



KUNDEEFFEKTUNDERSØKELSE BLANT BEDRIFTER SOM MOTTOK STØTTE I 2011

Utarbeidet for Innovasjon Norge



Dokumentdetaljer

Pöyry-rapport nr.	R-2012-048
Prosjektnr.	5Z110055.10
ISBN	978-82-8232-214-0
ISSN	0803-5113
Interne koder	EBO/LFB/pil, RAR
Dato for ferdigstilling	7. f 2013
Tilgjengelighet	Offentlig

Kontakt detaljer

Oslo**Pöyry Management Consulting (Norway) AS**

Postboks 9086 Grønland,
0133 Oslo

Besøksadresse:
Schweigaards gate 15B
0191 Oslo

Telefon: 45 40 50 00
Telefaks: 22 42 00 40
e-post: oslo.econ@poyry.com

Stavanger**Pöyry Management Consulting (Norway) AS**

Kirkegaten 3
4006 Stavanger

Telefon: 45 40 50 00
Telefaks: 51 89 09 55
e-post: stavanger.econ@poyry.com

Web: <http://www.poyry.no>

Org.nr: 960 416 090

Copyright © 2012 Pöyry Management Consulting (Norway) AS

FORORD

Pöyry Management Consulting Norway AS har gjennomført denne kundeeffektundersøkelsen (KEU) på oppdrag fra Innovasjon Norge.

Innovasjon Norge har i en årrekke fått gjennomført kundeeffektundersøkelser mot bedrifter som mottar støtte til prosjekter og aktiviteter. Datagrunnlaget for undersøkelsene er spørreundersøkelser mot bedriftene. Undersøkelsene er av to typer, førundersøkelser og etterundersøkelser. Førundersøkelsene gjennomføres året etter at støtten er gitt, og omhandler særlig bedriftenes vurderinger av Innovasjon Norges betydning for at prosjektet ble gjennomført, samt forventninger til hvilke effekter prosjektet vil få for bedriften. Etterundersøkelsene gjennomføres 4 år etter at støtten er gitt, og omhandler bedriftenes vurderinger av de faktiske effektene for bedriften.

Denne undersøkelsen er førundersøkelsen for bedrifter som i 2011 mottok en tjeneste finansiert av Innovasjon Norge. Svarene ble samlet inn i perioden mai-juni 2012.

Pöyry tar generelt følgende forbehold knyttet til det økonomiske ansvaret for bruk av våre resultater:

Denne rapporten er utarbeidet av Pöyry Management Consulting (Norway) AS ("Pöyry") for Innovasjon Norge i samsvar med Avtalen mellom Pöyry og Innovasjon Norge.

Pöyry kan ikke holdes økonomisk eller på annen måte ansvarlig for beslutninger tatt eller handlinger utført på bakgrunn av innholdet i denne rapporten.

Pöyry baserer sine analyser på offentlig tilgjengelige data og informasjon, egne data og data eller informasjon som blir gjort tilgjengelige for oss i forbindelse med spesifikke oppdrag. Vi vurderer alltid om kvaliteten på dataene er god nok til at de kan brukes i våre analyser, men kan likevel ikke garantere for kvalitet og sannferdighet i data vi ikke selv eier rettighetene til. Usikkerhet er et element i alle analyser. Som en del av metode-dokumentasjonen til våre analyser forsøker vi alltid å synliggjøre og drøfte usikkerhetsfaktorene.

Alle rettigheter til denne rapporten er uttømmende regulert i Avtalen mellom Pöyry og Innovasjon Norge

Arbeidet med undersøkelsen har vært utført av et team bestående av seniorøkonom Einar Bowitz, konsulent Line Bjørk, seniorøkonom Roger Bjørnstad (alle i Pöyry) og konsulent Rolf Røtnes (DAMVAD). I arbeidet med rapporten har det vært nær kontakt med oppdragsgiver, primært representert ved spesialrådgiver Gry E. Monsen.

Vi vil takke Innovasjon Norge for oppdraget og alle bedriftene som har bidratt med informasjon og data til undersøkelsen.

INNHold

FORORD.....	I
SAMMENDRAG.....	1
Tema for undersøkelsen	1
Hovedkonklusjoner	1
1 OM UNDERSØKELSEN.....	7
1.1 Formål med Kundeeffektundersøkelsen	7
1.2 Innovasjon Norges formål	7
1.3 Analysemodell	8
1.4 Spørsmålstyper i Kundeeffektundersøkelsen.....	9
1.5 Tjenester i undersøkelsen	12
1.6 Gjennomføring av undersøkelsen	13
2 KJENNETEGN VED BEDRIFTENE	17
3 IDÉUTVIKLING, IGANGSETTING OG FINANSIERING.....	23
3.1 Utvikling av prosjektideen.....	23
3.2 Benyttelse av tilbudet fra Innovasjon Norge.....	24
3.3 Status for igangsetting av prosjektet	24
3.4 Finansiering.....	27
3.5 Effekt av internasjonal rådgivning	31
4 ADDISJONALITET	33
4.1 Gjennomsnittlig addisjonalitet.....	34
4.2 Addisjonalitet etter tjeneste	35
4.3 Addisjonalitet etter kjennetegn ved bedriftene	39
4.4 Addisjonalitet etter kjennetegn ved prosjektet.....	43
5 BIDRAG TIL ØKT SAMARBEID	47
5.1 Samarbeid med ulike aktører	47
5.2 Samarbeid etter tjeneste	48
6 BIDRAG TIL KOMPETANSEHEVING	51
6.1 Kompetanseheving på ulike områder.....	51
6.2 Kompetanseheving etter tjeneste.....	52
7 EFFEKTER PÅ UTVIKLING OG INNOVASJON	57
7.1 Innovasjon etter tjeneste	57
7.2 Innovasjon av vare, tjeneste og prosess.....	61

7.3	Markedsføring og markedsutvikling.....	67
7.4	Organisasjonsutvikling	70
7.5	Tidspunkt for effekter.....	72
8	FORVENTEDE ØKONOMISKE EFFEKTER AV PROSJEKTET	73
8.1	Ulike typer økonomiske effekter	73
8.2	Kjennetegn som påvirker konkurranseevnen	78
8.3	Samlet analyse av kjennetegn som påvirker konkurranseevnen	83
9	FORVENTEDE EFFEKTER UTENFOR BEDRIFTEN	85
9.1	Kompetansespredning utenfor bedriften	85
9.2	Samfunnsansvar og miljø.....	86
10	DETALJERTE RESULTATER FOR HVER TJENESTE	91
10.1	Alle Tjenester	91
10.2	Bioenergiprogrammet.....	92
10.3	Bygdeutviklingsmidler – Tilleggsnæring	93
10.4	Bygdeutviklingsmidler – Tradisjonell	94
10.5	Bygdeutviklingsstipend.....	95
10.6	Delegasjoner	96
10.7	Design rådgivning.....	99
10.8	Distriktsrettede risikolån	100
10.9	Distriktsutviklingstilskudd.....	101
10.10	Entreprenørskap.....	102
10.11	Etablererstipend (KRD)	103
10.12	Etablererstipend (NHD).....	104
10.13	FRAM	105
10.14	Grunnfinansieringslån – flåte.....	106
10.15	Innovasjonslån	107
10.16	Internasjonalisering	108
10.17	IPR rådgivning.....	109
10.18	Landbrukslån.....	110
10.19	Landsdekkende utviklingstilskudd	111
10.20	Lavrisikolån	112
10.21	Lokalmatprogrammet	113
10.22	Marint verdiskapningsprogram.....	114
10.23	Maritim utvikling.....	115
10.24	Miljøteknologi	116
10.25	OFU/IFU	117

10.26	Risikolån landbruk	118
10.27	Skog- og klimaprogrammet	119
10.28	Trebasert innovasjonsprogram.....	120
10.29	Verdiskapingsprogram reindrift	121
VEDLEGG 1: POPULASJON OG UTVALG		125
VEDLEGG 2: VEKTING AV UTVALGET		131
VEDLEGG 3: INNOVASJON NORGES BETYDNING FOR BANKLÅN, ETTER TJENESTE		133
VEDLEGG 4: DISTRIKTSPOLITISK VIRKEOMRÅDE.....		135
VEDLEGG 5: TIDSPUNKT FOR TIDLIGSTE ÅR MED FORVENTET EFFEKT.....		137
VEDLEGG 6: REGRESJONSANALYSE		139
VEDLEGG 7: SPØRRESKJEMA		147

SAMMENDRAG

Innovasjon Norge gjennomfører kundeeffektundersøkelser mot bedrifter og næringsdrivende som mottar finansiell og ikke-finansiell støtte fra Innovasjon Norge. Det gjennomføres før- og etterundersøkelser; Førundersøkelsen gjennomføres året etter at støtten er mottatt, mens etterundersøkelsen gjennomføres fire år senere. Denne rapporten presenterer resultatene fra Kundeeffektundersøkelsen blant bedrifter og næringsdrivende som mottok støtte fra Innovasjon Norge i 2011.

TEMA FOR UNDERSØKELSEN

Undersøkelsens overordnede mål er å si noe om Innovasjon Norges bidrag til å øke verdiskapingen i Norge. Siden en liten del av effektene av støtten må antas å være realisert såpass kort tid etter at støtten ble gitt, vil mye av det som dokumenteres i undersøkelsen være forventninger om effekter. Det gjelder særlig effekter på omfang av innovasjoner og økonomiske effekter for bedriften.

Undersøkelsen gir også mer håndfaste resultater knyttet til faktisk gjennomføring av innovasjonsaktiviteter, og i hvilken grad Innovasjon Norge kan sies å ha forårsaket (har effekt på) disse aktivitetene. Dette benevnes gjerne som addisjonalitet.

Datagrunnlaget for rapporten er en spørreundersøkelse mot bedrifter og enkeltpersoner som mottok støtte fra Innovasjon Norge i 2011. Resultatene er basert på svar fra rundt 2400 respondenter, av et brutto utvalg på i overkant av 3700. Det gir en svarprosent på 65.

Spørsmålene til bedriftene dreier seg blant annet om:

- Status for prosjektet – Er midlene brukt, når forventes det effekter?
- Hvem bidro til utvikling av prosjektideen?
- Addisjonalitet – Ville prosjektet vært gjennomført uten støtten fra Innovasjon Norge?
- Har prosjektet bidratt til økt samarbeid og økt kompetanse?
- Hvilke innovasjoner er eller forventes realisert, og hvor nyskapende er disse?
- Hvilke økonomiske og samfunnsmessige effekter forventes? Effektene er gitt ved en rekke indikatorer for bedriftens økonomi og effekter for andre.

HOVEDKONKLUSJONER

Bidrag til måloppnåelse

Innovasjon Norge har et overordnet mål om å fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling i hele landet. Målene ble endret i 2012, men i denne rapporten relateres resultatene til de mål som gjaldt i 2011. Målene i 2011 var at Innovasjon Norge skal...

1. bidra til økt innovasjon i næringslivet i hele landet
2. bidra til økt internasjonalisering i næringslivet i hele landet
3. styrke profileringen av Norge og norsk næringsliv internasjonalt
4. bidra til næringsutvikling basert på regionale forutsetninger
5. være en kunde- og markedsdrevet organisasjon, korrigere for markeds- og systemsvikt samt være en kompetent pådriver.

Resultatene er generelt sett forholdsvis like resultatene i foregående års undersøkelse. Endringene fra år til år er gjennomgående små, og man må derfor se på eventuelle trender over flere år for at det skal være mulig å si at måloppnåelsen er blitt bedre eller dårligere. En slik sammenligning over tid vanskeliggjøres til en viss grad ved at mange av spørsmålene i denne undersøkelsen er nye.

Oppsummeringsvis anser vi at undersøkelsen underbygger at Innovasjon Norge også i 2011 bidro til måloppnåelse på disse delmålene gjennom:

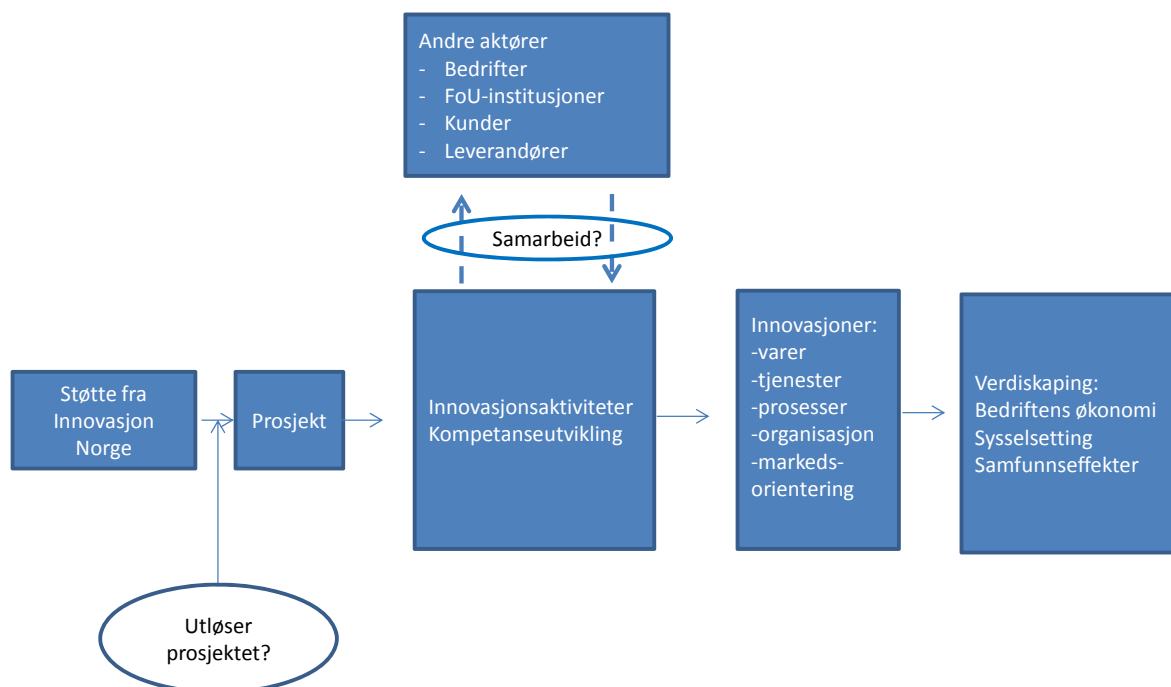
- Høy addisjonalitet i innovasjonsaktiviteter, herunder at Innovasjon Norge har stor betydning for at en stor del av prosjektene fikk banklån. (delmål 1)
- Stor geografisk spredning av innovasjonsaktivitetene (delmål 1), selv om innovasjons-høyden varierer en del geografisk langs en sentrum-periferidimensjon. Det kan gjenspeile at man støtter innovasjon basert på regionale forutsetninger (delmål 4).
- Om lag 40 prosent av bedriftene forventer økt eksport som følge av prosjektet (delmål 2 og 3). Tallene er ikke sammenlignbare med lignende tall fra 2010-undersøkelsen.
- Bidrag til økt samarbeid og kompetanseheving (delmål 5).

Andelen som svarer at prosjektet vil føre til anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder er imidlertid en del lavere enn tidligere år. På bakgrunn av at denne typen effekter retter seg mot delmål 2 om internasjonalisering og delmål 3 om internasjonal profilering, bør utviklingen når det gjelder effektene på bedriftenes markedsarbeid, være gjenstand for økt oppmerksomhet.

Antatt virkningsmekanisme

En illustrasjon av den antatte virkningsmekanismen for støtten fra Innovasjon Norge er vist i Figur A nedenfor.

Figur A Forenklet modell av antatt virkningsmekanisme for Innovasjon Norges støtte til en bedrift eller næringsdrivende



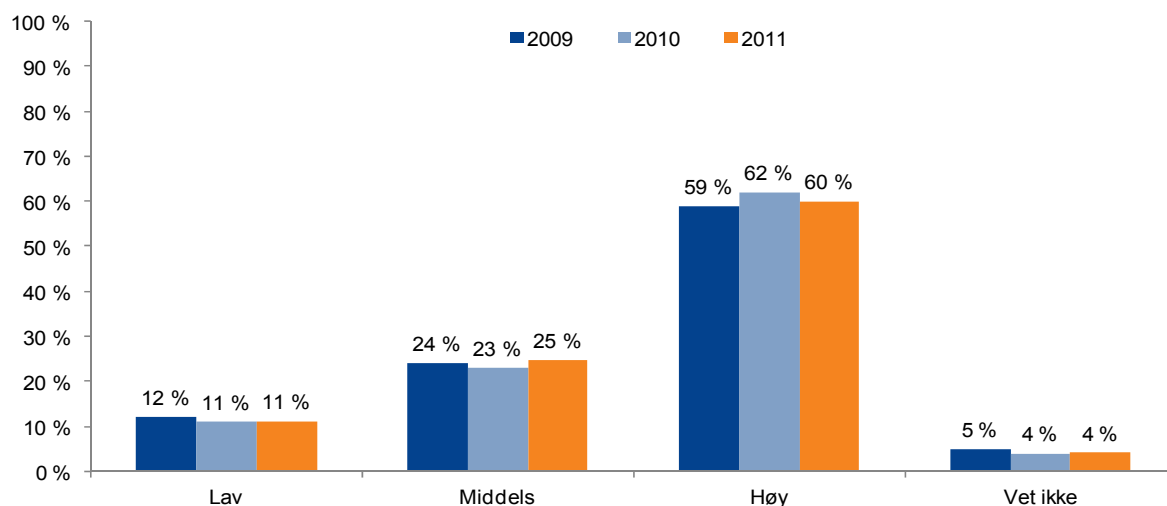
Støtten er ment å sette i gang aktiviteter (prosjekt) som også innebærer utvikling og utvidelse av kompetanse. Sentralt i innovasjonsprosesser er samarbeid med aktører

utenfor bedriften. Innovasjonsprosessen resulterer i faktiske innovasjoner, som kan være nye eller forbedrede prosesser, varer og tjenester, endret organisering eller endringer innenfor markedsføring/markedsutvikling. Innovasjonene forventes i sin tur å gi økonomisk gunstige effekter for bedriftene i form av økt verdiskaping, med ringvirkninger til samfunnet for øvrig.

Fortsatt høy addisjonalitet

Begrepet addisjonalitet uttrykker i hvor stor grad støtten fra Innovasjon Norge utløser aktiviteter som ellers ikke ville blitt gjennomført. Seks av ti bedrifter i undersøkelsen anser at støtten fra Innovasjon Norge var av stor betydning for at prosjektet ble gjennomført, dvs. angir høy addisjonalitet av Innovasjon Norges støtte. Dette er marginalt lavere enn i 2010-undersøkelsen, men undersøkelsen bekrefter et hovedbilde av stabil addisjonalitet de senere årene, jf. Figur B.

Figur B Utviklingen i addisjonalitet 2009-2011



For 25 av de 28 tjenestene var andelen bedrifter med høy addisjonalitet over 50 prosent. Høyest addisjonalitet var det i Marint verdiskapingsprogram og Bioenergiprogrammet.

Tjenestene er fordelt på fire hovedgrupper – Tilskuddstjenester, Stipenditjenester, Lånetjenester og Programtjenester. Addisjonaliteten er noe lavere for Lånetjenester enn for de tre andre hovedgruppene. Det er noen mindre variasjoner i addisjonaliteten etter geografisk beliggenhet, men de er lite systematiske ut fra en sentrum-periferidimensjon.

Et viktig spørsmål for Innovasjon Norge er i hvor stor grad man skal støtte prosjekter med høy risiko, sammenlignet med mindre risikable prosjekter. For å få maksimal effekt ut av støttemidlene, må organisasjonen avveie ønsket om å realisere mange prosjekter som ellers ikke ville blitt gjennomført (oppnå høy addisjonalitet), mot ønsket om ikke å støtte prosjekter med lav sannsynlighet for suksess (høyrisikoprosjekter). Svarene fra bedriftene tyder på at addisjonaliteten er noe lavere for prosjekter med lav risiko enn for øvrige prosjekter. Vi finner imidlertid ingen forskjell i addisjonaliteten mellom prosjekter med middels og høy risiko.

Vi finner en tendens til høyere addisjonalitet i bedrifter som har gjennomført mye innovasjonsaktiviteter de senere årene, enn i andre bedrifter.

Hvilke typer innovasjoner forventes?

Innovasjoner kan skje på en rekke felt – utvikling og forbedring av varer, tjenester og prosesser, utvikling av bedriftens organisasjon samt nye måter å drive markedsføring og markedsutvikling på. Blant prosjektene i årets undersøkelse, bidro 67 prosent til innovasjon på to eller flere av disse fem områdene, mens 16 prosent førte til innovasjon på ett område. Det var kun 17 prosent av prosjektene som ikke fører til noen innovasjoner.

Nesten 6 av 10 prosjekter med forventet stort bidrag til innovasjon retter seg mot å forbedre eller utvikle nye varer. Nesten halvparten av innovasjonene rettet seg mot marked/markedsføring, mens drøyt 4 av 10 prosjekter med forventet høyt bidrag til innovasjon dreide seg om organisasjonsutvikling.

Fordelingen mellom disse innovasjonstypene synes i stor grad å være på linje med tidligere førundersøkelser, men på grunn av endringer i spørreskjemaet, er mange av resultatene ikke direkte sammenlignbare.

Hvor nyskapende en innovasjon er, benevnes ofte som innovasjonshøyde. Bedriftene har selv klassifisert hvor nyskapende innovasjonene er, og gruppert dem i fire kategorier; Innovasjon på internasjonalt nivå (de mest nyskapende), på nasjonalt nivå, på regionalt nivå og på bedriftsnivå (de minst nyskapende).

De nye varene anses i stor grad å være internasjonale innovasjoner – drøyt 4 av 10 av de nye varene er innovasjoner på internasjonalt nivå. Også de nye tjenestene er i størst grad innovasjoner på internasjonalt nivå, men innovasjonshøyden er lavere enn for varer. De nye produksjonsprosessene har lavere innovasjonshøyde enn vare- og tjenesteinnovasjonene.

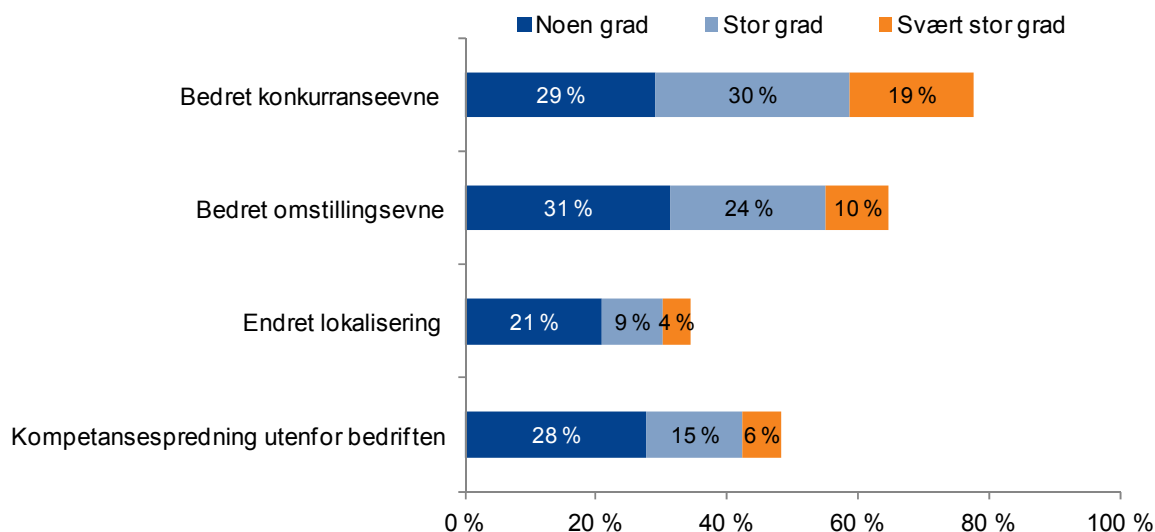
Innovasjonshøyden i prosjektene har en klar geografisk dimensjon, idet den er klart høyest i storbyregioner og mindre i lite sentrale regioner.

Økonomiske effekter som forventes

Bedriftene har generelt en svært positiv vurdering av prosjektenes betydning for sin økonomi. Generelt forventer 8 av 10 bedrifter at prosjektet vil bedre bedriftens konkurranseevne, og halvparten at dette vil skje i stor eller svært stor grad, jf. Figur C nedenfor. Andelen som anser at konkurranseevnen bedres, er lavere enn i tidligere undersøkelser, men endringer i spørsmålsformuleringen gjør det usikkert om dette er en reell endring.

En av tre bedrifter forventer at prosjektet vil medføre en stor forbedring i bedriftens omstillingsevne. I noe mindre grad forventes kompetansespredning og endret lokalisering.

Figur C *Prosjektenes forventede effekter for bedriften, n=2376*



Drøyt halvparten av bedriftene forventer økning av salget lokalt i Norge. Nesten 40 prosent svarer at de forventer økt salg til utlandet. Fra 40 til 50 prosent forventer imidlertid ingen økning i salget som følge av prosjektet.

Omtrent 40 prosent av bedriftene forventer at prosjektet vil påvirke prisene de kan få for produktene sine og nesten 30 prosent regner med at prosjektet vil redusere kostnadsnivået.

Omtrent 40 prosent forventer at de gunstige effektene fra prosjektet vil innebære en økning i antall ansatte. Tekniske forbedringer kan redusere behovet for ansatte, men det er likevel under 10 prosent som forventer at antall ansatte skal gå ned som følge av prosjektet.

Kjennetegn som påvirker prosjektets effekt på konkurranseevnen

Det er store variasjoner mellom bedriftene i hvilken grad de tror prosjektet vil bedre konkurranseevnen. Innenfor 8 tjenester svarer mer enn 70 prosent at prosjektet i stor grad forventes å føre til bedring i konkurranseevnen. Disse tjenestene er Distriktsrettede risikolån, Etablererstipend (KRD), Etablererstipend (NHD), Entreprenørskap, Innovasjonslån, IPR rådgivning, Miljøteknologi og OFU/IFU. Det er 3 tjenester der under 30 prosent regner med at prosjektet vil bedre konkurranseevnen i stor grad. Disse er Bioenergi-programmet, Bygdeutviklingsmidler – Tradisjonell og Skog- og klimaprogrammet.

I en statistisk analyse der vi analyserer betydningen av ulike kjennetegn samtidig (regresjonsanalyse), finner vi dessuten at det er en rekke kjennetegn ved prosjektene og bedriftene som, uavhengig av hvilken tjeneste de mottar, som har betydning for hvor mye prosjektet bedrer bedriftens konkurranseevne.

Vi finner at prosjektet forventes å gi større forbedring av konkurranseevnen...

- ...desto høyere grad av addisjonalitet prosjektet har
- ...der risikoen anses å være på et middels nivå, sammenlignet med prosjekter med lav og prosjekter med høy risiko
- ...desto mer samarbeid med andre aktører prosjektet forventes å innebære
- ...desto mer nyskapende innovasjonen forventes å bli

- ...i bedrifter som i utgangspunktet gjennomfører mye innovasjonsaktiviteter
- ...i bedrifter med svært høye vekstforventninger de nærmeste 5 årene

Vi finner isolert sett mindre forbedring av konkurranseevnen i bedrifter med mer enn 10 ansatte enn i mindre bedrifter. Dette må ses på bakgrunn av at prosjektets størrelse relativt til bedriftens samlede aktivitet gjennomgående vil være mindre desto større bedriften er.

Implikasjoner for Innovasjon Norge

En del spørsmål har vært nye eller omformulert i årets undersøkelse, noe som innebærer et brudd i tidsseriene. Resultatene for disse spørsmålene bør derfor følges spesielt nøye i kommende år.

Undersøkelsen har identifisert en del tjenester der graden av suksess har avtatt betydelig det siste året, men også til dels lenger tilbake i tid. Med avtakende suksess menes det her at skåren på enkelte indikatorer er betydelig redusert sammenlignet med skåren ved tidligere undersøkelser. Blant annet har det vært en betydelig nedgang i andelen prosjekter med høy addisjonalitet for FRAM, Risikolån landbruk, IPR rådgivning og Etablererstipend NHD. Disse tjenestene bør derfor følges nøye framover.

Nytt i årets undersøkelse er også at det er gjennomført statistiske analyser av sammenhenger mellom ulike kjennetegn ved bedriftene og prosjektene, og forventet effekt på bedriftens konkurranseevne. Resultatene kan være av betydning for hvordan Innovasjon Norge skal prioritere mellom ulike prosjekter innenfor hver tjeneste, eller mellom tjenester.

1 OM UNDERSØKELSEN

1.1 FORMÅL MED KUNDEEFFEKTUNDERSØKELSEN

Kundeeffektundersøkelsene av Innovasjon Norges engasjementer har to hovedformål. Det ene er å bidra til å forbedre og videreutvikle Innovasjon Norges virksomhet overfor kundene. Det andre er å dokumentere overfor omverdenen hva som er resultatene av Innovasjon Norges aktiviteter.

Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelser er av to typer, en førundersøkelse gjennomført etter utløpet av det året de har mottatt støtte (finansiell eller ikke-finansiell), og en etterundersøkelse gjennomført 4 år etter. Førundersøkelsen måler i hovedsak forventede effekter, mens etterundersøkelsen er ment å fange opp faktiske effekter av Innovasjon Norges støtte på innovasjon og verdiskaping.

Denne rapporten dokumenterer resultatene i førundersøkelsen av personer og bedrifter som mottok støtte fra Innovasjon Norge i 2011. Innovasjon Norge benytter selv ofte begrepet *leveranser* om den støtten som ytes i de 28 tjenestene som omfattes av denne undersøkelsen. Støtten/leveransene kan variere fra lån og tilskudd, til ikke-finansiell støtte som deltakelse på delegasjonsreiser eller deltakelse i nettverk. Å måle effekter av Innovasjon Norges leveranser, er både metodisk og empirisk krevende. Det innebærer å anslå bidraget fra Innovasjon Norges leveranse til bedriftenes innovasjon, lønnsomhet, vekst og andre forhold. Det igjen innebærer å anslå hvordan disse størrelsene hadde vært i 2011 dersom bedriftene ikke hadde mottatt leveransene fra Innovasjon Norge. Kundeeffektundersøkelser som denne, vil gi svar på effekten av leveransene, basert på hva mottakerbedriftene selv anser er effekten (selvrapporterte effekter). Selv om dette er en metodisk begrensning, gir likevel resultatene et vell av verdifull informasjon, som vanskelig kunne ha vært framskaffet på annen måte.

I tillegg til å stå på egne ben gjennom en relativt detaljert beskrivelse av svarene fra bedrifter som har mottatt leveranser innenfor ulike tjenester, er kundeeffektundersøkelsene ett av flere elementer i den samlede evalueringen av Innovasjon Norges virksomhet og effektene av denne. Innovasjon Norge har blant annet et Mål- og resultatsystem som består både av et omfattende opplegg for rapportering av aktiviteter (ved bruk av aktivitetsindikatorer ved registrering av saker når de kommer inn). Løpende serviceundersøkelser gir kortfattede svar på bedriftenes tilfredshet med leveransene og samhandlingen med Innovasjon Norge. Det gjennomføres også jevnlig mer omfattende evalueringer av hele eller deler av Innovasjon Norges virksomhet. En slik evaluering ble gjennomført i 2010 (Pöyry, Damvad og Agenda Kaupang, 2010), og omfattet spørreundersøkelser, dybdeintervjuer, analyser av regnskapsdata og andre analyseelementer.

1.2 INNOVASJON NORGES FORMÅL

Målstrukturen for Innovasjon Norge ble endret i juni 2012. Siden undersøkelsen omfatter bedrifter som mottok leveranser i 2011, drøftes resultatene med utgangspunkt i de målene som var gjeldende i 2011.

Formålsparagrafen oppsummerer Stortingets oppdrag til Innovasjon Norge:

Innovasjon Norge (IN) skal fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling i hele landet, og utløse ulike distrikters og regioners næringsmessige muligheter gjennom å bidra til innovasjon, internasjonalisering og profilering.

Det er i årsrapporten for 2011 spesifisert fem delmål. Disse er at Innovasjon Norge skal...

1. bidra til økt innovasjon i næringslivet i hele landet
2. bidra til økt internasjonalisering i næringslivet i hele landet
3. styrke profileringen av Norge og norsk næringsliv internasjonalt
4. bidra til næringsutvikling basert på regionale forutsetninger
5. være en kunde- og markedsdrevet organisasjon, korrigere for markeds- og systemsvikt samt være en kompetent pådriver

1.3 ANALYSEMODELL

Hva som bidrar til økt verdiskaping og økonomisk vekst har vært gjenstand for økonomisk forskning i århundrer. Ulike fagretninger og virkningsmekanismer har vært beskrevet, og noen enkel omforent analysemodell eksisterer ikke. Vi har forsøkt å synliggjøre tanke-skjemaet i en formel, diskutert nedenfor. Formelen ivaretar effekter i ulike fagtradisjoner ved å beskrive hvordan verdiskapingen i bedrift i, avhenger av kjennetegn og egenskaper ved bedriften og dens omgivelser. Hensikten med formelen er å gi grunnlag for en systematisering av måter innovasjon kan skje og påvirkes på, og hvordan leveranser fra Innovasjon Norge kan ha effekt på innovasjon og verdiskaping i næringslivet. Disse virkemåtene blir kort forklart nedenfor.

Formel 1.1 Formel for faktorer i og omkring en bedrift (bedrift i) som har konsekvenser for dens verdiskaping

$$Y_i = p(M) * g_i * f(a_i(a_j)N_i, b_iK_i)$$

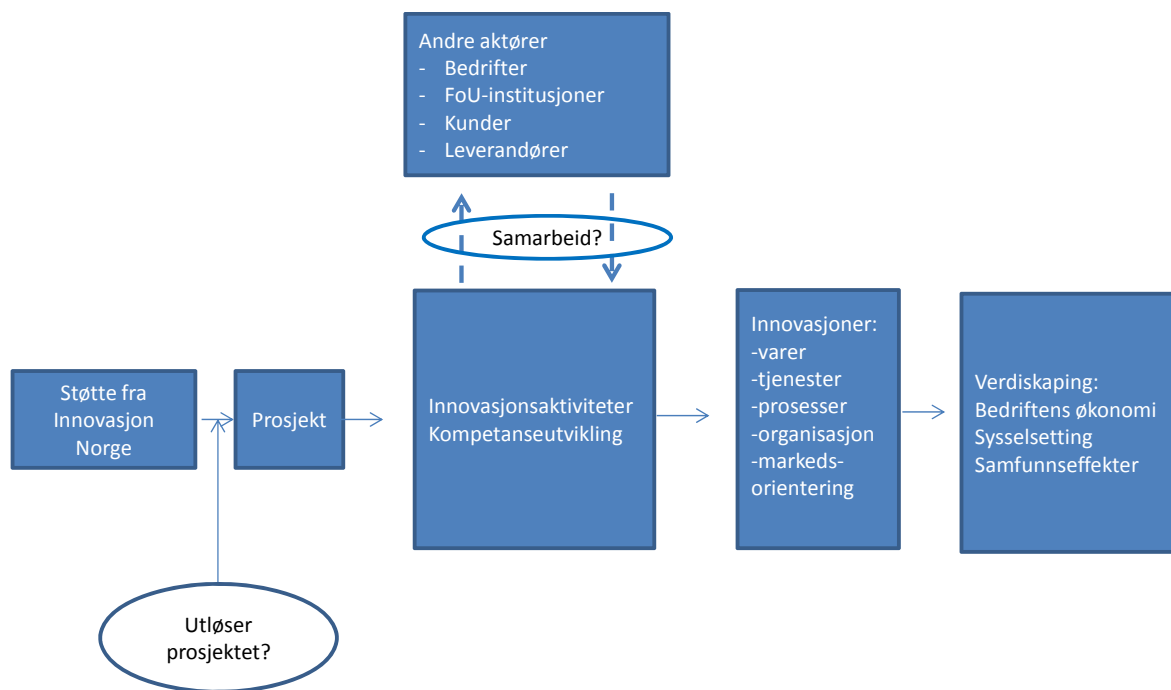
Verdiskaping	Verdiskapingen (Y) i bedrift i er produktet av solgt volum multiplisert med de prisene (p) bedriften oppnår i markedet.
Markedsforhold	Prisen er igjen en funksjon av markedet (merkevare, priselastisitet). Markedsforhold er gitt ved parameteren M.
Utvikling og innovasjon	Utvikling og innovasjon kan ses som tekniske framskritt i bedriften (bedrift i), herunder organiseringseffekter, hvor godt faktorene arbeider sammen og sosial kapital. Utvikling og innovasjon er gitt ved parameter g_i i formelen over.
Kompetanse Samarbeid	Arbeidskraftens kompetanse er indikert ved parameteren a_i . Formelen indikerer videre at kompetansen påvirkes gjennom samarbeid eller annen kontakt med andre bedrifter (bedrift j indikerer andre bedrifter). Parameter a_j indikerer effekt av kompetanse fra andre bedrifter (bedrift j) på denne bedriften (bedrift i).
Ansatte	Antall ansatte (eller utførte timeverk) er gitt ved parameter N_i .
Teknologi	Mengden kapital (produksjonsutstyr, finansielle ressurser) i en bedrift er viktige bidrag til verdiskapingen. b_i indikerer kapitalproduktiviteten (teknologiinnholdet i kapitalutstyret) som måler hvor stor betydning for verdiskapingen kapitalmengden har.
Kapital	Kapitalbeholdningen er gitt ved parameter K_i .

