

Frants Gundersen

På grensen til samarbeid

En undersøkelse av skandinaviske
bedrifters kontakt over landegrensene



NIBR

Norsk institutt for by- og regionforskning

På grensen til samarbeid

NIBR-rapport 2008:34

**Vesktismerter og
boligmarked**
Sentralisering og regional
boligprisutvikling

NIBR-rapport 2007:22

**Spredt boligbygging i
sentraliseringens tid**

**Samarbeidsrapport
NIBR/SINTEF/Byggforsk/NOVA 2007**

**Markedsbasert
utbyggingspolitikk**
Møte mellom kommune og
utbygger i pressområder

NIBR-notat 2008:120

**Flytting og livsinntekt
gjennom første del av
voksenlivet**

Rapportene koster fra
kr 250,-, til 350,- og kan
bestilles fra NIBR:
Gaustadalléen 21
0349 Oslo
Tlf. 22 95 88 00
Faks 22 60 77 74
E-post til
nibr@nibr.no

De kan også skrives ut fra
www.nibr.no

Porto kommer i tillegg til
de oppgitte prisene

Frants Gundersen

På grensen til samarbeid

En undersøkelse av skandinaviske
bedrifters kontakt over landegrensene

NIBR-rapport 2008:33

Tittel: **På grensen til samarbeid**
Undertittel: En undersøkelse av skandinaviske bedrifters kontakt over landegrensene

Forfatter: Frants Gundersen

NIBR-rapport: 2008:33
ISSN: 1502-9794
ISBN: 978-82-7071-752-1
Prosjektnummer: O-2333
Prosjektnavn: Strategi for nordiske grenseregioner

Oppdragsgiver: Nordisk Ministerråd

Prosjektleder: Frants Gundersen

Referat: Rapporten beskriver resultatene fra en spørreundersøkelse om samarbeid mellom bedrifter over landegrenser i Skandinavia. Den peker på at samarbeid er relativt utbredt og først og fremst knyttet til bedriftenes verdikjede. Samtidig viser undersøkelsen at potensialet for samarbeid ikke er fullt utnyttet, og at begrensningene for mer samarbeid absolutt er påvirkelig for regionale og nasjonale myndigheter.

Sammendrag: Norsk og engelsk
Dato: Desember 2008
Antall sider: 53 inkl. vedlegg
Pris: Kr 250,-

Utgiver: Norsk institutt for by- og regionforskning
Gaustadalléen 21
0349 OSLO
Telefon: (+47) 22 95 88 00
Telefaks: (+47) 22 60 77 74

Vår hjemmeside: E-post: nibr@nibr.no
<http://www.nibr.no>

Trykk: Nordberg A.S.
Org. nr. NO 970205284 MVA
© NIBR 2008

Forord

Samarbeid er et honnørord når næringslivets konkurransevne diskuteres. *Regionalt samarbeid* blir da også sett på som et virkemiddel for å oppnå bedre konkurransevne lokalt, og er en mulighet for enkeltregioner til å bedre rammebetingelsene for sitt eget næringsliv. Det antas at det oppstår synergieffekter når bedrifter samarbeider med andre bedrifter eller institusjoner om ulike input. Denne rapporten omhandler hvordan næringslivet i Norden forholder seg til samarbeid når bedriftene ligger i en region med en ”naturlig” barriere for samarbeid i sin umiddelbare nærhet, nemlig en riksgrense.

Prosjektet som denne rapporten er en del av, ble initiert og finansiert av Nordisk ministerråd. Rapporten baserer seg på en spørreundersøkelse til bedrifter innen et utvalg av næringer i kommuner inntil riksgrenser i Norge, Sverige og Finland. Disse bedriftene ligger i seks av de åtte regionene som Nordisk ministerråd har engasjert seg i med hensyn til grenseregionalt samarbeid. Rapporten er skrevet av Frants Gundersen, som også var prosjektleder. Takk til alle bedriftene som svarte på skjemaet våren 2006.

Oslo, november 2008

Olaf Foss
Forskningsjef

Innhold

Forord	1
Figuroversikt	3
Sammendrag.....	5
Summary	7
1 Innledning.....	9
1.1 Tema	9
1.2 Grensesamarbeid i seks regioner	10
1.3 Metode og data.....	11
2 Omfang av samarbeid.....	15
2.1 Samarbeid som det normale	15
2.2 Potensialet for mer samarbeid.....	18
3 Samarbeidsformer	20
3.1 Partnere og støttespillere.....	20
3.2 Effekter og begrensninger	23
4 Bedrifter uten samarbeid	29
4.1 Årsak til manglende samarbeid	29
4.2 Planer om samarbeid	32
4.3 Antakelser om et eventuelt samarbeid	33
5 Konklusjon.....	35
Litteratur	37
Vedlegg 1 Tabeller	38
Vedlegg 2 Spørreskjema.....	47

Figuroversikt

Figur 1.1	Andelen bedrifter etter næring i populasjonen, utvalget og besvarelsene.....	12
Figur 1.2	Andelen bedrifter etter sysselsetting i populasjonen, utvalget og besvarelsene.....	12
Figur 1.3	Andelen bedrifter etter land i populasjonen, utvalget og besvarelsene.....	13
Figur 1.4	Bedriftenes hovedmarked. Prosent.	14
Figur 2.1	Andelen med samarbeid over landegrensener etter lengden på samarbeidet. Prosent	16
Figur 2.2	Andelen med samarbeid etter land, region, næring og størrelse. Prosent.	17
Figur 2.3	Andelen av bedriftene med samarbeid og lengde på samarbeid etter konserntilknytning. Prosent	18
Figur 2.4	Andelen av bedriftene etter hvor de rekrutterer generelt nye medarbeidere og hvor de rekrutterer medarbeidere med spisskompetanse. Prosent	19
Figur 3.1	Hvilke type partner har foretaket i nabolandet? Prosent av foretakene med samarbeid.	21
Figur 3.2	Andelen av bedriftene som vurderer partnerne i nabolandet som viktigere enn lokale partnere etter næring og type partner. Prosent.....	22
Figur 3.3	Viktigheten av ulike institusjoner/virksomheter for utviklingen av samarbeidet. Prosent.....	23
Figur 3.4	Viktigheten av samarbeidet for ulike bedriftsinterne størrelser	24
Figur 3.5	Oppgi hvor viktig du vurderer de ulike faktorene under er for begrensninger av samarbeidet.....	25
Figur 3.6	Andelen bedrifter som vurderer de ulike faktorene som svært eller noe viktig for begrensninger av samarbeidet etter land. Prosent.....	27

Figur 3.7	Andelen bedrifter som vurderer sine erfaringer som relevant for andre som vurderer samarbeid. Prosent.....	28
Figur 4.1	Andelen bedrifter som oppgir hvor viktig de ulike faktorer er for at bedriften ikke har samarbeid. Prosent.....	30
Figur 4.2	Andelen bedrifter som oppgir ulike faktorer som svært eller noe viktig for at bedriften ikke har samarbeid etter land. Prosent.	31
Figur 4.3	Andelen bedrifter som oppgir ulike faktorer som svært eller noe viktig for at bedriften ikke har samarbeid etter næring. Prosent.....	32
Figur 4.4	Andelen bedrifter som oppgir at de har planer om samarbeid etter bakgrunn. Prosent.....	33
Figur 4.5	Andelen bedrifter som oppgir antatt effekt av eventuelt samarbeid. Prosent.....	34

Sammendrag

Frants Gundersen

På grensen til samarbeid

En undersøkelse av skandinaviske bedrifters kontakt over landegrensene
NIBR-rapport: 2008:33

Denne rapporten er en sammenfatning av resultatene fra en spørreundersøkelse om næringslivets samarbeid over landegrenser, som ble utført blant bedrifter i nærheten av grensene mellom Norge og Sverige, Norge og Finland, Sverige og Finland og Sverige, Åland og Finland. Utgangspunktet for undersøkelsen er en antakelse om at samarbeid gir bedrifter bedre konkurransevne enn om de ikke samarbeider – samtidig som at potensialet for samarbeid som overskrider nordiske landegrenser ikke er fullt utnyttet. Gjennomgang av datamaterialet fra spørreundersøkelsen støtter langt på vei denne antakelsen.

Undersøkelsen ble rettet mot det segmentet av næringslivet der vi antok at samarbeid var mest relevant. Bedriftene i undersøkelsen var ikke av de aller minste, de tilhørte bestemte næringer og de lå alle i kommuner inntil riksgrensene. Over halvparten av de som svarte på undersøkelsen oppga også at de hadde samarbeid over landegrensen.

Potensialet for samarbeid over landegrensen er ikke fullt utnyttet. Imidlertid er det også en viss andel av bedriftene som oppga at de ikke trengte slikt samarbeid. En kan derfor ikke si at bedrifter i alle situasjoner er tjent med mer samarbeid, men at *noen* bedrifter innen *noen* bransjer vil ha nytte av mer samarbeid. Også en del bedrifter uten samarbeid oppga at et eventuelt samarbeid ville vært positivt for bedriften innen en rekke områder.

De viktigste samarbeidspartene er knyttet til bedriftenes verdikjede, det vil si kunder, salgskontorer og leverandører. For bransjer uten klar verdikjede (for eksempel bygg- og anleggsnæringen) er konkurrenter like viktig. Samarbeidspartnere der relasjonene ikke er like tydelig knyttet til økonomiske strukturer, slik som konsulenter, kunnskapsinstitusjoner, virkemiddelapparatet o.l. kommer ikke så høyt opp på lista over viktige partnere.

De begrensende faktorene for samarbeid – sett fra bedriftenes side – er i stor grad knyttet til formaliteter og hindre som offentlige myndigheter kan påvirke, slik som tollbarrierer, formelle administrative krav og regelverk. Faktorer som er knyttet til mer generell næringsdrift (ulik forretningskultur, priser eller tilgjengelig informasjon) eller mer faste begrensende faktorer (språk og avstand) er også oppgitt, men ikke så viktige.

Bedrifter uten samarbeid oppgir også i stor grad at et eventuelt samarbeid ville vært positivt. Mange av dem tror også at et eventuelt samarbeid vil gi positive bidrag til både omsetning og overskudd. Hver femte av dem har da også planer om å starte et samarbeid over landegrensen. For en del av disse bedriftene er imidlertid hovedbegrensningen at de ikke trenger samarbeid over landegrensen av ulike årsaker.

Summary

Frants Gundersen

The Borders as Barriers for Cooperation

A Survey of Contact across the Borders for Scandinavian Firms
NIBR Report: 2008:33

This report is a summary of a survey about cooperation across national borders. It was carried out among enterprises along the borders between Norway and Sweden, Norway and Finland and Finland, Åland and Sweden.

The background for the study is an assumption that cooperation between firms is a means for enhancing competitiveness, and that cooperation between firms at different sides of the borders is not yet fully developed. This survey supports both parts of the assumption.

The survey was targeted towards a part of the business enterprise sector where cooperation across national borders was likely to occur. The firms were of a certain size, they operated in certain industries and they all were located in municipalities along national borders. More than half of the firms in the survey reported some cooperation across the border.

The survey shows that the potential of cooperation is not yet fully exploited. Many firms without cooperation reported that cooperation in some respect would have been an advantage. However, a certain amount of the enterprises reported that they actually don't need cooperation. An increase in cooperation is therefore not a solution for everyone everywhere, but for some firms in certain situations.

The most important partner for cooperation is tied to the value-chain, i.e. customers, sales-agents and suppliers. For industries without a clear value-chain (for example construction), competitors are important too. Cooperation-partners that are not linked to economic structures, such as consultants, knowledge-institutions and public services, are general not so important partners for the firms.

Hampering factors for cooperation are first and foremost linked to formalities and regulations, controlled by public governments, such as customs, formal regulations and public standards. Factors linked to general business life (price, information or different business cultures) or more unchangeable factors (language or distance) are also mentioned, but to a much less degree.

Business enterprises without cooperation report that they think cooperation might be positive for the firm. Many of them think that cooperation would boost both the turnover and the profit. Every fifth of them also have plans for starting cooperation across the national border. But for some of them the main reason not to cooperate across the boarder is that they don't need to.

1 Innledning

1.1 Tema

Samarbeid over landegrenser har lenge stått sterkt i de Nordiske land. Imidlertid er det gjort lite for å dokumentere hvordan dette samarbeidet arter seg. Tidligere arbeider har også enten vært individbasert, eller konsentrert seg om institusjoner (Skålnes og Moen 2004). Næringslivet og de enkelte bedriftene er i liten grad kartlagt.

Samarbeid mellom bedrifter¹ har lenge vært sett på som en viktig faktor for å styrke bedriftens, regionens eller næringens konkurransevne. Et effektivt samarbeid kan både redusere kostnader ved den daglige driften, gjennom etablering av nettverk, tillit mellom aktører og forenkling av rutiner (reduksjon av transaksjonskostnader) og øke nyskaping og innovasjonsmulighetene gjennom utveksling av personer, informasjon og ideer.

