecklat underleverantörssystem.

Enligt Brege m. fl. har dock rationaliseringen fortsatt under senare år och företagen blivit färre men också större. Inriktningen mot export har också ökat och möbelindustrin uppvisar idag en mycket större exportandel än tidigare. En drivande kraft i den pågående förändringen av branschen är också IKEA som framförallt har satt en viss press på den storskaliga delen av svensk möbelindustri.

En viktig faktor i den svenska möbelindustrin har varit designen som framförallt under efterkrigstiden har bidragit till att profilera möbelindustrin och bidra till ökad export. Särskild tillverkarna av möbel för offentlig miljö profilerade sig under 1950-talet och framåt med hjälp av kända möbelformgivare. Efter en svacka under 1980-talet kan man nu återigen konstatera en designtrend i linje med internationella tendenser.

Enligt Brege m. fl. har den svenska möbelindustrin fortfarande en stor betydelse för vidareförädling av svensk trävara och en industri som skapar många arbetstillfällen, men den har samtidigt haft svårigheter att profilera sig som en viktig bransch. Branschen kan idag fortfarande karakteriseras som mogen och fragmenterad om man tar hänsyn till antalet anställda eller storlek på företag och att tillverkningen sker i mindre orter med tonvikt på två områden Småland och Västergötland. Författarna till undersökningen pekar dock på att branschens fragmentering förefaller mindre om man tar hänsyn till branschens omsättning. Ca. 10% av företagen svarar för 60% av omsättningen och dessa företag är storskaliga med modern produktionsteknologi.

Att skilja ut viss specifik industri har verksamhet inom området möbel och inredningsdetaljer och sedan visa på att dessa verksamheter skulle utgöra en sammanhängande bransch låter sig inte göras. Vissa företag tillverkar endast en liten del av sin produkter för möbelindustrin, och även skillnaden mellan företag vars huvudsakliga produktion är möbler och inredningsdetaljer är stor. Men å andra sidan finns det inom regionen förhållandevis många företag som säger sig vara verksamma inom möbelindustrin. Exempel på verksamheter hos de företag som intervjuats är trädgårdsmöbler, inredningar till butiker eller offentlig miljö, tillverkare av traditionella möbler, tillverkare av madrasser och skumplastdetaljer. Sammanlagt har 13 företag intervjuats.

Företagarnas bild av branschen

Intervjuerna pekar på att företag som är verksamma inom möbel och inredningsindustri utgår sällan från någon designidé, istället har de ofta sina rötter i traditionella industrier där tillgång på råvaror och vattenkraft ses som grundläggande historiska orsaker till varför företaget startas på orten. Ett vanligt typiskt svar på frågan om företagets historia är att valet av ort helt enkelt berodde på att grundaren bodde här och av någon orsak började tillverka någonting.

Samtliga företag har till stora delar skild inriktning på verksamheten. Inget av de intervjuade företagen upplever heller att de har någon större konkurrens inom området. Detta kan tyda på att företag medvetet valt att nisch sina produkter i förhållande till andra i området. En annan

möjlig förklaring är att företag i regionen ofta startats genom avknoppning där specifika produkter eller funktioner i ett företag börjat produceras i eget företag.

Regionen

I området tillverkas en rad olika produkter i en rad olika material. I GGVV-regionen ses urvalet av material och produktionsmetoder i det närmaste som obegränsat. Närheten till kompetens som kan hantera kompletterande material betyder mycket för många av de intervjuade företagen. Genom närheten till underleverantörer kan man utveckla skilda produkter och använda allt från plaster till avancerade metalledlar. Detta ger möjlighet även för mindre möbel- och inredningsföretag att utnyttja moderna tillverkningsprocesser. Snabbheten i att kunna tillägna sig nya material och produktionsmetoder kan många gånger vara avgörande för en lyckad produktion och en stor fördel i området.

Större företag säger sig ha mindre band till regionen. För dessa spelar den lokala och traditionella kultur inte någon uttalad eller prioriterad roll. Större företag är även i högre utsträckning verksamma på den globala marknaden, ofta genom att de ingår som en del i globala koncerner och har då även dessa som sina främsta samarbetspartners. Lokala drivkrafter och samarbeten ses generellt som mindre betydelsefulla.

Få företag använder sig av råvaror producerade inom regionen. Samtliga betydande råvaror, exempelvis metall, trä eller färger, köps i huvudsak in utifrån. När det gäller fördelar med att producera i regionen nämns flera aspekter. För företagen i regionen betyder den grundläggande infrastrukturen mycket, exempelvis lyfts väg och järnväg ofta fram som en betydande fördel i regionen. Regionens förhållandevis centrala läge skapar goda möjligheter till export och import. Både import av råvaror och export av färdiga produkter sker i huvudsak med företag och kunder utanför regionen. Detta tillsammans med den dynamiska småföretagarkultur som på flera olika sätt präglar området nämns som regionens största fördelar.

Av de svårigheter som uppmålas i regionen är rekryteringsproblem det absolut vanligaste. Tre olika frågeställningar lyfts fram:

- Bristen på kvalificerad arbetskraft lyfts fram. Ofta handlar det om brist på ingenjörer eller marknadsförare, men även designers saknas inom området. Detta kan bero på att det inte ges tillräckligt med kvalificerade utbildningar i regionen, men det finns även en uttalad bild av att GGVV-området upplevs som inte attraktivt att flytta till.
- Kring det höga löneläget. Man menar att det förhållandevis höga löneläget i regionen försvårar konkurrensläget. Till viss del inom landet, men kanske främst i förhållande till låglöneländer.
- Föryngringsrekrytering. Vissa företag upplever det som problematiskt att rekrytera och locka till sig ungdomar in i traditionella industriverksamheter. Delar av regionen saknar helt yrkesutbildningar, exempelvis Knäred, detta leder till att ungdomar ofta söker sig till större orter.

