

Landbaserte ringvirkninger av oljevirkksomheten i Midt- Norge – hva er realistisk?

(og hvordan kan mer bli realistisk?)

Hans Henrik Ramm

Ramm Kommunikasjon
Norskehavskonferansen 2008
3. april 2008

Utgangspunkt:

- ⇒ **Fremtiden for petroleumsvirksomheten er i de nordlige regionene.**
- ⇒ **Det haster med å få tilgang til nye områder.**
- ⇒ **Det er en sammenheng mellom politiske beslutninger om dette og i hvilken grad de nordlige landsdeler opplever positive ringvirkninger.**
- ⇒ **Oljeindustrien er meget klar over dette.**
- ⇒ **Problemet er at det ikke er lett å finne mekanismene.**
- ⇒ **Det er urealistisk og ressursødende å velge suboptimale teknisk-økonomiske løsninger.**
- ⇒ **Systemene for fordeling av inntekter er fastlagt og vanskelig å forandre.**

Ulike strategier for regionen:

⇒ Arbeide for ilandføring av gass fra felt uten fastlagte transportløsninger.

⇒ Tankegang: Vi vil bruke “vår” gass.

⇒ Satsningsområde: Næringskjeden nedstrøms.

⇒ Virkninger på (forholdsvis) kort sikt.

⇒ Utnytte nærhets- og koordineringsfordeler for leveranser uansett hva slags infrastruktur som velges.

⇒ Tankegang: Vi har næringslivet, etterspørselen vil forskyve seg.

⇒ Satsningsområde: Næringskjeden oppstrøms.

⇒ Virkningene vil melde seg på noe lengre sikt.

⇒ Utvikle eget næringsliv til å bli mer konkurransedyktig over hele norsk sokkel og internasjonalt.

⇒ Tankegang: Det er kunnskapen som teller, vi har kreativiteten.

⇒ Satsningsområde: Næringskjeden oppstrøms.

⇒ Virkninger kanskje på enda noe lenger sikt.

Strategi 1: Ilandføring

⇒ Krever at selskapene velger prosess på land.

⇒ Deretter krig om ilandføringsstedet. Hvem vinner?

⇒ Sannsynlighet reduseres av at kjente ressurser er fordelt på 4+ innbyrdes fjerntliggende felt; nye ressurser mest sannsynlig på enda større avstand.

⇒ Stor usikkerhet knyttet til krafttilførsel.

⇒ Krav om politisk overstyring urealistisk.

⇒ Beslutningen kan likevel påvirkes hvis man kan påvise avvik mellom bedriftsøkonomi og samfunnsøkonomi og internalisere forskjellen.

⇒ Ringvirkninger som betyr økt verdiskapning og ikke bare flytting av arbeid og kapital (dvs. kunnskapsintensive bedrifter).

⇒ Må identifisere eller sannsynliggjøre mulighetene.

⇒ Staten må innføre nye virkemidler for å forskuttere verdien inn i selskapsøkonomien f eks ved redusert SDØE-deltakelse.

Strategi 1: Ilandføring forts.

⇒ En annen samfunnsmessig fordel kan ligge i løsninger for energiforsyningen eller klimapolitikken.

⇒ Spesielt knyttet til gasskraftverk og reduserte CO₂-utslipp offshore.

⇒ Under dagens klimaparadigme vil dette kreve fangst og lagring (CCS).

⇒ Hvis klimaparadigmet varer og skal løses på utslippssiden fremfor binding i skog og hav er CCS eneste realistiske løsning.

⇒ Krever i overskuelig fremtid statlig bidrag siden politikerne tror de selv i fremtiden vil sette større pris på karbonutslipp enn markedet tror.

⇒ Staten har for mange år fremover bundet enorme midler i Kårstø- og Mongstad-prosjektene som har små muligheter for å frembringe teknologi som kan brukes i tide av andre, og økte kostnader må ventes.