I praksis viser det seg også at samarbeid kan gå lettere innenfor enkeltregioner som er relativt homogene med hensyn til sosiale og kulturelle mønstre. Kombinert med fordeler med ansikt-til-ansikt-relasjoner og felles situasjon med hensyn til ressurser og mennesker, har konkurransevne ofte en regional/geografisk dimensjon. Eller slik Nordisk ministerråd (2006) selv uttrykker det:

¹ I denne rapporten benyttes *bedrift* og *foretak* synonymt. I norsk offisiell statistikk er det en klar forskjell på disse begrepene, der ett foretak (den juridiske enheten) kan bestå av flere bedrifter (som er geografisk og næringsmessig entydig). Det er *bedrifter* som svarte på spørreundersøkelsen, men i forhold til oppgavegiverne og den allmenne forståelsen av begrepene kan også *foretak* forekomme som betegnelse.

Det nordiske næringspolitiske samarbejde skal medvirke til fjernelse af grænsehindre og handelsbarrierer, idet en åben nordisk region er essentiel for fremme af økonomisk integration og vækst i Norden. (s. 15).

De nordiske landene er relativt homogene når det gjelder økonomiske, sosiale og kulturelle kjennetegn, så mulighet for samarbeid over landegrensene burde være gode. Lokalt i grenseregionene kan en – på grunn av geografisk nærhet – anta en finner enda bedre muligheter for slikt grenseoverskridende samarbeid. Så hvordan arter slike samarbeidsrelasjoner seg? Og er det slik at landegrensene fungerer som barrierer for samarbeid, slik at bedriftene ikke får utnyttet potensialet for samarbeid? Det er disse spørsmålene dette notatet har som ambisjon å belyse.

1.2 Grensesamarbeid i seks regioner

Nordisk ministerråd har siden 1971 finansiert ulike grenseregionale samarbeidsinitiativ. Arbeidet har gradvis blitt utvidet til i dag å omfatte åtte områder i Norden. Denne undersøkelsen omfatter næringslivet i seks av de åtte regionene, da vi holder NORA og Øresund-regionen utenfor. En nærmere beskrivelse av Nordisk ministerråd sitt engasjement, og dermed bakgrunn for denne undersøkelsen, går vi ikke videre inn på her. Dette er godt beskrevet andre steder (for eksempel i Skålnes og Moen 2004 og Moen og Skålnes 2005).

En uttalt målsetning med prosjektet er imidlertid å dokumentere forhold ved grensesamarbeid som kan styrke og bedre samarbeidet mellom næringsliv på tvers av landegrensene. Prosjektet skal være relevant for politikktutforming generelt og politikk for å øke den nordiske konkurranseevnen spesielt. Det er derfor viktig å dokumentere både hvorvidt – og eventuelt på hvilken måte – samarbeid vurderes som positivt med hensyn til konkurranseevnen og hvilke faktorer som understøtter og eventuelt hindrer mer samarbeid. Denne rapporten tar sikte på en slik dokumentasjon ved hjelp av en undersøkelse NIBR gjennomførte første halvår 2006. Ikke alle data kommenteres i teksten, men i vedlegget er det en samling av frekvenstabeller og krysstabeller fra undersøkelsen som dekker alle spørsmål og variable.

1.3 Metode og data

Vinteren 2005/2006 ble det sendt ut spørreskjema til bedrifter i de seks regionene. Vi hadde som utgangspunkt at dette skulle være en liten undersøkelse på grunn av knappe ressurser. For å begrense omfanget ble det derfor på forhånd gjort visse avgrensninger. Disse avgrensningene skulle det gjøre mer sannsynlig at de bedriftene vi spurte hadde samarbeid over landegrensene. På den måten ville vi få relativt mange bedrifter med samarbeid i datamaterialet vårt. Uten slike avgrensninger risikerte vi å spørre et stort antall bedrifter der samarbeid over landegrensene ikke fantes og heller ikke var aktuelt. Beskrivelse av samarbeidformer, begrensninger o.l. ville da bli vanskelig.

For det første ble det bare sendt ut spørreskjema til bedrifter i kommuner med kommunegrense sammenfallende med riksgrense. For det andre ble det ikke sendt ut skjema til bedrifter med fem eller færre sysselsatte. Fra andre undersøkelser vet vi formelle samarbeidsrelasjoner oftere etableres i store bedrifter (Statistisk sentralbyrå 2004a, 2004b). For det tredje ble det gjort et utvalg blant næringer, der fire hovednæringer ble valgt ut. Disse næringene var industri, byggenæring, privat tjenesteyting og høgschooler.

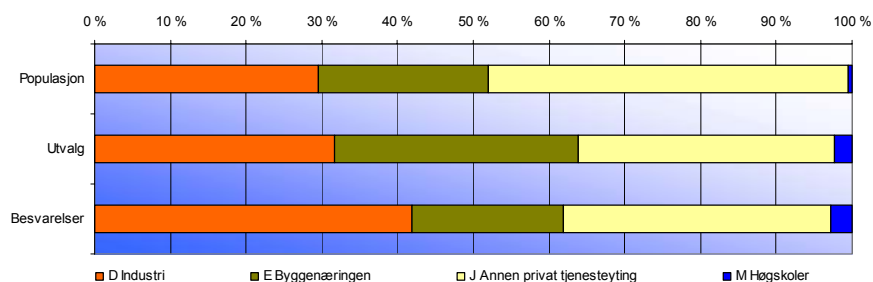
Industrien ble valgt ut på grunn av en klar verdikjede, der samarbeid er aktuelt med både leverandører, kunder (som viderefører produktene) og beslektede bedrifter (der det samarbeides om kompetanse). Byggenæringen er prosjektorientert, der spesielt personellrekruttering og -forvaltning kan være gjenstand for grenseoverskridende samarbeid. Privat tjenesteyting er næringer der kompetanse er viktig, og rekruttering av personell og nettverk for kompetanseutvikling er aktuelt. I tillegg ligger det i næringens natur at samarbeid med kunder vil være viktig. Den siste næringen, høgschoolsektoren, har kompetanse som en enda mer sentral ressurs, men det viser seg at antallet høgschooler i de aktuelle regionene er så få, at data fra denne næringen i liten grad kan benyttes i de følgende statistiske oversiktene. Fra andre kilder (Moen og Skålnes 2006) vet vi imidlertid at det eksisterer til dels omfattende samarbeid over landegrensene mellom høgschooler.

Mikrodata ble hentet inn fra Statistiska Centralbyråen i Sverige, Statistiskcentralen (Tilastokehus) i Finland. NIBR har selv

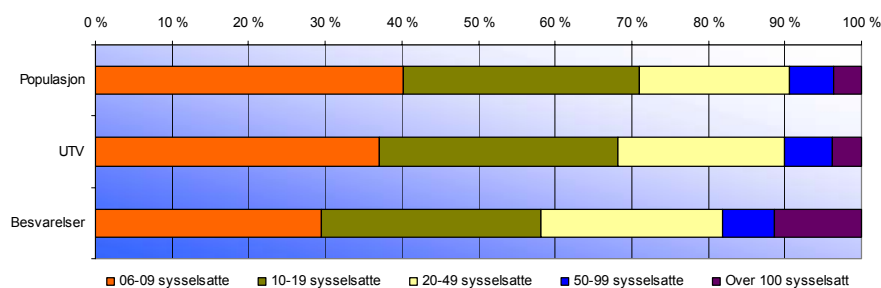
mikrodata for Norge tilgjengelig. Etter utvelgelsen som nevnt over ble populasjonen dermed på 3684 bedrifter. Av disse fikk 663 bedrifter tilsendt skjema. Bedriften kunne velge om skjemaet skulle fylles ut i papirutgaven, og returnere det via tradisjonell post, eller om det skulle fylles direkte ut i en elektronisk utgave på Internett.

Dessverre viste det seg at bare en liten andel av bedriftene tok seg tid til å svare på undersøkelsen. Selv etter to runder med purringer var antall besvarelser bare kommet opp i 105. Dette gir en svarprosent på 16. Statistisk er dette nok til å gi robuste tall for frekvensfordelinger av de forskjellige svarene, men det er for lite til at vi kan publisere særlig mange varianter av krysstabeller. Vi kan for eksempel vise hvordan bedriftene fra de ulike landene svarer på om de har samarbeid eller ikke, men vi kan ikke samtidig fordele etter region og næring.

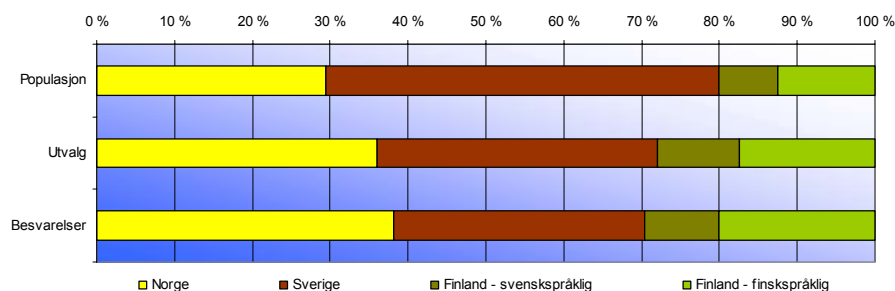
Figur 1.1 *Andelen bedrifter etter næring i populasjonen, utvalget og besvarelsene*



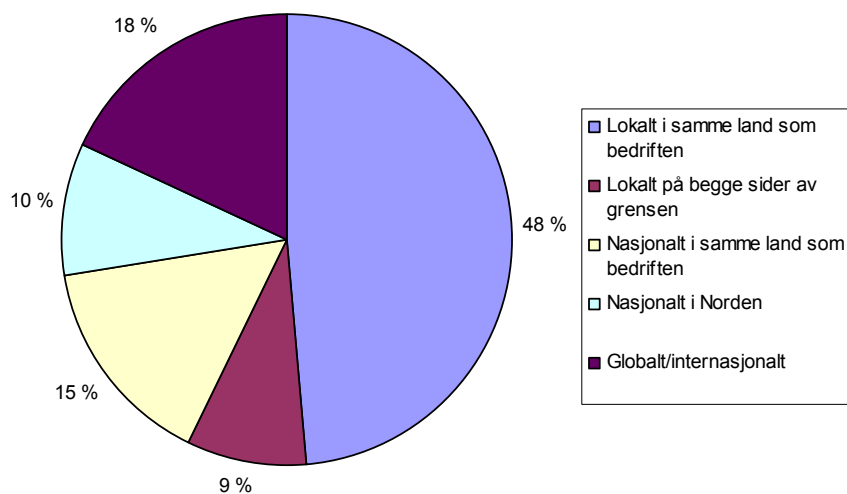
Figur 1.2 *Andelen bedrifter etter sysselsetting i populasjonen, utvalget og besvarelsene*



Figur 1.3 *Andelen bedrifter etter land i populasjonen, utvalget og besvarelsene*



Figur 1.1, 1.2 og 1.3 beskriver sammensetningen av bedriftene i henholdsvis populasjon, utvalg og besvarelsene. Som vi ser er det noe avvik mellom disse mengdene. Besvarelsene har noe flere industribedrifter, større bedrifter og flere fra Norge enn populasjonen og utvalget. Det er likevel ikke hensiktsmessig å kompensere for dette gjennom for eksempel vektning av flere grunner. For det første er populasjonen i seg selv et utvalg av bedrifter som er gjort etter en vurdering av hvilke bedrifter som er mest interessante i denne sammenhengen. Det er dermed nærmest umulig å skulle etablert noen populasjon som besvarelsene skulle vektet mot. For det andre er det ikke gitt hvordan de relative små skjjevhetene slår ut på besvarelsene. Kombinert med at undersøkelsen ikke er av en slik størrelse at vi kan forsvare å bruke ressurser på den typen oppgaver, må vi derfor se på datamaterialet vårt som et tilfeldig utvalg blant spesielt interessante bedrifter.

Figur 1.4 *Bedriftenes hovedmarked. Prosent.*

En første indikasjon på hva slags type bedrifter vi har i utvalget ser vi av hvilke hovedmarkeder bedriftene oppgir (figur 1.4). Hovedmarkedet for bedriftene er i halvparten av tilfellene lokalt i samme land som bedriftene. Og det er bare en fjerdedel som har markeder internasjonalt, enten i Norden eller utenfor Norden. Bedriftene i undersøkelsen er altså ikke av den ”globale” sorten, men er i de fleste tilfellene regionalt/nasjonalt forankret med hensyn til hovedmarked. Hver femte bedrift har da også hovedmarkedet lokalt på begge sider av grensen.

En såpass lokal/regional forankring passer godt med formålet til undersøkelsen. Hvis bedriftene i utgangspunktet var globale aktører ville lokale grensehindre vært, i større eller mindre grad, irrelevante for forretningsdriften. Med lokal/regional forankring kan vi imidlertid forvente at en god del av bedriftene har tatt stilling til fordeler og ulemper ved samarbeid generelt og grensehindre for slikt samarbeid spesielt.