De ulike leveranser fra Innovasjon Norge har til hensikt å øke verdiskapingen gjennom å påvirke ulike elementer i formelen over. Ligningen er generisk og generell. Det er videre et

utall av årsak-virkningssammenhenger mellom hvordan en leveranse direkte og gjennom ringvirkninger påvirker organisering, prosesser, teknologi, humankapital og kompetanse, og videre hvordan økonomiske resultater i form av salg, kostnader, overskudd og vekst påvirkes. Disse påvirkningseffektene er mange og komplekse, og er ikke vist i formelen.

En forenklet visuell beskrivelse av den antatte virkningsmekanismen for støtten fra Innovasjon Norge er vist i Figur 1.1 nedenfor.

Figur 1.1 Forenklet modell av antatt virkningsmekanisme av Innovasjon Norges støtte til en bedrift eller etablerer



Støtten fra Innovasjon Norge antas å være utløsende for et prosjekt i bedriften. Prosjektet innebærer oftest at det settes i gang innovasjonsaktiviteter som også innebærer utvikling og utvidelse av kompetanse. Sentralt i innovasjonsprosesser er at innovasjonsatferden og kompetanseutviklingen foregår i samarbeid med andre aktører utenfor bedriften. Innovasjonsarbeidet resulterer i faktiske innovasjoner, som kan være nye eller forbedrede varer, tjenester eller prosesser, endret organisering samt nye måter å arbeide på overfor markedet. Innovasjonene forventes i sin tur å gi økonomisk gunstige effekter for bedriftene gjennom økt salg, nye produkter eller kostnadsreduksjoner – alt sammen forhold som styrker bedriftenes konkurranseevne.

1.4 SPØRSMÅLSTYPER I KUNDEEFFEKTUNDERSØKELSEN

I spørreundersøkelsen stilles bedriftene spørsmål om de ulike hovedelementene i analysemodellen, som illustrert i formelen foran. De blå boksene i den venstre kolonnen er hovedelementene i analysemodellen i forrige underkapittel, mens den høyre kolonnen er grupper av spørsmål i spørreundersøkelsen.

Figur 1.2 Sammenheng mellom analysemodell og spørreskjema

Prosjektet	• Status for benyttelse av tilbudet og igangsetting
Kapital	• Finansiering
Utvikling og innovasjon	• Utvikling av prosjektideen • Betydning for innovasjon og nyskaping
Kompetanse	• Utvikling av egen kompetanse
Samarbeid	• Kontakt med andre, nyttiggjøring av andres kompetanse
Ansatte	• Sysselsetting før og etter
Verdiskaping	• Økonomiske effekter for bedriften
Samfunnseffekter	• Ikke-økonomiske effekter og effekter for andre

Selve spørreskjemaet er gjengitt som vedlegg, og det stilles spørsmål blant annet knyttet til følgende tema:

- Status for prosjektet – Er midlene brukt, når forventes effekter?
- Hvem bidro til prosjektideen?
- Addisjonalitet – Ville prosjektet vært gjennomført uten støtten fra Innovasjon Norge?
- Samarbeid og kompetanse
- Hvilke innovasjoner er eller forventes realisert?
- Hvilke økonomiske og samfunnsmessige effekter forventes? Effektene er gitt ved en rekke indikatorer for bedriftens økonomi og effekter for andre.

1.4.1 Endringer i spørreskjemaet sammenlignet med tidligere førundersøkelser

Pöyry reviderte spørreskjemaet som ble brukt ved forrige undersøkelse, der hensikten var å forbedre og spisse spørsmålene. Det nye spørreskjema for Kundeeffektundersøkelsen 2011 er utformet i samarbeid med Innovasjon Norge. Hovedendringene fra tidligere skjema er gjengitt nedenfor:

- Det er lagt til nye spørsmål som kun gis til bedrifter som har mottatt rådgivning ved et Innovasjon Norge-kontor i utlandet og bedrifter som har deltatt på delegasjonsreiser og/eller messer i regi av Innovasjon Norge.
- Spørsmålet knyttet til utvikling og forbedring av vare er endret. Det skilles nå mellom vare og tjeneste både for utvikling og forbedring, samt at det spørres om innovasjons-høyden for begge.
- Spørsmålene knyttet til marked/markedsføring og organisasjonsutvikling er utvidet og formuleringene spisset.
- Spørsmålet om økonomiske forhold i bedriften er endret. Omsetning er erstattet med overskudd, eksport er erstattet med salg lokalt/regionalt, nasjonalt og internasjonalt,

og det er lagt til spørsmål om pris, spekter av varer/tjenester, arbeidskostnader og andre kostnader.

- Spørsmålet om konkurranseevne er endret, fra å spørre bedriften om i hvilken grad prosjektet er *viktig* for konkurranseevnen, til i hvilken grad prosjektet *bedrer* konkurranseevnen. Vi spør dessuten om i hvilken grad prosjektet vil gjøre bedriftens evne til omstilling større, endre lokaliseringen og føre til kompetansespredning utenfor bedriften.
- Det er lagt til nye spørsmål om når prosjektet tidligst vil gi gevinster, samt bedriftens vurdering av risikoen for at prosjektet ikke vil lykkes.
- Det er lagt til følgende nye bakgrunnsspørsmål om bedriften:
 - I hvor stor grad bedriften er norskeid.
 - I hvor stor grad bedriften har gjennomført innovative aktiviteter i perioden 2008-2010.
 - I hvor stor grad bedriften har særegen kompetanse sammenlignet med andre bedrifter i samme bransje.
 - Utviklingen i bedriftens aktivitetsnivå i perioden 2008-2010.
 - Bedriftens vekstutsikter de neste fem årene.

1.4.2 Vurderinger knyttet til endringene i spørreskjema

I forbindelse med at Pöyry har overtatt ansvaret for kundeeffektundersøkelsene, gjorde vi i samarbeid med Innovasjon Norge en gjennomgang av det teoretiske rammeverket for sammenhengen mellom offentlige tiltak og verdiskaping, presentert i foregående underkapitler. Dette teoretiske bildet av hva som påvirker en bedrifts verdiskaping har utgjort et bakteppe for våre vurderinger av spørreskjemaet.

Spørsmålene knyttet til igangsetting og addisjonalitet er i liten grad endret. Vi har imidlertid valgt å redusere omfanget av spørsmål angående “mellomliggende” variabler i bedriftene, slik som bedriftenes fokus på innovasjonsrelaterte forhold og på effekter på bedriftenes kompetanse om endringer. Vi har ønsket i større grad å rette oppmerksomheten mot faktiske og litt mer håndgripelige endringer, ved å spørre mer direkte om hvilke faktiske endringer i form av nye varer, tjenester, prosesser og måter å drive bedriften på som forventes (og i etterundersøkelsen - realiserte effekter). Vi har også spesifisert i noe mer detalj hvilke typer endringer vi spør om, særlig knyttet til bedriftens markedsorientering og måter å arbeide på overfor sitt marked. Dette har bakgrunn i en økende interesse fra Innovasjon Norge for å stimulere næringslivets markedsorientering og arbeid med markedsutvikling.

Det er gjennomført en god del endringer i spørsmålene knyttet til forventede økonomiske effekter. Vi har utvidet antallet målvariabler og bl. a. tatt inn spørsmål om effekter på kostnader per enhet, salg henholdsvis lokalt/regionalt, nasjonalt og internasjonalt. Dessuten er antall svaralternativer i en del tilfeller økt, og vi har forsøkt å ha samme svaralternativer for større grupper av variabler.

Vi har, i likhet med tidligere undersøkelser, inkludert bedriftenes vurdering av “ikke-økonomiske” effekter, men har nå færre spørsmål. Denne typen vurderinger er kanskje særlig utsatt for strategiske svar eller uforpliktende positive vurderinger fordi selve fenomenet er vanskelig å definere (jf. at vi spør om prosjektet fører til at bedriften “blir mer bevisst på å ta samfunnsansvar”).

Spørreskjemaet inneholder som tidligere en del spørsmål om kjennetegn ved bedriften eller prosjektet. En viktig hensikt med å samle inn informasjon om slike kjennetegn er at de kan være viktige å ta hensyn til i analysene. Kjennetegnene er forhold som kan tenkes å ha betydning for effektene av Innovasjon Norges støtte. Det kan være effekter på om prosjektet faktisk gjennomføres (addisjonalitet) og det kan være effekter på faktiske (eller i

førundersøkelsen – forventede) endringer i innovasjonsomfang og -type, salg, produksjon, kostnader, sysselsetting og så videre. De kjennetegnene vi spør om, er variabler vi mistenker kan ha betydning for effektene. Resultatene vil kunne ha betydning for hvilke bedrifter eller type prosjekter Innovasjon Norge prioriterer i sin tildeling av støtte.

Vi spør for eksempel om bedriftens eierform (norsk versus utenlandsk eierskap) på bakgrunn at det er forskningsresultater som tyder på at bedrifter med utenlandsk eierskap er mer innovative enn norske. Dette spørsmålet gjør det mulig å undersøke om effektene av støtten fra Innovasjon Norge varierer med eierskap.

Vi har også tatt inn et nytt spørsmål der vi ber bedriftene angi i hvor stor grad de har gjennomført utviklings- eller endringsprosesser for å fremme innovasjon de siste årene. Hensikten er å dele bedriftene inn i ulike kategorier med hensyn til innovasjonsorientering. Hypoteser som ligger bak dette er hvorvidt støtte for å fremme innovasjon gir best resultater i bedrifter som allerede driver med mye innovasjonsaktiviteter, eller om effekten er størst i bedrifter som i utgangspunktet ikke driver mye med innovasjon.

Den samme tankegangen ligger bak et nytt spørsmål om bedriften selv anser at den i utgangspunktet har særegen kompetanse sammenlignet med andre bedrifter i sin bransje: Bør Innovasjon Norge støtte bedrifter som i stor grad har slik kompetanse fordi effektene er sterkest i slike bedrifter, eller er det ingen forskjeller mellom ulike typer bedrifter langs denne dimensjonen.

Vi har spurt bedriftene om en kvalitativ vurdering av endringen i sitt aktivitetsnivå de siste årene og en vurdering av vekstutsiktene framover. Igjen er hensikten å kunne studere om det er interessante forskjeller i effekt av støtten mellom bedrifter som historisk har hatt sterk vekst og bedrifter med historisk svak vekst eller nedgang. Samme resonnement gjelder når det gjelder forventet vekst: Er effektene størst ved støtte til bedrifter som forventer svært sterk vekst, er de sterkest ved å gi støtten til andre bedrifter, eller er det ingen forskjell mellom bedrifter med ulike vekstforventninger?

Et siste nytt kjennetegn vi har spurt om, er bedriftens vurdering av risikoen for at prosjektet ikke skal lykkes. Innovasjon Norge vil stå overfor valg mellom å prioritere prosjekter med høy risiko, men med potensielt stor gevinst, eller å prioritere prosjekter med lav risiko og potensielt lavere gevinst. Resultater fra kundeeffektundersøkelsen knyttet til hvorvidt graden av addisjonalitet og ulike effektmål/effektvurderinger varierer med prosjektrisiko vil kunne være av interesse for hvilke tildelingskriterier for støtte som innovasjon Norge bør benytte.

1.5 TJENESTER I UNDERSØKELSEN

Årets undersøkelse omfatter 28 tjenester. De kan deles i følgende fire hovedgrupper:

- Tilskuddstjenester
- Stipenditjenester
- Lånetjenester
- Programtjenester

Tjenestene kan også kategoriseres etter hvorvidt de innebærer finansiell støtte eller ikke-finansiell støtte (f. eks. rådgivningsstøtte eller deltakelse i nettverk). Tabell 1.1 viser hvilken hovedgruppe de ulike tjenestene tilhører, samt om støtten er finansiell eller ikke-finansiell. Miljøteknologi og Entreprenørskap er nye tjenester i 2011, og Verdiskapingsprogramet har endret navn til Lokalmatprogrammet siden forrige undersøkelse.

Tabell 1.1 *Kategorisering av tjenester etter type*

	Hovedgrupper av tjeneste	Finansiell eller ikke-finansiell støtte
Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell	Tilskuddstjeneste	Finansiell
Bygdeutviklingsmidler - Tilleggsnæring	Tilskuddstjeneste	Finansiell
Distriktsutviklingstilskudd	Tilskuddstjeneste	Finansiell
Landsdekkende utviklingstilskudd	Tilskuddstjeneste	Finansiell
Bygdeutviklingsstipend	Stipendstjeneste	Finansiell
Etablererstipend (KRD)	Stipendstjeneste	Finansiell
Etablererstipend (NHD)	Stipendstjeneste	Finansiell
Distriktsrettede risikolån	Lånetjeneste	Finansiell
Grunnfinansieringslån - flåte	Lånetjeneste	Finansiell
Innovasjonslån	Lånetjeneste	Finansiell
Lavrisikolån	Lånetjeneste	Finansiell
Landbrukslån	Lånetjeneste	Finansiell
Risikolån landbruk	Lånetjeneste	Finansiell
Bioenergiprogrammet	Programtjeneste	Finansiell
Delegasjoner	Programtjeneste	Ikke-finansiell
Design rådgivning	Programtjeneste	Ikke-finansiell
Entreprenørskap	Programtjeneste	Finansiell
FRAM	Programtjeneste	Ikke-finansiell
Internasjonalisering	Programtjeneste	Ikke-finansiell
IPR rådgivning	Programtjeneste	Ikke-finansiell
Lokalmatprogrammet	Programtjeneste	Finansiell
Marint verdiskapningsprogram	Programtjeneste	Finansiell
Maritim utvikling	Programtjeneste	Finansiell
Miljøteknologi	Programtjeneste	Finansiell
OFU/IFU	Programtjeneste	Finansiell
Skog- og klimaprogrammet	Programtjeneste	Finansiell
Trebasert innovasjonsprogram	Programtjeneste	Finansiell
Verdiskapingsprogram reindrift	Programtjeneste	Finansiell

Kilde: Pöyry

Mottakerne av støtte fra Innovasjon Norge er bedrifter, organisasjoner og personer, som benytter støtten til gjennomføring av et prosjekt i bedriften eller til å delta på en aktivitet (eksempelvis deltagelse på messer). Når begrepet prosjekt benyttes senere i rapporten menes både prosjekter gjennomført i bedriften og aktiviteter bedriften har deltatt på. Når vi omtaler støttemottakerne som bedrifter, menes alle bedrifter, organisasjoner og personer som har gjennomført et prosjekt.

1.6 GJENNOMFØRING AV UNDERSØKELSEN

Innovasjon Norges Kundeeffektundersøkelse for 2011 er som tidligere år basert på resultatene fra en spørreundersøkelse sendt til bedrifter, organisasjoner eller personer som i 2011 mottok en leveranse fra Innovasjon Norge. Undersøkelsen ble gjennomført som en ren webbasert undersøkelse. Det elektroniske spørreskjemaet ble sendt til alle respondenter i populasjonen der det forelå tilstrekkelig informasjon. Svarene ble avgitt i mai, juni og juli 2012.

Populasjon, utvalg og svarprosenter

Populasjonen for undersøkelsen besto av 5.553 respondenter (personer, organisasjoner eller bedrifter som mottok en leveranse fra Innovasjon Norge i 2011). I utgangspunktet ønsket vi at alle mottakerne av leveranser fra hver tjeneste skulle motta et spørreskjema. Bruttoutvalget besto av alle leveransemottakere i populasjonen med følgende unntak:

- Mottakere der det ikke var registrert tilstrekkelig informasjon hos IN
- Mottakere i statlig, fylkeskommunal eller kommunal forvaltning
- Mottakere som hadde mottatt mer enn én leveranse skulle bare motta ett spørreskjema, for å unngå for stor belastning av slike bedrifter.

Kriteriene ovenfor ga et bruttoutvalg bestående av 3.741 bedrifter/personer. Tilbakemeldinger fra respondentene tilsa at 87 av disse var utenfor målgruppen, og det justerte bruttoutvalget besto derfor av 3.654 bedrifter/personer.

Etter en rekke purringer, hadde vi mottatt 2.376 svar, som er 65 prosent av det justerte bruttoutvalget. Svarprosenten varierer mye mellom de ulike tjenestene; lavest svarprosent er det for Delegasjoner med 28 prosent, mens Etablererstipend (NHD) med 84 prosent har høyest svarprosent, jf. Tabell 1.2.

Tabell 1.2 *Populasjon, utvalg, mottatt svar og svarprosent etter tjeneste*

	Populasjon	Brutto utvalg	Justert bruttoutvalg	Mottatt svar	Svarprosent
Bioenergiprogrammet	190	173	171	124	73 %
Bygdeutviklingsmidler - Tilleggsnæring	358	160	159	109	69 %
Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell	1017	465	463	335	72 %
Bygdeutviklingsstipend	105	93	91	69	76 %
Delegasjoner	63	51	50	14	28 %
Design rådgivning	31	30	28	19	68 %
Distriktsrettede risikolån	86	67	66	44	67 %
Distriktsutviklingstilskudd	816	499	490	316	64 %
Entreprenørskap	61	59	57	41	72 %
Etablererstipend (KRD)	415	346	340	265	78 %
Etablererstipend (NHD)	79	69	69	58	84 %
FRAM	216	195	192	103	54 %
Grunnfinansieringslån - flåte	59	55	55	32	58 %
Innovasjonslån	94	77	75	52	69 %
Internasjonalisering	799	472	436	186	43 %
IPR rådgivning	82	62	59	29	49 %
Landbrukslån	245	190	190	138	73 %
Landsdekkende utviklingstilskudd	150	112	105	67	64 %
Lavrisikolån	82	67	66	41	62 %
Lokalmatprogrammet	96	80	79	52	66 %
Marint verdiskapningsprogram	88	68	66	42	64 %
Maritim utvikling	18	17	17	9	53 %
Miljøteknologi	49	41	41	27	66 %
OFU/IFU	197	163	159	122	77 %
Risikolån landbruk	31	31	31	18	58 %
Skog- og klimaprogrammet	45	41	41	26	63 %
Trebasert innovasjonsprogram	51	41	41	29	71 %
Verdiskapningsprogram reindrift	30	17	17	9	53 %
Totalt	5553	3741	3654	2376	65 %

Kilde: Pöyry

Vi finner ingen store forskjeller i svarprosenten avhengig av geografi. Svarprosenten varierer mellom 62 og 68 prosent når det gjelder sentralitet (5 kategorier) og mellom 66 og 72 prosent når det gjelder distriktpolitisk virkeområde (4 kategorier). Vi anser således at det ikke er skjevheter av betydning i utvalget knyttet til geografi. Vedlegg 1 inneholder en nærmere beskrivelse av populasjon og utvalg.

Tabell 1.2 viser at det er store variasjoner i det absolutte antallet bedrifter som har besvart undersøkelsen for de ulike tjenestene. I den videre analysen vil vi ikke vektlegge resultater for tjenester der antallet bedrifter som har besvart spørsmålet er færre enn 15, fordi resultatene da vil bli for usikre. Dette betyr at resultatene for de tre tjenestene Delegasjoner, Maritim utvikling og Verdiskapningsprogram reindrift ikke vil omtales særskilt.

Vekting

Spørreskjemaet ble sendt til alle personer/bedrifter i det justerte bruttoutvalget. Alle bedrifter i det justerte bruttoutvalget har således like stor sannsynlighet for å delta i undersøkelsen.

Ulike svarprosjenter mellom tjenestene innebærer likevel at fordelingen av antall svar mellom ulike tjenester i nettoutvalget (de som har svart) avviker fra fordelingen i populasjonen. Dette medfører behov for vekting når gjennomsnittstall for hele populasjonen sett under ett, eller aggregater av tjenester, skal beregnes.

Vektene varierer mellom tjenestene, mens alle respondenter innen hver tjeneste gis samme vekt. Svarene fra tjenester med lave svarprosjenter gis en vekt større enn 1, og svarene fra tjenester med høye svarprosjenter en vekt mindre enn 1. Vektingen påvirker således ikke gjennomsnitts- eller totaltall for de enkelte tjenestene. En nærmere beskrivelse av vektingen gis i Vedlegg 2.

2 KJENNETEGN VED BEDRIFTENE

I dette kapitlet gis en beskrivelse av bedriftene som har mottatt en leveranse innenfor en av de 28 tjenestene som er en del av Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelse 2011, basert på svarene fra spørreundersøkelsen. Tabell 2.1 viser gjennomsnittlige nøkkeltall for bedriftene per tjeneste og totalt.

Tabell 2.1 Gjennomsnittlige nøkkeltall for støttebedriftene

	Antall ansatte per bedrift	Andel høyere utdanning per bedrift	Andel ikke etablert	Andel 100 % norsk eid	Eksportandel per bedrift	Innvilget beløp per bedrift, kr	Innvilget beløp per ansatt, kr
Bioenergiprogrammet	7	30 %	12 %	100 %	1 %	273 000	206 000
Bygdeutviklingsmidler - tillegg	2	29 %	14 %	99 %	7 %	409 000	231 000
Bygdeutviklingsmidler – tradisj.	3	21 %	3 %	99 %	2 %	945 000	653 000
Bygdeutviklingsstipend	2	40 %	42 %	100 %	12 %	113 000	97 000
Delegasjoner	21	45 %	18 %	89 %	28 %	0	0
Design rådgivning	9	44 %	16 %	79 %	27 %	0	0
Distriktsrettede risikolån	16	32 %	3 %	100 %	31 %	2 100 000	305 000
Distriktsutviklingstilskudd	18	35 %	8 %	92 %	21 %	407 000	125 000
Entreprenørskap	3	62 %	10 %	92 %	17 %	61 000	37 000
Etablererstipend (KRD)	3	47 %	20 %	89 %	8 %	271 000	206 000
Etablererstipend (NHD)	2	51 %	28 %	88 %	12 %	390 000	296 000
FRAM	7	33 %	4 %	93 %	10 %	0	0
Grunnfinansieringslån - flåte	6	13 %	7 %	96 %	33 %	3 908 000	977 000
Innovasjonslån	17	62 %	6 %	78 %	35 %	3 031 000	426 000
Internasjonalisering	265	53 %	7 %	82 %	35 %	0	0
IPR rådgivning	2	35 %	43 %	100 %	9 %	0	0
Landbrukslån	2	21 %	8 %	99 %	3 %	1 846 000	1 368 000
Landsdekkende utviklingstilsk.	22	62 %	6 %	93 %	17 %	309 000	120 000
Lavrisikolån	44	22 %	3 %	97 %	14 %	14 364 000	2 155 000
Lokalmatprogrammet	10	39 %	6 %	100 %	1 %	417 000	146 000
Marint verdiskapningsprogram	31	35 %	5 %	97 %	49 %	569 000	122 000
Maritim utvikling	35	37 %	11 %	88 %	46 %	724 000	120 000
Miljøteknologi	29	53 %	0 %	77 %	33 %	4 217 000	687 000
OFU/IFU	407	57 %	5 %	83 %	27 %	1 401 000	440 000
Risikolån landbruk	3	3 %	0 %	94 %	0 %	830 000	501 000
Skog- og klimaprogrammet	8	23 %	8 %	100 %	7 %	282 000	125 000
Trebasert innovasjonsprogram	10	35 %	14 %	96 %	1 %	387 000	167 000
Verdiskapningsprogram reindrift	1	50 %	0 %	100 %	0 %	248 000	293 000
Total	58	37 %	9 %	93 %	14 %	1 021 000	413 000

Kilde: Pöyry (spørreundersøkelsen)

Merk: Uvektede gjennomsnitt for hver tjeneste, vektet snitt for totalen.

Gjennomsnittlig antall ansatte per bedrift som har svart for hver tjeneste, varierer mye. For flere av tjenestene er mottakerne små bedrifter med få eller ingen ansatte, og flere av mottakerne er enkeltpersoner. Dette gjelder i stor grad Bygdeutviklingsmidler – tillegg, Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell, Bygdeutviklingsstipend, Entreprenørskap,

Etablererstipend (KRD), Etablererstipend (NHD), IPR-rådgivning, Landbrukslån, Risikolån landbruk og Verdiskapingsprogram reindrift. Mottakerne innenfor Internasjonalisering og OFU/IFU har i gjennomsnitt et høyt antall ansatte. I årets undersøkelse er disse to tjenestene de eneste som omfatter bedrifter med mer enn 1.000 ansatte; Det er hhv. fire og fem bedrifter med mer enn 1.000 ansatte innenfor de to tjenestene. Det er likevel et fåtall av bedriftene som har svært mange ansatte, og også innenfor disse tjenestene har flertallet av bedriftene færre enn ti ansatte. Det gjennomsnittlige tallet i tabellen ovenfor er altså påvirket av noen få, svært store bedrifter, men undersøkelsen viser likevel at det kun var innenfor Internasjonalisering og OFU/IFU at de største bedriftene mottok støtte i årets undersøkelse.

“Andel med høyere utdanning” i tabellen er definert som andelen av de ansatte med utdanning fra universitet eller høyskole med varighet fra ett år og oppover. Andelen med høyere utdanning er høyest for mottakerne innenfor Entreprenørskap, Innovasjonslån og Landsdekkende utviklingstilskudd og lavest innenfor Risikolån landbruk.

“Andel ikke etablert” i tabellen er andelen av bedriftene som ikke er en etablert bedrift. Denne andelen er høyest for mottakerne innen IPR-rådgivning. Mottakerbedriftene er i stor grad heleid av norske eiere. Tjenestene som har størst innslag av utenlandsk eierskap er Design rådgivning, Innovasjonslån og Miljøteknologi, der i gjennomsnitt rundt 20 prosent av eierne er utenlandske.

Eksportandelen er høyest for Marint verdiskapingsprogram der halvparten av produksjonen i gjennomsnitt eksporteres. Dette er et interessant resultat da tjenesten i stor grad omhandler markedsorientering der hensikten er å profilere sjømatbedriftene – både ute og hjemme. Lavest eksportandel finner vi for Bioenergiprogrammet, Lokalmatprogrammet, Risikolån landbruk, Trebasert innovasjonsprogram og Verdiskapingsprogram reindrift der omtrent alt salg foregår på det norske markedet.

Det er store variasjoner i gjennomsnittlig innvilget beløp mellom de ulike tjenestene. Lånetjenesten Lavriskolån har høyest gjennomsnittlig innvilget beløp per bedrift. Totalt sett ble det i 2011 innvilget i gjennomsnitt 1 million kroner per bedrift.

For første gang har vi i år også analysert støttebedriftenes egne vurderinger av ulike bedriftskjennetegn og kjennetegn ved prosjektet bedriften har fått støtte til. Kjennetegnene er utviklingen i bedriftenes aktivitetsnivå de siste årene, i hvor stor grad bedriften har gjennomført innovasjonsarbeid tidligere, graden av særegen kompetanse i bedriften, bedriftens vekstutsikter fremover samt risikoen for at prosjektet skal mislykkes. Svarkategoriene for de aktuelle kjennetegnene er forklart nedenfor:

Indikator	Forklaring	Svarkategorier
Aktivitetsnivå	Endring i aktivitetsnivå målt ved omsetning i perioden 2008-2010	1 "Sterk nedgang" 2 "Noe nedgang" 3 "Omtrent uendret" 4 "Noe økning" 5 "Sterk økning"
Innovative aktiviteter	Endring i innovasjonsfremmende aktivitet 2008-2010	1 "Ingen grad" 2 "Liten grad" 3 "Noen grad" 4 "Stor grad" 5 "Svært stor grad"
Særegen kompetanse	Bedriftens kompetanse sammenlignet med kompetansen i andre bedrifter i samme bransje	1 "Ingen grad" 2 "Liten grad" 3 "Noen grad" 4 "Stor grad" 5 "Svært stor grad"
Vekst	Forventet vekstutsikter fem år frem i tid målt ved omsetning	1 "Mindre enn i dag" 2 "Omtrent like stor som i dag" 3 "Omtrent 50 prosent større enn i dag" 4 "Omtrent dobbelt så stor som i dag" 5 "Mer enn dobbelt så stor som i dag"
Risiko	Bedriftens vurdering av risikoen for at prosjektet skal mislykkes	1 "Ubetydelig" 2 "Påviselig" 3 "Betydelig"

Bakgrunnen for at vi har inkludert disse fem indikatorene er at vi ønsker å undersøke om det er en sammenheng mellom prosjektets addisjonalitetsgrad eller andre suksess-indikatorer og kjennetegn ved bedriften som mottar støtten, samt prosjektets risiko. Hypoteser vi ønsker å teste er bl. a. om addisjonaliteten er særlig høy i bedrifter som;

- har hatt sterk økning i aktivitetsnivået (målt ved omsetning) de siste årene,
- i stor grad har gjennomført innovasjonsfremmende aktiviteter de siste årene,
- i stor grad har særegen kompetanse,
- forventer en betydelig vekst de neste fem årene og
- gjennomfører prosjekter med betydelig risiko for at prosjektet vil mislykkes.

Tabell 2.2 viser gjennomsnittlig skår på fem ulike indikatorer som karakteriserer støttebedriftene. Dataanalyser som belyser hypotesene over presenteres i kapittel 5-8.

Det historiske aktivitetsnivået har i gjennomsnitt vært økende for bedriftene innen alle tjenester, og variasjonene mellom de ulike tjenestene er generelt liten, og mindre enn for de øvrige indikatorene.

For de fleste tjenester svarer bedriftene at de tidligere i noen til stor grad har gjennomført utviklingsarbeid eller endringsprosesser for å fremme innovasjon. Mottakerne innen Bygdeutviklingsstipend har i minst grad gjennomført innovative aktiviteter tidligere (skår 2,4), mens mottakerne innenfor Innovasjonslån og Miljøteknologi i gjennomsnitt har utført innovasjonsaktiviteter i stor - svært stor grad tidligere (begge med skår 4,4).

Innenfor de fleste tjenestene vurderer bedriftene egen kompetanse som særegen i noen til stor grad. Graden av særegen kompetanse vurderes som lavest innenfor Bygdeutviklingsmidler – Tradisjonell (skår 2,4), noe som ikke er særlig overraskende, da målgruppa

består av personer og foretak tilknyttet tradisjonelle primærnæringer. Graden av særegen kompetanse vurderes som høyest innenfor Miljøteknologi (skår 4,6), der prosjektene omfatter utvikling av mer miljøvennlige teknologier, produkter og prosesser som helt klart innebærer en høy grad av særegen kompetanse. Innenfor alle tjenester forventer bedriftene i gjennomsnitt vekst de neste fem årene. Forventet vekst er lavest for Bioenergiprogrammet, der bedriftene i gjennomsnitt forventer at bedriften er omtrent 25 prosent større enn i dag (skår 2,6). Formålet med Bioenergiprogrammet er å bidra til en effektiv og fremtidsrettet bruk av bioenergi med basis i gårdens, landbrukets og bygdenes ressurser, men det er ikke noen direkte vekstambisjoner i programmets målsetting. Da denne tjenesten i hovedsak rettes mot bønder og skogeiere, er resultatet over som forventet. Forventet vekst er høyest for Etablererstipend (NHD) der nesten alle bedriftene forventer at bedriften om fem år er mer enn dobbelt så stor som i dag (skår 4,8). Da Etablererstipend (NHD) retter seg mot unge bedrifter med betydelig vekstpotensial, er også dette resultatet som forventet. Også Entreprenørskap og Etablererstipend (NHD) retter seg mot vekstbedrifter, noe som bekreftes av en høy skår på vekstindikatoren.

Den gjennomsnittlige risikoen for at prosjektet skal mislykkes er generelt sett vurdert som et sted mellom ubetydelig og påviselig. Den vurderes å være høyest for Internasjonalisering og Innovasjonslån, og lavest for Risikolån landbruk og en del andre tjenester som retter seg mot primærnæringene.

Tabell 2.2 Gjennomsnittlige skår for støttebedriftene på ulike indikatorer

	Aktivitetsnivå	Innovative aktiviteter	Særegen kompetanse	Vekst	Risiko
Bioenergiprogrammet	3.6	2.7	2.7	2.6	1.3
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	3.8	3.3	3.4	3.5	1.4
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	3.7	2.6	2.4	2.8	1.3
Bygdeutviklingsstipend	3.3	2.4	3.5	3.8	1.4
Delegasjoner	3.6	4.3	4.1	3.4	1.8
Design rådgivning	4.3	3.3	4.4	4.1	1.7
Distriktsrettede risikolån	3.9	3.8	3.9	3.9	1.6
Distriktsutviklingstilskudd	3.8	3.6	3.7	3.5	1.5
Entreprenørskap	3.9	4.0	3.9	4.6	1.8
Etablererstipend (KRD)	4.0	3.2	4.1	4.4	1.7
Etablererstipend (NHD)	4.1	3.4	4.4	4.8	1.9
FRAM	3.8	3.5	3.8	3.4	1.6
Grunnfinansieringslån - flåte	3.9	2.5	2.6	3.0	1.3
Innovasjonslån	4.0	4.4	4.4	4.5	1.9
Internasjonalisering	3.9	3.9	4.0	3.7	1.9
IPR rådgivning	4.3	2.8	3.7	4.4	1.7
Landbrukslån	3.9	2.8	2.6	3.1	1.3
Landsdekkende utviklingstilskudd	3.9	4.1	4.2	3.2	1.6
Lavrisikolån	3.6	3.5	3.6	3.1	1.5
Lokalmatprogrammet	4.0	3.6	3.6	3.4	1.5
Marint verdiskapningsprogram	3.8	3.7	3.9	3.2	1.6
Maritim utvikling	4.0	3.9	4.6	3.6	1.6
Miljøteknologi	3.8	4.4	4.6	4.2	1.9
OFU/IFU	3.9	4.1	4.3	4.4	1.8
Risikolån landbruk	3.9	3.6	3.0	3.4	1.1
Skog- og klimaprogrammet	3.9	3.4	3.2	2.9	1.3
Trebasert innovasjonsprogram	3.9	3.4	3.9	3.4	1.6
Verdiskapingsprogram reindrift	4.0	3.4	3.6	2.9	1.3
Total	3.8	3.4	3.5	3.5	1.5

Kilde: Pöyry

For å illustrere hvor bedriftene innenfor de ulike tjenestene er lokalisert, har vi benyttet KRDs sentralitetsindeks, som er en inndeling av BA-regionene (bo- og arbeidsregionene) i følgende fem regiontyper:¹

1. Storbyregion
Regioner med senter med mer enn 50.000 innb.
2. Små og mellomstore byregioner (SMBY) utenfor DPV
Regioner med senter med mellom 5.000 og 50.000 innb., der senteret i regionen ligger utenfor det distriktpolitiske virkeområdet (DPV)
3. Små og mellomstore byregioner (SMBY) innenfor DPV
Regioner med senter med mellom 5.000 og 50.000 innb., der senteret i regionen ligger innenfor det distriktpolitiske virkeområdet (DPV)
4. Tettstedsregioner
Regioner med senter med mellom 1.000 og 5.000 innb.
5. Spredtbygde områder
Regioner med senter med under 1.000 innb.

¹ Inndelingen reflekterer inndelingen som ble benyttet i St.meld.nr.25 (2008-2009) Lokal vekstkraft og framtidstru.

Fordelingen av bedriftene på de fem regiontypene er vist i Tabell 2.3. Innenfor de fleste tjenester er det en hovedtyngde av bedrifter lokalisert i byregioner. Unntakene gjelder i stor grad tjenester som omfatter mottakere med jordbruksdrift.

