

Erhvervs- og
Byggestyrelsens enhed
for erhvervsøkonomisk
forskning og analyse

FORA

Lotte Langkilde, Trine Fuglsang og Sune
Thøgersen

Erhvervslivet i
Horsens Kommune
- et survey

Dec. 2006

FORAs mission

FORA skaber et faktabaseret grundlag for udvikling af erhvervspolitikken.

FORA gør det muligt for beslutningstagere at træffe faktabaserede beslutninger der møder aktuelle og kommende udfordringer for erhvervslivet ved at være et bindeled mellem viden og politik.

FORA's analyser skal være cutting edge og udføres i samarbejde med førende videninstitutioner, erhvervsliv, og internationale organisationer. Gennem dialog med disse aktører sikrer vi, at FORA's analyser ligger i krydsfeltet mellem den nyeste viden og erhvervslivets skiftende udfordringer.

© FORA, 2006

FORA
Dahlerups Pakhus
Langelinie Allé 17
2100 København Ø

> T 35 46 63 20
> F 35 46 62 01
> M fora@ebst.dk
> W www.foranet.dk



Lotte Langkilde
Trine Fuglsang
Sune Thøgersen

Erhvervslivet i
Horsens Kommune
- et survey

Indledning

Inden for de sidste 10 år har der været en flot indsnævring af velfærdsgabet i Horsens i forhold til landsgennemsnittet. Men velstandsudviklingen i de jyske kommuner som Horsens normalt sammenligner sig med har været endnu bedre end i Horsens¹. Hvis denne udvikling fortsætter kan det blive svært for Horsens kommune at tilbyde samme velfærdsydelse som de andre jyske kommuner.

Det er derfor vigtigt for Horsens at øge velstanden i kommunen ved at sætte fokus på at forbedre de rammebetingelser der har betydning for erhvervslivets konkurrenceevne. Det skal bl.a. ske ved at sætte fokus på de faktorer, der har betydning for innovationskapaciteten i Horsens kommune. Herunder Menneskelige ressourcer, Videnopbygning og Videndeling og Anvendelse af ny teknologi. Det store spørgsmål er derfor: Hvordan klarer Horsens sig på disse områder? Det er temaet for nærværende rapport som bygger på en spørgeskemaundersøgelse der er blevet gennemført blandt erhvervslivet i Horsens kommune.

1) Horsens vej til velstand. *Copenhagen Economics*, November 2006

Resume

Det går godt i Horsens

Inden for de sidste 2 år har mere end 75 pct. af virksomhederne i Horsens haft en stigende omsætning, har ansat flere medarbejdere og øget innovationsaktiviteten. Og spørger man virksomhederne om fremtiden, forventer 67 pct. af virksomhederne at ansætte flere medarbejdere inden for de næste 3 år.

Udviklingen i Horsens drives af de traditionelle erhverv

Udviklingen i Horsens drives i høj grad af de traditionelle erhverv. Ufaglærte og faglærte medarbejdere udgør 80 pct. af arbejdsstyrken, og virksomhederne opfatter de to grupper af medarbejdere som det vigtigste aktiv for virksomhedens konkurrenceevne.

En stor andel af virksomhederne i Horsens konkurrerer på pris. Og 25 pct. af de priskonkurrerende virksomheder overvejer, at udflytte dele af deres produktion til lavtlønsområder uden for Danmark. Dels for at være tættere på deres kunder og dels for at øge lønsomheden i virksomhederne.

Virksomhederne har begrænset fokus på vidensamfundets konkurrenceparametre

Innovation, videnopbygning og videndeling er nogle af de mest centrale forudsætninger for at skabe vækst i vidensamfundet. Men resultaterne fra undersøgelsen peger i retning af, at virksomhederne i Horsens kun i begrænset omfang har fokus på vidensamfundets konkurrenceparametre.

Virksomhederne i Horsens har tradition for at samarbejde i det daglige. Men kun en lille andel af virksomhederne samarbejder med andre virksomheder og med forsknings- og videnmiljøer om innovationsaktiviteter. Det er et andet billede end man ser i f.eks. Nordjylland og især i Århus og København.

Priskonkurrence er drivkraften bag mange af virksomhedernes innovationsaktiviteter – der er en begrænset fokus på ny forskning og teknologi samt

udækkede brugerbehov som konkurrenceparameter. Et billede, der stemmer godt overens med virksomhedernes manglende samarbejde med forsknings- og videnmiljøer.

Endelig synes der ikke at være tradition for, at virksomhederne i Horsens deler viden om nye kundebehov, markedstrends og ny teknologi. Og det er kun 20 pct. af virksomhederne der er enige i, at brancheforeninger og netværk er gode til at formidle ny viden.

Men udviklingen synes at gå i den rigtige retning

Virksomhederne tilkendegiver, at de i de kommende år får behov for at indgå i nye og utraditionelle innovationssamarbejder med andre virksomheder og forsknings- og videninstitutioner, ansætte flere specialister og opbygge ny viden hvis de skal være konkurrencedygtige om 5-10 år. Det gælder for 40 pct. af virksomhederne.

Og virksomhederne tilkendegiver i den forbindelse også, at viden om brugere, viden om logistik og viden om produktionsprocesser har stor betydning for den fremtidige konkurrenceevne.

Erhvervsklimaet i Horsens

Der er stor tilfredshed med erhvervsklimaet i Horsens kommune – og en stor andel af virksomhederne vurderer, at det både er attraktivt at bosætte sig - og drive forretning i Horsens.

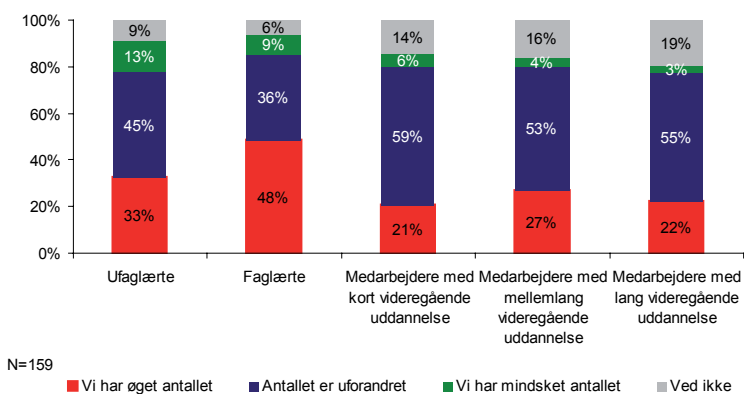
Men for at tiltrække kvalificeret og højtuddannet arbejdskraft er der behov for at kommunen sætter ind ved at tilbyde bedre skoler og pasningstilbud, ved at øge kulturudbuddet og ved at øge uddannelsesudbuddet og etablere forsknings- og videninstitutioner som understøtter erhvervsstrukturen i Horsens.