⇒ En bedre løsning ville vært å etablere en statlig innkjøps- eller støtteordning til forhåndsfastsatt pris for fanget/lagret CO₂ uansett lokalisering, eller tilsvarende nøytrale insentiver.

⇒ Beste strategi for å få inn gasskraft i ilandføringsløsningen er å få erstattet Kårstø og Mongstad med en smartere insentivordning.

⇒ Også eventuelle fordeler av denne type må internaliseres, men løsningen på kraftproblemet vil hjelpe.

Strategi 2: Nærhet og koordinering

⇒ **Krever høyt aktivitetsnivå i Norskehavet m v.**

⇒ **Norskehavet lite utforsket. Leteaktiviteten er for lav og det er for få aktører i frontområder. Mangfoldsstrategi må iverksettes, og rammebetingelser bedres for store internasjonale selskaper.**

⇒ **Nordland VI etc tilhører nærområdet og denne strategien vil styrkes ved rask åpning.**

⇒ **Industrielle leveranser er lite stedbundne og regionens offshorerettede verkstedsindustri antakelig allerede innrettet mot hele sokkelen.**

⇒ **Største nytte av denne strategien trolig for maritime tjenester, basedrift, catering m v.**

⇒ **Elementene i Strategi 3 gjelder også for Strategi 2.**

Strategi 3: Globalt siktemål

⇒ Markedets globale karakter kan snus til en fordel. Også Rogaland og Østlandet må bevise sin kompetanse hele tiden.

⇒ Klyngeeffekter er imidlertid geografisk betinget. Petroleumsindustrien er en norsk klynge men med regionale delklynger.

⇒ Strategi 3 (og 2) handler om innovasjon, en sterkere lokal delklynge, koblinger til øvrige deler av klyngen og internasjonalisering.

⇒ Regionen kan tjene på å utvikle en smartere innovasjonsstrategi enn Regjeringen. Innebærer bl a at man spesialisierer strategien inn mot petroleumsindustriens egenskaper.

Ny kunnskap om industriell innovasjon:

- ⇒ Høyteknologisk innovasjon bra, men representerer den minste delen selv om den får mest oppmerksomhet.
- ⇒ Uformell innovasjon i prosesser og organisasjon er viktigere. Patenter osv verdiløse som indikatorer.
- ⇒ Det aller viktigste er innovasjon langs næringskjeden, dvs. i kunnskapsbroer mellom bedrifter. Også uformell.
- ⇒ Dette er særlig utpreget i petroleumsindustrien.
- ⇒ FoU er viktig, men uformell innovasjon i og mellom bedrifter mye viktigere. Kan oppfattes som at det er denne som bestemmer hvor effektivt FoU utnyttes.
- ⇒ "Stiavhengighet": Det gir langt større nytte å videreutvikle eksisterende miljøer og kompetanser enn å etablere nye.
- ⇒ Tre-ledds sammenheng: Personellbehandling -> kunnskapsforvaltning -> innovasjon.
- ⇒ Tverrfaglighet og teknologisk diversifisering fremmer innovasjon.

Mulige virkemidler for Strategi 3 (og 2):

⇒ **Kartlegge kompetansen i regionens næringsliv grundig.**

⇒ **Manglende informasjon om en bedrifts kompetanse hos potensielle partnere er en alvorlig hindring for brobygging.**

⇒ **Myndighetene må kjenne terrenget for å legge gode planer og utnytte stivhengigheten.**

⇒ ***Den fjerde bunnlinjen:* Bedriftene må selv gjøre sin kunnskapskapital synlig ved å benytte eksterne konsulenter til å utføre måle/benchmarkingsstudier. Vanlig i utlandet, uvanlig i Norge.**

⇒ **Utfordring at det finnes svært mange ulike og lite sammenlignbare målemetoder, og krevende å tilpasse dem til norske forhold og forhold spesifikke for petroleumsindustrien. Regionale myndigheter bør i samarbeid med næringsorganisasjoner og fagbevegelse finne egnede samarbeidspartnere for å utvikle standardiserte systemer som kan tilbys bedriftene.**

⇒ **Alle kan gjøre dette, men den som gjør det oppnår en konkurransefordel.**

Mulige virkemidler forts.