Tabell 2.3 *Fordeling av bedriftene på de fem regiontypene etter tjeneste, n=2248*

	Regiontype				
	1	2	3	4	5
Bioenergiprogrammet (n=124)	25 %	29 %	22 %	20 %	4 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsmønstre (n=107)	26 %	20 %	18 %	28 %	8 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=335)	21 %	21 %	26 %	27 %	6 %
Bygdeutviklingsstipend (n=69)	29 %	17 %	22 %	25 %	7 %
Delegasjoner (n=10)	60 %	20 %	20 %	0 %	0 %
Design rådgivning (n=19)	42 %	21 %	11 %	26 %	0 %
Distriktsrettede risikolån (n=44)	14 %	5 %	27 %	32 %	23 %
Distriktsutviklingstilskudd (n=313)	12 %	9 %	23 %	43 %	13 %
Entreprenørskap (n=41)	83 %	10 %	2 %	0 %	5 %
Etablererstipend (KRD) (n=265)	37 %	24 %	22 %	14 %	4 %
Etablererstipend (NHD) (n=58)	76 %	22 %	2 %	0 %	0 %
Grunnfinansieringslån - flåte (n=32)	19 %	13 %	3 %	44 %	22 %
Innovasjonslån (n=52)	60 %	35 %	4 %	2 %	0 %
Internasjonalisering (n=183)	66 %	15 %	10 %	5 %	3 %
IPR rådgivning (n=17)	76 %	18 %	0 %	6 %	0 %
Landbrukslån (n=138)	17 %	22 %	18 %	36 %	7 %
Landsdekkende utviklingstilskudd (n=67)	69 %	30 %	1 %	0 %	0 %
Lavrisikolån (n=41)	15 %	24 %	15 %	27 %	20 %
Lokalmatprogrammet (n=51)	41 %	16 %	14 %	27 %	2 %
Marint verdiskapningsprogram (n=42)	38 %	31 %	17 %	14 %	0 %
Maritim utvikling (n=9)	56 %	33 %	11 %	0 %	0 %
Miljøteknologi (n=27)	70 %	22 %	4 %	4 %	0 %
OFU/IFU (n=122)	67 %	20 %	4 %	5 %	4 %
Risikolån landbruk (n=18)	11 %	17 %	11 %	44 %	17 %
Skog- og klimaprogrammet (n=26)	42 %	27 %	23 %	8 %	0 %
Trebasert innovasjonsprogram (n=29)	52 %	14 %	24 %	10 %	0 %
Verdiskapningsprogram reindrift (n=9)	11 %	0 %	0 %	78 %	11 %

Kilde: Pöyry (spørreundersøkelsen)

3 IDÉUTVIKLING, IGANGSETTING OG FINANSIERING

I dette kapitlet gis en beskrivelse av hvilke aktører som bidro til å utvikle prosjektideen, status for benyttelsen av tilbudet fra Innovasjon Norge, årsaken til at tilbudet eventuelt ikke vil bli benyttet, status for igangsetting av prosjektet samt hvilke finansieringskilder utenom Innovasjon Norge som ble benyttet.

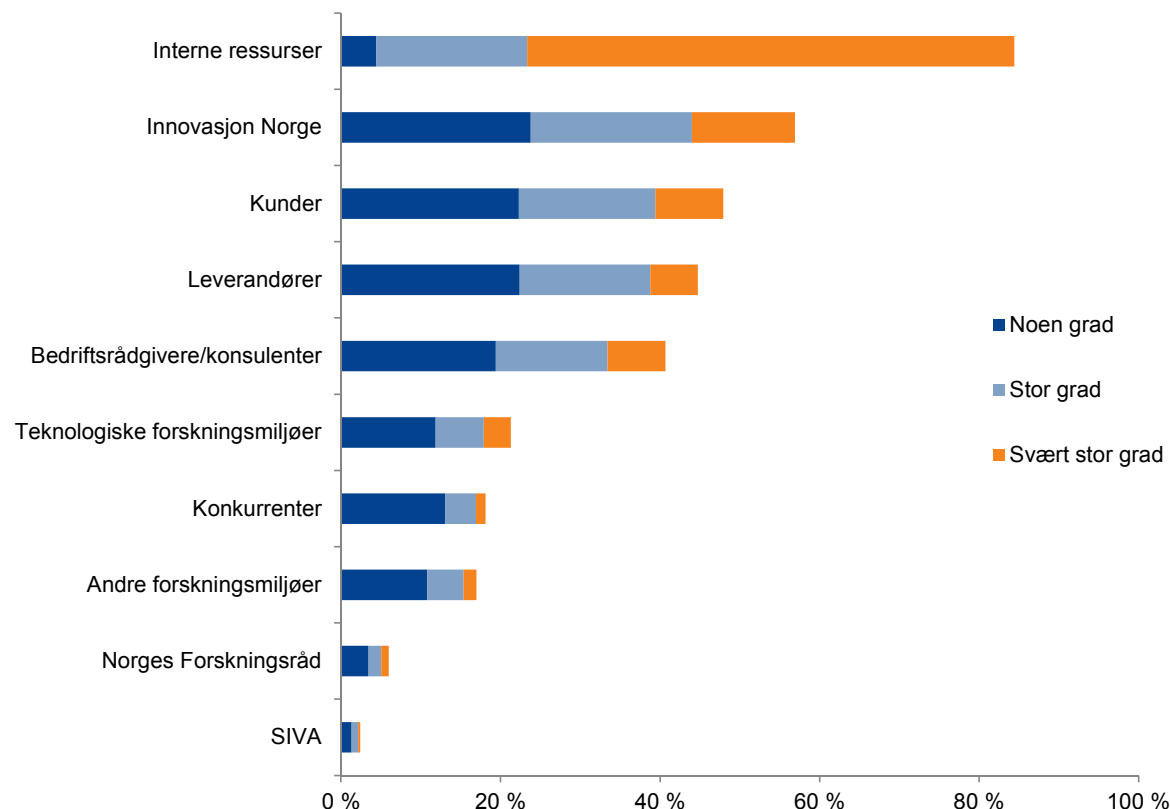
Som i tidligere undersøkelser er det interne ressurser som anses som viktigste bidragsytere for å utvikle prosjektidé. Innovasjon Norge var den nest viktigste. Seks av ti bedrifter mener Innovasjon Norge hadde stor betydning for at prosjektet fikk banklån.

3.1 UTVIKLING AV PROSJEKTIDEEN

Figur 3.1 viser bedriftenes oppfatning av bidragsytere til utviklingen av prosjektideen, der et prosjekt også inkluderer deltagelse i en aktivitet. Det er interne ressurser (ledelse og ansatte) som i størst grad har bidratt til utviklingen av prosjektideene, mens Norges Forskningsråd og SIVA i minst grad har bidratt til utviklingen av prosjektideene som har mottatt en leveranse fra Innovasjon Norge. Dette resultatet er i samsvar med funn i tidligere undersøkelser.

Innovasjon Norge har i stor eller svært stor grad bidratt til utviklingen av en tredjedel av prosjektideene, og også dette resultatet samsvarer med tidligere undersøkelser.

Figur 3.1 Bidragsytere til utvikling av prosjektideen, n=2376



Kilde: Pöyry

3.2 BENYTTELSE AV TILBUDET FRA INNOVASJON NORGE

3.2.1 Status for benyttelse av tilbudet

Nesten alle bedriftene (94 prosent) svarte at de har benyttet eller kommer til å benytte seg av tilbudet. Ser man bort fra de bedriftene som har svart "vet ikke/ikke relevant", har 84 prosent benyttet tilbudet og 12 prosent kommer til å benytte det. Til sammenligning var disse andelenene henholdsvis 85 og 12 ved forrige undersøkelse, noe som indikerer at andelen som benytter seg av tilbudet fra Innovasjon Norge holder seg relativt stabilt over tid.

Tabell 3.1 Status for benyttelse av tilbudet fra Innovasjon Norge, n=2376

	Andel
Benyttet	82 %
Kommer til å benytte det	12 %
Kommer ikke til å benytte det	4 %
Vet ikke/ikke relevant	3 %
Total	100 %

Kilde: Pöyry

3.2.2 Årsak til at tilbudet ikke benyttes

84 bedrifter (4 prosent av utvalget) oppgir at de ikke har, og ikke kommer til å benytte tilbudet fra Innovasjon Norge. Disse bedriftene ble bedt om å oppgi årsaken til at tilbudet ikke vil bli benyttet. Resultatet er vist i Tabell 3.2. I hovedsak var årsaken til at tilbudet ikke ble benyttet at prosjektet var opphørt eller at prosjektet var dekket gjennom andre kilder.

Tabell 3.2 Årsak til at tilbudet fra Innovasjon Norge ikke vil bli benyttet, n=84

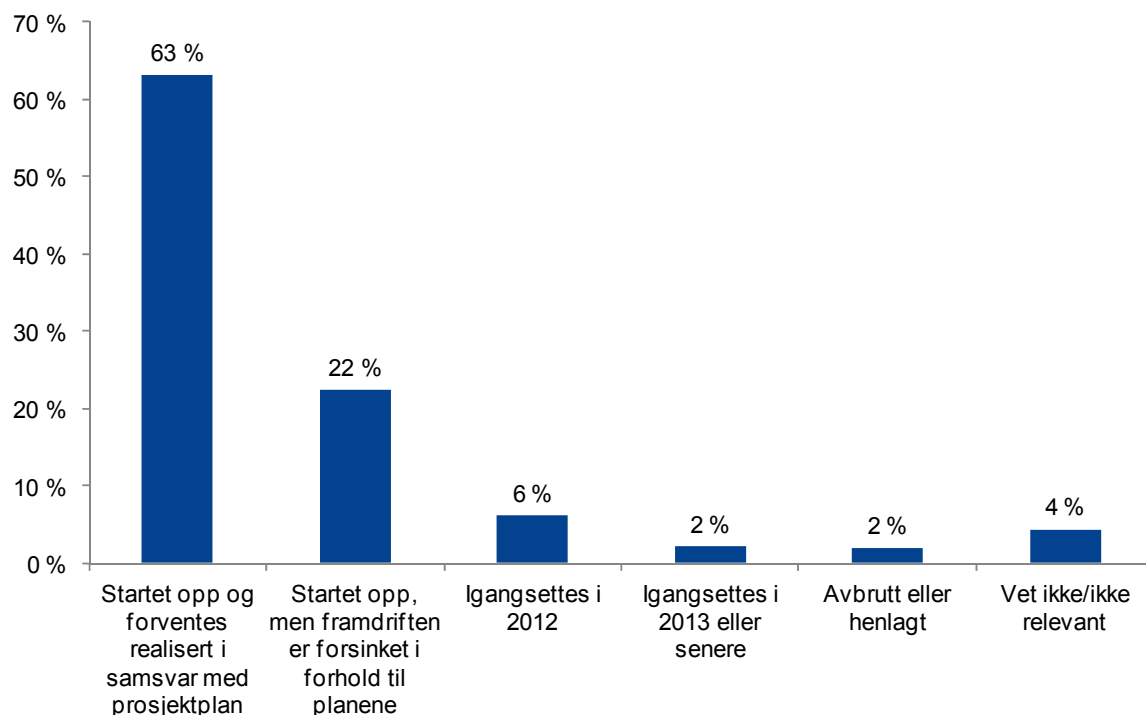
	Andel
Prosjektet/aktiviteten er opphørt	36 %
Prosjektet/aktiviteten er forsinket	4 %
Prosjektet/aktiviteten er dekket gjennom andre kilder	27 %
Annen grunn	2 %
Vet ikke/ikke relevant	31 %
Total	100 %

Kilde: Pöyry

3.3 STATUS FOR IGANGSETTING AV PROSJEKTET

De aller fleste prosjektene var startet opp da bedriftene besvarte spørsmålene i undersøkelsen. Nesten to tredjedeler av bedriftene opplyser at prosjektet er startet og forventes gjennomført i samsvar med prosjektplanen, mens om lag en fjerdedel av bedriftene svarer at prosjektet er startet opp, men at fremdriften er forsinket i forhold til planene. 6 prosent av bedriftene opplyser at prosjektet vil igangsettes senere i 2012, mens 2 prosent opplyser at det forventes oppstart i 2013 eller senere, jf. Figur 3.2.

Figur 3.2 Status for igangsetting, n=2316

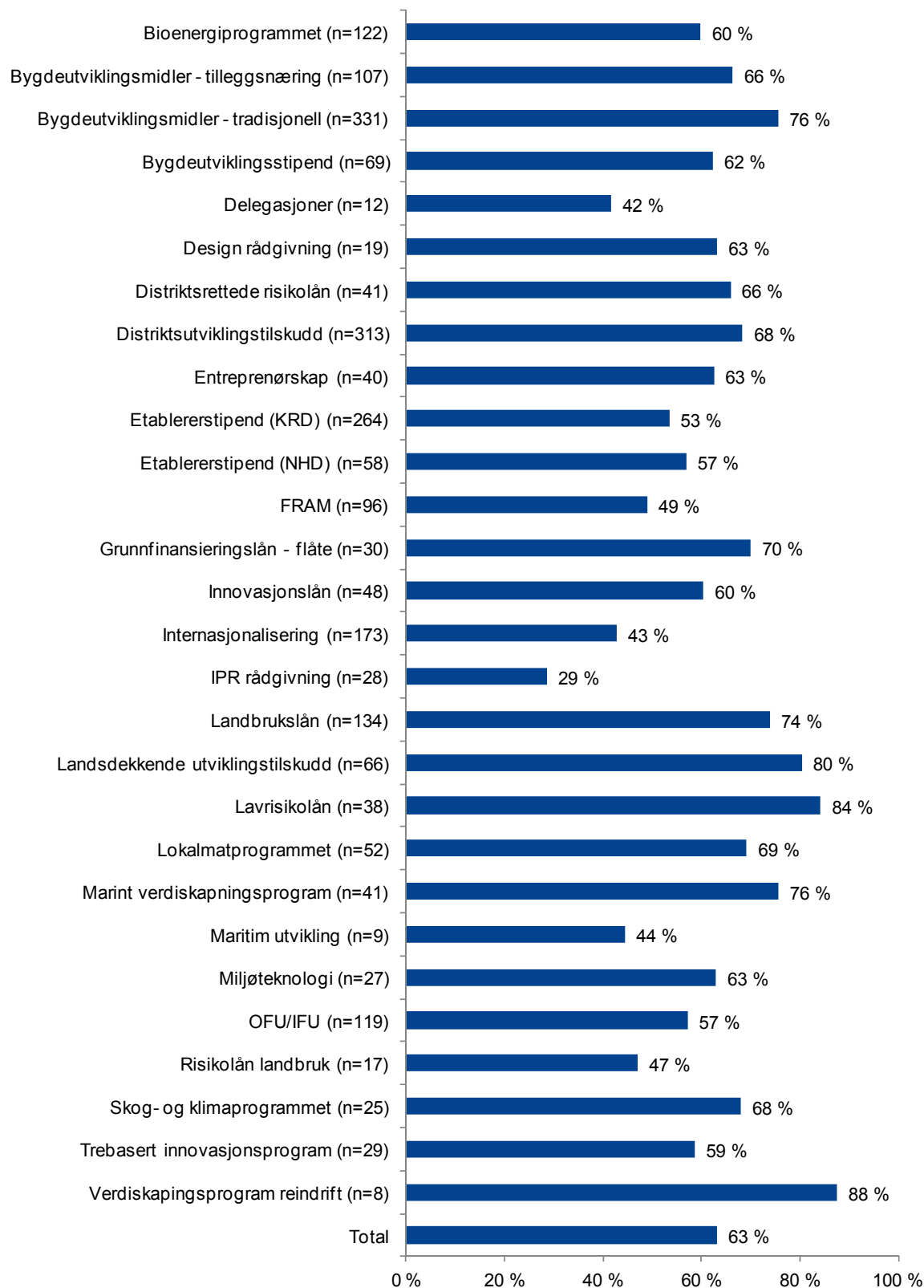


Kilde: Pöyry

Figur 3.3 viser andelen prosjekter som er startet opp og forventes gjennomført i samsvar med prosjektplanen, for de enkelte tjenestene. Andelen er lavest for IPR rådgivning (29 prosent).

Hovedtyngden av prosjektene som hører til under hovedgruppene Tilskuddstjenestene, Lånetjeneste og Stipendtjeneste er startet opp og forventet realisert i henhold til planen, mens resultatet er noe varierende for prosjektene innenfor de ulike Programtjenestene. Bortsett fra for prosjektene innenfor Design rådgivning, er flertallet av rådgivningsprosjektene, det vil si prosjekter som ikke har mottatt noe finansiell støtte, ikke startet opp og forventet realisert i samsvar med prosjektplanen.

Figur 3.3 *Andel prosjekter som er startet opp og forventes realisert i samsvar med prosjektplanen, etter tjeneste, n=2376*

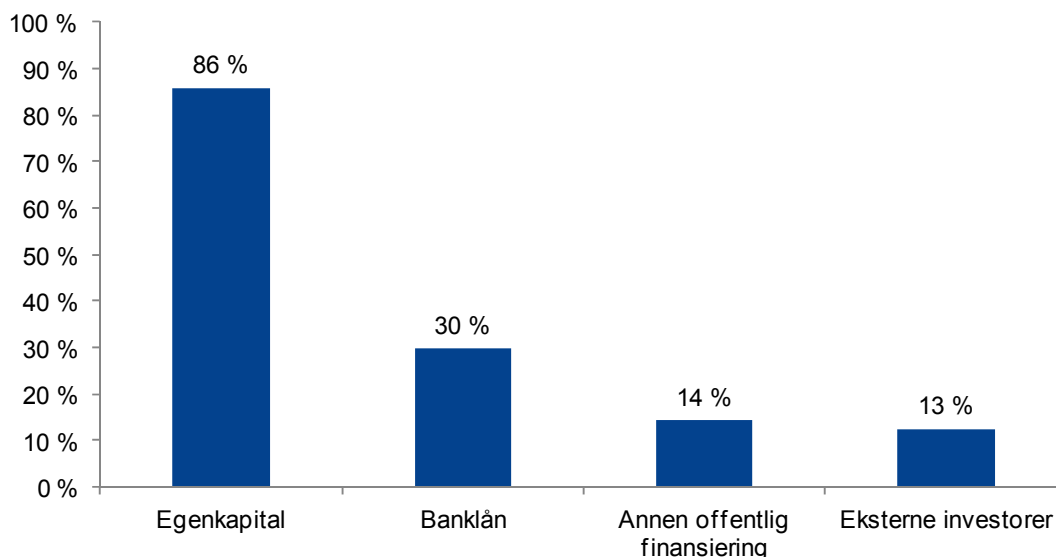


Kilde: Pöyry

3.4 FINANSIERING

Bedriftene som besvarte undersøkelsen ble bedt om å angi hvilke andre kilder enn Innovasjon Norge som ble benyttet til å finansiere prosjektet. Resultatet er vist i Figur 3.4.

Figur 3.4 Andre finansieringskilder enn Innovasjon Norge, n=2376



Kilde: Pöyry

53 bedrifter (2 prosent av utvalget) oppgir at prosjektet kun er finansiert av Innovasjon Norge, noe som viser at de fleste prosjektene i stor grad har flere finansieringskilder.

Egenkapital er naturlig nok en svært utbredt finansieringskilde – 86 prosent av bedriftene finansierte prosjektet ved bruk av egenkapital i tillegg til finansieringen fra Innovasjon Norge. Bruken av egenkapital varierer noe mellom tjenestene. Av prosjektene tilhørende stipendjentene Etablererstipend (NHD) og Bygdeutviklingsstipend ble henholdsvis 98 og 97 prosent av prosjektene finansiert ved bruk av egenkapital i tillegg til finansieringen fra Innovasjon Norge.

Bruken av annen offentlig finansiering enn Innovasjon Norge og private investorer ble i mindre grad benyttet som finansieringskilder. Annen offentlig finansiering ble størst grad benyttet for prosjekter innen Landsdekkende utviklingstilskudd (39 prosent). Dette er et interessant resultat da tjenesten blant annet har til hensikt å redusere risikoen i prosjektet, for å stimulere annen finansiering. Det ble ikke benyttet finansiering fra eksterne investorer for prosjekter innen Risikolån landbruk, mens det ble benyttet for 44 prosent av prosjektene innen Miljøteknologi.

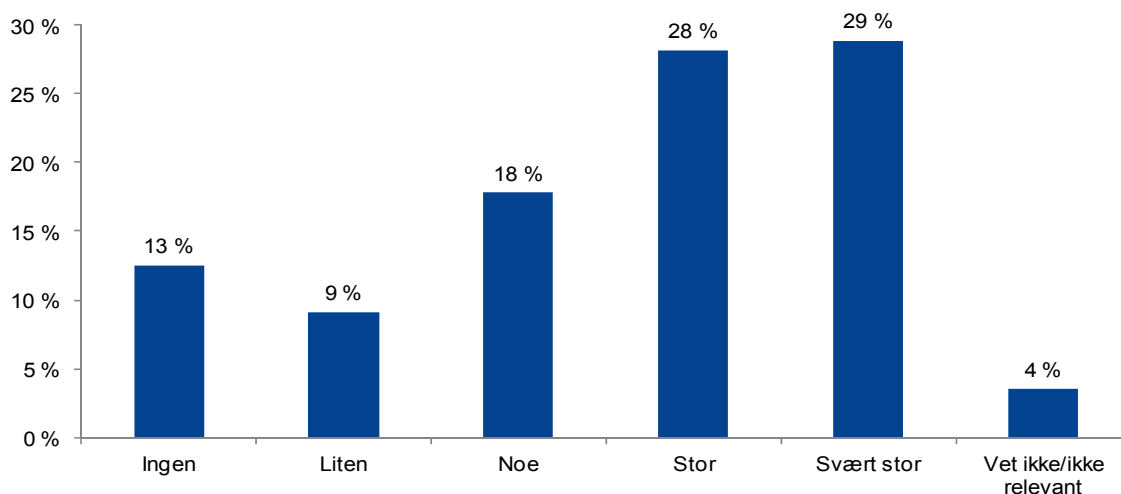
Også banklån er en utbredt finansieringskilde – nesten en tredjedel av prosjektene som ble finansiert av Innovasjon Norge ble i tillegg finansiert ved bruk av banklån. Som ved forrige undersøkelse er det prosjektene innenfor Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell som i høyest grad ble tilleggsfinansiert ved banklån (70 prosent), mens banklån i minst grad ble benyttet for prosjekter innen Landsdekkende utviklingstilskudd (1 prosent).

Prosjekter med høy risiko for at prosjektet ikke lykkes må antas, alt annet likt, å ha mindre sannsynlighet for å få innvilget banklån enn prosjekter med lav risiko. Det kan forventes at støtten fra Innovasjon Norge medfører økt utlånsvillighet fra bankenes side.

Vi ønsket å undersøke dette, og ba derfor bedriftene som gjennomførte prosjekter finansiert ved banklån om å vurdere betydningen av midlene fra Innovasjon Norge for at prosjektet fikk banklån. Om lag 60 prosent av bedriftene mener at støtten fra Innovasjon

Norge har hatt stor eller svært stor betydning for at bedriftene fikk banklån, jf. Figur 3.5. Dette resultatet samsvarer med resultatet fra forrige undersøkelse.

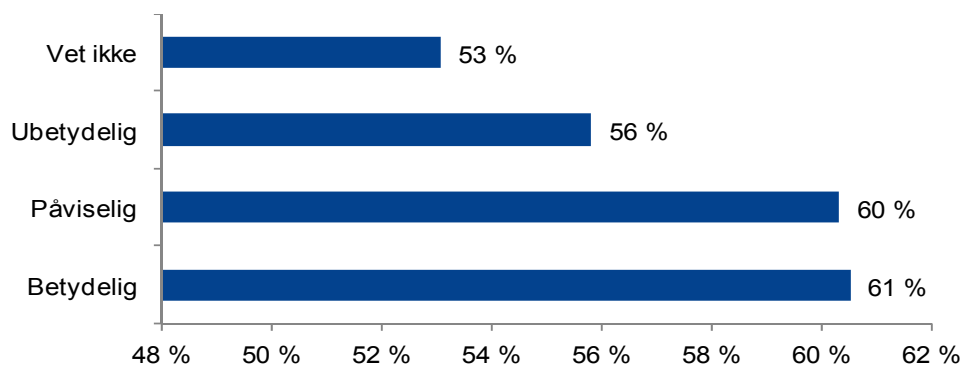
Figur 3.5 *Innovasjon Norges betydning for at prosjektet fikk banklån, n= 703*



Kilde: Pöyry

Vi ønsket å undersøke en hypotese om at støtten fra Innovasjon Norge virker mer utløsende for banklån desto større usikkerhet prosjektet er beheftet med. Vi har derfor gruppert svarene på spørsmålet om Innovasjon Norges støtte virket utløsende på banklån, etter risikoen ved prosjektet, slik bedriftene opplever den. Svarene er vist i Figur 3.6. Ved tolkningen av resultatene må vi her ta høyde for at de prosjektene som har fått støtte, også de med høy risiko, er prosjekter som av Innovasjon Norge er vurdert som støtteverdige. De må derfor alle forventes å ha positiv forventet gevinst.

Figur 3.6 *Andelen som mener at IN har hatt stor betydning for at bedriften fikk banklån etter bedriftens vurderte risiko for at prosjektet mislykkes, n=701*



Kilde: Pöyry

Blant de prosjektene som har fått støtte finner vi en noe høyere andel av bedriftene med risikofylte prosjekter svarer at støtten fra Innovasjon Norge førte til at prosjektet fikk banklån, enn hva som var tilfellet for prosjekter der risikoen ble vurdert som ubetydelig. Det var imidlertid ingen forskjell mellom prosjekter med middels risiko ("påviselig") og prosjekter med høy risiko ("betydelig") i hvorvidt Innovasjon Norges støtte bidro til at prosjektet fikk banklån.

Mange av prosjektene som ble gjennomført med støtte fra Innovasjon Norge resulterte i utvikling av nye produkter eller produksjonsprosesser. Det er interessant å forsøke å si noe om hvor nyskapende disse innovasjonene er.

Det er ofte vanlig å skille mellom gradvise innovasjoner og mer radikale innovasjoner. Radikale innovasjoner innebærer å skape kvalitativt nye produkter, prosesser, innretninger eller tenkesett, det vil si noe som ikke har eksistert før – enten teknologisk eller på andre områder. Gradvise innovasjoner forekommer langt hyppigere. Effekten av hver av dem kan være beskjeden, men samlet kan gradvise innovasjoner gi store effekter. I praksis er det flytende overganger mellom de ulike typene innovasjoner. Radikalt nye produkter kan inneholde elementer av tidligere produkter, og selv mindre endringer av et produkt kan få radikale konsekvenser.

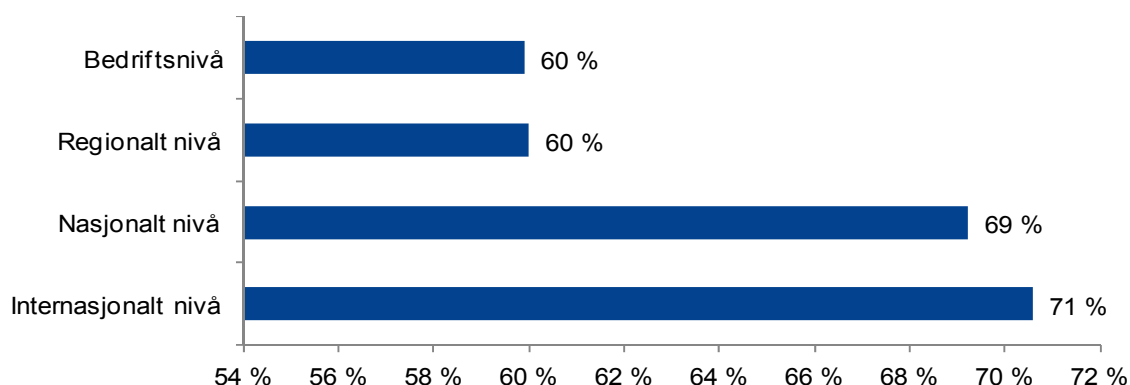
Det er altså vanskelig å definere hvor nyskapende en innovasjon er. Hvor nyskapende en innovasjon er, benevnes ofte som “innovasjonshøyde”. Dette er bl.a. det foretrukne begrepet i Oxford Research sine kundeeffektundersøkelser for Innovasjon Norge, og det begrepet Innovasjon Norge selv benytter for å gradere hvor innovative de ulike prosjektene er. Innovasjonene kan i henhold til denne etablerte begrepsbruken være på:

- Bedriftsnivå: Varen/tjenesten/prosessen er ny for virksomheten, men kjent på markedet
- Regionalt nivå: ny på det regionale markedet, men kjent på det nasjonale markedet
- Nasjonalt nivå: Ny på det norske markedet, men kjent i utlandet
- Internasjonalt nivå: Helt ny – finnes ikke fra før.

Denne operasjonaliseringen har til hensikt å klassifisere innovasjonene etter innovasjonshøyde, se kap. 6.3.

Ofte kan det være høyere risiko tilknyttet prosjekter der det gjennomføres innovasjoner på internasjonalt nivå, da dette ofte er FoU-prosjekter. Da banker generelt sett er risiko-averse, gis det mindre banklån til prosjekter med innovasjon på internasjonalt nivå enn på bedriftsnivå. Vår hypotese er således at støtten fra Innovasjon Norge spiller en viktigere rolle for at bedriften får banklån jo høyere innovasjonshøyden er. Resultatene gir støtte til den hypotesen jf. Figur 3.7.

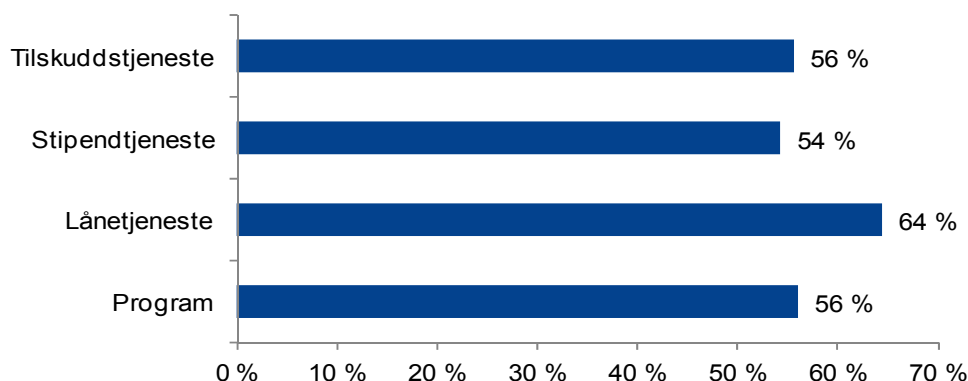
Figur 3.7 *Andelen som mener at IN har hatt stor betydning for at bedriften fikk banklån etter innovasjonshøyde, n=406*



Kilde: Pöyry

Det er også interessant å undersøke hvorvidt det er forskjeller i Innovasjon Norges betydning for tildeling av banklån mellom de ulike hovedkategoriene av tjenester. Figur 3.8 viser andelen av bedriftene som mottok banklån som mener at Innovasjon Norge har hatt stor betydning (tilsvarer stor og svært stor i Figur 3.5) for at bedriften fikk banklån etter tjenestetype.

Figur 3.8 Andelen som mener at IN har hatt stor betydning for at bedriften fikk banklån etter tjenestetype, n=703



Kilde: Pöyry

Andelen som mener at Innovasjon Norge hadde stor betydning for at bedriften fikk banklån er omtrent ti prosentpoeng høyere for bedriftene som mottok lånetjenester enn bedriftene som mottok andre tjenester. Også innenfor lånetjenester er det varierende i hvor stor grad Innovasjon Norge vurderes som viktig for at bedriften fikk banklån; Mens 47 prosent av bedriftene innen tjenesten Lavrisikolån mente at Innovasjon Norge hadde stor betydning for banklånet, var den tilsvarende andelen 78 prosent innen Distriktsrettede risikolån og 85 prosent innen Innovasjonslån. Resultater gir således en støtte til hypotesen om at Innovasjon Norge spiller en viktigere rolle for banklån jo høyere risikoen i prosjektet er.

Vi ønsket å undersøke for hvilke tjenester Innovasjon Norge har hatt størst betydning for at bedriftene fikk banklån. Nedenfor viser vi en oversikt over tjenestene med de høyeste andelen bedrifter som mener at Innovasjon Norge har hatt stor betydning for at bedriften fikk banklån, gitt at antallet bedrifter innenfor tjenesten er mer enn ti. En fullstendig oversikt er gitt i Vedlegg 3.

Tabell 3.3 Tjenester med høy andel bedrifter som mener at IN har hatt stor betydning for at bedriften fikk banklån

Tjeneste	Andelen som mener at IN har hatt stor betydning for at bedriften fikk banklån
Innovasjonslån (n=13)	85 %
Distriktsrettede risikolån (n=23)	78 %
Internasjonalisering (n=15)	67 %
Lokalmatprogrammet (n=11)	64 %
Distriktsutviklingstilskudd (n=64)	63 %
Landbrukslån (n=49)	59 %
FRAM (n=17)	59 %
Etablererstipend (KRD) (n=41)	56 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=234)	54 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=59)	54 %

Kilde: Pöyry

Lånetjenestene Innovasjonslån og Distriktsrettede risikolån skiller seg ut ved at omtrent 4 av 5 bedrifter mener at Innovasjon Norge hadde stor betydning for at prosjektet fikk banklån. Også for OFU/IFU svarer en tilsvarende andel at IN hadde stor betydning for

banklånet, men her er antallet bedrifter som har svart, meget lavt (og resultatene derfor bare vist i vedleggstabellen).

3.5 EFFEKT AV INTERNASJONAL RÅDGIVNING

Da det forventes at bedriftene innenfor Internasjonal rådgivning opplever en rask effekt av de gjennomførte aktivitetene, anses den rapporterte effekten i spørreundersøkelsen for disse bedriftene i større grad som realisert enn forventet. Bedriftene som hadde mottatt rådgivning fra et utenlandskontor fikk derfor noen skreddersydde spørsmål, og resultatene omtales nedenfor.

328 bedrifter (14 prosent av bedriftene som har besvart undersøkelsen) har mottatt rådgivning fra et utenlandskontor. Merk at dette er flere bedrifter enn bedriftene som har svart på vegne av Internasjonalisering, der 186 respondenter har besvart undersøkelsen. I gjennomsnitt har hver bedrift vært i kontakt med 2 utenlandskontor, og bedriften som har vært i kontakt med flest utenlandskontor har vært i kontakt med ti kontorer. Vi spurte bedriftene som har mottatt rådgivning fra et utenlandskontor om de var fornøyd med hjelpen de fikk ved kontoret de har hatt mest kontakt med. Resultatet viser at bedriftene stort sett er fornøyd med hjelpen de fikk – 94 prosent svarer at de er fornøyd, mens 6 prosent svarer at de ikke er fornøyd. De som ikke er fornøyd med hjelpen begrunner i hovedsak dette med at rådgiveren hadde for dårlig kompetanse (44 prosent) eller at rådgiveren hadde for liten tid tilgjengelig (33 prosent).

Bedriftene ble også spurt om de mente at kontakten med utenlandskontoret/kontorene har gitt prosjektet/bedriften et betydelig "løft" i form av økt optimisme for fremtidig vekst. 68 prosent av bedriftene mener at kontakten med utenlandskontoret har gitt prosjektet/bedriften et betydelig "løft".

4 ADDISJONALITET

Tema for dette kapitlet er addisjonalitet - i hvilken grad støtten fra Innovasjon Norge har utløst innovasjonsaktiviteter. Å anslå graden av addisjonalitet er altså et forsøk på å anslå i hvilke grad støtten fra Innovasjon Norge førte til innovasjonsaktivitet som ellers ikke ville vært gjennomført.

Andelen prosjekter klassifisert som prosjekter med høy addisjonalitet var 60 prosent. Dette er på nivå med tidligere år. For de fleste tjenestene har andelen prosjekter med høy addisjonalitet sunket siden 2010, for enkelte også siden 2009. Stor nedgang i addisjonaliteten har det bl. a. vært i FRAM, Risikolån landbruk, IPR rådgivning og Etablererstipend NHD. Bl. a. disse tjenestene bør følges nøye i framtidige undersøkelser.

Addisjonalitet kan måles på flere måter, og de tre vanligste formene for addisjonalitet er innsats-, resultat- og adferdsaddisjonalitet.

