

Les mer om disse sakene:



- Nytt fra brussel (Side 3)
- Lederen (Side 7)
- Gi dine ansatte en pustepause (Side 8)
- Løfter ingeniørutdanning i HSH (Side 14)

Trenger du arbeidskraft i 2007?

HIN har bistått Tine med å skaffe ansatte nytt arbeid i regionen. Flere har nå fått seg jobb takket være responsen fra noen av dere etter vår forrige henvendelse. Men det finnes fortsatt muligheter, derfor ønsker vi med denne henvendelsen å informere dere om at flere arbeidstakere nå er klare for nye og spennende utfordringer.

De som er tilgjengelige for nye utfordringer er folk innen bl.a.:

Ledelse
Innkjøp, logistikk
Lagerarbeid
Rengjøring
Kantine
Regnskap
Sentralbord
Vedlikehold og drift
Salg og ordrebehandling

Har du behov for en eller flere nye medarbeidere nå eller i nærmeste fremtid, så får du mer informasjon om medarbeidere fra TINE ved å kontakte:

Lene Østreng Veland på tlf. 911 90 870, 52 70 48 13
lene.ostreng.veland@tine.no

Bedrifter uforberedt på kriser

Mer enn 9 av 10 norske bedrifter tror de vil kunne håndtere en krise på en tilfredsstillende måte. Samtidig mangler de verktøy for effektiv krisehåndtering. Resultatene tyder på at bedriftene er urealistisk optimistiske, mener BI-forsker Ragnhild Silkoset. Sammen med Christian Unsgaard fra Handelshøyskolen BI, har de gjennomført en undersøkelse om krisehåndtering blant 202 norske bedrifter fra ulike bransjer, skriver forskning.no.

25 prosent av bedriftene som deltok i undersøkelsen, oppgir at de har

blitt rammet av én eller flere kriser i løpet av de to siste årene. Nesten sju av ti norske bedrifter tror de kan bli rammet av en alvorlig krise i løpet av de nærmeste årene.

Videre hevder ni av ti bedrifter at de vil kunne håndtere en uforutsatt krise på en tilfredsstillende måte. Bare en tredjedel av bedriftene oppgir at de har etablert eget kriseteam, mens halvparten av bedriftene oppgir at de har utviklet kriseplan for virksomheten. Bare i overkant av fire av ti bedrifter har utviklet krisekommunikasjonsplan.

Haugalandskonferansen avholdes fredag 2. mars - sett av datoen alt nå! Innbydelser utsendes rett over nyttår

Styret består av:
Rolf L. Sjursen, leder - IRIS
Jan Alne, nestleder - Statkraft
Sveinung By - Hydro
Bjørn Apeland, Steinsvik
Arne Førre - ARBE Eiendom
Arne Haldorsen - Ølen Betong
May Britt Vihovde, Høgskolen Stord/Haugesund

Neste utgave kommer: Februar 2007

Varamedlemmer:
Ingolf Voll - Gassco
Marit Sandve Myrland - Fonna
Pål Eide - Kystdesign

Haugaland Industri- og Næringsforening
Kontoret betjenes av fungerende daglig leder Stein Alendal. Adressen er: Haugaland Industri- og Næringsforening, Postboks 2214, 5509 Haugesund, Karmsundgt. 21, 5531 Haugesund. Tlf.: 5201 0840. Faks: 5286 6113.
E-post: post@hif.no Nettsted: www.hif.no

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



Satser mer på realfag

Etter påtrykk fra næringslivet vil HSH kurse flere folk i matematikk og fysikk. To realfagskurs skal gi høgskolen enda flere ingeniør- og maritime studenter, og flere folk ut i et jobbmarked som skriker etter arbeidskraft.

Studiekoordinator Rolf Bjerkebo på ingeniørutdanningen forteller om hyppig kontakt med arbeidslivet. HSH merker at næringen skriker etter flere ingeniører og sjøfolk.

Slår godt ut

- Det er mange som vil inn å presentere seg for studentene våre. Karriere-dagen i fjor var smekkefull, og vi ser at mange får seg jobb før de er ferdige hos oss. Den nye partnerskapsavtalen med industrien og jobbgarantien fra rederiene virker å slå godt ut for utdanningene våre.

Gir fordypning

Bjerkebo sier at den økte satsingen på realfagskurs er nødvendig for å fylle alle studieplassene og for å svare på næringslivets økte behov for arbeidskraft.

- Fortsatt er det for mange ungdommer som velger bort matematikk og fysikk i den videregående skolen. Disse intensive kursene som vi tilbyr er med på å gi disse ungdommene den fordypningen i matematikk og fysikk som ingeniør- og nautikkstudiene våre krever.

Forts. side 8

Forts. fra side 8

- En frisørkjede brukte utstyret vårt på en messe for å vise hvordan fremtidens frisørsalonger kommer til å se ut. I en tid da folk får stadig mindre tid, bør markedsførere tenke kombinasjon av produkter. Man fikk klippet håret og samtidig kvikket

seg opp på oksygen. Jeg er overbevist om at denne kombinasjonen av tjenester er fremtiden, sier Jåtog.

I Ukeavisen nr. 40, 2006 kan du også lese om kommunikasjonshuset McCann Norge som inngikk verdens første bedriftsavtale med en oksygenbar – og ved å tilby psykologtjeneste reddet de også to ekteskap.