Et af de første pejlemærker på, om det går godt i Horsens er om virksomhederne øger deres omsætning. Blandt de virksomheder vi har spurgt har 78 pct. haft en stigende omsætning inden for de sidste 2 år, mens kun 5 pct. af virksomhederne har oplevet et fald i omsætningen. Den resterende gruppe af virksomheder har haft en uændret omsætning.

Et andet pejlemærke på om det går godt i Horsens er om virksomhederne har ansat flere medarbejdere. Og også her er der tegn på, at det går godt.

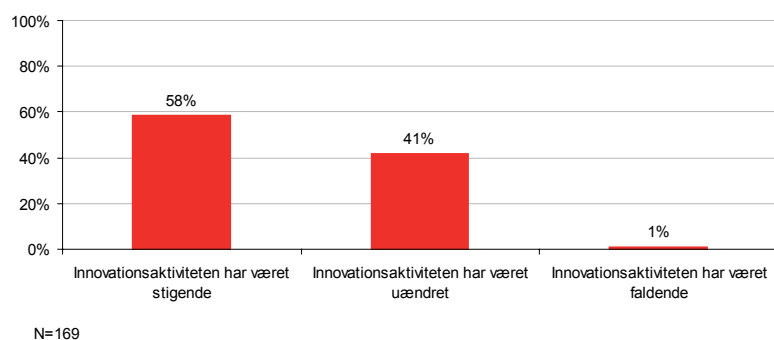
Figur 1 viser om virksomhederne i Horsens inden for de sidste 2 år har ændret på antallet af forskellige medarbejdergrupper. Således ses, at 33 pct. af virksomhederne i undersøgelsen har øget antallet af ufaglærte medarbejdere og at 48 pct. af virksomhederne har øget antallet af faglærte medarbejdere. Billedet er lidt anderledes når man ser på hvor stor en andel af virksomhederne, der har ansat flere medarbejdere med en videregående uddannelse. Her er det kun ml. 21-27 pct. af de adspurgte virksomheder der i den angivne periode har ansat flere medarbejdere med en videregående uddannelse.

Figur 1
Har virksomheden inden for de sidste 2 år ændret på antallet af følgende medarbejdergrupper?



Et tredje pejlemærke for, om det går godt i erhvervslivet i Horsens er virksomhedernes innovationsaktiviteter. Ved at spørge ind til innovationsaktiviteterne får man både indblik i om virksomhederne har fokus på innovation og fornyelse og om vilkårene for øget økonomisk vækst er til stede i Horsens.

Også her tegner der sig et pænt billede. Figur 2 viser at 58 pct. af virksomhederne har haft en stigende innovationsaktivitet inden for de sidste 2 år. Dog er der stadig omkring 40 pct. af virksomhederne hvor innovationsaktiviteten ikke har ændret sig inden for de seneste 2 år. Det er ikke muligt på baggrund af denne analyse at afgøre om de virksomheder der ikke har øget deres innovationsaktiviteter allerede har et højt innovationsniveau eller om forklaringen er manglende fokus på innovation. Hvis sidstnævnte er tilfældet vil der være behov for at arbejde videre med hvordan man får løftet innovationsniveauet hos denne gruppe af virksomheder.



Figur 2
Har virksomhedens innovationsaktivitet ændret sig inden for de seneste 2 år

Med udgangspunkt i de sidste 2 år synes der at have været en positiv udvikling i erhvervslivet i Horsens. Og spørger man ind til virksomhedernes forventninger til fremtiden synes den gode udvikling at fortsætte, idet 67 pct. af virksomhederne forventer, at antallet af medarbejdere vil stige inden for de næste 3 år.

Erhvervsstrukturen i Horsens kendetegnes ved, at der er en stor koncentration af produktionsvirksomheder inden for de traditionelle erhverv som fx stål og metal, transport og fødevarer samt nogle få virksomheder inden for de nye væksterhverv som IT og trådløs kommunikation. Små og mellemstore virksomheder inden for de traditionelle kan ofte kendetegnes ved, at de (i) konkurrerer på pris, at de (ii) trækker på ufaglærte og faglærte arbejdskraft, og at der er (iii) begrænset fokus på samarbejde med forsknings- og videnmiljøer om innovationsaktiviteter.

I de nedenstående afsnit ser vi nærmere på, om de første to af de ovenstående faktorer også karakteriserer de virksomheder der indgår i spørgeskemaundersøgelsen. Og i næste kapitel ser vi nærmere på i hvilket omfang virksomhederne i Horsens samarbejder med forsknings- og videnmiljøer om innovationsaktiviteter.

Virksomhederne i Horsens konkurrerer overvejende på pris

En stor andel af virksomhederne i undersøgelsen angiver, at konkurrence på pris er drivkraften bag virksomhedernes innovationsaktiviteter (tabel 1).

Konkurrence på pris	Ny forskning og teknologi	Udækkede brugerbehov
41 pct.	8 pct.	26 pct.

Den overvejende konkurrence på pris blandt virksomhederne i Horsens synes også at afspejle sig i, at flere af de adspurgte virksomheder overvejer at udflytte hele – eller dele – af deres produktion til lavtlønsområder uden for Danmark (figur 3).

