DET REGIONALE MARITIME NORGE – INTERVJUGUIDE

Noen generelle momenter for intervjuene:

- Når du ringer opp første gang er det viktig å presentere seg, si hvem man representerer og fortelle kort hva dataene skal brukes til (kartlegging av den regionale maritime klynge på oppdrag fra de regionale maritime fora, forskning).
- Forsøk å få snakke med en person i ledergruppen med innblikk i økonomi/strategi.
- Dersom det ikke passer bør man foreslå å avtale et annet tidspunkt for gjennomføring av intervjuet.
- Noen vil ønske å ha spørreskjemaet foran seg under intervjuet – send dette på mail eller med fax.
- Fokuser på at intervjuene skal gjennomføres så effektivt som mulig; noen har alltid dårlig tid.
- Få klart frem regionavgrensningen *før* intervju blir gjennomført (*si til respondenten at de svarer på bakgrunn av aktivitet i den gjeldende region!*).
- Respondentene svarer kun for den/de regionale enheten(e) der dette er mulig .
- Husk å fylle ut øverste del av skjemaet (region, fylke/kommune, skjemanr. etc) for å kunne splitte opp analyser innad i regionen.
- Nedenfor vil det være en kort beskrivelse til hvert av spørsmålene. Beskrivelsen vil kort redegjøre for formålet med spørsmålet (hva vi er ute etter å vite noe om) og presiseringer (for å unngå tvetydigheter og misforståelser) der dette er nødvendig.

DEL 1 .

Spørsmålene under del 1 følger undersøkelsen fra Møre og Romsdal ("Utviklingen i maritime næringer i Møre og Romsdal", Arild Hervik et al, Møreforskning, Molde 2000.) Utgangspunktet er satt til oktober 1999, ett år etter nevnte undersøkelse. Spørsmålene dekker nøkkeltall, samt data til analyse av produktmarkedskoblinger. Det er forskjellige skjema til de ulike gruppene av selskap. Her er det greit å ta en runde regionalt på bakgrunnen for de ulike spørsmålene dersom det er nødvendig. (Sp. 1.3 for verft gjelder alle kontrakter, dvs. nybygging, ombygging og reparasjon.)

DEL 2: KONKURRANSE, SAMARBEID OG KOBLINGER .

FELLES SPØRSMÅL FOR ALLE SKJEMA (DEL 2 – DEL 5)

2.1 Hvordan vil du karakterisere konkurranseintensiteten for din bedrift?

	1=svak	2	3	4=sterk
På det regionale markedet				
På det norske markedet				
På det internasjonale markedet				

- Formålet med spørsmålet er å finne ut hvor sterk konkurransen om kundene er i regionen, ellers i Norge og internasjonalt. Sterk konkurranse kombinert med krevende kunder (spørsmål 3.3) indikerer innovasjonspress (oppgraderingsmekanisme).

2.2 Samarbeider ditt selskap med andre selskaper innen følgende områder (sett kryss for alle relevante)?

	Selskaper i regionen	Selskaper i Norge	Selskaper internasjonalt
Forskning og utvikling			
Standardisering			
Kompetanseheving			
Rammebetingelser			
Markedsføring			
Distribusjon			
Innkjøp			

- Formålet med spørsmålet er å kartlegge hvilke områder selskapene samarbeider om regionalt, og hvor selskapene søker andre miljøer. Samarbeide styrker kunnskapseksternaliteter (oppgraderingsmekanisme).

2.3 Ut fra en totalvurdering, hvor sterke vil du si dine relasjoner/koblinger til følgende selskap/institusjoner er?

	1=Ingen relasjon	2	3	4=Sterk relasjon
Rederi				
Utstyrsprodusenter				
Skipskonsulenter				
Skipsmeglere				
Skipsverft				
Offshoreverft				
Finansiering og forsikringsaktører				
FoU-aktører				
Olje/gassoperatører				
Fiskebåtredere				
Utdanningsinstitusjoner				
Tele- og IT-selskaper				

- Formålet med spørsmålet er å kartlegge bedriftenes koblinger til ulike grupper maritime aktører. Sterke relasjoner indikerer sterke kunnskapskoblinger og kunnskapsoverføring.

DEL 3: KUNDER OG INNOVASJON

3.1 Bedriftens innovasjonskostnader i 1999. Med innovasjon menes introduksjon av et nytt eller endret produkt, eller en ny eller endret produksjonsmetode. Det kan være knyttet ulike kostnader til innovasjonsaktivitet. I tabellen nedenfor skal du anslå eventuelle innovasjonskostnader bedriften hadde i 1999. Forsøk å angi dette med et kronebeløp, eller sett kryss ved de andre svaralternativene. NB! Det er kun kostnader knyttet til **innovasjon** som skal angis.