Internasjonal rekruttering

Noen tips til arbeidsgivere som skal hjelpe utenlandske arbeidstagere med å søke om arbeidstillatelse. I artikkelen «Nøkkelen til internasjonal rekruttering» har HR Norge laget en sammenfatning av Utlendingsdirektoratets (UDI) svar på en del vanlige spørsmål om arbeidstillatelse. Man bør blant annet merke seg at det gjelder egne regler for hvor en søknad om arbeidstillatelse skal fremmes. Søknaden skal ikke leveres direkte til UDI, men til politiet eller norsk utenriksstasjon i utlandet. Informasjon om regelverk, dokumentasjonskrav og søknadsprosedyrer finnes på www.udi.no. Man kan også kontakte UDIs opplysningstjeneste på 23 35 16 00, som skal kunne svare på status i enkeltsaker samt besvare generelle spørsmål om regelverk og søknadsprosedyrer. Borgere fra EU-land er underlagt enklere søknadsprosedyrer enn borgere fra andre land. Det mest sentrale er at EU-borgere kan fremme søknad etter de har kommet til Norge, og politiet har i de fleste tilfeller vedtakskompetanse til å innvilge søknaden. Medlemmer av «gamle» EU-land trenger heller ikke oppholdstillatelse for å arbeide de tre første månedene. Arbeidstagere fra de «nye» EU-landene må imidlertid ha oppholdstillatelse før arbeid påbegynnes. Normalt gis det arbeidstillatelse for samme varighet som arbeidsforholdet, men likevel ikke lenger enn for ett år om gangen. Tillatelse etter EØS-regelverket, gis som hovedregel for fem år.

Kilde: www.hrnorge.no

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



Nytt fra Brussel...

7 år med gode muligheter for forskere og næringsliv

22 desember kommer Europakommisjonen med den første utlysningen på EUs 7 Rammeprogram for FoU (7RP). Norske forskere og bedrifter kan fullt ut være med på konkurrere om de 50 milliarder (400 milliarder kroner) som ligger inne i 7RP. I tidligere programmer har norske forskere gjort det ganske bra – veldig bra om man er fornøyd bare man får tilbake mer enn man betaler inn, men ikke så bra om ambisjonen er å være en ledende kunnskapsnasjon i Europa.

Her er noen kjennetegn for programmet:

Det er langsiktig (2007-2013) og forutsigbart – noe som ikke kjennetegner norsk forskningspolitikk. Det er nær sammenheng mellom politiske utfordringer og 7RP – i første utlysning på energi er det feks sterkt fokus på rensing av kullkraft og energi-effektivisering som begge regnes være de områdene der man raskest kan oppnå EUs målsetninger på energi:

Konkurranseskraft - stabilere Klima-Forsyningssikkerhet. I programmet stimulerer man deltagelse fra SMB – de får dekket 75% av sine kostnader (i 6RP var det bare 50%). I 7RP-prosjekter ønsker man blandet deltagelse fra forskere, universiteter, teknologiutviklere, sluttbrukere og leverandører – dette gjør prosjektene til viktige forum for deltagere i næringslivet som ønsker å komme nærmere markedene i Europa og samtidig utvikle ideer sammen med ledende kunnskapsmiljøer i Europa. Konkurransen er hard og bare 25% av prosjektene blir godkjent – deltagelse krever derfor gode partnere, god prosjektledelse og høy søknadskompetanse. Deltagere søker ofte igjen – utbytte er ofte verdt slitet.



Wave Energy og deres planlagte bølgekraftverk på Kvitsøy og Seametric med sitt maritime løftesystem er to gode eksempler på bedrifter fra Rogaland som blir finansiert av EU-forskningen.

På Haugalandet finnes det både innovative bedrifter og forskningsmiljøer som allerede nå burde studere 7RP og se om det passer inn i deres strategier. Når det gjelder søknaden så er det viktig å bruke kunnskapen og forstøttemidlene i Forskningsrådet og den regionale kompetansen som finnes i HSH, Polytec og på den nystartede EU-enheten som IRIS, Universitetssykehuset i Stavanger, UIS og HSH har startet sammen.

Pål Jacob Jacobsen
Stavanger-regionens Europakontor
Pal@onemarket.be
www.one-market.org



Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



Gjesteskribent

Stimulerer kommunene næringsutviklingen?

Den vertikale organiseringen er i stor grad ivaretatt i vårt norske samfunn gjennom strukturell makt i organisasjonshierarkiet både privat og offentlig. Men den økende globaliseringen av markedene i vårt samfunn vil kreve en enda sterkere vertikal og funksjonell integrering av både foretak og forvaltning mht. foretakenes overlevelsessevne og effektiviseringen av forvaltningen. Dynamiske regioner trenger en bedre tilrettelegging av forholdene, slik at en kan få bedre ressursutnyttning.

Disse vurderingene kan ikke avgjøres med kalkulering, men må være gjenstand for kontinuerlig vurdering i brede og åpne kommunikative planprosesser. I tillegg er dynamiske regioner avhengige av en maktbalanse med sine omgivelser. En bedre tilfredsstillende av de 5 utviklingsvariablene som kjennetegner dynamiske regioner; mobilisering, organisering, gjennomføring, læring og kontekst, vil bidra til mer stimulerende planprosesser. Dette kan bedres ved at regionen får større enheter, som gir rom og kapasitet for en stimulerende utvikling av den regionale kunnskapskapitalen eller den institusjonelle kapitalen, som Healy (1997) definerer til å omfatte både intellektuell, sosial og politisk kapital. Hvor det presiseres at både privat næringsliv, offentlig virksomhet og det sivile samfunn er nødt til å samarbeide gjennom politikk og strategisk planlegging, for å styrke den regionale kapabilitet, mht både kunnskapsressurser, relasjonsressurser og mobiliseringsevne.

Da læringsvariabelen ser ut til å være den svakeste utviklingsvariabelen på Haugalandet, foruten om at enkelte kommuner mangler strategisk næringsplan eller kommuneplan; utover arealkartdelen, vil et større interkommunalt samarbeid eller kommunesammenslåing være å anbefale for å bedre situasjonen. Ellers bør prioritering og vektlegging av kunnskap og høyere utdanning økes. For Haugalandrådet kan en mindre topptung struktur være hensiktsmessig, jfr. for eksempel Vestlandsrådets organisasjonsform.