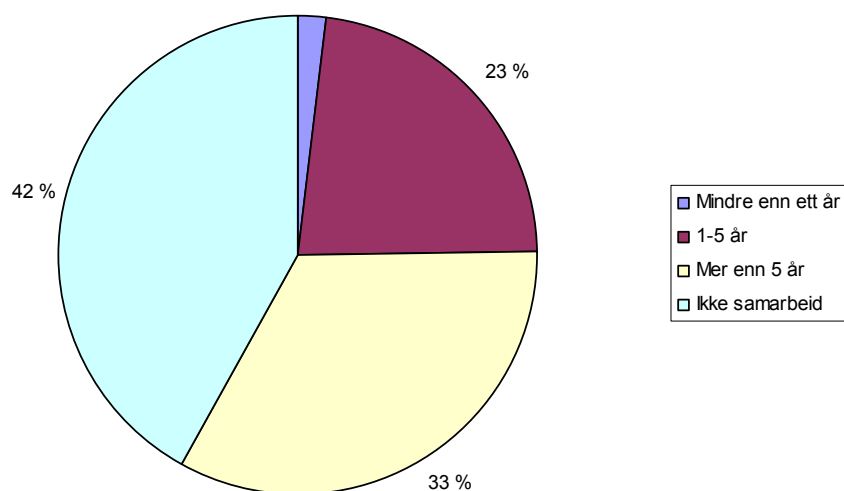
2 Omfang av samarbeid

2.1 Samarbeid som det normale

Det tar tid å få i gang samarbeid. Det vil derfor alltid være en del av bedriftene som ikke har samarbeid, rett og slett fordi bedriften er for ung. Fra andre studier (Gundersen 2007) vet vi at rundt 8 prosent av den samlede sysselsettingen befinner seg i bedrifter som er yngre enn tre år. Det er ingen grunn til å tro at noe annet gjelder for vår populasjon. En relativt stor andel av bedriftene vil derfor rett og slett være for unge til at noe samarbeid er etablert. I vår undersøkelse har nesten 60 prosent oppgitt at de har samarbeid over landegrensene. Vi kan dermed trygt si at blant veletablerte bedrifter i denne populasjonen er samarbeid over landegrensene en vanlig del av virksomheten.

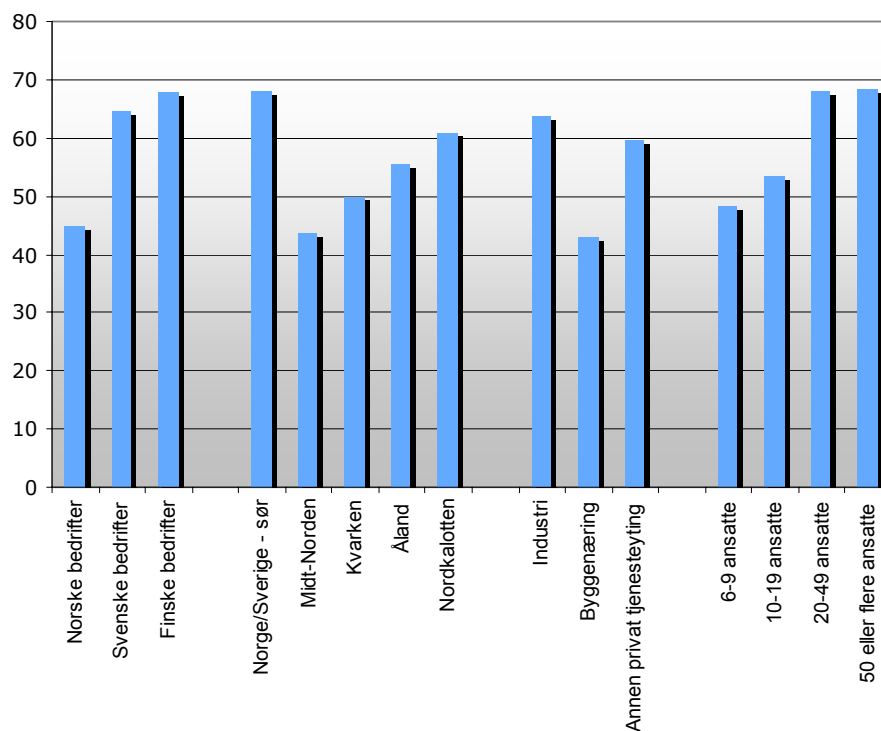
Figur 2.1 indikerer dermed også at avgrensningene i populasjonen hadde den tilsiktede effekten ved at hele 58 prosent av bedriftene har samarbeid med virksomheter i naboland. Figuren understreker også at samarbeid ikke er noe flyktig fenomen, men baseres på relasjoner som bygges opp og vedlikeholdes over tid. Godt over halvparten av de bedriftene med samarbeid har holdt på i mer enn fem år. Tilfanget av nye bedrifter blir tilsvarende lavt. Bare to prosent av bedriftene startet opp samarbeid siste året.

Figur 2.1 *Andelen med samarbeid over landegrensar etter lengden på samarbeidet. Prosent*



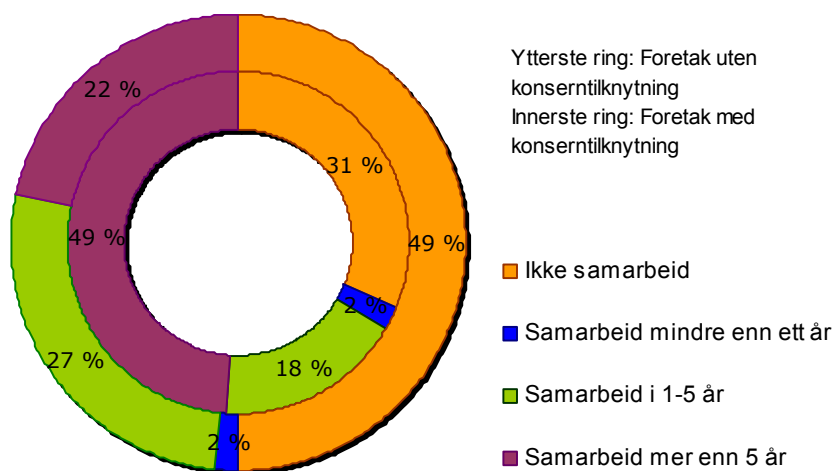
Figur 2.2 viser andelen av bedriftene med samarbeid over landegrensen etter noen sentrale kjennetegn ved bedriften. Det er ikke så veldig store forskjeller på kategoriene, men norske bedrifter samarbeide noe mindre enn de andre. Byggenæringen har også lite samarbeid, og andelen med samarbeid øker med størrelsen på bedriftene. Sammenligner vi dette med hvordan besvarelsene fordelte seg i forhold til populasjonen kan vi anta at overvekten av norske bedriftene gir noe lavere andel med samarbeid, mens en overvekt av store bedrifter i besvarelsen trekker denne andelen opp. Det er altså ingen entydig skjevhet med hensyn til samarbeidshyppigheten gjennom bakgrunnsvariablene, samlet sett.

Figur 2.2 *Andelen med samarbeid etter land, region, næring og størrelse. Prosent.*



Bedrifter som er med i et konsern har i større grad enn de som ikke er del av et konsern, samarbeid over landegrensene, se figur 2.3. Konsernbedriftene har også holdt på lenger med samarbeid, mens tilfanget av nye bedrifter med samarbeid (de med samarbeid under ett år) er omtrent likt. Det siste betyr ikke at konsernbedrifter er blitt like lunkne til samarbeid som ikke-konsernbedrifter. Snarere kan det tolkes som at når det er færre konsernbedrifter igjen som ikke har samarbeid er det ”vanskeligere” å få nye med samarbeid.

Figur 2.3 *Andelen av bedriftene med samarbeid og lengde på samarbeid etter konserntilknytning. Prosent*



Det er kanskje ikke så rart at konsernbedrifter i større grad samarbeider over landegrensene. De har jo i utgangspunktet et bedriftsnettverk innen konsernet som de må forholde seg til og eventuelt samarbeide med. Og undersøkelsen sier ikke noe om det er innenfor konsernet bedriftene samarbeider. To tredjedeler av bedriftene med konserntilknytning har riktignok hovedkontoret i samme land som bedriften, men hvor andre bedrifter i konsernet er lokalisert vet vi ikke. Andelen bedrifter med hovedkontor i samme land som bedriften er enda større blant bedrifter uten samarbeid, men her er antallet så få at det ikke kan trekkes noen konklusjon.

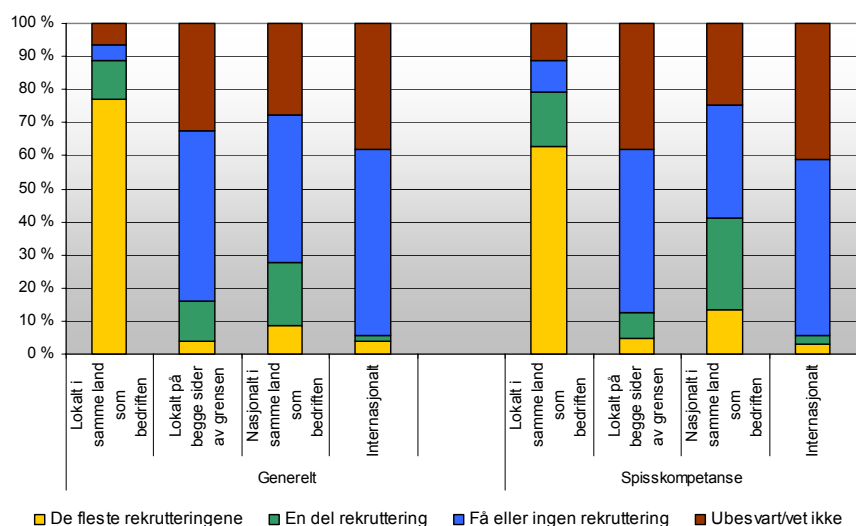
2.2 Potensialet for mer samarbeid

Gitt måten bedriftene ble plukket ut til å delta i undersøkelsen er det kanskje ikke så overraskende at andelen med grenseoverskridende samarbeid er høyt. Imidlertid er det en antakelse hos Nordisk ministerråd om at mer samarbeid gir bedre konkurransevne, det vil si at det optimale samarbeidsnivået ligger høyere enn dagens nivå. Kan våre data belyse dette? Figur 2.4 indikerer i alle fall at dette er tilfelle når det gjelder personellrekruttering.

Bedriftene rekrutterer i all hovedsak sine nye medarbeidere, både av generell art og de med spisskompetanse, lokalt i samme land som bedriften. Nesten ingen blir rekruttert lokalt på den andre siden av grensen.

Alle bedriftene lå i en kommune som lå inntil en riksgrense, det vil si med umiddelbar nærhet til nabolandet. Gitt omtrentlig samme kompetanse- og kostnadsnivå på arbeidskraften over grensen er rekrutteringsmønsteret påfallende. Andelen som rekrutteres lokalt i samme land er for eksempel betraktelig høyere enn andelen som har det lokale som hovedmarked (figur 1.4). Hvis riksgrensen var av underordnet betydning skulle en også anta at de to søylene lengst til venstre i figur 2.4 så omtrent like ut, noe de absolutt ikke gjør.

Figur 2.4 *Andelen av bedriftene etter hvor de rekrutterer generelt nye medarbeidere og hvor de rekrutterer medarbeidere med spisskompetanse. Prosent*



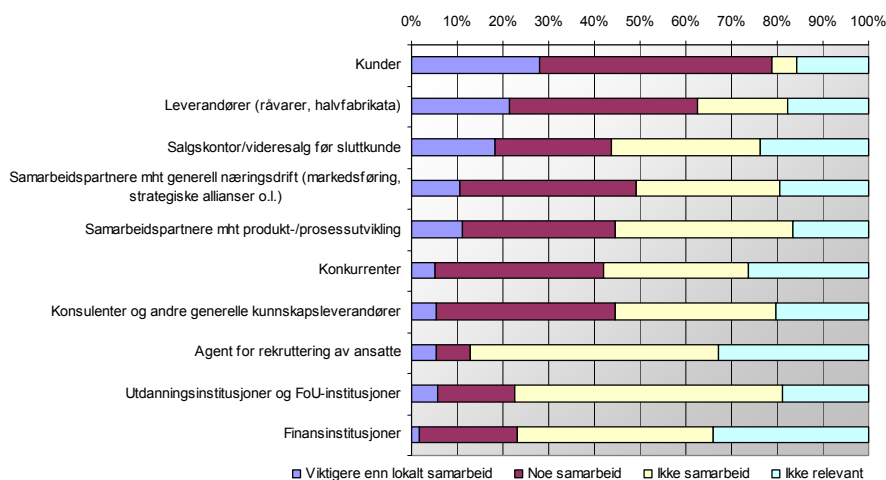
Det er ellers påfallende hvor likt mønsteret er for generell rekruttering og rekruttering av spesialkompetanse. En kan ane en svak tendens til at bedriftene går mer ut på den nasjonale arenaen for spisskompetanse, men hovedinntrykket er at de finne personalet lokalt, uansett kompetanse. Å krysse grensen virker som et lite benyttet alternativ.