Kostnadstype	Ca beløp i kroner	Ingen kostnader	Små kostnader, men de kan ikke måles	Vesentlige kostnader, men de kan ikke måles
Forskning og utvikling				
Investeringer i maskiner og utstyr				
Produktdesign				
Kompetanseoppbygging				
Markedsintroduksjon				
Andre kostnader				

- Formålet med spørsmålet er å kartlegge ressurser benyttet på konkrete aktiviteter tilknyttet innovasjon.

3.2 Hvor stor andel av selskapets totale inntekter kommer fra produkter og tjenester utviklet de siste 3 årene?

%

- Dette er et standard spørsmål for å avdekke innovasjonsintensitet i bedrifter.

3.3 I hvilken grad opplever du kundene som krevende (avanserte, sofistikerte)?

	1=Lite krevende	2	3	4=Svært krevende
Kunder i regionen				
Kunder i Norge				
Kunder på internasjonale markeder				

- Formålet med spørsmålet er å få et innblikk i hvordan man oppfatter kunden. Krevende kunder vil sammen med konkurranseintensitet (spørsmål 2.1) gi innovasjonspress (oppgraderingsmekanisme).

3.4 Samarbeider din bedrift med følgende aktører i utviklingen av nye ideer, prosesser og produkter?

	I regionen	I Norge	Internasjonalt
Kunder			
Leverandører			
Konkurrenter			
FoU-institusjoner			

- Formålet med spørsmålet er å avdekke samarbeidsmønstre tilknyttet innovasjon. Skapes innovasjoner gjennom samarbeid bedrift-bedrift, bedrift-Fou, etc. (FoU institusjoner inkluderer høyskoler og lignende i denne sammenheng)

DEL 4: INNSATSFAKTORER .

Vi vil nå undersøke hvor viktig et utvalg av innsatsfaktorer er, og hvor god kvaliteten og tilgangen er på disse faktorene i din region

4.1a Hvordan vil du karakterisere viktigheten av følgende innsatsfaktorer for din virksomhet?

	1=Uviktig	2	3	4=Viktig
Ufaglært arbeidskraft				
Faglært arbeidskraft (fagbrev etc.)				
Høyt utdannet arbeidskraft				
Kapital				
Vare og tjenesteleverandører				
Hard infrastruktur (transport, kommunikasjon, etc.)				
Myk infrastruktur (bomiljø, kulturtilbud, skole, etc.)				

4.1b Hvordan vil du karakterisere kvaliteten av følgende innsatsfaktorer i din region?

	1=Lav kvalitet	2	3	4=Høy kvalitet
Ufaglært arbeidskraft				
Faglært arbeidskraft (fagbrev etc.)				
Høyt utdannet arbeidskraft				
Kapital				
Vare og tjenesteleverandører				
Hard infrastruktur (transport, kommunikasjon, etc.)				
Myk infrastruktur (bomiljø, kulturtilbud, skole, etc.)				

4.1c Hvordan vil du karakterisere tilgangen til følgende innsatsfaktorer i din region?

	1=Liten tilgang	2	3	4=God tilgang
Ufaglært arbeidskraft				
Faglært arbeidskraft (fagbrev etc.)				
Høyt utdannet arbeidskraft				
Kapital				
Vare og tjenesteleverandører				
Hard infrastruktur (transport, kommunikasjon, etc.)				
Myk infrastruktur (bomiljø, kulturtilbud, skole, etc.)				

- Formålet med spørsmålet er å forstå egenskaper (viktighet, kvalitet, tilgang) ved innsatsfaktorene i regionen. Godt tilgjengelige innsatsfaktorer av høy kvalitet kjennetegner sterke næringsmiljøer.

DEL 5: AVSLUTNING .

5.1 Hva ser du på som de viktigste næringspolitiske tiltak for å styrke din bedrifts konkurranseevne fremover?

- Formålet med spørsmålet er å få en indikasjon på hva selskapet mener er viktig for å sikre bedriftens konkurranseevne i fremtiden. Her er det rom for å snakke litt løst og fast, men pass på så det kommer frem noen konkrete tiltak/områder som kan belyses.

1.2 Hva ser du på som det viktigste Maritimt Forum kan gjøre for å styrke din bedrifts konkurranseevne fremover?

- Her er formålet å la respondenten tenke fritt om hva Maritimt Forum kan bidra med lokalt eller regionalt for å styrke bedriftens konkurranseevne i fremtiden. Forsøk å avdekke konkete tiltak på kort og lang sikt.