På bakgrunn av tidligere drøfting av tema vil jeg trekke følgende konklusjon: Det offentlige planverk på Haugalandet, gir ikke tilstrekkelig stimulans av den regionale kapabilitet og næringsutvikling. Samarbeidet om samfunnsutviklingen er ikke tilfredsstillende. Haugalendingene får dermed ikke det optimale utgangspunkt for å leve "det gode liv."

Praktiske konsekvenser og anbefalinger

Dagens små kommuner og fylker er ikke egnet til å være sentrale aktører i egenutviklings-politikken, da det ligger en stor fare i at det blir skapt urealistiske

forventninger til dem som aktører innenfor den regionale utviklingen. Når forventningene ikke blir innfridd, får det uheldige konsekvenser for både deltakelse, motivasjon med mer, på sikt. Kommunene på Haugalandet bør derfor styrke det interkommunale samarbeidet og slå seg sammen til større robuste enheter med alle de fordeler det vil ha, spesielt mht enhetlig servicetilbud og saksbehandling mht. felles bo- og arbeidsmarked, samt overfor entreprenørselskapene som skal stå for utbygging i ulike deler av regionen. Større enheter som ikke opprettholder dagens kommunemønster, vil også gi rom for en bedre samfunnsplanlegging som stimulerer til regional utvikling på en bedre måte enn dagens små kommuner makter å gjøre. Planlegging skal utøves innenfor politiske prosesser og strukturer med politiske mennesker som aktører, der det kommunikative rasjonale er gjort til en overordnet rasjonalitet. Da vil også planleggingen bli basert på prosesser der den logiske politiske viljesdanningen er sammensatt av flere diskurser for å skape enighet og politisk legitimitet til planleggingen og plandokumentene. I tillegg vil det gi mulighet for et bedre strategisk planleggingsystem som vil stimulere en mer dynamisk regional utvikling. Hvilket vil bidra til å legge de regionale forholdene bedre til rette,

Forts. side 6

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.





Ring oss på 52 70 19 00

HBO

Haugesund Bok & Offset AS Telefon: 52 70 19 00 www.hbo.no

Forts. fra side 14

7. Samarbeid om utvikling av undervisningstilbud. Høgskolen har stor frihetsgrad i forhold til hvilke fag som skal inngå i bachelorgraden i de ulike ingeniørstudiene. Partene mener at man skal arbeide for at studiene tidsfredsstill den petro-maritime industriens behov for ingeniører med høy kompetanse. Det er naturlig at den petro-maritime industrien er representert i studienemnden eller fremmer aktuelle kandidater til representasjonen.

8. Forskning og utviklingsarbeid Partene ser det som meget viktig at den forskning og det utviklingsarbeid som gjøres ved høgskolen vektlegger petro-maritime problemstillinger.

Forts. side 15

Forts. fra side 2

Vil øke kvaliteten

I år tilbyr HSH igjen to forskjellige typer kurs. Ett nettstøttet fra februar til juni, og ett sommerkurs fra mai til august.

- Vi kommer til å justere kursene litt for å øke kvaliteten, slik at flere studenter gjennomfører og begynner hos oss til høsten.

Klart seg bra

Han understreker at kursene ikke bare er beregnet på dem som mangler fordypning i matematikk og fysikk fra videregående skole.

- Vi anbefaler også folk til å ta kurset som en oppfriskning før de starter hos oss. De som har gjort det, har klart seg veldig bra senere i studiet.

Industrien er med

I tillegg til de tre faste ingeniørutdanningene innen prosess- og energi, brann og hms, fortsetter HSH med utdanningene innen rørkonstruksjon og elektro, - og flere kommer.

- Dette er ingeniørutdanninger som industrien i stor grad er med å utforme. Svært mange av fagene er lagt på internett. Det gjør det litt lettere for dem som vil kombinere studier og jobb. I tillegg har vi noen samlinger i løpet av våren og sommeren.

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



Forts. fra side 4

med hensyn til utviklingen av et blomstrende næringsliv. Det vil også etableringen av Haugaland Kunnskapspark kunne gjøre, dersom den får en god ledelse og samarbeidsmodell i forhold til de ulike regionale aktører. Ved innfrielse av krav til planprosesser, innhold og læring i planverk og årsmeldinger vil de offentlige organer få et bedre grunnlag for å vurdere nødvendige tiltak og endringer. Det gjør også selve rapporteringen mer givende. Noen kommuner er etter 2003 begynt med årlige brukermøter ved alle resultat-enheter, disse kan sannsynligvis bidra til en mer kritisk og åpen evaluering, som kan danne grunnlag for erkjennelse og utvikling i kommunen. Noe tilsvarende bør sannsynligvis også skje i de andre kommuner, fylker og råd, slik at de klarer å utvikle en organisasjonsform, som kan bidra til styrking av den regionale kapabilitet og næringsutvikling i større grad enn i dag. Den første kommunefusjonen på Haugalandet på flere tiår, fikk vi ved inngangen til 2006. Det vil bli interessant å følge utviklingen å se effekten av omstillingen. Konsekvensene av Stortingets vedtak mht fylkeskommunene og kommunestrukturen i kommende år vil også bli spennende å følge. - Dette er faktorer som kan danne grunnlag for videre forskning og læring, sett fra flere teoretiske og metodiske vinklinger, mht. utviklingsprosessene på Haugalandet.

Dagfinn Våge
Gjesteskrivent

Å skape en visjon

Savner du en visjon? Det er alvorlig – å lede uten en visjon er risikofylt. Med en visjon er det lettere for medarbeiderne å rette all sin energi i samme retning. «I have a dream...» De fleste husker Martin Luther Kings berømte tale da han med mye følelse og engasjement uttrykte sine forhåpninger om en bedre verden. Den griper oss ennå.