- **Innsatsaddisjonalitet.** Graden av innsatsaddisjonalitet måler om mottakeren av et offentlig virkemiddel eller deltageren på en offentlig initiert satsing er avhengige av den offentlige støtten for å gjennomføre den aktuelle aktiviteten eller om aktiviteten ville blitt gjennomført uansett. I de tilfeller aktiviteten *ikke* ville blitt gjennomført uten offentlig støtte, er innsatsaddisjonaliteten høy. Høy innsatsaddisjonalitet forutsetter imidlertid ikke nødvendigvis at det subsidierte prosjektet eller tiltaket er vellykket, da man fokuserer på innsats og ikke på resultat eller adferd. Innsatsaddisjonaliteten er viktig for å legitimere bruken av offentlige virkemidler.
- **Resultataddisjonalitet.** Graden av resultataddisjonalitet måler om de offentlige virkemidlene stimulerer mottakerne til å realisere vellykkede prosjekter, som for eksempel å utvikle nye produkter og prosesser, som uten offentlig støtte ikke hadde blitt utviklet. Resultataddisjonalitet prøver med andre ord å beskrive tilleggseffekten på tjenester eller produkter som kan tilskrives en offentlig satsing, og er således et mål på i hvor stor grad det vellykkede resultatet skyldes den offentlige intervensjonen.
- **Adferdsaddisjonalitet.** Adferdsaddisjonalitet er et mer komplekst begrep som ble introdusert delvis for å komplettere de to foregående addisjonalitetsbegrepene, og handler om i hvilken grad det oppstår forskjeller og endringer i bedriftens adferd som kan tilskrives en offentlig intervensjon. Adferdsaddisjonalitet handler om de kvalitative endringene som oppstår når bedrifter mottar offentlig støtte. Dette kan for eksempel inkludere påvirkning/endring av strategisk adferd (eksempelvis i forbindelse med bedriftssamarbeid) eller forbedringer med hensyn til ledelse av utviklings- og innovasjonsprosesser eller lignende. Fokus rettes mot de mer langsiktige endringene av bedriftens atferd. Ett hovedpoeng i denne forbindelse er at offentlige intervensjoner vil ha langvarige effekter på innsats først når mottakerbedriftene endrer sin adferd som for eksempel sine innovasjonsstrategier og markedsorientering. Å måle adferdsendring er imidlertid krevende, da det blant annet vil ta tid å endre/påvirke bedriftene. I tillegg vil det selvfølgelig alltid være måleproblemer med hensyn til hva som er effekten av hva.

Addisjonalitetsbegrepet er definert på ulike måter, men i denne rapporten er begrepet knyttet til i hvilke grad tjenesten fra Innovasjon Norge har vært utløsende for at aktiviteter ble gjennomført, eller om aktivitetene ville blitt gjennomført uavhengig av støtte fra Innovasjon Norge. Man måler altså ikke reell addisjonalitet, men brukernes vurdering av

betydningen støtten fra Innovasjon Norge har hatt for gjennomføringen av prosjektet. Målinger av den reelle addisjonaliteten krever et helt annet metodisk opplegg der man må benytte kontrollgrupper og utføre målinger der man følger enkeltbedrifter over en lengre tidsperiode enn ett enkelt år slik vi gjør i denne undersøkelsen. Det primære spørsmålet knyttet til addisjonalitet som alle bedriftene ble spurt om er:

"Hva tror du ville skjedd med prosjektet/aktiviteten dersom Innovasjon Norge ikke hadde gitt deg/virksomheten støtte/rådgivning?"

4.1 GJENNOMSNITTLIG ADDISJONALITET

I 2011 hadde 60 prosent av prosjektene en høy addisjonalitetsgrad, jf. Tabell 4.1. Det betyr at Innovasjon Norge har vært en viktig bidragsyter for å utløse aktiviteter som ellers ikke ville blitt gjennomført.

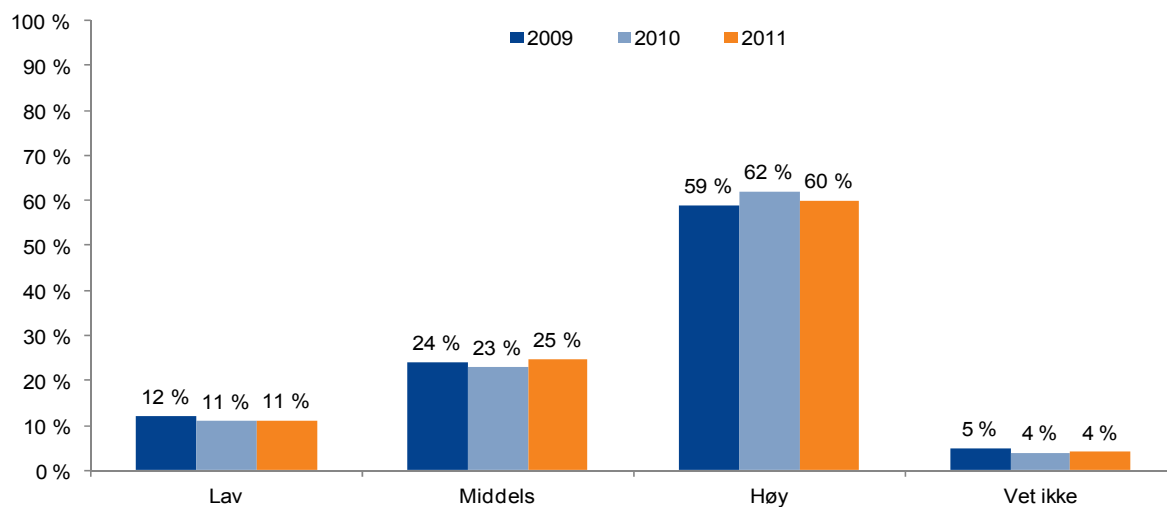
Tabell 4.1 Grad av addisjonalitet for alle tjenester i 2011, n=2376

Addisjonalitetsgrad	Forklaring	Andel	Andel justert
Lav	Prosjekt/aktivitet gjennomført i samme skala og med samme tidsskjema	11 %	11 %
Middels	Prosjekt/aktivitet gjennomført i samme skala, men på et senere tidspunkt	15 %	25 %
Middels	Prosjekt/aktivitet gjennomført i mindre skala, men med samme tidsskjema	10 %	
Høy	Prosjekt/aktivitet gjennomført i mindre skala og på et senere tidspunkt	25 %	60 %
Høy	Prosjekt/aktivitet ikke gjennomført i det hele tatt	35 %	
	Vet ikke	4 %	4 %

Kilde: Pöyry

Figur 4.1 viser at det har vært små variasjoner i den gjennomsnittlige addisjonaliteten de tre siste årene.

Figur 4.1 Utviklingen i addisjonalitet over tid, 2009-2011

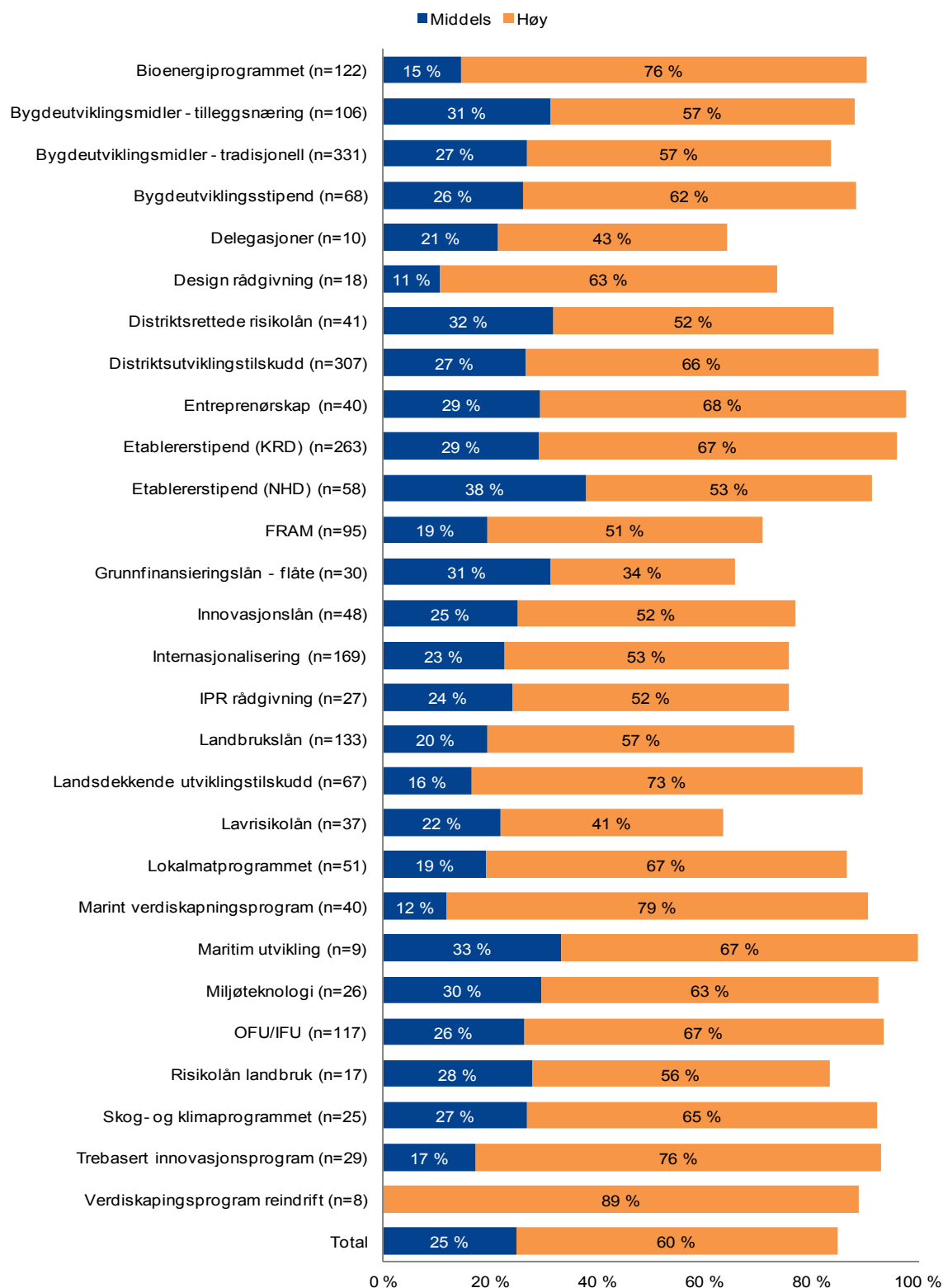


Kilde: Pöyry, Oxford Research (2010)

4.2 ADDISJONALITET ETTER TJENESTE

Addisjonaliteten varierer en del mellom ulike tjenester, jf. Figur 4.2. Entreprenørskap og Etablererstipend (KRD) skiller seg ut som de to tjenestene med færrest prosjekter med lav addisjonalitet; andelene med lav addisjonalitet er hhv. 2 og 4 prosent. Den største andelen prosjekter med høy addisjonalitet finner vi innenfor Bioenergiprogrammet og Marint verdis-kapingsprogram der omtrent 4 av 5 prosjekter enten ville blitt gjennomført i mindre skala og på et senere tidspunkt eller ikke blitt gjennomført i det hele tatt uten støtten fra Innovasjon Norge. Som ved forrige undersøkelse er andelen prosjekter med høy addisjonalitet lavest for tjenesten Grunnfinansieringslån – flåte (34 prosent).

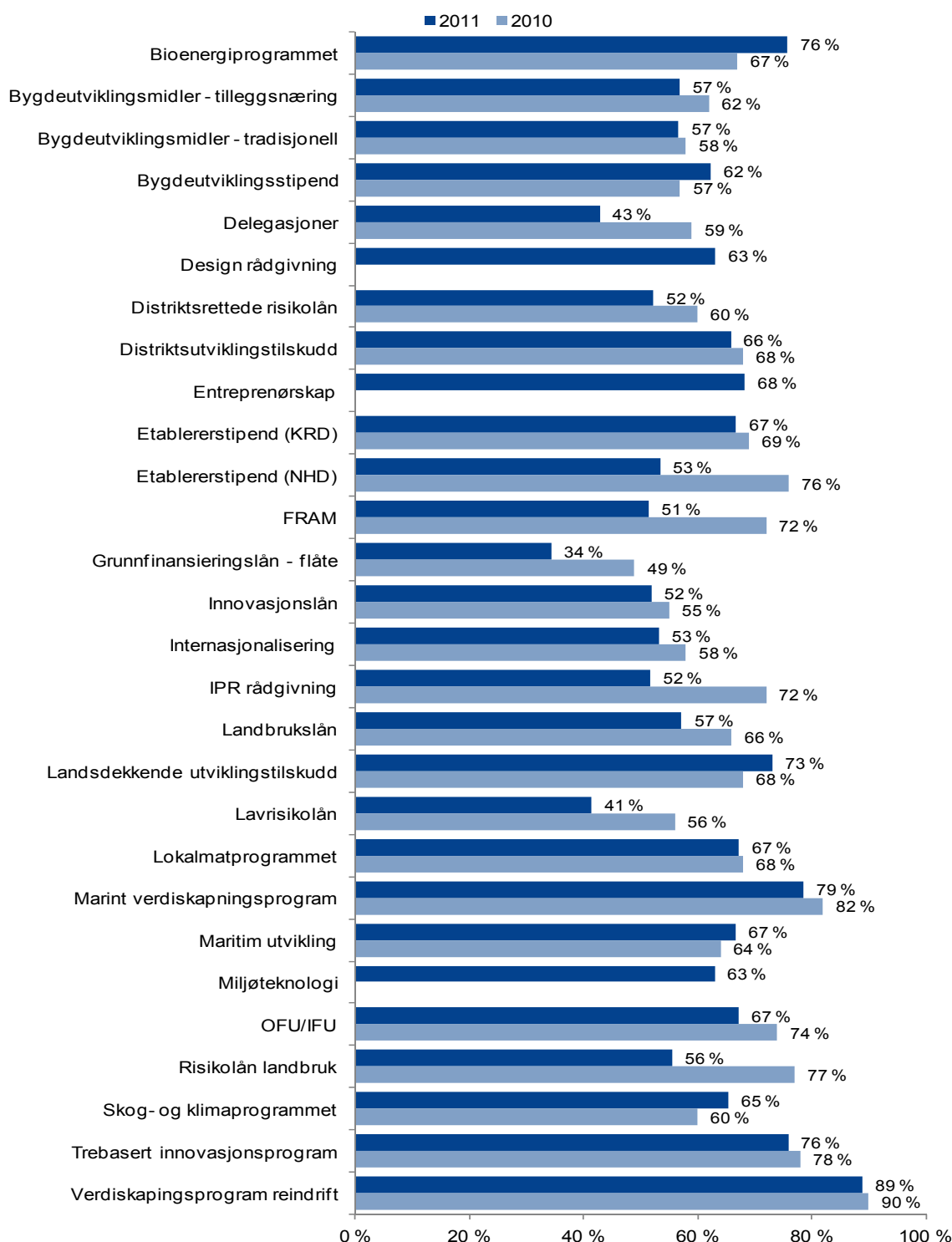
Figur 4.2 Addisjonalitet etter tjeneste 2011, n=2376



Kilde: Pöyry

Figur 4.3 viser en sammenligning av andelen prosjekter med høy addisjonalitet i 2011 med andelen i 2010. For omtrent to tredjedeler av tjenestene er endringen i andelen bedrifter med høy addisjonalitet fem prosentpoeng eller mindre. Også for de enkelte tjenestene er altså endringene i addisjonaliteten mellom 2010 og 2011 begrenset.

Figur 4.3 Andelen prosjekter med høy addisjonalitet, 2010 og 2011

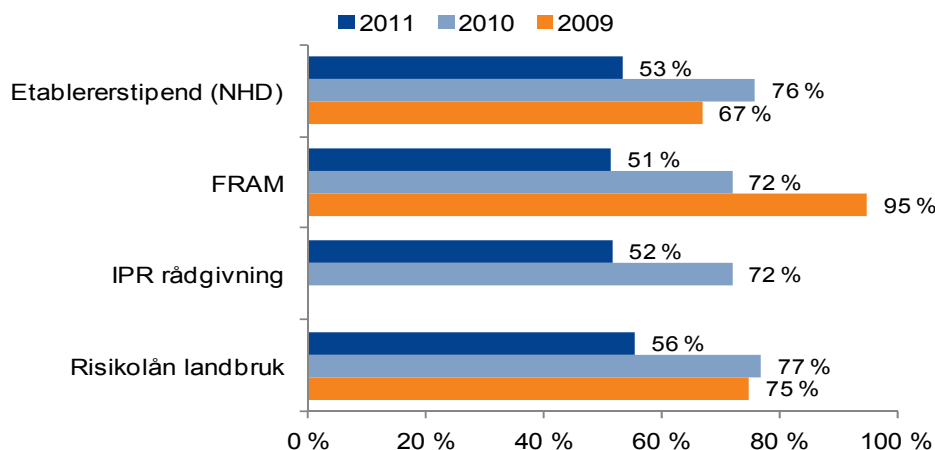


Kilde: Pöyry

For de fleste tjenester har andelen bedrifter med høy addisjonalitet sunket sammenlignet med i 2010, men for Bioenergiprogrammet, Bygdeutviklingsstipend, Landsdekkende utviklingstilskudd og Skog- og klimaprogrammet har andelen med høy addisjonalitet økt mellom fem og ti prosentpoeng. Særlig sterk nedgang i andelen med høy addisjonalitet har det vært for Etablererstipend (NHD), FRAM, IPR rådgivning og Risikolån Landbruk. Disse har alle hatt en nedgang i andelen med høy addisjonalitet på om lag tjue prosent-

poeng. Dette er en betydelig nedgang, og utviklingen bør derfor følges nøye videre. Figur 4.4 viser utviklingen i andelen prosjekter med høy addisjonalitet fra 2009-2011 for disse fire tjenestene. Særlig FRAM viser en tendens til at andelen prosjekter med høy addisjonalitet reduseres betraktelig hvert år, og det er således grunn til å følge denne utviklingen nøye fremover.

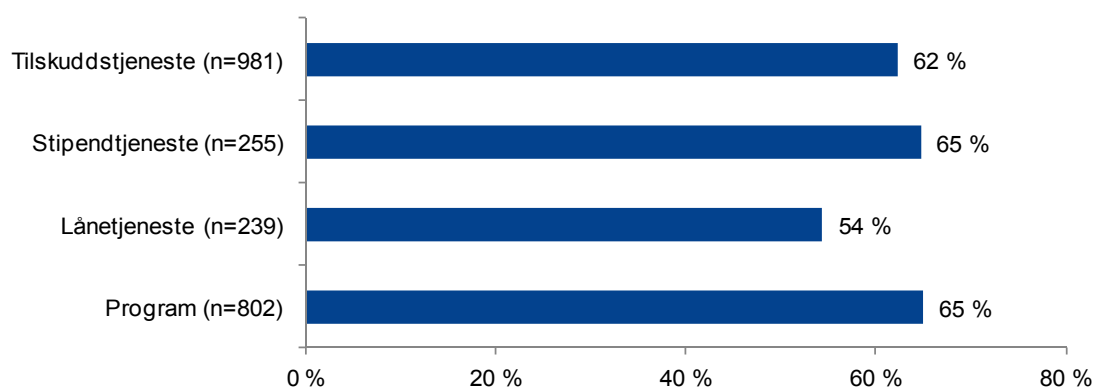
Figur 4.4 Andel prosjekter med høy addisjonalitet for tjenestene med størst relativ nedgang i andelen fra forrige undersøkelse, 2009-2011



Kilde: Pöyry

Tjenestene som omfattes av undersøkelsen kan deles inn i fire hovedgrupper: Tilskuddstjenester, Stipendtjenester, Lånetjenester og Programtjenester. Vi ønsket å undersøke om det var store variasjoner i andelen prosjekter med høy addisjonalitet også mellom disse hovedgruppene, jf. Figur 4.5. Det viste seg at andelen bedrifter med høy addisjonalitet er noe lavere for lånetjenester enn de resterende tjenestetypene. Det er likevel over halvparten av prosjektene også innenfor lånetjenester som enten ville blitt gjennomført i mindre skala og på et senere tidspunkt eller ikke blitt gjennomført i det hele tatt uten lånet fra Innovasjon Norge.

Figur 4.5 Andel høy addisjonalitet etter tjenestetype, n=2277



Kilde: Pöyry

Som Figur 4.2 viser, er det store variasjoner også innenfor de ulike lånetjenestene. Innenfor Distriktstrettede risikolån, Innovasjonslån, Landbrukslån og Risikolån landbruk har over halvparten av prosjektene høy addisjonalitet, og høyest er den innenfor Landbrukslån og Risikolån landbruk der hhv. 57 og 56 prosent av prosjektene har høy

addisjonalitet. Grunnfinansieringslån – flåte og Lavrisikolån og Delegasjoner de eneste tjenestene der under halvparten av prosjektene har høy addisjonalitet.

4.3 ADDISJONALITET ETTER KJENNETEGN VED BEDRIFTENE

4.3.1 Geografisk lokalisering

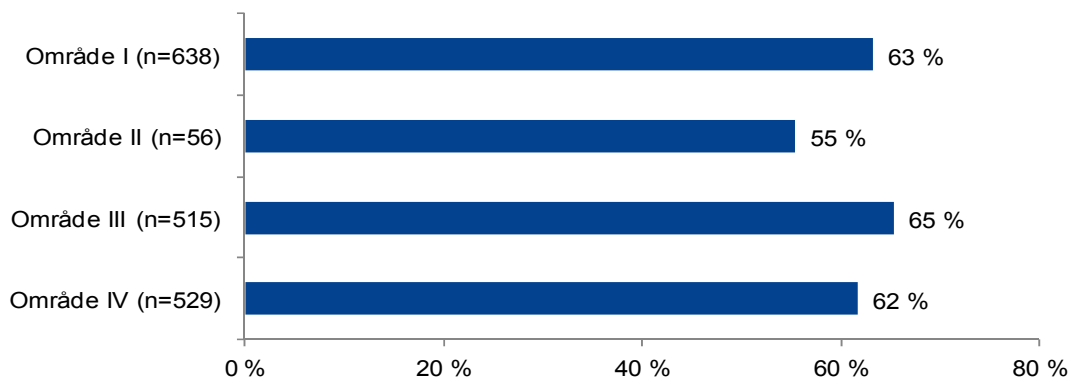
Innovasjon Norge har som mål å fremme næringsutvikling i hele landet. Det er derfor relevant å undersøke om det er forskjeller i addisjonaliteten mellom prosjekter i sentrale strøk og prosjekter i lite sentrale strøk, der manglende sysselsetting gjerne er et større problem, og myndighetene setter inn ekstra virkemidler.

Vi har undersøkt dette ved å se om det er forskjeller i addisjonaliteten ved å gruppere datamaterialet etter beliggenhet når det gjelder distriktpolitisk virkeområde og når det gjelder SSBs indikatorer for sentralitet.

Det distriktpolitiske virkeområdet (DPV) er en geografisk inndeling i regioner der det i ulik grad er adgang til å benytte ulike virkemidler i næringspolitikken. Virkeområdet består av tre soner (sone II, III og IV), i tillegg til sone I som er utenfor virkeområdet. I sone II er det adgang til å benytte tilretteleggende virkemidler, og i sone III og IV er det i tillegg tillatt med direkte bedriftsrettet støtte. Se Vedlegg 4 for et kart over det distriktpolitiske virkeområdet.

Figur 4.6 viser at andelen av bedriftene med høy addisjonalitet er relativt lik for de fire sonene, men at det er en noe lavere andel bedrifter med høy addisjonalitet i område 2 hvor det ikke er tillatt å benytte direkte bedriftsrettet støtte enn i de resterende områdene.

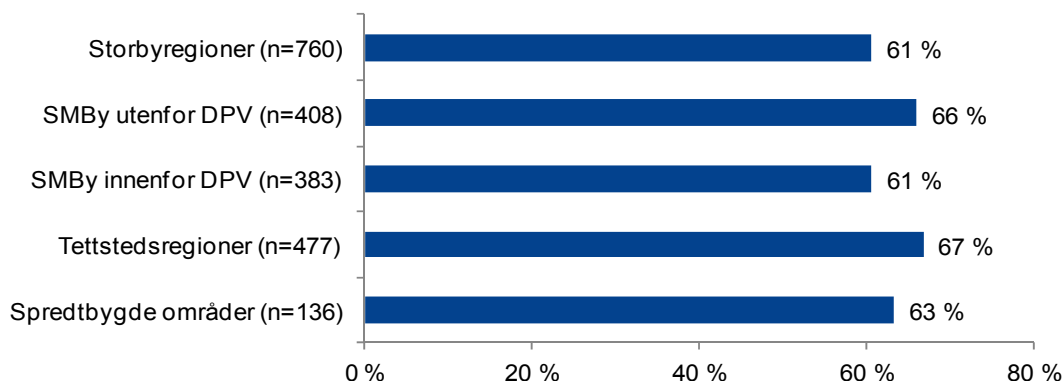
Figur 4.6 Andel høy addisjonalitet etter distriktpolitisk virkeområde, n=1738



Kilde: Pöyry

Vi har også undersøkt om andelen med høy addisjonalitet varierer med hvor sentralt lokalisert bedriften er (se kapittel 2 for en nærmere beskrivelse av sentralitet). Vi finner ingen klar sammenheng mellom andelen bedrifter med høy addisjonalitet og størrelsen på regionen der bedriftene er lokalisert, jf. Figur 4.7. Andelen bedrifter med høy addisjonalitet er noe høyere for bedrifter lokalisert på tettsteder eller småbyer utenfor distriktpolitisk virkeområde.

Figur 4.7 Andel høy addisjonalitet etter sentralitet, n=2164



Kilde: Pöyry

Note: Med "SMBY utenfor DPV" menes "Små og mellomstore byregioner der senteret i regionen ligger utenfor det distriktpolitiske virkeområdet", og med "SMBY innenfor DPV" menes "Små og mellomstore byregioner der senteret i regionen ligger innenfor det distriktpolitiske virkeområdet".

4.3.2 Bedriftsstørrelse

Også hvor stor bedriften er, kan tenkes å ha betydning for hvor viktig støtten fra Innovasjon Norge er for at prosjektet skal bli gjennomført. Små bedrifter har gjerne mindre ressurser både administrativt og finansielt til å gjennomføre innovasjonsaktiviteter, enn større bedrifter. Det kan derfor være grunn til å vente at støtten fra innovasjon Norge vil ha større betydning, dvs. at addisjonaliteten ville være særlig høy, for mindre bedrifter.

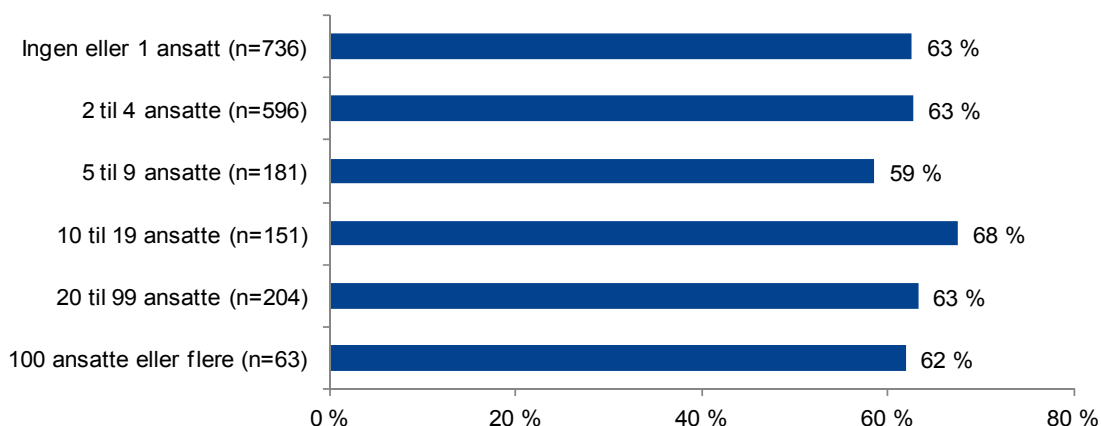
Vi har brukt antall ansatte som indikator på bedriftens størrelse. For å undersøke om størrelsen på bedriften spiller en rolle for addisjonaliteten, delte vi bedriftene inn i følgende grupper:

- Ingen eller en ansatt
- 2 til 4 ansatte
- 5 til 9 ansatte
- 10 til 19 ansatte
- 20 til 99 ansatte
- 100 eller flere ansatte

Hovedresultatet er at addisjonaliteten i liten grad varierer systematisk med bedriftsstørrelsen. Andelen med høy addisjonalitet er omtrent den samme for de små og de store bedriftene. Bedriftene med 5 til 9 ansatte har den laveste andelen prosjekter med høy addisjonalitet (59 prosent av prosjektene har høy addisjonalitet), mens bedriftene med 10 til 19 ansatte har den høyeste andelen prosjekter med høy addisjonalitet (68 prosent). Generelt sett må forskjellene anses som små.

Sammenhengen mellom bedriftsstørrelse og andelen prosjekter med høy addisjonalitet er ikke analysert tidligere, og det vil således være interessant å undersøke over tid om resultatet holder seg stabilt over tid.

Figur 4.8 *Andel høy addisjonalitet etter antall ansatte, n=1931*



Kilde: Pöry

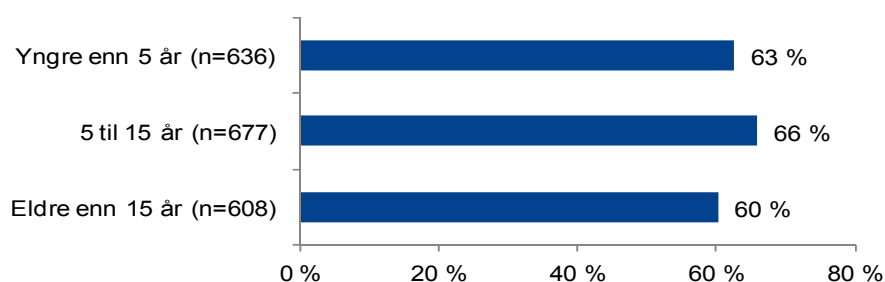
4.3.3 Bedriftens alder

Det kan være interessant å se om behovet for offentlige virkemidler er særlig stort i bedriftenes oppstartfase. Eldre og mer etablerte bedrifter vil kunne ha mindre problemer med å skaffe seg ekstern finansiering enn yngre bedrifter, og vil dessuten kunne ha fortrinn ved at de i utgangspunkt er kjent for markedet. Vi ønsket derfor å undersøke om de unge bedriftene i større grad er avhengig av Innovasjon Norges støtte for å gjennomføre prosjekter enn de mer etablerte bedriftene. Vi delte derfor bedriftene inn tre grupper basert på bedriftens etableringsår:

- Yngre enn 5 år
- 5 til 15 år
- Eldre enn 15 år

Figur 4.9 viser at det er en svak tendens til at bedriftene som er etablert for 5-15 år har en høyere addisjonalitet enn andre bedrifter, men forskjellene er små.

Figur 4.9 *Andel høy addisjonalitet etter bedriftens alder, n=1921*



Kilde: Pöry

4.3.4 Sektor

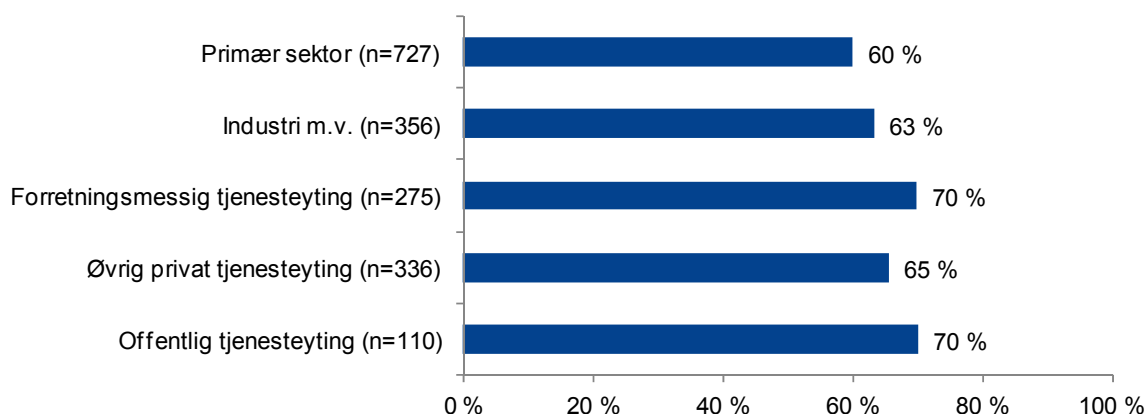
Figur 4.10 viser andelen prosjekter med høy addisjonalitet etter sektor basert på NACE-grupper. Vi har delt bedriftene inn i følgende fem sektorer; Primærnæringer (jordbruk, skogbruk og fiske), industri m.v. (industri, bergverk og bygg og anlegg), forretningsmessig tjenesteyting (inkludert faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting), øvrig privat tjenesteyting og offentlig tjenesteyting (offentlig administrasjon, undervisning, helse og kultur).

Andelen prosjekter med høy addisjonalitet er høyest for bedrifter som tilhører sektorene forretningsmessig tjenesteyting og offentlig tjenesteyting, og lavest for prosjekter i

primærnæringene. Generelt sett er forskjellene likevel små; mellom 60 og 70 prosent av alle bedriftene innen hver sektor gjennomfører et prosjekt med høy addisjonalitet.

Da det ikke er gjennomført en analyse av sammenhengen mellom addisjonalitet og sektor tidligere, må man være forsiktig med å trekke konklusjoner basert på resultatene nedenfor. Det vil være interessant å sammenligne resultatene med resultatene i framtidige kundeeffektundersøkelser.

Figur 4.10 *Andel høy addisjonalitet etter sektor, n=1804*



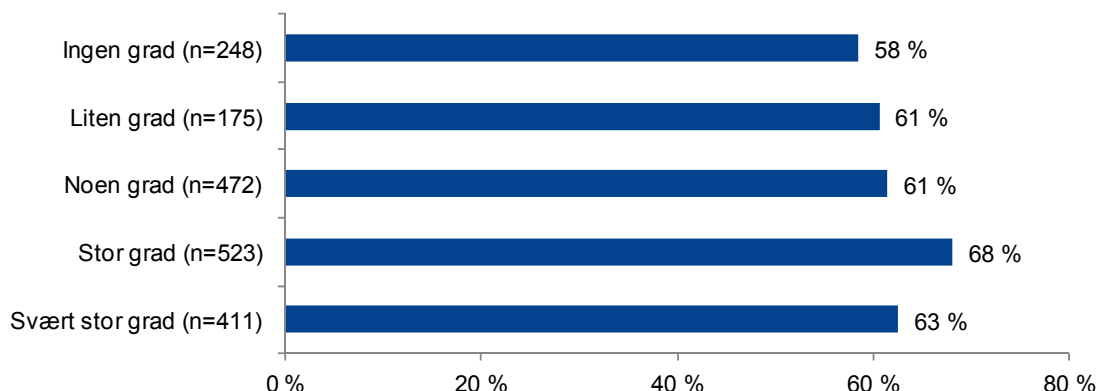
Kilde: Pöyry

4.3.5 *Omfanget av innovasjonsaktiviteter*

Vi ønsket å undersøke om andelen prosjekter med høy addisjonalitet er større for innovative bedrifter, det vil si bedrifter som i stor grad har gjennomført innovative aktiviteter de siste årene. Man kan tenke seg flere hypoteser. En hypotese er at bedrifter som i utgangspunktet er innovasjons- og utviklingsorienterte, uansett vil gjennomføre innovasjonsprosjekter, slik at addisjonaliteten ved støtten fra innovasjon Norge blir lavere enn for andre bedrifter. En motsatt hypotese er at for at støtten skal utløse innovasjonsaktiviteter, må bedriften være innstilt på endring og utvikling, og dessuten inneha ressurser som kan nyttiggjøre seg støtten. Dette resonnementet tilsier at addisjonaliteten vil være høyest i bedrifter som i utgangspunktet er innovasjons- og endringsorienterte.

