



www.rf.no

**Det matindustrielle miljø i
Stavangerområdet:
Struktur og muligheter**

RF-1999/032

Vår referanse: 744/834820	Forfatter(e) Jan Einar Reiersen	Versjonsnr. / dato: Vers. 1 / 9.mars 1999
Ant. sider: 50	Faglig kvalitetssikrer: Martin Gjelsvik	Gradering: Konfidensiell
ISBN:	Oppdragsgiver(e): Stavanger kommune	Åpen fra (dato): 1. mai 1999
Forskningsprogram:	Prosjektittel: Det matindustrielle miljøet i Stavangerområdet	

Emne:

Denne rapporten tar for seg det matindustrielle miljøet i Stavangerområdet, som omfatter kommunene Stavanger, Sandnes, Sola og Randaberg. Arbeidet inngår i arbeidet med strategisk næringsplan for Stavanger, hvor det matindustrielle miljøet er et av hovedsatsingsområdene.

Rapporten er en analyse av matsektoren, med hovedvekt på næringsmiddelindustrien og de mange relaterte virksomhetene. Det gjelder ikke bare vareleverandører, men også bedrifter og institusjoner som formidler kunnskap, kompetanse og andre tjenester.

Rapporten er lagt opp som en perspektivanalyse, hvor vi forsøker å peke ut noen områder hvor Stavangerområdet står sterkt og har muligheter til å bli et ledende nasjonalt senter. Kommunens rolle drøftes også i denne sammenheng.

Av analysen går det fram at det matindustrielle i Stavangerområdet er ganske omfattende og har muligheter for å utvikle seg uten at det går ut over resten av fylket. Med basis i at Stavanger er et kunnskaps- og kompetansesenter, ligger forholdene til rette for å styrke næringen som et ledd i arbeidet med å videreutvikle Matfylket Rogaland.

Emne-ord:

Matindustrielle miljøer, Stavangerområdet, perspektivanalyse

RF - Rogalandsforskning er sertifisert etter et kvalitetssystem basert på NS - EN 9001

Prosjektleder
Jan Einar Reiersen

for RF - Miljø og næringsutvikling
Kåre Netland

Innhold

Forord	iii
Sammendrag	iv
1 INNLEDNING.....	1
1.1 Hva menes med en perspektivanalyse?	1
1.2 Formål og problemstilling	2
1.3 Funksjonell og geografisk avgrensning.....	2
2 FAGLIG PERSEKTIV OG METODE	4
2.1 Innledning.....	4
2.2 Teori og analyseopplegg.....	4
2.3 Metode.....	7
3 MATSEKTOREN I STAVANGEROMRÅDET	9
3.1 Omfang og hovedaktiviteter	9
3.2 Næringsmiddelindustrien i Stavangerområdet og Rogaland.....	10
3.3 Næringsmiddelindustrien i nasjonal sammenheng.....	12
4 NÆRINGSMIDDELINDUSTRIEN I STAVANGER-OMRÅDET	15
4.1 Sentrale virksomheter og aktører	15
4.2 Lokalisering og marked for næringsmiddelindustrien	17
4.3 Tyngdepunkt innenfor foredlingsindustrien	18
4.4 Leverandørindustri til matvarevirksomheten	19
4.5 Omlokalisering	20
5 KUNNSKAP OG KOMPETANSE - DRIVSTOFF I UTVIKLINGEN.....	22
5.1 Betydningen av kunnskap og kompetanse.....	22
5.2 Kjerneområder for FoU på matområdet i Stavangerområdet.....	23
5.3 Opplærings- og utdanningsinstitusjoner.....	24
6 GROSSIST OG DISTRIBUSJON -ET VIKTIG AKTIVITETSOMRÅDE.....	26
6.1 Omfang.....	26
6.2 Sentrale aktører og virksomhet.....	26
7 STORHUSHOLDNING OG DAGLIGVAREHANDEL - ET BREDT SPEKTER AV AKTIVITETER	28
7.1 Omfang og marked.....	28

7.2	Sentrale virksomheter og aktører	29
8	DET MATINDUSTRIELLE MILJØET I STAVANGER-OMRÅDET - FRAGMENTERT ELLER HELHETLIG?	31
8.1	Er matsektoren i Stavangerområdet et industrielt miljø?	31
8.1.1	Omfang	31
8.1.2	Lokalisering og historiske tradisjoner	32
8.1.3	Opplevelse av Stavangerområdet som et miljø	33
8.1.4	Kompetansemiljø	34
8.1.5	Innovasjon og nyskaping	34
8.1.6	Stavangerområdet som kjerneområde i en større region	36
8.2	Ett eller flere miljø?	36
9	EKSTERNE RAMMEBETINGELSER FOR HANDLING	41
9.1	Nasjonale og internasjonale forhold	41
9.2	Mattrender og forbrukeradferd	42
10	STRATEGI FOR HANDLING	45
10.1	Visjon og utviklingsstrategi	45
10.2	Potensielle utviklingsområder	45
10.3	Roller og tiltaksområder for kommunalt og regionalt næringsarbeid	47
10.3.1	Roller i næringsarbeidet	47
10.3.2	Mulige tiltaksområder og rolleutforming	48
10.4	Analysen som et innspill i prosessen	49
	REFERANSER	51

Forord

Dette prosjektet er et oppdrag for Stavanger kommune, med økonomisk støtte fra Rogaland fylkeskommune, Fylkesmannens landbruksavdeling, og nabokommunene Sandnes, Sola og Randaberg.

Målet med arbeidet har vært å utarbeide en perspektivanalyse for Stavangerområdet knyttet til det matindustrielle miljø. Analysen er et ledd i arbeidet med strategisk næringsplan for Stavanger kommune. Primærproduksjonen inngår ikke direkte i analysen. Hovedvekten skulle legges på næringsmiddelindustrien og de mange relaterte aktivitetene som angår varestrømmer, kunnskap, kompetanse og andre tjenester.

Arbeidet har foregått i to faser. Den første -kartleggingsfasen - har vært gjennomført av Fagforum for mat og drikke, mens selve perspektivanalysen er gjort av RF-Rogalandforskning. En felles styringsgruppe har fulgt prosjektet. Denne har bestått av:

- Svein Arild Holmen, Stavanger kommune
- Bjarte Dybvik, Stavanger kommune
- Sigurd Aarsland/Kristin Barvik, Sandnes kommune
- Rolf Aarre, Randaberg kommune
- Anne Solheim, Rogaland fylkeskommune
- Joar Oltedal, Fylkesmannens landbruksavdeling
- Onar Gudmundsen, Fiskeri- og havbrukssjefen i Rogaland
- Harald Pedersen, NORCONSERV
- Øystein Soma Eriksen, ASKO Rogaland
- Arne Sørvig, Fagforum for mat og drikke

Styringsgruppen har kommet med mange gode kommentarer og innspill i prosessen. Så langt vi har sett riktig, har vi innarbeidet disse i analysen. Det må likevel understrekes at undertegnede står ansvarlig for rapporten.

Det er viktig å minne om at analysen av det matindustrielle miljøet i Stavanger ikke er ferdig med denne perspektivanalysen. Denne kan forhåpentligvis fungere som startpunkt både for en oppfølgende analyse av temaet, gjerne i et fylkesperspektiv, og ikke minst i diskusjonen om planer og handlinger som kan styrke det matindustrielle miljøet .

Når det gjelder utviklingen framover, kan aktørene selv være med å prege debatten og påvirke utviklingen. Denne analysen kan i beste fall bidra til å sette temaet på dagsorden og trekke fram noen forhold som bør legges til grunn for utviklingsarbeidet.

Stavanger, 7. mars 1998

Jan Einar Reiersen

Sammendrag

Bakgrunn og avgrensing

Finnes det et matindustrielt miljø i Stavangerområdet, og hva særpreger dette? Er det mulig å styrke dette miljøet uten at det går på bekostning av resten av Rogaland fylke?

Denne perspektivanalysen har hatt som formål å synliggjøre og beskrive matsektoren i Stavangerområdet med henblikk på å finne fram til områder som kan bli gjenstand for planer og tiltak. Utgangspunktet for arbeidet er *Strategisk næringsplan for Stavanger kommune 1998 - 2000*, som har pekt ut det matindustrielle miljø som ett av to hovedsatsingsområder. Resultatene kan like gjerne danne grunnlag for interkommunale samarbeidstiltak og inngå i planer for næringsutvikling på fylkesnivå.

Stavangerområdet, som består av kommunene Stavanger, Sandnes, Sola og Randaberg, er det geografiske området for analysen. Dette er et integrert arbeids- og boligmarked, hvor kommunegrensene heller ikke betyr noe for næringslivet. I analysen blir Stavangerområdet satt inn i en fylkessammenheng, og til dels også i et nasjonalt perspektiv. Oppgaven blir derfor å se det bypregede Stavangerområdet som et lokaliseringssted for visse typer matorienterte aktiviteter innenfor et større regionalt og nasjonalt system.

Noen nøkkeltall angir bakgrunnssituasjonen :

- Stavangerområdet har vel halvparten (50,5 %) av *innbyggerne* og 58 % av *arbeidsplassene* i Rogaland fylke.
- *Primærproduksjonen* blir ikke analysert i dette arbeidet. For ordens skyld kan det nevnes at Stavangerområdet stod for 15 % av årsverkene og 19 % av sysettingen er i landbruket i fylket i 1995. Kun 8 % av fiskerne, inkludert oppdrettsnæringen, er hjemmehørende på Nord-Jæren.

Omfang og fordeling

Matsektoren består av mange ledd i en verdikjede. Når vi setter fokus på det matindustrielle miljø, er næringsmiddelindustrien på mange måter basisen. Men virksomheter som leverer varer, kunnskap og tjenester til denne, de såkalte relaterte næringene, hører også med i bildet. Videre består matsektoren av leddene grossist, distribusjon, storhusholdning og detaljist.

Det er ikke lett å avgrense hvilke bransjer og bedrifter som hører med til matsektoren eller det matindustrielle miljø. Innen flere bransjer er det bedrifter som har sitt hovedmarked på matområdet, mens andre har marginal tilknytning. Mange bedrifter og institusjoner driver både med mat og helt andre typer næringsaktiviteter.

En grov beregning antyder at omkring 8000 sysselsatte i Stavangerområdet er i virksomheter som enten direkte har med matvarer å gjøre eller leverer varer eller tjenester til matvarebedriftene. Dersom vi legger en mer utvidet definisjon til grunn, er det trolig over 10 000 ansatte i mat- og drikkevaresektoren på Nord-Jæren. De største sysselsettingstallene finner vi i de kunderelaterte leddene som detaljhandel, storhusholdning (catering og restaurant o l) og grossistvirksomhet.

Næringsmiddelindustrien - basisaktivitet for det matindustrielle miljø

Næringsmiddelindustrien er på mange måter grunnlaget for det matindustrielle miljøet. I denne bransjen foregår bearbeidingen av råvarene. Denne industrien gir grunnlaget for leverandørindustrien og de etterfølgende logistikkleddene fram til konsumentene.

- I 1995 hadde næringsmiddelindustrien i Stavangerområdet 2100 sysselsatte, omtrent like mange av begge kjønn.
- Innenfor næringsmiddelindustrien er omtrent 45 % av de sysselsatte innenfor foredlingsvirksomhet som henger sammen med husdyrproduksjon. Kjøtt- og kjøttvarer er størst, men egg og melk også betydelige bransjer. Før til oppdrettsnæringen, drikkevarer og brødvarer hadde omtrent 300 sysselsatte hver. Disse tre bransjene står til sammen for 45 % av sysselsettingen i næringen.
- I fylkessammenheng utgjør næringsmiddelindustrien i Stavangerområdet halvparten av antall sysselsatte. Når det gjelder bransjene før og drikkevarer ligger andelen over 80 %, og for kjøtt og kjøttvarer på 62 %. For fiskevarer og frukt og grønnsaker ligger andelen godt under 20 %. Melk og iskrem ligger på ca. 25 %.
- I nasjonal sammenheng har næringsmiddelindustrien i Rogaland kun ca. 8 % av sysselsettingen. Noen bransjer skiller seg klart ut. Det gjelder først og fremst fôrproduksjon med over 22 % av landets sysselsatte og minst like stor del av omsetningen. Deretter følger, noe overraskende, korn- og stivelseprodukter, med nesten 18 %, kjøtt og kjøttvarer med nesten 11 % og meierivarer med ca. 9,5 %. De andre bransjene ligger under 7 %. Fiskeindustrien i Rogaland har kun vel 5 % sysselsettingen i Norge..
- Råvarene kommer i stor grad fra fylket, selv om noen bransjer kjøper disse fra store deler av landet. Når det gjelder husdyrprodukt, er Jæren hovedområdet. Fisk kjøpes fra hele fylket, og til dels også andre steder langs kysten.
- Markedet for de bearbeidede matvarene er i stor grad nasjonalt, selv om Rogaland og Stavangerområdet er et tyngdepunkt for en del av produktene. Det gjelder ikke bare ferskvarer som melk, egg og kjøtt, men i enda sterkere grad bakevarer og grøntsektoren. Kun for fiskerinæringen er eksportmarkedet av betydning i dag.
- Næringsmiddelindustrien er lokalisert til Stavangerområdet ut fra kombinasjon av nærhet til råvarer og et lokalt marked. For å forstå dagens industrimønster, er det også viktig å tekke inn de historiske faktorene. Selv om de fleste bedriftene fra det omfattende hermetikkmiljøet i Stavanger er forsvunnet, er det en del sentrale bedrifter som har sine røtter i dette miljøet. Ellers har det skjedd en omlokalisering innad i området, med Forus som det sentrale næringsområdet, også på matområdet. Dette henger sammen med at de opprinnelig lokalitetene i Stavanger var uhensiktsmessig. Det er i dag færre bedrifter som har direkte behov for havnelokalisering.
- Analysen tyder på at Stavangerområdet har to hovedkjerter tilknyttet næringsmiddelindustrien. Den største dreier seg om foredling av husdyrprodukt (melk, kjøtt, egg, fjørfe). Omfanget og bredden er stor, og på dette området finnes de største bedriftene. De store samvirkebedriftene - Gilde Agro, Tine Meieriet Sør og

Rogaland Egglag - er lokalisert i området. I tillegg kommer noen store og små private aktører. Når det gjelder fiskefôr, er de ledende bedriftene, T. Skretting og NorAqua, lokalisert i Hillevåg. Omfattende produksjon og FoU-virksomhet gjør at disse er på topp internasjonalt.

Leverandørindustri og FoU-kompetanse

Leverandørvirksomheten til næringsmiddelindustrien er relativt svakt utviklet Stavangerområdet. Mesteparten av maskinutstyret produseres i utlandet. Dette er spesielt tydelig når det gjelder landbruksvareindustrien. Det finnes likevel en del unntak. Trio og Skanem som leverer henholdsvis skinnmaskiner og emballasje er to slike bedrifter som også har sine røtter i det gamle hermetikkmiljøet i Stavanger.

På FoU-siden finnes det flere sentrale lokale aktører, selv om næringslivet i regionen på flere områder, spesielt en del tekniske felt, må skaffe kunnskap og kompetanse utenfra. Den mest sentrale FoU-institusjonen er NORCONSERV, som er et bransjeinstitutt knyttet til industriell framstilling av matprodukt med forlenget holdbarhet. Gastronomisk institutt (GI) er også nær koblet opp til næringen. I tillegg er det flere FoU-institusjoner som arbeider med oppgaver som har klar tilknytning til matområdet.

En sentral del av kompetansemiljøet innenfor forskning og høyere utdanning ligger på Ullandhaug rundt Høgskolen i Stavanger (HiS) og Rogaland Kunnskapspark (RK). Her foregår høyere utdanning og forskning som direkte eller indirekte er relevant for matsektoren. Det er likevel mangel på høyere utdanningstilbud på landbruk og fiske. Når det gjelder utdanning på videregående skole nivå, er det flere studieretninger som er rettet direkte mot matsektoren.

Grossist og distribusjon

I Stavangerområdet står grossist- og transportleddet sterkt. 3 av de 4 store grossistkjedene innenfor dagligvarehandel, NKL, ASKO (Norges Gruppen) og Rema Gross, har sitt regionale hovedlager i Stavangerområdet. Disse dekker stort sett Rogaland og Agderfylkene. Videre er hovedaktøren på grøntsektoren, Bama, også lokalisert på Nord-Jæren. I tillegg finnes det mange mindre grossister, også på sjømat siden.

Det er mange transportselskap med hoved- eller regionkontor i Stavangerområdet. Landets nest største transportør av fersk laks til EU, Johs. Lunde, holder til i regionen. De står for frakt av 25 % av all laksen i Norge. I Lunde-Gruppen er også Brandshaug ekspedisjon en sentral innenlands transportør av melkeprodukt til og fra Rogaland. I tillegg er det mange små og mellomstore lokale firma som er innleid av industrien eller grossistene, selv om noen bruker mest eget transportmateriell.

Storhusholdning og dagligvarehandel

Det som særpreger Stavangerområdet når det gjelder storhusholdning, er den meget omfattende cateringsvirksomheten. Bortimot 2/3 av denne er knyttet til offshoreaktivitetene, som strengt tatt ikke hører med til det matindustrielle miljø i Stavangerområdet. På landsida er de mange bedrifter med til sammen over 500 ansatte. Den største aktøren her er Eurest. Select Service Partner, som driver matserveringen på Sola, er også sterkt inne på flymatmarkedet.

Innenfor storhusholdning er kaféer, restauranter og andre spisesteder viktige. I Stavanger er dette en stor bransje med mange aktører. Mesteparten av kundeunderlaget finnes blant de som bor i regionen, men tilreisende, spesielt forretningsfolk, utgjør et viktig kundegruppe.

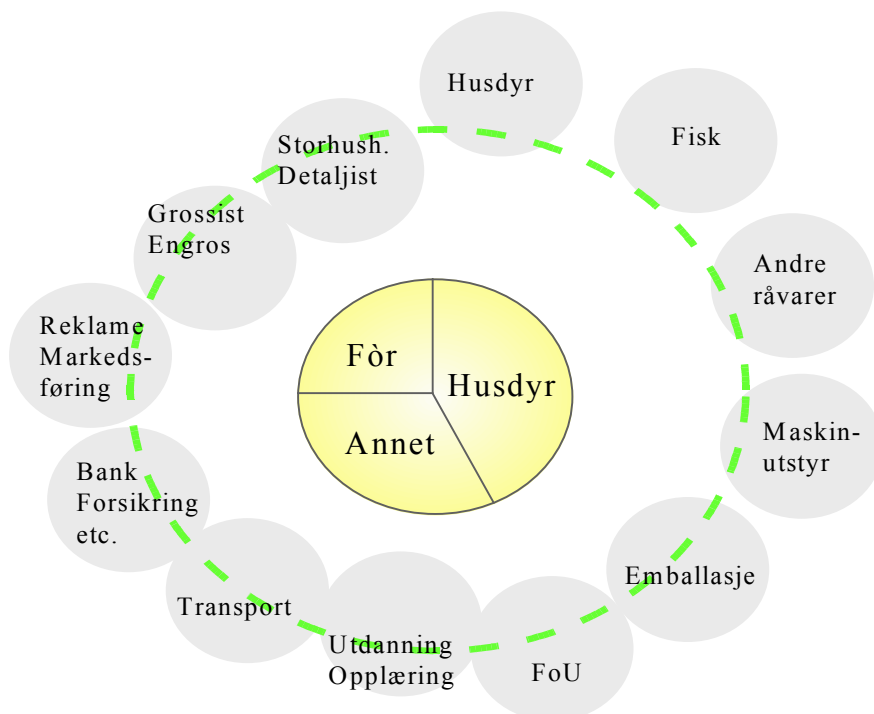
For de som produserer og lever varer til storhusholdning, er offentlige institusjoner et viktig marked. I det hele tatt er etterspørselen etter ferdigvarer eller gryteferdige produkt økende. En god del av disse varene produseres i Stavangerområdet og Rogaland. EURO-Kjøtt på Sola og Fjordkjøkken på Varhaug er eksempler på bedrifter som lager gryteferdige produkter. Disse varene selges også i dagligvarebutikkene over hele landet.

Når det gjelder den ordinære dagligvarehandelen, så skiller ikke Stavangerområdet seg ut fra andre byområder. Alle kjedene og slagskonseptene er representert. I tillegg finnes det et relativt bredt utvalg av delikatesseforretninger på matområdet.

Det matindustrielle miljøet

Det er mange forhold som tilsier at vi kan karakterisere Stavangerområdet som et matindustrielt miljø. Bredden i aktiviteter og kompetanse er stor. Det foregår kontinuerlig innovasjoner i form av nyetableringer og nye produkter og prosesser. Kultur- og serviceorienterte seminar og tiltak på matområdet bidrar også til å styrke matmiljøet i Stavanger og Rogaland. Fagforum for mat og drikke (FMD) er en sentral aktør i denne sammenheng.

Figuren nedenfor viser miljøet gjennom koblingene mellom næringsmiddelindustrien, som er kjernen i figuren, og de relaterte virksomhetene som utgjør den ytre sirkel.



Når de ulike relaterte virksomheter ligger langt innenfor den prikkete sirkelen, betyr det at aktiviteten kjøpes lokalt. Ligger sirkelen i hovedsak utenfor den prikkete sirkelen, skaffer næringsmiddelindustrien varen eller tjenesten andre steder fra.

Selv om ikke alle virksomhetene i et komplett næringsmiljø er tilstede, og koblingene mellom alle de ulike bransjene og aktørene er like omfattende, er opplevelsen av å inngå i et matindustrielt miljø med mange aktører på produksjons- og kompetansesiden meget sterk.