En visjon

1. skal gi et mentalt bilde av fremtiden
2. skal formidle bedriftens innerste mening
3. skal være rettet mot hjertet mer enn hjernen
4. skal alle kunne ta til seg som sin egen
5. skal være utfordrende
6. skal inngi entusiasme og engasjere
7. skal ha et attraktivt emosjonelt innhold
8. skal kunne visualiseres på en pedagogisk måte
9. skal kunne koble sammen organisasjonens og individets behov.

Spørsmål å stille seg

Hvilke har vært våre framgangsfaktorer?
Hva preger vår egen internkultur?
Hvem skal ha nytte av våre produkter og tjenester?
På hvilken måte vil vi skille oss fra konkurrentene?
Hva er vår egen visjon på avdelingen og på hvilken måte bidrar vi til helheten?
Hvordan vil vi at våre egne interne relasjoner skal fungere?
Hvilke vurderinger driver oss?
Hva vil vi med fremtiden?

Definisjon:

Hva er hva?

Visjon: et mentalt bilde av fremtiden, høyere mål og mening

Forretningsidé: konkret definisjon av bedriften, hvem kundene er og hva produktene/tjenestene er.

Kilde: Ur at leda med ideer, Jouko Arvonen, Studentlitteratur

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.





Lederen



Så går det mot Jul igjen og et år er snart omme. Foreningen kan se tilbake på et meget aktivt år og ser med forventninger frem til det året som kommer. I året

som gikk har vi etablert en ny konferanse – ByggArena-Vest – som vil være årlig. Vi tar sikte på at den over tid skal dekke hele Vestlandet. Byggebransjen som omfatter bygg, anlegg og investeringer er en bransje som bare er synlig når noe går galt. Bransjen omfatter mange bedrifter og ansatte som står for en meget stor verdiskaping. Vi ønsker å sette fokus på bransjens verdiskaping og betydning. Vi har i år igang satt et pilotprosjekt på rekruttering til realfag. Sammen med Skole-Arbeidsliv og Vardafjell Videregående har vi engasjert 10 klassinger på Media og kommunikasjonslinjen til å utforma budskapet til andre elever. Resultat har vært meget bra med hensyn til utforming av budskapet som vi kommer til å følge opp. Det viser seg at over 50% av elevene ikke vet hva realfag er og derfor ikke vet hva de velger bort med hensyn til jobbmuligheter. Vi har i løpet av året arbeidet med at HIN-INFO skal komme som trykksak, og fra neste år kommer bladet ut i papirutgave igjen. Vi håper å kunne heve kvaliteten på bladet og at stadig flere vil lese bladet. Vi setter pris på innspill til

tema og til saker en ønsker vi skal ta opp. Vi tar gjerne mot ros og ris slik at produktet kan bli stadig bedre. Selv om vi i året som gikk ikke har arrangert så mange Næringscafeer som ønskelig har vi samme med Maritimt Forum arrangert andre møteplasser der vi har besøkt rederiene og to av de store lokomotivbedriftene i regionen. Møteplassene, 5 i alt, har vært meget bra besøkt. Disse møtene inngår i et av flere prosjekt vi arbeider med. Foreningen arbeider sammen med Rogaland Ressurssenter for å få en egen felles stand for regionen på ONS messen i 2008. Gjennomføring avhenger av oppslutning. Vi arbeider sammen med Norsk Gassenter og Rogaland Ressurssenter for å etablere en Gass Arena på Haugalandet. Arrangementet er lagt til 18 til 19 oktober neste år. Vi vil også tidlig på ny året får resultatet av et prosjekt som går på det samfunnsnyttige aspektet rundt prosessindustrien. Det vil være et viktig verktøy overfor sentrale politikere når det gjelder rammevilkår og fremtid for prosessindustrien, vårt bosetningsmønster og våre arbeidsplasser. Vi kommer også til å omarbeide våre hjemmesider slik at de blir bedre. Vi ønsker å legge inn en link der våre medlemmer kan sende inn sine syn når det gjelder saker vi skal behandle i styret. Det vil være et godt grunnlag for styret når de skal fatte vedtak i saker som vedrører regionen. Det være seg plassering av nytt idrettsanlegg/fotballstadium, regionsnavn, bompenger, visjoner etc. Det gir alle medlemmer anledning til å komme

med sine synspunkter i saker som vil direkte eller indirekte vedrører deres bedrift. Hvert år har vi en økning i medlemsantallet – både direkte medlemmer og organisasjoner. Vi har nå 16 organisasjoner som medlemmer og arbeider for å finne en organisasjonsmodell der vi blir et tungt uttaleorgan i næringspolitiske saker. Hvert nytt medlem er med å gi tyngde til foreningen. Arbeidsoppgavene øker og vi tar tak i stadig flere oppgaver. Det krever økte ressurser. For å kunne få disse ressursene har vi satt i gang et arbeid med å få på plass flere samarbeidspartnere. Det er gledelig å konstatere at vi blir godt mottatt i de bedriftene vi besøker. Vi må stå samlet for å bygge en god region å bo i og å drive næring i. Under mottoet ”Vi bygger regionen” håper vi på mange samarbeidspartnere. Bli du med? Vi håper at vi i løpet av kommende år vil ha nødvendige ressurser på plass og at foreningen vil kunne være langt mer synlig og ha langt mer betydning for næringslivet i regionen.

Til slutt ønsker vi alle våre medlemmer en Riktig God Jul og et innbringende Nytt År.

Stein Alendal
Daglig leder

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



Gi dine ansatte en pustepause – bokstavelig talt

Vil du gi dine ansatte en pust i bakken? Send dem på bar og gi dem et «shot» oksygen. Send dine ansatte på bar, eller installer en oksygenmaskin ved siden av den «so yesterday» kaffemaskinen og water-cooler'n på kontoret.