Figur 4.11 viser at andelen bedrifter med høy addisjonalitet er noe større blant bedrifter som i stor grad har gjennomført innovative aktiviteter i form av utviklingsarbeid eller endringsprosesser for å fremme innovasjon i perioden 2008-2010, enn blant øvrige bedrifter. Det er likevel ingen klar tendens til at addisjonaliteten entydig øker med innovasjonsnivået, da andelen bedrifter med høy addisjonalitet er lavere blant bedrifter som i *svært stor grad* har gjennomført innovative aktiviteter enn blant bedriftene som har gjort dette i *stor grad*. Forskjellene i graden av addisjonalitet er dessuten generelt små, slik at variasjoner mellom bedriftenes innovasjonsaktiviteter de senere årene i liten grad synes å ha betydning for addisjonaliteten.

Figur 4.11 Andel høy addisjonalitet etter grad av gjennomføring av innovative aktiviteter i perioden 2008-2010, n=1829

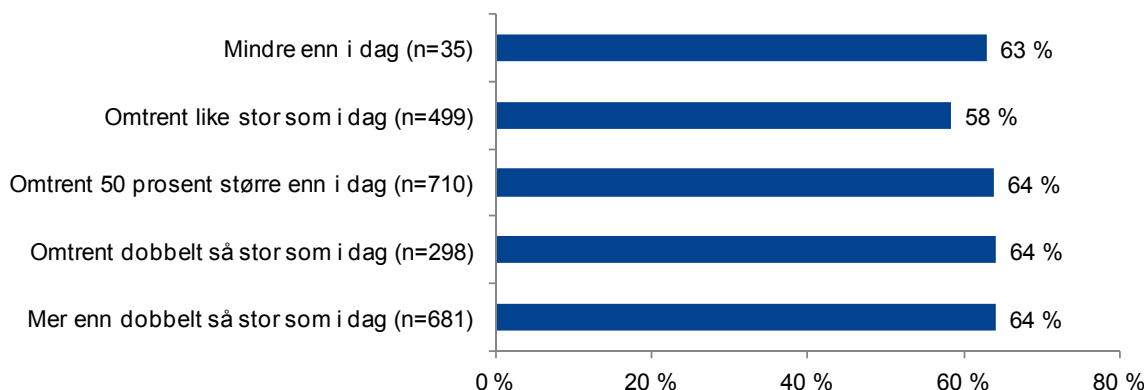


Kilde: Pöyry

4.3.6 Forventet vekst

Vi hadde også en hypotese om at bedriftens forventede vekstutsikter kunne spille en rolle for addisjonaliteten. Vi fant ingen sammenheng mellom andelen med høy addisjonalitet og bedriftens forventede vekst, jf. Figur 4.12.

Figur 4.12 Andel høy addisjonalitet etter forventet vekst de neste 5 årene, n=2223



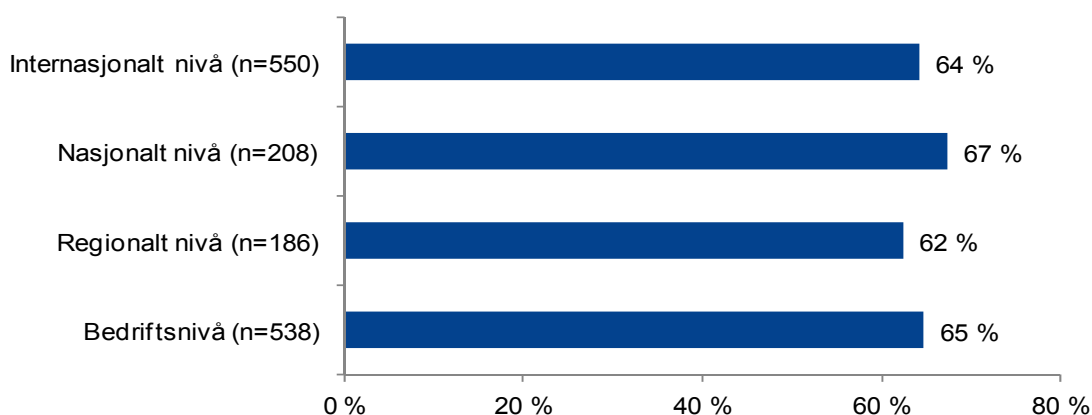
Kilde: Pöyry

4.4 ADDISJONALITET ETTER KJENNETEGN VED PROSJEKTET

4.4.1 Innovasjonshøyde

Alle bedriftene som deltok i undersøkelsen, ble bedt om å oppgi i hvilken grad prosjektet har ført til utvikling av en ny vare, tjeneste eller produksjonsprosess, føre til endret organisering eller til endringer innen markedsføring/markedsutvikling. Dersom prosjektet i noen, stor eller svært stor grad førte til en utvikling av nye varer, tjenester eller prosesser, ble bedriften bedt om å vurdere innovasjonshøyden, det vil si om det ble gjennomført en innovasjon på internasjonalt nivå, nasjonalt nivå, regionalt nivå eller bedriftsnivå. Se kapittel 7.2.1 for en nærmere beskrivelse av hvordan innovasjonshøyden defineres. Andelen bedrifter med høy addisjonalitet er størst innenfor prosjektene/aktivitetene som er karakterisert som innovasjon på nasjonalt nivå (67 prosent), jf. Figur 4.13. Til sammenligning var andelen prosjekter med høy addisjonalitet størst for bedrifter med innovasjon på internasjonalt nivå ved forrige undersøkelse. Resultatet viser at andelen med høy addisjonalitet varierer relativt lite mellom de ulike innovasjonshøydene.

Figur 4.13 *Andel høy addisjonalitet etter innovasjonshøyde, n=1482*

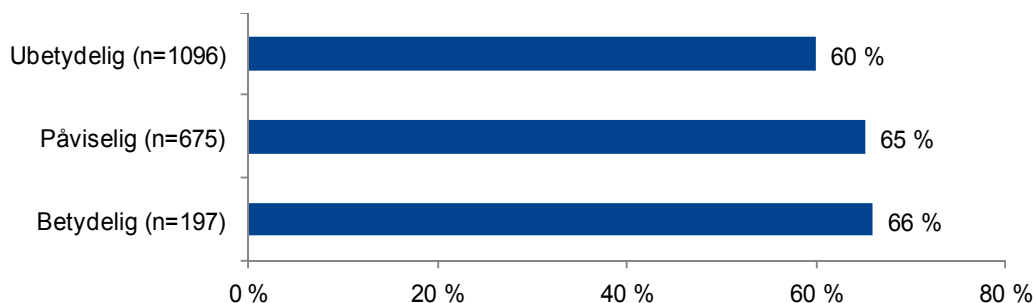


Kilde: Pöyry

4.4.2 Risiko

Det er naturlig å anta at jo høyere risiko for at prosjektet skal mislykkes, jo mer avgjørende er støtten fra Innovasjon Norge for at prosjektet skal realiseres. En hypotese er derfor at andelen prosjekter med høy addisjonalitet er høyest for bedrifter som vurderer risikoen for at prosjektet skal mislykkes som betydelig. Vi undersøkte sammenhengen mellom høy addisjonalitet og risiko, og resultatet er vist i Figur 4.14. Andelen bedrifter med høy addisjonalitet er størst for bedrifter som vurderer risikoen for at prosjektet/aktiviteten mislykkes betydelig, og hypotesen er dermed bekreftet. Det er likevel ikke en svært klar sammenheng mellom addisjonalitet og risiko.

Figur 4.14 *Andel høy addisjonalitet etter risiko for at prosjektet mislykkes, n=1968*

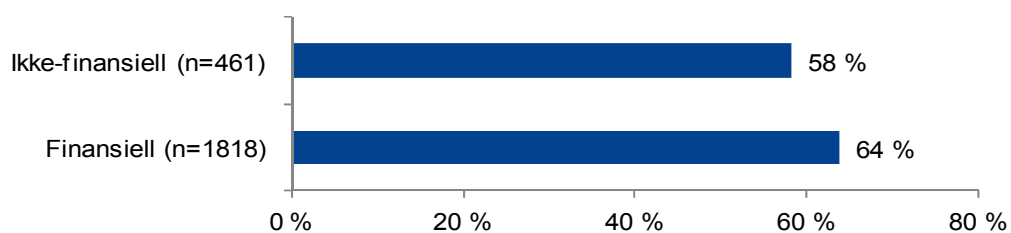


Kilde: Pöyry

4.4.3 Finansiell vs. Ikke-finansiell støtte

Vi har også undersøkt om andelen prosjekter med høy addisjonalitet avhenger av om prosjektet var et prosjekt som innebar finansiell støtte eller om prosjektet innebar en annen type støtte fra innovasjon Norge. Figur 4.15 viser at andelen prosjekter med høy addisjonalitet er noe høyere for prosjektene som innebærer finansiell støtte, men forskjellen er relativt liten. Det vil være interessant å undersøke om dette er en sammenheng som vedvarer, om den er på veg til å utvikle seg i den ene eller andre retningen, eller om den varierer mellom de ulike kullene.

Figur 4.15 *Andel høy addisjonalitet etter om støtten er finansiell eller ikke-finansiell, n=2279*



Kilde: Pöyry

5 BIDRAG TIL ØKT SAMARBEID

I dette kapittelet analyserer vi Innovasjon Norges bidrag til samarbeid.

Prosjektene vil i størst grad medføre økt samarbeid med kunder og leverandører. Drøyt seks av ti bedrifter svarer at prosjektet vil føre til økt samarbeid med kunder og/eller leverandører. Det er marginalt lavere enn i forrige undersøkelse.

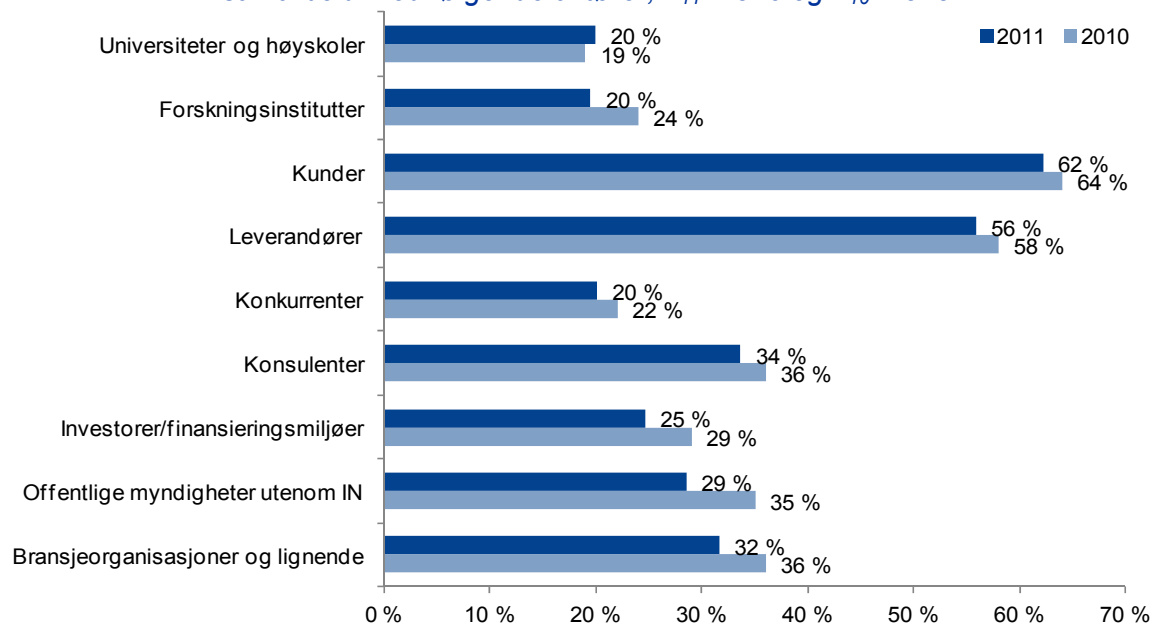
5.1 SAMARBEID MED ULIKE AKTØRER

Innovasjon Norge har til formål å fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling i hele landet og utløse ulike distrikters og regioners næringsmessige muligheter gjennom å bidra til innovasjon, internasjonalisering og profilering. Ett av Innovasjon Norges delmål er således at de skal bidra til næringsutvikling basert på regionale forutsetninger, og herunder skal de bidra til å styrke samhandlingen mellom aktørene i de regionale partnerskap. Samarbeid mellom ulike aktører er viktig da dette kan utløse aktiviteter som ellers ikke ville blitt gjennomført, samt at det bidrar til kompetanse-spredning mellom ulike aktører i næringslivet. For å vurdere i hvilken grad de gjennomførte prosjektene/aktivitetene har bidratt til samarbeid ble bedriftene spurt om prosjektet har eller vil føre til økt samarbeid med følgende aktører:

- Universitet og høyskoler
- Forskningsinstitutter
- Kunder
- Leverandører
- Konkurrenter
- Konsulenter
- Investorer/finansieringsmiljø
- Offentlige myndigheter utenom Innovasjon Norge
- Bransjeorganisasjoner og lignende

Figur 5.1 viser andelen av prosjektene som har eller vil føre til økt samarbeid med ulike aktører for 2010 og 2011.

Figur 5.1 Andelen av bedriftene som svarer at prosjektet har eller vil føre til økt samarbeid med følgende aktører, $n_{11}=2376$ og $n_{10}=2825$



Kilde: Pöyry, Oxford Research (2011) - gjelder alle tabeller/figurer med tall fra 2010.

Prosjektene som gjennomføres medfører i størst grad økt samarbeid med kunder og leverandører, mens prosjektene har minst betydning for samarbeid med universiteter og høyskoler, forskningsinstitutter og konkurrenter. Som figuren viser, samsvarer resultatene i stor grad med tidligere års resultater, men andelen av prosjektene som fører til økt samarbeid har generelt sett gått ned noen prosentpoeng sammenlignet med forrige undersøkelse. Resultater er sammenfallende med resultatet fra SSBs innovasjonsundersøkelse, noe som betyr at Innovasjon Norges bedrifter her ligner på andre norske bedrifter.

5.2 SAMARBEID ETTER TJENESTE

Andelen av bedriftene som samarbeider med de ulike aktørene varierer i stor grad mellom de ulike tjenestene, jf. Tabell 5.1.

For hver potensielle samarbeidsaktør er tjenesten med den høyeste andelen bedrifter som har samarbeidet med den aktuelle aktøren markert med blått.

Prosjektene/aktivitetene har i størst grad medført økt samarbeid med kunder eller leverandører for de fleste tjenestene og prosjektene. Høyeste andel av prosjekter som resulterte i økt samarbeid med kunder eller leverandører finner vi for Miljøteknologi. Andelen prosjekter som førte til økt samarbeid med konsulenter er høyest innenfor Trebasert innovasjonsprogram, mens andelen prosjekter som førte til økt samarbeid med forskningsinstitutter er høyest innenfor Marint verdiskapingsprogram. Som ved forrige undersøkelse er andelen av bedriftene som samarbeider med konkurrenter høyest innenfor Bygdeutviklingsstipend, og andelen som samarbeider med investorer/finansieringsmiljø er høyest for Etableringsstipend (NHD). Andelen prosjekter som førte til økt samarbeid med universiteter og høyskoler og andre offentlige myndigheter enn Innovasjon Norge var som i 2010 høyest for Landsdekkende utviklingstilskudd. I tillegg var det i 2011 Landsdekkende utviklingstilskudd som hadde den høyeste andelen prosjekter som førte til økt samarbeid med bransjeorganisasjoner.

Tabell 5.1 Andelen av prosjektene som har ført til økt samarbeid med følgende aktører etter tjeneste, n=2376

	Universiteter og høyskoler	Forsknings-institutter	Kunder	Leverandører	Konkurrenter	Konsulenter	Investorer/finansieringsmiljø	Offentlige myndigheter	Bransjeorg.
Bioenergiprogrammet (n=124)	5 %	6 %	26 %	52 %	14 %	15 %	13 %	18 %	22 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=109)	16 %	12 %	70 %	61 %	35 %	30 %	10 %	34 %	31 %
Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell (n=335)	2 %	5 %	31 %	42 %	12 %	22 %	12 %	14 %	24 %
Bygdeutviklingsstipend (n=69)	4 %	10 %	84 %	62 %	55 %	41 %	12 %	42 %	42 %
Delegasjoner (n=14)	29 %	7 %	50 %	14 %	14 %	36 %	14 %	14 %	43 %
Design rådgivning (n=19)	21 %	16 %	63 %	37 %	11 %	42 %	16 %	26 %	16 %
Distriktsrettede risikolån (n=44)	9 %	23 %	70 %	59 %	23 %	36 %	34 %	36 %	30 %
Distriktsutviklingstilskudd (n=316)	24 %	26 %	77 %	69 %	26 %	45 %	30 %	39 %	38 %
Entreprenørskap (n=41)	27 %	17 %	80 %	63 %	22 %	39 %	39 %	29 %	44 %
Etablererstipend (KRD) (n=265)	39 %	25 %	83 %	73 %	28 %	52 %	50 %	37 %	40 %
Etablererstipend (NHD) (n=58)	45 %	43 %	84 %	67 %	21 %	55 %	69 %	34 %	36 %
FRAM (n=103)	18 %	17 %	63 %	51 %	26 %	49 %	25 %	27 %	35 %
Grunnfinansieringslån - flåte (n=32)	16 %	19 %	44 %	47 %	19 %	9 %	13 %	19 %	16 %
Innovasjonslån (n=52)	29 %	21 %	87 %	63 %	15 %	42 %	48 %	25 %	25 %
Internasjonalisering (n=186)	24 %	23 %	66 %	47 %	11 %	27 %	26 %	22 %	22 %
IPR rådgivning (n=29)	31 %	24 %	62 %	52 %	24 %	38 %	52 %	21 %	41 %
Landbrukslån (n=138)	5 %	5 %	41 %	53 %	22 %	22 %	12 %	28 %	36 %
Landsdekkende utviklingstilskudd (n=67)	60 %	49 %	85 %	55 %	34 %	43 %	37 %	58 %	66 %
Lavrisikolån (n=41)	7 %	2 %	61 %	54 %	17 %	20 %	12 %	15 %	24 %
Lokalmatprogrammet (n=52)	19 %	29 %	69 %	62 %	35 %	37 %	17 %	38 %	35 %
Marint verdiskapningsprogram (n=42)	19 %	50 %	83 %	64 %	12 %	29 %	12 %	36 %	43 %
Maritim utvikling (n=9)	44 %	22 %	67 %	56 %	11 %	44 %	22 %	44 %	44 %
Miljøteknologi (n=27)	44 %	41 %	89 %	93 %	11 %	37 %	44 %	44 %	30 %
OFU/IFU (n=122)	41 %	48 %	88 %	66 %	9 %	38 %	39 %	39 %	31 %
Risikolån landbruk (n=18)	6 %	6 %	56 %	61 %	11 %	33 %	6 %	39 %	39 %
Skog- og klimaprogrammet (n=26)	15 %	23 %	54 %	42 %	15 %	19 %	8 %	8 %	15 %
Trebasert innovasjonsprogram (n=29)	38 %	48 %	62 %	66 %	24 %	62 %	28 %	38 %	48 %
Verdiskapningsprogram reindrift (n=9)	11 %	0 %	56 %	67 %	11 %	22 %	0 %	56 %	11 %
Total	20 %	20 %	62 %	56 %	20 %	34 %	25 %	29 %	32 %

Kilde: Pöyry

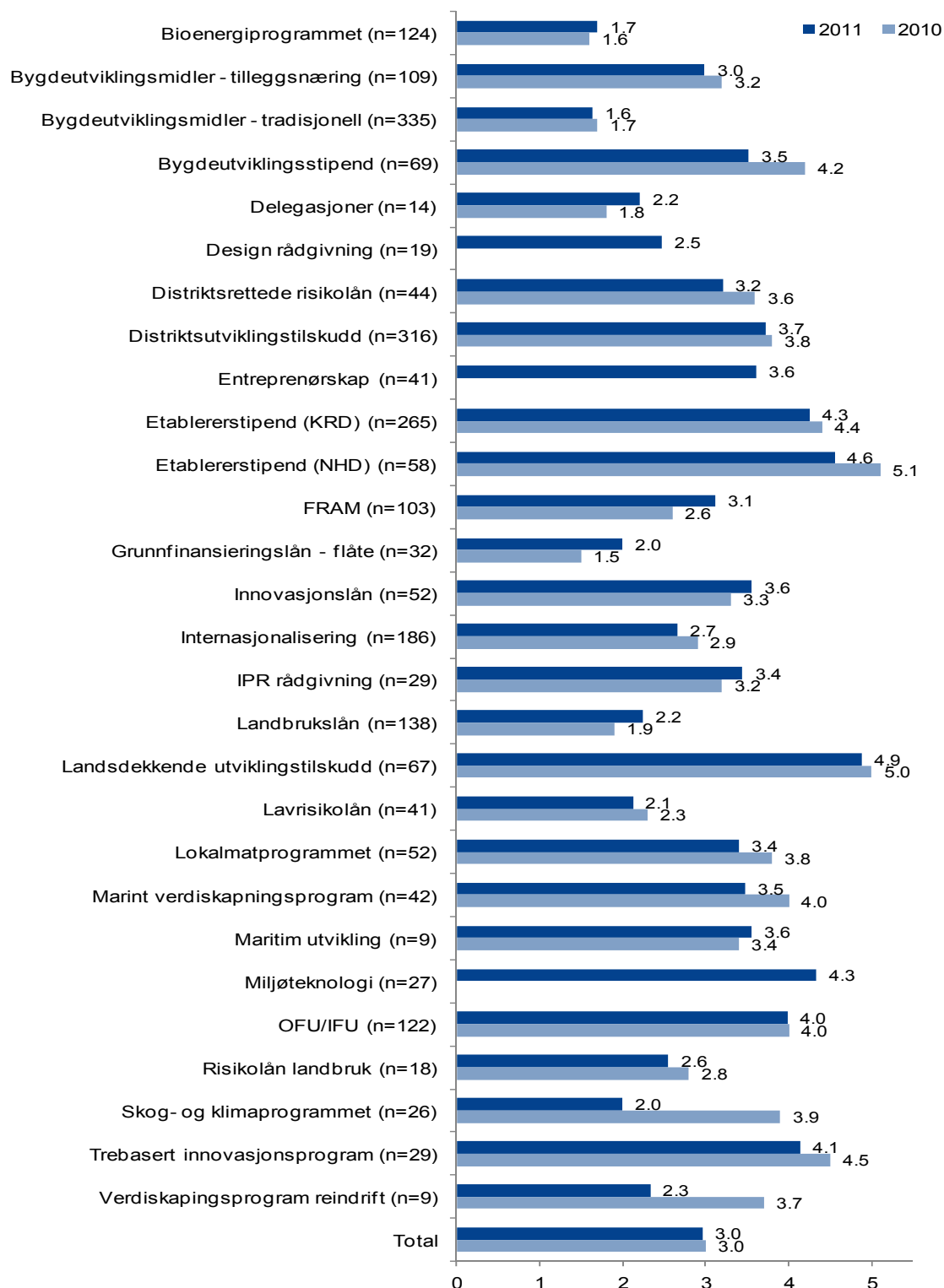
Merk: Andelene kan summere seg til mer enn 100 prosent da ett og samme prosjekt kan gi økt samarbeid med flere aktører.

Figur 5.2 viser et mål på samarbeidsbidrag etter tjeneste gitt ved gjennomsnittlig antall aktører prosjektet/aktiviteten har ført til samarbeid med. Maksimal skår på indikatoren for samarbeidsbidrag er ni.

Sammenlignet med forrige undersøkelse, er det gjennomsnittlige antallet aktører som prosjektet har ført til økt samarbeid med, redusert for hovedtyngden av tjenester, men for noen tjenester har det vært en økning. Den største endringen finner vi innenfor Skog- og klimaprogrammet, der antallet samarbeidsaktører som prosjektet har ført til økt samarbeid med, er halvert. Dette er en veldig stor nedgang. Undersøkelsen gir ikke grunnlag til å si noe om årsaken, men det vil være viktig å følge opp utviklingen fremover. For Bygde-

utviklingsmidler – tradisjonell har gjennomsnittlig økning i antall samarbeidsaktører som følge av prosjektet, økt med 20 prosent. Samlet sett er endringen i gjennomsnittlig antall aktører prosjektet/aktiviteten har ført til økt samarbeid med, omtrent uendret.

Figur 5.2 Gjennomsnittlig antall aktører som prosjektet har ført til økt samarbeid med etter tjeneste, $n_{11}=2376$ og $n_{10}=2825$



Kilde: Pöyry

Note: Merk at tallene i parentes er antallet prosjekter/bedrifter i 2011

6 BIDRAG TIL KOMPETANSEHEVING

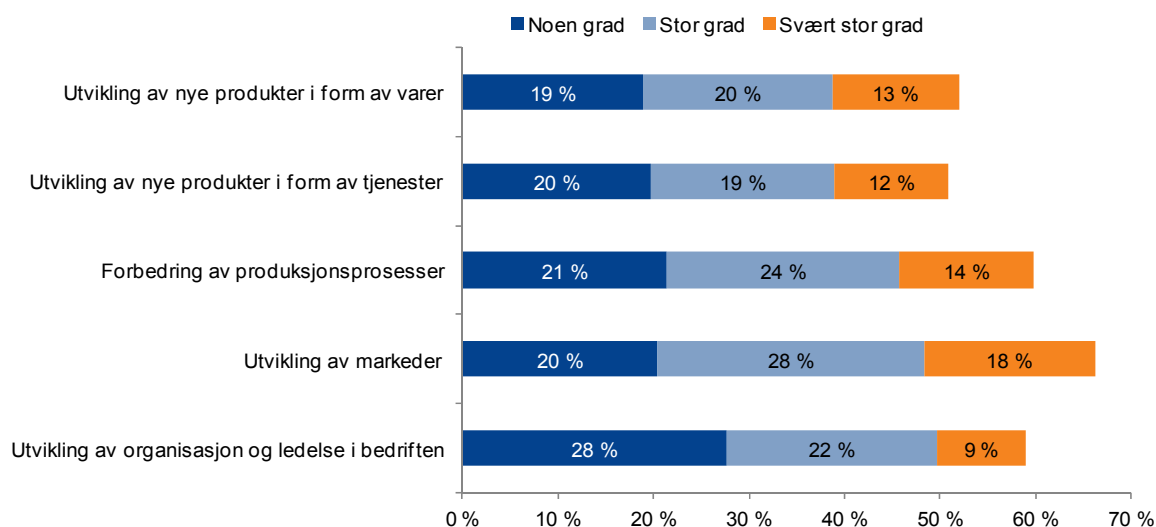
I dette kapittelet analyserer vi Innovasjon Norges bidrag til kompetanseheving.

Resultatene viser at prosjektene i årets undersøkelse som er gjennomført med støtte fra Innovasjon Norge i størst grad har bidratt til økt kunnskap om markedsutvikling.

6.1 KOMPETANSEHEVING PÅ ULIKE OMRÅDER

Ett av Innovasjon Norges delmål er å øke innovasjonen i næringslivet i hele landet. En viktig faktor for å øke innovasjonen, er å øke kompetansenivået. Bedriftene ble derfor bedt om å oppgi i hvor stor grad prosjektet/aktiviteten har eller vil føre til økt kunnskap om utvikling av nye produkter i form av varer eller tjenester, forbedring av produksjonsprosesser, utvikling av markeder og utvikling av organisasjon og ledelse. Prosjektene/aktivitetene har i størst grad medført økt kunnskap om markedsutvikling – 46 prosent av prosjektene har i stor eller svært stor grad medført økt kunnskap om utvikling av nye markeder, jf. Figur 6.1.

Figur 6.1 Andelen av prosjektene/aktivitetene som har eller vil gi økt kunnskap om følgende, n=2376



Kilde: Pöyry

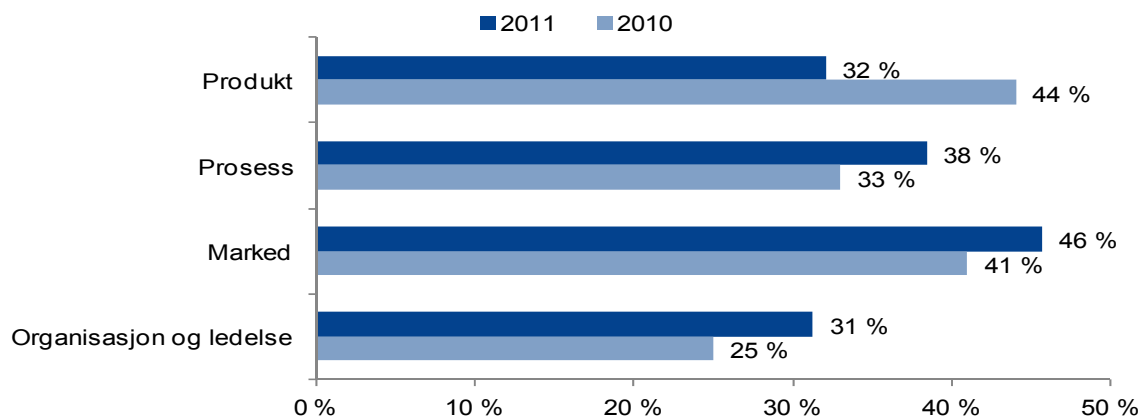
Spørsmålet om kompetanse er betydelig endret siden forrige undersøkelse. Ved forrige undersøkelse ble det spurt om prosjektet førte til kompetanse om produktutvikling, mens det i årets undersøkelse ble presisert at det var utvikling av nye produkt, samt at det ble skilt mellom varer og tjenester. Spørsmålet om økt kompetanse om prosessutvikling har noe endret ordlyd siden forrige undersøkelse; Mens det i forrige undersøkelse ble spurt om prosjektet ga økt kompetanse om prosessutvikling, ble det nå spurt om økt kompetanse om forbedring av produksjonsprosesser. Også kunnskapsøkningen innenfor organisasjon og ledelse har noe endret ordlyd da det i årets undersøkelse ble presisert at det var kunnskap om utvikling av organisasjon og ledelse. Spørsmålet om markedsutvikling var det samme ved de to undersøkelsene. Ved forrige undersøkelse ble det også spurt om prosjektet førte til økt kompetanse om strategi, avansert teknologi, opparbeiding av bedre nettverk, internasjonalt samarbeid, internasjonale markeder, eksport og

immaterielle rettigheter. Omfanget av kompetansespørsmålet ble redusert slik at de samsvarer med hovedkategoriene av forventede effekter som analyseres i kapittel 7.

Figur 6.2 viser en sammenligning av andelen prosjekter som i stor grad gir økt kompetanse om utvikling av produkt, prosess, marked og organisasjon/ledelse i 2010 og 2011 (tilsvarende stor og svært stor grad i Figur 6.1). I 2011 ble det spurt både om varer og tjenester, men for å kunne sammenligne resultatene med resultatene fra 2010, er resultatene for "produkt" i 2011 definert som gjennomsnittet av resultatene for varer og tjenester.

Sammenlignet med i 2010 er andelen av prosjektene som ga økt kompetanse om utvikling av produksjonsprosesser, markeder og organisasjon og ledelse økt, mens andelen prosjekter som ga økt kompetanse om produktutvikling er redusert. Mens prosjektene i 2011 i størst grad ga økt kompetanse om markedsutvikling, ga prosjektene i 2010 i størst grad økt kompetanse om produktutvikling. Resultatene antyder således at det har vært en vridning i fokus fra produktutvikling til markedsutvikling i denne perioden. Dette er et interessant resultat da Innovasjon Norge har definert marked som et satsingsområde. Resultatet indikerer således at satsingen har vært vellykket, men som følge av endringene i spørsmålsstillingen, må endringene tolkes med forsiktighet. Det vil derfor være svært interessant å følge denne utviklingen videre.

Figur 6.2 Andelen av prosjektene som i stor eller svært stor grad gir økt kompetanse om utvikling av..



Kilde: Pöyry

6.2 KOMPETANSEHEVING ETTER TJENESTE

Andelen prosjekter som i stor eller svært stor grad gir økt kompetanse om utvikling av nye varer eller tjenester, forbedring av produksjonsprosesser, utvikling av markeder og/eller utvikling av organisasjon og ledelse varierer i stor grad mellom de ulike tjenestene, jf. Tabell 6.1. Dette er et naturlig resultat da de ulike tjenestene har ulike formål. Tjenesten med den høyeste andelen bedrifter som har gjennomført prosjekter/aktiviteter som i stor eller svært stor grad har gitt økt kompetanse er markert med blått. Tjenestene Entreprenørskap, Etablererstipend (KRD), Etablererstipend (NHD), IPR-rådgivning, Maritim utvikling og Miljøteknologi skiller seg ut med å skår relativt høyt på flere av kompetanseområdene.

Andelen av bedriftene som i stor grad har fått økt kompetanse om utvikling av nye varer er høyest innenfor Miljøteknologi (85 prosent), mens andelen av bedriftene som i stor grad har fått økt kompetanse om utvikling av nye tjenester er høyest innenfor Maritim utvikling (67 prosent). Ved forrige undersøkelse var det IPR-rådgivning og Innovasjonslån som hadde de høyeste andelen prosjekter som ga økt kompetanse om produktutvikling (hvh.

83 prosent og 80 prosent). I årets undersøkelse har IPR-rådgivning en relativt høy andel prosjekter som gir økt kompetanse om vareutvikling, mens Innovasjonslån har en relativt høy andel prosjekter som gir økt kompetanse om tjenesteutvikling sammenlignet med de resterende tjenestene. Økt kunnskap om forbedring av produksjonsprosesser er høyest for Risikolån landbruk, der 78 prosent av prosjektene ga økt kompetanse om utvikling av produksjonsprosesser. Til sammenligning var den tilsvarende andelen i 2010 kun 18 prosent. I 2010 var det Innovasjonslån som hadde den høyeste andelen prosjekter som ga økt kompetanse om produksjonsprosesser (65 prosent). Andelen av prosjektene innenfor Innovasjonslån som ga økt kompetanse om utvikling av produksjonsprosesser er 40 prosent i 2011. Resultatet viser at det kan være store variasjoner i hvilke områder prosjektene gir økt kompetanse om innenfor en gitt tjeneste fra år til år.

Størst andel prosjekter som i stor grad gir økt kompetanse om utvikling av markeder og organisasjon og ledelse finnes i 2011 innenfor Entreprenørskap, og andelen er hhv. 78 og 66 prosent. Ved forrige undersøkelse var andelen prosjekter som ga økt kompetanse om markeder høyest for Marint verdiskapingsprogram (74 prosent – samme som ved denne undersøkelsen), mens andelen prosjekter som ga økt kompetanse om organisasjon og ledelse var høyest for FRAM (60 prosent).