3 Samarbeidsformer

3.1 Partnere og støttespillere

I en samarbeidsrelasjon er det viktig å huske på at det er (minst) to aktører som skal samarbeide. Begge aktørene må være motivert for at samarbeid skal etableres og videreføres. Samarbeid er dermed enklest å etablere der gjensidig nytte er mest åpenbar. Relasjoner gjennom verdikjeden (det vil si rekken av aktører fra råstoff til ferdig produkt hos kunde) gir åpninger for nettopp dette. De tre viktigste partnerne i samarbeidsrelasjonene i figur 3.1 er nettopp partnere knyttet til en bedrifts verdikjede. Kunder og leverandører skiller seg ut som spesielt viktige partnere. Det sammenfaller med i den empirien vi har om mer spesialisert samarbeid, for eksempel innovasjonssamarbeid (Salte 2007, Statistisk sentralbyrå 2004a) og FoU-samarbeid (Statistisk sentralbyrå 2004b).

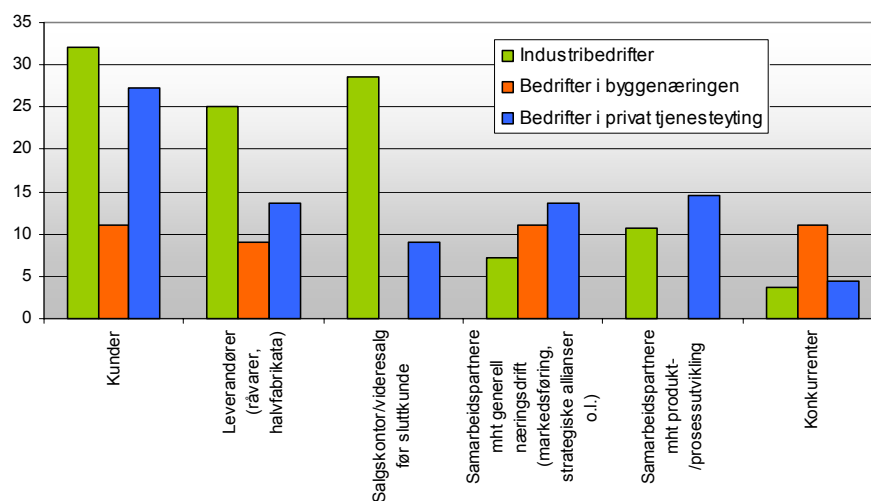
Figur 3.1 *Hvilke type partner har foretaket i nabolandet? Prosent av foretakene med samarbeid.*



De ulike institusjonene varierer i viktighet for ulike næringer. Dette slår også ut på hvor stor andel av bedriftene innen ulike næringer som oppgir institusjonene som viktige samarbeidspartnere. Ikke uventet har industribedriftene mer samarbeid knyttet til verdikjeden enn for eksempel byggenæringen (figur 3.2). For byggenæringen er ikke verdikjeden viktig i det hele tatt med hensyn til samarbeidsinstitusjoner. Generelt har bedrifter i denne næringen mindre samarbeid enn bedrifter i de to andre kategoriene, men ikke når det gjelder samarbeid med konkurrenter. Her er det relativt dobbelt så mange som samarbeider innen byggenæringen i forhold til industri og tjenesteyting.

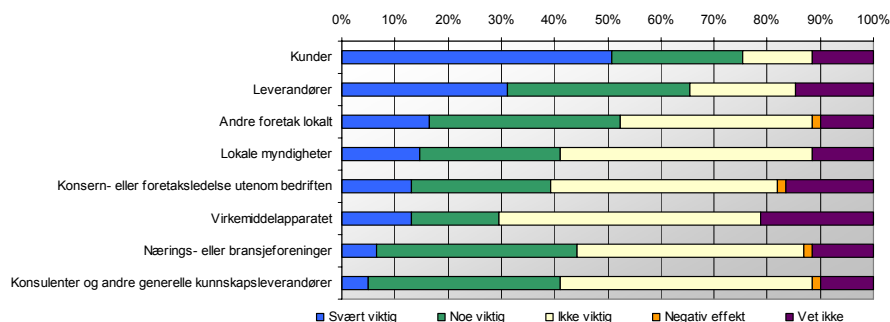
Selv om bedrifter i byggenæringen samarbeider i mindre grad enn bedrifter innen industri og privat tjenesteyting er det ikke sikkert at nivået er så lavt i forhold til det generelle nivået. Vi skal huske på at undersøkelsen på forhånd har silt bort de fleste næringene, med den antakelsen at samarbeidsnivået i disse næringene er enda lavere enn i de tre næringene vist i figur 3.2.

Figur 3.2 *Andelen av bedriftene som vurderer partnerne i nabolandet som viktigere enn lokale partnere etter næring og type partner. Prosent*



Også når det gjelder hvilke partnere som er viktig under utviklingen av samarbeidet er det institusjoner som er knyttet til verdikjeden som rangeres som viktigst, se figur 3.3. Her er også forskjellene enda større enn i figur 3.1 ved at kundene og leverandørene er mye viktigere enn aktørene lenger ned på lista. I tillegg er det lokale aktører som fremheves som viktige, mens aktører som jobber med å tilrettelegge for næringsdrift (det offentlige virkemiddelapparatet, nærings- og bransjeforeninger og konsulenter) kommer helt nederst på skalaen over viktige aktører for samarbeidsutvikling. Her må en imidlertid huske på at disse institusjonene i liten grad har økning i grenseoverskridende samarbeid som sine primære mål. Hovedinnsatsen settes inn på andre og videre områder.

Figur 3.3 *Viktigheten av ulike institusjoner/virksomheter for utviklingen av samarbeidet. Prosent*



Et interessant trekk, både når det gjelder hvilke partnere som er viktige for samarbeidet og hvilke partnere som har vært viktige for utvikling av samarbeidet, er at alle de ulike institusjonene/virksomheten oppgis som viktige av en del bedrifter. Det er ingen aktørgruppe som ikke er viktig for noen. Det understreker at samarbeidsrelasjoner er noe som er avhengig av flere faktorer og aktører, og som vi så tidligere tar tid å etablere.

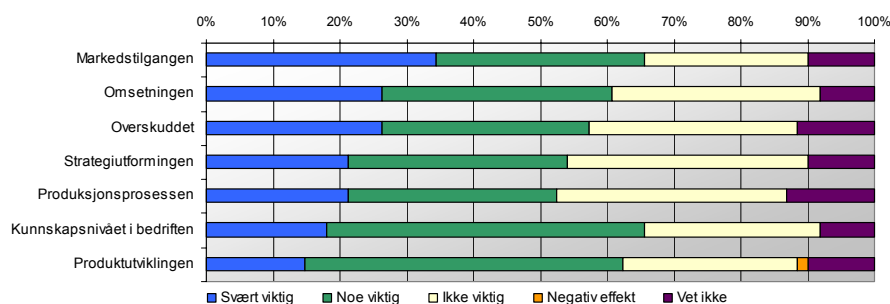
3.2 Effekter og begrensninger

Bedrifter samarbeider ikke bare for samarbeidets skyld, men har forventninger om effekter som til syvende og siste kan måles i kroner og øre. Selv om effektene kan være vanskelig å tilbakeføre til en eventuelt økt avkastning på den totale investeringskapitalen, er det tydeligvis sider av virksomheten som bedriftene merker at blir påvirket av samarbeidet.

I figur 3.4 har bedriftene oppgitt hvor viktig samarbeidet har vært for ulike sider av virksomheten. Det kanskje mest interessante her er at samarbeidet oppgis som svært eller noe viktig for alle størrelsene for over halvparten av bedriftene. Samarbeid over landegrensene har dermed en effekt som kan slå positivt ut på mange sider av virksomheten. Som i Moen og Skålnes (2005) beskrives samarbeid her som generelt svært positivt for næringsvirksomheten. Og beskrivelsen kommer fra de som faktisk er involvert i grenseoverskridende samarbeid – og støtter slikt sett opp under antakelsen om de positive effektene av samarbeid som var bakgrunnen for å gjennomføre denne undersøkelsen.

Samtidig er det også interessant at de direkte økonomiske størrelsene (markedstilgang, omsetning og overskudd) ofte blir påvirket i positiv retning, minst like mye som de mer indirekte størrelsene (som kunnskapsnivå, strategiutforming, produktutvikling). De bedriftene som samarbeider gir med dette uttrykk for at samarbeidet gir effekter som positivt innvirker på økonomiske målbare størrelser.

Figur 3.4 *Viktigheten av samarbeidet for ulike bedriftsinterne størrelser*

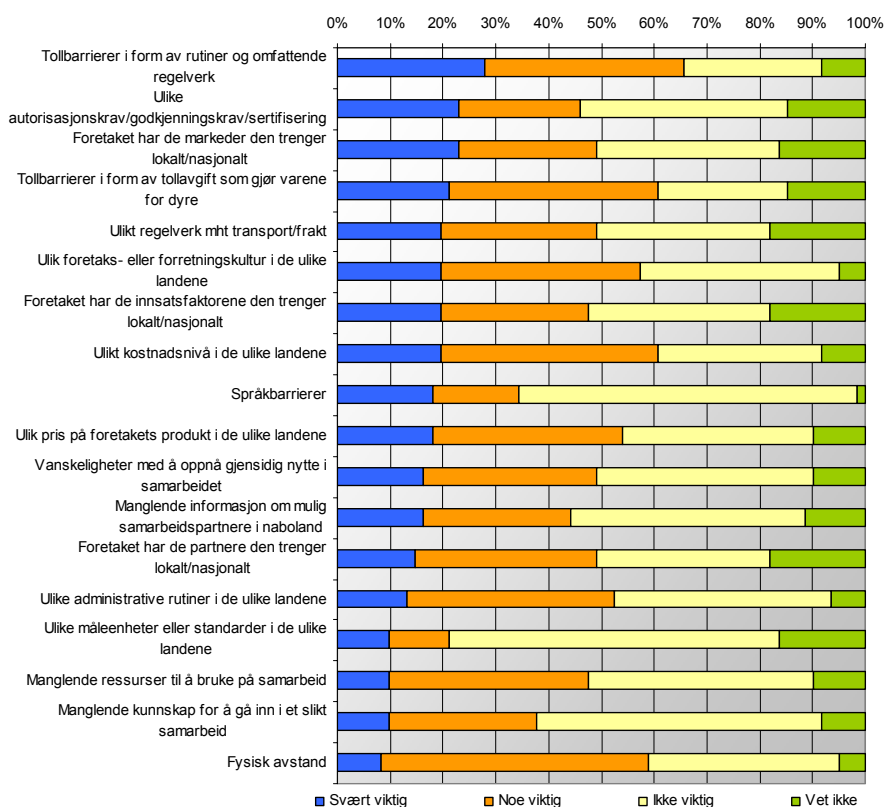


Hvis det er slik at det optimale samarbeidsnivået er høyere enn dagens nivå, vil det kanskje viktigste bidraget fra denne undersøkelsen være en beskrivelse av hva som begrenser samarbeidet. Det er jo det som skal tas tak i ved videre politikktutforming. Det er mange ulike grunner som bedriftene oppgir som begrensning i samarbeidet. Motivasjonen for å beskrive slike begrensninger i en undersøkelse vil bl.a. være ønske om å kunne påvirke disse begrensningene. Hvis vi skiller på hvem som kan påvirke disse faktorene kan vi skille mellom fire hovedtype: Den første typen er faktorer som er direkte knyttet til bedriftens virksomhet og ressurser. Manglende ressurser, ulik pris på bedriftens produkter og manglende kunnskap/informasjon er slike faktorer. Den andre typen faktorer er knyttet til formaliteter og offentlig regelverk. Bedriften har ingen direkte påvirkningsmulighet og kan i beste fall søke påvirkning gjennom den offentlige debatt eller interesseorganisasjoner. På den annen side er det denne typen begrensninger som det offentlige lettes kan ta tak i. Den tredje typen faktorer er knyttet til mer generell næringsdrift og samfunnstrekk lokalt. Ulik forretningskultur er her et eksempel. Den fjerde typen er faktorer som i liten grad lar seg endre med enkle virkemidler. Dette er språkbarrierer og fysisk avstand. Det er

verdt å nevne at også den fjerde typen endrer seg over tid, gjennom utbygging av veier, jernbane o.l. og gjennom endring av språkkompetanse.