Et shot oksygen, takk

Forbedrer konsentrasjonsevne og hukommelse
90 prosent av vår energi kommer fra oksygen, bare ti prosent fra mat og drikke
Skal styre immunforsvar, tankevirksomhet og syn
Hemmer aldringsprosessen, styrker hjertefunksjonene beroliger nervesystemet
Motvirker hodepine, migrene og bakrus
Hjelper mot jetlag
Hjelper fordøyelsen
Hindrer muskelstivhet
Gir nedre søvnmønster og mindre trøtthet

(Kilde: Pust Oksygenbar)

Pust Oksygenbar i Oslo er den første baren i Skandinavia hvor man får servert 92 prosent ren oksygen over disken. Alt fra pensjonister til banksjefer kommer hit for å «ruse seg» på grunnstoffet, ved å få en sonde opp i nesen og koble av i 20 minutter.

Stedet skal gi en motvekt til stresset i hverdagen, ved at bargjestene kan hente seg inn på ny energi og bare fokuserer på seg selv. Rolig musikk lusker inn i øret, og lokalet er innredet slik at folk skal få minst mulig impulser og mest mulig ro.

Reparere med barbesøk

– Folk som har testet dette sier de føler seg mer energiske og at det gir en behagelig og forfriskende følelse. En del føler at det lindrer stress og føler seg roligere, og for mange kurerer det hodepine, migrene og bakrus, forteller innehaver André Jåtog, og legger til at i vanlig luft får man bare cirka 20 prosent oksygen.

Bakrusen kan dermed repareres ved å sende fyllesjuke ansatte på enda en bar. Jåtog presiserer at stedet, som har plass til fire liggende bargjester av gangen og bruker timebestilling, ikke kan behandle sykdommer, men er et rent rekreasjons-tilbud.

Oksygenutstyret var opprinnelig et NASA-produkt som ble brukt av astronauter, opplyser oksygenforhandleren.

– Hjelper på hukommelsen

Innehaveren merker ikke at noen yrkesgrupper er de ivrigste oksygen-shotterne, her er det alt fra revisorer til reklamefolk, tenåringer og nybakte mødre. Det koster 150 kroner «shotten.»

– Det er alle mulige folk innom her – enhver som bare føler et behov for å slappe av. Mange har funnet ut at å sitte foran tv-en ikke er løsningen for å hente ny energi, sier han og legger til:

– Vi har en dame på 85 år, Eli, som kommer innom her fast et par ganger i uken. Hun sier det også hjelper på hukommelsen.

Kan leie oksygen

For større bedrifter og virksomheter utenfor Oslo kan det være billigere å kjøpe utstyret enn å sende ansatte til oksygenbaren, anbefaler Jåtog, som forteller at de skal satse på å selge eller leie ut utstyr. Slik kan man dermed kvikke seg opp mens man er på kontoret. Det koster rundt 30–40 000 kroner å kjøpe en maskin.

Oksygenbaren har leid ut utstyr til ulike bedrifter og events. Telenors Djuice leide utstyr til sin stand på Quart-festivalen. I deres «Chill-out-zone» kunne slitne festivaldeltagere ruse seg på høye prosenter oksygen heller enn andre midler, mens Telenor samtidig fikk profilert seg.

Forts. side 2

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



Råd til småbedriftsledere...

Vær et forbilde for dine medarbeidere, og vær selvkritisk. Det er to rådene Ikea-gründer Ingvar Kamprad gir andre gründere, og ledere av småbedrifter. Kamprad, som har 85 000 ansatte verden over og skal være god for minst 450 milliarder kroner, gir i det svenske magasinet Privata Affärer gode råd til ledere og gründere.

Om Ikea er et stort foretak, er det likevel mye å lære av selskapet også for småbedrifter, mener han, og viser til Ikea-ånden:

– Den virkelige Ikea-ånden bygger på vår entusiasme, på vår faste vilje til fornyelse, på vår kostnadsbevissthet, på vår vilje til å ta ansvar og hjelpe til, vår ydmykhet for oppgaven og på vår dagligdagse væremåte, sier han til magasinet.

Privata Affärer som har sammenstilt en rekke intervjuer med gründeren, og kommet fram til disse rådene.

1. Hold kostnadene nede

Spøken om at «vil du få en krone ut av

Ingvar Kamprad så må du amputere den bort», er nok litt slem, men det er ingen tvil om at han vet en kronas verdi.

2. Våg å gå din egen vei

Ikea-gründeren brøt helt med den etablerte forretningsmodellen i møbelbransjen, med mye lavere prisnivå, eget design, store salgssteder utenfor byene, selvbetjening og veldig nært samarbeid med leverandørene for å kunne gi kundene det de hadde behov for. Det har lønnet seg.

3. Våg å gjøre feil

Ikea-gründeren kaller seg selv «fiasko-pelle», og sier ingen har gjort så mange feil som ham. Våger man ikke å utsette seg for risikoen for å gjøre feil, blir ikke mye gjort her i verden, er Kamprads filosofi.

4. Se hvert problem eller motgang som en mulighet

Hvis du mislykkes med noe og må finne en annen løsning, så blir den ofte bedre enn den opprinnelige.

5. Riktig timing

Kamprad forsto for eksempel tidlig hvilken betydning bilen ville få for Ikea. Med bilen kunne man bygge de nye varehusene utenfor de store byene der det var store tomter til lavere pris.

6. Vær selvkritisk

I dette inngår også ydmykhet som sies å være en viktig del av Ikeas bedriftskultur. Ifølge egne utsagn er Kamprad en dårlig organisator, en teknisk idiot og bruker lang tid på å forstå ting. Men samtidig er han god til å sørge for at han har medarbeidere som kompenserer han egne mangler.

7. Vær et forbilde for dine medarbeidere

Ingvar Kamprad sier at den vanlige Ikea-ansatte knapt har noen grunner til å være sparsom med kostnadene hvis han selv sløser med Ikeas ressurser.



Med ønske om en God Jul og et innbringende Godt Nyttår!