Kunder

Ett viktigt element i klusterbildningen är att det finns krävande och trendkänsliga kunder som kan sätta en press på företagen att utveckla sig och sina produkter. Konsumenter och slutanvändare av företagens produkter återfinns i väldigt liten utsträckning inom regionen. Oftast sker kontakter med slutanvändare genom återförsäljare, uppköpare eller andra mellanled, som också i högre grad har börjat söka sig till området, men även exempelvis

genom arkitekter eller inredare. I vissa fall sker försäljning direkt till slutanvändare. Främst i de fall det handlar om enstaka beställningsarbeten, exempelvis butiksinredningar eller specialinredningar.

Vissa större företag kan ses som drivande i regionen. Till dessa hör givetvis IKEA, även om IKEA själv saknar någon uttalad målsättning att stärka regionen. Istället poängterar man vikten av rättvisa och globalt oberoende leverantörskontakter. Men flera industrier i regionen hävdar att just IKEA är det enskilda företag som kanske främst håller liv i och utvecklar möbelindustrin. Många har även sin grundproduktion och/eller historia genom leveranser till IKEA.

I majoriteten av de intervjuade företagens utvecklingshistoria återfinns en betydande del av kunderna inom det lokala närområdet. Detta är något som allt mer kommit att ändras. I de flesta fall har nu företagen en produktion som uteslutande riktar sig till slutanvändare utanför regionen och lokala kunder har alltmer kommit att ersättas av en global marknad. Även om slutanvändare av produkter har kommit att flyttas utanför området har företag i regionen generellt sett goda förhållanden till sina kunder. Och relationen till kunder ses som viktig. En ofta uttryckt åsikt är att det är genom relationer med kunder som företaget får sina impulser och sina möjligheter att utvecklas.

Övrigt samarbete

Ingen av de intervjuade uppger att de har sina större leverantörer av material eller tjänster för produktionen inom regionen. Flertalet uppger dock samtidigt att de anlitar en stor del underleverantörer inom regionen (vissa företag uppger att de har över 30-talet underleverantörer i regionen). Det finns även en stor del grossister och återförsäljare verksamma i regionen.

Generellt sett är man mån om att vårda sina underleverantörer. Samarbetet med underleverantörer ses som viktigt och man utnyttjar i hög grad leverantörers förmåga att vidareutveckla produkter i material och med produktionsmetoder man inte själv har kompetens inom. I samarbetet med underleverantörer poängteras givetvis att priset kan vara viktigt men generellt så är långa och goda relationer viktigare än prissänkningar genom konkurrens mellan olika underleverantörer. Åsikter som: ”Vi försöker vårda våra underleverantörer både vid hög och låg produktion.” betonas. Ofta har även underleverantörer en stor del i produktutvecklingen hos de intervjuade företagen.

Drivkraften hos majoriteten av de intervjuade företagen ligger i förhållandet till kunder och underleverantörer. Främst uttrycks dynamiken som orsakad av lyhördhet för kunders önskemål som på olika sätt tillgodoses. Ofta beskriver företagen avancerade samarbeten där stora delar av utvecklingsarbeten sker i samarbete med leverantörer.

Majoriteten saknar samarbete med någon högskola eller något universitet. Hos de företag som haft kontakter med högskola eller universitet nämns Halmstad Högskola, Jönköpings Högskola, Chalmers Tekniska Högskola, Växjö, Lindköping (Staffan Brege) samt vissa examensarbeten med studenter från Lund.

Ungefär hälften av de intervjuade företagen uttrycker inte någon specifik önskan om ökat samarbete med någon extern part. Övriga företag ser bland annat ett behov av ökat samarbete med högskolor. Det önskemål som de flesta av företagen uttrycker är en större kontakt med designer.

Analys och slutsatser

Företagen i möbelbranschen har starka band till såväl kunder som leverantörer. Lyhördhet för kundernas önskemål och utvecklingsarbeten i samarbete med leverantörerna är karakteristiska drag. Dock återfinns varken leverantörer eller kunder i regionen i någon större utsträckning. Den starka kraften i närområdet är IKEA som enligt många är det enskilda företag som främst håller liv i och utvecklar möbelindustrin. IKEA själv saknar dock en uttalad målsättning att stärka regionen. En annan viktig aspekt som kan sägas vara drivande i utvecklingen av möbelbranschen är att uppköpare, återförsäljare och andra mellanled är viktiga förmedlare mellan kund och produktion. I övrigt kan man konstatera att det inte finns något uttalat samarbete mellan möbelbranschen och högskolor/universitet.

I möbelbranschen finns både kompetens och viss form av samarbete. Det rör sig dock inte om något fulländat kluster, för att fungera som sådant krävs bland annat ett mer uttalat och formaliserat samarbete.

Det finns åtgärder att vidta för att utveckla möbelbranschen. Det rör sig då om att motverka bristen på arbetskraft och kompetens. Framför allt saknas det ingenjörer, marknadsförare och designers. Vidare vill en del företag ha ökat samarbete med högskola/universitet. Även utökad kontakt med designers är önskvärt.

5. Andra branscher och områden

Under tiden som undersökningen genomfördes framkom det genom intervjuer och andra kontakter ett antal branscher som ansågs vara intressanta ur ett klusterperspektiv. Dessa var transport och logistik, golfverksamhet samt mjuk- och hårdvara.

5.1 Transport och logistik

En tanke om att transport, logistik och partihandel skulle kunna utgöra någon form av kluster i regionen dök upp under förberedande diskussioner med kommunernas olika näringslivsansvariga. Tanken är rimlig då det goda nätverk av vägar som finns här på olika sätt präglar och har präglat regionen. Här finns möjligheter till olika former av transporter. Regionen har tillgång till båda riksvägarna E4:an och E6:an. I de flesta områden finns även tillgång till järnväg och tillgången till hamnen i Halmstad ger möjligheter för export och import av tyngre gods.