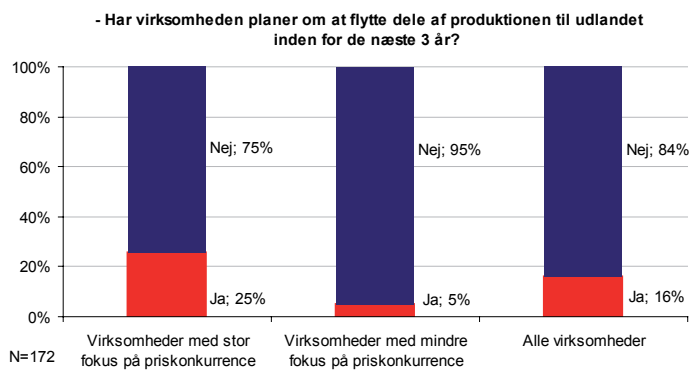
Blandt de virksomheder som angiver at priskonkurrence er en betydningsfuld drivkraft for deres innovation, overvejer 25 pct. at udflytte hele – eller dele af deres produktion til lavtlønsområder uden for Danmark. Sammenligner man med de virksomheder som kun i mindre grad har fokus på priskonkurrence,

Tabel 1
Drivkraften bag virksomhedernes innovation. Alle virksomheder (i meget høj grad/i høj grad)

Note: Data i tabellen summerer ikke til 100 fordi der udelukkende betragtes de virksomheder som har svarer i meget høj grad eller i høj grad til spørgsmålet om "Hvilke faktorer der er drivkraften bag virksomhedens innovationsaktiviteter".

er det tilsvarende tal 5 pct.

Der synes altså at tegne sig et svagt billede af, at de virksomheder i Horsens som konkurrerer på pris har større fokus på udflytning af løntung produktion, end de virksomheder hvor priskonkurrence er knapt så dominerende en innovationsfaktor.

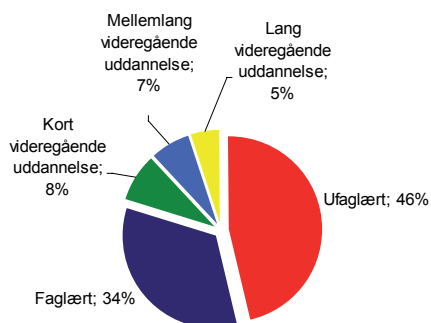


Figur 3

Sammenhæng mellem priskonkurrence som drivkraft for innovation og planer om udflytning

Virksomhederne i Horsens trækker hovedsagelig på faglærte- og ufaglært arbejdskraft

Undersøgelsen viser at de virksomheder, der indgår i undersøgelsen primært trækker på ufaglært og faglært arbejdskraft (figur 4). De ufaglærte medarbejdere udgør næsten halvdelen af de beskæftigede, mens 34 pct. af de beskæftigede udgøres af faglærte. Sammenlagt udgør disse to medarbejdergrupper altså hele 80 pct. af de beskæftigede, der indgår i undersøgelsen.



Figur 4

Andel af medarbejdere i Horsens fordelt på medarbejdergrupper

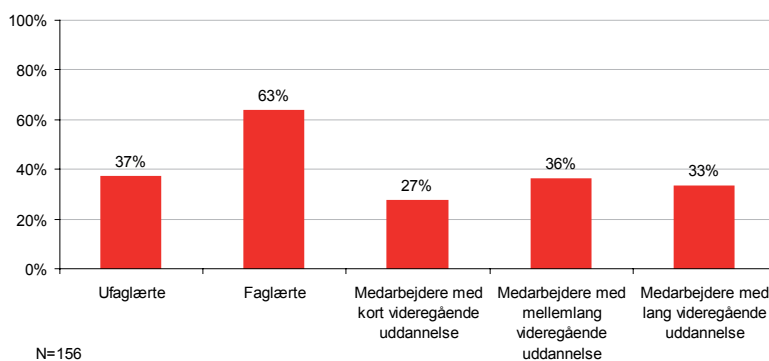
At virksomhederne lægger en forholdsvis stor betydning på ufaglært og faglært arbejdskraft viser sig også på anden vis, idet halvdelen af virksomhederne i undersøgelsen angiver, at de ikke finder medarbejdere med mellemlang eller lang videregående uddannelse relevant for deres virksomhed².

Virksomhederne behov for ufaglært og faglært arbejdskraft viser sig også i, at flere af virksomhederne angiver at de har svært ved at rekruttere den nødvendige arbejdskraft. Og her er det i høj grad faglærte smede som virksomhederne efterspørger.

Virksomhedernes konkurrenceevne i Horsens afhænger i høj grad af den faglærte arbejdskraft

Betydningen af den faglærte arbejdskraft afspejler sig også i, at det er den faglærte arbejdskraft der har betydning for virksomhedernes konkurrenceevne. Figur 5 viser, at 63 pct. af virksomhederne angiver, at det er den faglærte arbejdskraft der har betydning for virksomhedens konkurrenceevne. Ufaglærte medarbejdere samt medarbejdere med en mellemlang- og en lang- videregående uddannelse vurderes at have samme betydning for virksomhedernes konkurrenceevne for 35-40 pct. af virksomhederne.

Figur 5
I hvilken grad har nedestående arbejdskraft betydning for virksomhedens konkurrenceevne (i meget høj grad/i høj grad)



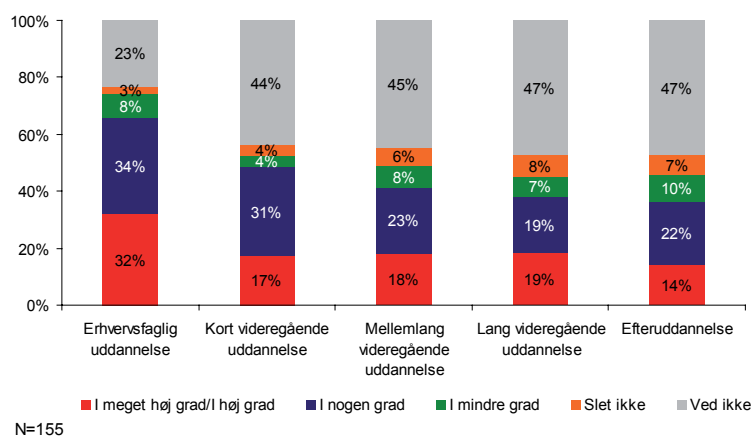
Den betydning virksomhederne i Horsens tillægger de forskellige medarbejdergrupper i relation til virksomhedernes konkurrenceevne, er ikke et billede vi kender fra lignende undersøgelser i Danmark. En undersøgelse af erhvervslivet i Region Nordjylland viste, at 43 pct. af virksomhederne mener, at de faglærte der har betydning for virksomhedens konkurrenceevne, mens det tilsvarende tal for ufaglærte var 14 pct. og 73 pct. for medarbejdere med en videregående uddannelse. En lignende undersøgelse i Trekantsområdet viste tilsvarende resultater som undersøgelsen i Nordjylland.