Tabell 6.1 Andelen prosjekter som i stor eller svært stor grad gir økt kunnskap på ulike områder etter tjeneste, n=2376

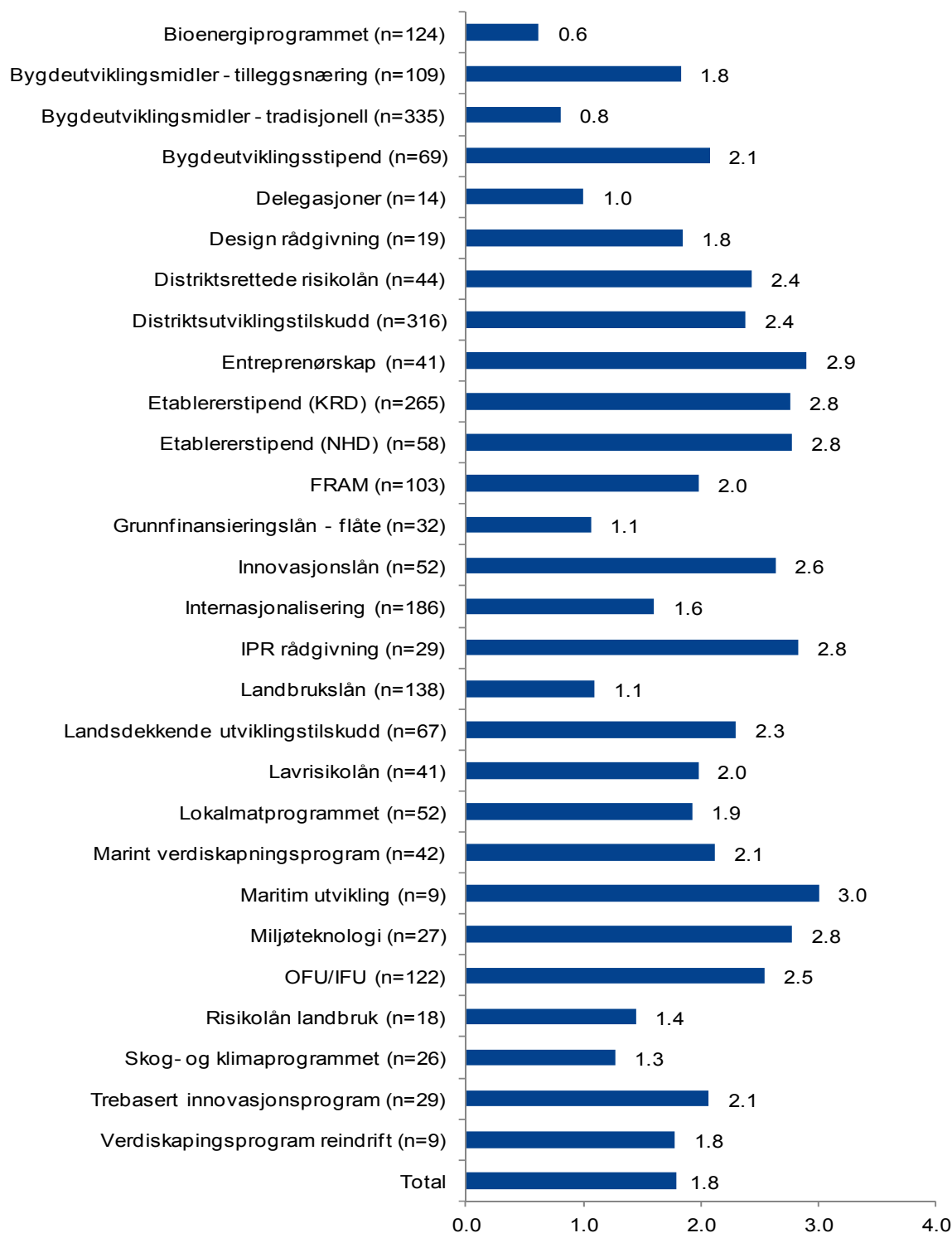
	Varer	Tjenester	Produksjons- prosess	Marked	Org. og ledelse
Bioenergiprogrammet (n=124)	8 %	11 %	21 %	10 %	12 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=109)	29 %	44 %	32 %	50 %	27 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=335)	10 %	4 %	48 %	7 %	10 %
Bygdeutviklingsstipend (n=69)	30 %	57 %	33 %	58 %	29 %
Delegasjoner (n=14)	7 %	14 %	7 %	43 %	29 %
Design rådgivning (n=19)	53 %	47 %	21 %	47 %	16 %
Distriktsrettede risikolån (n=44)	41 %	43 %	57 %	52 %	50 %
Distriktsutviklingstilskudd (n=316)	40 %	50 %	42 %	64 %	41 %
Entreprenørskap (n=41)	54 %	54 %	39 %	78 %	66 %
Etablererstipend (KRD) (n=265)	57 %	56 %	44 %	69 %	49 %
Etablererstipend (NHD) (n=58)	64 %	55 %	40 %	71 %	48 %
FRAM (n=103)	29 %	30 %	35 %	50 %	54 %
Grunnfinansieringslån - flåte (n=32)	19 %	19 %	34 %	13 %	22 %
Innovasjonslån (n=52)	52 %	58 %	38 %	69 %	46 %
Internasjonalisering (n=186)	31 %	23 %	21 %	57 %	29 %
IPR rådgivning (n=29)	72 %	48 %	48 %	66 %	48 %
Landbrukslån (n=138)	12 %	11 %	49 %	17 %	21 %
Landsdekkende utviklingstilskudd (n=67)	39 %	48 %	28 %	67 %	48 %
Lavrisikolån (n=41)	39 %	29 %	59 %	39 %	32 %
Lokalmatprogrammet (n=52)	48 %	21 %	42 %	60 %	21 %
Marint verdiskapningsprogram (n=42)	48 %	19 %	36 %	74 %	36 %
Maritim utvikling (n=9)	67 %	67 %	56 %	67 %	44 %
Miljøteknologi (n=27)	85 %	37 %	48 %	70 %	37 %
OFU/IFU (n=122)	62 %	46 %	39 %	62 %	45 %
Risikolån landbruk (n=18)	17 %	11 %	78 %	11 %	28 %
Skog- og klimaprogrammet (n=26)	27 %	19 %	54 %	23 %	4 %
Trebasert innovasjonsprogram (n=29)	48 %	34 %	48 %	45 %	31 %
Verdiskapingsprogram reindrift (n=9)	44 %	33 %	33 %	33 %	33 %
Total	33 %	31 %	38 %	46 %	31 %

Kilde: Pöyry

Merk: Andelene kan summere seg til mer enn 100 prosent da ett prosjekt/en aktivitet kan gi økt kompetanse på flere områder.

Figur 6.3 viser et mål på kompetansebidrag etter tjeneste gitt ved gjennomsnittlig antall områder prosjektet/aktiviteten i stor eller svært stor grad har ført til økt kompetanse om. Maksimal skår på indikatoren for kompetansebidrag er fem. Da antallet potensielle kompetanseområder er redusert betydelig fra forrige undersøkelse, er det ikke mulig å sammenligne resultatet direkte med resultatet fra 2010. Av denne grunn vil det være interessant å sammenligne resultatene nedenfor med resultatene fra neste undersøkelse. Dersom man imidlertid nedjusterer maksimal skår ved forrige undersøkelse til 5, var det totale gjennomsnittlige antallet områder prosjektet i stor grad ga økt kompetanse om 1,3 ved forrige undersøkelse. Til sammenligning er tallet 1,8 ved årets undersøkelse, noe som indikerer at det totale gjennomsnittlige antall kompetanseområder har økt. Da tallene ikke er direkte sammenlignbare, har vi ikke vist utviklingen over tid i figuren nedenfor.

Figur 6.3 Gjennomsnittlig antall områder som prosjektet/aktiviteten i stor grad har ført til økt kompetanse om etter tjeneste, n=2376



Kilde: Pöyry

7 EFFEKTER PÅ UTVIKLING OG INNOVASJON

Innovasjon Norge har som mål å bidra til økt innovasjon i næringslivet i hele landet. Prosjektenes effekt på innovasjonen kartlegges for følgende fem hovedkategorier:

1. Utvikling og forbedring av varer
2. Utvikling og forbedring av tjenester
3. Utvikling og forbedring av produksjonsprosesser
4. Markedsføring og markedsutvikling
5. Organisasjonsutvikling

I kapitlet nedenfor gjengis forventet tidspunkt for effekter og en kartlegging av i hvor stor grad prosjektene/aktivitetene påvirker de fem hovedkategoriene av innovasjon.

67 prosent av prosjektene i årets undersøkelse bidro til innovasjon på to eller flere av de fem hovedkategoriene, mens 16 prosent førte til innovasjon på en av disse områdene. Nesten 6 av 10 prosjekter med forventet stort bidrag til innovasjon retter seg mot å forbedre eller utvikle nye varer. I overkant av 5 av 10 slike prosjekter retter seg mot å forbedre eksisterende eller utvikle nye tjenester og produksjonsprosesser. Knappt halvparten av innovasjonene rettet seg mot marked/markedsføring, mens drøyt 4 av 10 prosjekter med forventet høyt bidrag til innovasjon dreide seg om organisasjonsutvikling.

7.1 INNOVASJON ETTER TJENESTE

Av prosjektene som var en del av årets undersøkelse, var det 67 prosent av prosjektene som bidro til innovasjon på to eller flere av de fem områdene vare, tjeneste, produksjonsprosess, marked og organisasjon, mens 16 prosent førte til innovasjon på ett område. Det var kun 17 prosent av prosjektene som ikke førte til en innovasjon i det hele tatt.

Bedriftene som ikke gjennomfører innovasjoner, er i stor grad små og eldre bedrifter; 75 prosent av disse bedriftene har færre enn fem ansatte, og den samme andelen er eldre enn 5 år (2 av 5 bedrifter er også eldre enn 15 år). Ett av fire prosjekter som ikke gir en innovasjon gjennomføres innenfor Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell, noe som ikke er et veldig overraskende resultat. Omtrent 60 prosent av prosjektene som ikke innebærer en innovasjon har høy addisjonalitet, noe som tilsvarer den totale andelen prosjekter med høy addisjonalitet i årets undersøkelse. Generelt sett er det således ikke lavere addisjonalitet for prosjekter som ikke fører til innovasjoner enn for de prosjektene som fører til innovasjon.

Tabell 7.1 viser andelen av prosjektene som har medført utvikling og forbedring av varer, tjenester, produksjonsprosesser, marked og organisasjon. Merk at dersom en bedrift både har utviklet en ny vare og forbedret en eksisterende vare, teller dette som én vare-innovasjon. Dersom en bedrift har forbedret både en vare og en tjeneste i det samme prosjektet, har den aktuelle bedriften utført både en vareinnovasjon og en tjeneste-innovasjon. For hvert innovasjonsområde er tjenesten med den høyeste andelen bedrifter som har gjennomført en innovasjon markert med blått.

Tabell 7.1 *Andelen av prosjektene som i stor/svært stor grad bidrar til utvikling og forbedring innenfor ulike områder etter tjeneste, n=2376*

	Varer	Tjenester	Produksjons- prosess	Marked	Organisa- sjon
Bioenergiprogrammet (n=124)	26 %	31 %	35 %	9 %	17 %
Bygdeutviklingsmidler – tilleggsnæring (n=109)	61 %	63 %	41 %	56 %	36 %
Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell (n=335)	30 %	19 %	66 %	5 %	18 %
Bygdeutviklingsstipend (n=69)	64 %	67 %	36 %	54 %	38 %
Delegasjoner (n=14)	21 %	29 %	14 %	36 %	36 %
Design rådgivning (n=19)	79 %	53 %	42 %	63 %	32 %
Distriktsrettede risikolån (n=44)	73 %	68 %	66 %	55 %	52 %
Distriktsutviklingstilskudd (n=316)	71 %	73 %	56 %	65 %	55 %
Entreprenørskap (n=41)	83 %	59 %	49 %	80 %	66 %
Etablererstipend (KRD) (n=265)	87 %	82 %	57 %	82 %	62 %
Etablererstipend (NHD) (n=58)	93 %	86 %	57 %	83 %	64 %
FRAM (n=103)	61 %	61 %	46 %	56 %	57 %
Grunnfinansieringslån - flåte (n=32)	31 %	28 %	38 %	13 %	31 %
Innovasjonslån (n=52)	77 %	71 %	44 %	79 %	58 %
Internasjonalisering (n=186)	58 %	43 %	44 %	59 %	36 %
IPR rådgivning (n=29)	90 %	83 %	66 %	83 %	48 %
Landbrukslån (n=138)	36 %	30 %	58 %	15 %	29 %
Landsdekkende utviklingstilskudd (n=67)	66 %	75 %	45 %	63 %	66 %
Lavrisikolån (n=41)	61 %	51 %	63 %	49 %	37 %
Lokalmatprogrammet (n=52)	81 %	58 %	56 %	58 %	48 %
Marint verdiskapningsprogram (n=42)	69 %	60 %	60 %	69 %	50 %
Maritim utvikling (n=9)	78 %	78 %	67 %	67 %	56 %
Miljøteknologi (n=27)	96 %	59 %	70 %	63 %	56 %
OFU/IFU (n=122)	91 %	80 %	57 %	79 %	66 %
Risikolån landbruk (n=18)	39 %	44 %	72 %	6 %	39 %
Skog- og klimaprogrammet (n=26)	46 %	42 %	54 %	15 %	12 %
Trebasert innovasjonsprogram (n=29)	83 %	79 %	69 %	52 %	38 %
Verdiskapingsprogram reindrift (n=9)	67 %	56 %	44 %	44 %	44 %
Total	59 %	53 %	53 %	48 %	41 %

Kilde: Pöyry

Note: De innovative aktivitetene omfatter både forbedring av eksisterende og utvikling av nye varer, tjenester, produksjonsprosesser og markeder, samt organisatorisk utvikling.

Totalt sett blir det i størst grad utført vareinnovasjoner – omtrent 6 av 10 bedrifter gjennomfører en innovasjon i form av utvikling av en ny vare eller forbedring av en eksisterende vare. Drøyt halvparten av bedriftene utvikler eller forbedrer også tjenester og/eller produksjonsprosesser, mens knapt halvparten gjennomfører aktiviteter innen markedsutvikling eller forbedring av markedsføringen. Minst innovative aktiviteter som følge av prosjektet gjennomføres det for å utvikle eller forbedre organisasjonen; Totalt sett bidrar 4 av 10 prosjekter til organisasjonsutvikling.

Det er stor variasjon i andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innenfor ett av de fem områdene varer, tjenester, produksjonsprosess, marked og markedsføring og organisasjon. Som tabellen viser, har tjenestene som retter seg mot nyskaping (Entreprenørskap og Etablererstipend) generelt sett en høy andel prosjekter som bidrar til

innovasjon på alle de fem områdene sammenlignet med andre tjenester. Dette gjelder i særlig grad de to tjenestene Etablererstipend (NHD) og Etablererstipend (KRD). Førstnevnte har også den høyeste andel prosjekter som bidrar til utvikling og forbedring av tjenester og markeder av alle tjenestene. Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til organisasjonsutvikling er relativt høy både for Entreprenørskap og de to Etablererstipend-tjenestene, noe som indikerer at nye bedrifter legger stor vekt på å gjennomføre prosjekter som bidrar til organisasjonsutvikling. Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til utvikling og forbedring av varer er høyest for Miljøteknologi der 96 prosent av prosjektene i stor grad har bidratt til vareinnovasjon. Også innenfor Etablererstipend (NHD), IPR rådgiving og OFU/IFU legges det stor vekt på vareinnovasjon da rundt 9 av 10 prosjekter i stor grad innebærer utvikling og forbedring av varer.

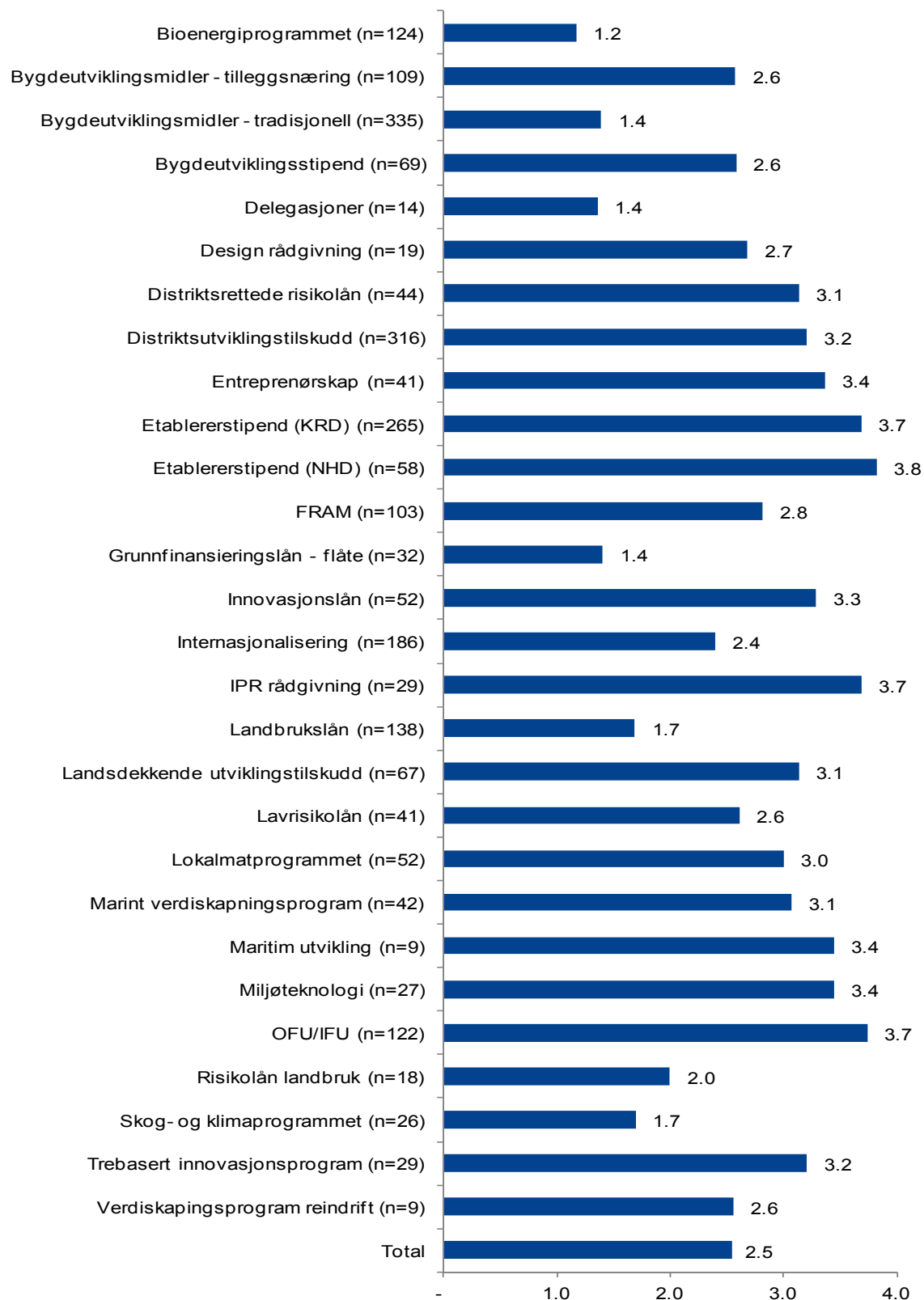
Inndelingen i de fem områdene som det kan gjennomføres innovasjoner innenfor er nytt i årets undersøkelse, og det er således ikke mulig å sammenligne disse resultatene med tidligere resultater. Det vil derfor være av stor interesse å undersøke om hovedtyngden av prosjektene vil omfatte en vareinnovasjon også i fremtiden, og om andelen prosjekter som bidrar til innovasjon vil holde seg stabilt over tid eller om dette varierer mellom de ulike årskullene.

Figur 7.1 viser et mål på innovasjonsbidrag etter tjeneste gitt ved gjennomsnittlig *antall områder* prosjektet i stor eller svært stor grad har ført til utvikling eller forbedring innenfor. Maksimal skår på indikatoren for innovasjonsbidrag er fem, da det er fem potensielle innovasjonsområder; Vare, tjeneste, produksjonsprosess, marked og organisasjon.

Totalt sett har prosjektene i gjennomsnitt bidratt til innovasjon på 2,5 av 5 områder, men som figuren viser er det betydelige forskjeller mellom de ulike tjenestene. Etablererstipend (KRD), Etablererstipend (NHD), IPR rådgivning og OFU/IFU skiller seg ut som de eneste tjenestene der hvert enkelt prosjekt i gjennomsnitt bidrar til innovasjon på nesten fire av fem områder. Også denne indikatoren vil det være av interesse å følge over tid.

Inndelingen i maksimalt fem innovasjonsområder er en reduksjon fra femten ved forrige undersøkelse. Da antallet innovasjonsområder er betydelig redusert er ikke resultatene direkte sammenlignbare. Dersom man imidlertid nedjusterer maksimal skår ved forrige undersøkelse til 5, var det totale gjennomsnittlige antallet områder prosjektet i stor grad bidro til innovasjon innenfor 1,0 ved forrige undersøkelse. Til sammenligning er tallet 2,5 ved årets undersøkelse, noe som indikerer at det totale gjennomsnittlige antall innovasjonsområder har økt. Da tallene ikke er direkte sammenlignbare, har vi ikke vist utviklingen over tid i figuren nedenfor.

Figur 7.1 Antall områder som prosjektene i stor/svært stor grad har bidratt til innovasjon på etter tjeneste, n=2376



Kilde: Pöyry

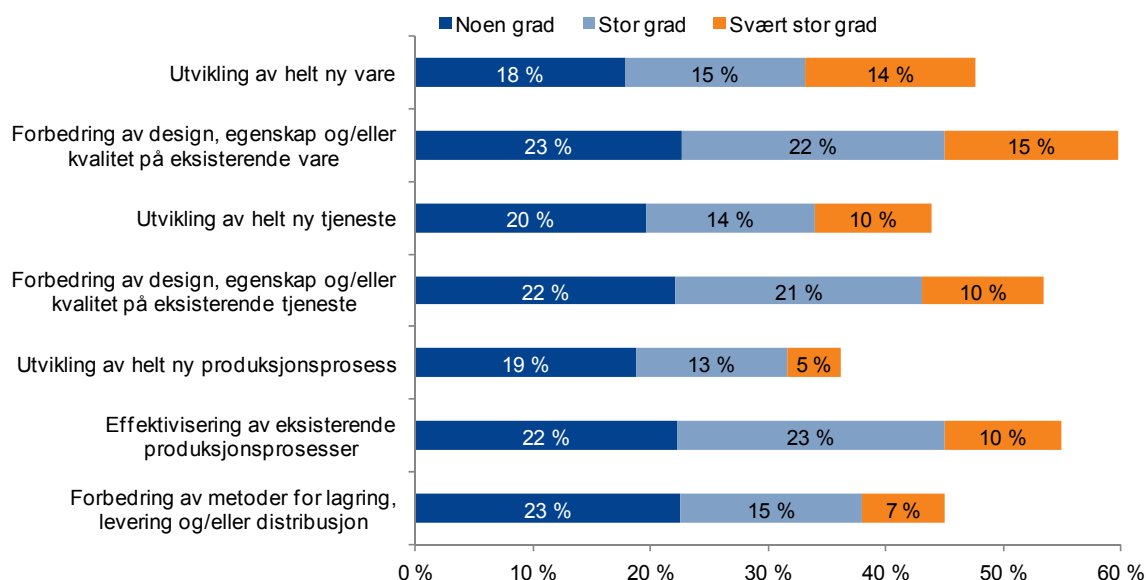
Note: De innovative aktivitetene omfatter både forbedring av eksisterende og utvikling av nye varer, tjenester, produksjonsprosesser og markeder, samt organisatorisk utvikling.

7.2 INNOVASJON AV VARE, TJENESTE OG PROSESS

Prosjektene eller aktivitetene som er gjennomført med støtte fra Innovasjon Norge, kan medføre innovasjon på fem hovedkategorier; Varer, tjenester, produksjonsprosesser, marked og organisasjon. For de tre kategoriene som omfatter innovasjon av varer, tjenester og produksjonsprosesser, kan innovasjonsprosessen utføres både i form av utvikling av nye og som forbedring/effektivisering av eksisterende produkter og produksjonsprosesser. For nyutviklinger, skiller man også på hvor nyskapende utviklingen er ved bruk av begrepet innovasjonshøyde. For marked og organisasjon, derimot, handler innovasjonsprosessen om utvikling. Dette delkapittelet tar for seg innovasjoner av varer, tjenester og prosesser, mens marked og organisasjon analyseres i egne delkapitler.

Figur 7.2 viser andelen av prosjektene som i noen til svært stor grad bidrar til utvikling av nye eller forbedring av eksisterende varer, tjenester og produksjonsprosesser. Merk at ett og samme prosjekt kan bidra til både utvikling av noe nytt og forbedring av noe eksisterende, samt utvikling/forbedring av både varer, tjenester og produksjonsprosesser.

Figur 7.2 Andelen av prosjektene som bidrar til utvikling av nye eller forbedring av eksisterende produkter og produksjonsprosesser, n=2376



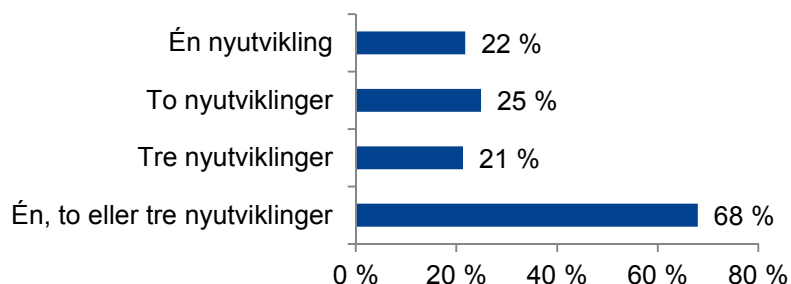
Kilde: Pöyry

Prosjektene har i størst grad medført forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende vare – nesten 40 prosent av prosjektene har i stor eller svært stor grad medført forbedring av en vare. Forbedring av tjenester og effektivisering av produksjonsprosesser er også relativt utbredt – i overkant av 30 prosent av prosjektene har i stor eller svært stor grad medført dette.

Når det gjelder utvikling av noe som er helt nytt, er det i størst grad nye varer som blir utviklet. Omtrent 30 prosent av prosjektene har i stor eller svært stor grad medført utvikling av nye varer. Dette spørsmålet er noe endret siden sist, samt at fremstillingsmåten av resultatene er endret da vi i år har valgt å beregne andelen prosjekter som bidrar til utvikling og/eller forbedring av produkter og produksjonsprosesser basert på alle bedriftene i årets utvalg, altså 2376. Av denne grunn er det vanskelig å sammenligne resultatet med tidligere års resultater, og det vil således være interessant å analysere utviklingen framover.

Ett og samme prosjekt kan potensielt bidra til både utvikling av en ny vare, tjeneste og produksjonsprosess. Figur 7.3 viser at 68 prosent av prosjektene i årets undersøkelse har i noen til svært stor grad bidratt til utvikling av noe som er helt nytt, det vil si en helt ny vare, tjeneste eller produksjonsprosess. Av disse prosjektene, har omtrent en like stor andel bidratt til én, to og tre nyutviklinger. I overkant av 20 prosent av prosjektene har altså bidratt til utvikling av både en ny vare, en ny tjeneste og en ny produksjonsprosess.

Figur 7.3 Andelen prosjekter som i noen til svært stor grad har bidratt til én, to eller tre nyutviklinger av varer, tjenester eller produksjonsprosesser, n=2376



Kilde: Pöyry

7.2.1 Innovasjonshøyde for nyutviklinger

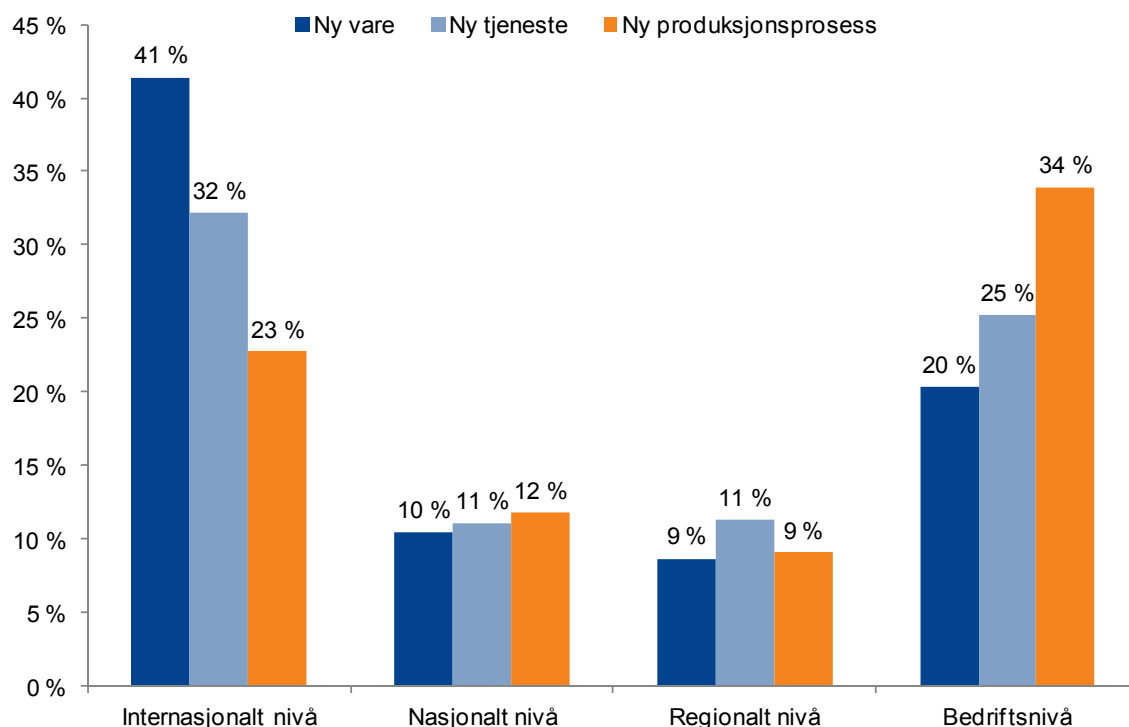
Hvor nyskapende innovasjonsaktivitetene faktisk er, benevnes ofte med begrepet innovasjonshøyde. I spørreundersøkelsen stiller vi bedriftene spørsmål for å måle innovasjonshøyden. Bedriftene som opplyste at prosjektet/aktiviteten i noen, stor eller svært stor grad har eller vil bidra til å utvikle helt nye varer, tjenester og produksjonsprosesser, ble bedt om å angi hvor nyskapende de anså at produktet eller produksjonsprosessen var. Bedriftens svar benyttes så til å avgjøre innovasjonshøyden på nyutviklingen, det vil si om det ble gjennomført en innovasjon på internasjonalt nivå, nasjonalt nivå, regionalt nivå eller bedriftsnivå, jf. Tabell 7.2. Vi får altså i prinsippet oppgitt en innovasjonshøyde for hver av de tre kategoriene varer, tjenester og prosesser for hver bedrift.

Tabell 7.2 Definisjon av innovasjonshøyde

Innovasjonshøyde	Svaralternativ
Internasjonalt nivå	Helt ny – finnes ikke fra før
Nasjonalt nivå	Ny på det norske markedet, men kjent i utlandet
Regionalt nivå	Ny på det regionale markedet, men kjent på det nasjonale markedet
Bedriftsnivå	Ny for virksomheten, men kjent på markedet

Figur 7.4 viser innovasjonshøyden for de nye varene, tjenestene og produksjonene som er eller skal utvikles. De nye varene er i stor grad internasjonale innovasjoner – 41 prosent av de nye varene er innovasjoner på internasjonalt nivå. Også de nye tjenestene er i størst grad innovasjoner på internasjonalt nivå, men andelen internasjonale innovasjoner er mindre enn for varer. De nye produksjonsprosessene som utvikles er i størst grad innovasjoner på bedriftsnivå, men en fjerdedel av de nye produksjonsprosessene er innovasjoner på internasjonalt nivå.

Figur 7.4 *Innovasjonshøyde for de nye varene, tjenestene og produksjonsprosessene som utvikles. Prosent av totalt antall nye varer, tjenester og produksjonsprosesser som utvikles.*



Kilde: Pöyry

Note: For varer er n=1128, for tjenester er n=1040 og for produksjonsprosesser er n=855.

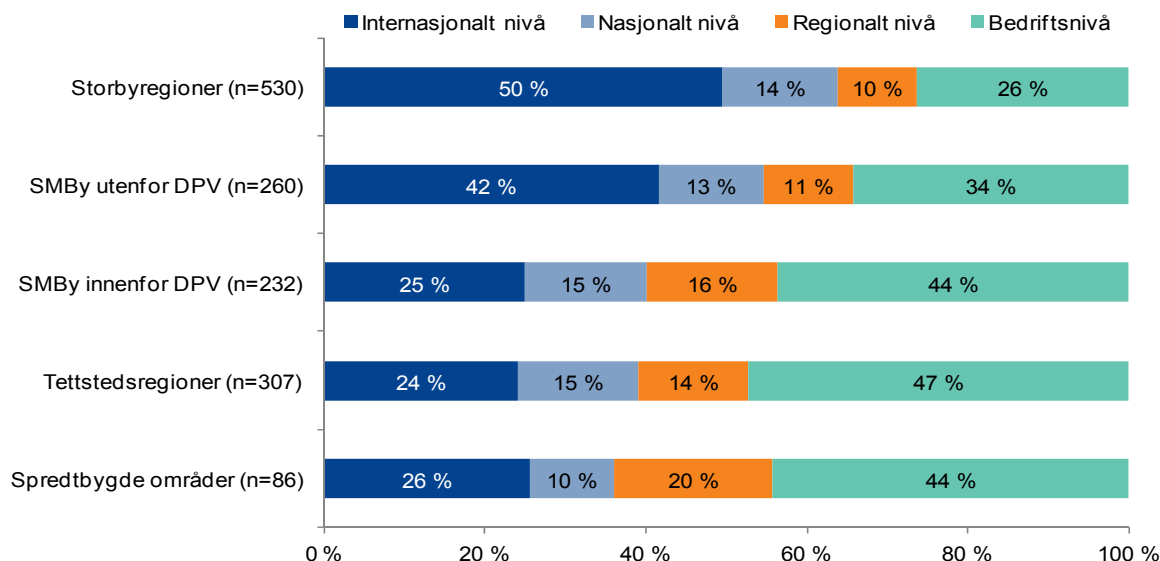
Merk at da ett og samme prosjekt kan gi ulike typer innovasjoner, kan ett og samme prosjekt bidra til innovasjoner på ulike nivå (ett for hver av kategoriene vare, tjeneste, prosess). Eksempelvis kan et prosjekt i en bedrift innebære utvikling av en produksjonsprosess på internasjonalt nivå og av en tjeneste på regionalt nivå, noe som innebærer at bedriften har gjennomført en innovasjon både på internasjonalt og regionalt nivå. Det var 1.376 bedrifter (58 prosent av utvalget) som svarte at de har eller regner med å gjøre en innovasjon med ett av de fire innovasjonshøydenivåene, og av disse er det 223 bedrifter som angir flere områder for innovasjon (vare, tjeneste, prosess). For hver av de tre områdene vare, tjeneste og produksjonsprosess, var det omtrent 20 prosent av bedriftene som ikke gjennomførte en innovasjon i det hele tatt, det vil si at bedriften ikke gjennomførte en innovasjon verken på bedrifts-, regionalt, nasjonalt eller internasjonalt nivå.

Nedenfor ser vi nærmere på betydning av geografisk lokalisering, bedriftens størrelse, bedriftens alder og sektor for innovasjonshøyden.

Geografisk lokalisering

Det er av interesse å se om bedriftens geografiske plassering har betydning for innovasjonshøyden. Figur 7.5 viser en fordeling av bedriftens vurderte innovasjonsnivå for prosjektene/aktivitetene etter kommunens sentralitet.

Figur 7.5 Fordelingen av prosjektenes innovasjonshøyde etter sentralitet (KRDs indeks for sentralitet), n=1415



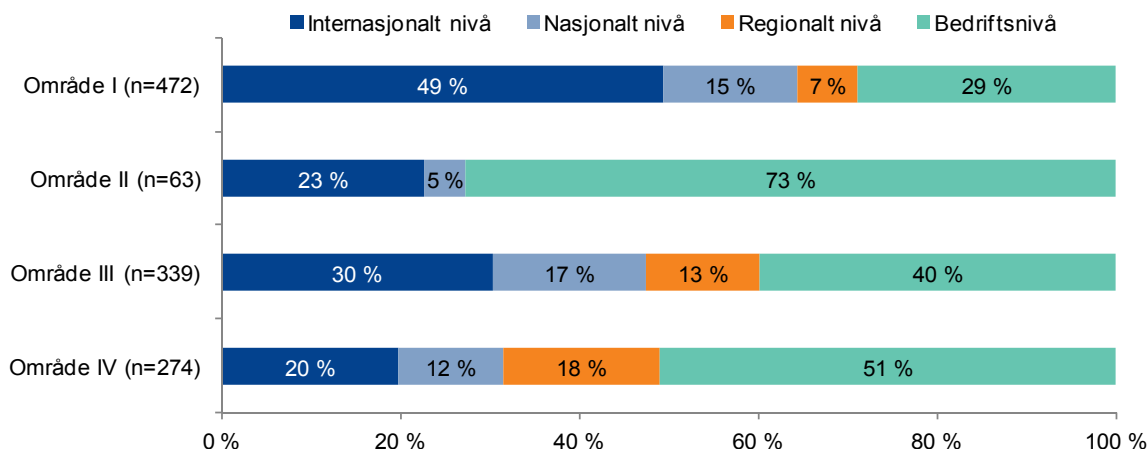
Kilde: Pöyry

Note: n er høyere enn antallet bedrifter da noen bedrifter har utviklet mer enn en enhet, der det med enhet menes vare, tjeneste og produksjonsprosess, med ulike innovasjonsnivåer.