Vilka ansatser till kluster finns?

I området finns ett antal åkerier. Dessa kan dock främst sägas vara verksamma för att tillfredsställa regionens interna behov av transporter och det finns få åkare inom regionen som agerar på en större marknad utanför området. Den transportindustri som finns i regionen i form av åkerier kan knappast sägas utgöra någon egen självständigt drivande industri, och inte heller någon ansats till kluster. Någon transportindustri med exempelvis flera stora transportföretag samlade i avsikt att nå gemensamma fördelar på en större marknad har vi inte funnit. I de fall då transporter genomförs utanför regionen styrs detta oftast från områdesexterna mer eller mindre internationella företag.

Det pågår en stark konkurrens inom transportindustrin där ”låglöneländer” mer och mer börjar konkurrera med svenska och nordiska åkare, även om regionala transporter. Detta kan ses som negativt utifrån ett åkarperspektiv, men de kan samtidigt vara för tidigt att säga vilken betydelse det kan få för regionen som helhet. Flera av de andra företagen inom andra verksamheter som vi har intervjuat i denna studie har påpekat brister inom just logistik och vägtransporter. Detta ger dels möjligheter för regionala transportföretag att ytterligare profilera sig med kvalité och ökad kompetens kring regionala företags behov. Men även genom ett ökat samarbete kring logistik, kanske främst som ett sätt att öka även mindre företags möjligheter till export.

Järnvägen i regionen värderas av många företag som viktig. Inte sällan är järnvägen i sig en grundläggande orsak till att verksamhet från början startat på orten. Järnvägen i sig kan dock inte sägas vara annat än en viktig del av regionens infrastruktur. Tillgång till järnväg verkar inte heller vara orsak till att företag i dag väljer att lokalisera sig inom regionen.

Regionens enda hamn finns i Halmstad. Runt hamnen finns ett fåtal företag som är beroende av tyngre transporter. Det kanske största exemplet på detta är Pilkington Floatglas AB som importerar exempelvis sand och soda för glasproduktion och som även exporterar färdigt glas. Men även för exempelvis bilindustrin, stålindustrin, träindustrin och jordbruksindustrin är hamnen viktig.

Vilka aktörer utgör dessa klusteransatser och hur ser nätverken ut mellan aktörerna?

Historiskt har järnvägen kanske varit det som främst bidragit till regionens utveckling. Järnvägen har möjliggjort uppbyggnaden av en transportberoende industri. I området finns även goda möjligheter till vägtransporter och även till sjötransporter där satsningar redan gjorts för att utnyttja dessa möjligheter till logistik eller ”omlastningsindustri”.

Hur kan klusteransatserna utvecklas?

Hamnen är kanske den del av transport- och logistikområdet i regionen som har störst möjlighet att utvecklas. Halmstad Hamns har geografiskt en närhet till mer dynamiska områden inåt landet, en närhet till större städer och även en möjlighet att kombinera landsväg, järnväg och vattenväg som tillsammans med möjligheter att erbjuda outnyttjad industrimark för nyetableringar ger vissa möjligheter. Kanske främst för utveckling av tyngre export och importindustri i regionen men kanske även för att bygga upp en logistikverksamhet i området som kan utnyttja det geografiskt centrala läget och möjligheterna till omlastning mellan skilda transporter som finns.

Att utveckla bättre logistik inom regionen och för export kanske både kan öka behovet av interna transporter och logistik men även öka möjligheter till företag att fungera kostnadseffektivare vid export.

5.2 Golf och därmed sammanhängande verksamhet

Det underlaget som har legat till grund för vilka branscher som skulle väljas för intervjuer och materialinsamling har inte pekat på att golf och därmed förenligt verksamhet är en bransch där klusterbildning sker. Informella samtal med personer som är insatt i denna bransch pekade dock på att man i en klusteranalys knappast kan förbigå golfverksamheten.

Golfspelet har sedan den introducerades i Sverige sakta men säkert utbredd sig över Sverige för att sedan 1980-talet formligen har exploderat. Idag finns ungefär ½ miljon golvspelare i 400 golfklubbar i Sverige och kring golfen har utvecklats en mångfacetterad industri som rymmer företag i servicesektorn som hotell och restaurang, anläggningsföretag, reklamföretag, tillverkning av utrustning för golfbanor, dataföretag specialiserade på behov av golfklubbar och golfspelare etc.

Under materialinsamlingen för denna undersökning har flera intervjuade pekat på att denna bransch har utvecklats mycket under senare år och att många anser den vara ett utmärkt exempel på ett embryo till klusterbildning. Vi har tyvärr inte haft tid att genomföra mer systematiska intervjuer men anser att det är viktigt att åtminstone redogöra för hur denna bransch ser ut och vilket potential som finns.

Inom entreprenörsregion finns 25 golfklubbar varav huvuddelen också driver golfbanor. Kring dessa finns ett fyrtiotal företag som uppger att de driver verksamhet i direkt anknytning till golfaktiviteter, som exempelvis banbygge, tillverkning och detaljförsäljning av utrustning m.m. Bland dessa finns också några företag som har fått en större och till och med internationell marknad. Typiska exempel är maskin- och utrustningstillverkare och utvecklare och producenter av IT-baserade bokningsystem m.m.