2) På spørgsmålet om hvorvidt virksomheden har svært ved at rekruttere medarbejdere med en lang videregående uddannelse svarer 51 pct. af virksomhederne "Ved ikke / Ikke relevant", mens 47 pct. af virksomhederne svarer "Ved ikke / Ikke relevant" til det tilsvarende spørgsmål om medarbejdere med mellemlang videregående uddannelse.

Virksomhederne er moderat tilfredse med uddannelsesudbuddet og kvaliteten af uddannelserne. Men der er rum for forbedringer

Virksomhederne er moderat tilfredse med udbuddet af uddannelser (figur 6). 32 pct. af virksomhederne angiver, at udbuddet af erhvervsfaglige uddannelser svarer til deres behov. I den sammenhæng er det interessant at 63 pct. af virksomhederne angiver at det især er medarbejdere med erhvervsfaglige uddannelser der har betydning for virksomhedens innovation (figur 5).

Når det drejer sig om videre- og efteruddannelse er der større uoverensstemmelse mellem udbud og efterspørgsel idet kun 14 pct til 19 pct af virksomhederne er tilfredse eller meget tilfredse med uddannelsesudbuddet³. Der er således rum for forbedringer.



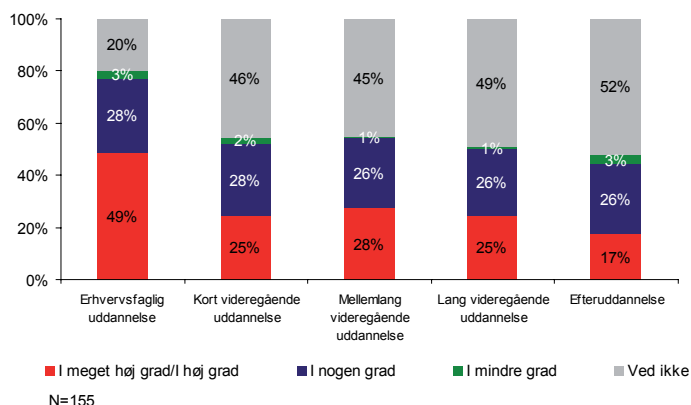
Figur 6
Svarer uddannelsesudbuddet til virksomhedernes behov?

Den store andel af virksomheder som angiver (figur 6), at de ikke kan vurdere om uddannelsesudbuddet svarer til virksomhedernes behov, afspejler i høj grad den medarbejdersammensætning som virksomhederne har i dag, hvor mange virksomheder ikke har ansat personer med en videregående uddannelse.

Ser man på hvordan virksomhederne vurderer uddannelsernes kvalitet, er der størst tilfredshed med kvaliteten af de erhvervsfaglige uddannelser. Men tallene viser, at der er rum for at forbedre kvaliteten på alle uddannelserne, da der er en pæn andel af virksomheder, som kun er nogenlunde tilfredse med den nuværende kvalitet i uddannelserne (figur 7).

3) En lignende undersøgelse fra Region Nordjylland viste, at 50-60 pct. af virksomhederne i Region Nordjylland er tilfredse eller meget tilfredse med udbuddet af uddannelser i regionen. Virksomhederne i Region Nordjylland – en survey undersøgelse. FORA, juni 2006.

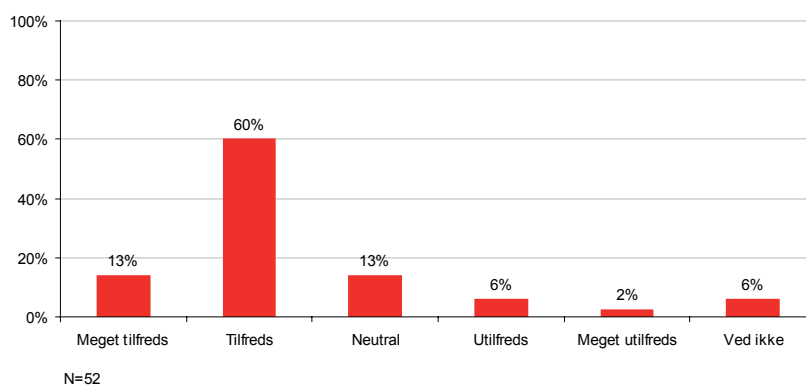
Figur 7. Er virksomheden tilfreds med uddannelsernes kvalitet?



Uudnyttet potentiale for samarbejde med uddannelsesinstitutionerne

34 pct. af de adspurgte virksomheder har inden for de sidste 2 år samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne om at styrke uddannelserne. Og virksomhederne vurderer at det er et samarbejde der bærer frugt. Således angiver 81 pct. af de virksomheder, som har samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne, at de har været tilfredse og meget tilfredse med samarbejdet (figur 8). Dette indikerer at der ligger et stort potentiale i at få erhvervslivet til at indgå i en tættere dialog med henblik på at styrke fremtidens uddannelser.

Figur 8. Har virksomheden været tilfreds med samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne?



Virksomhederne har et begrænset fokus på vidensamfundets konkurrenceparametre

Virksomhederne i Horsens har i dag et velfungerende samarbejde med hinanden og Horsens er kendt som en by der løfter i flok. Et godt eksempel herpå er den succes som Horsens har opnået med at få udenlandske kunstnere til at spille til koncerter i Horsens. Og der er mange andre gode eksempler på at virksomhederne i Horsens samarbejder i det daglige.

Men erhvervsøkonomiske forskning viser, at for at klare overgangen fra produktionssamfundet til vidensamfundet er der behov for, at sætte fokus på samarbejde om innovationsaktiviteter, på at afdække brugerbehov og på at dele viden. Og her står virksomhederne i Horsens overfor en stor udfordring.