Uavhengig av sentralitet, blir hovedtyngden av innovasjonene utført på internasjonalt nivå eller bedriftsnivå. I storbyregionene er halvparten av prosjektene på internasjonalt nivå, mens nesten halvparten av prosjektene i småbyer innenfor distriktpolitisk virkeområde, på tettsteder og spredtbygde områder blir gjennomført på bedriftsnivå (44 til 47 prosent). Et interessant funn er at resultatet for småbyer, med senter med mellom 5.000 og 50.000 innbyggere, i stor grad er avhengig av om senteret i regionen ligger utenfor eller innenfor det distriktpolitiske området. Bedrifter som er lokalisert utenfor DPV har en hovedtyngde med prosjekter på internasjonalt nivå, mens bedriftene som er lokalisert innenfor i størst grad utfører innovasjoner på bedriftsnivå.

Det er således av interesse å undersøke fordelingen av prosjektenes innovasjonshøyde etter distriktpolitisk virkeområde, jf. Figur 7.6. For område 1 som er utenfor DPV, er omtrent halvparten av innovasjonene på internasjonalt nivå. Dette resultatet stemmer godt overens med resultatet for småbyer lokalisert innenfor og utenfor DPV. For område 2 er de fleste innovasjonene på bedriftsnivå – 73 prosent av alle prosjekter utført i område 2 er innovasjoner på bedriftsnivå. Område 3 og 4 er områdene der resultatene er mest like. Også her er hovedtyngden av prosjektene på bedriftsnivå, og andelen innovasjoner på bedriftsnivå er høyest for område 4.

Figur 7.6 Fordelingen av prosjektenes innovasjonshøyde etter distriktspolitisk virkeområde, n=1136



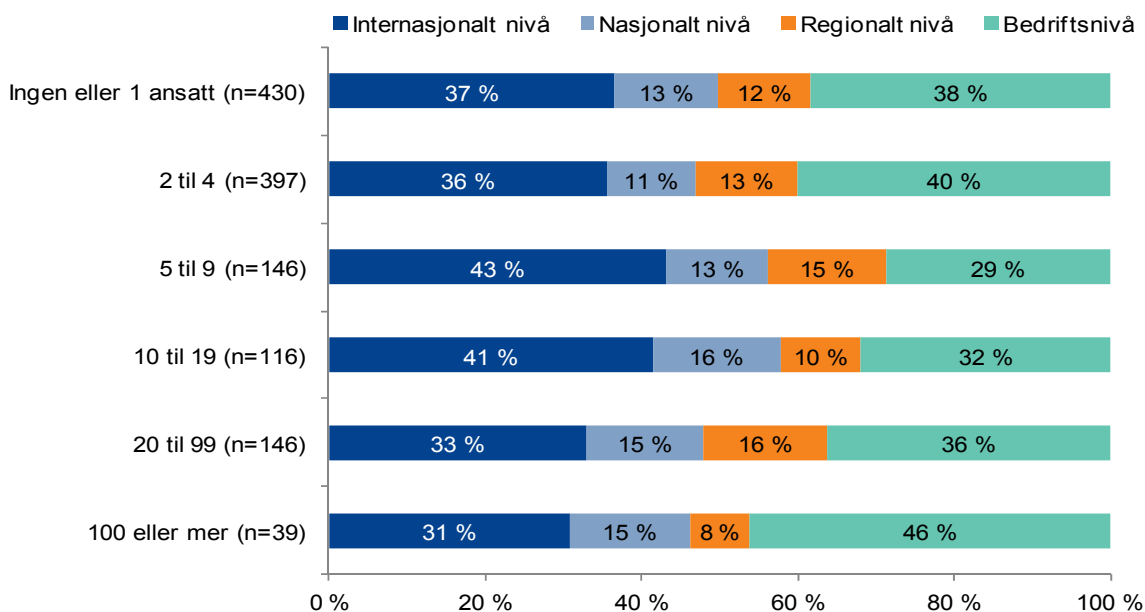
Kilde: Pöyry

Note: n er høyere enn antallet bedrifter da noen bedrifter har utviklet mer enn en enhet, der det med enhet menes vare, tjeneste og produksjonsprosess, med ulike innovasjonsnivåer.

Bedriftsstørrelse

Figur 7.7 viser en fordeling av prosjektenes innovasjonshøyde etter bedriftsstørrelse. Generelt sett utføres de fleste innovasjonene på bedriftsnivå eller på internasjonalt nivå, og fordelingen mellom de ulike innovasjonsnivåene varierer relativt lite med bedriftens størrelse. Det er en svak tendens til at innovasjonshøyden er størst i mellomstore bedrifter med 5 til 19 ansatte. Drøyt 4 av 10 bedrifter i denne størrelsesgruppen utfører innovasjoner på internasjonalt nivå, mens dette bare gjelder 3 av 4 bedrifter blant bedrifter med mer enn 20 ansatte. Innovasjonshøyden, målt med andelen bedrifter med innovasjon på internasjonalt nivå, blant de minste bedriftene ligger mellom nivået i de to nevnte bedriftsgruppene. Det vil være av interesse å se om dette mønsteret varer ved i senere undersøkelser.

Figur 7.7 Fordelingen av prosjektenes innovasjonshøyde etter bedriftsstørrelse, n=1274



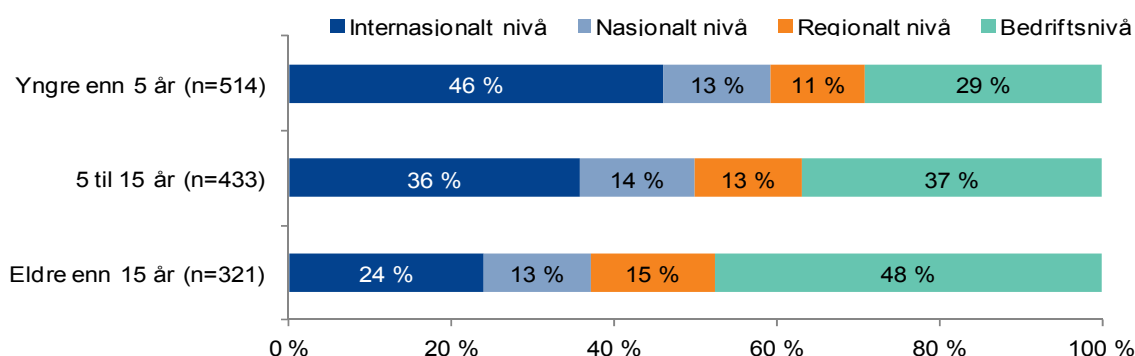
Kilde: Pöyry

Note: n er høyere enn antallet bedrifter da noen bedrifter har utviklet mer enn en enhet, der det med enhet menes vare, tjeneste og produksjonsprosess, med ulike innovasjonsnivåer.

Bedriftsalder

Innovasjonshøyden varierer kraftig med bedriftens alder, jf. Figur 7.8. Jo yngre bedriften er, jo større synes innovasjonshøyden å være. For yngre bedrifter er det en langt større andel som rapporterer om innovasjon på internasjonalt nivå enn hva som er tilfellet for de eldre bedriftene. At de eldre bedriftene i hovedsak gjennomfører innovasjoner på bedriftsnivå, kan et godt stykke på vei forklares ved at de eldre bedriftene i stor grad består av større bedrifter og mottakere innenfor landbrukssektoren. Også denne sammenhengen vil det være av stor interesse å følge over tid.

Figur 7.8 Fordelingen av prosjektenes innovasjonshøyde etter bedriftsalder, n=1268



Kilde: Pöyry

Note: n er høyere enn antallet bedrifter da noen bedrifter har utviklet mer enn en enhet, der det med enhet menes vare, tjeneste og produksjonsprosess, med ulike innovasjonsnivåer.

7.2.2 Beskyttelse av innovasjonen

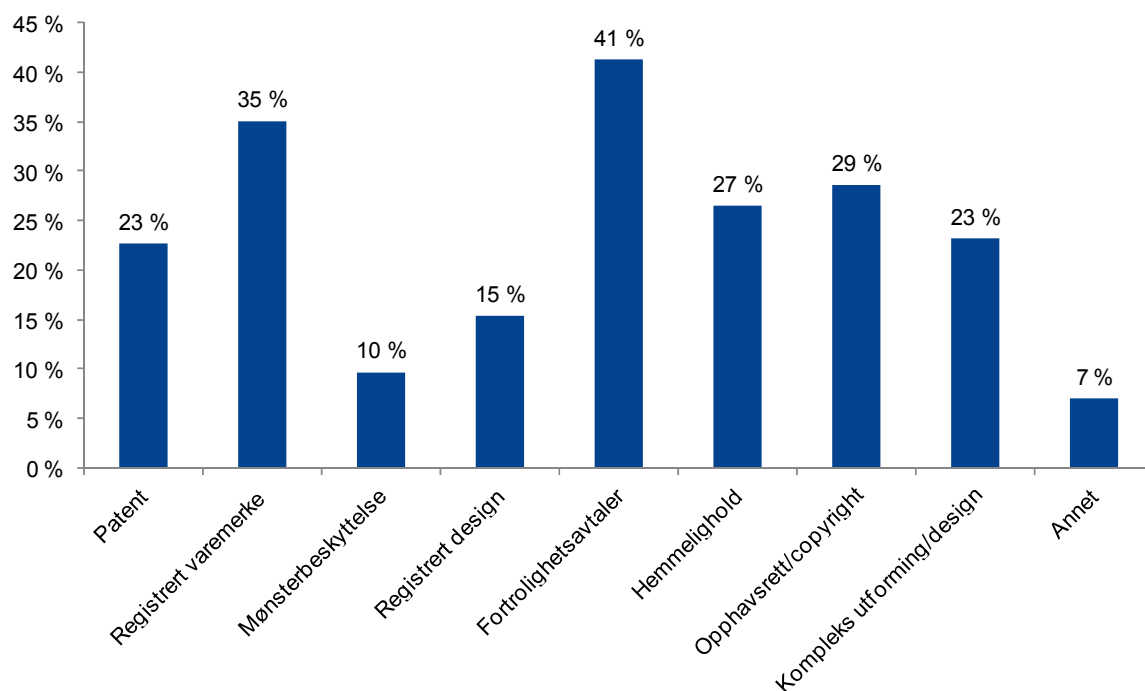
For 68 prosent av prosjektene i årets undersøkelse er det utviklet noe nytt; enten en ny vare, en ny tjeneste, en ny produksjonsprosess eller en kombinasjon av flere. Innovasjoner kan beskyttes, og det finnes flere alternative metoder for å beskytte en innovasjon. Vi ønsket å undersøke hvor utbredt bruken av beskyttelse er, samt hvilke metoder som er mest brukt. Vi spurte derfor alle bedriftene som i noen til svært stor grad svarte at de hadde utviklet en ny vare, tjeneste eller produksjonsprosess, om de kom til å benytte noen av følgende metoder for å beskytte eventuelle innovasjoner som ble utviklet i prosjektet:

- Patent
- Registrert varemerke
- Mønsterbeskyttelse
- Registrert design
- Fortrolighetsavtaler
- Hemmelighold
- Opphavsrett/copyright
- Kompleks utforming/design
- Annet

Registrert varemerke og fortrolighetsavtaler er de mest benyttede metodene for å beskytte innovasjonen. Disse beskyttelsesmetodene ble benyttet for henholdsvis 35 prosent og 41 prosent av prosjektene der det ble gjort en nyutvikling. Minst benyttet beskyttelse er

mønsterbeskyttelse. For hver potensielle beskyttelsesmetode er det flere bedrifter som ikke velger å benytte seg av metoden enn det er bedrifter som velger å benytte beskyttelsesmetoden.

Figur 7.9 *Andelen av bedriftene som i noen til svært stor grad har utviklet en ny vare, tjeneste eller produksjonsprosess som har/vil benytte følgende metoder for å beskytte innovasjonen, n=1615*



Kilde: Pöyry

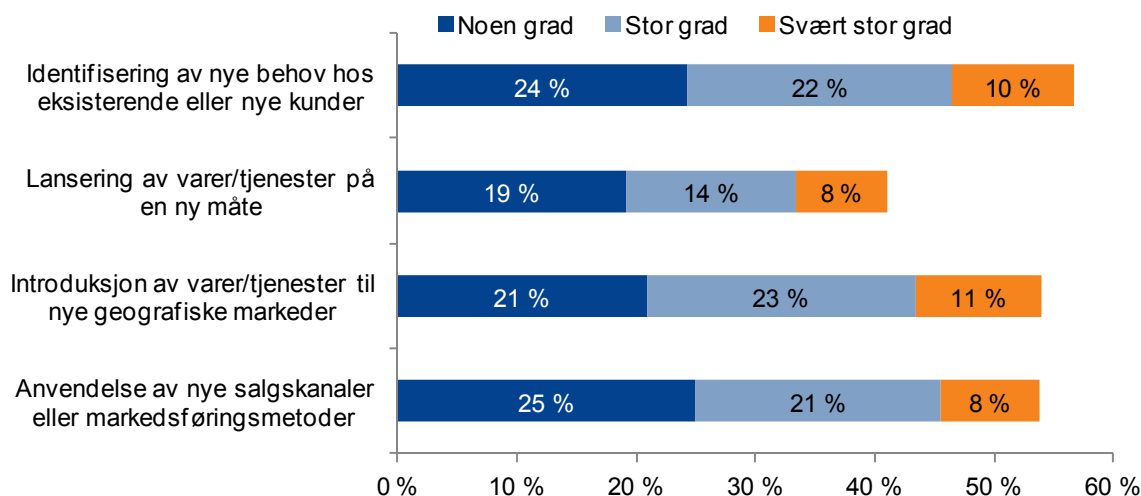
7.3 MARKEDSFØRING OG MARKEDSUTVIKLING

En del av Innovasjon Norges mål er å utvikle det norske næringslivet både i nasjonale og internasjonale markeder. Markedsføring og markedsutvikling er viktige aktiviteter for å utvikle det norske næringslivet, og er dermed en indirekte faktor som kan bidra til økt innovasjon. Bedriftene ble derfor spurt i hvor stor grad de mente at prosjektet ville føre til følgende endringer i hvordan de opererer overfor sitt marked:

- Identifisering av nye behov hos eksisterende eller nye kunder
- Lansering av varer/tjenester på en ny måte (f. eks. ny design eller innpakning)
- Introduksjon av varer/tjenester til nye geografiske markeder
- Anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder

Rundt halvparten av prosjektene fører i noen til svært stor grad til identifisering av nye kundebehov, introduksjon av varer/tjenester på nye markeder og anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder, mens rundt 40 prosent oppgir at prosjektet i noen til svært stor grad fører til at varer/tjenester lanseres på en ny måte (for eksempel ny design eller innpakning), jf. Figur 7.10.

Figur 7.10 Andelen av prosjektene som vil ha følgende markedsrettede effekter, n=2376



Kilde: Pöyry

Spørsmålet som har til hensikt å avdekke prosjektenes markedsrettede effekter ble også stilt ved forrige undersøkelse, men svaralternativet "Identifisering av nye behov hos eksisterende eller nye kunder" har erstattet det tidligere svaralternativet "Introdusere produkter/varer og/eller tjenester til nye kundegrupper". Samlet sett for alle tjenester ble det ved forrige undersøkelse rapportert resultater for sistnevnte svaralternativ i tillegg til svaralternativet "Anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder". Det første spørsmålet er ikke direkte sammenlignbart, men det er av interesse å sammenligne utviklingen i hvor stor grad prosjektet har ført til anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder. Ved forrige undersøkelse bidro 45 prosent av prosjektene i stor grad til anvendelse av nye kanaler/markedsføringsmetoder, mens den tilsvarende andelen i årets undersøkelse er i underkant av 30 prosent. Til sammenligning var andelen 49 prosent i 2008 og 37 prosent i 2009. Det er altså noe variasjon fra år til år, men resultatet indikerer likevel at andelen prosjekter som har bidratt til anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder er redusert sammenlignet med tidligere år. Det vil derfor være interessant å følge utviklingen i denne variabelen over tid, samt å følge utviklingen i de andre indikatorene for markedsrettet effekt. Tabell 7.3 viser andelen av prosjektene som i stor grad (tilsvarende stor og svært stor grad i Figur 7.10) har ført til markedsrettet effekt etter tjeneste. Tjenesten med den høyeste andelen bedrifter som har gjennomført et prosjekt som i stor grad har bidratt til den aktuelle markedsrettede effekten er markert med blått.

Tabell 7.3 Andelen av prosjektene som i stor/svært stor grad har ført til markedsrettede effekter, n=2376

	Anvendelse av nye salgskanaler/ markedsførings- metoder	Introduksjon til nye geografiske markeder	Lansering på ny måte	Identifisering av nye kundebehov
Bioenergiprogrammet (n=124)	3 %	3 %	2 %	5 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=109)	49 %	42 %	42 %	44 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=335)	4 %	2 %	3 %	4 %
Bygdeutviklingsstipend (n=69)	17 %	16 %	10 %	22 %
Delegasjoner (n=14)	43 %	71 %	0 %	43 %
Design rådgivning (n=19)	26 %	37 %	32 %	26 %
Distriktsrettede risikolån (n=44)	23 %	25 %	25 %	34 %
Distriktsutviklingstilskudd (n=316)	45 %	51 %	32 %	52 %
Entreprenørskap (n=41)	29 %	22 %	22 %	37 %
Etablererstipend (KRD) (n=265)	31 %	37 %	30 %	40 %
Etablererstipend (NHD) (n=58)	29 %	33 %	26 %	38 %
FRAM (n=103)	34 %	30 %	22 %	33 %
Grunnfinansieringslån - flåte (n=32)	9 %	3 %	6 %	9 %
Innovasjonslån (n=52)	38 %	48 %	33 %	46 %
Internasjonalisering (n=186)	69 %	87 %	38 %	61 %
IPR rådgivning (n=29)	41 %	69 %	48 %	86 %
Landbrukslån (n=138)	7 %	7 %	5 %	8 %
Landsdekkende utviklingstilskudd (n=67)	43 %	43 %	27 %	39 %
Lavrisikolån (n=41)	22 %	27 %	20 %	29 %
Lokalmatprogrammet (n=52)	19 %	27 %	23 %	21 %
Marint verdiskapningsprogram (n=42)	40 %	50 %	31 %	38 %
Maritim utvikling (n=9)	44 %	56 %	33 %	44 %
Miljøteknologi (n=27)	22 %	37 %	11 %	33 %
OFU/IFU (n=122)	30 %	43 %	25 %	41 %
Risikolån landbruk (n=18)	6 %	6 %	0 %	0 %
Skog- og klimaprogrammet (n=26)	4 %	8 %	0 %	8 %
Trebasert innovasjonsprogram (n=29)	14 %	21 %	14 %	24 %
Total	29 %	34 %	22 %	32 %

Kilde: Pöyry

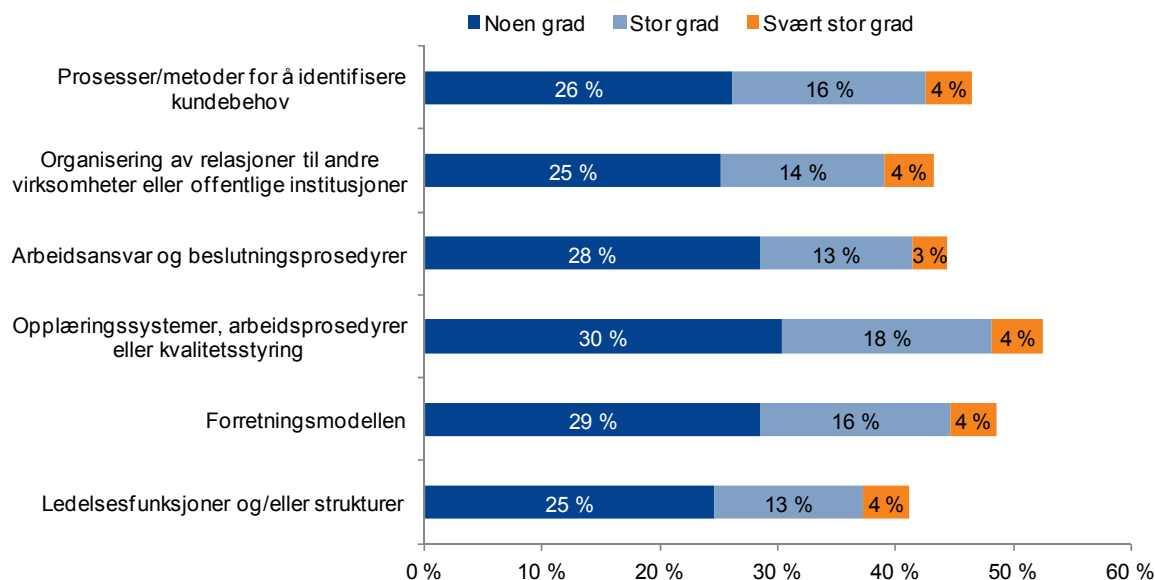
Det er innenfor to av de ikke-finansielle rådgivningstjenestene at andelen prosjekter som i stor grad bidrar til en markedsrettet effekt er høyest ved 2011 undersøkelsen. Andelen prosjekter som har bidratt til Identifisering av nye kundebehov (hos eksisterende eller nye kunder) og lansering av produkter/tjenester på en ny måte er begge høyest for IPR rådgivning. Spesielt høyt er bidraget til økt identifisering av nye kundebehov (nesten 9 av 10 prosjekter har i stor grad bidratt til dette).

Andelen prosjekter som i stor grad har bidratt til introduksjon av produkter/tjenester til nye geografiske markeder og anvendelse av nye salgskanaler/markedsføringsmetoder er høyest for Internasjonalisering; Nesten 9 av 10 prosjekter har i stor grad bidratt til at produktet/tjenesten ble introdusert på nye geografiske områder, mens 7 av 10 prosjekter bidro i stor grad til anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder. Til sammenligning var det 65 prosent av prosjektene innenfor Internasjonalisering som i stor grad bidro til anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder i 2010, og det har således vært en økning på fire prosentpoeng siden forrige undersøkelse. I 2010 var andelen prosjekter som i stor grad bidro til anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder høyest for Inkubatorstipend (73 prosent) og Etablererstipend (KRD) (71 prosent). Til sammenligning er andelen for Etablererstipend (KRD) nå 40 prosentpoeng lavere, men merk at nivået i 2010 var spesielt høyt. Dette er en stor nedgang. Undersøkelsen sier ikke noe om årsaken til den store nedgangen, men dette er et forhold det bør fokuseres på fremover. Andelen prosjekter som i stor grad bidro til introduksjon av varer/tjenester til nye geografiske områder var høyest for OFU/IFU i 2010 (74 prosent), og også denne andelen er betydelig lavere ved årets undersøkelse. Disse resultatene viser at det kan være svært stor variasjon på prosjektene som gjennomføres innenfor hver tjeneste fra år til år.

7.4 ORGANISASJONSUTVIKLING

Den siste hovedkategorien vi har spurt om prosjektet har effekt på, er organisasjonsutvikling. Vi spurte derfor bedriftene i hvilken grad de mente at prosjektet ville medføre en endring i en rekke forhold i bedriften. Resultatet er vist i Figur 7.11.

Figur 7.11 Andelen av prosjektene som vil ha følgende effekter på organisasjonsutviklingen, n=2376



Kilde: Pöyry

Rundt 20 prosent av alle prosjektene fører i stor eller svært stor grad til utvikling av prosesser/metoder for å identifisere kundebehov, relasjoner til andre, arbeidsansvar og beslutningsprosedyrer, opplæringssystemer og arbeidsprosedyrer, forretningsmodellen og ledelsesfunksjoner. Bedriftenes vurdering er at prosjektene generelt sett i mindre grad medfører økning i organisasjonsutvikling enn i markedsutvikling og innovasjon av varer, tjenester og produksjonsprosesser.

Vi ønsket også å undersøke om det var store variasjoner mellom de ulike tjenestene. Andelen av prosjektene som i stor eller svært stor grad har ført til endring i organisatoriske forhold i bedriften etter tjeneste er vist i Tabell 7.4.

Tabell 7.4 *Andelen av prosjektene som i stor/ svært stor grad har ført til endring i følgende organisatoriske forhold i bedriften, n=2376*

	Ledelsesfunksjoner, strukturer	Forretningsmodellen	Opplæringsystemer, arbeidsprosedyrer, kvalitetsstyring	Arbeidsansvar, beslutningsprosedyrer	Organisering av relasjoner til andre	Metoder for å identifisere kundebehov
Bioenergiprogrammet (n=124)	3 %	5 %	6 %	6 %	5 %	2 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=109)	19 %	28 %	23 %	14 %	20 %	22 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=335)	9 %	6 %	16 %	10 %	4 %	3 %
Bygdeutviklingsstipend (n=69)	7 %	13 %	13 %	10 %	14 %	16 %
Delegasjoner (n=14)	29 %	43 %	43 %	14 %	57 %	43 %
Design rådgivning (n=19)	11 %	21 %	16 %	16 %	16 %	16 %
Distriktsrettede risikolån (n=44)	20 %	16 %	23 %	23 %	18 %	14 %
Distriktsutviklingstilskudd (n=316)	21 %	25 %	34 %	22 %	29 %	33 %
Entreprenørskap (n=41)	22 %	27 %	20 %	22 %	17 %	24 %
Etablererstipend (KRD) (n=265)	19 %	24 %	19 %	17 %	22 %	27 %
Etablererstipend (NHD) (n=58)	17 %	28 %	19 %	14 %	17 %	19 %
FRAM (n=103)	28 %	26 %	33 %	26 %	22 %	27 %
Grunnfinansieringslån - flåte (n=32)	6 %	9 %	16 %	19 %	9 %	6 %
Innovasjonslån (n=52)	15 %	23 %	27 %	19 %	19 %	23 %
Internasjonalisering (n=186)	25 %	37 %	31 %	20 %	23 %	39 %
IPR rådgivning (n=29)	38 %	34 %	45 %	24 %	38 %	31 %
Landbrukslån (n=138)	9 %	9 %	16 %	10 %	8 %	6 %
Landsdekkende utviklingstilskudd (n=67)	31 %	31 %	31 %	24 %	40 %	36 %
Lavrisikolån (n=41)	17 %	15 %	22 %	15 %	12 %	15 %
Lokalmatprogrammet (n=52)	15 %	12 %	17 %	12 %	17 %	12 %
Marint verdiskapningsprogram (n=42)	12 %	24 %	26 %	17 %	21 %	29 %
Maritim utvikling (n=9)	22 %	33 %	22 %	22 %	22 %	44 %
Miljøteknologi (n=27)	22 %	26 %	19 %	19 %	26 %	19 %
OFU/IFU (n=122)	21 %	21 %	20 %	16 %	20 %	20 %
Risikolån landbruk (n=18)	6 %	0 %	22 %	11 %	11 %	0 %
Skog- og klimaprogrammet (n=26)	4 %	4 %	4 %	0 %	0 %	0 %
Trebasert innovasjonsprogram (n=29)	10 %	14 %	14 %	14 %	21 %	24 %
Verdiskapningsprogram reindrift (n=9)	11 %	44 %	33 %	11 %	22 %	22 %
Total	17 %	20 %	22 %	16 %	18 %	20 %

Kilde: Pöyry

De ikke-finansielle rådgivningstjenestene skiller seg ut med en relativt høy andel prosjekter som i stor grad har bidratt til organisasjonsutvikling innenfor flere av indikatorene; Det er innenfor IPR rådgivning at den høyeste andelen av prosjektene har

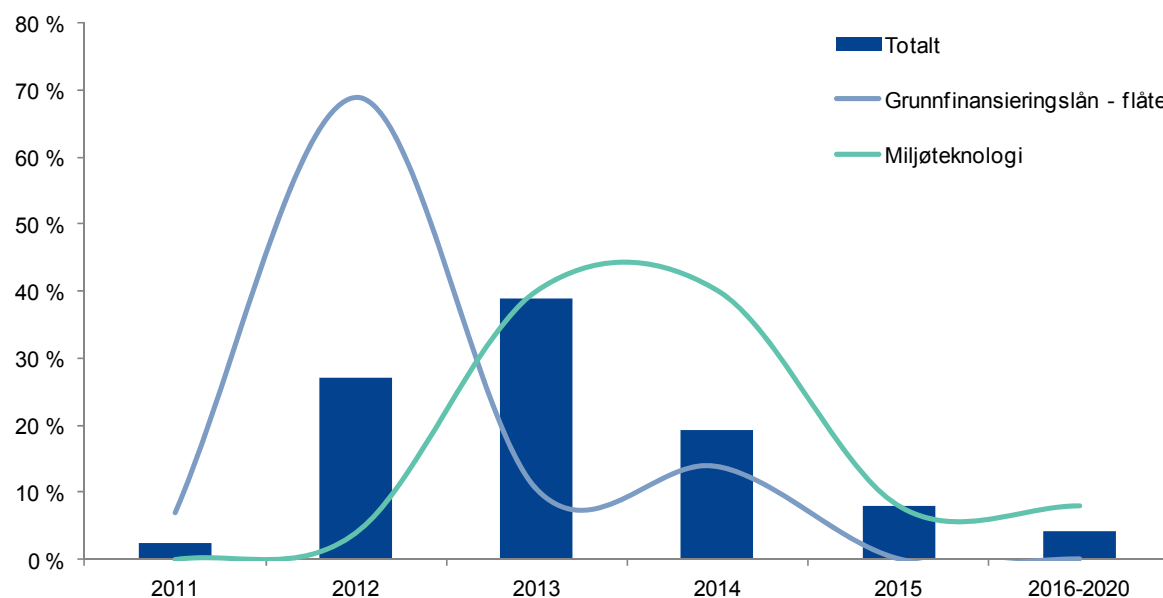
ført til utvikling av ledelsesfunksjoner og struktur (38 prosent) samt den høyeste andelen prosjekter som har bidratt til utvikling av opplæringssystemer, arbeidsprosedyrer og kvalitetssikring (45 prosent), andelen prosjekter som har bidratt til utvikling av arbeidsansvar og beslutningsprosedyrer er høyest innenfor FRAM (26 prosent), mens andel prosjekter som har bidratt til endring av organisering av relasjoner til andre virksomheter eller offentlige institusjoner er høyest for Delegasjoner (merk at resultater er basert på svar fra kun 14 bedrifter). Dersom vi ser bort fra Delegasjoner, er andelen prosjekter som har bidratt til endring i organisering av relasjoner til høyest for Landsdekkende utviklingstilskudd (40 prosent). At prosjektene innenfor de ikke-finansielle rådgivningstjenestene i større grad påvirker organisasjonsutviklingen relativt til prosjektene gjennomført innenfor andre tjenester var ikke tilfellet ved forrige undersøkelse, og det vil således være interessant å undersøke om dette kan være en trendutvikling eller om det er et tilfeldig resultat.

En sammenligning av resultatene ved årets undersøkelse med resultatene fra forrige undersøkelse viser at det er store variasjoner, både i positiv og negativ retning, innenfor en tjeneste. For å undersøke om enkelte tjenester i større grad gjennomfører prosjekter som i stor grad bidrar til organisasjonsutvikling bør man undersøke om det er like store interne svingninger også ved fremtidige undersøkelser, eller om det finnes en trend.

7.5 TIDSPUNKT FOR EFFEKTER

Hovedtyngden av prosjektene forventes å gi effekt i 2012 eller 2013, jf. Figur 7.12. Figuren viser prosentandelen av bedriftene som for hvert år forventer den første effekten av prosjektet/aktiviteten. Figuren viser tidspunktet for første års effekt for bedriftene samlet og for den tjenesten der effektene kommer tidligst (Grunnfinansieringslån – flåte) og for den tjenesten der effektene kommer senest (Miljøteknologi). Detaljerte resultater er vist i Vedlegg 5.

Figur 7.12 Tidspunkt for tidligste år med forventet effekt totalt sett og for to utvalgte tjenester, n=2127



Kilde: Pöyry

8 FORVENTEDE ØKONOMISKE EFFEKTER AV PROSJEKTET

Da Innovasjon Norge har som mål å styrke det norske næringslivet, er det interessant å undersøke prosjektenes betydning for bedriftenes økonomiske forhold. I dette kapittelet analyseres forventede økonomiske effekter for støttebedriftene.

Det er store forskjeller i hvilken grad prosjektet forbedrer konkurranseevnen mellom bedrifter og mellom tjenester. Kontrollert for bedrifts- og prosjektkjennetegn og for hvilken av de 28 tjenestene prosjektene er i, finner vi at prosjektet forventes å gi større forbedring av konkurranseevnen...

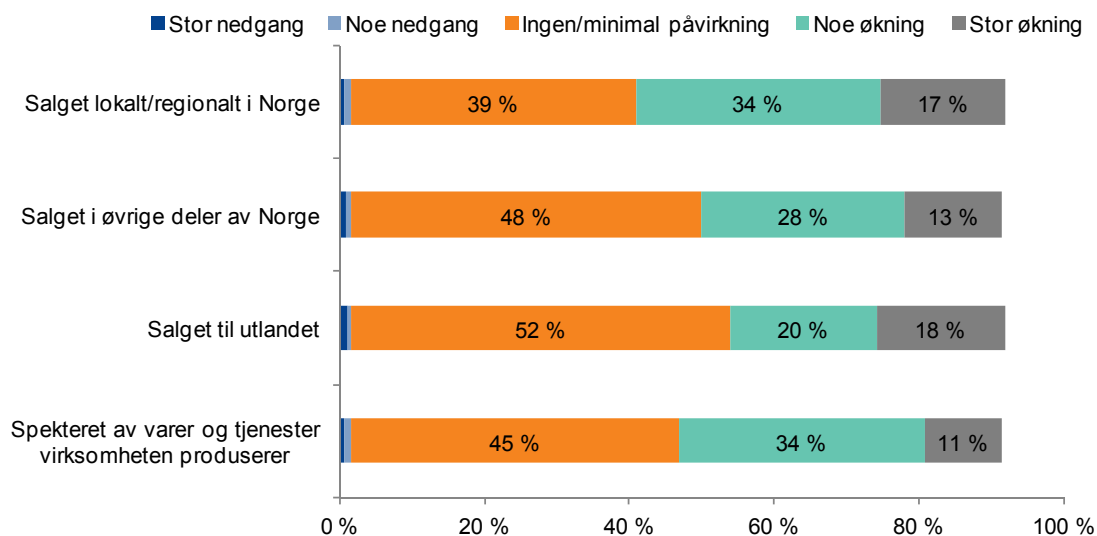
- ...desto høyere grad av addisjonalitet prosjektet har
- ...der risikoen anses å være på et middels nivå, sammenlignet med prosjekter med lav og prosjekter med høy risiko
- ...desto mer samarbeid med andre aktører prosjektet forventes å innebære
- ...desto mer nyskapende innovasjonen forventes å bli
- ...i bedrifter som i utgangspunktet gjennomfører mye innovasjonsaktiviteter
- ...i bedrifter med svært høye vekstforventninger de nærmeste 5 årene

Vi finner mindre forbedring av konkurranseevnen i større bedrifter (mer enn 10 ansatte) enn andre bedrifter. Dette må ses på bakgrunn av at prosjektets størrelse relativt til bedriftens samlede aktivitet nødvendigvis vil være mindre for store bedrifter.

8.1 ULIKE TYPER ØKONOMISKE EFFEKTER

Drøyt halvparten av bedriftene forventer at prosjektet vil føre til en økning av salget lokalt/regionalt i Norge, og nesten 40 prosent svarer at de forventer økt salg til utlandet. Fra 40 til 50 prosent forventer imidlertid ingen økning i salget som følge av prosjektet, jf. Figur 8.1. Omtrent en av ti bedrifter forventer at prosjektet vil føre til en stor økning i spekteret av varer og tjenester som bedriften produserer.