5.3 Mjuk- och hårdvara

Denna bransch är mycket ung jämför med de övriga branscherna och sammankopplas med termen ”Den nya ekonomin” och allt vad detta innebär med osäkerhet, fluktuation och spruckna IT-bubblor. Detta till trots, finns inom IT-branschen potential för utveckling och tillväxt. Den del av branschen som tillsynes aktivt drivs framåt är trådlös kommunikation med olika tekniska lösningar, bl. a. den så kallade blue tooth – teknologin. Att det i närheten av högskolor och universitet växer fram företag som bygger på och utvecklar nya kunskapsområden och i förlängningen blir till nya kluster är känt och inget unikt för Högskolan i Halmstad, detta sker med stor säkerhet över hela Sverige. Det finns ett antal företag – varav ett relativt stort – som är avknoppningsföretag från högskolestudenter. Antalet företag som har verksamhet inom trådlös kommunikation är ungefär 5–10, men dessa är fortfarande små. Även dessa är skapade av studenter från Högskolan i Halmstad. Det förekommer också medvetna satsningar på att öka antalet företag. Vad som kan konstateras är att det finns kompetens och vilja i gruppen av företag, däremot så saknas det resurser, framför allt ekonomiska. Detta är tyvärr ofta dilemmat för nystartade företag som går in i en utvecklad bransch och som det ser ut i dagsläget är tillgången på riskkapital begränsat.

Önskan i gruppen är att driva någon typ av kompetenscentrum tillsammans, anordna seminarier, utveckla kurser i samarbete med Högskolan i Halmstad. Vad som behövs är stöd, mentalt och ekonomiskt framförallt från kommunen och Högskolan i Halmstad men även från de etablerade företagen i närområdet. De aktiviteter som finansieras av bl.a. VINNOVA som Högskolan är involverat i är ett rätt steg i denna riktning.

Vid sidan om dessa företag finns ett antal mjukvaroföretag både i Halmstad med omnejd som i Entreprenörsregionen som helhet. Vi har tyvärr ingen översikt över dessa och föreslår att man gör en detaljstudie av denna bransch.

6. Utvecklade kluster

Entreprenörsregionen kännetecknas av en stor mängd av företag som samverkar på många olika sätt. Det är dock möjligt att denna samverkan bara är en början till samverkan på det sätt som är karakteristiskt för klusterbildningar. Det finns dock åtminstone två organiserade former av samverkan där deltagarna också har skapat en stödstruktur med ett centrum som kan utnyttjas för utveckling, kompetensförsörjning m.m. Nedan följer en beskrivning av två av dessa mer utvecklade klusterbildningar.

6.1 Skärteknikcentrum i Gnosjöregionen AB

Affärsidé och produktområden

Affärsidén med Skärteknikcentrum är ”att tillsammans med olika aktörer erbjuda produkt-, teknik- och kompetensutveckling till företag verksamma inom skärande bearbetning”. 25 företag i GGVV-området står som ägare till Skärteknikcentrum och tillsammans omsätter företagen 1,4 miljarder kr och har 1349 anställda.

Skärande bearbetning innebär bland annat svarvning och fräsning. Detta kan ske genom olika maskiner såsom längdsvärvning, CNC-svarvar för komplettbearbetning och små serier, kurvstyrda automatsvarvar, fleroperationsmaskiner och rundbordsautomater för stora serier. Exempel på material som bearbetas är plast, mässing, koppar, aluminium och stål. Produktområden kan vara detaljer till hydraulik- och armaturindustrin, vvs-branschen, fordonsindustrin med mera. Inom Skärteknikcentrum finns 382 Kurv-automater, 225 CNC-svarvar samt 56 fleroperationsmaskiner.

Nätverk och utveckling

Skärteknikcentrum fungerar som mötesplats för nya och gamla kontakter. De arbetar strategiskt med att utveckla fungerande relationer med kunder, leverantörer, nationella och internationella forsknings- och utvecklingsinstitut, högskolor och universitet.

Kontakter tas med både svenska och europeiska myndigheter och offentliga institutioner som vill spela en roll för utvecklingen av företag inom skärande bearbetning. Detta görs bland annat genom seminarier, föreläsningar och minimässor.

Genom nära samarbete med olika leverantörer inom skärande bearbetning kan man utvärdera och prova nya tekniska lösningar. Skärteknikcentrum bedriver också utvecklings- och forskningsverksamhet inom skärande bearbetning i samverkan med högskolor och forskningsinstitut. Genom nationella och internationella nätverk kan Skärteknikcentrum agera bollplank och samarbetspartner när investeringar i nya maskiner och systemlösningar ska göras.

Rätt använd kan den snabba tekniska utvecklingen inom skärande bearbetning erbjuda nya möjligheter till lönsam utveckling och konkurrenskraft. Genom samarbetet med leverantörer, högskolor och institut kan man bidra till att maskiner och maskinsystem utnyttjas maximalt. Ett effektivare utnyttjande av maskiner ger därmed möjlighet till ökad konkurrenskraft och investeringar i nya tekniklösningar.

Beträffande kompetensutveckling får företagen grundläggande programmerings- och operatörsutbildningar av leverantörerna var för sig. Denna typ av grundutbildning räcker dock inte för att uppnå en rationell och kostnadseffektiv produktion som krävs för att ligga steget före konkurrenterna. Genom Skärteknikcentrums nätverk och nära samarbete med olika aktörer inom skärande bearbetning, mätning och CAD/CAM erbjuder de spetsutbildningar inom dessa områden.

6.2 Polymercentrum

Polymercentrum i Östbo-Västbo har sin verksamhet i Gnosjöområdet. Det är resultatet av ett samgående av områdets framstående företag inom plastbranschen. De huvudsakliga verksamhetsområden är formsprutning, tillverkning av formverktyg samt förbrukarledet av plastprodukter.