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



En regjering uten næringspolitikk

Man kunne si mye om Bondevik-regjeringens politikk overfor næringslivet, men man hadde da i alle fall en politikk den gang de satt med makten. Det siste året har vi hatt en regjering som ikke har noe som engang ligner på næringspolitikk, en regjering som totalt mangler forståelse for at næringslivet trenger gode, langsiktige og forutsigbare rammebetingelser.

Et av de ferskeste eksempler på dette var forslag til statsbudsjett der man foreslo å innføre en ny avgift på NOX utlipp. En avgift som etter all sannsynlighet ville lammet både kystflåte og fiskeflåte dersom den var blitt innført som foreslått. Jeg skrev til finansministeren og ba henne revurdere hele avgiften, noe hun avsto kontant. Heldigvis klarte man denne gang å overbevise regjeringspartienes stortingsrepresentanter om at dette var et håpløst forslag som kunne få alvorlige konsekvenser, og det ble endret betydelig i riktig retning.

Vår kraftforedlende industri er også avhengig av langsiktige og forutsigbare rammebetingelser for å overleve. Dette betyr i klartekst at det eksempelvis ikke må stilles strengere utslippskrav til denne industri i Norge enn det gjøres i land vi konkurrerer med. Det må også stilles kraft til rådighet til konkurransedyktig pris. De nåværende regjeringspartier har gjennom de siste 10 – 12 år sikret flertall i Stortinget for å stoppe så godt som all økning i kraftproduksjon i Norge, noe som er den viktigste årsaken til den kraftige økningen i strømprisen vi har fått. Etter at de kom i regjering har de nå også skapt usikkerhet rundt allerede tildelte gasskraftverkskonsesjoner ved å komme med rensekraft som det er økonomisk umulig å gjennomføre.

Våren 2005 vedtok Stortinget ved hjelp av stemmene til de nåværende regjeringspartier og Fremskrittspartiet å utrede i den hensikt å innføre et industrikraftregime for å sikre denne industrien kraft til konkurransedyktig pris. Nå, et og et halvt år senere har ingenting skjedd. Regjeringen har i tillegg valgt en konfliktlinje overfor ESA når det gjelder den norske hjemfallsordningen. Til tross for at norske myndigheter ble gjort oppmerksom på ESAs syn allerede i februar 2002, så velger man nå konflikt, noe som betyr enda flere års usikkerhet for bedrifter som vurderer om man skal bli i Norge eller investere i utlandet.

Strengt miljøkrav er hovedårsaken til at Søderberganlegget ved Hydros aluminiumsverk på Karmøy etter planen skulle utfases i 2009 - 2011. En eventuell investeringsbeslutning vil helt klart være avhengig av de momenter jeg tidligere har nevnt. Jeg skal selvfølgelig ikke forskuttere Norsk Hydros beslutning, men den sittende regjering har i hvert fall gjort bort i mot det som er mulig for å

forhindre et positivt resultat. Og som om ikke dette er nok, skal man nå også tvinge bedriften til å stenge ned allerede neste år. Statens Forurensningstilsyn strammer nå til og gir bedriften 10 måneders frist til å etterkomme utslippskrav med hensyn til støv/PAH. Noe som sannsynligvis er ensbetydende med tidligere nedleggelse. Det er selvfølgelig viktig å ta vare på miljøet. Den rødgrønne regjeringen bryr seg åpenbart ikke om at norsk aluminiumsindustri er den mest miljøvennlige og energieffektive i verden. Utfasing av denne industri i Norge betyr at produksjonen flyttes til steder uten miljøkrav og der man også har forurensende kraftproduksjon. Miljøet blir med andre ord skadelidende av denne misforståtte miljøpolitikken.

Øyvind Vaksdal
Stortingsrepresentant (FrP)

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



Markedsføring via e-post

Slik markedsfører du via e-post

– Markedsføring på e-post er den mest underkjente formen for markedsføring, mener webekspert Nina Furu.

– E-post er utrolig effektivt, og koster nesten ingenting. I denne kanalen kan du gjøre nesten alt innen markedsføring; bygge relasjoner og utløse salg. Den verste feilen man kan gjøre innen e-post markedsføring, er å ikke drive med det, sier Nina Furu entusiastisk. 10 tips for markedsføring via e-post

1. Start med egne kunder.

2. Sett deg selv i brukerens sted. Hva ville du selv ha åpnet og klikket på? Sørg for at du sender informasjon i e-posten som er nyttig for brukeren. For mange vil det smarteste være å informere om mer enn bare produkter og priser. Vurder å lage konsepter, det være seg tips, rapporter eller annen informasjon om ditt fagfelt/din bransje.

3. Rekrutter abonnenter til e-postlisten din via nettet. Legg en smakebit på noe av det du har å tilby på nettsiden din, det være seg en rapport, tips eller annen nyttig informasjon. Informasjonen må være så interessant at folk melder seg på e-postlisten via et innmeldingsfelt for å den tilsendt.

4. Ta også påmeldinger i fysiske fora. Bruk den kontaktflaten du har, inkludert messer og lignende. Spør nye kunder om de også vil stå på e-postlisten.

5. Gjør det lett å melde seg av e-postlisten. Still aldri spørsmål ved at noen melder seg av.

6. Ikke send ut e-post for ofte, men heller ikke for sjelden. Hver fjortende dag kan være en god tommelfinger-regel for mange. For nyhetskanaler vil det være naturlig å sende ut oftere.

7. Prøv deg frem. Mål responsen gjennom antall åpne e-post, klikk på lenker etc. Gjør mer av det som fungerer bra, så blir du stadig bedre. Eksperimenter deg frem til den beste ukedagen for utsendelse. Mandag er gjerne ikke så bra; fredag er tradisjonelt heller ingen god dag, med mindre du selger noe i underholdningsbransjen. I forretningsmarkedet er tirsdag og onsdag best, og her kan også fredag være en god dag.