De ulike kategoriene er selvfølgelig overlappende med hensyn til hvem som kan påvirke dem, men det er påfallende at fire av de fem viktigste grunnene er knyttet til formaliteter og regelverk (figur 3.5). Ut fra bedriftenes oppfatning ligger dermed hovedansvaret for endring hos det offentlige, mens bedriftene selv i lite grad kan påvirke de viktigste begrensningene. En del av faktorene er imidlertid også innen bedriftenes påvirkningsmuligheter, mens språk og fysisk avstand ikke rangeres som viktige hindre. Dette er langt på vei i tråd med funnene i en tidligere rapport fra TemaNord (2000)

Figur 3.5 *Oppgi hvor viktig du vurderer de ulike faktorene under er for begrensninger av samarbeidet.*

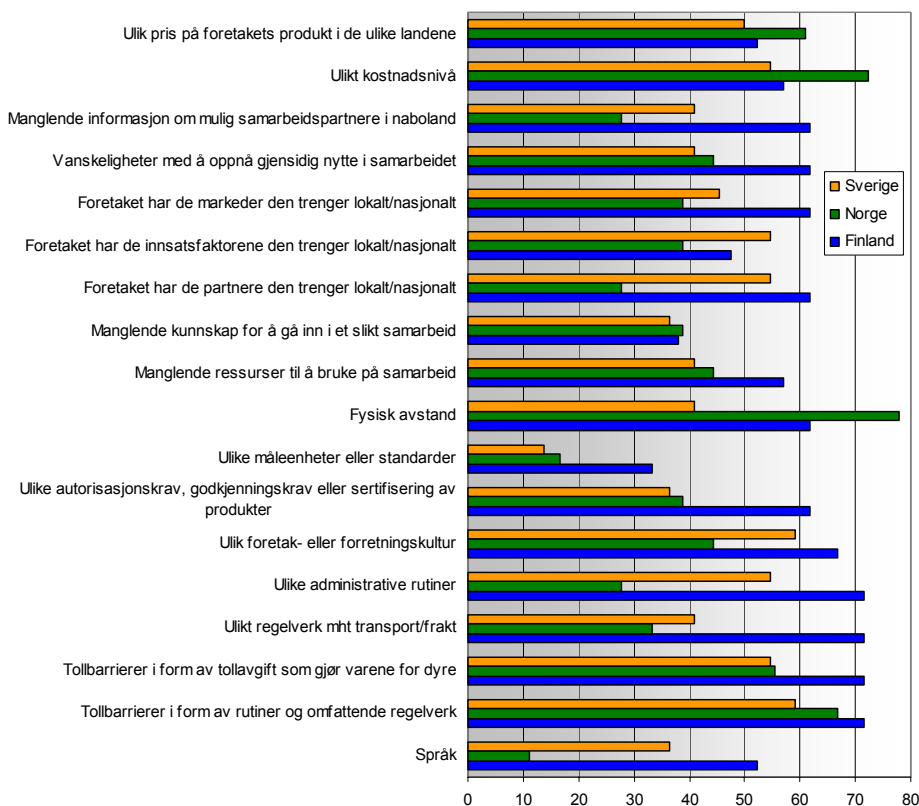


Siden de begrensende faktorene delvis er knyttet til egenskaper ved det å drive næringsvirksomhet i de enkelte landene, kan vi anta at viktigheten av faktorene varierer fra land til land. Figur 3.6 viser andelen som oppgir ”svært viktig” eller ”noe viktig” på de ulike faktorene, fordelt på land.

Forskjellen på bedriftene i de tre landene er imidlertid ikke så store. Det er tydelig at de føler mye av de samme typer begrensninger, og det er i liten grad noen enkeltbegrensninger som peker seg ut som viktigst. Et interessant trekk er likevel at det ser ut til at finske bedrifter har noe mer opplevde begrensninger enn norske og svenske. I hele 13 av de i alt 18 begrensende kategoriene oppgir finske bedrifter faktoren oftere som viktig enn norske og svenske bedrifter. For alle de fem andre faktorene oppgir finske bedrifter oftere faktoren som viktig enn bedrifter fra ett annet land.

Norske bedrifter sliter med ulikt prisnivå, både generelt og for produktet sitt spesielt. I tillegg er fysisk avstand viktigere som begrensning for norske bedrifter enn for svenske og finske. Språk er derimot i liten grad noen begrensning for norske bedrifter. Som ikke-EU-land skulle en kanskje anta at tollbarrierer var mest opplevd som begrensning for norske bedrifter, men her forskjellene små og peker ikke på dette som noe spesielt norsk problem.

Figur 3.6 *Andelen bedrifter som vurderer de ulike faktorene som svært eller noe viktig for begrensninger av samarbeidet etter land. Prosent*

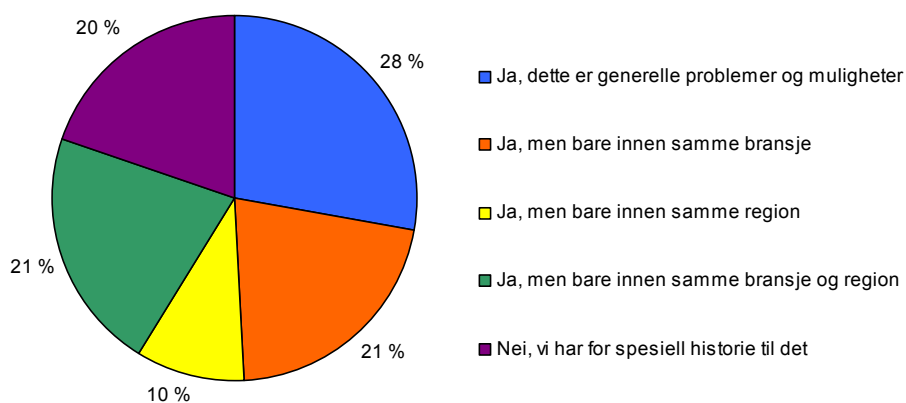


Hvis de enkelte bedriftene mente at samarbeidet lå på et optimalt nivå kan en anta at faktorene som sier at foretaket har de markedene, innsatsfaktorene og partnere det trenger lokalt ville vært de dominerende med hensyn til hva som var begrensende for videre samarbeid. Dette er ikke tilfelle og undersøkelsen indikerer dermed at bedriftene mener at samarbeid generelt med fordel kunne vært mer omfattende. Dette gjelder for bedrifter i alle de tre landene. Dette støtter opp om antakelsen om at samarbeidet over landegrensene ikke er kommet på et optimalt nivå, men at næringslivet selv mener det fremdeles er gevinster ved ytterligere samarbeid.

Videre utvikling av samarbeid over landegrensen er imidlertid delvis er steds- og næringsspesifikt anliggende. Det er bare 28

prosent av de som svarte på undersøkelsen som samtidig mener at deres situasjon gjenspeiler generelle problemer og muligheter (se figur 3.7). Tre av fire mente derimot at det var begrensninger på relevansen av deres erfaringer for andre. Enten på grunn av stedsspesifikke faktorer (10 prosent), på grunn av nærings-spesifikke faktorer (21 prosent) eller begge deler (21 prosent). En femtedel mente også at bedriftens historie med hensyn til samarbeidet var så spesiell at ingen andre kunne lære noe av den.

Figur 3.7 *Andelen bedrifter som vurderer sine erfaringer som relevant for andre som vurderer samarbeid. Prosent*



4 Bedrifter uten samarbeid

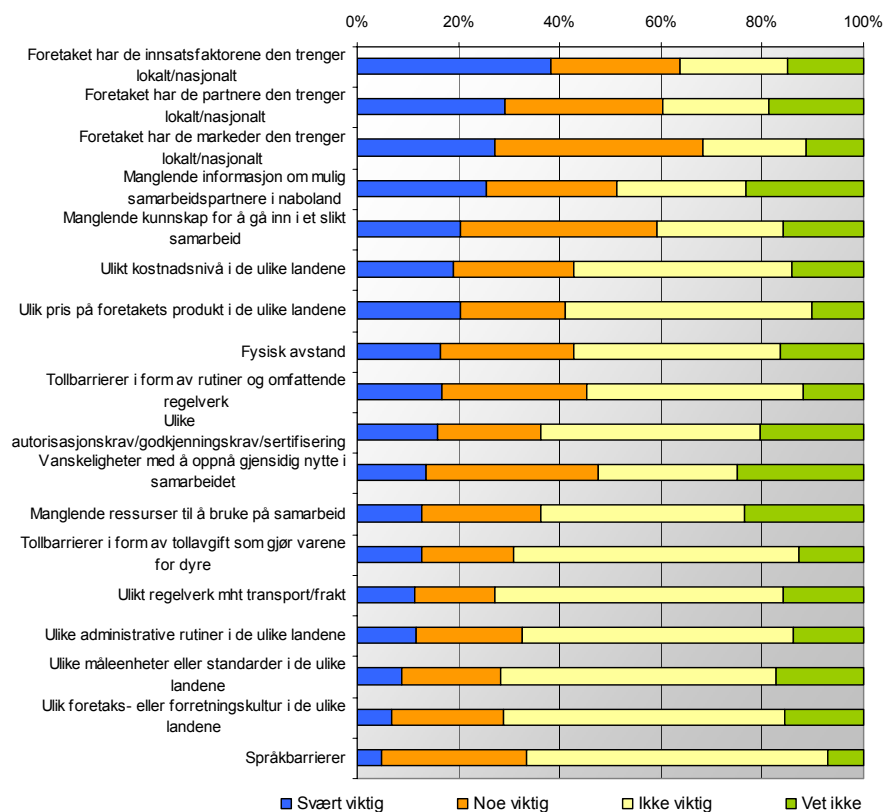
4.1 Årsak til manglende samarbeid

Litt under halvparten av bedriftene har *ikke* samarbeid over landegrensen. Eventuelle årsaker til manglende samarbeid kan vi grovt dele i tre typer. En mulighet er selvfølgelig at disse bedriftene ikke driver med slik virksomhet at samarbeid er formålstjenelig, det vil si et samarbeid kaster ikke nok av seg. En annen mulighet er at bedriften driver med samarbeid, men at den finner mange og gode nok partnere i samme land som en selv. Den tredje muligheten er at bedriften ønsker samarbeid, men at det knyttes kostnader og problemer ved et samarbeid som gjør at bedriften ikke klarer eller tør prøve å etablere et slikt samarbeid. For utvikling av næringspolitikk er antakelig omfanget av den siste årsaken av mest interesse.

Når vi spør bedriftene hvilke faktorer som er viktig for hvorfor de ikke har samarbeid får vi svar slik som vist i figur 4.1. Dette er de samme kategoriene som bedriftene med samarbeid benyttet for å fortelle hva som var begrensning for videre samarbeid.

Rekkefølgen og hvilke faktorer som rangeres som viktigst er imidlertid helt annerledes for bedrifter uten samarbeid enn for bedrifter med samarbeid. Bedriftene uten samarbeid oppgir i stor grad at de ikke trenger grenseoverskridende samarbeid – bedriften har det som trengs lokalt. De formelle hindringene som bedriftene *med* samarbeid oppga som viktig kommer langt ned på lista.

Figur 4.1 *Andelen bedrifter som oppgir hvor viktig de ulike faktorer er for at bedriften ikke har samarbeid. Prosent.*

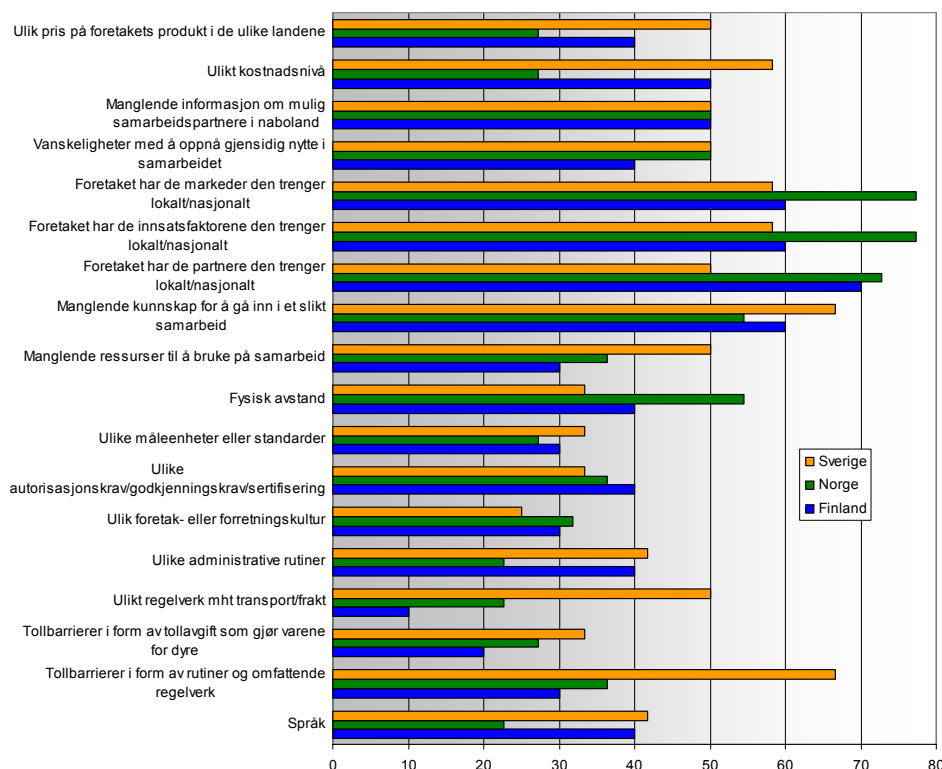


Selv om tilgang til relevante ressurser lokalt er en viktig årsak til manglende samarbeid betyr ikke det at andre faktorer er uvesentlige. De to neste på lista, mangel på kunnskap og informasjon, oppgis som svært viktig begrensende faktor av hver femte bedrift, og som svært eller noe viktig av halvparten av bedriftene. En mulig tolkning her er at aktørene som jobber med å tilrettelegge for næringsdrift (det offentlige virkemiddelapparatet, nærings- og bransjeforeninger og konsulenter) lettere kan spille en viktig rolle i forhold til bedrifter *uten* samarbeid enn i forhold til de *med* samarbeid (som rangerte dem som uviktig i forhold til samarbeidet).