Bare en liten del råvarer til industrien kommer fra Stavangerområdet. I analysen har vi vist at disse i hovedsak kommer fra resten av Rogaland. Dette sammen med andre nære koblinger viser at det matindustrielle miljøet i Stavanger må ses i en fylkessammenheng.

Strategi og utviklingsområder

Stavangerområdet har et godt utgangspunkt for å styrke sin posisjon som et ledende senter på matområder. Med en lokalisering i nærheten av et geografisk område med omfattende matvareproduksjon, et stort kundeunderlag og et betydelig kompetansemiljø, er dette et fortrinn som kan utnyttes. At det finnes mange sentrale produksjons- og distribusjonsbedrifter i regionen, betyr mye når vegen framover skal stakes opp.

Når det på mange måter er en arbeidsdeling mellom de virksomheter som foregår i Stavangerområdet og de som foregår i resten av fylket, bør det kunne formuleres en strategi som understreker dette. Følgende strategi skulle ivareta dette forholdet:

Styrke Stavangerområdet som et nasjonalt tyngdepunkt og nyskapingmiljø på matområdet sammen med resten av Rogaland

Med utgangspunkt i denne strategien, er det minst 5 aktuelle utviklingsområder. Disse bygger både på de feltene Stavangerområdet står sterkt i dag og samtidig forsøker å framheve noen potensielle utviklingsmuligheter:

1. *Husdyrorientert næringsmiddelindustri*
2. *Fórproduksjon til oppdrettsnæringen*
3. *FoU-virksomhet, utdanning og kompetanseinstitusjoner*
4. *Kompetansemiljø for gastronomi og industriell catering*
5. *Distribusjons-, handelssenters og opplevelsessenter*

De to førstnevnte områdene bør fortsatt være tyngdepunkt for den industrielle satsingen framover. Den landbruksbaserte næringsmiddelindustrien vil ut fra omfang, mangfold, ressurstilknytning, lokalisering og miljø fortsatt kunne være et ledende område. Selv innenfor et nasjonalt system med store aktører som har hovedkontor andre steder, vil det være plass til produksjonsanlegg i regionen. Det forholdet at det er en betydelig næringsmiddelindustri i resten av fylket, betinger at utviklingen i Stavangerområdet ikke skjer gjennom bevisste innskrenkninger i resten av fylket.

Fórindustrien har sitt hovedsete i Stavangerområdet og Rogaland. På dette område er det mye som ligger til rette for å styrke næringen og framstå som det ledende nasjonale og internasjonale miljøet. Spesielt viktig er det at FoU-siden står sterkt både hos de ledende fórprodusentene og i kunnskapsmiljøet ellers. På dette området kan kommune, fylke og aktørene i næringen gå sammen om en offensiv satsning. Dette kan trolig også på sikt bidra til å styrke oppdrettsnæringen i fylket og landet forøvrig.

Stavangerområdet har som nevnt en del sentrale FoU- og utdanningsinstitusjoner knyttet til matvarevirksomhet. Kompetansemiljøet bør likevel styrkes på en del områder, dersom visjonen og målet om Rogaland som det ledende matfylket i Norge skal holdes i hevd. Noen har etterlyst et sterkere miljø for produktutvikling, mens mangel på høyere landbruksutdanning har vært nevnt av andre. På disse eller beslektede områder ligger utfordringer som bør tas fatt i. Det tilføres lite nasjonale FoU-ressurser til regionen.

Samtidig er det klart at ingen miljø vil kunne bli selvforsynt med kunnskaps- og kompetanseinstitusjoner. Det er like viktig at det finnes institusjoner som henter inn ny kunnskap som formidles videre til næringslivet. Denne formen for kompetanse er nødvendig og blir stadig viktigere.

Det fjerde området - kompetansemiljø for gastronomi og industriell catering - sikter til de industrielle mulighetene som ligger i å koble fagkunnskapen på smak og nye produkt beregnet på det voksende storhusholdningsmarkedet, inkludert uteserveringssteder, flymarkedet o.l. På produktsiden kommer de nye ferdige og halvferdige matvarene inn i bildet. Dette feltet har klare koblinger til den etablerte næringsmiddelindustrien, men gir også muligheter for nye aktører som det finnes eksempler på.

Stavangerområdet er et handels-, distribusjons- og opplevelsessenter. Når utviklingen framover går i retning mer internasjonal handel, vil styrken ved å være et nasjonalt knutepunkt være viktig. På dette området ligger flere forutsetninger vel til rette. Samtidig er Stavanger en nasjonal og internasjonal møteplass hvor det er mulig å se mat som en integrert del av kulturtilbudet. På dette området er flere tiltak i gang. Matfestivalen Gladmat i regi FMD er et eksempel på det som skjer på dette feltet.

Samtidig bør det være et mål å styrke de områder hvor næringslivet står relativt svakt. Det gjelder bl. a. utstysproduksjonen. Koblingene mellom finans, reklame og markedsføring mot matindustrien bør også kunne styrkes fordi Stavanger regnes å ha det mest kreative markedsføringsmiljøet utenfor Oslo. Vi har også et sterkt nasjonalt orientert finansmiljø.

Strategi og rolleutforming

Hovedansvaret for næringsutvikling ligger hos de private aktørene i markedet. Kommunen kan spille en aktiv rolle for å styrke og styre utviklingen. Den tradisjonelle rollen som *tilrettelegger*, dreier seg i stor grad om utbygging av infrastruktur. Denne rollen vil alltid være viktig. Men i arbeidet med næringsplanlegging og utviklingsarbeid, vil andre roller stå sentralt. I Strategisk Næringsplan for Stavanger legges det stor vekt på rollen som *nettverksbygger*, ofte også kalt *katalysator*. Andre offensive roller er *døråpner* og *pådriver*. I alle disse rollene går kommunen i bresjen for å få saker på dagsorden, skaffe midler og nye kontakter som er nyttig for næringslivet.

Alle disse rollene kan brukes i forhold til de foreslåtte satsningsområdene og i det mer generelle arbeidet med å realisere utviklingsstrategier. Mye taler for at kommunene i Stavangerområdet bør arbeide sammen, for å styrke de feltene hvor dette byområdet bør ha en ledende posisjon på matområdet. Lykkes et slikt arbeid, vil det kunne være en fordel for hele Matfylket Rogaland.

1 INNLEDNING

1.1 Hva menes med en perspektivanalyse?

En perspektivanalyse tar sikte på å si noe om utviklingen framover på det området som skal analyseres. De tre viktigste kjennetegnene ved en perspektivanalyse er:

- Den må bygge på en beskrivelse og forståelse av dagens situasjon
- Den må være framtidsrettet og handlingsorientert
- De faglige perspektivene som benyttes må klargjøres

Det første punktet understreker betydningen av at vi må ha en god forståelse av det fenomenet som skal studeres, enten det er næringsutvikling eller andre samfunnsforhold. Det samme gjelder det geografiske område hvor virksomheten foregår. Det betyr at viktige strukturelle kjennetegn må klargjøres. Noen hovedprosesser som har generert dagens struktur er det også nødvendig å ha en forståelse av.

En perspektivanalyse er, som det ligger i navnet, framtidsrettet. Den skal forsøke å si noe om utviklingen i årene som kommer. Samtidig bør en perspektivanalyse være handlingsorientert. Handlingselementet betyr ikke at det nødvendigvis vil komme fram helt entydige valg ut av analysen, men at det er mulig å finne holdepunkter og utlede mulige handlingsalternativ.

Det siste punktet understreker behovet for å klargjøre de(t) faglige grunnlag for perspektivanalysen. Det finnes svært mange angrepsvinkler, og det må alltid foretas avgrensinger. Enhver samfunnsanalyse vil være en forenkling og framheving av bestemte aspekter ved utviklingen.

De er mange analysemetoder som benyttes i studier av utviklingen framover. *Prognoser* er en teknikk hvor en vanligvis legger vekt på å regne ut hva som vil skje framover på grunnlag av det som hva skjedd i nær fortid. Hvilke bransjer og geografiske områder som har hatt vekst og tilbakegang, er eksempel på et utgangspunkt for prognoseberegninger. De forutsetter ofte at utviklingen fortsetter i samme spor, og oppgaven er å finne kvantitative mål for vekst og tilbakegang.

Trendanalyser minner noe om prognoser, men er ofte mindre kvantitativt orientert. I slike analyser legges vekt på å få fram helt nye trekk - f. eks. nye mattrender - som kan få betydning for utviklingen framover. Slike nye trender kommer ofte ikke godt nok fram i statistikker over den utviklingen som har vært. Gode trendanalyser peker gjerne også på trend-brudd.

Scenarier er en analysemetode som benyttes mye. Det som særpreger denne er at man skisserer opp noen mulige utviklingsbilder. Disse scenariene er ofte svært forskjellige og skal vise noe av variasjonsmulighetene framover. Hvert scenario bygger på bestemte forutsetninger som alltid må klargjøres. Analyseoppgaven går ut på å si noe om

nærings- eller samfunnsmessige konsekvenser ved de ulike scenariene. Scenarier skiller seg fra ordinære *konsekvensanalyser* ved at de vanligvis legger opp til spesifikke beregninger knyttet til bestemte fenomen, mens scenariene forsøker å framstille helhetsbilder også på konsekvenssiden. Kvantitative beregninger betyr mindre i scenariene.

En perspektivanalyse har ofte i seg noen elementer av de nevnte analysemetodene.

1.2 Formål og problemstilling

Formålet med denne perspektivanalysen er å finne ut om det finnes et matindustrielt miljø i Stavangerområdet (Nord-Jæren) som det er mulig å utvikle videre. For Stavanger kommune er dette en del av arbeidet med en strategisk næringsplan. Samtidig kan analysen fungere som et innspill i plan- og utviklingsarbeidet i de andre kommunene i regionen (Sandnes, Sola og Randaberg) og i fylket.

Følgende problemstillinger står sentralt i arbeidet:

- Finnes det et matindustrielt miljø i Stavangerområdet, og hva særpreger dette?
- Hvem er de sentrale aktørene, og hvilke nettverkskontakter har disse?
- Hvilken plass har det matrelaterte miljøet i fylkes- og nasjonalsammenheng?
- Hvilke rammevilkår og utviklingstrekk vil påvirke utviklingen framover?
- Er det mulig å styrke Stavangerområdet som et matindustrielt miljø uten at det går ut over resten av fylket?

Problemstillingene går ut på å finne ut hvordan matsektoren fungerer og hvordan det er mulig å styrke den uten at det skal skjer på bekostning av de matrelaterte virksomhetene i resten av Rogaland. Det er viktig å avdekke sterke og svake sider og samtidig fokusere på hvilke matorienterte virksomheter som har klare fordeler av å være lokalisert i et bypreget område med stort et befolkningsunderlag.

1.3 Funksjonell og geografisk avgrensning

Når vi skal undersøke et fenomen, vil vi måtte foreta en avgrensning og spesifisering av hva som inngår i opplegget. Dette kan være en vanskelig oppgave fordi de virksomhetene som skal analyseres driver med flere aktiviteter som ikke alltid er så nært beslektet.

I denne perspektivanalysen er det to hovedforhold som er avgjørende for hva som skal undersøkes. For det første begrepet matsektoren. I prinsippet omfatter det alle virksomheter som har med mat og drikke å gjøre. Det vil si både det som kommer fra landbruk, fiske og oppdrett. For det andre vil de teoretiske perspektivene, og i den forbindelse spørsmålet om hva som menes med begrepet matindustrielt miljø, legge klare føringer på hvilke virksomheter som hører med i analysen av fenomenet.

Dersom vi skal gjennomføre en svært grundig undersøkelse av alt som er relevant for matsektoren, vil vi sprengne rammene for dette oppdraget. Det er to hovedsynspunkt som er lagt til grunn for den funksjonelle avgrensingen. For det første er primærproduksjonen, dvs. selve landbruksproduksjonen, fiskeriene og selve oppdrettsvirksomheten, holdt utenfor. Det henger igjen sammen med at den ikke er noen hovedaktivitet i Stavangerområdet slik som i store deler av fylket forøvrig. I tillegg er både landbruket og fisket studert relativt grundig i andre sammenhenger (Lie 1990, Birkeland og Marcussen 1993, Reiersen og Hustvedt 1998). Det må likevel understrekes at landbruksvarer og fisk er "input" til foredlingsvirksomheten, som vi legger hovedvekten på. For det andre forsøker vi å trekke fram den delen av leverandørvirksomheten som er viktigst eller representerer nye, interessante koblinger. Hva som er viktigst kan noen ganger være vanskelig å avgjøre, og byr på metodiske utfordringer.

Når det gjelder den geografiske avgrensingen, er hovedprinsippet at det så langt det er mulig bør være overensstemmelse mellom de særtrekk ved fenomenet som undersøkes og det tilhørende geografiske området. Skal man f. eks. se på et forhold knyttet til arbeidsmarkedet i et byområde, bør dagpendlingsområdet legges til grunn. En slik geografisk inndeling vil gå på tvers av administrative grenser som kommunegrenser. Av praktiske og datamessige årsaker må en likevel i praksis ta med de kommunene som i hovedsak faller innenfor dagpendlingsområdet.

I denne perspektivanalysen vil det være uholdbart bare å se på Stavanger kommune. Det har sammenheng med at selve bybebyggelsen (tettstedet) går inn i nabokommunene. Det største området for industri og næringsvirksomheten ligger på Forus, som er et område som ligger innenfor Stavanger, Sandnes og Sola kommuner.

Det integrerte arbeids- og boligmarkedet innbefatter i alle fall de fire kommunene på Nord-Jæren. I en ren arbeidsmarkedsanalyse ville det kunne argumenteres for å ta med resten av kommunene på Jæren, kanskje også Rennesøy. I denne analysen hvor lokalisering av fordelingsvirksomhet i Stavangerområdet står i fokus, vil en slik utvidet arbeidsmarkedsregion bli i største laget. At det er en god del landbruksvirksomhet og spredt bosetting i Sandenes, Sola og Randaberg, forandrer på den andre siden ikke på hovedbildet med byorientert næringsvirksomhet.

2 FAGLIG PERSEKTIV OG METODE

2.1 Innledning

Hensikten med dette mer teoripregede kapitlet er å synliggjøre de viktigste begrepene og det faglige utgangspunktet for perspektivanalysen. Det er ikke lagt opp til en grundig teoretisk drøfting av feltet. Formålet er å klargjøre noen sentrale begrep og dermed noen knagger som analysen kan henges på. Teorien er et hjelpemiddel. Det er den faglige verktøykista som skal vises fram uten at alle redskapene trenger løftes og vendes på. Det er tross alt noen av verktøyene som vi har mer bruk for enn andre.

2.2 Teori og analyseopplegg

Som rammeverk og utgangspunkt for perspektivanalysen har vi valgt fire teoriområder. Disse er:

1. Verdikjedeanalyse knyttet til bedrifters konkurransevne
2. Kluster og industrielle miljø
3. Lokalisering av industri og annen næringsvirksomhet
4. Senter - omland

Det førstnevnte teoriområdet tar er nært knyttet til Michael Porters analysemodell om bedrifters konkurransevne (Porter 1990, Reve 1992). I denne modellen er det fire hovedforhold som analyseres:

- *Faktorforhold* som sier noe om selve innsatsfaktorene i produksjonen (naturressurser, arbeidskraft, kompetanse, kapital, infrastruktur)
- *Konkurransearena* sikter til bransjestruktur, konkurranseforhold og bedriftsstrategier
- *Etterspørselsforhold* som fokuserer på kundenes behov
- *Relaterte næringer* som er bedrifter som leverer innsatsfaktorer til en bransje

Med utgangspunkt i disse begrepene kan det foretas en *verdikjedeanalyse*. Denne går i all enkelthet ut på å følge de økonomiske arbeidsoperasjonene som foregår med en råvare, f. eks. fisk eller kjøtt, gjennom alle sentrale leddene fram til produktene havner hos konsumenten eller forbrukeren. Først må de viktigste oppstrømsaktivitetene spesifiseres. Dette kan eksempelvis være disse leddene: Råvareproduksjon, foredlingsvirksomhet, distribusjon og salg. For å utføre de forskjellige arbeidsoperasjonene kreves det ulike innsatsfaktorer fra arbeidskraft, utstyr, andre varer og tjenester. De bedriftene og næringene som leverer nødvendige innsatsfaktorer til de bedriftene som driver med eksempelvis matproduksjon, kalles leverandørindustri eller

relaterte næringer. Disse hører også med i et verdikjedeperspektiv og er viktige aktører i det vi betrakter som klustre eller industrielle miljø.

Når vi bruker betegnelsen industrielt eller næringsmessig miljø, siktes det til aktører som på en eller annen måte fungerer sammen. Det er snakk som noen gjensidige avhengigheter og utnyttelse av fordeler som utvikles i slike miljøer, selv om mange av aktørene også kan være konkurrenter. Industrielle miljøer har i seg et godt grunnlag for innovasjon og kompetanseutvikling, som vil kunne være et konkurransefortrinn. De vil kunne framstå som kreative miljøer preget av læring og nyskaping, altså en entreprenørkultur. Men noen miljøer kan være nokså preget av lukkede arenaer med eksklusiv deltakelse som skaper vansker og dårlig grobunn for entreprenører.

Vi skiller mellom typer av funksjonelle nettverk eller miljøer etter hvordan de i hovedsak er organisert eller fungerer langs verdikjeden (Onsager 1997). De 3 viktigste er:

- De horisontale nettverkene/miljøene
- De vertikale nettverkene/miljøene
- De klyngepregde nettverkene/miljøene

Den førstnevnte typen preges av at det er bedriftene som driver i samme bransje som utgjør kjernen i miljøet. Foredlingsbedrifter innenfor kjøttbransjen eller på sjømatområdet vil være eksempler på slike virksomheter. Selvsagt vil disse bedriftene også ha koblinger til andre deler av matsektoren. Poenget er at disse aktørene dominerer miljøet.

Den andre typen av nettverk preges av at det er bedrifter langs verdikjeden fra råstoff via foredling til konsument som danner miljøet. Det er altså ulike aktører langs den direkte produksjonslinjen fram til salget som samhandler. Et vertikalt miljø består altså i hovedsak av bedrifter fra ulike bransjer, men som i denne sammenheng har sin virksomhet knyttet til de samme matproduktene.

Et klynge- eller et klusterpreget miljø består både av aktører innenfor hele eller deler av verdikjeden for produktene, men i tillegg også av relaterte næringer, ofte også kalt leverandørvirksomhet eller støttefunksjoner. Dette er bedrifter og institusjoner som leverer varer i form av maskiner, utstyr o.l. eller tjenester i form av transport, service, rådgivning, kompetanse osv. til bedriftene i selv produksjonsprosessen, inkludert distribusjons- og salgsbedriftene for de aktuelle matvarene.

Slike produksjonssystemer som er beskrevet kan ha ulik geografisk utbredelse. De kan være lokale eller regionale, men også nasjonale eller internasjonale. Vanligvis har de elementer av begge deler. I denne sammenheng er det interessant å finne ut om det finnes en lokal/regional kjerne som utgjør en viktig del av drivkraften i nettverket, og dermed utgjør et miljø.

Utvikling av næringsmiljø, har med *lokalisering* av industri og annen næringsvirksomhet å gjøre. Fokus er hvilke faktorer som har betydning for stedvalget for bedrifts- og institusjonsetablering. Det er mange faktorer som har betydning for lokaliseringsbeslutninger. Et skille går på :

- *Absolutt lokalisering*
- *Relativ lokalisering*

Med absolutt lokalisering siktes det til de fysiske betingelsene, “*site*”-faktorene, ved beliggenheten til bedriftene. Det har med selve næringsarealene å gjøre. Forhold som angår eventuelle krav til havn, veg- og jernbanetilknytning, vann og avløp, osv. er viktig i en slik sammenheng. Med “*situation*”-faktorer siktes til den relative lokalisering av virksomheten og forhold som råvarer, markedet, kompetansemiljø, leverandørindustri, myndigheter, osv.

Et annet skille går på om det er markedsforhold eller politiske forhold som er avgjørende for lokaliseringen. Når det gjelder markedsfaktorer har de tradisjonelt vært vurdert ut fra kostnadsforhold knyttet til produksjon og transport til markedet. Vi bruker i den forbindelse begrep som *råvarelokalisering*, *markedslokalisering* og “*foot loose*” (Hoover 1948). De to første begrepene angir hvor det kostnadmessig vil være billigst å lokalisere virksomheten. “*Foot loose*” tilsier at bedrifter kan ligge hvor som helst i relasjon til transportkostnader.

Andre lokaliseringsteorier legger vekt på det som kalles eksterne virkninger. Disse kan være positive ved at bedrifter har nytte av å ligge nær hverandre eller negative ved f. eks. miljøproblem som går ut over alle bedriftene, både de som forårsaker problemene og de som opplever problemene i det ytre miljø.

Mens de klassiske lokaliseringsfaktorene er knyttet til råvarer, marked og arbeidskraft, er dagens lokaliseringsanalyser orientert mot kunnskap, kompetanse, innovative miljø, beslutningsarenaer og regional arbeidsdeling. *Kunnskap og kompetanse* blir stadig viktigere i bedriftenes konkurransevne på alle ledd i verdikjeden (Andersson og Strømquist 1998). Kunnskap kan i prinsippet lett overføres, mens kompetanse også har med evnen til å løse oppgaver å gjøre. I de Porter-inspirerte næringslivsstudiene som ble gjennomført i norske storbyregioner tidlig på 1990-tallet ble FoU- og undervisningssektoren sett på som de viktigste lokaliseringsfaktorene (Kvadsheim og Farsund 1995). I lokaliseringssammenheng betyr det at steder som har institusjoner og bedrifter som både produserer eller kan utnytte tilgjengelig kunnskap har et fortrinn, dersom kunnskapen kan omsettes til produktiv kompetanse. Dette er et kjennetegn på et innovativt miljø eller kompetansemiljø.