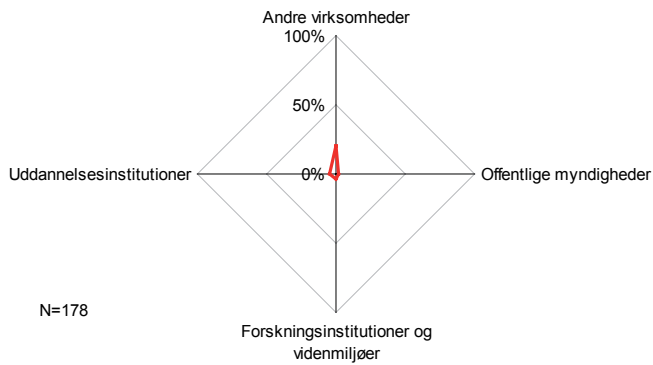
Begrænset samarbejde om innovationsaktiviteter

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at der ikke er tradition for at samarbejde om innovationsaktiviteter i Horsens idet kun 20 pct. af virksomhederne samarbejder med andre virksomheder om innovationsaktiviteter⁴ (figur 9). Og ser man på omfanget af virksomhedernes samarbejde med forsknings- og videmiljøer samt offentlige myndigheder og uddannelsesinstitutioner er omfanget af samarbejdet endnu mindre, idet mindre end 5 pct. af virksomhederne angiver, at de samarbejder med disse aktører om innovationsaktiviteter⁵.

Virksomhederne vurderer dog ikke, at manglende samarbejde med andre aktører om innovationsaktiviteter er en barriere for deres egne innovationsaktiviteter. Kun 10 pct. af de adspurgte virksomheder angiver, at manglende kendskab til relevante samarbejdspartnere er en barriere for deres innovationsaktiviteter. Det gælder både samarbejde med andre virksomheder og med forsknings og videninstitutioner.

4) Virksomheder som samarbejder med andre virksomheder kendetegnes ofte ved, at det er virksomheder inden for samme koncern der samarbejder – og ikke virksomheder på tværs af brancher.

5) En lignende undersøgelse fra Region Nordjylland viste, at 40 pct. af de toneangivende virksomheder i Regionen samarbejder med andre virksomheder om innovation. Og at 20 pct. af virksomhederne samarbejdede med forsknings- og uddannelsesinstitutioner samt offentlige myndigheder om innovationsaktiviteter. Virksomhederne i Region Nordjylland – en survey undersøgelse, Juni 2006. FORA

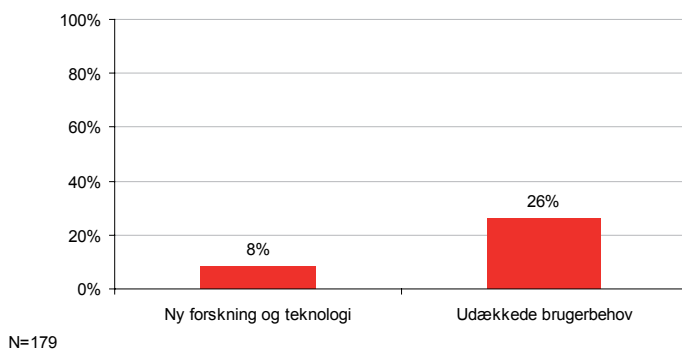


Figur 9
Har virksomheden inden for de sidste 2 år samarbejdet med nedenstående parter om sine innovationsaktiviteter (i meget høj grad/i meget høj grad)

Innovationsaktiviteter drives ikke af forskning og brugerbehov

En anden vigtig konkurrenceparameter i vidensamfundet er brugen af ny forskning og teknologi i udviklingen af nye og innovative produkter. Også her står virksomhederne i Horsens overfor en stor udfordring (Figur 10)⁶.

Kun 8 pct. af virksomhederne angiver, at ny forskning og teknologi er drivkraften bag deres innovationsaktiviteter, mens 26 pct. af virksomhederne peger på udækkede brugerbehov. Især den manglende fokus på ny forskning og teknologi kendes ikke fra lignende undersøgelser i fx Nordjylland. Her pegede 22 pct. af virksomhederne på, at ny forskning og teknologi havde stor betydning for virksomhedernes innovationsaktiviteter.



Figur 10
I hvilken udstrækning er følgende faktorer drivkraften bag virksomhedens innovationsaktiviteter (i meget høj grad/i høj grad)

6) Se også tabel 1

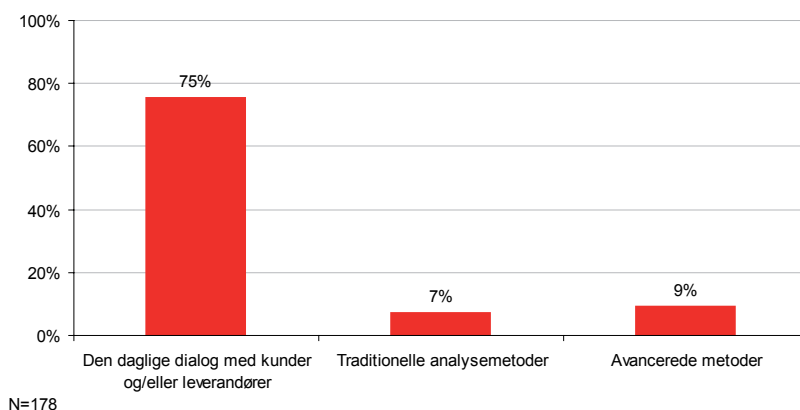
Inkrementale innovationer (gradvise forbedringer) opstår typisk i den daglige dialog mellem virksomhederne og deres kunder og leverandører.

Men mere radikale innovationer, som skaber konkurrencemæssige fordele og resulterer i mange nye job, kræver at virksomhederne bruger ny forskning og teknologi samt mere avancerede analysemetoder til at afdække brugernes behov

Det er derfor interessant at se lidt nærmere på hvordan virksomhederne i Horsens arbejder med at afdække nye brugerbehov (Figur 11).

75 pct. af virksomhederne angiver, at udækkede brugerbehov afkodes via den daglige dialog med kunder/leverandører. 7 pct. af virksomhederne angiver, at brugerbehov afdækkes via traditionelle analysemetoder. Og 8 pct. af virksomhederne angiver, at de anvender avancerede metoder som fx antropologiske studier til at afkode brugernes behov.