I figur 4.1 blir det indikert at en god del av bedriftene uten samarbeid manglet samarbeid fordi de mente de hadde de ressursene de trengte lokalt. Splitter vi datamaterialet opp etter land, ser vi at dette først og fremst stemmer for norske bedrifter.

Det er disse som er fornøyd med det lokale tilbudet. Svenske bedrifter vektlegger for eksempel også manglende kunnskap, tollbarrierer og kostnadsnivå. Finske bedrifter sprer sine svar mer utover de ulike faktorene.

Figur 4.2 *Andelen bedrifter som oppgir ulike faktorer som svært eller noe viktig for at bedriften ikke har samarbeid etter land. Prosent.*

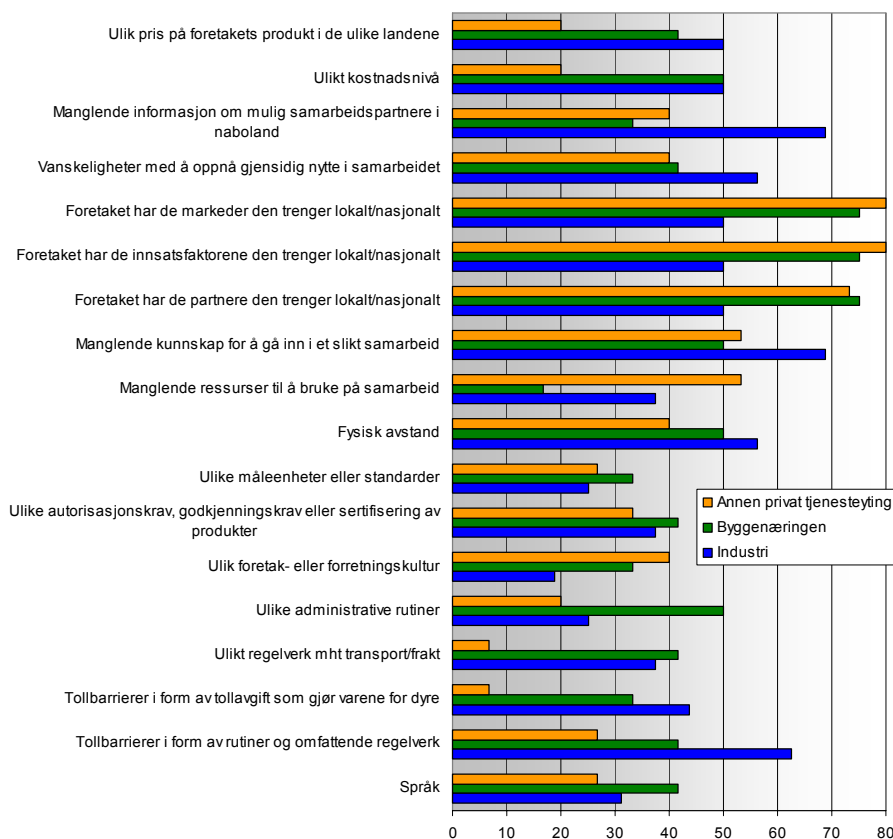


Noe av forskjellene mellom landene finner vi igjen hvis vi splitter på næring (figur 4.3). Med mye industri i Sverige er det ikke overraskende at industribedrifter også har tollbarrierer som viktig, sammen med manglende kunnskap og informasjon. Byggenæringen og privat tjenesteyting er mer fornøyd med det lokale tilbudet (som gir manglende motivasjon for å gå over grensen for å finne samarbeidspartnere).

Politikk som tar sikte på å øke samarbeidet må tydeligvis ta hensyn til hva slags næringsliv som finnes lokalt. Industrien vektlegger andre begrensninger enn tjenesteytende sektor, samtidig som det

kan synes som at industrien også i større grad ønsker mer samarbeid, siden bedrifter innen denne sektoren i mindre grad enn innen byggenæringen og tjenestesektoren svarte at de hadde de innsatsfaktorene de trengte lokalt.

Figur 4.3 *Andelen bedrifter som oppgir ulike faktorer som svært eller noe viktig for at bedriften ikke har samarbeid etter næring. Prosent.*



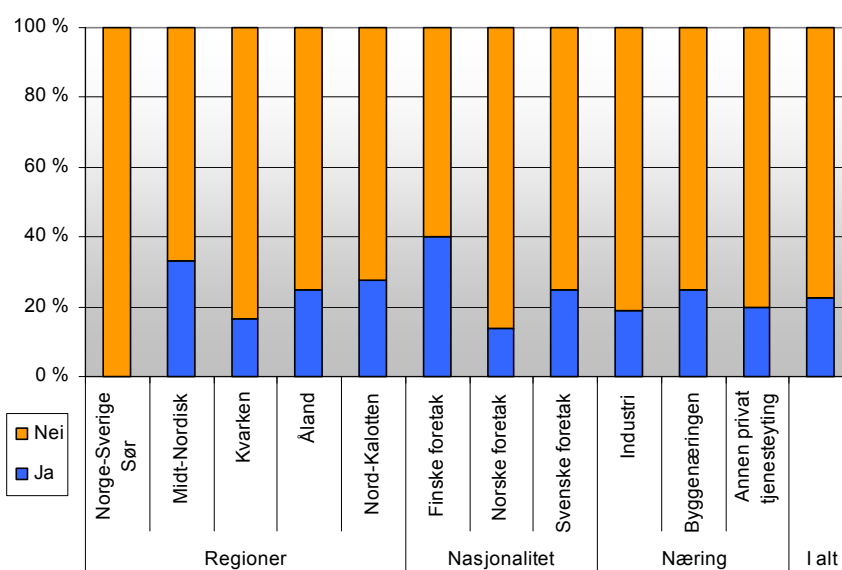
4.2 Planer om samarbeid

En del av de bedriftene som ikke i dag har samarbeid har planer om å starte samarbeid. Totalt oppgir hver femte bedrift uten samarbeid at de har konkrete planer om å starte opp (figur 4.4). Dette er ganske mye, tatt i betraktning at et fungerende samarbeid er noe som tar tid å bygge opp og krever at ulike former for ressurser settes av til formålet. Det er også ganske mye når vi

husker på at mange bedrifter uten samarbeid oppga at de hadde de ressursene og partnerne de trengte lokalt.

Ser vi dette i sammenheng med lengden på samarbeidet til de som har samarbeid (figur 2.1 og 2.3), er det vel ting som tyder på at en del av de bedriftene som oppgir at de har planer om å begynne samarbeid, ikke vil gjøre det umiddelbart, og kanskje aldri komme i gang. Men det er tydelig at en del bedrifter anser det som ønskelig å komme i gang med samarbeid. Og det betyr også at det er et potensial for mer samarbeid som legitimerer en innsats fra offentlige aktører for å hjelpe de bedriftene som ønsker samarbeid.

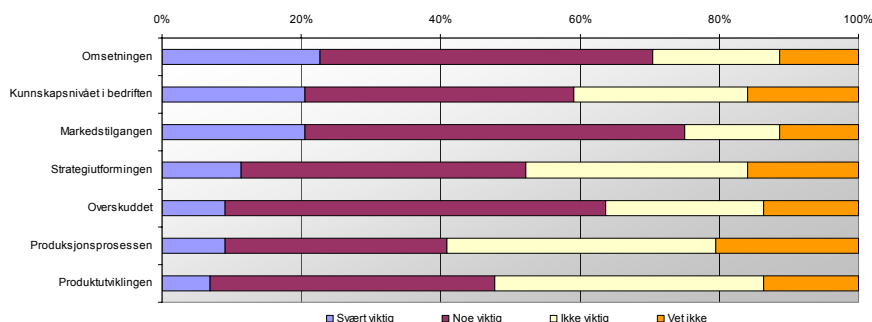
Figur 4.4 *Andelen bedrifter som oppgir at de har planer om samarbeid etter bakgrunn. Prosent.*



4.3 Antakelser om et eventuelt samarbeid

Bedrifter uten samarbeid skiller seg ikke så mye fra bedrifter med samarbeid når det gjelder antakelser om et eventuelt samarbeid, det vil si at de antar de samme faktorene påvirkes ved et eventuelt samarbeid som de faktorene bedrifter med samarbeid oppgav faktisk ble påvirket. Nivået på antatt effekt er imidlertid noe lavere.

Figur 4.5 *Andelen bedrifter som oppgir antatt effekt av eventuelt samarbeid. Prosent.*



Mer nøktern tro på positive effekter og en større andel som ikke vet er vel forventet blant dem uten samarbeid. Siden bedriftene ikke har samarbeid er det der i mot overraskende mange som har positiv antakelser om samarbeid. Hver femte bedrift antar at et samarbeid ville vært svært viktig for både omsetning, kunnskapsnivå og markedstilgang. Og rundt halvparten av bedriftene antar at samarbeid ville vært noe viktig for nesten enhver faktor listet opp i figur 4.5. Mange av disse bedriftene er tydeligvis positiv til samarbeid, og for 20 prosent (figur 4.4) av dem har dette utkrystallisert seg som konkrete planer om å starte samarbeid. Vi må nok tilbake til årsakene til manglende samarbeid (figur 4.1) for å finne årsakene til at disse ikke har startet med samarbeid for lengst, og hvorfor andelen med planer om samarbeid ikke er *enda* høyere enn 20 prosent. Igjen indikerer dette et potensial for mer samarbeid over landegrensene – ikke bare for samarbeidets skyld, men som en faktor som gir økt konkurransevne og økonomisk avkastning.

5 Konklusjon

Samarbeid oppfattes som positivt av de som har erfaring med det. I tillegg til den positive holdningen til samarbeid generelt, vurderes det fra bedriftenes side at samarbeidet bidrar til at konkrete størrelser som overskudd, omsetning m.m. nyter godt av samarbeidet. Også bedrifter som ikke har samarbeid mener i mange tilfeller at et eventuelt samarbeid ville virket positivt inn på ulike sider ved næringsdriften.

Trass i stor innsats fra Ministerrådet og grensekomiteene er toll, avgifter og andre formelle hindre barriere nummer én for samarbeidet over landegrensene. Dette er samtidig hindre det er enklest for offentlige myndigheter å ta tak i. Innsats på dette området bør derfor fortsette med uforminsket kraft også i framtiden.

Kommuner og virkemiddelapparatet er lite synlige som viktige partnere i utvikling av samarbeidet. Imidlertid viser det seg at bedriftene oppgir mange hemmende faktorer for utvikling av mer samarbeid som direkte eller indirekte påvirkes av kommunenes eller virkemiddelapparatets virksomhet. Dette er informasjonsbehov, næringsmiljø og manglende ressurser til samarbeid. I tillegg er rollen som fasilitator for de andre partnerne i samarbeidet viktig. Når det gjelder arbeid med informasjon og kunnskapsbehov er det naturlig å knytte dette sammen med de formelle hindringene i form av tollbarrierer, autorisasjonskrav og regelverk som listes opp som de viktigste hindrene for samarbeid. Videre arbeid her bør derfor skje gjennom en strategi som inkluderer flere nivåer og aktører, for eksempel kommuner, virkemiddelapparatet, NMR, Interregprogram og nasjonale myndigheter

De nordiske landene har rimelig samme utdannings- og lønnsnivå. Språkbarrierer oppgis samtidig som en av de *minst* viktige begrensningene for samarbeid. Det skulle derfor ikke være noe i

veien for at grensenære bedrifter hadde en omfattende rekruttering av personell på andre siden av grensen. Dette er langt fra tilfelle, og potensialet for bedre rekruttering synes stort.