Innovative miljø innbefatter også lokalsamfunn som har entreprenørkultur. Her er det kulturen knyttet til det å skape nye virksomheter som er lokaliseringsfaktoren med basis i folks tilhørighet, ikke mer objektive og rasjonelle forhold omkring optimal lokalisering.

Med *beslutningsarena* som lokaliseringsfaktor siktes det til nærheten til beslutningsmyndigheter, nasjonalt og internasjonalt. Hovedkontorfunksjonene til større bedrifter og konsern legger vekt på en slik lokalisering ut fra tilgjengelighet og tidsbruk i beslutningssammenheng.

Spørsmålet om *arbeidsdeling*, ser vi klart i konsernsammenheng. Større nasjonale og internasjonale konsern foretar ofte en regional og hierarkisk arbeidsdeling mellom de ulike aktivitetene. Denne arbeidsdeling kan være basert på spesialisering ut fra andre

økonomiske lokaliseringfaktorer, men også ut fra en konsernstrategi med mindre vekt på lokale særtrekk og regionale fortrinn. Men spørsmålet om regional arbeidsdeling som lokaliseringfaktor, kan også påvirke andre bedrifters lokaliseringvalg. Noen bedrifter vil eksempelvis velge å etablere seg i regioner der det er mange bedrifter i samme miljø, for på den måten å trekke veksler på de kompetanse- og miljøfordelene som oppstår. Dermed virker slike forhold i retning av spesialisering og arbeidsdeling.

Det siste perspektivet - *senter - omland* - er utviklet for å fange opp relasjoner og avhengigheter mellom virksomheter i senter og dets kunder i omlandet, som vil si det geografiske området rundt senteret. Det innebærer ikke at det trenger være et balansert forhold eller en makt-avmakt relasjon.

Senter - omland ble utviklet i forbindelse med lokalisering og organisering av tjenesteytende funksjoner (Christaller 1966). Høyere ordens funksjoner, enten det er spesialforretninger eller andre tjenester, krever et kundeunderlag som er større enn det som finnes i senteret. Sammen med kundene i omlandet gir det til sammen grunnlag for å etablere eller drive spesialiserte tjenester. Ideelt sett har både senter og omland en fordel av en slik utvikling.

Et slikt perspektiv kan også brukes for å analysere industrivirksomhet i et senter som får sine råvarer fra omlandet eller kunnskapsbedrifter som har sine hovedkunder både i lokaliseringsstedet (byen) og i det geografiske næromlandet, som eksempelvis kan være regionen eller fylket. Det er altså en form for regionale nettverk som bygger på kunderelasjoner som ligger til grunn for senter-omlandstankegangen.

2.3 Metode

Når det gjelder metode, er hovedpoenget i denne sammenheng å vurdere de data som kan brukes i analysen. Styrker og svakheter ved datamaterialet bør framheves. Det vil alltid være noen svakheter og mangler ved ethvert datamateriale. Det kan f. eks. være at dataene er mangelfulle, upålitelige, lite relevante eller for gamle. Noen ganger mangler man informasjon og må gå mer indirekte til verks og resonnerer eller kalkulere seg fram til et noenlunde korrekt bilde av det fenomenet som undersøkes. Hovedpoenget er at det alltid vurderes nøye om dataene er gode nok for å trekke sikre konklusjoner. Er det for store svakheter i datamaterialet, må de nødvendige forbehold tas.

I denne perspektivanalysen benyttes i hovedsak to typer av data. For det første statistiske opplysninger fra Statistisk sentralbyrå (SSB). Sentralt står arbeidstaker- og industristatistikkene. Disse gir opplysninger om sysselsetting og omsetning. Generelt sett er dette pålitelige statistikker, men de har noen svakheter. Omsetningstallene er basert på store bedrifter og dersom det er få bedrifter i en bransje, oppgis ikke tallene. Den bransjerettede måten bedriftene er klassifisert, skaper problemer når vi skal plukke ut den delen som eksempelvis utgjør matsektoren. Dataene publiseres ikke på et tilstrekkelig spesifisert nivå. I tillegg er dataene noen år gamle. For dette arbeidet var de siste systematiske dataene fra 1995.

I arbeidet med det matindustrielle miljøet i Stavangerområdet, ble det også samlet inn en del statistiske data. Fagforum for mat og drikke (FMD), som hadde ansvaret for fase

I dette arbeidet, sendte ut et spørreskjema til bedriftene i matsektoren. Svarprosenten var på omlag 50 %¹. Undersøkelsen har av den grunn noen svakheter som gjør at dataene må brukes med varsomhet og har sin verdi som supplement til SSBs data.

Denne perspektivanalysen er i stor grad basert på mer kvalitative data. Dette er gjort for å få mer inngående kjennskap til sentrale bedrifter og institusjoner i de fleste ledd av matsektoren både om deres virksomhet m.h.t. organisering, lokalisering, varestrømmer, kontaktnett, syn på utviklingen osv. Disse intervjuene ble gjennomført som en samtale ut fra de nevnte temaene, ikke ut fra et strukturert spørreskjema. Totalt sett ble det gjennomført 43 intervjuer, hvorav FMD sto for 26 av disse. Siden ikke alle bedriftene er intervjuet, vil noen forhold ikke komme godt nok fram.

Intervjuene utgjør noe av hovedgrunnlaget for vurderingene som er gjort i denne perspektivanalysen.. I denne sammenheng er datamaterialet fra kartleggingsfasen (Sørvig 1998) meget viktige, uten at det i analysen skilles klart mellom hvem som har foretatt de enkelte intervjuene.

¹ Det henvises her til Arne Sørvigs rapport: "Kartlegging av det matindustrielle miljø i Rogaland i et verdikjede- og nettverksperspektiv" FMD 1998.

3 MATSEKTOREN I STAVANGEROMRÅDET

3.1 Omfang og hovedaktiviteter

Stavangerområdet hadde i 1997 til sammen vel 182 000 innbyggere og nesten 98 000 arbeidsplasser. Dette utgjør litt over halvparten (50,5 %) av innbyggertallet og omkring 58 % av arbeidsplassene i Rogaland fylke .

Innad i Stavangerområdet hadde Stavanger kommune nesten 58 % av innbyggerne og vel 62 % av arbeidsplassene. Tilsvarende tall for Sandnes var 27,5 % av innbyggerne og nesten 22 % av arbeidsplassene. Sola med 10 % av folkemengden hadde hele 13 % av arbeidsplassene, mens Randaberg er den forstadspregede kommunen med omkring 4,6 % av regionens innbyggere og under 3 % av arbeidsplassene.

Når det gjelder primærproduksjonen, gir følgende nøkkeltall et grovt bilde av situasjonen. Av de vel 9700 årsverkene i landbruket i Rogaland var vel 15 % i Stavangerområdet. Målt i sysselsatte utgjorde disse vel 19 % i fylket i 1997. Innad i Stavangerområdet er Sandnes kommune tyngdepunktet med godt over halvparten av årsverkene og noe under halvparten av sysselsettingen. På fiskeriområdet, inkludert oppdrett, står Stavangerområdet svakt. Kun vel 8 % av fylkets sysselsatte hører hjemme på Nord - Jæren.

Utgangspunktet for denne perspektivanalysen er ikke primærproduksjonen, men industriell bearbeiding og virksomheter knyttet opp mot konsumleddet. Det vil i prinsippet si alt fra foredling og til salg og konsum. Kunnskap og kompetanse står sentralt i dette bildet.

Generelt sett kan vi dele disse virksomhetene i to hovedkategorier:

- *Foredlingsvirksomheter knyttet til verdikjeden*
- *Konsum og kundeavhengige virksomheter i regionen*

Med den førstnevnte kategorien siktes det først og fremst til foredlingsvirksomhet med tilhørende leverandørindustri og kunnskapsprodusenter. Denne industrielle delen av matsektoren vil stå i fokus og bli lagt hovedvekten på i analysen. Utgangspunktet er matorienterte industribedrifter som er lokalisert i Stavangerområdet. Markedet for varene trenger ikke primært være lokalt eller regionalt, men kan like gjerne være nasjonalt eller internasjonalt.

De konsum- og kundeavhengige virksomhetene i regionen er bedrifter som lever av å selge matrelaterte produkter og tjenester til befolkningen og kunder i regionen. Det vil i hovedsak si handels- og servicebedrifter som har sitt økonomiske grunnlag i kundeunderlag i Stavangerområdet. Selv om kompetansebedrifter og -institusjoner hører med i denne kategorien, er deres tjenester i høyeste grad også knyttet til foredlingsvirksomheten.

Det må likevel presiseres at det ikke alltid er like lett å skille helt klart mellom disse to kategoriene. Noen foredlings- eller leverandørbedrifter er basert på lokalt marked, mens noen handelsbedrifter har et like stort kundeunderlag utenfor Stavangerområdet som innenfor. Den prinsipielle forskjellen er likevel viktig.

3.2 Næringsmiddelindustrien i Stavangerområdet og Rogaland

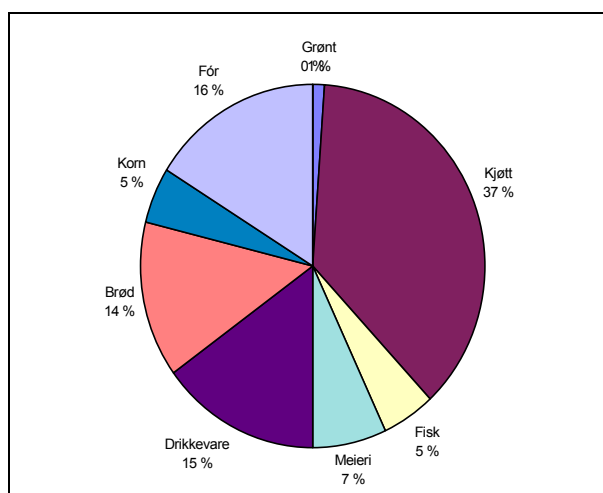
Nærings- og nytelsesmidler er på mange måter kjernen i foredlingsvirksomheten innenfor matvaresektoren. Den industrielle bearbeidingen av råvarene foregår her. Mye av oppmerksomheten når det gjelder muligheter for økt bearbeiding og verdiskaping er knyttet til dette nivået i verdikjeden. Næringsmiddelindustrien består av mange bransjer. Fellesnevneren er mat- og drikkevarer, selv om også produksjon av fôr og føde til dyr og fisk er inkludert i næringen.

I 1995 var det omkring 2100 sysselsatte i næringsmiddelindustrien i Stavangerområdet, hvorav nesten 75 % i Stavanger kommune. Det var omtrent like mange menn og kvinner. Resultatene fra spørreskjemaundersøkelsen fra sept. 1998 viste at hele 69 % av bedriftene hadde hatt vekst de tre siste årene og nesten like mange regnet med fortsatt vekst de kommende tre år. Uten at det går helt klart fram av undersøkelsen, er det rimelig å anta at veksten først og fremst vil komme på omsetning og ikke sysselsetting. Tall for hele fylket viser at næringsmiddelindustrien i Rogaland hadde en liten sysselsettingsvekst i perioden 1990 - 95 på 1,3 %. Stavangerområdet er i rogalandssammenheng et lokaliseringmessig tyngdepunkt med halvparten av næringsmiddelindustrien.

Når vi først tar for oss situasjonen i Stavangerområdet, får vi fram fordeling av de sysselsatte i de ulike bransjene basert på sysselsettingstall fra SSB. Følgende mønster avtegner seg (fig. 3.1):

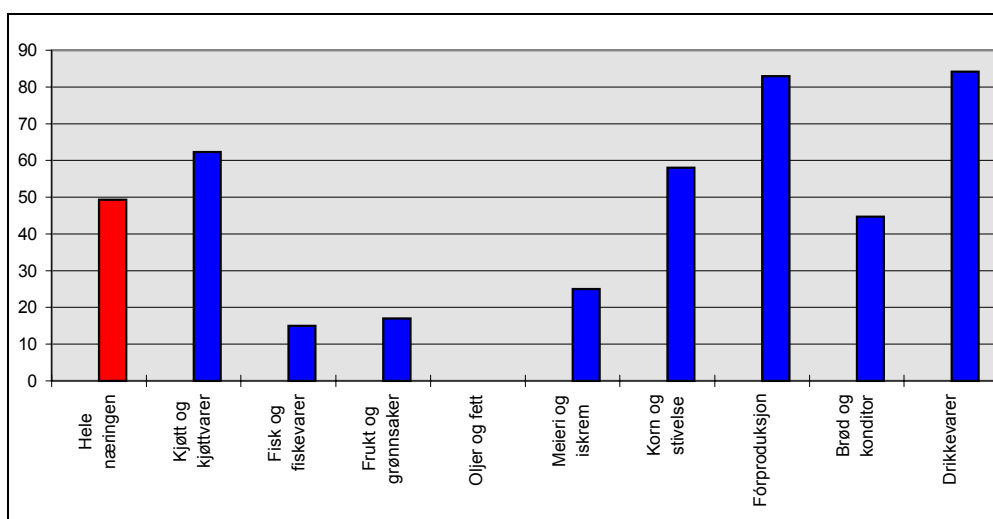
Kjøtt og kjøttvarer er absolutt størst med omkring 720 ansatte, som utgjør over 37 % av alle i næringsmiddelindustrien. Tre andre bransjer ligger på omkring 300 ansatte eller 14-16 %, med fôrproduksjon (310) et lite hakk foran drikkevarer (295) og brød- og konditorvarer (282). Neste sprang er til meierivarer og iskrem på omkring 140, fisk- og fiskevarer på ca. 100 og korn og stivelsesprodukter på 85. Innenfor frukt og grønnsaker og vegetabiliske og animalske oljer og fett er det så å si ingen foredlingsaktivitet.

Fig. 3.1 Sysselsettingsfordeling i næringsmiddelindustrien i Stavangerområdet 1995



Bransjeforskjeller går også klart fram av fig. 3.2, som viser prosentandel i Stavangerområdet i forhold til Rogaland fylke. Det interessante i denne sammenheng er at bransjene fôrproduksjon og drikkevarer er de bransjene som har det klareste tyngdepunktet i Stavangerområdet, med over 80 % av sysselsettingen i fylkessammenheng. Kjøtt og kjøttvarer, som sysselsetter flest, har omkring halvparten av bransjens ansatte. Det forteller at denne virksomheten er spredt rundt. Stavangerområdets andel når det gjelder korn og stivelsesprodukter ligger også over gjennomsnittsandelen for hele næringen. I motsatt ende ligger fisk og fiskevarer og frukt og grønnsaker. Her er det andre tyngdepunkt i Rogaland. Vegetabiliske og animalske oljer og fett er ikke representert i regionen.

Fig. 3.2 Stavangerområdets andel av næringsmiddelindustrien i Rogaland i 1995



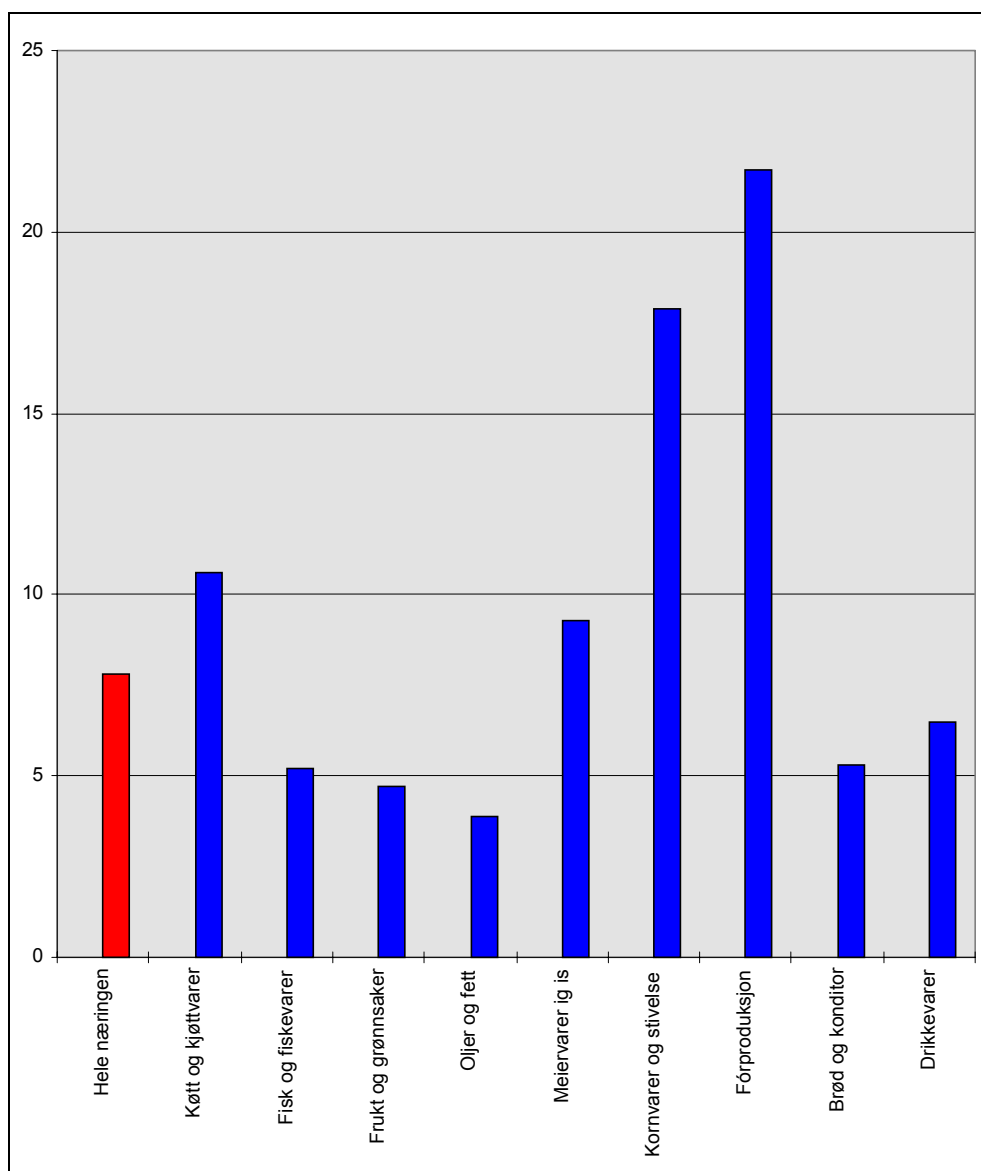
3.3 Næringsmiddelindustrien i nasjonal sammenheng

Dersom vi skal forstå betydningen av foredlingsvirksomheten i Stavangerområdet og Rogaland, må vi sette næringen inn i en nasjonal sammenheng. Fig. 3.2 gir en slik oversikt. Når vi ser på omfanget av hele næringsmiddelindustrien, viser det seg at Rogaland med sine knappe 8 % av landets sysselsetting, ligger litt under det folketallet og andelen av arbeidsplasser skulle tilsi. Målt i bruttoproduksjonsverdi for bedrifter med mer enn 10 sysselsatte, lå Rogalands andel på vel 9 % for hele næringen.

Mens Rogaland står for 15 - 20 % av husdyrproduksjonen i Norge, ligger sysselsettingsandelen (11 %) og bruttoproduksjonsverdien (12-14 %) i kjøtt og kjøttvarebransjen. For meierivarer og iskrem er den nasjonale andelen ca. 9 %. Dette forteller at en del av råvarene blir sendt til andre områder for videre bearbeiding. Her ligger et potensiale og en utfordring sett med rogalandsøyne. Spørsmålet er om det er mulig å få til større regional verdiskaping med grunnlag i primærproduksjonen.

Fig. 3.3 viser at førproduksjon i Rogaland har sin relativt største andel i landsammenheng med nesten 22 %. Som det går fram av fig. 3.2, er denne geografisk konsentrert til Stavangerområdet. Her finnes altså det nasjonale tyngdepunktet for førproduksjon, spesielt knyttet til oppdrettsnæringen. Når vi også vet at det foregår en omfattende FoU-virksomhet på dette feltet med utgangspunkt i bedriftene og ved andre institusjoner i regionen, er det rimelig å anta at det eksisterer et sentralt faglig og industrielt miljø innenfor denne delen av matsektoren i Stavangerområdet. Dette vil vi komme tilbake til.

Fig. 3.3 Rogalands andel av næringsmiddelindustrien i Norge i 1995 målt i sysselsetting.



Førproduksjon kan i vår sammenheng også betraktes som en leverandørindustri. Den produserer en sentral innsatsfaktor for oppdrettsnæringen på samme måte som landbruksindustrien på Jæren produserer maskiner og utstyr til landbruksproduksjonen. Vi velger å se førproduksjon som en del av næringsmiddelindustrien i denne analysen.

Bransjen kornvarer, stivelse og stivelsesprodukter står også relativt sterkt i Rogaland. Dette er kanskje litt overraskende fordi det er lite kornproduksjon i fylket. Noe av forklaringen har med at produksjon av potetmel hører med her. Vi må også huske på at i nasjonal sammenheng er denne bransjen blant de minste med vel 800 ansatte. I Rogaland og Stavangerområdet har det også vært klar nedbygging av virksomheten, ikke minst ved at Norgesmøllen har vedtatt å bygge ned matmelanlegget i Stavanger.