Figur 11
Hvilken rolle spiller følgende aktiviteter for virksomhedens innovation (meget stor rolle/stor rolle i procent)



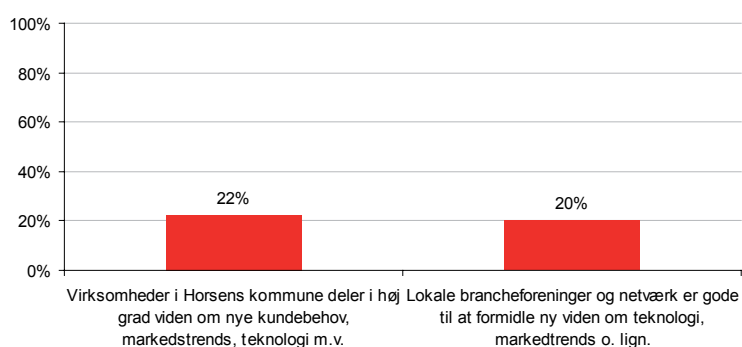
Virksomhedernes manglende fokus på anvendelse af nye og avancerede metoder til at afkode brugernes behov vurderes blandt virksomhederne ikke som en barriere for virksomhedernes innovation. Kun 15 pct. af virksomhederne vurderer, at det i meget høj grad eller høj grad er en barriere for virksomhedens innovationsaktiviteter, at de ikke har en systematisk tilgang til at arbejde med innovation.

Der er derfor noget der tyder på, at den type af innovationer som skaber mange arbejdspladser ikke udnyttes i tilstrækkelig grad i erhvervslivet i Horsens - og at initiativet til at ændre rammebetingelserne ikke vil komme fra virksomhederne selv.

Mangel på videndeling

Deling af viden mellem virksomheder og formidling af ny viden fra brancheorganisationer og netværk om nye kundebehov, markedstrends og teknologi er nogle af nøgleordene når man taler om innovation i vidensamfundet (Figur 12).

I Horsens synes der ikke at være tradition for at dele den type af viden der har betydning for virksomhedernes konkurrenceevne. Således er kun 22 pct. af virksomheder helt eller delvist enige i, at virksomhederne i Horsens er gode til at dele viden om nye kundebehov, markedstrends og teknologi. Og en tilsvarende andel af virksomhederne vurderer, at lokale brancheforeninger og netværk er gode til at dele viden om ny teknologi, markedstrends og lignende.



N=154

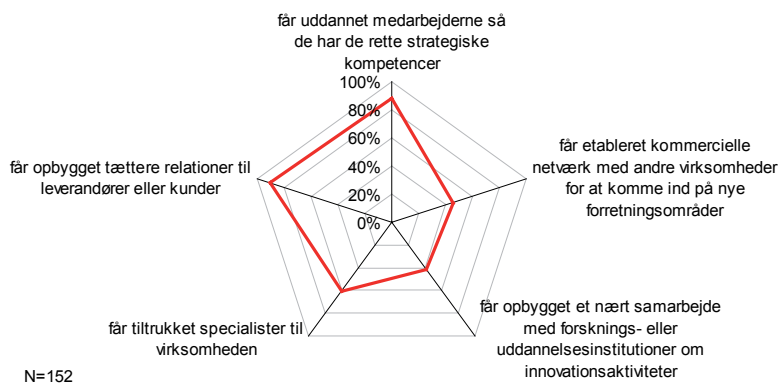
Virksomhederne ser dog ikke manglen på videndeling som et reelt problem. Og det er således kun 15 pct. af virksomhederne som angiver, at manglen på viden er en barriere for virksomhedens innovationsaktiviteter.

Figur 12
Er du enig i følgende udsagn om erhvervs klimaet inden for din virksomheds forretningsområde i Horsens Kommune (Helt enig/delvist enig)

På trods af at der i erhvervslivet i Horsens ikke er tradition for samarbejde om innovationsaktiviteter og videndeling, angiver en overvejende andel af virksomhederne, at det er behov for at bryde denne tradition, og fokusere på innovationssamarbejde og videndeling fremover.

Figur 13 viser en række faktorer som virksomhederne anser som centrale i fremtiden; (i) tættere relationer til kunder og leverandører (ii) kompetenceopbygning (iii) tiltrække specialister (iv) nye samarbejdsalliancer⁷.

Figur 13
Hvor vigtigt er det efter din vurdering, at virksomheden.....
(Meget vigtigt/vigtigt)



Selv om mindre end 10 pct. af virksomhederne i dag samarbejder med forsknings- og uddannelsesinstitutioner om innovationsaktiviteter, vurderer 40 pct. af virksomhederne, at samarbejde om innovation bliver vigtigt i fremtiden og at der er behov for at få opbygget et nært samarbejde med forsknings- og uddannelsesinstitutioner. Også samarbejde med andre virksomheder i kommercielle netværk, anses som et af de områder, hvor virksomhederne mener, at de skal være bedre til at byde ind.

Strategisk kompetenceopbygning blandt virksomhedernes medarbejdere og

⁷) herunder samarbejdsrelationer med forsknings- og/eller uddannelsesinstitutioner og samarbejdsrelationer med andre virksomheder i kommercielle netværk.

tiltrækning af specialister anses også for at være to vigtige faktorer for virksomhederne. Mere end 90 pct. af virksomhederne angiver, at det er vigtigt at få uddannet medarbejdere med de rette strategiske kompetencer. Og 60 pct. af virksomhederne angiver, at der er behov for at tiltrække specialister til virksomheden.

Endelig angiver mere end 95 pct. af virksomhederne i undersøgelsen, at det er vigtigt at få opbygget tætte relationer til kunder og leverandører.

Virksomhederne er opmærksomme på, at deres fremtidige konkurrenceevne afhænger af vidensamfundets konkurrencefaktorer. Udfordringen bliver imidlertid, om virksomhederne formår at opbygge de strategiske kompetencer, den viden og de samarbejdsalliancer som er nødvendige for at forbedre deres konkurrenceevne.

Hvilken viden har virksomhederne behov for at opbygge for at forblive konkurrencedygtige om 5-10 år? Og hvordan arbejder virksomhederne med at opbygge denne viden?

En vigtig forudsætning for at en virksomhed kan forblive konkurrencedygtige er, at den har fokus på hvor virksomheden vil være om 5-10 år, hvordan den kommer derhen og hvilken type af viden den har behov for at opbygge for at nå sit mål.

I undersøgelsen bliver der spurgt til om virksomhederne har et klart billede af den type af viden de skal opbygge for at forblive konkurrencedygtige om 5 – 10 år, og hvad virksomhederne i dag gør for at opbygge denne viden. Virksomhederne fik mulighed for at uddybe de to spørgsmål⁸. Et resume af virksomhedernes svar på de to spørgsmål findes i boks 1.