Polymercentrum erbjuder verksamhet när det gäller problemlösning, produkt-, teknik- och kompetensutveckling för företag som verkar inom plastbranschen. Deras målsättning är att utrusta sig tekniskt och personellt för att uppfylla framtida arbetsuppgifter. Dessa uppgifter styrs av de behov som uppstår i branschen.

Kortsiktigt kan Polymercentrum hjälpa företagen med ett antal tjänster som de har tillfälliga behov av. Detta kan röra sig om

- Provning och verifiering av nytillverkade formverktyg
- Konstruktionsstöd vid verktygsutformning för optimalt gods
- Materialtester och analyser
- Tillgång till datasimulering av produkt och process
- Mätning av produkter, ytor och material

Långsiktigt kan de hjälpa till med teknik- och kompetensutveckling samt hålla plastföretagen informerade om det senaste inom branschen.

Kurser hålls bland annat i formsprutning för verktygspersonal, försöksplanering och optimering samt operatörsutbildning. Vidare erbjuder Polymercentrum kompetensutveckling inom hela polymersektorn genom individuell utbildning av enstaka medarbetare på företaget, arrangera öppna kurser i kontinuitet, utgöra en plattform för högskolan, anordna spetsutbildningar samt arrangera seminarier.

7. Sammanfattande slutsatser

Målet för studien har varit att beskriva vad kluster är, kartlägga om det finns ansatser till klusterbildning i Entreprenörsregionen, beskriva hur dessa klusteransatser är uppbyggda samt ge förslag på hur de kan utvecklas. Som framgått av diskussionen kring klusterbegreppet i kapitel 2 och metoddiskussionen i kapitel 3 är begreppet ”kluster” och det sätt som en klusteranalys bör göras inte alldeles glasklar. Klusterbegreppet tillhör en grupp av näraliggande begrepp som exempelvis ”nätverk”, ”industriella distrikt”, ”innovationssystem” m. fl som alla utmärks av en gemensam egenskap. De handlar om olika aktörer – individer eller organisationer – som har utvecklat olika *relationer* till varandra. Det kan exempelvis vara formella relationer där avtal upprättats som fallet är när det gäller underleverantörer. Det kan också vara informella relationer där förtroende fungerar som ”smörmedel” och där avtal därmed inte är nödvändiga. Beroende på från vilket perspektiv man vill se detta kan man identifiera olika former för samverkan. Ett exempel är informationsutbytet och de informella samarbetsrelationerna mellan människor i en företagstät region – ibland kallad industriella distrikt – som har beskrivits i Italien men som också återfinns i Småland. Ett annat exempel är nätverk mellan företag som, vid sidan om sin allmänna form, också kan utformas av ingående företag och organisationer för att uppnå bestämda syften. Slutligen kan man också identifiera klusterbildningar som kännetecknas av samverkan men som i sin mest utvecklade form också innehåller en utvecklingsidé.

Kluster är dynamiska, de utvecklas och förändras och med tiden kan kluster också få en egen identitet. Enligt NUTEKs skrift "Regionala Vinnarkluster" skapas dynamiken av fyra drivkrafter (NUTEK 2001). Ju mer täthet och samspel det är mellan dessa drivkrafter, desto större är omvandlingstryck, utvecklingskraft och innovationsförmåga. Det handlar för det första om grad av investeringsvilja, förekomst av sporrande konkurrens och förmåga till strategisk verksamhetsutveckling, för det andra om att det finns god tillgång till såväl spetskompetens som rätt typ av insatsvaror och tjänster och för det tredje om det finns krävande, trogna och trendkänsliga kunder. Och det handlar slutligen om täta kopplingar till specialiserade underleverantörer, kompetenta branschorganisationer och stödjande kunskapsnoder d.v.s. högskolor och forskningsorganisationer.

Det mest framträdande resultatet av undersökningen är att det visserligen förekommer alla de nämnda samverkansformerna men ingen entydig bild. På ett sätt är detta naturligtvis självklart. Det handlar om Småland med dess långa småföretagstraditioner och mångfald av informella relationer som oftast sammanfattas i ord som "Gnosjöandan". Där förekommer också olika nätverksformer som bygger på informella relationer och förtroende. Det förekommer naturligtvis också traditionella samverkansformer som underleverantörsnätverk. Samtidigt är det uppenbart att våra förväntningar på att det skulle finnas fler ansatser till klusterbildning inte infriades.

Det finns två (vissa säger tre) tydliga exempel på mera utvecklade klusterbildningar i regionen – inom branschen Skärteknik med ett slags centrum "Skärteknikcentrum" samt inom branschen Plast (eller Polymer) med ett centrum "Polymercentrum". Inom ramen för dessa kluster samverkar företag och genom centrumbildningar får man stöd för framförallt kompetensutveckling och kompetensförsörjning. Man börjar också utveckla en egen slags identitet som kan användas för att bygga upp ett varumärke. Med andra ord skall kunderna inom och utanför regionen veta att man är bra på vissa processer och produkter.

Ett exempel på att det finns ansatser till klusterbildning är elektronikbranschen i Älmhult. Där finns ett antal företag som har börjat inleda ett samarbete kring i första hand kvalitetsfrågor. Även om detta samarbete har börjat utvecklas fört nu, finns det en grund för samarbete i nätverk genom att det har gjorts försök tidigare och att det finns "motorer", alltså organisationer, som fungerar som drivande kraft och stöd i denna utveckling.

Ytterligare ett exempel på en bransch med tydliga klusteransatser är branschen "Tunga fordon" i Ljungby och Kronobergs län. Dels finns det flera företag med liknande produkter och liknande produktionsprocesser, dels med liknande teknologier. Det finns också aktörer – branschorganisationer, kommuner, utbildningsorganisationer m.fl. – som fungerar som "klustermotorer" som initierar och främjar denna utveckling. Även om denna klusterbildning är under uppbyggnad och troligtvis behöver mycket tid för att utvecklas, är det ändå här vi har det bästa exemplet hittills.