Kun to andre bransjer ligger over landsgjennomsnittet for hele næringen. Det er som nevnt kjøtt og kjøttvarer og meierivarer og iskrem, altså foredling av husdyrprodukter. I

begge disse bransjene er det samvirkeorganisasjonene som dominerer, og det er deres politikk som bestemmer hvor de ulike produksjonene skal foregå. Disse to bransjene sammen med frukt og grønnsaker, viser at foredlingsandelen er lavere enn produksjonsgrunnlaget skulle tilsi.

Fig. 3.3 viser ellers at drikkevarer som i rogalandssammenheng er dominerende i Stavangerområdet, er liten i nasjonal sammenheng. Det er kun én stor bedrift, Ringnes Tou, som siden 1995 har redusert bemanning med 1/3, ikke minst p.g.a. de ikke lenger skal ha ansvar for tappingen av Coca Cola.

Når det gjelder fisk og fiskevarer, er også Rogaland med sine vel 5 % av de sysselsatte små i nasjonal sammenheng. Selv betydelige fiskerikommuner som Eigersund og Karmøy klarer ikke å trekke opp tallene så mye i nasjonal sammenheng.

4 NÆRINGSMIDDELINDUSTRIEN I STAVANGER-OMRÅDET

4.1 Sentrale virksomheter og aktører

Målt i brutto produksjonsverdi og sysselsetting er matvirksomhet knyttet til foredling av husdyrproduksjonen som nevnt hovedkjernen i matvirksomheten i Stavangerområdet. Det siktes til slakting og bearbeiding av kjøtt og fjørfe, samt de mange meieriproduktene.

Når det gjelder slakterier og produsenter av kjøttvarer, er det tre hovedaktører i Stavangerområdet. Den største er samvirkebedriften Gilde Agro Fellesslakteri. Dette er en av de største bedriftene i sitt slag i Norge med ca. 500 årsverk ved anlegget på Forus. Her ligger også hovedkontoret for Rogaland og Agder. I tillegg har Gilde Agro 4 andre anlegg i regionen. Hovedvirksomheten omfatter slakting, skjæring, produksjon og markedsføring av kjøttvarer. Dagens hovedanlegg ble bygget på Forus i 1960. Lokaliseringen ble sett på som sentral både i forhold til råvaretilgang og markedet for ferdigproduktene. I dag leverer anlegget på Forus sitt kjøtt til andre produsenter i regionen, mens ferdigproduktene selges via matvarekjedene og dermed rundt i hele landet. Lokalmarkedet og Rogaland er fortsatt viktig salgsområde.

De to store private bedriftene i denne bransjen er Fatland Jæren AS og EURO Kjøtt AS som ligger henholdsvis i Sandnes og Sola kommune. Fatland er Norges største og mest moderne private slakteri, og ett av fire i Fatlandgruppen. Lokaliseringen i Hommersåk fører til noe mer transport enn ved en lokalisering midt på Jæren, men skaper ikke noe stort økonomisk problem. Anlegget driver kun med slakting og skjæring av kjøtt. Foredlingsgraden er lav. De oppskårne råvarene sendes til flere av Fatlandgruppen sine andre anlegg, ikke minst Skjeggerød sitt anlegg på Østlandet. De viktige lokale kjøpere er EURO Kjøtt og Espeland Kjøttvarer på Ålgård.

EURO Kjøtt ble etablert i 1985 av tre lokale entreprenører. De kjøpte en nedlagt kjøttbedrift i Sola sentrum og her seinere flyttet inn i nye lokaler i nærheten. Her er også hovedkontoret. EURO Kjøtt satser på ferdigmat med ferske ferdigvarer, flycatering og ferskvarer. Storhusholdningssektoren er svært viktig. Bedriften selger også via grossister som HAKON Meny og ASKO.

Utenom de tre aktørene er det noen andre aktører i bransjen i Stavangerområdet. Det er Gundersen og Slettebø, Gabbas Eftf, Idsøe AS, Helgø Matsenter AS og Lutcherath AS. Sistnevnte er vedtatt nedlagt.

Når det gjelder egg og fjørfe, ligger de sentrale bedriftene på Nord-Jæren med en årsproduksjon på over 8000 tonn egg og 5000 tonn kylling, som utgjør omkring 17 % av landets produksjon. Den største er den samvirkeorganiserte Rogaland Egglag med ca. 500 medlemmer. Anlegget i Sandnes er det største innenfor Prior, både på sortering og pakking av egg og som fjørfeslakteri. Eggene kommer fra hele fylket, med nesten

halvparten fra Jæren. Bedriften står for nesten 1/5 av Prior sin totale produksjon. Markedet er nasjonalt. Bedriften har alltid lagt nær Sandnes sentrum. Utgangspunktet er Jæderens Hølseavlforening fra 1896.

De to største private anleggene i fylket er Meling AS og Vervik AS. En tredje, litt mindre aktør er Nødland og Gundersen. Alle disse ligger også i Stavangerområdet. Innenfor egg og fjørfe er Nord-Jæren et nasjonalt tyngdepunkt. Et nytt privat slakteri, Jærkylling AS, vil om kort tid starte opp i de gamle lokalene til Rogaland fjørfeslakteri, som gikk konkurs i 1997.

På meierisiden har Tine Meieriet Sør sitt hovedkontor i Sola kommune. Når vi skal forstå foredling og omsetning av melk og melkeprodukt, må vi se hele Tine Meieriet Sør i med sine 15 anlegg, hvorav 7 i Rogaland, i sammenheng. Det foregår en arbeidsdeling mellom de ulike anleggene og markedets geografiske utbredelse varierer fra produkt til produkt. Anlegget på Sola er Norges tredje største når det gjelder konsummelk, mens andre er spesialisert på ulike ostesorter, smør og melkedrikker. 25 % av omsetningen og 29 % sysselsettingen, nesten 150 personer, innenfor rogalandsdelen av Tine er knyttet til anlegget på Sola. På mange måter er dette meieriet i like stor grad en logistikk- og distribusjonsentral som et produksjonsanlegg.

Når det gjelder sjømat, er som nevnt Stavangerområdet ikke noe kjerneområde i fylket. Det finnes likevel noen interessante aktører i området som Holmen Preserving, Neptun AS og Ritz Delikatesse. Holmen Preserving er den eneste hermetikkfabrikken igjen fra det gamle hermetikkmiljøet. Det er lokale eiere bak bedriften. Bedriften ble i 1997 omlokalisert til nytt anlegg på Gausel i 1997 fordi nærhet til havn ikke betyr noe når råstoffene kommer med bil. Holmen Preserving driver med hermetisering av ulike matvarer både fra sjø og landsiden. Bedriften kjøper i stor grad råstoffer, utstyr og kompetanse i lokalmiljøet. Innenlandsmarkedet står i dag for 85 % av omsetningen, men eksportandelen øker.

Neptun var opprinnelig et røkeri men er i dag en allsidig foredlingsbedrift for fiskeprodukter. Bedriften holder til i Rogaland Fiskesalgslag sine lokaler i Stavanger sentrum. Lokaliseringen er ikke ideell, og bedriften vurderer andre lokaliteter med havnetilknytning. Råstoff kjøpes stort sett fra fiskeri- og oppdrettsnæringen ellers i Rogaland. Markedet er sammensatt. For de bearbejdede produktene betyr Stavangerområdet og resten av Rogaland mest, men for fersk laks står eksportmarkedet for omkring 50 % av omsetningen. På fiskesiden er noen andre mindre aktører som Stavanger Røkeri AS, Janas AS, Ritz Delikatesse og Mesterrøkeren.

Selv om fig. 3.2 tyder på at brød og konditorvarer ikke har et tyngdepunkt i Stavangerområdet, holder tre av de fem største bakeriene i Rogaland til i regionen. Det er Bakerhuset Kneippen, Goman Bakeriet og Mesterbakeren. Selv om disse i hovedsak selger sine produkter lokalt, har flere et viktig marked utenom Nord-Jæren,

Foredlingsbedrifter på grøntsektoren er det lite av. Det har sammenheng med at grønnsaker i liten grad bearbejdes. De selges som ferskvarer til forbrukerne. Den industrielle produksjonen som likevel skjer i Norge finner i liten grad sted i Rogaland, som vi kan lese ut av fig. 3.3. På bær- og fruktsiden er de to viktigste foredlingsbedriftene i Nord-Rogaland.

Innenfor fôrproduksjon er det to hovedaktører, nemlig T. Skretting og NorAqua. Førstnevnte er i dag en del av det internasjonale matvarekonsernet Nutreco, mens NorAqua eies av Felleskjøpet (63 %) og Statskorn (37 %). NorAqua ble startet av Felleskjøpet som hadde sitt anlegg på stedet, og fôrfabrikken fordi de i starten kunne benytte det samme produksjonsutstyret. T. Skretting flyttet produksjonen til Hillevåg i 1967 fra Hommersåk. Hovedadministrasjonen har alltid lagt i Stavanger, og selv etter at de ble en del Nutreco i 1994 er hovedkontorfunksjonene på fôr til oppdrettsnæringen fortsatt i Stavanger. Et viktig moment ved dagens lokalisering er kunnskapstilgangen. Begge bedriftene har egne store FoU-avdelinger i tilknytning til industrivirksomheten. Markedet for fôret er først og fremst i Norge, og både T. Skretting og NorAqua har flere anlegg langs kysten. Sistnevnte har også et anlegg i Sandnes.

Sammen med Biomar, som har et stort anlegg på Karmøy, er disse tre av de fire største når det gjelder produksjon av fôr til oppdrettsnæringen i landet.

4.2 Lokalisering og marked for næringsmiddelindustrien

Generelt sett er det to hovedfaktorer som ligger til grunn for lokaliseringen av næringsmiddelindustrien i Stavangerområdet, nemlig markeds- og råvarelokaliseringen. Det vil si sentrale aspekter knyttet til faktor- og etterspørselsforhold. I Stavangerområdet virker disse forholdene i samme retning. Med en omfattende landbruksproduksjon på Jæren og i Ryfylke har Stavangerområdet hatt en gunstig lokalisering. Det samme kan til en viss grad sies om fiske, spesielt i tidligere tider når sild og brislingfiske var viktig. Ved at Stavanger var et knutepunkt og en markeds plass, var det naturlig at foredlingsvirksomhet ble lokalisert her. Dette forsterket igjen veksten og ga grunnlag for nye virksomheter. Spesielt fra siste halvdel av 1800-tallet og langt inn etterkrigstida har slike utviklingsprosesser gjort seg gjeldende.

Etter hvert som det har skjedd modernisering og omorganisering av foredlingsvirksomhet med bl.a. konserndannelser, samt at kommunikasjonene er blitt bedre, spiller de opprinnelige lokaliseringsfaktorene isolert sett ikke så stor rolle. I dag er nærheten til industrielle- og kompetansemessige miljø viktigere for lokaliseringen. Men i denne forbindelse er det selvsagt viktig å være klar over at de opprinnelige etableringene med tilknyttede virksomhetene har dannet grunnlaget for dagens næringsmiljø.

Når det gjelder de enkelte bransjer, er det noen viktige forskjeller m.h.t. lokalisering. Når det gjelder de virksomheter som foredler husdyrprodukt, er det i dag kombinasjonen av den store råvaretilgangen i nærområdet og det industrielle miljøet som viktigst. Markedet Stavangerområdet betyr mindre. Av de undersøkte bedriftene foregår 20-30 % av omsetningen på Nord-Jæren. For flere av produktene er det nasjonale viktigst. Selv om de fleste industribedriftene på dette feltet er i samvirkeforetak eller konsern, synes bedriftslokaliseringene i Stavangerområdet å passe godt inn i deres strategier.

For bedriftene på fiskerisida er bildet noe annerledes. Her finner vi rester av det gamle hermetikkmiljøet i Stavanger. Tidligere var de fysiske lokaliseringsbetingelsene knyttet til lokalisering nær sjøen viktig. I dag betyr det mindre. Samtidig er det klart at både

nærheten til råvarene det lokale markedet betyr lite i dag. For disse bedriftene er det det nasjonale, og til dels det internasjonale markedet som betyr mest.

Fórindustrien er som nevnt den delen av fiskerivirksomheten som står sterkt i Stavangerområdet. På dette feltet er det også mulig å trekke linjene tilbake til både kraftfôr til landbruket og hermetikkmiljøet. Dagens lokalisering av miljøet i Hillevåg har med de fysiske lokaliseringsfaktorene å gjøre. Havneforhold er en nødvendig betingelse fordi råstoffet, fiskemel og fiskeolje, kommer med skip fra ulike steder i Norge og utlandet. Lokaliseringen av bedriftene i Hillevåg i Stavanger har også en historisk forklaring.

Kun for en bransje innenfor næringsmiddelindustrien synes det lokale markedet å spille en viktig rolle, nemlig brød og bakervarer. Bakeriene får i liten grad sine råvarer fra Rogaland. Data fra spørreskjemaundersøkelsen tyder på at omkring 2/3 av omsetningen foregår i Stavangerområdet. Denne virksomheten er altså markedslokalisert. For drikkevare-produksjonen betyr det regionale markedet en del, men her er det arbeidsdelingen innenfor konsernene som er viktig.

4.3 Tyngdepunkt innenfor foredlingsindustrien

Analysen så langt tyder på at det er to tyngdepunkter på den industrielle foredlingsiden i Stavangerområdet. Disse er:

1. Foredling av husdyrprodukter
2. Fôrproduksjon til oppdrettsnæringen

De førstnevnte er absolutt størst målt i bruttoproduksjon og sysselsetting. Med omkring 60 % av aktiviteten i Rogaland og fylkets vel 10 % i landets totale foredlingsvirksomhet, er Stavangerområdet et kjerneområde. Selv om det kun er et par av de mellomstore aktørene som har sitt nasjonale hovedkontor i Stavangerområdet, er regionkontorene for samvirkeorganisasjonene lokalisert i området.

Det andre tyngdepunktet er et smalere aktivitetsfelt, men når det gjelder laksefôr er Stavangerområdet og Rogaland et nasjonalt tyngdepunkt med mellom 20 - 25 % av aktiviteten. Hovedkontorene ligger også i regionen.

I forbindelse med vurderingen av det matindustrielle miljø i Stavangerområdet, er koblingen mellom disse bransjene og leverandørindustri og kompetanseinstitusjoner sentral. Inngår de i et lokalt næringsmiljø med omfattende nettverkskoblinger eller er de lokale forbindelseslinjene svake?

4.4 Leverandørindustri til matvarevirksomheten

Når det derimot gjelder bedrifter som leverer utstyr og maskiner til foredlingsvirksomheten, har virksomheten et begrenset omfang i Stavangerområdet. Sammenlignet med det industrielle landbruksmiljøet som finnes på Sør-Jæren er det svært beskjedent. Det industrielle miljøet i området har sitt utspring i primærproduksjonen. Det er i dag flere store bedrifter, som Kverneland ASA, Serigstad AS og Reime AS, med omkring 1300 ansatte som produserer maskiner og utstyr til landbruksproduksjonen. Miljøet er preget av innovasjon og bedriftene opplever sterk konkurranse på verdensmarkedet. For mange av bedriftene, med Kverneland ASA i spissen, går mesteparten til av produksjonen til eksport.

Disse leveransebedriftene til landbruksnæringen utgjør kjernen i det industrielle klusteret på Sør-Jæren. I dette området finnes det største og mest komplette næringskomplekset innenfor leverandørindustrien i Norge. Mange av disse står sentralt i TESA-nettverket. Fra å være en industri som hadde et regionalt og nasjonalt marked, er det nå for flere av bedriftene verdensmarkedet som betyr absolutt mest. Sør-Jæren framstår i dag som en kjerne i et produksjons- og kompetansemiljø rundt landbruksproduksjon i verdensklasse.

Når det gjelder leverandører til primærproduksjonen i Stavangerområdet, er virksomhetene først og fremst knyttet til noen store bedrifter som produserer fôr. De nevnte fôrproduktene T. Skretting og NorAqua kan betraktes om en slik virksomhet, selv om vi denne rapporten har valgt å betrakte den som en del av næringsmiddelindustrien. Innenfor landbruk er Felleskjøpet Rogaland Agder den største. Bedriften eies av over 5000 bønder. Hovedanlegget ble etablert i Stavanger for hundre år siden. Felleskjøpet leverer mange typer varer til bøndene i regionen. Samvirkebedriften står for ca. 80 % av kraftfôr- og gjødselomsetningen i Rogaland. Lokaliseringen i Hillevåg ble i sin tid bestemt av kombinasjonen av gode havnemuligheter og nærheten til et handelssenter og kundene.

For næringsmiddelindustrien er hovedmønsteret at de kjøper mesteparten av utstyret utenfor regionen og landet. Det er relativt få utstysleverandører i Stavangerområdet. Foredlingsindustrien, spesielt på landbrukssiden, kjøper mesteparten av sitt produksjonsutstyr i utlandet. Det importeres fra Sverige, Danmark, Tyskland og Nederland, for å nevne noen sentrale land. Dette forholdet gjelder for hele næringen og er ikke spesiell for Rogaland.

Siden teknologiutviklingen og sentrale deler av nyskapingen foregår i den relaterte næringen, innebærer det at næringsmiddelindustrien i all hovedsak er prisgitt og avhengig av utstysprodusenter i andre land. Den nære samhandlingen mellom bruker og produsent som i tidligere tider ga grunnlaget for landbruksindustrien og klusteret på Sør-Jæren, synes ikke å være tilstede på samme måte omkring foredlingsvirksomheten i dag. Leverandørbedriftene er som regel store, spesialiserte internasjonale firma.

Innenfor utstyr til fiskeforedlingsindustrien finnes en ledende bedrift på sitt felt i Stavangerområdet. Trio Maskinindustri AS som lager maskiner som fjerner skinnen fra fisken, er den nest største på verdensbasis. I Norge er bedriften dominerende på skinnemaskiner for laks. Trio har sine røtter i sardinindustrien. I 1898 startet virksomhet

som Stavanger lås og beslag. Det første store teknologiske spranget skjedde ved utviklingen av falsemaskinen som skapte en revolusjon i pakking av hermetikk. Det neste teknologiske spranget var skinnemaskinene som kom på 1960-tallet. I de seinere år har Trio ekspandert i mekanisk/elektronisk retning gjennom overtakelse av en av Kverneland sine avdelinger. Hovedproduktet for denne delen av virksomheten er automasjonsmessig bygging av ulike verktøy. Trio er nå også rettet inn mot oljeindustrien som marked.

Lokaliseringen til Trio er som nevnt historisk betinget. Bedriften som opprinnelig lå i Stavanger sentrum flyttet p.g.a. av for små og trange lokaler til Forus, hvor de etter en ny omlokalisering fortsatt er. Bedriften er på en måte “foot loose”, men ser en klar fordel i å ligge i et mekanisk-elektronisk kompetansemiljø på Jæren. Matsektoren i Stavangerområdet betyr ikke noe i denne sammenheng.

Innenfor noen bransjer finnes det bedrifter som leverer utstyr til foredlingsindustrien. Det er varer som kostnadmessig betyr relativt lite for næringsmiddelbedriftene. For utstyrsleverandørene utgjør foredlingsindustrien i Stavangerområdet en liten del av markedet. Det siktes her til emballasje og etikettproduksjon. På etikettområdet er SE Labels den sentrale aktøren. Bedriften har i de seinere år utviklet seg til et internasjonalt selskap. Ved Rogalandsavdelingen på Forus er 70 % av virksomheten rettet mot næringsmiddel-området, med Tine og Agro Gilde som de viktigste nasjonale kundene. På emballasjeområdet er Skanem Stavanger en sentral aktør med 90 ansatte. Etter at selskapet i en periode var eid det franske selskapet Cebal er det nå tilbake hos lokale eiere. Skanems hovedprodukt er metallemballasje til matproduksjonen, hvor Holmen Preserving er en viktig lokal kunde.

Begge disse bedriftene har sin bakgrunn i sardin- og hermetikkindustrien i Stavanger. Når det gjelder lokaliseringen, er etikettproduksjon en “foot loose”-virksomhet som kan omlokaliseres under visse omstendigheter. For Skanem er det mer aktuelt å finne en annen fysisk tomt innenfor Stavangerområdet.

Når det gjelder frukt og grønt, er det få foredlingsbedrifter i Stavangerområdet og Rogaland. Det har for det første sammenheng med at denne sektoren, og spesielt grønnsaker, i liten grad blir foredlet. Produktene selges i hovedsak som ferskvarer til forbrukerne. De største foredlingsbedriftene på grøntområdet finnes på Østlandet, nærmere bestemt i Lier. Når det derimot gjelder bær og frukt, finnes det to bedrifter i Nord-Rogaland (Rogaland Konserverfabrikk i Tysvær og Good Food i Haugesund) Disse er basert på import av råstoff.

4.5 Omlokalisering

Synes det å skje vesentlige endringer i lokaliseringsmønsteret og -betingelsene relatert til de foredlingsvirksomheter som er i Stavangerområdet i dag?

Når det gjelder den mer overordnede lokalisering knyttet til ulike regioner, er det lite som tyder på at Stavangerområdet er på vikende front. Som et sterkt regionalt, og på noen områder nasjonalt senter, er den relative lokaliseringen gunstig. Selv om maktendringer i verdikjeden og en mer fri handel av matvarer i lys av WTO på sikt kan

endre lokaliseringmønsteret for foredlingsindustrien, er det ikke gitt at Stavangerområdet og Jæren vil tape på det.