8. Husk at selve salget ikke skjer på e-post. Du står ikke i døren i butikken og ber om betaling. På samme måte er e-post døren inn til nettsiden og andre salgskanaler. Kunden skal gjennom informasjon ledes frem mot en eventuell kjøpsbeslutning.

9. Unngå å sende søppelpost (spam). Ikke send noen til noen ikke har bedt om det. Ikke mas for mye.

10. Ha respekt for brukeren. En e-postliste er ikke en melkeku. Dette er en gruppe mennesker som er villig til å ta imot meldinger fra deg. Det er som om 2000 mennesker står på trappen din hver onsdag og lurer på hva du har å melde.

Kilde: Nina Furu, www.nettredaktor.no

Hun har jobbet med nettpubliseringsiden midt på nittitallet, og har vært nettredaktør i Foreldre og Barn, Det Nye og Bonytt. Hun har vært seniorrådgiver i flere kommunikasjonshus, og var redaktør for Orkla Medias portalsatsing «hjemmenett». For tiden leder hun Nettredaktørskolen til Westerdals, holder kurs og foredrag og driver nettstedet www.nettredaktor.no.

Advarer mot nyhetsbrev
Nina Furu har sluttet å betale per klikk for annonsering hos søkemotorer. Hun har også kjøpt mange bannerannonser i sitt web-liv, men har for egen del kommet til at den mest effektive av de digitale kanalene er e-post.

Forts. neste side

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



Forts. fra forrige side

– Hvilke typer markedsføring brukes e-post til?
– Det er flere konsepter, men noe av det dummeste du gjør, er å sende ut en e-post hvor du ber folk kjøpe produktet. Det kan fungere hvis e-posten sendes til kundene dine, men du kan gjøre det veldig mye mer intelligent enn som så. Du kan bygge opp en informasjonsmail hvor du formidler nyttig informasjon til folk som har behov for kompetansen din, sier Furu.

Hun advarer imidlertid mot å bruke en ren nyhetsbrevmodell hvis man ikke har noen nyheter å formidle.

Tenk nytte

– Nettsteder som forskning.no, odin.no eller skatteetaten.no, hvor det skjer en del ting, kan legge opp til nyhetsbrev, men nyhetsbrev som konsept begynner å bli litt misbrukt. Alle og enhver skal ha det, men skal det ha ønsket effekt, må du også ha noe å melde, sier Nina Furu, som mener at informasjonsmail er et smartere valg for mange bedrifter.

I en informasjonsmail kan du for eksempel hver fjortende dag sende ut nyttig informasjon om det fagfeltet jobber med. Det kan være vedlikeholdstips, brukertips eller andre meldinger. Grensene mellom nyhetsbrev og informasjonsmail er flytende, men i det viktige er at abonnenten sitter igjen med noe nyttig. Det gjelder også å finne optimal frekvens.

– Sender du for sjelden, glemmer folk at de er abonnent hos deg, og du risikerer å bli slettet. Sender du for hyppig, går folk lei og sletter e-posten istedenfor å åpne den. Til slutt risikerer du at folk sletter all e-post som kommer fra deg, sier Furu som har erfart at hver fjortende dag ofte er en god frekvens.

– Er e-post en god kanal for å informere om nye produkter?
– Det kan være det, men jeg tror det er viktig å konseptualisere e-post utsendelsene. Du må tenke på hva det er som får folk til å fortsette åpne din e-post. Produktnyheter kan godt snikes inn innimellom, men hvis du bare har det, kan folk gå lei. Du bør tilby kompetanse. De aller fleste leverandører, forhandlere og produsenter sitter på kompetanse kunder er interessert i. Selger du publiseringsløsninger, lag publiseringskolen. Fortell hvordan kundene får mer ut av det de kjøper. Send kundene lenker til noen nyttige artikler. Lag noe som har verdi for abonnentene. Dette er relasjonsmarkedsføring.

Loven begrenser

Du kan imidlertid ikke sende ut e-post i hytt og vær, til alt og alle. Markedsføringsloven sier for eksempel at du kan sende markedsførende e-post til generelle bedriftsadresser som firmapost- eller postmottak-adresser, men ikke til fysiske mennesker. Skal du sende e-post til fysiske personer, må de på forhånd ha gitt sitt samtykke.

Hvis det allerede eksisterer et kunde-forhold, kan du som næringsdrivende imidlertid sende e-post om tilsvarende produkter uten at kunden har gitt uttrykkelig samtykke. Bedriften må imidlertid gi kunden mulighet til enkelt og kostnadsfritt å takke nei til å motta slike markedsføringshenvendelser. I praksis innebærer dette gjerne at det er en lenke nederst i nyhetsbrevet hvor mottakeren lett kan melde seg av listen.

Dette er et utdrag av artikkelen som sto i Ukeavisen Ledelse nr. 40, 2006.

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



CONTAINER TRANSPORT WESTERN/NORTHERN NORWAY – THE CONTINENT



Flexibility and reliability

NORTH SEA CONTAINERLINE (NCL) is the leading shipper of unit loads between Western/Northern Norway and the Continent.

NCL helps to increase the competitiveness of its customers by providing reliability, efficient deliveries, flexible transport solutions and quality tonnage and offering extremely favourable freight terms.

NCL

NORTH-SEA CONTAINER LINE AS

NORTH SEA CONTAINERLINE AS, Postboks 291, 5501 Haugesund, Norway
Office address: Møllerveien 22, tel. +47 52 70 01 40, fax +47 52 70 01 49.
Website: www.ncl.no E-mail: ncl@ncl.no



Løfter ingeniørutdanning i HSH

Sommerjobber, prosjektarbeid og forelesere fra industrien. Dette er litt av innholdet i den nye partnerskapsavtalen som HSH i dag undertegnet sammen med Aker Kværner Stord, Vetco Aibel, West Contractors, Wärtsilä Norway og Leirvik MT.