- ⇒ Kartlegge de lokale klyngene med sikte på å forsterke innovasjonsfremmende klyngemekanismer.
 - ⇒ Klynger er noe annet enn næringssektorer. Koblingene går på tvers av alle NACE-grupper og inndelingen i nærings- og fagorganisasjoner.
 - ⇒ Når man kjenner kartet får man se om man trenger nye møteplasser og/eller institusjoner. Nettverksbygging er viktig, men må ikke styres av konvensjonell tenkning. Møter man f. eks. de riktige personene på alle konferansene, og har man nok sjanser til å snakke sammen?
 - ⇒ Alle vet at fysisk og elektronisk kommunikasjon har betydning, men det er neppe likegyldig hvordan man prioriterer.
 - ⇒ Det er særlig viktig å avdekke flaskehalsen i tilgangen på humankapital, men også på andre ressurser som areal, energi m v.
 - ⇒ Noen former for infrastruktur, logistikk etc kan løses i samarbeid mellom flere bedrifter (og myndighetene), men det er ikke alltid man ser behovene og mulighetene.
 - ⇒ Vær forberedt på at man kan avdekke helt uventede forhold.

Mulige virkemidler forts.

⇒ **Kartlegge og forsterke kunnskapsbroene til de andre delklyngene.**

⇒ **Målet må være å bygge nye synergier og trekke til seg flere kunnskapsbærere og -formidlere.**

⇒ **Klynger i andre landsdeler (eller innenfor landsdelene!) må ikke oppfattes som konkurrenter, men som potensielle partnere. Konkurransen skal gå mellom næringskjeder, samarbeid etableres langs kjedene.**

⇒ **Tilrettelegge for erfaringsoverføring mellom bedrifter (slik Intsok gjør for internasjonalisering).**

⇒ **Tilrettelegge for kortvarig personellrotasjon for bedrifter som "lukter på" hverandre (boliger, felles introduksjonsprogrammer?)**

⇒ **Undersøke om møteplassene rekrutterer nok fra andre miljøer.**

Mulige virkemidler forts.

⇒ Regionen har et stort fortrinn i kompetansemiljøene i og rundt NTNU og bør vurdere hvordan disse kan utnyttes bedre.

⇒ Det er stort fokus på hvordan man kan kommersialisere teknologi fra forsknings- og utdanningsinstitusjonene. Allerede godt utnyttet?

⇒ Generelt er det *for* stort fokus på kontakt bedrift/institusjon i forhold til bedrift/bedrift.

⇒ Spørsmålet er om man bør øke fokus på bedrift/bedrift/institusjon.

⇒ NTNU-kompetansen bør også brukes til å fremme uformelle og ”myke” former for innovasjon innen og mellom bedrifter.

⇒ Klassisk har vi sterke akademiske miljøer innen samfunnsøkonomi og bedriftsøkonomi. Det som trengs er mer forskning og akademisk oppmerksomhet på mellomplanet (klynger, anvendt innovasjonsteori, ”kunnskap om kunnskap”, kunnskap som produksjonsfaktor, integrasjon ”blåruss”/”rødruss”).

⇒ NTNU-miljøene bør kunne være sentrale i utvikling og implementering av hele strategien.

	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3
	lilandføring	Nærhet	Kompetanse
Satsing	Nedstrøms	Oppstrøms	Oppstrøms
Realisme	Sjansespill	Middels	Høy
Påvirkningsmulighet	Liten	Liten	Høy
Viktigste tiltak	Rikspolitisk	Rikspolitisk	Regionalt
Krav til politisk kreativitet	Lavt	Lavt	Høyt
Sikt	Kort	Middels	Lang
Kunnskapsinnhold	Lavt	Middels	Høyt
Bransjer	Energi Sea food Kjemisk	Maritimt Baser Catering	De fleste
Sysselsettingseffekt	Høy -> Lav	Middels	Lav -> Høy