Det mest særpregede som har skjedd i Stavangerområdet de siste 25 år, er at Forus er blitt det ledende industri- og næringsområdet. Gjennom Forus Industritomteselskap er området blitt utbygd til et ledende næringsområde, også i nasjonal sammenheng. I dag er det rundt 10 000 arbeidsplasser på Forus. Mange bedrifter innenfor matvaresektoren ligger i området. Det gjelder flere bransjer og bedrifter som Gilde Agro, Trio, Bama, ASKO mm.

Når det gjelder de fysiske lokaliseringsfaktorene ("*site*"-faktorene), vil det fortsatt kunne skje endringer. Det finnes eksempler på bedrifter som ved ekspansjon har etablert seg i nye industriområder som Forus, fordi det var for trangt på de gamle tomtene eller dagens transportsystem, miljøkrav o.l. er annerledes enn den gang industrien ble bygd opp. I noen tilfeller har det også betydd at den helt bynære lokaliseringen ikke blir ansett like viktig som tidligere. Kommunikasjonsutbyggingen både på transport og datasiden har endret grunnlaget for mange lokaliseringmønstre.

I vår sammenheng innebærer det at bylokaliseringen i Stavangerområdet ikke er like klar som tidligere. Når f. eks. Goman bygger sitt nye bakeri på Figgjo, er det ikke et uttrykk for at de ønsker å lokalisere bedriften utenfor lokalmarkedet. De fysiske lokaliserings-betingelsene er avgjørende. Transportkostnadene og andre avstandsforhold betyr ingen ting om bedriften er lokalisert på Forus eller på Ålgård. I mer generelle termer betyr det at de bypregede sentrumsområdene og produksjonspregede nærområdene får like lokaliseringsbetingelser ("*situation*"-faktorer) som for foredlingsindustri. Til en viss grad synes industrien å bli mer og mer "*foot loose*". Det er andre forhold knyttet til industrielle miljø og ikke minst tilgang på kompetanse som er viktig. Dette er faktorer som under gitte omstendigheter taler til fordel for Stavangerområdet.

5 KUNNSKAP OG KOMPETANSE - DRIVSTOFF I UTVIKLINGEN

5.1 Betydningen av kunnskap og kompetanse

Det er en utbredt oppfatning at ny kunnskap og høy kompetanse blir stadig mer sentral for konkurranseevnen til næringslivet framover. Som lokaliseringsfaktor betyr den stadig mer enn de tradisjonelle faktorene knyttet til råvarer, transportkostnader og markedsnærhet. Kompetanseinstitusjoner er i en viss forstand en relatert næring til alle ledd i verdikjedene.

Kunnskap og kompetanse er ikke det samme. Kunnskap kan i prinsippet reproduseres, mens kompetanse også har med ferdigheter å gjøre. Kunnskap er en nødvendig, men ikke en tilstrekkelig forutsetning for kompetanse. Kompetanse har med anvendelse av kunnskap og ferdigheter til å løse problem og utfordringer. Kunnskap kan vanligvis lett skaffes til veie. Kompetanse er noe som går i retning av at den er vanskelig å kopiere. En person med høyere utdanning har sertifisert kunnskap som en kanskje kan kalle formell kompetanse, men må gjennom arbeid med å løse oppgaver vise om vedkommende har kompetanse.

Det eksisterer mange former for kompetanse. Et hovedskille går mellom erfaringsbasert og forskningsbasert kompetanse. Et annet skille går mellom allmenn og spesifikk kompetanse. Spesifikk kompetanse kan relateres til bransje, bedrift, fag eller sted.

Den erfaringsbaserte kompetanse er viktig og finnes i mange bedrifter og lokale miljøer. Personer med slik kompetanse har ofte lavere utdanning og en velutviklet evne til å løse problem. Mange entreprenører og nøkkelpersonell i bedrifter tilhører denne kategorien. Det er likevel opplagt at samfunnet på de fleste områder i dag krever personer med høyere utdanning og mer forskningsbasert kunnskap for å drive virksomheten. Slik kompetanse, enten den er teknologisk eller spesialisert i andre retninger, synes å være stadig viktigere for næringslivet. De som har den beste og mest relevante spisskompetansen har ofte et konkurransefortrinn. Kampen om den beste kompetansen står derfor sentralt i den konkurranseutsatte delen av næringslivet.

Siden ingen FoU- og andre kompetanseinstitusjoner generer all ny kunnskap på sitt eget område, er det viktig å holde seg oppdatert og kunne ta i bruk den nye kunnskapen. Det er en form for kompetanse som er viktig, ikke minst når slik kunnskap skal formidles videre til næringslivet og andre brukere.

Det generelle bilde er at FoU-investeringene i Stavanger/Rogaland er lave sammenlignet med Oslo/Akerhus, Bergen/Hordaland og Trondheim/Sør-Trøndelag. I 1997 var de på under 3700 per innbygger mot 4650 i Hordaland, 8970 i Sør-Trøndelag og i Oslo nesten 12600. Rogaland særmerker seg ved at FoU-investeringsandelen i næringslivet, inkludert anvendt institutt som RF, var på 84,5 % som er en økning fra 73 % i 1995. Det vil si at vi har en lav og synkende offentlig andel. I Hordaland og Sør-Trøndelag var

næringslivsdelen i 1997 på 31 % og Oslo på 56,6 %.² Den offentlige andelen er til gjengjeld høy. Det skyldes først og fremst at Oslo, Bergen og Trondheim har universitet.

5.2 Kjerneområder for FoU på matområdet i Stavangerområdet

I arbeidsrapporten fra fase 1 nevnes fem områder som har omfattende FoU-virksomhet knyttet til verdikjeden for mat. Disse er: mikrobiologi, kjemi, bioteknologi, prosessteknologi og emballasjeteknologi. Flere av disse er nært forbundet med før- og husdyrproduksjon, de to kjerneområdene innenfor næringsmiddelindustrien.

Innenfor førproduksjon er det et stort FoU-miljø i Stavangerområdet. De to sentrale bedriftene innenfor førproduksjon til oppdrettsnæringen, nemlig T. Skretting og NorAqua, har store FoU-avdelinger, som er internasjonalt ledende på laksefôr. En av de sentrale aktørene i miljøet hevder at over halvparten av all FoU-aktivitet på dette området i verden foregår i tilknytning til disse to bedriftene. Nutreco Aquacultur Research Centre, som er en del av T. Skretting, og NorAqua Innovation, har sitt FoU-senter ved moderbedriftene i Stavanger. Begge bedriftene har sine forsøksstasjoner i Lerang og Dirdal i Høgsfjorden. Her er ansatt til sammen over 50 personer hvorav omkring halvparten har doktorgrad.

I tillegg driver Biosentrum AS som et bioteknologisk fagmiljø med å utvikle komponenter som bl.a. kan benyttes i førproduksjon, matvarer og medisiner. Bedriften som ble startet av Statoil, ligger i RF-Rogalandforskning sitt bygg og inngår i et miljø sammen med RF sine forskningsgrupper innenfor marint miljø. Sistnevnte fagmiljø arbeider også med problemstillinger knyttet til best mulig utnyttelse av fiskefôr. RF er i dag medeier i Biosentrum. En annen relativt ny FoU-bedrift som inngår i det samme forskningsklusteret er Norferm DA som eies av Statoil. Norferm utvikler teknologi som gjør at det kan produseres encelleprotein fra gass beregnet til fôr og matvareingrediens. Den første fabrikken for slikt bioprotein er satt i drift på Tjellbergodden på Nordmøre.

På næringsmiddelområdet har Stavangerområdet også betydelig FoU-kompetanse med NORCONSERV som det sentrale instituttet. Instituttet, som opprinnelig var Hermetikk-industrien laboratorium, er i dag et bransjeinstitutt innenfor næringsmiddelsektoren. NORCONSERV driver forskning, utviklingsarbeid og opplæring knyttet til industriell framstilling av matprodukter med forlenget holdbarhet. NORCONSERV er den FoU-institusjonen som har størst kontakt med de ulike produksjonsbedriftene i regionen.

Ved RF er det også fagfolk som har kompetanse på kvalitetssikring knyttet til næringsmiddelproduksjon, selv om dette ikke er et hovedsatsningsområde. Gastronomisk institutt (GI) hører også med i dette bildet. En av hovedoppgavene er å bidra til å fremme norsk matkultur i utlandet. GI er en matfaglig konsulent med god kompetanse når det gjelder smakstilsetninger. Foredlingsindustrien på land- og sjøsiden

² Kilde: NIFU, SSB: FoU-statistikk

er både kunde og leverandør i denne sammenheng. GI er en stiftelse med mange nasjonale eiere, står sentralt i utdanningen av kjøkken og restaurantledelse. Instituttet har fostret flere internasjonalt anerkjente kokker. Det skal nå settes i gang et høyskolefag i kjøkken og restaurantledelse ved HiS.

I forhold til de husdyrbaserte næringsmiddelindustrien, er FoU aktiviteten mindre. Det er begrenset virksomheten på dette området ved bedriftene i Stavangerområdet. For de store samvirkebedriftene forgår det stort sett andre steder. Noen av de nevnte FoU-institusjonene, som NORCONSERV og GI utfører oppdrag for denne delen av næringsmiddelindustrien, men i den store sammenheng er FoU-siden av begrenset omfang lokalt.

En viktig kompetansebedrift må nevnes, nemlig Landteknikk. Denne bedriften er Norges mest komplette leverandør til næringsmiddelindustrien, spesielt innenfor flytende næringsmidler. Mye av arbeidet består av teknisk prosjektering og montasjearbeid. Selve produksjonsutstyret kjøpes fra utlandet. Landteknikk har sitt hovedkontor i Oslo og avdelinger i Stavanger og Trondheim. Hovedeieren er Tine Norske Meierier med 90 % av andelene. Samvirkebedriftene på kjøtt, egg og grøntsiden eier mindre andeler. Landteknikk i Stavanger har 28 ansatte og et markedsområde som strekker seg fra Kristiansand til Sogn og Fjordane.

Statens næringsmiddeltilsyn og Fylkesmannens landbruksavdeling er også sentrale kompetanseinstitusjoner som inngår i det samlede miljø, selv om disse ikke er FoU-institusjoner i streng forstand.

Når det gjelder FoU-siden knyttet til landbruksproduksjon, finner det en viktig institusjon i Stavangerområdet. Statens veterinære senter på Sandnes må nevnes i denne sammenheng. I dette senteret er Institutt for småfeforskning, Veterinærinstituttet og Statens Dyrehelsetilsyn. De fleste andre institusjonene på dette området ligger ellers på Sør-Jæren. Tine Norske Meieriers FoU-senter avdeling Voll, Planteforsk - Særheim forskningssenter og Norsk Matanalyse på Klepp bør nevnes i denne sammenheng.

5.3 Opplærings- og utdanningsinstitusjoner

Opplæring foregår stort sett i alle bedrifter, selv om graden av formell opplæringen varierer mye. I flere bransjer er det ingen organisert opplæring. På mellomledernivå gjennomgår de ansatte overalt kompetansehevende kurs.

Kravet til utdanning og kompetanse varierer innenfor matsektoren. Fra spørreskjemaundersøkelsen går det fram at nesten halvparten av de ansatte har kun grunnskole som formell bakgrunn (Sørvig 1998). Innenfor grossistledet og næringsmiddelindustrien er andelen med kun grunnutdanning svært lav. Det fleste som arbeider her er i det vi kaller lavlønnsyrker.

Når det gjelder ansatte med videregående skole, er andelen økende og oppe i over 43 %. I Stavangerområdet finnes det studieretninger ved de videregående skolene som er relevant for matsektoren. Det gjelder bl.a. kokk og konditorfaget. Den mest spesifikke

utdanningen som er rettet mot industrien er næringsmiddelutdanningen som foregår i regi av NORCONSERV.

I dagens situasjon er det kun omkring 8 % av sysselsatte i matsektoren som har utdanning på høgscole og universitetsnivå. Denne andelen er lav, selv om den også er økende. Når det gjelder Stavangerområdet er Høgskolen i Stavanger (HiS) den sentrale institusjonen. I relasjon til matområdet tilbyr HiS utdanning innenfor hotelladministrasjon og reiseliv, ved siden av det nye faget i kjøkken- og restaurantledelse som skal starte opp. Det må likevel understrekes at annen mer generell utdanning innenfor økonomisk administrative fag er nyttig for bestemte jobber i bedriftene på matområdet. Når det gjelder økonomisk utdanning, må BI sin avdeling i Stavanger også nevnes.

Stavangerområdet mangler likevel høyere utdanning innen landbruk og fiske. Det samme gjelder teknisk utdanning utenom petroleumsvirksomhet.

6 GROSSIST OG DISTRIBUTJON -ET VIKTIG AKTIVITETSOMRÅDE

6.1 Omfang

Et viktig ledd en hel verdikjede er grossistene. Grossistene er hovedaktører mellom produsent og detaljist, enten det er storhusholdning eller detaljist. De er kanalen for store deler av matvarestrømmen. Vi har valgt også å ta med distribusjon i form av transporttjenester i analysen, fordi dette er den fysiske delen av denne distribusjonsvirksomheten. Det må også nevnes at det kan være vanskelig og ofte misvisende å skille mellom engrosvirksomhet og eksportører. Flere aktører driver med begge deler, spesielt på fiskerisiden.

Det finnes ingen fullgod statistikk som viser hvor stor engroshandelen på ulike geografisk nivå er. Sysselsettingsstatistikken fra SSB gir likevel et grovt bilde av situasjonen. I Rogaland var det 7900 sysselsatt i bransjen om omfatter agentur- og engroshandel. Hele 75 % av denne virksomheten er lokalisert til Stavangerområdet. Dette er altså kjerneområdet for slike næringsaktiviteter i fylket. Rogaland har derimot bare 7,4 % av hele bransjen. Bransjen er i vekst både nasjonalt og regionalt. Bare i toårsperioden 1995-97 økte sysselsettingen med over 6 % i Rogaland, noe som var litt større en gjennomsnittstallet for hele landet på 5,7 %.

For å få en indikasjon på hvor stor matvareandelen er av agentur og engroshandelen, kan omsetningstallene for Rogaland være til hjelp. Vel 25 % av omsetningen er i all hovedsak knyttet til matvarer. Dersom vi antar at sysselsetting avspeiler samme relative mønster er det omkring 1975 som arbeider med engrosvirksomhet i fylket, og bortimot 1500 i Stavangerområdet. Dette er et usikkert tall, muligens litt høyt, men gir likevel en indikasjon på at engrosvirksomhet på matområdet er betydelig på Nord-Jæren.

Matvaretransport foregår i all hovedsak på landevegen. Selv om en del fisk går med båt, noe gods med tog og enkelte spesialprodukter med fly, er det biltransport som dominerer. Nøyaktige tall for hvor stor sysselsettingen er, er det vanskelig å finne. Sysselsettingstallene for land- og rørtransport, som i all hovedsak vil si gods-, buss- og drosjetransport, forteller at omkring 58 % av fylkets arbeidsplasser finnes i Stavangerområdet. Dette tallet avspeiler kun den samme prosentandelen som for alle arbeidsplassene i fylket. Om godstransporten er relativt høyere er vanskelig å fastslå med sikkerhet.

6.2 Sentrale aktører og virksomhet

I regional sammenheng står grossistledet sterkt i Stavangerområdet. Dette gjelder også på matsida. Omfanget av virksomheten er langt større enn konsum- og kundeavhengigheten i Stavangerområdet skulle tilsi. Tre av de fire blokkene i norsk dagligvareomsetning har sine regionale hovedkontor på Nord-Jæren. Det gjelder

Norgesgruppen med sin grossist ASKO Rogaland AS, som forsyner området fra Flekkefjord til Bømlo, mens Rema Gross og NKL dekker Rogaland og Agderfylkene. Disse 3 grossistene sysselsetter bortimot 450 personer i Stavangerområdet. Kun Hakon-Gruppen, med sin grossist Kefas, har sitt regionkontor i Søgne på Sørlandet. Kefas dekker også Rogaland.

Alle grossistene har et bredt spekter av varegrupper. Det er kun på drikkevarer (melk, mineralvann, øl) og fisk at de står relativt svakt. Noen mangler frukt og grønt og på kjøtt går også mye direkte gjennom produsentene som Gilde Agro. Når det gjelder transporten praktiseres både innleide firma og egne biler. Organiseringen er forskjellig. NKL benytter seg av Østerhus Bilruter AS, som holder til på Tau, mens ASKO bruker egne biler.

Totalt sett er det omkring 20 aktører på grossistsiden i Stavangerområdet. Det er litt flere på land- enn sjøsida. På frukt og grønnsida er Bama den store aktøren etter at Gartnerhallen ble nedlagt og gikk over til å bli en ren produsentorganisasjon. Bama eies av mange private interessenter, men Joh. Johansen, som er 50 % av Norges-Gruppen, eier 34 %.

Markedet for grossistene er først og fremst detaljistene, men for flere øker storhusholdningssektoren strekt. For ASKO går omkring 1/3 av omsetningen til storhushold.

Når det gjelder egne transportfirma, er det et stort firma som har sitt hovedkontor i Stavangerområdet, nemlig Johs. Lunde AS. Firmaet er oppdelt i fire enheter, hvorav de to største har med godstransport å gjøre. Det er Lunde transport og ekspedisjonsfirmaet Branshaug. Johs. Lunde har avdelingskontor i Bergen, Oslo, Danmark og Nederland.

Lunde transport er den nest største på frakt av fisk i hele landet og størst på laks, ikke minst på Vestlandet. Omkring 25 % av lakseeksporten til Europa går med Lunde sine termotransportbiler. All laksen samles og omlastes ved kontoret i Danmark og distribueres med firmaets egne biler rundt om i EU. I returlasten er det stort sett frukt og grønnsaker til det norske markedet.

Branshaug ekspedisjon har sitt tyngdepunkt på det norske matvaremarkedet. Den største kunden er Tine. Mens Tine selv tar seg av innhenting av melk fra bøndene og internt i Rogaland, er Brandshaug størst i hele landet når det gjelder frakt av ferdige meieriprodukter. Det er ikke bare ost og melkedrikker som fraktes ut og inn til Rogaland, men også mellom de ulike anleggene til Tine og de store grossistene i mesteparten av Sør-Norge. Hakon-Gruppen sitt store grossistlager i Søgne, Kefas, er viktig i den sammenheng.

Det finnes også et stort antall små og mellomstore transportfirma i Stavangerområdet som er involvert i transport av matvarer som et av sine markedsområder. Det gjelder både land og sjøsida. Samtidig er andre store nasjonale transportfirma som Nor-Cargo, Linjegods mm representert i regionen.

7 STORHUSHOLDNING OG DAGLIGVAREHANDEL - ET BREDT SPEKTER AV AKTIVITETER

7.1 Omfang og marked

Når matvarene når storhusholdnings- og detaljistleddet, er det konsumenten for alvor kommer inn i bildet. Mesteparten av denne virksomheten er basert på det lokale markedet. Kunder fra Stavangerområdet er den største kundegruppen. Tilreisende fra omlandet og forretningsreisende er også betydelige kunder. På restaurantene i hotellene er tilreisende ofte den største gruppen.

Med storhusholdning siktes det til hovedaktiviteter:

- * kafé og restaurant
- * offentlige institusjoner
- * catering

Kafé og restaurantbransjen er en svært viktig bransje, ikke minst i et byområde som Stavanger. Bransjen hotel og restaurantvirksomhet sysselsatte i 1995 ca 3800 i Stavangerområdet. I dette tallet er også drift av hotell og catering. Det er rimelig å anta at omkring halvparten er sysselsatt i servering av mat og drikke.

I Stavangerområdet har denne bransjen hatt betydelig vekst de siste 20-30 årene. Nye bedrifter dukker opp, selv om noen også forsvinner. Som landets oljehovedstad har det skjedd store endringer i det kulturelle landskapet. Dette har bl. a gitt seg uttrykk i redusert støtte til avholdssaken og dermed mer liberale holdninger til skjenking av alkohol (Melberg 1997).

Offentlige institusjoner som sykehus, pleie og gamlehjem er blitt en viktig del av storhusholdningssektoren. De utgjør et ikke ubetydelig marked for mange grossister og vareprodusenter. Slike institusjoner kjøper ikke bare fersk og tørrvarer, men i økende grad også halvferdige og gryteklare produkter.

Catering er blitt en betydelig bransje i Stavangerområdet. Det har først og fremst sammenheng med oljevirksomheten, hvor virksomheten på sokkelen er det største markedet. De 5 største bedriftene som har sitt hovedkontor på Nord-Jæren har over 1500 ansatte som arbeider offshore. Disse arbeiderne kommer fra hele landet, selv om det er et tyngdepunkt i Rogaland. Vi kan ikke regne disse arbeidsplassene som en del av matsektoren i Stavangerområdet.

På landsida består markedet av det som kalles industrielle catering, som går på kantiner og anlegg. I tillegg finnes virksomhet som leverer til kafeer, restauranter o.l. Flymat er også et eget marked. Hvor mange som er sysselsatte på landsida i regionen, er vanskelig å si med sikkerhet fordi noen av firmaene i markedet driver også med andre oppgaver som reingjøring. Et rimelig anslag går ut på vel 500. Sørvigs (1997) undersøkelse tyder på at det er omkring 800 sysselsatte innenfor catering på Nord-Jæren. Nesten 75 % er kvinner.

Når det gjelder detaljhandel, er dette en omfattende virksomhet. Den delen som har med mat er først og fremst knyttet til dagligvarebutikkene. Disse har kunder blant befolkningen i Stavangerområdet, men en del kommer også fra omlandet. Det er en handelslekkasje til de store kjøpesentrene i Stavanger og Sandnes, som også dagligvarebutikkene trekker vekslers på. Hvor mange som er sysselsatt i dagligvarebutikkene på Nord-Jæren, har vi ikke nøyaktige tall på. Et anslag på 2-3000 er ikke urimelig.