Undersøkelsen tyder på at det optimale nivået på samarbeidet ikke er nådd. På flere områder tyder resultatene fra undersøkelsen på at antakelsen om at regionene ville økt sin konkurransevne med mer samarbeid, er korrekt. Det er imidlertid forskjell på regioner og næringer, både med hensyn til type samarbeid og potensialet for mer samarbeid. Industribedrifter samarbeider gjerne langs verdikjeden, mens bedrifter i tjenestesektoren eller bygg og anlegg har størst nytte av å samarbeide om personellrekruttering, kunnskap og konkurrenter. Næringspolitikk som tar sikte på å tilrettelegge for mer samarbeid bør derfor ta hensyn til næring og regionale forskjeller. Det *er* faktisk en del bedrifter som verken har behov for samarbeid generelt eller samarbeid over landegrensen spesielt, men foreløpig er disse færre enn de som fremdeles ikke har grenseoverskridende samarbeid.

Litteratur

- Eriksen, Bjørn H. og Mads Peter Schreiber (2004) Grensehindre for næringslivet i Norden. En kartlegging med konkrete eksempler, Nordic Innovation Centre.
- Gundersen, Frants (2005) «Næringsliv i bykommunene i Østfold og Buskerud» Notater 2005:125, Oslo: NIBR
- TemaNord (2000) «Konkurrencekraft i Norden. Muligheter og barrierer for erhvervsmæssig synergi i Norden». TemaNord 2000:537.
- Moen, B. og S. Skålnes (2005) «Noreg i Europa – om norsk deltaking i INTERREG-program», Notat 2005:107, Oslo: NIBR
- Nordisk ministerråd (2006) Nordisk næringspolitisk samarbejdsprogram 2006–2010.
- Salte, Ø (2007) «Innovasjon i norsk næringsliv, Rapporter 2007:42, Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå
- Skålnes, S. og B. Moen (2004) «Nordisk grenseregionalt samarbeid. Gamle utfordringer og nye muligheter», Notat 2004:122, Oslo: NIBR.
- Statistisk sentralbyrå (2004a). «Innovasjonsstatistikk for næringslivet 2001». NOS D 304, Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå.
- Statistisk sentralbyrå (2004b). «Forskning og utvikling i næringslivet 2001-2002». NOS D 301, Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå.

Vedlegg 1

Tabeller

Tabell 1 Populasjon, utvalg og besvarelser

	Populasjon	Utvalg	Besvarelser
I alt	3029	655	105
Norge	1085	236	40
Sverige	1861	236	34
Finland - svensk	280	69	10
Finland - finsk	458	114	21
06-09 sysselsatte	1482	243	31
10-19 sysselsatte	1133	204	30
20-49 sysselsatte	721	142	25
50-99 sysselsatte	214	41	7
Over 100 sysselsatt	134	25	12
Industri	1091	207	44
Byggenæringen	823	211	21
Annen privat tjenesteyting	1750	222	37
Høgskoler	20	15	3

Tabell 2 Samarbeid etter land og samarbeidspartners lokalisering

Bedrifter i:	Ikke samarbeid	Med samarbeid	Samarbeidsland					Andre land
			Finland	Norge	Sverige	Åland	Rusland	
Finland	10	20		7	14	3	8	4
Norge	22	18	7		16	0	2	5
Sverige	12	22	11	16		2	3	7

Tabell 3 Samarbeid etter land og samarbeidspartners lokalisering

Beliggighet til hovedkontor	Foretakets hovedmarked			Nasjonalt i Norden	Globalt/ internasjonalt	Totalt
	Lokalt i samme land som foretaket	Lokalt på begge sider av grensen	Nasjonalt i samme land som foretaket			
Lokalt i samme land som foretaket	6	2	1	2	3	14
Lokalt, men ikke i samme land som foretaket	1	0	0	0	1	2
I samme land, men ikke lokalt	8	1	7	2	5	23
I utlandet, ikke lokalt	0	1	0	2	3	6
Alle med konserntilknytning	15	4	8	6	12	45
Ikke del av konsern	36	5	8	4	7	60
Totalt	51	9	16	10	19	105

Tabell 4 Rekruttering av personell etter område

		De fleste	En del	Få eller ingen	Ubesvart/ vet ikke
Generelt	Lokalt i samme land som foretaket	81	12	5	7
	Lokalt på begge sider av grensen	4	13	54	34
	Nasjonalt i samme land som foretaket	9	20	47	29
	Internasjonalt	4	2	59	40
Spisskompetanse	Lokalt i samme land som foretaket	66	17	10	12
	Lokalt på begge sider av grensen	5	8	52	40
	Nasjonalt i samme land som foretaket	14	29	36	26
	Internasjonalt	3	3	56	43

Tabell 5 Samarbeid etter konserntilhørighet og lengde på samarbeidet

	Ikke samarbeid	Samarbeid	Lengde på samarbeidet		
			Mindre enn ett år	1-5 år	Mer enn 5 år
Del av et konsern	14	31	1	8	22
Ikke del av et konsern	30	30	1	16	13
I alt	44	61	2	24	35

Tabell 6 Vurdering av viktigheten til samarbeidspartnere

Hvilke type partner har foretaket i nabolandet?	Viktigere					Totalt m. samarbeid	Ikke samarbeid	Total
	enn lokalt samarbeid	Noe samarbeid	Ikke samarbeid	Ikke relevant	Vet ikke			
Kunder	16	29	3	9	4	61	44	105
Leverandører (råvarer, halvfabrikata)	12	23	11	10	5	61	44	105
Salgskontor/videresalg før sluttkunde	10	14	18	13	6	61	44	105
Samarbeidspartnere mht generell næringsdrift (markedsføring, strategiske allianser o.l.)	6	22	18	11	4	61	44	105
Samarbeidspartnere mht produkt-/prosessutvikling	6	18	21	9	7	61	44	105
Konkurrenter	3	21	18	15	4	61	44	105
Konsulenter og andre generelle kunnskapsleverandører	3	21	19	11	7	61	44	105
Agent for rekruttering av ansatte	3	4	30	18	6	61	44	105
Utdanningsinstitusjoner og FoU-institusjoner	3	9	31	10	8	61	44	105
Finansinstitusjoner	1	12	24	19	5	61	44	105

Tabell 7 Vurdering av viktigheten av begrensede faktorer for samarbeidet

	Svært viktig	Noe viktig	Ikke viktig	Vet ikke	Totalt med samarbeid	Ikke samarbeid	Total
Tollbarrierer i form av rutiner og omfattende regelverk	17	23	16	5	61	44	105
Ulike autorisasjonskrav/godkjenningskrav/sertifisering av produkter	14	14	24	9	61	44	105
Foretaket har de markeder den trenger lokalt/nasjonalt	14	16	21	10	61	44	105
Tollbarrierer i form av tollavgift som gjør varene for dyre	13	24	15	9	61	44	105
Ulikt regelverk mht transport/frakt	12	18	20	11	61	44	105
Ulik foretaks- eller forretningskultur i de ulike landene	12	23	23	3	61	44	105
Foretaket har de innsatsfaktorene den trenger lokalt/nasjonalt	12	17	21	11	61	44	105
Ulikt kostnadsnivå i de ulike landene	12	25	19	5	61	44	105
Språkbarrierer	11	10	39	1	61	44	105
Ulik pris på foretakets produkt i de ulike landene	11	22	22	6	61	44	105
Vanskeligheter med å oppnå gjensidig nytte i samarbeidet	10	20	25	6	61	44	105
Manglende informasjon om mulig samarbeidspartnere i naboland	10	17	27	7	61	44	105
Foretaket har de partnere den trenger lokalt/nasjonalt	9	21	20	11	61	44	105
Ulike administrative rutiner i de ulike landene	8	24	25	4	61	44	105
Ulike måleenheter eller standarder i de ulike landene	6	7	38	10	61	44	105
Manglende ressurser til å bruke på samarbeid	6	23	26	6	61	44	105
Manglende kunnskap for å gå inn i et slikt samarbeid	6	17	33	5	61	44	105
Fysisk avstand	5	31	22	3	61	44	105

Tabell 8 Vurdering av viktigheten av samarbeidet for utvalgte størrelser

	Svært viktig	Noe viktig	Ikke viktig	Negativ effekt	Vet ikke	Totalt med samarbeid	Ikke samarbeid	Total
Markedstilgangen	21	19	15		6	61	44	105
Omsetningen	16	21	19		5	61	44	105
Overskuddet	16	19	19		7	61	44	105
Strategiutforming	13	20	22		6	61	44	105
Produksjonsprosessen	13	19	21		8	61	44	105
Kunnskapsnivået i bedriften	11	29	16		5	61	44	105
Produktutviklingen	9	29	16	1	6	61	44	105

Tabell 9 Vurdering av viktigheten av institusjoner for utviklingen av samarbeidet

	Svært viktig	Noe viktig	Ikke viktig	Negativ effekt	Vet ikke	Totalt med samarbeid	Ikke samarbeid	Total
Kunder	31	15	8		7	61	44	105
Leverandører	19	21	12		9	61	44	105
Andre foretag lokalt	10	22	22	1	6	61	44	105
Lokale myndigheter	9	16	29		7	61	44	105
Konsern- eller foretaksledelse utenom bedriften	8	16	26	1	10	61	44	105
Virkemiddelapparatet	8	10	30		13	61	44	105
Nærings- eller bransjeforeninger	4	23	26	1	7	61	44	105
Konsulenter og andre generelle kunnskapsleverandører	3	22	29	1	6	61	44	105

Tabell 10 Vurdering av viktigheten av faktorer for hvorfor bedriften ikke har samarbeid

	Svært				Totalt uten samarbeid	Med samarbeid	Totalt
	Ikke viktig	Noe viktig	Ikke viktig	Vet ikke			
Foretaket har de innsatsfaktorene den trenger lokalt/nasjonalt	18	12	10	7	44	61	105
Foretaket har de partnere den trenger lokalt/nasjonalt	14	15	10	9	44	61	105
Foretaket har de markeder den trenger lokalt/nasjonalt	12	18	9	5	44	61	105
Manglende informasjon om mulig samarbeidspartnere i naboland	11	11	11	10	44	61	105
Manglende kunnskap for å gå inn i et slikt samarbeid	9	17	11	7	44	61	105
Ulikt kostnadsnivå i de ulike landene	8	10	18	6	44	61	105
Ulik pris på foretakets produkt i de ulike landene	8	8	19	4	44	61	105
Fysisk avstand	8	13	20	8	44	61	105
Tollbarrierer i form av rutiner og omfattende regelverk	7	12	18	5	44	61	105
Ulike autorisasjonskrav/godkjenningsskrav/serertifisering av produkter	7	9	19	9	44	61	105
Vanskeligheter med å oppnå gjensidig nytte i samarbeidet	6	15	12	11	44	61	105
Manglende ressurser til å bruke på samarbeid	6	11	19	11	44	61	105
Tollbarrierer i form av tollavgift som gjør varene for dyre	5	7	22	5	44	61	105
Ulikt regelverk mht transport/frakt	5	7	25	7	44	61	105
Ulike administrative rutiner i de ulike landene	5	9	23	6	44	61	105
Ulike måleenheter eller standarder i de ulike landene	4	9	25	8	44	61	105
Ulik foretaks- eller forretningskultur i de ulike landene	3	10	25	7	44	61	105
Språkbarrierer	2	12	25	3	44	61	105

Tabell 11 Vurdering av viktigheten av et eventuelt samarbeidet for utvalgte størrelser

	Svært viktig	Noe viktig	Ikke viktig	Vet ikke	Totalt uten samarbeid	Med samarbeid	Total
Omsetningen	10	21	8	5	44	61	105
Kunnskapsnivået i bedriften	9	17	11	7	44	61	105
Markedstilgangen	9	24	6	5	44	61	105
Strategiutforming	5	18	14	7	44	61	105
Overskuddet	4	24	10	6	44	61	105
Produksjonsprosessen	4	14	17	9	44	61	105
Produktutviklingen	3	18	17	6	44	61	105

Tabell 12 Antall bedrifter som vurderer ulike faktorer som ”svært viktig” eller ”noe viktig” som begrensning på samarbeidet. Etter faktor og land

	Finland	Norge	Sverige
I alt med samarbeid	20	18	22
Språk	11	2	8
Tollbarrierer i form av rutiner og omfattende regelverk	15	12	13
Tollbarrierer i form av tollavgift som gjør varene for dyre	15	10	12
Ulikt regelverk mht transport/frakt	15	6	9
Ulike administrative rutiner i de ulike landene	15	5	12
Ulik foretaks- eller forretningskultur i de ulike landene	14	8	13
Ulike autorisasjonskrav, godkjenningskrav eller sertifisering av produkter i de ulike landene	13	7	8
Ulike måleenheter eller standarder i de ulike landene	7	3	3
Fysisk avstand	13	14	9
Manglende ressurser til å bruke på samarbeid	12	8	9
Manglende kunnskap for å gå inn i et slikt samarbeid	8	7	8
Foretaket har de partnere den trenger lokalt/nasjonalt	13	5	12
Foretaket har de innsatsfaktorene den trenger lokalt/nasjonalt	10	7	12
Foretaket har de markeder den trenger lokalt/nasjonalt	13	7	10
Vanskeligheter med å oppnå gjensidig nytte i samarbeidet	13	8	9
Manglende informasjon om mulig samarbeidspartnere i naboland	13	5	9
Ulikt kostnadsnivå i de ulike landene	12	13	12
Ulik pris på foretakets produkt i de ulike landene	11	11	11