8) De to spørgsmål var formuleret som åbne spørgsmål : 1) Hvilken type viden har virksomheden brug for at opbygge, hvis den skal være konkurrencedygtig om 5-10 år? 2) Hvad gør virksomheden i dag for at opbygge denne viden.

Boks 1

Hvilken viden har virksomheden behov for at opbygge for at blive konkurrencedygtig om 5-10 år? Og hvad gør virksomheden i dag for at opbygge denne viden?

Hvilken viden har virksomheden behov for at opbygge for at blive konkurrencedygtige om 5-10 år?

Virksomhedernes svar kan groft inddeles i tre kategorier.

1. Viden om produktionsteknologier
2. Viden om kunder og brugere
3. Ny viden til medarbejdere (kompetenceopbygning)

Ad 1. Viden om produktionsteknologier

En meget stor andel af virksomhederne angiver, at viden om nye produktionsmetoder, automatisering og proces-teknologier er vigtige for virksomhedernes fremtidige konkurrenceevne.

Ad 2. Viden om kunder og brugere

En tilsvarende stor andel af virksomhederne angiver at viden om kunder og brugere er vigtigt for den fremtidige konkurrenceevne. Herunder viden om kunders ønsker og behov, trendforskning og forbrugeradfærd.

Ad 3. Ny viden til medarbejdere

Andre virksomheder angiver at kompetenceopbygning er vigtig for den fremtidige konkurrenceevne. Her handler det i høj grad om kompetenceopbygning blandt medarbejderne inden for IT og opkvalificering af ledere i virksomhederne.

Hvad gør virksomheden i dag for at opbygge denne viden?

Også på dette spørgsmål kan virksomhedernes svar inddeles i en række kategorier

1. Efteruddannelse (internt og eksternt)
2. Messer/fagblade
3. Kunde/leverandørkontakt
4. Brancheforeninger og Netværk
5. Udviklingssamarbejde (internt og eksterne)
6. Nye medarbejdere
7. Konsulenter.

Når det drejer sig om at opbygge ny viden om nye produktionsteknologier/processer, kunder og brugere får virksomhederne deres viden via dialog med kunder og leverandører, deltager i messer og læser fagblade. Hvad angår kompetenceopbygning, så sker denne for en stor andel af virksomhederne via kurser ved eksterne kursusudbydere – men der er en pæn andel af virksomhederne som afholder interne kurser med henblik på opkvalificering af medarbejder.

Sammenholder man resultaterne i boks 1 med de resultater der vises i figur 10 synes der at være et mindre paradoks.

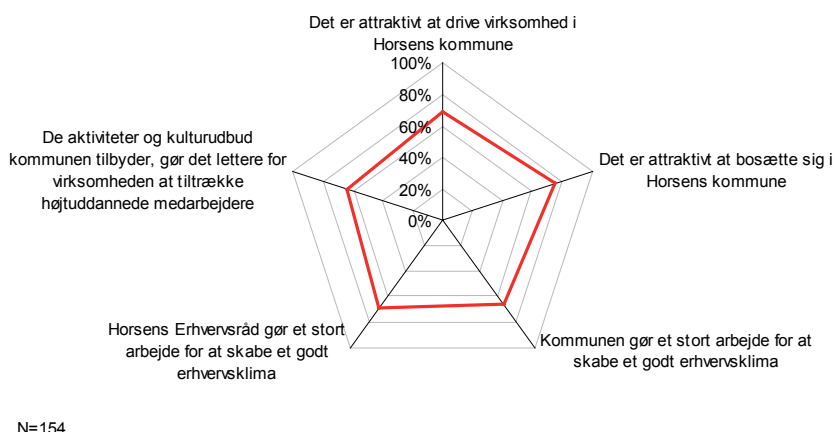
Virksomhederne angiver, at der er et stort behov for at indgå i nye samarbejdsalliancer med andre virksomheder og med forsknings- og uddannelsesinstitutioner med henblik på innovationssamarbejder. Men når man spørger ind til hvad virksomhederne helt konkret gør for at opbygge den viden, der er vigtige for at forblive konkurrencedygtige om 5-10 år, er der kun en meget lille andel af virksomhederne, som forsøger at afdække muligheden for samarbejde med nye aktører. Det kan til dels skyldes, at virksomhederne ikke kender til de muligheder for innovationssamarbejder, der ligger i de danske forsknings- og videnmiljøer – eller der ikke er tradition for denne type af samarbejder hos virksomhederne

Et godt pejlemærke for erhvervsklimaet i Horsens kommune er at sammenligne Horsens med Trekantområdet på nogle udvalgte indikatorer for attraktivitet⁹. Dels fordi erhvervsstrukturen i Horsens minder meget om erhvervsstrukturen i Trekantområdet. Og dels fordi Trekantområdet af mange opfattes som et interessant vækstområde og som hørende blandt best practice når det drejer sig om erhvervspolitik i Jylland.

Horsens bliver betragtet som mindre attraktivt at bosætte sig i end Trekantområdet – men mere attraktivt end Nordjylland (figur 14). Således er det 76 pct. af virksomhederne i Horsens, der er helt enige eller delvist enige i, at det er attraktivt at bosætte sig i Horsens. Det tilsvarende tal for Trekantområdet er 83 pct. og for 53 pct. for Nordjylland¹⁰.

Det samme billede går igen når man spørger virksomhederne om hvor attraktivt det er at drive virksomheder i Horsens. 69 pct. af virksomhederne i Horsens mener, at det er attraktivt at drive virksomhed i Horsens, mod 77 pct. i Trekantområdet og 46 pct. i Nordjylland¹¹.