7.2 Sentrale virksomheter og aktører

Innenfor storhusholdning er det mange aktører, spesielt på kafé og restaurantsiden. Hovedmønsteret er individuelle enheter, selv om det er eierinteresse som går igjen i bransjen. Herlige Stavanger Restauranter AS er den største aktøren som innbefatter alt fra barer, kafeer og restauranter til catering og kurs- og selskapslokaler. Pizza-kjeden Dolly Dimple's er et annet eksempel på et type serveringssted som er godt representert i Stavangerområdet. Fra å være en virksomhet som startet i Sandnes har den nå spredd seg til hele landet.

Innenfor catering er det tre store utenlandske eiergrupper som dominerer. Det største er Compas Group som eier Eurest Offshore Chalk, Eurest og Select Service Partner. Eurest Offshore og Chalk driver kun offshore, mens de to andre er på landsida. Select Service Partner driver matserveringen på Sola flyplass og er i flymatmarkedet, med omtrent like stor del hver. Den andre store eiergruppen er Sodexo Group. Deres selskap Universal Service og Kelvin Norge er i offshoremarkedet. Norsk Offshore Catering eies av det danske selskapet Mærsk.

På landsida er Eurest den største aktøren. Bedriften driver i kontraktmarkedet mellom hotelldrift og matvarebransjen med "facility management", forpleining og omsorg og reinhold. Hovedkontoret er i Oslo, men det er store regionkontorer i Bergen, Trondheim og Stavanger. Stavangerkontoret dekker området fra Egersund til Haugesund. Av dette markedet utgjør Nord-Jæren 90-95 %. Anleggshotellene på Kværner Rosenberg og i Hinnavågen er eksempler på hva driften omfatter. Eurest har hatt klart vekst og i dag arbeider omkring 300 med matservering.

CCC Services, Wilberg Mat og Drikke, Gilje's Catering og Reinskau er eksempler på andre små og mellomstore aktører som er inne på det lokale cateringmarkedet.

Når det gjelder detaljhandelen domineres denne i Rogaland som i resten av landet av de fire store kjedene. På landsbasis står NKL, Hakon Gruppen, Norges-Gruppen og Rema for nesten 99 % av omsetningen. Rema og Hakon Gruppen har omtrent like stor andel av markedet i Rogaland som på landsbasis, med henholdsvis 12 og 28 %. Hovedforskjellen er at mens Norges-Gruppen i 1997 hadde 32,6 % for hele landet, var andelen i Rogaland 20 %. NKL hadde derimot 41 % av omsetningen i fylket mot 25,2 % på landsbasis (Vagle 1998). Om fordelingen mellom de fire store er den samme i Stavangerområdet, vet vi ikke med sikkerhet.

Det er to hovedmodeller som butikkene i detaljhandelen drives på. Det er som *franchise* og den andre er *eierintegrerte butikker*. Franchise vil si at butikken eies av en kjede, men drives på selvstendig grunnlag av aktør som oppnår fortjeneste etter hvor godt butikken drives. Denne modellen benyttes hos Rema og deler av Hakon-Gruppen og Norges-Gruppen. Innenfor NKL og deler av Hakon-Gruppen eier kjedene også butikkene. I tillegg kommer selvstendige kjøpmenn knyttet til en av kjedene gjennom innkjøpsavtaler. Et godt eksempel på det siste er dagligvarebutikken Helgø, som driver sin egen markedsføring.

8 DET MATINDUSTRIELLE MILJØET I STAVANGER-OMRÅDET - FRAGMENTERT ELLER HELHETLIG?

8.1 Er matsektoren i Stavangerområdet et industrielt miljø?

I den faglige beskrivelsen av industrielle miljøer eller næringsklustre ble det lagt vekt på nettverkskoblinger som grunnlag for å vurdere om det eksisterer et miljø og hvilken type miljøer det er snakk om. Dersom det er liten kontakt og minimale fordeler av en lokalisering i samme område, vil det være problematisk å betrakte aktivitetene som et næringsmiljø.

Analyse av statistiske data og intervju med til sammen vel 40 ulike aktører knyttet til matsektoren i Stavangerområdet viser at store deler av virksomheten har trekk som gjør at det er relevant å snakke om et matindustrielt miljø. Samtidig er det problematisk uten videre å karakterisere hele virksomheten som et helhetlig miljø.

For å vurdere spørsmålet om Stavangerområdet har et matindustrielt miljø, skal vi analysere noen faktorer som er sentrale i denne sammenheng.

8.1.1 Omfang

Omfanget av foredlingsindustri og kunderelatert matvarevirksomhet, er betydelig. Det er omkring 2100 arbeidsplasser i næringsmiddelindustrien. I tillegg kommer flere hundre arbeidsplasser i leverandørindustrien og ved FoU-institusjoner. Det største antallet arbeidsplasser er innenfor (lokal) kundegenerert matvirksomhet. Det vil si grossistledet, storhusholdning, detaljhandel. Alle disse næringene har langt flere arbeidsplasser og omsetning i Stavangerområdet enn befolkningsunderlaget og andel arbeidsplasser i Rogaland skulle tilsi. Til sammen kan det dreie seg om 5-6000 sysselsatte. På landtransportsiden er det også et tyngdepunkt med flere hundre arbeidsplasser.

Det er vanskelig å fastslå hvor stor den totale matsektoren er i Stavangerområdet. Tallet er også avhengig hvor de ulike bedriftene og næringsaktivitetene blir klassifisert. Det gjelder ikke minst de relaterte næringene. Storhusholdning i form av catering er på den ene siden en del av storhusholdning som har med mat å gjøre. Vi har derfor valgt å se denne virksomheten som en del av det matindustrielle miljøet. På den andre siden er catering en aktivitet som kan sies å inngå som en del av det petro-maritime industrimiljøet i regionen knyttet til oljevirksomheten på sokkelen. Derimot er industri som leverer standardprodukter og hyllevarer til næringsmiddelindustrien ikke en del av det matindustrielle miljøet. Selv om noen av arbeidsplassene i slike bedrifter kan sies å være basert på den lokale foredlingsindustrien som marked, er det problematisk å betrakte virksomheten som en del av det matindustrielle miljøet. Det er likevel vanskelig å avgrense hvilke bransjer og bedrifter som inngår i et miljø og dermed bestemmer omfanget.

Konklusjon: Grovt sett er det rimelig å anta det er minst 8 000 arbeidsplasser i den matindustrielle sektoren i Stavangerområdet. En snever definisjon tilsier trolig litt færre, mens en vid definisjon kan vise at hele sektoren har godt over 10 000 sysselsatte.

8.1.2 Lokalisering og historiske tradisjoner

Når det gjelder Stavangerområdet som lokaliseringssted for matindustriell virksomhet er det to generelle hovedfaktorer som har vært og fortsatt er helt sentrale. For det første er det råvaretilgangen både fra land og sjøsida. Stavangerområdets geografiske beliggenhet med kort avstand og god tilgjengelighet er et fortrinn, selv om det i dag betyr mindre enn i tidligere tider. For det andre er Stavangerområdet et viktig lokalmarked. Markedslokalisering er selvsagt avgjørende for de kunderelaterte bedriftene, og for deler av industrien er lokalmarkedet av betydning. For mesteparten av foredlingsindustrien er markedet nasjonalt eller internasjonalt. Mange av bedriftene er deler av større konsern som bestemmer virksomheten ut fra intern arbeidsdeling og regional spesialisering.

Et tredje hovedfaktor de historiske strukturene. Disse framstår fortsatt til en viss grad som et fortrinn. Historisk sett henger disse faktorene igjen sammen med råstofftilgang og marked. I Stavanger har fiskerivirksomheten betydd mest, men landbrukssida hører også med i denne sammenheng.

På 1800-tallet var det aktiviteten omkring sildefisket med salting og salg av sild som sto i fokus. Fra siste halv del av 1800-tallet og langt inn i dette århundre var det brislingen og hermetikkindustrien som dominerte. I denne perioden ble det etablert et stort antall hermetikkfabrikker som laget 300-400 millioner hermetikkbokser i året. Rundt selve hermetikkproduksjonen vokste det fram en omfattende leverandørindustri, som vi med dagens begrep ville kalt et næringskluster. Leverandørindustrien var meget omfattende. Denne relaterte virksomheten omfattet maskin- og utstyrsleverandører som laget hermetikkbokser, maskiner, etiketter, emballasje, pakninger, osv. Agent-, engros- og ekspedisjonsfirma vokste fram i kjølvannet av hermetikkindustrien. Avfallsproduktene ga grunnlag for fiskeolje-industri. Videre førte arbeidet med kvalitetsforbedringer, utdanning, markedsføring og salg til etablering av egne institusjoner og bedrifter. Kapitalakkumulasjonen i Stavanger ga grunnlag for og førte til at nye hermetikkfabrikker ble bygd langs store deler av kysten.

Sagt på en annen måte førte hermetikkindustrien til framveksten av bransjer som grafisk industri, metallindustri, emballasje, trevare, olje- og fettindustrien, sjøtransport, agentur- og engroshandel samt forskning og utdanning.

Mesteparten av det integrerte næringsmiljøet omkring hermetikkindustrien er i dag forsvunnet. Det ble oppløst i løpet av 1960- og 1970-tallet. De fleste bedriftene og mange aktører er borte. Likevel har noen bedrifter i relaterte bransjer funnet nye markeder utenfor matsektoren. Noen har fortsatt sitt hovedbein på matområdet. Grafisk industri, inkludert de litografiske trykksakene, er eksempel på det førstnevnte, mens maskinindustrien (Trio) og kompetansebedrifter (NORCONSERV) er eksempler på virksomheter som har sitt aktivitetsfelt på matområdet.

I næringsmessig sammenheng finnes det mange historiske forbindelseslinjer mellom det gamle hermetikk-klusteret og dagens næringsliv i Stavangerområdet. For lokalisering og

utvikling av flere typer virksomhet har det vært viktig. For det matindustrielle miljø er derimot omfanget mindre. Som et argument for å snakke om et matindustrielt miljø er det likevel fortsatt en positiv faktor.

Landbrukstilknytningen, utenom selve produksjonen, har også en lang tradisjon i Stavangerområdet. Det henger ikke bare sammen med Stavanger som markedsplass for omsetning av landbruksvarer. Oppbygging av industri og annen virksomhet knyttet til landbruket har eksistert i over hundre år. På den ene siden har flere av dagens aktører innenfor næringsmiddelindustrien hatt en ubrutt tradisjon. Det gjelder bl.a. nåværende Gilde Agro og Rogaland Egglag. På den andre siden er det flere av dagens industribedrifter som startet i tilknytning til landbruk, men som i dag er inne på andre markeder. Et godt eksempel er T. Skretting som startet med fôr til landbruket, men som nå kun driver med laksefôr.

8.1.3 Opplevelse av Stavangerområdet som et miljø

Et industrielt miljø er noe som har utviklet seg over lang tid. For at vi skal bruke betegnelsen miljø, må det være nettverksskoblinger mellom virksomhetene og aktørene må oppleve at bedriften er en integrert del av et lokalt miljø.

Med det omfanget matvaresektoren har, er det rimelig å anta at aktørene opplever Stavangerområdet som et matindustrielt miljø. Nesten alle de intervjuede bedriftene ga også uttrykk for dette. Utrykk av typen “alle aktørene innen ulike bransjer er her”, viser bredden av virksomheter i nærområdet anses som viktig. Andre la vekt på Rogaland som spisskammer og den jærsk tradisjonen ble også nevnt i positiv forstand. Samarbeidsånden ble også trukket fram. Følgende fra en innflytter sier mye: ”Aktørene i Rogaland er mer romslige og samarbeidsvillige enn andre” (Sørvig 1998). Mange framhevet også kontakten med kompetansebedrifter som GI og NORCONSERV. Det samme gjaldt FMD, hvor mange er medlem.

Flere aktører nevnte likevel at miljøet kunne bli bedre. Formuleringer som “for lite samarbeid på tvers”, “vår kontakt er kun innenfor grøntsektoren”, “kontakten i verdikjeden bør øke” og ”miljøet er ikke sterkt nok” sier at det ikke er helhetlig og at det er behov for og interesse for større kontakt (Sørvig 1998).

Noen aktører, først og fremst på leverandørsiden, betraktet seg ikke som en del av et matindustrielt miljø. Trio så seg først og fremst som en del av det mekanisk-elektroniske miljøet på Jæren.

Konklusjonen synes klar. De alle fleste bedriftene både knyttet til land og sjøsiden opplever at de er med i et sterkt matindustrielt område i Stavangerområdet og Rogaland, men at kontakten innad ikke er god nok

8.1.4 Kompetansemiljø

På sentrale matvareområdet har som nevnt Stavangerområdet noen viktige kunnskaps- og kompetansebedrifter. På mange måter er NORCONSERV den mest sentrale aktøren. De har de mest omfattende kontaktene med produksjonsbedriftene og andre kompetanseinstitusjoner i regionen. Hele deres virksomhet er knyttet til matsektoren. De

utgjør et kjernepunkt i et FoU-miljø. I tillegg er de en viktig institusjon i det nasjonale miljøet med mange nasjonale samarbeidspartnere og en del gode internasjonale kontakter.

Et annet miljø på matsektoren er under oppbygging i Ullandhaugområdet, og da spesielt knyttet til Rogaland Kunnskapspark (RK). Foreløpig er det aktører som ikke er godt nok koblet sammen. Fagforum for mat og drikke (FMD), som nettopp har flyttet i RK, kan bli en katalysator for utviklingen framover. De har direkte kontakt med næringsaktørene og samtidig flere sentrale FoU-institusjoner som aktive medlemmer. I RK er det også mange andre aktører på finansieringsiden (SND), IT-området (Smart city), økonomisk og samfunnsmessig analyse (ECON og RF), rådgivningsarbeid (Rogaland Næringstjeneste) mm. Når GI og NORCONSERV på sikt flytter inn i RK, vil dette styrke miljøet vesentlig ved at aktørene kan møtes daglig i ulike sammenhenger. Dermed vil RK og Ullandhaugområdet kunne utvikle seg til en samlingsarena hvor matsektoren blir en av bærebjelkene.

Tidligere i analysen har vi beskrevet det viktige kompetansemiljøet omkring før til oppdrettsnæringen, hvor Stavangerområdet er ledende både nasjonalt og internasjonalt. Hovedbasen er de to produksjonsbedriftene, Nutreco og NorAqua. Koblingen til andre FoU-bedrifter (Biosentrum, Norferm og RF) som arbeider med beslektede problemstillinger er begrenset. Noe faglig kontakt foregår gjennom seminarer, men potensialet for å utvikle det samlede miljøet er klart tilstede.

Når det ellers gjelder kompetansemiljø på matområdet, må også offentlige institusjoner som Fylkesmannens landbruksavdeling, bondeorganisasjonene og Statens næringsmiddeltilsyn nevnes. De to førstnevnte har sitt virke først og fremst knyttet til primærproduksjonen og har hele fylket som virkefelt. Men ved at landbruksavdelingen er lokalisert i Stavanger og avdelingen har stor kompetanse på landbruksområdet, er de en ressurs og aktiv part i alt som har med landbruk å gjøre. Statens Næringsmiddeltilsyn har derimot daglig kontakt med industrien og er en sentral aktør når det gjelder arbeidet med å sikre kvalitet på matvarene.

8.1.5 Innovasjon og nyskaping

Innovasjon og omstilling er nødvendig for at bedrifter og miljøer skal overleve. Innovasjoner kan gå på ny teknologi, nye prosesser, markeder, organisasjonsformer o.l. Nyskaping bidrar til utvikling.

I denne perspektivanalysen er fokus imot det matindustrielle miljø ikke hva som skjer innad i enkeltbedrifter og konsern. Det må likevel presiseres at det har foregått og stadig foregår innovasjoner i de eksisterende bedriftene i alle ledd av verdikjeden. Nye produkter har sett dagens lys i den eksisterende industrien i Stavangerområdet. I vår sammenheng vil vi derimot sette fokus imot betingelser for nyetableringer.

Når vi betegner et miljø som innovativt, er det fordi det skjer kontinuerlige nyskapingar, gjerne i form av nyetableringer. Slike miljøer preges av entreprenørkultur, slik som Jæren har ord på seg for å være, og/eller ved at det skjer koblinger mellom aktører fra ulike kompetansefelt som resulterer i ny virksomhet.

Spørsmålet om Stavangerområdet er et slikt kreativt nyskapingstiljø på matområdet, kan diskuteres. Denne undersøkelsen gir ikke grunnlag for å trekke noen sikker konklusjon. Noen forhold indikerer at et innovasjonstiljø eksisterer eller er under oppbygging. Det klareste eksemplet er FMD. Organisasjonen som ble etablert i 1990 har i dag 115 medlemmer i Rogaland, med tyngdepunkt i SI. Medlemmene representerer alle delene av matsektoren.

FMD er både katalysator og arena for nye ideer. Et godt eksempel på innovasjoner som har sitt utspring i dette miljøet, er etablering av bedriften Fjordkjøkken AS på Varhaug. Gjennom dannelsen av kompetanserådet "Minimal Processing Foods" ble en del av medlemmene i FMD aktive deltakere i arbeidet med å ta i bruk varmebehandlings-teknologien sous vide, til å etablere den nevnte bedriften som lager gryteferdige middagsretter. Videre er FMD en aktør som profilerer matfylket Rogaland gjennom et sett av tiltak. Gladmat-festivalen som skal gå av stabelen i Stavanger sommeren 1999, er et aktuelt eksempel i den sammenheng.

På entreprenørsiden finnes det også eksempler fra de senere år som viser at det skjer nyskaping med rot i miljøet. Pizza-kjeden Dolly Dimple's og Stavanger Konfekt kan stå som eksempler på dette. Førstnevnte startet i Sandnes i midt på 1980-tallet og har siden etablert 40 pizzarestauranter over hele landet. Dolly Dimple's er i dag den største pizza-aktøren på Vestlandet og i Nord-Norge. Bedriften skal starte egen bakeri på Forus for pizzabunner. Stavanger Konfekt er liten nisjebedrift som eies og drives av et par damer. Bedriften lager egne produkter som selges i et eget utsalg i Stavanger sentrum. I motsetning til Dolly Dimple's er ikke den store ekspansjonen målet.

Det området hvor det har skjedd flest nyetableringer i Stavangerområdet er på kafé- og restaurantsiden. Dette er i hovedsak virksomheter som avspeiler markedet knyttet til det lokale kundeunderlaget. At Stavanger er et meget sentralt sted for forretningsreiser og kursvirksomhet, har selvsagt også betydning i denne sammenheng.

Det er likevel viktig å være klar over at industrielle miljøer som i noen perioder er innovative, klarer overgangen imot nye produksjonsprosesser eller markeder. Framveksten av det breie hermetikkmiljøet i Stavanger var i sin tid preget av innovasjoner på alle områder. Når fryseteknologien slo igjennom fra 1950-tallet, ble hermetikkemballasje utsatt for sterk konkurranse. Hovedaktørene på hermetikkensiden i Stavanger var ikke med på denne utvikling, men tviholdt på sitt. Dermed tapte Stavanger stadig terreng og ble utover på 1970-tallet et lite miljø på konservering av fisk fra havet. I tillegg må nevnes at da Storbritannia, som var det viktigste markedet for brislingen, ble medlem av EU i 1972, ble det innført en toll på opp til 25 %. Dette rev ned mye av grunnlaget for lønnsomheten i bransjen.

Som en konklusjon kan vi antyde at det foregår en del spennende nyskaping på det matindustrielle området i Stavangerområdet, men at potensialet er større. Det er tross alt mange produksjons- og kompetansebedrifter og et entreprenørpreget miljø på Jæren.

8.1.6 Stavangerområdet som kjerneområde i en større region

I denne analysen har vi tatt utgangspunkt i særtrekk ved matvaresektoren i Stavangerområdet som geografisk enhet. Både bredden og omfanget av virksomheter

tyder på at Stavangerområdet er et lokaliseringmessig tyngdepunkt for matvarevirksomhet på flere felt, både i fylkes- og nasjonal sammenheng. Dette innebærer ikke at Stavangerområdet er en naturlig og funksjonell geografisk enhet på det matindustrielle området. Mye tyder på at det er mest fruktbart å se Stavangerområdet som en del av en større geografisk enhet, alt etter hva som legges vekt på.

Når det gjelder råvarer, har de alltid kommet fra et større geografisk område. Jæren eller hele Rogaland er omlandet. På fiskeriområdet er fylket den naturlige enheten. For noen bransjer, som eksempelvis fôr, kjøpes råvarene fra hele Norge.

Stavangerområdet som geografisk markedsområde er først og fremst viktig for den konsum- og kundeavhengige virksomheten som storhusholdning, detaljhandel o.l., selv om deres kunder også kommer fra et større geografisk område enn Nord-Jæren. Innenfor næringsmiddelindustrien er det kun bakerier som har sitt hovedmarked lokalt. Resten av foredlingsvirksomheten har enten fylket eller hele landet som er markedsområde. Kun et fåtall bedrifter har sitt markedsområde utenfor Norge. De fleste av disse er innenfor leverandørindustrien.