- Denne avtalen er vi veldig stolte av. Den er med og sikrer høyere kvalitet i ingeniørutdanningene våre. Dere får nå være med å påvirke utdanningene våre. Vi skal drive dem i lag, sa rektor Egil Eide i HSH.

- Dette er starten på noe bra, sier adm. direktør Øystein Matre i Westcon i Ølen.

I fjor var det de lokale rederiene som garanterte jobb for de maritime studentene ved HSH. Nå stiller den petro-maritime industrien opp fro høgskolen.

Det nye partnerskapet innebærer:

1. Prosjektarbeid for studentene

Studentene skal i sin utdanning skrive en bacheloroppgave på 10 studiepoeng. Oppgaven skal i størst mulig grad gjennomføres i nært samarbeid med den petro-maritime industrien. Partene vil arbeide for at oppgavene har en faglig forankring i praktiske problemstillinger.

2. Bedriftsbesøk

For å styrke kontakten mellom studentene og den lokale industrien skal det gjennomføres bedriftsbesøk. Det er viktig at studentene i løpet av studiet får orientering om den daglige aktiviteten, informasjon om hvilke markeder industrien opererer i og orientering om hva som forventes av dem i en framtidig stilling. Kontakten kan skje enten ved at studentene får informasjonen ute i bedriftene, eller at representanter fra den petro-maritime industrien møter studentene på høgskolen.

3. Forelesere fra bedriftene

Som et ledd i kompetanseoppbygging og utveksling ser partene det som viktig at ansatte fra bedriftene som har spisskompetanse på sentrale fagområder kan trekkes inn i undervisningen. Det kan ha form av gjesteforelesninger, timeforeleser i deler av fag eller kurs. Partene mener at man på den måten både kan gi ansatte fra bedriftene nye faglige utfordringer samtidig som høgskolens studenter får en god utdanning.

4. Utplassering av studenter

Partene skal legge forholdene til rette slik at studenter som ønsker det kan få praksis i industrien, fortrinnsvis i sommermånedene. Målsettingen er at 60 % av studentene fra maskinlinjen på høgskolen skal bli tilbudt praksisplass i løpet av den normerte studietiden.

5. Praksisplasser etter endt studietid

Bedriftene har som målsetting at inntil 40 % av studentene fra maskinlinjen skal få seks måneders praksistid etter endt utdanning basert på dagens antall studieplasser.

6. Videre og etterutdanning tilpasset lokale behov

Partene ser det som en viktig oppgave at det tilbys videre- og etterutdanning for bedriftenes ansatte. Høgskolen vil arbeide videre med sitt videre og etterutdanningstilbud og tilpasse tilbudet til de lokale behov. Videre- og etterutdanningstilbudet skal både tilfredsstillende generelle faglige behov, men skal også kunne tilpasses den enkelte bedrifts særskilte behov.

Forts. side 5

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



Forts. fra side 5

Det skal arbeides for at forskningsprosjekter og utviklingsarbeid kan gjennomføres i nær tilknytning til de lokale industribedriftene. Både høgsolen og bedriftene kan være leverandør av prosjektideer, og begge parter vil være bidragsytere i forhold til å tilrettelegge finansieringspakker inn mot rekrutteringsstillinger og forskningsprosjekter.

9. Samarbeid om rekruttering til høgsolen

Partene vil arbeide aktivt for å bedre rekrutteringen og samarbeide om tiltak som er rettet inn mot å få flere kvinner til å søke seg til utdanningen. De vil samarbeide om ulike informasjonsopplegg overfor skoler, utdanningsmesser og lignende. Aktiv oppsøkende virksomhet skal skje med deltakere fra begge parter.

Avtalen gjelder i første omgang til 01.11.2010. Det er Industrinettverket i Sunnhordland og Maritimt Forum for Haugalandet og Sunnhordland administrer avtalen på vegne av industribedriftene.

- Avtalen er viktig for HSH og ingeniørutdanningen, sier studieansvarlig Bjarne Chr. Hagen i HSH.

HISTORISK AVTALE: Da er avtalen i boks. Vi ser fra venstre: Egil Eide (rektor HSH), Nils Askeland (Aker Kværner Stord), Sylvi Røssland Sørfohn (Industrinettverket), Sverre Meling (Maritimt Forum), Arne Birkeland (Wärtsilä Norway), John Torleiv Nesse (Leirvik MT), Terje Helgesen (Vetco Aibel) og Øystein Matre (Westcon).



Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



HYDRO

HYDRO PRODUCTION PARTNER
www.hydro.com/productionpartner

DELTA PUMPEFABRIKK AS

– KVALITET GJENNOM GENERASJONER –
www.deltapump.no



Manpower

www.manpower.no



GJENSIDIGE

www.gjensidige.no

Vi ønsker alle våre kunder og forretningsforbindelser en fin jul, og et godt nytt år!

Nortura Haugesund, tidligere Gilde Vest, er med sine 180 ansatte på Norheim et av de største foredlingsanleggene i Norge. Med tradisjon og nyskaping står vi for kvalitet. Det er derfor våre produkter vinner gull i NM. Haugalandsstoltheten er plattformen.



VI ØNSKER ALLE VARE VENNER I HAUGALAND INDUSTRI- OG NÆRINGSFORENING EN RIKTIG GOD JUL OG ET FLOTT OG GODT NYTT ÅR!
HILSEN OSS I

abacuskommunikasjon.no

Vår hovedsamarbeidspartner:

SpareBank 1 SR-Bank

– en sikker støttespiller for næringslivet.



HYDRO

HYDRO PRODUCTION PARTNER
www.hydro.com/productionpartner

DELTA PUMPEFABRIKK

– KVALITET GJENNOM GENERASJONER –

www.deltapump.no



Manpower

www.manpower.no



GJENSIDIGE

www.gjensidige.no