Andra branscher, som exempelvis gummibranschen (i första hand industrigummi) uppvisar visserligen vissa drag av samverkan och utvecklingsvilja men måste ändå betecknas som en ganska svag ansats till klusterbildning. I första hand tycks en drivande kraft saknas.

Detsamma gäller en bransch som ansågs av många som viktiga - branschen Fästelement. Man kunde exempelvis anta att produktionen krävde närhet till användaren, där bland annat grossisten spelade en viktig roll. I många branscher i s.k. industriella distrikt är grossisten eller med det gamla begreppet "förläggaren" en viktig aktör som förmedlar impulser från

marknaden in i systemet och förmedlar produkterna ut till marknaden. I många fall spelar han också en roll vad gäller teknisk förnyelse. Men intervjuerna gjorde snart klar att det inte fanns någon form av samverkan eller att man spelade en sådan roll. Snarare är det här ett exempel på traditionell ”Gnosjöanda” – man har en mängd informella relationer, man informerar varandra, man hjälper varandra etc.

En intressant bransch är Livsmedelsbranschen (i första hand i Halmstad med omnejd). Genom omvärldskrav vad gäller miljö och EU-regler m.m. men också som följd av förändrade värderingar hos kunderna har många företag tvingats hitta nya sätt att producera och marknadsföra livsmedel. Till detta kommer också koncentrationen inom branschen både vad gäller detaljhandel och grossister som tvingar producenter att anpassa sig med stora leveranser m.m. Resultatet har blivit att många producenter försöker hitta nya vägar till kunderna vilket bl.a. också innebär en breddning av deras verksamhet med exempelvis gårdsbutiker, konferensverksamhet, turistverksamhet, etc. Ett antal företag inom branschen har också börjat samverka i, vad som skulle kunna utgöra en början till klusterbildning.

Inom Metallbranschen, i första hand gjuterier och ytbehandling, förekommer visserligen visst samarbete mellan gjuterier men det finns enligt intervjuerna dock en stor osäkerhet i vilken utsträckning samverkan bär. Däremot finns en stark branschorganisation som också fungerar bl.a. som kompetensstöd m.m. Företagen i branschen Yt- och värmebehandling däremot förefaller genom dominansen av två stora grupperingar (koncerner) snarare vara konkurrenter till varandra.

Branschen Maskinindustri och fram för allt specialmaskiner anses vara en viktig del i det industriella systemet. Man konstruerar och tillverkar i första hand specialmaskiner som säljs till och används både i företag inom som utanför regionen. Branschen anses dock vara bestående av en mängd specialiserade företag som inte samverkar med varandra.

Branscherna Pappers- och grafisk industri framstod i olika sammanställningar som viktiga och att det kunde finnas ansatser till klusterbildning. Dels finns det ett antal pappersbruk med tillhörande kringindustri och dels en relativt stor mängd tryckerier och annan grafisk industri i regionen. Men även här finns knappast några ansatser till klusterbildning.

Branschen Möbelindustri är central i regionen och möbeltillverkning förknippas i regel med just Småland. Men branschen är fortfarande mycket fragmenterad om man tar hänsyn till antalet anställda eller storlek på företag. Fragmenteringen är dock mindre om man tar hänsyn till branschens omsättning. Det finns inte heller några större och drivande aktörer med undantag av IKEA som har satt en viss press på den storskaliga delen av svensk möbelindustri. Det som för den utomstående betraktaren ser ut som klusterbildning är istället en mängd företag som har hittat sina produktischer. Samverkan sker med underleverantörer som av vissa intervjupersoner verkligen tycks ”vårdas”. Möbelbranschen blir här snarare än att utgöra kluster, ett typiskt småländskt ”industriellt distrikt” där man håller sig informerad om varandra, hjälper varandra när det behövs, och försöker utveckla det som man är bra på.

Det finns naturligtvis också andra branscher som kan innehålla ansatser till klusterbildning. Vi har exempelvis under undersökningens gång fått flera indikationer på att golfverksamhet skulle kunna utgöra en sådan ansats. Tyvärr har vi inte haft möjlighet att intervjua personer verksamma i denna bransch, men det är uppenbart att detta borde ske i form av en egen undersökning. Detsamma gäller branschen Transport och logistik, och framförallt branschen Hård- och mjukvara, d.v.s. den typ av företag som man förknippar med högskolemiljö (oftast

avknopningsföretag). Även här har vi inte haft möjlighet att studera dessa miljöer, men föreslår att man undersöker dessa mera.

Vad innebär detta för det praktiska arbetet?

Samverkan mellan företag och mellan företag och andra organisationer har alltid förekommit och är nödvändig för företagens utveckling. I vissa områden har samverkan mellan enskilda personer, familjer, företag m.fl. vuxit fram organiskt och blivit till ett tät väv som till slut har blivit ett kännetecken för en hel region. För många aktörer i samhället har dessa samverkansformer – om de nu kallas för nätverk, industriella distrikt eller kluster – blivit en viktig del i åtgärderna för att skapa tillväxt. Men man får inte glömma att man knappast kan skapa dessa samverkansformer, snarare är den enda möjligheten från samhällets sida att skapa villkor för att samverkan kan komma till stånd och att stödja lokala och regionala initiativ att utveckla samverkan. Detta kan formuleras som *klusterpolitik*.