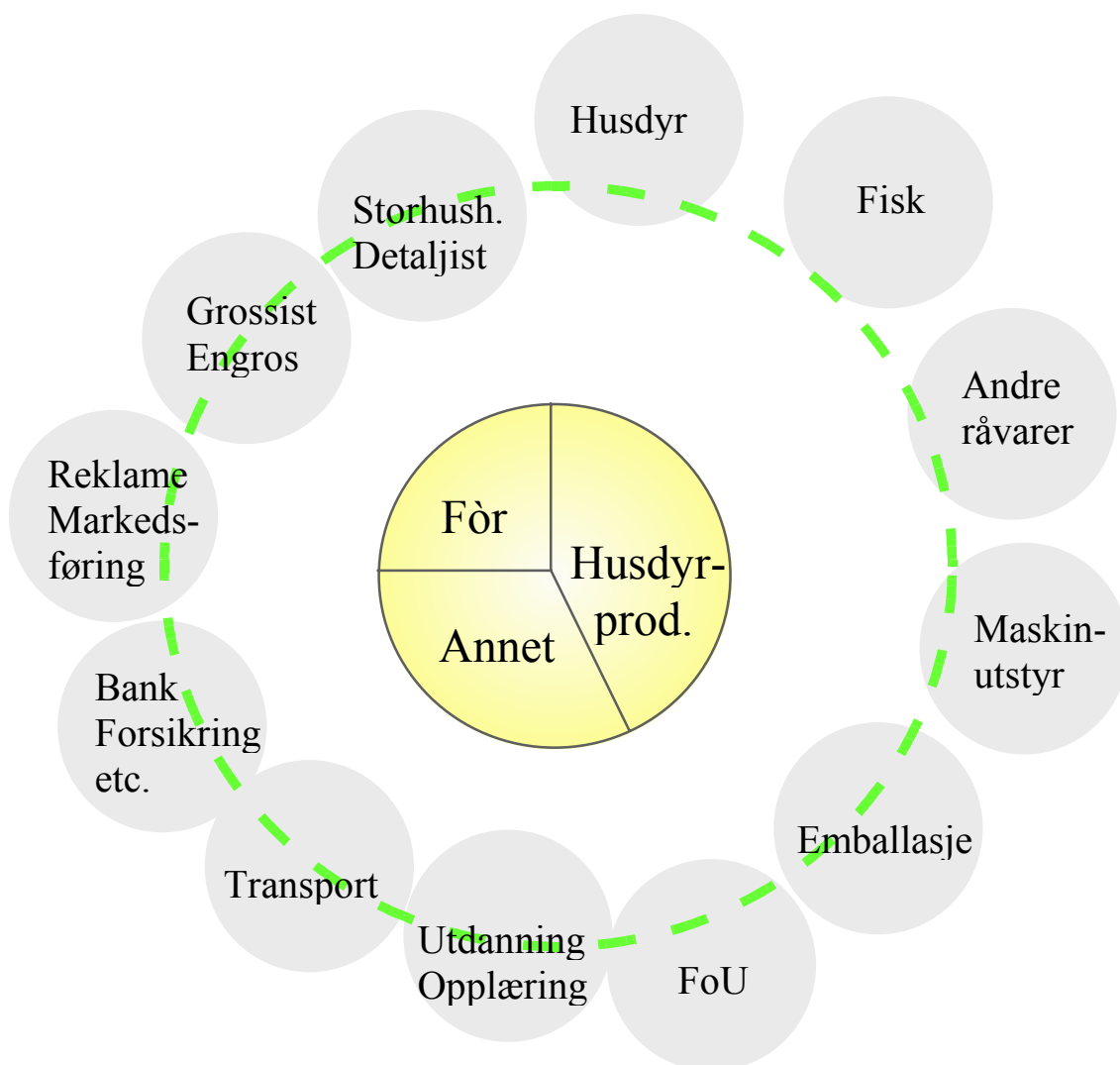
For FoU-bedriftene er både de nasjonale og internasjonale nettverkskoblinger vesentlige, selv om det også her er en regional kjerne.

8.2 Ett eller flere miljø?

Flere forhold peker som nevnt i retning av å betrakte Stavangerområdet som matindustrielt. Det er stor bredde av aktiviteter og sentrale deler av virksomheten fungerer i sammenheng. Mange aktører deltar i samme organisasjoner og på de samme møteplassene.

Fig. 8.1 gir et bilde av det matindustrielle miljø i Stavangerområdet. Med utgangspunkt i næringsmiddelindustrien, har vi illustrert hvilke tilhørende aktivitetsområder som finnes. Figuren antyder hvor stor andel av de 12 hovedaktivitetsområdene som skaffes fra Stavangerområdet (innenfor den prikkete grønne sirkelen) og hvor mye som skaffes utenfra regionen. Figuren indikerer dermed hva det totale matindustrielle miljøet i Stavangerområdet består av.

Fig. 8.1 Innsatsfaktorer og tjenester i Stavangerområdet knyttet til næringsmiddelindustrien

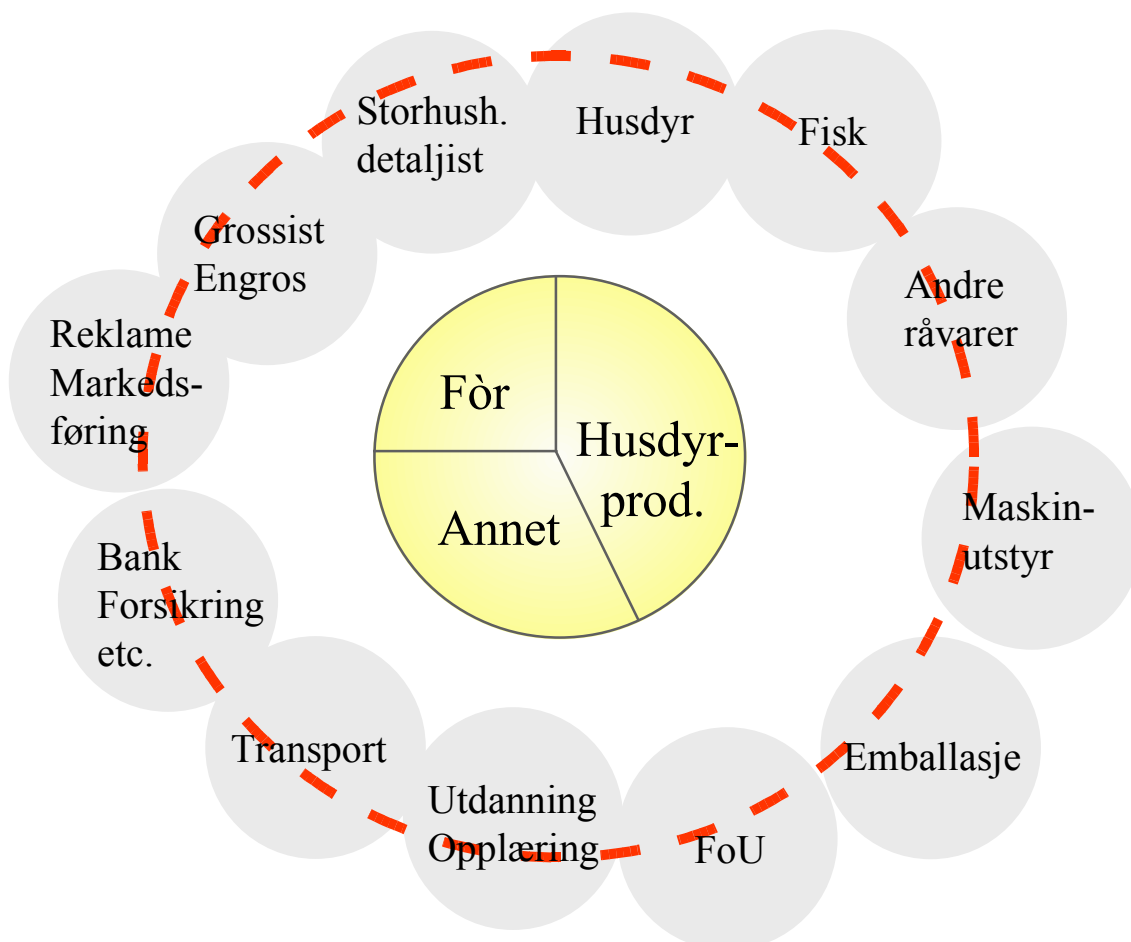


Hovedmønsteret er at når det gjelder råvarer så kommer lite og ingenting fra nærområdet. Maskin- og annet teknisk utstyr til næringsmiddelindustrien produseres i liten grad lokalt. Andelen er noe høyere når det gjelder emballasje. FoU er klart tilstede, men mye slik kunnskap og kompetanse må skaffes fra eller gjennomføres av institusjoner andre steder. Opplæring foregår i stor grad lokalt, mens utdanning, iallfall på høyere nivå, i stor grad skjer utenfor Stavangerområdet. Regionen er godt forspent med transporttjenester, spesielt på landtransport. Stavanger er godt rustet når det gjelder bank og forsikring. Det er likevel klart at viktige deler av næringsmiddelindustrien ikke er kunder hos de lokale bedriftene. Det samme gjelder reklame og markedsføring. Dette har selvsagt sammenheng med at sentrale industribedrifter i Stavangerområdet er med i store konsern som sørger for at slike tjenester skjer fra sentralt hold.

Når det gjelder engros og grossist, samt storhusholdning og detaljist er disse meget godt representert, selv om disse får sine produkter fra andre steder, Markedet i Stavangerområdet er betydelig.

Dersom vi ser næringsmiddelindustrien i lys av fylkets bidrag med varer og tjenester, kommer det fram noen vesentlige forskjeller.

Fig. 8.2 Rogalands bidrag til næringsmiddelindustrien i Stavangerområdet



Den viktigste er at råvaresiden dermed integreres og knyttes opp til matvareindustrien. Mesteparten av råvarene til industribransjene kjøtt og kjøttvarer, egg og fjørfe, og meierivarer kommer fra Rogaland. Fisk kommer også for en stor del fra resten av fylket, men en betydelig del kjøpes også fra andre steder. Dette mønsteret viser at det er på mange måter kunstig å skille Stavangerområdet fra resten av fylket. Det er et avhengighetsforhold basert på en arbeidsdeling i et senter-omland-system.

Når det gjelder de andre relaterte virksomhetene, øker andelen noe ved å legge et fylkesperspektiv til grunn. Økningen er likevel begrenset på de fleste områder. For noen områder som emballasje og maskiner er økningen ubetydelig.

Fig. 8.2 kan også brukes for å illustrere at Rogaland er et matfylke med mange typer matrelaterte næringsaktiviteter. Figuren fanger likevel ikke opp alle de industrielle aktivitetene på industriområdet. Den omfattende maskin- og utstysindustrien knyttet til landbruksproduksjonen og fiskeindustrien kommer f.eks. ikke fram i denne figuren. Det har sammenheng med at vi betrakter miljøet ut fra næringsmiddelindustrien i Stavangerområdet, ikke hele matverdikjeden i Rogaland..

Selv om vi kan betrakte den matindustrielle virksomheten som et miljø som også har elementer som peker i retning av et klyngepreget nettverksmiljø eller kluster, er det

forhold som taler for at det finnes 2 - 3 sterke delmiljøer med basis i næringsmiddelindustrien Stavangerområdet. Disse er:

- Husdyrbasert foredlingsindustri
- Fôrproduksjon til oppdrettsnæringen
- Fiskeri/hermetikk-klusteret

Det førstnevnte miljøet er karakterisert som et system med en blanding av horisontale og vertikale koblinger. Disse koblingene går ut av Stavangerområdet både m.h.t. råstofftilførsel, marked og leverandører. Omfanget og betydningen av kontaktene innad i Stavangerområdet er relativt begrenset. Denne industrien er mer en samling av mange bedrifter som driver med foredling av husdyrprodukter enn et sammenkoblet næringsmiljø.

Fôrproduksjon til oppdrettsnæringen er et spesialisert system. Konkurransarenaen preges av få aktører og en høy inngangsterskel. De vertikale koblingene er sterke og er vide i geografisk forstand. Det som preger virksomheten er stor aktivitet på FoU-siden. De to ledende produksjonsbedriftene har sine egne FoU-selskaper. Samtidig finnes det flere FoU-bedrifter som bl.a. driver med utvikling av fôr. Koblingene mellom disse er svake, men potensialet for å styrke næringen og regionen ved å utnytte kompetansen som finnes, synes å være tilstede. Utviklingen vil i så fall gå i retning av et klyngepreget kluster.

Fiskeri/hermetikk-klusteret er på den ene siden det minste miljøet målt i omsetning og sysselsetting. På den andre siden er dette delmiljøet mest integrert gjennom lokale koblinger, spesielt i forholdet mellom foredlingsvirksomhet, leverandørindustri og utdanning/kompetanse. Klarest ser vi dette omkring de virksomheter som har sine røtter i hermetikkindustrien. Systemet av foretak preker i retning av et klyngepreget miljø

Når vi ser all virksomhet knyttet til fiskerisiden i sammenheng, inkludert de relaterte næringene, er det flere trekk som gjør at vi kan bruke betegnelsen industrielt miljø. I et verdikjedeperspektiv og i forståelsen av industrielle miljøer knyttet til foredlingsleddet er det, utenom den tunge råstoff/vareinnsatsen og maskin/utstyr, andre typer av innsatsfaktorer som det må fokuseres på. Ser vi bort fra ordinære driftsmidler som finnes overalt og arbeidskraft, er det de andre varer det ofte blir lagt vekt på. Kunnskapstjenester hører også med i helhetsbildet.

Fiskeforedling står som nevnt svakt i Stavangerområdet. For de bedriftene som finnes i dag er det to forhold som synes å forklare lokaliseringen. For det første den historiske dimensjonen som bygger på restene av hermetikkindustrien og den kompetanse som er knyttet til slik virksomhet. Det er fortsatt en basis og et fortrinn i et kluster som tidligere eksisterte rundt hermetikkindustrien. Den andre lokaliseringsfaktoren er derfor knyttet til markedsrelaterte forhold. Mange leverandørbedrifter finnes lokalt og flere av disse har sin bakgrunn i det gamle klusteret rundt hermetikknæringen. Den eneste gjenlevende hermetikkfabrikken, Holmens Preserving Co AS, er et godt eksempel som illustrerer disse forholdene. De benytter seg i stor grad av lokale bedrifter som TRIO når det gjelder maskiner, Skanem Stavanger AS for emballasje, Nova-Print AS for etiketter, NORCONSERV og Gastronomisk institutt på produksjonslinjer og smaksforhold osv.

Ut fra en logistikkbetragtning ser de eksterne fordeler i å utnytte det breie mekaniske og industrielle miljøet som finnes i regionen. Nærhet til råstoff og marked betyr mindre. Det lokale kundeunderlaget i Stavangerområdet ikke ser ut til å spille noen avgjørende rolle for dagens fiskeforedlingsbedrifter.

Koblingene mellom disse tre delmiljøene er svake. Noen få bedrifter har relasjoner til to av miljøene på forretningsmessig basis. Koblingene skjer først og fremst gjennom medlemskap i NHO, FMD og andre organisasjoner. De kontaktene som foregår lokalt er viktige og viser at den lokale/regionale forankringen tross alt betyr mye.

Konklusjonen må være at det finnes et matindustrielt miljø i Stavangerområdet, men at i mange sammenhenger er det mest relevant å se virksomheten som en del matfylket Rogaland. Mange bedrifter ser seg selv som deltakere i et matindustrielt miljø. Samtidig er miljøet til dels fragmentet og oppsplittet. Det består av ulike bransjer eller virksomhetsområder som på det forretnings- og kompetansemessige området har lite med hverandre å gjøre. Muligheten for å få til større integrasjon og flere synergieffekter er klart til stede. De finnes aktører som har det som sin oppgave å koble og styrke miljøet.

9 EKSTERNE RAMMEBETINGELSER FOR HANDLING

9.1 Nasjonale og internasjonale forhold

Generelt sett er det mange forhold som påvirker og fungerer som rammebetingelser for utviklingen på det matindustrielle området. På den ene siden er det som skjer i markedet, både nasjonalt og internasjonalt. På den andre siden er det de politiske forhold som har å gjøre med jordbruks- og annen næringspolitikk, samt internasjonale avtaler.

Når det gjelder markedsforhold internt i Norge, er det som skjer m.h.t. sammenslåinger og eierkonsentrasjon noe av det som har preget matvaresektoren de siste ti årene. Det klareste eksemplet er innenfor detaljhandelen. Sammenslåinger har ført til at de fire store kjedene i dag står for nesten 99 % av omsetningen. Disse aktørene er også på veg inn i næringsmiddelindustrien. Det skjer ved å skaffe seg eierinteresser i deler av virksomheten og ved at de etablerer egne bedrifter og merkevarer. Dersom denne økte integrasjonen fortsetter, vil den kunne påvirke lokaliseringen av bl.a. næringsmiddelindustrien. Hvordan det vil slå ut, er vanskelig å si med sikkerhet. Det er iallfall en viss fare for at det vil forsterke sentraliseringstendensene. For Stavangerområdet trenger det ikke nødvendigvis å bety nedbygging. Siden miljøet er sterkt og det er mange lokaliseringstiltak ved regionen, kan det muligens styrke aktivitetsgrunnlaget.

Om utviklingen framover vil føre til en oppløsning av de sterke samvirkebedriftene innenfor næringsmiddelindustrien, er ikke sikkert til tross for at bøndenes egen samvirkebedrift innenfor grøntsektoren, Gartnerhallen, i 1998 gikk inn i Bama. På grøntsektoren har private aktører alltid stått sterkt. Når det derimot gjelder kjøtt og kjøttvarer, inkludert fjørfe, og melkesektoren er samvirkebedriftene dominerende. På disse områdene er det ingen klare tegn på slike endringer. Når nå Norges Gruppen har inngått en langsiktig avtale om kjøttleveranser fra Norsk kjøttvirke/Gilde Norge, viser det at samvirkebedrifter kan være konkurransedyktige aktører³. At Fatland-Guppen blir den andre hovedleverandøren, endrer ikke dette bildet. Siden både Gilde Agro og Fatland står sterkt i Rogaland og Stavangerområdet, vil en slik avtale kunne styrke virksomheten i regionen.

Når det gjelder internasjonale forhold, er det stor forskjell på land- og sjøsiden. Mens norske landbruksprodukter, enten de er ferdiglaget eller ei, i all hovedsak har gått til det innenlandske markedet, er det motsatte tilfelle på fiskerisiden. Nesten 90 % av all norsk eksport innenfor mat-, drikke- og tobakksvarer er fisk og fiskeprodukter. Rogaland står bare for ca. 6,5 % av denne eksporten. Utenom fisk, det vil i hovedsak si

3 Kilde: Dagens Næringsliv 19. feb. 1999

landbruksvarer, står Rogaland for over 20 % av eksporten. Det vil si at fylket står relativt svakt på fiskerisida med kun omkring 4,5 % av eksportverdien.

Handelsavtaler og tollbarrierer er forskjellig for fiskeri- og landbrukssida. For fisk, og ikke minst bearbeide fiskeprodukter, betyr tollsatser ved salg til EU mye. I dag virker tollens slik at de bearbeide fiskeproduktene påføres en toll. I gjennomsnitt er den på opptil 7,5 %, men for noen produkter er den oppe i hele 20 %. Dersom tollene forsvinner, enten ved at Norge blir medlem i EU eller gjennom handelsavtaler, vil det være en klar stimulans til økt bearbeiding i Norge.

På landbrukssiden har Norge gjennom medlemskap i WTO gått med på å redusere støtten til eksport av jordbruksprodukter, som bl.a. innbefatter den overproduksjonen som finnes. Videre har vi forpliktet oss til gradvis å bedre markedstilgangen for importerte varer. Disse gradvise endringene har ikke fått noen vesentlig betydning for norsk matvareindustri. Det interessante spørsmålet i denne sammenheng er hvilken betydning en eventuell åpen handel med matvarer vil få for norsk næringsmiddelindustri, og mer spesifikt Stavangerområdet og Rogaland. I dag er det vanskelig å gi et godt svar på spørsmålet. Det eneste som er sikkert er at det vil føre til en omstrukturering av næringen. Trolig vil noen bedrifter klare seg bedre enn andre fordi de får nye markeder og er internasjonalt konkurransedyktige. På den andre siden vil sikkert noen bedrifter bli kjøpt opp eller bli utkonkurrert av utenlandske matvareprodusenter. I nasjonal sammenheng vil trolig Jæren være et av de områdene som er best rustet i en slik situasjon. Avstanden til Sentral-Europa er relativt kort. Med flere dyktige transportører i regionen med erfaring og et godt logistikkopplegg, vil dette være et fortrinn gitt en utvikling imot en åpen handel.

9.2 Mattrender og forbrukeradferd

Nye mattrender påvirker atferden til forbrukerne, på samme måten som folks tidsbruk og holdninger til livsstil og syn på mat påvirker etterspørselen etter type mat. Dette er noe matvareindustrien må forholde seg til, samtidig som denne også utvikler produkter som får betydning for hva forbrukerne kjøper.

Det vi generelt kan si om dagenes mattrender er at de er ulike og virker i forskjellig retning. Vi kan si at utviklingen som karakteriseres gjennom en *globalisering og regionalisering* også gjør seg gjeldene når det gjelder mattrender. De trender som i grove trekk bygger opp under de globale tendenser er:

- Fast-food
- Flere måltider utenfor hjemmet
- Ferdigvarer og forenklet matlaging
- Eksotisk mat

Alle disse trendene gjør seg mer eller mindre gjeldene i dag. Fast-food er de enkle måltidene som kan kjøpes overalt fra kiosker til bensinstasjoner og spises i løpet av kort tid. Poenget er å få seg et raskt varmt måltid. Det er ikke snakk om å nyte maten.