Tabell 13 Antall bedrifter som vurderer ulike faktorer som ”svært viktig” eller ”noe viktig” for hvorfor bedriften ikke har samarbeid. Etter faktor og næring

	Industri	Bygge- næringen	Annen privat tjenesteyting	Høgskoler
I alt uten samarbeid	16	12	15	1
Språk	5	5	4	0
Tollbarrierer i form av rutiner og omfattende regelverk	10	5	4	0
Tollbarrierer i form av tollavgift som gjør varene for dyre	7	4	1	0
Ulikt regelverk mht transport/frakt	6	5	1	0
Ulike administrative rutiner i de ulike landene	4	6	3	1
Ulik foretaks- eller forretningskultur i de ulike landene	3	4	6	0
Ulike autorisasjonskrav, godkjenningskrav eller sertifisering av produkter i de ulike landene	6	5	5	0
Ulike måleenheter eller standarder i de ulike landene	4	4	4	1
Fysisk avstand	9	6	6	0
Manglende ressurser til å bruke på samarbeid	6	2	8	1
Manglende kunnskap for å gå inn i et slikt samarbeid	11	6	8	1
Foretaket har de partnere den trenger lokalt/nasjonalt	8	9	11	1
Foretaket har de innsatsfaktorene den trenger lokalt/nasjonalt	8	9	12	1
Foretaket har de markeder den trenger lokalt/nasjonalt	8	9	12	1
Vanskeligheter med å oppnå gjensidig nytte i samarbeidet	9	5	6	1
Manglende informasjon om mulig samarbeidspartnere i naboland	11	4	6	1
Ulikt kostnadsnivå i de ulike landen	8	6	3	1
Ulik pris på foretakets produkt i de ulike landene	8	5	3	0

Tabell 14 Antall bedrifter som vurderer ulike faktorer som ”svært viktig” eller ”noe viktig” for hvorfor bedriften ikke har samarbeid. Etter faktor og land

	Finland	Norge	Sverige
I alt uten samarbeid	10	22	12
Språk	4	5	5
Tollbarrierer i form av rutiner og omfattende regelverk	3	8	8
Tollbarrierer i form av tollavgift som gjør varene for dyre	2	6	4
Ulikt regelverk mht transport/frakt	1	5	6
Ulike administrative rutiner	4	5	5
Ulik foretak- eller forretningskultur	3	7	3
Ulike autorisasjonskrav, godkjenningskrav eller sertifisering av produkter	4	8	4
Ulike måleenheter eller standarder	3	6	4
Fysisk avstand	4	12	4
Manglende ressurser til å bruke på samarbeid	3	8	6
Manglende kunnskap for å gå inn i et slikt samarbeid	6	12	8
Foretaket har de partnere den trenger lokalt/nasjonalt	7	16	6
Foretaket har de innsatsfaktorene den trenger lokalt/nasjonalt	6	17	7
Foretaket har de markeder den trenger lokalt/nasjonalt	6	17	7
Vanskeligheter med å oppnå gjensidig nytte i samarbeidet	4	11	6
Manglende informasjon om mulig samarbeidspartnere i naboland	5	11	6
Ulikt kostnadsnivå	5	6	7
Ulik pris på foretakets produkt i de ulike landene	4	6	6

Tabell 15 Vurdering av viktigheten av et eventuelt samarbeidet for utvalgte størrelser

		Har foretaket planlagt å starte samarbeid med virksomheter i naboland?		
		Ja	Nei	Totalt
Regioner	Norge-Sverige Sør	0	7	7
	Midt-Nordisk	3	6	9
	Kvarken	1	5	6
	Åland	1	3	4
	Nord-Kalotten	5	13	18
Nasjonalitet	Finske foretak	4	6	10
	Norske foretak	3	19	22
	Svenske foretak	3	9	12
Næring	Industri	3	13	16
	Byggenæringen	3	9	12
	Annen privat tjenesteyting	3	12	15
I alt		10	34	44

Vedlegg 2

Spørreskjema

ID-nr.:

Spørreundersøkelse til bedrifter i nordiske grenseregioner

På oppdrag for Nordisk Ministerråd gjennomfører Norsk institutt for by og regionsforskning (NIBR) for tiden en undersøkelse blant bedrifter i grenseområder i Norge, Sverige og Finland (og Åland). Målet med undersøkelsen er å dokumentere forhold ved grensesamarbeid som kan styrke og bedre samarbeidet mellom næringsliv på tvers av landegrenser. Alle opplysninger vil bli behandlet konfidensielt, og vil ikke bli spredd til andre enn forskerne i prosjektet. Undersøkelsen vil ta ca. 5 minutter

Personopplysninger til den som fyller ut skjemaet:

Navn:	<input type="text"/>	Telefon:	<input type="text"/>
E-post	<input type="text"/>	Stilling:	<input type="text"/>

Alle svar skal gjelde den lokale *bedriften* som har mottatt denne henvendelsen, selv om denne skulle tilhøre et foretak med flere bedrifter med virksomhet i andre næringer eller andre steder.

Del 1 Bakgrunnsinformasjon om bedriften

1 Struktur

Antall ansatte per januar 2005:	<input type="text"/>	Omsetning 2004 (millioner kroner):	<input type="text"/>
Import 2004 (millioner kroner):	<input type="text"/>	Eksport 2004 (millioner kroner)	<input type="text"/>

Er bedriften del av et større foretak/konsern Ja Nei

Hvis "Ja", hvor ligger hovedkontoret (ett kryss)

- Lokalt (i samme kommune eller i nabokommunene, og i samme land)
 Lokalt (i nabokommunene, men i annet land)
 Samme land, men ikke lokalt
 Utlandet, ikke lokalt

2 Bedriftens hovedmarked

Hva er bedriftens hovedmarked? Kryss av ett svar.

- Lokalt i samme land som bedriften
 Nasjonalt i samme land som bedriften
 Lokalt på begge sider av grensen
 Nasjonalt i Norden
 Globalt/internasjonalt

3 Rekruttering

A. Hvor rekrutterer bedriften **generelt** nye medarbeidere? Ett kryss per linje.

	De fleste	En del	Få eller ingen	(Ubesvart/vet ikke)
Lokalt (i samme land)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokalt, men på begge sider av grensen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internasjonalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B. Hvor rekrutterer bedriften nye medarbeidere som har **spisskompetanse** på bedriftens kjerneområde? Ett kryss per linje.

	De fleste	En del	Få eller ingen	(Ubesvart/vet ikke)
Lokalt (i samme land)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokalt, men på begge sider av grensen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internasjonalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4 Bedriftens samarbeid over landegrenser

Har bedriften samarbeid med virksomheter i naboland Ja Nei

Har bedriften planlagt å starte samarbeid med virksomheter

i naboland Ja Nei

I hvilke land er virksomhetene lokalisert som bedriften har etablert samarbeid med

- Sverige Finland Russland Åland Norge Andre land
- Ønsker du å motta en oppsummering av resultatene fra denne undersøkelsen på e-post? Ja Nei

For de som har samarbeid, fortsett med **Del 2**. For de uten samarbeid, gå til **Del 3** (siste side).

Del 2 Bedrifter med samarbeid med virksomheter i naboland

5 Varighet av samarbeid

Hvor lenge er det siden bedriften startet samarbeid med andre virksomheter i naboland

mindre enn ett år 1-5 år mer enn 5 år

6 Typen av samarbeidspartnere

Hvilke type samarbeidspartnere har bedriften i nabolandet? Angi viktighet. Ett kryss per linje.

	Viktigere enn tilsvarende lokalt	Noe samarbeid	Ikke samarbeid	Ikke relevant	(Ubesvar /vet ikke)
Leverandører (råvarer, halvfabrikata)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samarbeidspartnere mht generell næringsdrift (markedsføring, strategiske allianser o.l.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finansinstitusjoner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsulenter og andre generelle kunnskapsleverandører	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agent for rekruttering av ansatte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Salgskontor/videresalg før sluttkunde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samarbeidspartnere mht produkt- /prosessutvikling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utdanningsinstitusjoner og FoU- institusjoner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7 Begrensninger for samarbeid

Oppgi hvor viktig du vurderer de ulike faktorene er for *begrensning* av samarbeidet. Ett kryss per linje.

	Svært viktig	Noe viktig	Ikke viktig	(Ubesvart/ vet ikke)
Språkbarrierer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tollbarrierer i form av rutiner og omfattende regelverk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tollbarrierer i form av tollavgift som gjør varene for dyre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulikt regelverk mht transport/frakt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulike administrative rutiner i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulik bedrifts- eller forretningskultur i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulike autorisasjonskrav, godkjenningskrav eller sertifisering av produkter i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulike måleenheter eller standarder i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fysisk avstand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manglende ressurser til å bruke på samarbeid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manglende kunnskap for å gå inn i et slikt samarbeid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedriften har de partnere den trenger lokalt/nasjonalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedriften har de innsatsfaktorene den trenger lokalt/nasjonalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedriften har de markeder den trenger lokalt/nasjonalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vanskeligheter med å oppnå gjensidig nytte i samarbeidet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manglende informasjon om mulig samarbeidspartnere i naboland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulikt kostnadsnivå i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulik pris på bedriftens produkt i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annet, spesifiser: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8 Effekter av samarbeidet

Oppgi hvor viktig samarbeidet har vært for følgende størrelser. Ett kryss per linje.

	Svært viktig	Noe viktig	Ikke viktig	Negativ effekt	(Ubesvart / vet ikke)
Omsetningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produktutviklingen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunnskapsnivået i bedriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markedstilgangen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Strategiutforming	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Overskuddet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produksjonsprosessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annet, spesifiser: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9 Støttespillere for utviklingen av samarbeidet

Oppgi hvor viktig følgende institusjoner/virksomheter har vært for utviklingen av samarbeidet. Ett kryss per linje.

	Svært viktig	Noe viktig	Ikke viktig	Negativ effekt	(Ubesvart / vet ikke)
Andre bedrifter lokalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsern- eller foretaksledelse utenom bedriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokale myndigheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Virkemiddelapparatet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsulenter og andre generelle kunnskapsleverandører	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nærings- eller bransjeforeninger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leverandører	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andre, spesifiser: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10 Erfaringer fra samarbeid

Kan bedriftens erfaringer være nyttige for andre bedrifter som vil utvikle samarbeid over grensen? Sett ett kryss.

- Ja, dette er generelle problemer og muligheter
 Ja, men bare innen samme bransje
 Nei, vi har en for spesiell historie til det
- Ja, men bare innen samme region
 Ja, men bare innen samme bransje og region

Takk for hjelpen!

(Del 3 er bare for dem uten samarbeid)
Del 3 Bedrifter uten samarbeid i naboland

11 Årsaker til manglende samarbeid

Oppgi hvor viktig du vurderer de ulike faktorene er for hvorfor bedriften ikke har samarbeid. Ett kryss per linje.

	Svært viktig	Noe viktig	Ikke viktig	(Ubesvart/ vet ikke)
Språkbarrierer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tollbarrierer i form av rutiner og omfattende regelverk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tollbarrierer i form av tollavgift som gjør varene for dyre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulikt regelverk mht transport/frakt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulike administrative rutiner i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulik bedrifts- eller forretningskultur i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulike autorisasjonskrav, godkjenningskrav eller sertifisering av produkter i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulike måleenheter eller standarder i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fysisk avstand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manglende ressurser til å bruke på samarbeid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manglende kunnskap for å gå inn i et slikt samarbeid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedriften har de partnere den trenger lokalt/nasjonalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedriften har de innsatsfaktorene den trenger lokalt/nasjonalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedriften har de markeder den trenger lokalt/nasjonalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vanskeligheter med å oppnå gjensidig nytte i samarbeidet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manglende informasjon om mulig samarbeidspartnere i naboland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulikt kostnadsnivå i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulik pris på bedriftens produkt i de ulike landene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andre, spesifiser:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12 Antakelser om mulig samarbeid

Oppgi hvilke effekter som du tror kunne oppnås hvis bedriften hadde samarbeid med virksomheter i nabolandet. Ett kryss per linje.

	Sannsynlig effekt	Mulig effekt	Sannsynligvis ingen effekt	Negativ effekt	(Ubesvart /vet ikke)
Øke omsetningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedre produktutviklingen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Høynet kunnskapsnivå i bedriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedre markedstilgangen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedre strategiutforming	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Øke overskuddet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedre produksjonsprosessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andre, spesifiser: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>