Figur 14
Er du enig i nedenstående udsagn om Horsens Kommune?
(Helt enig/delvis enig)



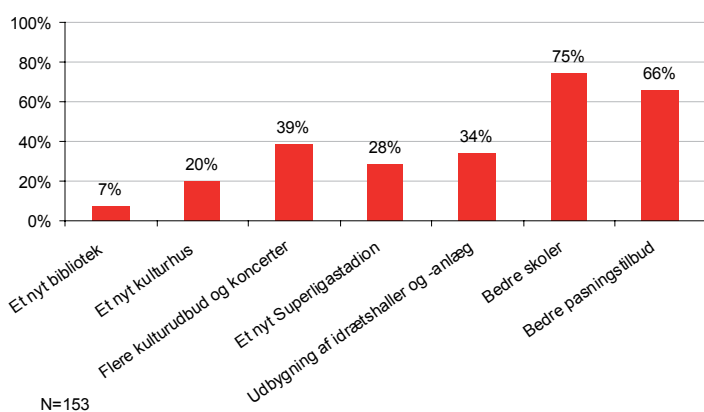
9) I Region Nordjylland er der blevet gennemført en tilsvarende undersøgelse af erhvervsklimaet. Hvor det har været muligt – og hvor det giver mening, har vi valgt at sammenligne resultaterne fra Horsens med resultaterne fra Region Nordjylland.

10) og 11) Virksomhederne i Region Nordjylland. En Survey Undersøgelse. FORA, juni 2006.

Den centrale beliggenhed, de kulturelle udbud og det at være del af en by i vækst angives af flere af virksomhederne, som nogle af de største fordele ved at være lokaliseret i Horsens.

Men når det drejer sig om uddannelsesniveaet i kommunen, muligheden for at tiltrække kvalificeret arbejdskraft og manglen på videregående uddannelser og forskningsinstitutioner vurderer virksomhederne, at det er en ulempe at være lokaliseret i Horsens.

På spørgsmålet om, hvorvidt kommunen tilbyder tilstrækkelig med aktiviteter og kulturudbud, som gør det lettere for virksomhederne at tiltrække højtuddannede medarbejdere, angiver 50 pct. af virksomhederne at kommunen gør et tilstrækkeligt arbejde. Samtidig angiver virksomhederne at der er behov for bedre skoler og pasningstilbud, flere kulturudbud og udbygning af idrætshaller og anlæg for at tiltrække flere højtuddannede til Horsens (Figur 15)



Figur 15
Hvilke af følgende aktiviteter tror du vil forbedre muligheden for at tiltrække højtuddannede til Horsens?

Spørger man nærmere ind til hvilke aktiviteter som vil øge muligheden for at tiltrække højtuddannede til Horsens angiver virksomhederne endvidere, at der er behov for et større udbud af uddannelser og etablering af forsknings- og videnmiljøer i Horsens.

Stor tilfredshed med erhvervsservicen

Der er en stor tilfredshed i erhvervslivet med det arbejde som både Kommunen og Erhvervsrådet gør for at skabe et godt erhvervsklima i Horsens (Figur 14).

Virksomhederne er generelt tilfredse med den erhvervsservice, der udbydes i dag. Men enkelte virksomheder peger på, at der kan være behov for, at Er-

hvervsrådet nytænker erhvervsservicen for at understøtte overgangen til vidensamfundet. Det kan fx ske ved at sætte mere fokus på at identificere og etablere nye netværk og samarbejdsmuligheder mellem virksomheder. Og ved at gøre erhvervsservicen mere synlig blandt mindre virksomheder og de virksomheder som ligger lidt uden for Horsens by.

Udgivelser fra FORA

Alle FORAs udgivelser findes på hjemmesiden www.foranet.dk under menupunktet 'Publikationer'.

- #16 Quality Assessment of Entrepreneurship Indicators. Version 2. Oktober 2006
Anders Hoffmann Morten Larsen Anne Sophie Oxholm
- #15 Miljøteknologiske styrkepositioner - En erhvervsanalyse af klyngedannelse. Juni 2006
Torsten Andersn, Marie Degn Bertelsen, Jørgen Rosted
- #14 Quality Assessment of Entrepreneurship Indicators. December 2005
International Consortium for Dynamic Benchmarking of Entrepreneurship
- #13 Brugerdreven Innovation - Resultater og anbefalinger. Oktober 2005
Jørgen Rosted
- #12 Brugerdreven Innovation i elektronikbranchen. Oktober 2005
Casper Høgenhaven
- #11 InnovationMonitor 2005. September 2005
Anders Hoffmann
- #10 Brugerdreven Innovation i medicobranchen. August 2005
Annemarie Munk Riis
- #9 Brugerdreven Innovation i dansk mode - en surveyundersøgelse. August 2005
Casper Høgenhaven
- #8 Brugerdreven Innovation i dansk mode - den 5. globale klynge? August 2005
Stine Hedegaard Jørgensen, Rasmus Bech Hansen, Casper Høgenhaven
- #7 Et benchmarkstudie af menneskelige ressourcer - hvad kan Danmark lære? Oktober 2004
Alice Heegaard Klynge, Annemarie Munk Riis
- #6 Digitalisering af erhvervslivet: et benchmarkstudie af IKT - hvad kan Danmark lære? Oktober 2004
Anders Hertz Larsen, Lotte Langkilde

Rapporter udgivet i samarbejde med andre

Alle FORAs udgivelser findes på hjemmesiden www.foranet.dk under menupunktet 'Publikationer'.

Pilot Project Report: Benchmarking clusters in the knowledge based economy. November 2006
Torsten Andersen, Markus Bjerre

Iværksætterindeks 2006. November 2006
Morten Larsen Anders Hoffmann Dorte Høeg Koch Sannie Fisker Andersen Hesham Morten Gabr Niels May Nielsen Anne Sophie Oxholm

InnovationMonitor 2006. September 2006.
Anders Hoffmann Niels May Nielsen Anne Sophie Oxholm

The Nordic Model for Consumer and Customer Satisfaction - Policy Report. Oktober 2005
Marie Degn Bertelsen, Jørgen Rosted

Iværksætter Indeks 2005. Oktober 2005
Anders Hoffmann, Morten Larsen, Niels May Nielsen

Danmarks Erhvervsråds handlingsplan for Brugerdreven Innovation. Oktober 2005
Jørgen Rosted, Casper Høgenhaven

Erhvervsstrategi - Trekantområdet. August 2005
Jørgen Rosted, Jens Bjerg Carlsen, Lotte Langkilde

Faktablade - Trekantområdet. August 2005
Jørgen Rosted, Jens Bjerg Carlsen, Lotte Landkilde

Målestystem - Trekantområdet. August 2005
Jørgen Rosted, Jens Bjerg Carlsen, Lotte Langkilde

From Benchmarking to Policy Priorities. Juli 2005
Anders Hoffmann

Den nordiske model for forbruger- og kundetilfredshed. Marts 2005
Marie Degn Bertelsen