Trenden med at flere måltider spises utenfor hjemmet er kommet så langt i USA at der regner man med at 50 % av måltidene inntas på den måten, enten det er på kafeer, restauranter, kantiner eller andre spisesteder. Selv om vi ligger langt etter i Norge, gjør tendensen seg gjeldene.

I de fleste familier hvor de voksne er i arbeid, er tiden en knapphetsfaktor. Det fører til at halvferdige eller gryteferdige matvarer vinner større innpass, iallfall i ukedagene.

Eksotisk mat har mer med nye smaker og opplevelser å gjøre. Økt reisevirksomhet og lettere tilgang på matvarer fra andre land har lagt grunnlaget for et marked som er i vekst.

Hvor sterkt disse trendene vil gjøre seg gjeldene framover bestemmes av mange forhold. Pris, kvalitet og tilgjengelighet er noen viktige faktorer. For matvareindustrien er det viktig å lage gode produkter som slår an i disse markedene, f.eks. spennende gryteferdige retter til en akseptabel pris.

De trendene som i hovedsak peker i retning av regionalisering, er:

- Ferskvare
- Tradisjonsmat
- Matvaresikkerhet
- Økologisk mat
- Helsestøttende mat

Disse trendene synes stort sett å bidra å styrke det lokale og regionale matmiljøet. De har med kvalitet, identitet og opplevelse å gjøre. Mat inngår som et viktig element i sosiale sammenhenger både ute og i hjemmet.

Dagligvarehandelen har i de senere år oppdaget at forbrukerne i økende grad etterspør ferske matvarer. Ferskvaredisker er derfor blitt mer og mer vanlig i flere av butikk-konseptene. Forbrukerne betrakter ferskvarene som de kvalitetsmessig beste produktene. Siden ferske varer har begrenset holdbarhet, bidrar det til å styrke produksjonen i nærområdet.

Tradisjonsmat har med forståelsen av betydningen av mat som kultur å gjøre, som en del av den lokale identiteten. Særtrekk og variasjoner gjør at det holder på å utvikle seg nisjeproduksjon, serveringssteder og menyer basert på lokale spesialiteter.

Matsikkerhet, økologisk og helsestøttende mat har med folks tillit til og syn på matvareproduksjon å gjøre. Nærhet og kjennskap er to sentrale faktorer i denne sammenheng, og virker i retning av virksomhetene i et miljø som man kjenner til. For økologiske produkter hvor holdbarhetstiden vanligvis er kort, vil nærhet til markedet bety mye.

Disse tre siste trendene har foreløpig ikke fått det store omfanget i Norge. I mange andre land har f. eks. økologisk mat funnet større innpass i markedet. Sett i sammenheng med de andre matvaretrendene bidrar de til å styrke de regionale matvaremiljøene mange steder.

Stavangerområdet har mange forutsetninger for å kunne utnytte det vi har kalt de globale og de regionale trendene på matområdet framover. I fylket er det et stort og allsidig landbruksmiljø, et stort og kjøpekraftig publikum med et betydelig internasjonalt innslag, et område med lange og særegne mattradisjoner og et levende kompetansemiljø med gastronomikunnskap i verdensklasse.

10 STRATEGI FOR HANDLING

10.1 Visjon og utviklingsstrategi

Et sentralt utgangspunktet må være at Stavangerområdet i størst mulig grad utvikler seg imot et samlet miljø med omfattende nettverkskoblinger både internt og eksternt. Selv om regionen i nasjonal sammenheng framstår som relativt sammensveiset, med flere tverrsektorielle mataktører og møteplasser for aktører i næringen, er miljøet til dels fragmentert. Denne fragmenteringen arter seg på to måter. For det første ved at aktører i ulike bransjer innenfor matsektoren opplever lite fellesskap og har liten kontakt med andre deler av miljøet. For det andre er det få lokale og regionale bedrifter som leverer maskiner og utstyr til industrien. Nettverkskoblingene går i stor grad ut av regionen. Integrasjonen er for svak. I en strategi for å styrke miljøet, må dette tas i betraktning.

En handlingsrettet strategi for de matindustrielle miljøer i Stavangerområdet bør bygge på en visjon som tar utgangspunkt i de sterke sidene ved miljøet og retter blikket framover mot de muligheter som finnes. Strategien må også si noe om hvordan en skal få til en dynamisk utvikling.

Stavangerområdet har et godt utgangspunkt for å styrke sin posisjon som et ledende senter på matområder. Med en lokalisering i nærheten av et geografisk område med omfattende matvareproduksjon, et stort kundeunderlag og et betydelig kompetansemiljø, er dette et fortrinn som kan utnyttes. At det er finnes mange sentrale produksjons- og distribusjonsbedrifter i regionen, betyr mye når vegen framover skal stakes opp.

Når det på mange måter er en arbeidsdeling mellom de virksomheter som foregår i Stavangerområdet og de som foregår i resten av fylket, bør det kunne formuleres en strategi som understreker dette. Følgende strategi skulle ivareta dette forholdet:

Styrke Stavangerområdet som et nasjonalt tyngdepunkt og nyskapingmiljø på matområdet sammen med resten av Rogaland

Visjon bør bidra til å styrke Stavangerområdet og Rogaland som det ledende Matfylket i Norge. Miljøet må framstå som mer helhetlig og dynamisk. I målsettingen ligger en formulering om at Stavangerområdet skal utvikle seg sammen med, og ikke på bekostning av, resten av fylket.

10.2 Potensielle utviklingsområder

Med utgangspunkt i den nevnte strategien, er det minst fem aktuelle utviklingsområder. Disse bygger både på de feltene hvor Stavangerområdet står sterkt i dag og samtidig forsøker å framheve noen potensielle utviklingsområder:

1. Husdyrorientert næringsmiddelindustri

2. *Fórproduksjon til oppdrettsnæringen*
3. *FoU-virksomhet, utdanning og kompetanseinstitusjoner*
4. *Kompetansemiljø for gastronomi og industriell catering*
5. *Distribusjonssenter, handelssenter og opplevelsessenter*

De to førstnevnte områdene bør fortsatt være tyngdepunkter for den industrielle satsingen framover. Den landbruksbaserte næringsmiddelindustrien vil ut fra omfang, mangfold, ressurstilknytning, lokalisering og miljø fortsatt kunne være et ledende område. Selv innenfor et nasjonalt system med store aktører som har hovedkontor andre steder, vil det være plass til produksjonsanlegg i regionen. En spesialisering og regional arbeidsdeling, kan selvsagt ha visse ulemper, men den største faren ligger kanskje i at produksjonsbedriftene først og fremst blir knyttet til større produksjonssystemer og mindre til det regionale miljø de er lokalisert i. I så fall blir koblingene til det lokale industrielle miljøet svakere, og dette fører til en fragmentering av det samlede matmiljøet. Dette bør det i så fall være en oppgave å hindre. Det forholdet at det er en betydelig næringsmiddelindustri i resten av fylket, betinger at utviklingen i Stavangerområdet ikke skjer gjennom bevisste innskrenkninger i resten av fylket.

Fórindustrien har sitt hovedsete i Stavangerområdet og Rogaland. På dette området er det mye som ligger til rette for å styrke næringen og framstå som det ledende nasjonale og internasjonale miljøet. Spesielt viktig er det at FoU-siden står sterkt både hos de ledende fórprodusentene og i kunnskapsmiljøet ellers. På dette området kan kommune, fylke og aktørene i næringen gå sammen om en offensiv satsning. Dette kan trolig også på sikt bidra til å styrke oppdrettsnæringen i fylket og landet forøvrig.

Stavangerområdet har som nevnt en del sentrale FoU- og utdanningsinstitusjoner knyttet til matvarevirksomheten. Kompetansemiljøet bør likevel styrkes på en del områder, dersom visjonen og målet om Rogaland som det ledende matfylket i Norge skal holdes i hevd. Dette er i overensstemmelse med de generelle konklusjoner og utfordringer for næringspolitikken som går fram av studiene av næringsklustre for norske storbyregioner, inkludert Stavanger-regionen med Rogaland (Kvadsheim og Farsund 1995).

Noen har etterlyst et sterke miljø for produktutvikling, mens mangel på høyere landbruksutdanning har vært nevnt av andre. På disse eller beslektede områder ligger utfordringer man bør ta fatt i. Det tilføres lite nasjonale FoU-ressurser til regionen.

Samtidig er det klart at ingen miljøer vil kunne bli selvforsynt med kunnskaps- og kompetanseinstitusjoner, f. eks. på det matindustrielle områder. Det er like viktig at det finnes institusjoner som henter inn ny kunnskap som formidles videre til næringslivet. Denne formen for kompetanse er nødvendig og blir stadig viktigere.

Det fjerde området - kompetansemiljø for gastronomi og industriell catering - sikter til de industrielle mulighetene som ligger i å koble fagkunnskapen på smak og nye produkter beregnet på det voksende storhusholdningsmarkedet, inkludert serveringssteder, flymarkedet o l. På produksiden kommer de nye ferdige og halvferdige matvarene inn i bildet. Dette feltet har klare koblinger til den etablerte

næringsmiddelindustrien, men gir også muligheter for nye aktører som det finnes eksempler på.

Stavangerområdet er et handels-, distribusjons- og opplevelsessenter. Når utviklingen framover går i retning av mer internasjonal handel, vil styrken ved å være et nasjonalt knutepunkt være viktig. På dette området ligger flere forutsetninger vel til rette. Samtidig er Stavanger en nasjonal og internasjonal møteplass hvor det er mulig å se mat som en integrert del av kulturtilbudet. På dette området er flere tiltak i gang. Matfestivalen Gladmat i regi FMD er et eksempel på det som skjer på dette feltet.

Samtidig bør det være et mål å styrke de områder hvor næringslivet står relativt svakt. Det gjelder bl.a. utstysproduksjonen. Koblingene mellom finans, reklame og markedsføring imot matindustrien bør også kunne styrkes.

10.3 Roller og tiltaksområder for kommunalt og regionalt næringsarbeid

10.3.1 Roller i næringsarbeidet

Når vi skal peke ut mer konkrete tiltaksområder, må vi se dette i forhold til de styrings- og påvirkningsmuligheter de offentlige lokale aktører har. Det vil si hvilke rolle de har eller kan ta på seg i næringsutviklingssammenheng.

De viktigste rollene er:

- Tilrettelegger
- Døråpner
- Katalysator og nettverksbygger
- Pådriver

De offentlige myndighetene, enten det er kommune, fylke eller stat, kan først og fremst påvirke rammebetingelsene for næringsaktørene. For kommunen er tradisjonelt rollen som *tilrettelegger*, spesielt når det gjelder fysisk infrastruktur, en sentral oppgave. En god tilretteleggingspolitikk kan føre til at eksisterende bedrifter kan videreutvikle seg, nye bedrifter vil lokalisere seg og hindre at virksomheter flytter ut.

Rollen som *døråpner* går mer ut på bruke politikere, med ordføreren som frontfigur, til å komme i kontakt med og få innpass i nye marker. I mange land er det en klar fordel med politiske framstøt i forkant av eller som ledd i markedsstrategier på næringslivsiden. Rollen som døråpner er ikke bare viktig i forhold nye muligheter i utlandet, men også i arbeidet med å skaffe norske og utenlandske interessenter som slår seg ned eller inngår avtaler med lokale næringslivspartnere.

Rollen som *katalysator* og *nettverksbygger* er en offensive rolle i næringspolitikken som framheves i Strategisk næringsplan for Stavanger. Denne går ut på at kommunen er aktiv i arbeidet med å koble aktører for at det skal skje nyskaping i møtet mellom ulike

næringsaktører. Skaping av nettverk, møteplasser og initiering av prosesser som skaper grunnlag for utvikling har med denne rolleutforminga å gjøre.

I rollen som *pådriver* forsøker kommunen å lede an i arbeidet med å få saker på dagsorden eller påvirke beslutningsprosesser, gjerne for å sikre lokalisering av en virksomhet eller hindre en nedlegging eller utflytting. Å skaffe støtte og midler til nye prosjekter kan også være en viktig pådriveroppgave.

10.3.2 Mulige tiltaksområder og rolleutforming

En alternativ måte å se det næringsrettede arbeidet på, er å peke ut noen tiltaksområder. Disse står ikke i motsetning til de nevnte fem potensielle utviklingsområdene (kap. 10.2), men er et supplement til disse.

Når det gjelder mulige tiltaksområder, vil vi trekke fram noen eksempler hvor også de ulike rollene kan utøves. Vi tenker oss Stavangerområdet som en enhet og ikke som fire kommuner.

- Industri- og næringsarealer
- Kunnskapsarenaer i regionen
- Etablering av nye utdanningstilbud og forskningsaktiviteter
- Nasjonal profilering og internasjonal synliggjøring

Når det gjelder det første punktet, er det den tradisjonelle kommunale tilretteleggerrollen. Selv om Forus-området er et viktig industri- og næringsområde hvor det fortsatt er utbyggingsmuligheter, er det trolig også behov for andre fysiske lokaliteter. Mekjarvik synes interessant sett bl.a. fra en matindustriell synsvinkel. For det første har stedet gode havneforhold, noe som fortsatt er en viktig lokaliseringfaktor for store deler av fiskerisida. For det andre vil en eventuell framtidig gassledning fra Kårstø til Jæren sannsynligvis komme i land i Mekjarvik. En nylig gjennomført utredning fra ECON (1999), viser at den i et energiperspektiv ikke er samfunnsøkonomisk lønnsom. Naturgass som industriell ressurs er uansett svært interessant. Ideen om å bygge et nytt anlegg for produksjon av bioprotein basert på gass i Rogaland, har vært nevnt. De produktene som en får ut av produksjonen, kan bl.a. brukes til fôr og næringsmidler. Dersom en får dette til, vil næringsmiddelindustrien i fylket bli styrket. Dette er noe politikerne bør ha i mente i næringspolitikken framover.

Det er flere grunner til at det er viktig å skape kunnskapsarenaer. For det første er det en fordel å samle ulike aktører som er eller kan inngå i et nettverk eller produksjonssystem. For det andre oppstår det ofte innovasjoner når ulike aktører møtes. For det tredje er kunnskap en viktig drivkraft i næringsutviklingen framover. Derfor bør rene kunnskapsbedrifter og produksjonsbedrifter inngå i samme miljø.

Etableringen av Rogaland Kunnskapspark (RK) på Ullandhaug er et eksempel på en slik møteplass for næringsorienterte aktører, også på matområdet. I dag er FoU-aktører som Biosentrum, RF-Rogalandsforskning, Rogaland Næringsstjeneste og FMD på plass. Som vi har nevnt tidligere, består miljøet av virkemiddelaktører som SND og mange tjenesteytende bedrifter, ikke minst på IT-området. Planene går videre ut på at GI og

NORCONSEV skal flytte inn i neste byggetrinn. Når dette skjer vil RK, sammen med HiS, framstå som et kunnskapscenter knyttet til matvaresektoren, ikke bare regionalt, men også i nasjonal sammenheng.

Kommunen og andre offentlige organers rolle som tilrettelegger og pådriver i slike prosesser er viktig. Om de samme aktørene også kan være katalysatorer i nye koblingsprosesser framover på det matindustrielle området, kan ikke utelukkes.

Som det ble påpekt i analysen foregår det mye utdanning og opplæring på grunn- og mellomnivå i regionen. Når det derimot gjelder høyere utdanning, er det få tilbud som er rettet mot det matindustrielle miljø, spesielt på matvareproduksjon. Dersom miljøet skal styrkes både på den utdanningsmessige og forskningspregde siden, bør kommunen sammen med andre aktører ta på seg rollen som pådriver og katalysator i forhold til sentrale myndigheter. Dette står ikke i motsetning til det FoU-arbeidet som foregår i deler av næringslivet, ikke minst på fórområdet, snarere tvert i mot. Kommunen rolle kan være å ta initiativ til og samle aktuelle aktører fra offentlig og privat virksomhet for å legge en målrettet strategi på dette feltet.

Utnyttelse av forskningsresultater til næringsformål er ikke bare en oppgave for aktørene i næringslivet. Det kan foregå som et samspill med offentlige organ, hvor f.eks. kommune eller fylke kan fungere som en pådriver og katalysator i implementeringsfasen. Et aktuelt eksempel er satsingen på skjellnæringen. Innenfor forsknings- og utviklingsprosjektet REGINN (Regionale innovasjonssystem) planlegges det forsøk som skal belyse muligheten for å bruke spillvarme for å skape bedre betingelser for alge- og yngelproduksjon av kamskjell. Dersom dette arbeidet lykkes gir det store muligheter for styrke skjellnæringen, ikke minst i Rogaland. Skjellnæringen har et stort markedspotensiale. I dette utviklingsarbeidet står tre FoU-miljøer sentralt (RF-Rogalandforskning, NORCONSERV og Polytec), sammen med aktører i næringen og offentlige myndigheter på kommune- og fylkesnivå.

Roller som døråpner går igjen i flere sammenhenger, ikke minst i det utadrettede arbeidet knyttet til nasjonal og internasjonal synliggjøring og markedskontakt. For å sette saker på dagsorden og knytte kontakter som åpner dører for næringslivet, har politikerne en viktig oppgave. Det er ofte et samspill mellom offentlige og private aktører på slike områder. Når f.eks. både Stavanger kommune og Rogaland fylkeskommune har fått til en samarbeidsavtale med Nord-Pas de Calais i Frankrike, er det en slik form for samarbeid hvor mat er et av de tiltenkte samarbeidsområdene. Lykkes en med slike framstøt, vil dette bidra til å gi innhold og retning på flere av de nevnte utviklingsområdene.

10.4 Analysen som et innspill i prosessen

Hensikten med dette arbeidet har ikke vært å forsøke å trekke fram alle relevante momenter som berører det matindustrielle miljøet i Stavangerområdet. Det er sikkert forhold som angår dagens situasjon som kunne vært framhevet bedre. Alle aktørene er ikke nevnt og flere sammenhenger kunne vært belyst. Dette gjelder i høyeste grad også perspektivene framover. Flere utviklingsmuligheter kunne vært systematisert og drøftet. Hensikten har derimot vært å få fram en del sentrale forhold som kan bidra til å

synliggjøre det matindustrielle miljøet i regionen og være et utgangspunkt for en debatt om tiltak som kan styrke miljøet. Svarene ligger nødvendigvis i de forslagene som er nevnt.

Stavanger kommune har et spesielt ansvar i det som skal skje framover. Kommunen bør, eventuelt sammen de andre kommunene i regionen og fylkeskommunen, kunne ta initiativ til å plukke ut noen oppgaver som skal prioriteres. Trolig blir rollen som nettverksbygger og katalysator sentral. Ulike aktører bør kunne kobles ut fra ønske om å få til større synergieffekter og andre tiltak som bidrar til å styrke miljøet. Dersom det er nødvendig, bør kommunen være en pådriver for få igang nye tiltak.

Videre synes det klart at kommunen vil få en sentral oppgave som døråpner som forholder seg aktivt til de nye rammebetingelsene og mulighetene som vil dukke opp, ikke minst på politikk- og markedssiden.

Skal Stavangerområdet fortsatt beholde og styrke sin plass på matsektoren, må det skje i samarbeid med resten av fylket. Svært mye ligger til rette for en arbeidsdeling mellom de byorienterte virksomhetene og de næringsaktivitetene som kan og bør skje i omlandet og utkantdistriktene. Matområdet er et felt hvor den gjensidige avhengigheten er stor. Når vi samtidig vet at behovet for kvalitetsmat vil øke framover, bør Rogaland sørge for at en er i fremste rekke. Matfylket Rogaland bør ikke bare være et symbol, men en realitet som gis stadig nytt innhold. Det krever oppdatering, nyskaping og kompetanseutvikling over hele matkjøla.

Referanser

- Andersson, Å. og U.(1988): *Strømquist: K-Samhallets Framtid*. Prisma.
- Birkeland, A. og E. Marcussen(1993): “Økt økonomisk verdiskaping i Rogaland - Matsektoren”. Rapport RF-162/93.
- Christaller, W. (1966): *Central places in Southern Germany*. Engelwood Cliffs.
- ECON (1999): “Naturgass på Nord-Jæren”. ECON-rapport 1/99.
- Hoover, E.(1948): *The location of Economic Activity*. New York.
- Isaksen, A.(red) (1993): *Spesialiserte produksjonsområder i Norden*. Nordisk Samfunnsgeografisk Tidsskrift. Uppsala.
- Kvadsheim, H. og A. Farsund (1995): “Porter-inspirerte næringslivsstudier i storbyregionene - Motefenomen eller effektivt handlingsinstrument?” Rapport RF-188/95.
- Lie, T. (1990): “ Mat, arbeid, bosetting og kultur” Rapport RF-160/90.
- Melberg, K.(1997): “Fra bedehus til plattform” i Rommetvedt, H. (Red) : *Oljehovedstadens politiske kulturlandskap*. NFR. KULTs skriftserie nr. 94.
- Onsager, K.(1997): “Næringer, nettverk og regional utvikling” NIBR notat 97/102
- Porter, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*” Havard Business Review.
- Reiersen, J. E. og P. R. Hustvedt (1998): “ Landbrukets betydning for Rogaland” Vedlegg til SpareBank 1 SR-Banks Konjunkturbarometer våren 1998.
- Stavanger kommune (1998): Strategisk næringsplan for Stavanger 1998 - 2000.
- Sørvig, A.(1998): “Kartlegging av matindustrielle miljø i Rogaland i et verdikjede - og nettverksperspektiv. FMD.
- Vagle, T.S.(1998): “Detaljhandelen i Rogaland” Vedlegg til SpareBanken 1 SR-Banks Konjunkturbaromanter høsten 1998.