Som framgått tidigare av bland annat NUTEKs skrift ”Regionala vinnarkluster” är klusterbildning ett begrepp som används i olika syften. Gemensamt är dock att det handlar om samverkan mellan olika aktörer vars syfte är att utveckla, förbättra sina produkter eller verksamheter. Det betyder också att företagen – och människorna i företagen – har en mängd kopplingar till varandra, varav en del kan vara i form av formella avtal men huvuddelen av relationerna snarare är informella som bygger på förtroende. Frågan är om och hur man kan stödja denna samverkan. Erfarenheterna visar att man från samhällets sida knappast kan ingripa, stödja eller på annat sätt direkt påverka dessa känsliga sociala processer. Däremot kan man skapa villkor för att sådan samverkan kan komma till stånd.

Från samhällets sida försöker man nu stödja klusterbildningen i förvisningen att sådana kluster bidrar till tillväxt och regional utveckling. Det betyder att man från samhällets sida bara kan sträva efter att skapa goda rambetingelser för att sådana kluster kommer till stånd. Detta kan ske genom att:

- Främja en sektorsövergripande tillväxtpolitik till exempel genom att samordna olika politikområden.
- Maximera nyttan av samhällets forskningsinsatser genom att exempelvis kombinera näringslivets FoU-insatser och behov av offentlig finansierad FoU
- Medverka till att marknaden fungerar på ett effektivt sätt, till exempel genom att främja konkurrensen inom näringslivet.

När det gäller praktisk klusterbildning beskriver NUTEK i skriften ”Regionala Vinnarkluster” ett antal återkommande drag som förefaller vara gemensamma för lyckade klustersatsningar. Vi sammanfattar och exemplifierar dessa på följande sätt.:

Klustermotorer. För att skapa och driva en klustersatsning är det nödvändig att någon – en enskild person eller grupp av personer och ibland också en organisation – agerar som ’klustermotorer’. Den viktigaste egenskapen för en sådan klustermotor är att vara kommunikativ och ha förmåga att vara gränsöverskridande. Att vara klustermotor är inte att vara en verkställande direktör snarare en, som NUTEK skriften uttrycker det, ”verkställande kommunikatör”. Även i vår undersökning visade sig att branscher med klusteransatser i regel också utmärktes av ”klustermotorer” som tillsammans med företagen organiserade och drev processen.

Kompetensförsörjning. En grundläggande förutsättning för att lyckas med en klustersatsning är också att det finns kompetensförsörjning. Det handlar dock inte enbart om spetskompetens för en specifik produkt eller produktionsprocess, utan det handlar lika mycket om kompetens vad gäller marknadsföring, kunskap om slutanvändarnas behov och krav etc. Även här visar vår undersökning att kompetensbrist eller kompetensutveckling är en av de svaga punkterna. I nästan alla intervjuer nämnde man just problem att hitta kompetens och att få personer med en viss kompetens att flytta till och stanna i regionen. Att arbeta med frågan om samverkan mellan företag och utbildningsverksamhet i kommunal eller statlig regi är en av kommunernas viktigare uppgift.

En annan aspekt av kompetens handlar om den speciella kompetensen som behövs för att utveckla nya produkter och processer. Även här förekommer visserligen kontakter som enskilda företag har byggt upp med universitet, högskolor och forskningsinstitut men det förefaller ändå finnas ett stort behov av att skapa nya kontakter och fördjupa existerande. Att bidra till detta är en av uppgifterna för "klustermotorerna".

Mötesplatser. Viktigt för framgångsrikt arbete i kluster är att man skapar tillgång till mötesplatser. Dessa är nödvändiga för erfarenhetsutbyte, de stärker sammanhållningen och de är viktiga för informationsutbyte. De är dock viktigt att möten ger ett "mervärde" för företagen. Det betyder bland annat att man tillsammans med företagen antagligen måste försöka skapa många olika sorters mötesplatser där var och en kan hitta något som ger mervärde. Det andra viktiga är att det måste finnas en viss kontinuitet – engångshändelser har knappast avsedd verkan.

Arbetsfördelning. För att vara långsiktigt framgångsrika är det viktigt att aktörerna identifierar sina styrkeområden och arbetar utifrån dessa för klustrets utveckling. Att hjälpa företagen att genomföra detta är en viktig uppgift för "klustermotorn".

Klustervisionen. Ett tydligt drag i framgångsrika kluster är att man skapar och upprätthåller en tydlig vision. En sådan vision bör inge förtroende och vara fokuserad men ändå flexibel. Den skall ange färdriktningen och strategiska förändringssteg men skall ändå vara tillräckligt öppen för att hänsyn ska kunna tas till förändringar i omvärlden. Klustervisionen skapas inte vid ett bestämt tillfälle utan formuleras i en längre – men organiserad – process där många aktörer deltar.

Varumärkesbyggande. Som beskrivits tidigare är byggandet av ett varumärke en bra strategi för att stärka konkurrenskraften.

Klusterspecifika förutsättningar. Gruppen bakom NUTEKs skrift beskriver lyckade klustersatsningar som kännetecknas av att man hela tiden arbetar med att finna och stärka de befintliga klusterfördelarna. Detta ställer krav på alla aktörer – näringslivet, enskilda företag och offentlig sektor, d.v.s. kommun och regionala organisationer – att samordna och mobilisera de krafter som kan stödja klustrets verksamhet. Det vill säga att se till att regionen blir attraktiv för arbetskraft, att utbildningsmöjligheter finns etc. Men fram för allt att man skapar resurser och kapacitet som underlättar för idéer och innovationer att utvecklas och omvandlas till nya företag och kommersiella produkter och tjänster. Gruppen betonar extra att: "I detta sammanhang är det av yttersta vikt att de offentliga aktörerna agerar utifrån företagets och entreprenörernas faktiska villkor. Det vill säga att, att man hela tiden försöker att arbeta utifrån ett 'bottom-up-perspektiv'."

Det torde framgå att den samhälleliga, ekonomiska och tekniska utvecklingen som vi alla är delaktiga i ställer nya krav på att organisera utvecklingsprocesser. Det traditionella linjära sättet – att behandla en fråga i taget och först när en process är slut så börjar man med en ny, kommer antagligen att överges. Även uppfattningen om att det finns ett ”centrum” som vet hur utvecklingen kommer att bli, kommer att överges då det finns en mångfald av aktörer med legitima intressen och motiv att delta i utvecklingsprocessen. Istället kommer man att arbeta simultant med parallella processer där många aktörer är delaktiga.

I en bok med titeln ”Nätverk som utvecklingsstrategi” har vi på basis av skandinaviska exempel beskrivit några av de utmärkande dragen i en sådan strategi (Gustavsen, Hofmaier, 1977). Vi identifierade två huvudprocesser, som dock är kopplade till varandra:

- En bred process där visioner och strategier diskuteras och utvecklas. I denna process deltar många olika aktörer både från företag, kommun, regionala organisationer utbildningsorganisationer m. fl. Formen och mötesplatser kan organiseras som *dialogkonferenser* där deltagarna aktivt kan utbyta argument och formulera strategier. Formen har prövats under lång tid och finns beskrivet i bland annat den nämnda boken och i flera andra böckerna, exempelvis i boken ”Faktor X. Arbete och kapital i en lokal värld” av Göran Brulin (Brulin, 2002).
- En ’smal’ process där konkreta utvecklingsprojekt organiseras och genomförs. Det kan här handla om allt från gemensamma marknadsundersökningar till interna utvecklingsprojekt i företag. Kunskapen och erfarenheter från dessa verksamheter bör dock bli till gemensam kunskap och på så sätt ge något för alla.

Dessa processer kan också sammanfattas i ett enkelt uttryck, för att driva utvecklingsprocesser måste man organisera dessa – med andra ord måste man skapa en *utvecklingsorganisation*. Detta gäller både för utvecklingsprocesser i företag och organisationer som för klusterbildning och regionala utvecklingsprocesser. För detta är en ”klustermotor” eller annan organiserande och drivande kraft viktig, men till sjuvende och sist är detta de deltagande företag och organisationernas egen process.

Källförteckning

- Andersson, M., Kassay, G., Samuelsson, T. (2000) Nätverk – en nätverksanalys av elektronikföretagen i Kronobergs län ur ett territoriellt, funktionellt och virtuellt perspektiv. Magisteruppsats Företagsekonomi, Universitetet i Växjö, juni 2000.
- Brege, S., Milewski, J. och Berglund, M. (2001) Storskalighet och småföretagande - en studie av strategiska grupper inom svensk möbelindustri. Vinnova. Rapport VR 2001:41 Stockholm
- Brulín, G. (2002) Faktor X. Arbete och kapital i en lokal värld. Stockholm: Atlas
- Gustavsen, B., Hofmaier, B. (1997) Nätverk som utvecklingsstrategi. Stockholm: SNS Förlag
- Karlsson, C. (2000) Kluster och industriell förnyelse i Entreprenörsregionen – en inledande studie. Jönköping
- NUTEK (1997) Svensk möbelindustri – kompetens, kontaktnät och konkurrenskraft. Nutek rapport 1997:54 Stockholm
- NUTEK (2001) Regionala vinnarkluster. En fråga om kompetensförsörjning, värdeskapande relationer och banbrytande visioner. Stockholm NUTEK förlag
- Porter, M.E. (1990) The competitive advantage of nations. London: Macmillan
- Porter, M.E. (1998) Cluster and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, Nov-Dec, 77-90

Bilaga 1

Följande företag har varit med i undersökningen

Elektronikbranschen i Älmhult

Eltex of Sweden AB

Kim Safe AB

Michael Scmitz Electronic AB

Sauer Danfoss AB

Fästelement i GGVV

Bufab Trading AB

Swemix Skruv AB

Tunga fordon i Ljungby och Kronobergs län

Inga direkta intervjuer har genomförts, redovisningen bygger på redan skrivit material samt ett möte där bland annat representanter för en mängd företag inom branschen deltog.

Gummibranschen i Värnamotrakten

Forsheda AB

Hordagruppen Vätterleden AB

Trelleborg Building Systems AB

Livsmedelsbranschen i Halmstad med omnejd

B E Chark

Charkdelikatesser

Krönleins bryggeri

Östras Bröd

Metallbranschen

Skärverktyg

Dormer Tools

Skärande bearbetning

ESBE

Gnosjö Automatsvarvning

Gjuteri

Gjuteribolaget i Bredaryd AB

Gjuteriföreningen

Zinkteknik i Bredaryd AB

VÅ Pressgjuteri AB

Yt- och värmebehandling

Body Coat i Halmstad

Body Coat i Värnamo

Proton Finishing i Anderstorp

Proton Finishing i Halmstad

Stålservice, Anderstorp

Ytbehandlingsföreningen

Maskinindustrin – specialmaskiner

Gisab

Herber

Stacke Hydraulik

Papper och grafisk industri

Gafs Kartong AB

Hyltebruks Tryckeri AB

Korsnäs Strömsnäs AB

Printografen Grafisk Produktion i Halmstad AB

Ruter Media Group AB

SCA Packaging Sweden AB

Skånetryck AB

Stora Enso Hylte AB

Möbelbranschen

AB Bröderna Johanssons Sängfabrik

AB mekaniska snickerifabriken i Anderstorp

ATAB-Trappan AB

Bergtex AB

GBP Ergonomics AB

Gemla Möbler AB

Hestra Inredningar AB

IKEA AB / Sydpolen

Johanson Design AB

Knäreds Werkstads AB

L. Ekdahls Möbler AB

Myresjökök AB

Swedstyle AB

Mjuk- och hårdvara

Högskolan i Halmstad, näringslivsservice

Exab