Figur 8.1 Prosjektens betydning for salg og spekter av varer og tjenester, n=2376

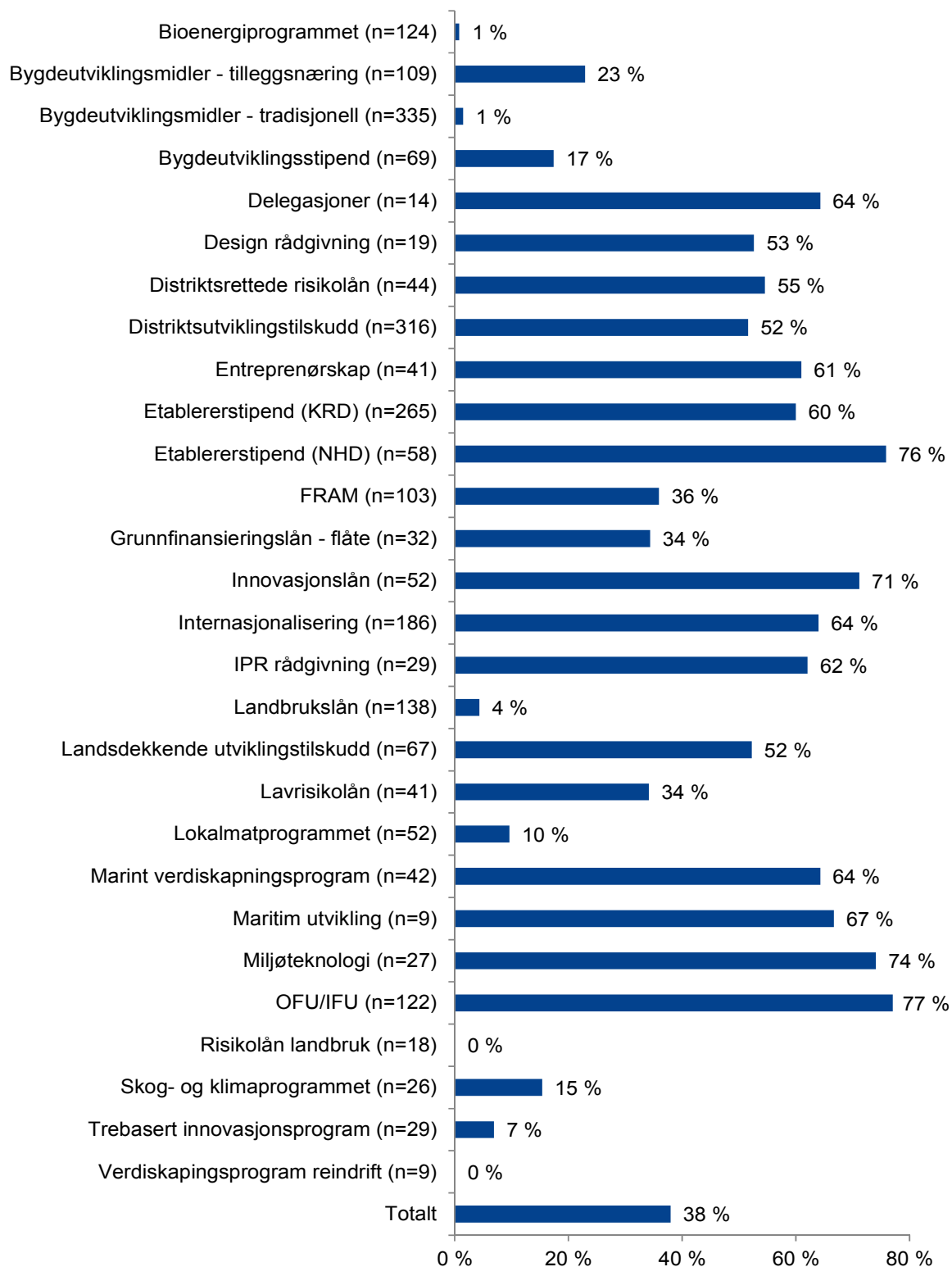


Kilde: Pöyry

Resultatet viser at prosjektene bidrar eller forventes å bidra til å øke salget på det lokale/regionale markedet i større grad enn salget på det øvrige norske markedet og det internasjonale markedet. Ved forrige undersøkelse var det omtrent 30 prosent av prosjektene som bidro til en økning i eksporten. Resultatet indikerer altså at selv om prosjektene i størst grad bidro til en økning av salget på det lokale/regionale markedet i 2011, var andelen av prosjektene som bidro til økt eksport omtrent 10 prosentpoeng høyere enn i 2010. Da det ikke ble spurt om prosjektets påvirkning på salget i Norge ved forrige undersøkelse, er det vanskelig å vite om salgsfokuset har hatt en vridning fra det nasjonale til det internasjonale markedet, eller om en større andel av prosjektene har medført en økning i salget generelt sett. Det vil således være interessant å sammenligne dette resultatet med resultatet ved neste undersøkelse.

Figur 8.2 viser andelen prosjekter som i noen eller stor grad gir økning i salget til utlandet etter tjenester. Figuren viser at det er stor spredning i andelen prosjekter som bidrar til å øke eksporten mellom de ulike tjenestene; For enkelte tjenester er andelen 0 prosent mens den for andre tjenester er rundt 75 prosent. Dette resultatet samvarierer i svært stor grad med den gjennomsnittlige eksportandelen per bedrift, jf. Tabell 2.1, og er således et uttrykk for at enkelte tjenester i liten grad retter seg mot eksportbedrifter, mens andre tjenester i relativt stor grad retter seg mot eksportbedrifter.

Figur 8.2 Andelen prosjekter som i noen til stor grad gir økt eksport etter tjeneste, n=2376



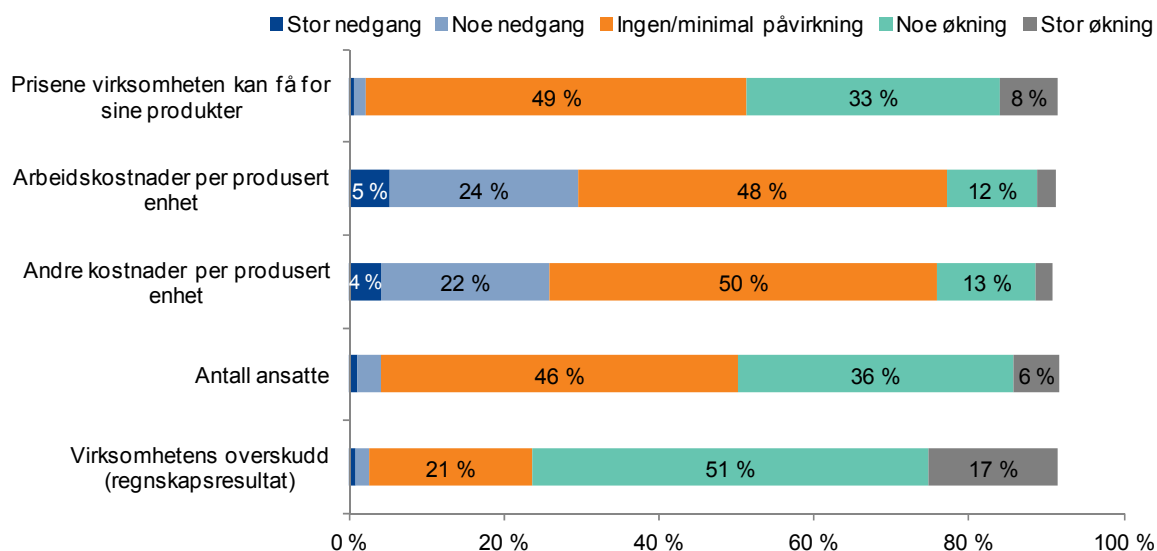
Kilde: Pöyry

Figur 8.3 gir en oversikt over vurderingene av prosjektenes betydning for produktpris, kostnadsnivå, antall ansatte og overskudd. Halvparten av prosjektene anses å ha liten eller ingen betydning for prisene bedriftene kan få for sine produkter, mens om lag fire av ti svarer at de tror prosjektet vil føre til høyere priser. Nesten en tidel forventer en stor økning i prisene. Om lag 30 prosent regner med at prosjektet vil redusere kostnadsnivået, både arbeidskraftkostnader og andre kostnader, mens halvparten av prosjektene er forventet å ha liten eller ingen betydning for kostnadene og i overkant av en av ti forventer at prosjektet skal gi noe økning i kostnadene.

Omtrent 40 prosent forventer at de gunstige effektene fra prosjektet vil innebære en økning i antall ansatte. Tekniske forbedringer kan redusere behovet for ansatte, men det er under fem prosent som forventer at antall ansatte skal gå ned som følge av prosjektet. Til sammenligning forventet omtrent halvparten av bedriftene en økning i antallet ansatte ved forrige undersøkelse, og en prosent forventet nedgang. Forventningene knyttet til en økning i antall ansatte som følge av de gjennomførte prosjektene er altså noe redusert sammenlignet med prosjektene gjennomført i 2010.

De største positive effektene fra prosjektet forventer bedriftene vil skje på bedriftens overskudd. To av tre bedrifter forventer økt overskudd som følge av prosjektet. Nesten en av fem bedrifter svarer at de forventer stor økning i overskuddet som følge av prosjektet. Ved forrige undersøkelse ble det spurt om prosjektets betydning for omsetningen heller enn overskuddet, og det var 84 prosent som forventet en økning i omsetningen. Da økt omsetning også må antas å medføre økte kostnader, kan man ikke konkludere med at prosjektene i 2011 har hatt mindre betydning for virksomhetens overskudd enn i 2010. Det vil således være interessant å følge utviklingen i fremtidige undersøkelser.

Figur 8.3 *Prosjektenes betydning for pris, kostnader, antall ansatte og overskudd, n=2376*



Kilde: Pöyry

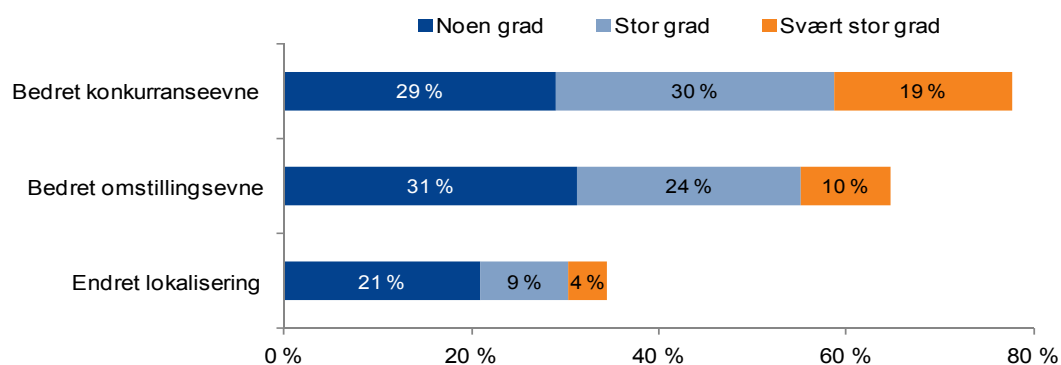
Samlemål for effekt på bedriften

Som et mål på den samlede effekten på bedriften, ba vi bedriftene angi i hvilken grad de forventer at prosjektet fører til bedret konkurranseevne, bedret omstillingsevne og endret lokalisering. Disse spørsmålene er en del endret fra forrige undersøkelse. I forrige undersøkelse ble det spurt om prosjektets viktighet for bedriftens fremtidige konkurranseevne, prosjektets viktighet for fremtidig lønnsomhetsutvikling og prosjektets viktighet for bedriftens overlevelse. Endringen er altså fra å spørre om prosjektets grad av

viktighet for konkurranseevnen til å spørre om i hvilken grad prosjektet har ført til *bedring* i konkurranseevnen. Spørsmålet ble endret for å spesifisere at det er en bedret konkurranseevne som er viktig over tid, samt at dersom man skal kunne bedre konkurranseevnen i fremtiden er det viktig at bedriften evner å omstille seg som følge av endringer både i markedet og teknologiske endringer, og i visse sammenhenger kan dette også inkludere at lokaliseringen av bedriftens aktiviteter bør endres. Endret lokalisering kan i denne sammenhengen eksempelvis bety samlokalisering for å utnytte skalaeffekter, endre lokaliseringen for å komme nærmere viktige kunder eller underleverandører eller å flytte inn i mer hensiktsmessige lokaler. Spørsmålet om viktigheten for den fremtidige lønnsomheten er dekket ved at man spurte bedriftene om prosjektets forventede effekt på virksomhetens overskudd.

I utgangspunktet forventes det at en større andel av bedriftene i stor grad gir bedret konkurranseevne enn de to andre faktorene, og i minst grad forventes det at prosjektene skal ha stor effekt på lokaliseringen da dette som regel krever større investering for å endre lokaliseringen. Prosjektenes faktiske/forventede langsiktige økonomiske effekter er vist i Figur 8.4.

Figur 8.4 Prosjektenes forventede effekter for bedriften, n=2376



Kilde: Pöyry

Konkurranseevne er en viktig faktor for at norsk næringsliv skal kunne styrkes. 80 prosent av bedriftene forventer at prosjektet gir bedret konkurranseevne, og halvparten at konkurranseevnen bedres i stor eller svært stor grad. Ved forrige undersøkelse var det 75 prosent² som mente at prosjektet i stor grad var viktig for bedriftens fremtidige konkurranseevne. Selv om et prosjekt anses som viktig, er ikke dette direkte oversettbart til at prosjektet i stor grad vil **bedre** konkurranseevnen. Dersom bedriftene anser prosjektet som i stor grad viktig dersom det bedrer konkurranseevnen i noen grad, tolker vi resultatene i retning av at prosjektene har omtrent den samme eller noe større effekt på konkurranseevnen enn i forrige undersøkelse. Dersom bedriftene anser at prosjektet i stor grad er viktig kun dersom konkurranseevnen bedres i stor/svært stor grad, kan resultatene tolkes i den retning av at prosjektene har noe mindre effekt på konkurranseevnen sammenlignet med forrige undersøkelse. Endringen i den målte betydningen av konkurranseevnen kan skyldes endringen i spørsmålsstillingen siden forrige undersøkelse, og det vil således være interessant å følge denne utviklingen videre fremover.

Omstillingsevnen sier noe om hvor lett en bedrift kan tilpasse seg nye utviklinger som skjer både i det nasjonale og det internasjonale markedet. En bedret omstillingsevne kan således bidra til en bedret konkurranseevne. Nesten to av tre bedrifter forventer at

² Merk at det ved forrige undersøkelse ble rapportert to ulike tall for andelen prosjekter som i stor grad var viktig for bedriftens fremtidige konkurranseevne; 75 prosent av hele utvalget og 80 prosent der bedrifter som har besvart vet ikke /ikke relevant er utelukket fra utvalget.

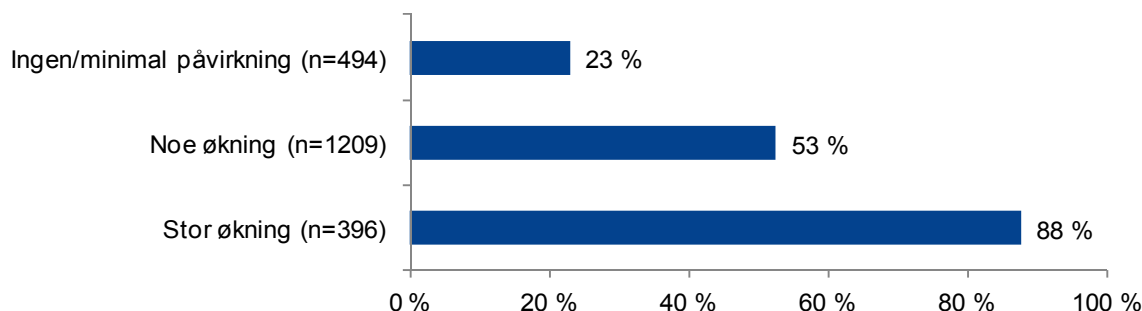
prosjektet gir en bedret omstillingsevne, og en tredjedel at dette skjer i stor eller svært stor grad.

Bedriftene anser videre at prosjektene i noen grad har konsekvenser for lokaliseringen av bedriftens aktiviteter, men bare en av ti anser at dette skjer i stor eller svært stor grad. Dersom den endrede lokalisasjonen gir nærhet til kunder, underleverandører eller samarbeidspartnere kan endringen av lokalisasjon gi bedriften økt økonomisk bærekraft. Samlokaliseringen kan også bidra til skalafordeler.

8.2 KJENNETEGN SOM PÅVIRKER KONKURRANSEEVNEN

Virksomhetens overskudd påvirker virksomhetens konkurranseevne som er viktig for at en bedrift skal kunne overleve og utvikle seg videre. Det er derfor naturlig å forvente en positiv sammenheng mellom økningen i overskuddet som følge av det gjennomførte prosjektet og prosjektets betydning for konkurranseevnen. Vi testet denne sammenhengen og resultater viser at andelen av prosjektene som i stor eller svært stor grad bidrar til å bedre bedriftens konkurranseevne er større jo større økning i overskuddet prosjektet medfører; For bedriftene som oppgir at prosjektet i ingen eller minimal grad vil påvirke bedriftens overskudd, er det i underkant av en fjerdedel som forventer at prosjektet i stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne, mens for bedriftene som oppgir at prosjektet vil gi en stor økning i bedriftens overskudd svarer omtrent ni av ti at prosjektet i stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne, jf. Figur 8.5.

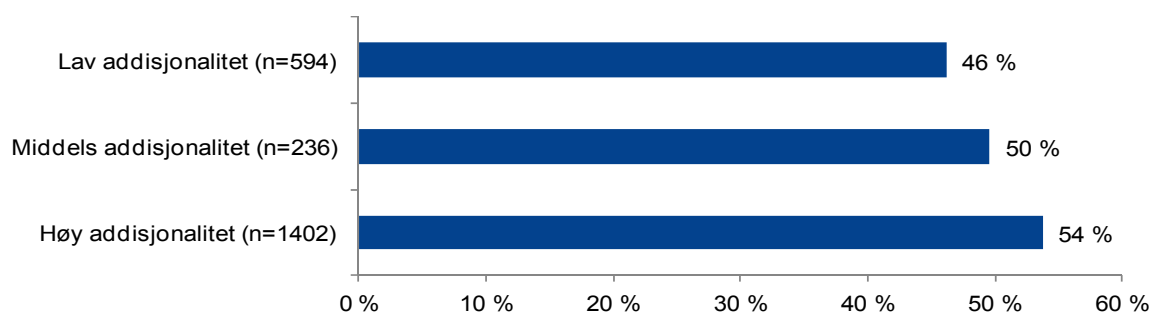
Figur 8.5 *Andelen av prosjektet som i stor eller svært stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne etter prosjektets betydning for overskuddet, n=2159*



Kilde: Pöyry

Det er interessant å undersøke om det er en sammenheng mellom prosjektets betydning for konkurranseevnen og prosjektets addisjonalitet. Vi finner at andelen bedrifter som tror at prosjektet i stor eller svært stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne er høyest for bedriftene med høy addisjonalitet, jf. Figur 8.6. Sammenhengen er likevel av begrenset størrelse, og bør analyseres over tid før man kan konkludere med at prosjektene med høy addisjonalitet i størst grad vil bedre konkurranseevnen. Da Innovasjon Norge har som mål å gi støtte som kan realisere aktiviteter som ellers ikke ville blitt igangsatt, er det følgelig et mål at støtten i hovedsak skal gis til prosjekter med høy addisjonalitet. Dersom det viser seg at det er innenfor prosjektene med høy addisjonalitet at flest bedrifter forventer at prosjektet i stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne, gir dette en ytterligere bekreftelse på at Innovasjon Norges intervensjon bidrar til å fremme næringsutvikling.

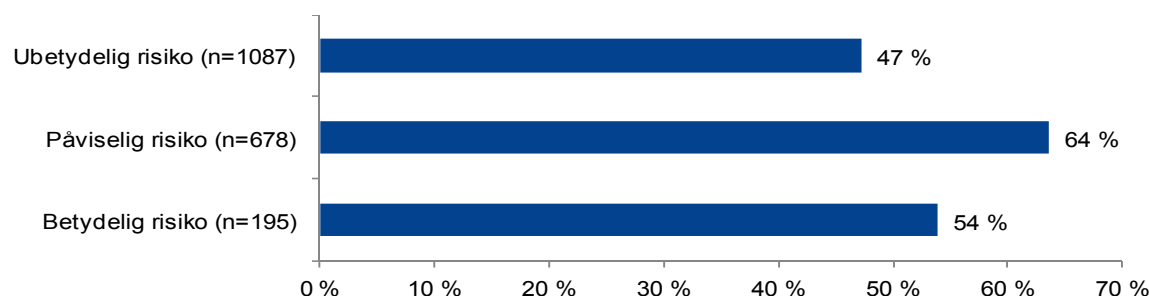
Figur 8.6 Andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor/svært stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne etter addisjonalitet, n=2232



Kilde: Pöyry

Det er også av interesse å undersøke om høyrisikoprosjekter gir bedre konkurranseevne enn lavrisikoprosjekter. Vi undersøkte derfor sammenhengen mellom risiko og bedret konkurranseevne, jf. Figur 8.7. Andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor eller svært stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne er høyest for bedriftene som gjennomfører prosjekter med påviselig risiko for at prosjektet ikke skal lykkes. Det er således ikke prosjektene med høyest risiko som i størst grad gir bedret konkurranseevne. Det er likevel interessant å merke seg at de minst risikable prosjektene er de som i minst grad forventes å bedre bedriftens konkurranseevne, av disse tre kategoriene.

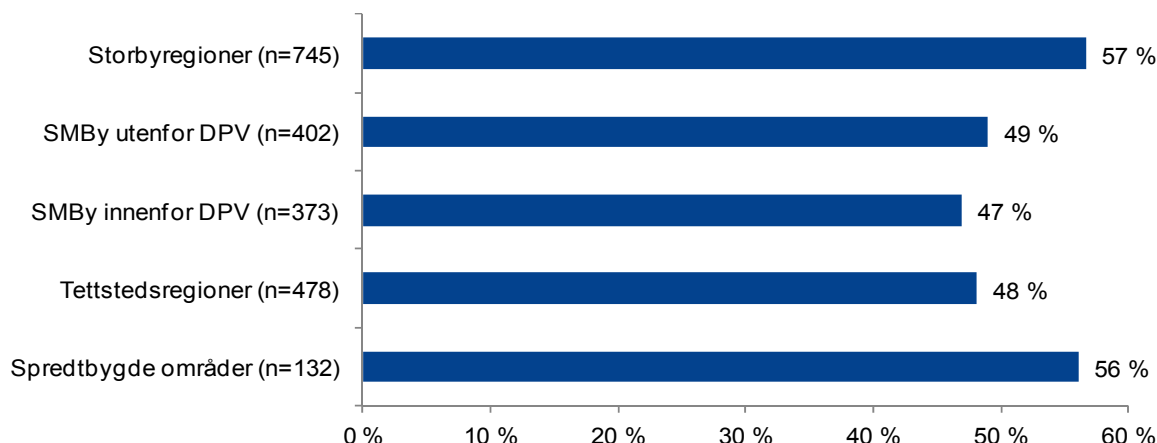
Figur 8.7 Andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor/svært stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne etter risiko, n=1960



Kilde: Pöyry

Resultatene tyder heller ikke på at prosjektenes evne til å påvirke konkurranseevnen varierer sterkt systematisk med en sentrum-periferidimensjon (indikator for sentralitet), jf. Figur 8.8. Andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor eller svært stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne er høyest for bedriftene i storbyregioner og spredtbygde områder, men det er relativt små variasjoner mellom de ulike sentralitetsområdene.

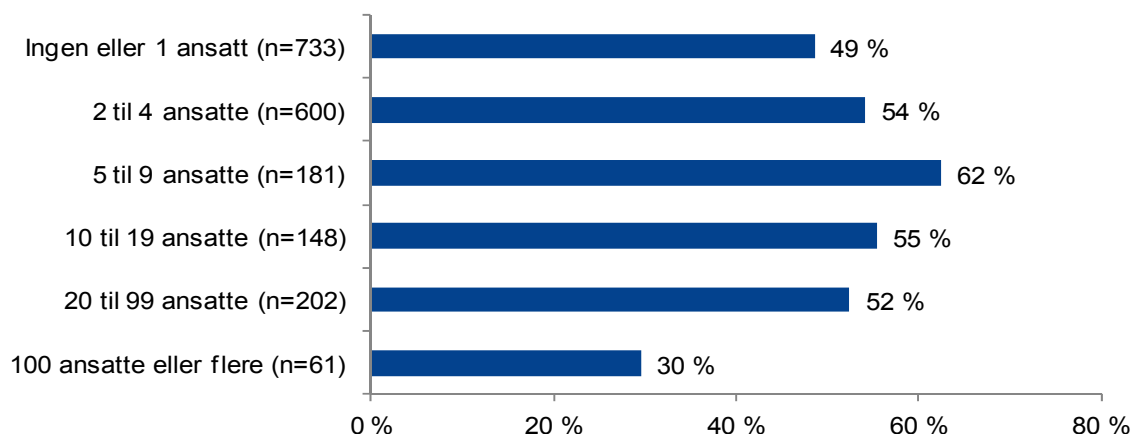
Figur 8.8 Andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor/svært stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne etter sentralitet, n=2130



Kilde: Pöyry

I hvor stor grad de gjennomførte prosjektene vil bedre bedriftens konkurranseevne kan også avhenge av bedriftens størrelse målt ved antall ansatte. En naturlig hypotese er at prosjektet vil ha større betydning for bedriften jo mindre bedriften er. Analysen viser at andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne er betydelig lavere for de aller største bedriftene med mer enn 100 ansatte enn for mindre bedrifter, jf. Figur 8.9. Det er likevel 30 prosent av de aller største bedriftene som mener at prosjektet i stor grad vil bedre bedriftens konkurransesituasjon. For bedriftene med mindre enn 100 ansatte er det ingen klar sammenheng mellom størrelse og prosjektets betydning for konkurranseevnen.

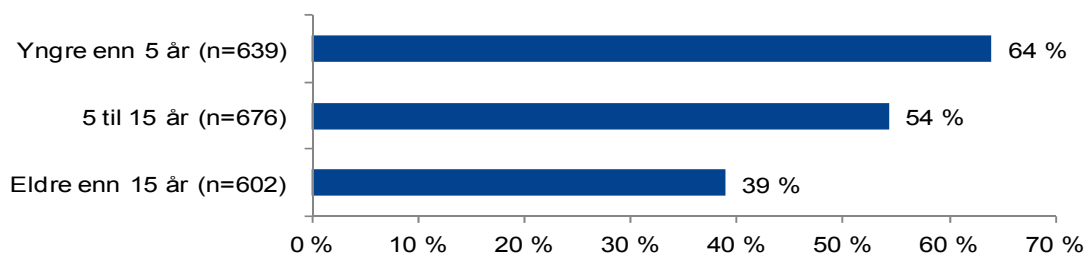
Figur 8.9 Andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor/svært stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne etter bedriftsstørrelse, n=1925



Kilde: Pöyry

Figur 8.10 viser at det er en klar tendens til at det er de yngre bedriftene som i størst grad gjennomfører prosjekter som i stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne. Dette resultatet er som forventet, og det vil således være interessant å undersøke om sammenhengen vedvarer over tid.

Figur 8.10 Andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor/svært stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne etter bedriftens alder, n=1917



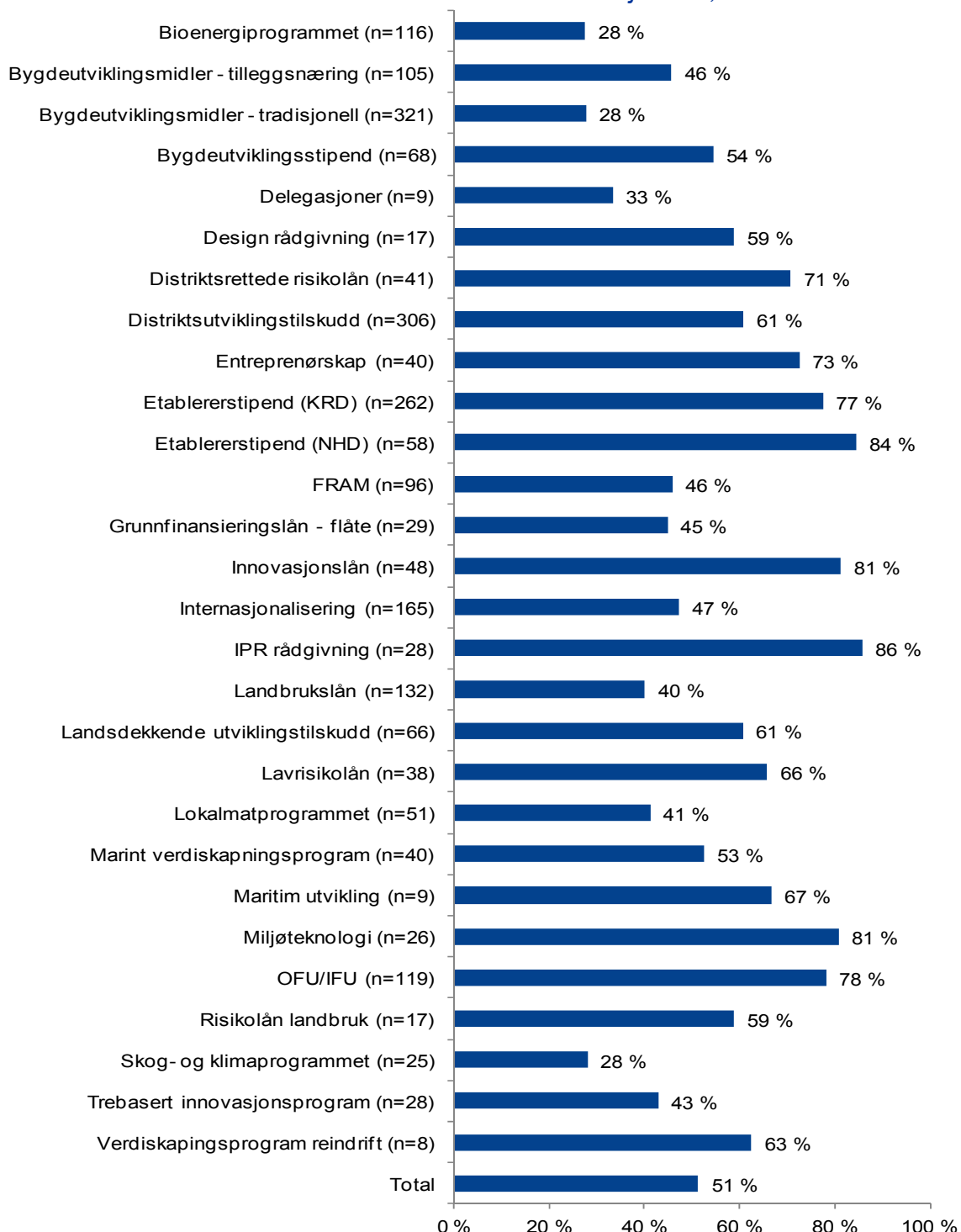
Kilde: Pöyry

Figur 8.11 gir andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor eller svært stor grad vil øke bedriftens konkurranseevne etter tjeneste. Andel bedrifter som i stor grad forventer bedret konkurranseevne varierer betydelig mellom de ulike tjenestene. Høyest andel er det for IPR-rådgivning der 86 prosent av bedriftene forventer at konkurranseevnen i stor grad bedres, etterfulgt av Etablererstipend (NHD) (84 prosent), Innovasjonslån (81 prosent) og Miljøteknologi (81 prosent).

Resultatet viser også at tjenestene som i hovedsak retter seg mot relativt unge bedrifter (Entreprenørskap og Etablererstipend) har en relativt høy andel prosjekter som bidrar til å bedre konkurranseevnen, noe som støtter hypotesen om at prosjektets påvirkning på bedriftens konkurranseevne er større jo yngre bedriften er.

Når det gjelder prosjektets risiko for å mislykkes, så er det innenfor de ikke-finansielle tjenestene at vi finner den høyeste andelen bedrifter som mener at risikoen er betydelig. Høyest andel finner vi innenfor IPR-rådgivning og Design rådgivning der hhv. 24 og 21 prosent av bedriftene mener at det er høy risiko for at prosjektet mislykkes. IPR-rådgivning har den høyeste andelen prosjekter som i stor grad forventes å bedre bedriftens konkurranseevne, noe som kan indikere at risiko har betydning for prosjektets påvirkning på bedriftens konkurranseevne. Andelen av prosjektene innen Design rådgivning som i stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne er derimot bare litt høyere enn gjennomsnittet for alle de gjennomførte prosjektene. Likevel viser resultatet at begge tjenestene med den høyeste andelen høyrisikoprosjekt har en høyere andel prosjekter som vil bedre bedriftens konkurranseevne enn gjennomsnittet. Dette resultatet støttes av resultatet i Figur 8.7 som viser at lavrisikoprosjektene i minst grad bedrer konkurranseevnen, men at det ikke nødvendigvis kun er prosjektene med høyest risiko som bidrar til å bedre konkurranseevnen. Det er altså ikke noen klar sammenheng mellom høy risiko og prosjektets betydning for konkurranseevnen.

Figur 8.11 Andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor/svært stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne etter tjeneste, n=2268

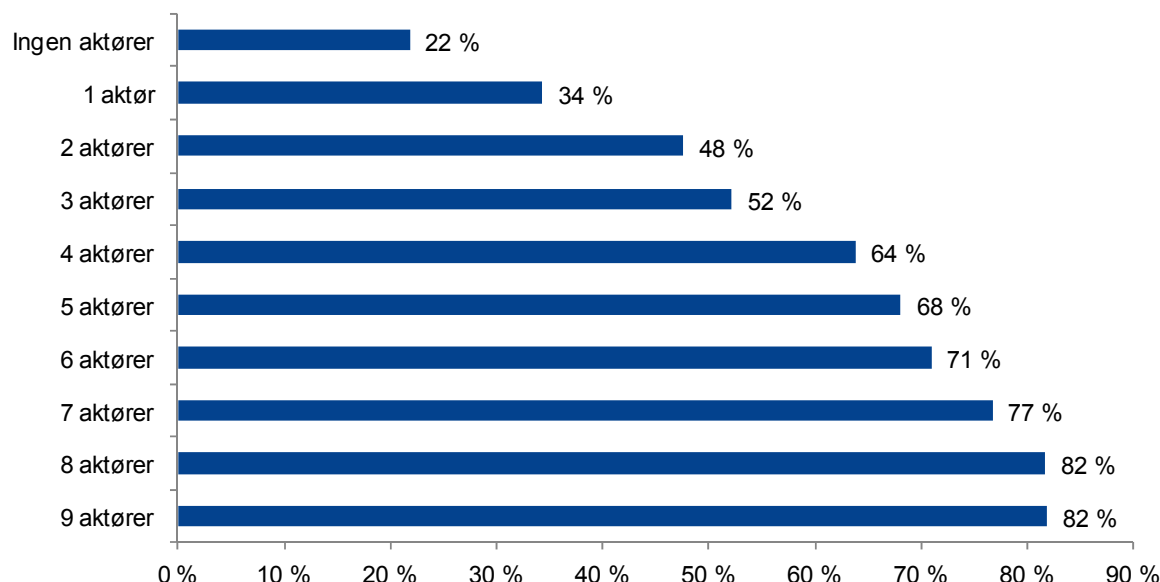


Kilde: Pöyry

En viktig faktor for å fremme norsk næringsliv er samarbeid, og Innovasjon Norge har derfor som delmål å bidra til å styrke samhandlingen mellom aktørene i de regionale partnerskap. Vi ønsket derfor å undersøke om det var en positiv sammenheng mellom antallet aktører prosjektet bidro til økt samarbeid med og prosjektets betydning for konkurranseevnen. Det viser seg at andelen av prosjektene som i stor eller svært stor

grad vil bedre konkurranseevnen er høyere jo høyere antallet samarbeidsaktører er, jf. Figur 8.12.

Figur 8.12 Andelen av bedriftene som tror at prosjektet i stor/svært stor grad vil bedre bedriftens konkurranseevne etter antallet samarbeidsaktører, n=2250



Kilde: Pöyry

8.3 SAMLET ANALYSE AV KJENNETEGN SOM PÅVIRKER KONKURRANSEEVNEN

Foran studerte vi sammenhengen mellom bedret konkurranseevne og en rekke kjennetegn ved bedriften eller prosjektet. Vi så på denne sammenhengen for hvert kjennetegn hver for seg ved bruk av bivariate analyser. Det kan imidlertid være samvariasjon mellom enkelte av disse kjennetegnene. For eksempel kan det tenkes at det er en tendens til at små bedrifter også er yngre enn eldre. Et spørsmål er således om sammenhengene mellom alder og bedriftsstørrelse på den ene siden og konkurranseevnen på den andre, uttrykker at små bedrifter også er de yngste, eller om det også er en effekt av bedriftsstørrelse også blant bedrifter som er like gamle. Ved gjennomføring av bivariate analyser, er det altså vanskelig å vite om den målte effekten faktisk skyldes forholdet mellom de to variablene som analyseres, eller om den skyldes en utelatt variabel.

Dette og tilsvarende spørsmål kan vi adressere gjennom en såkalt regresjonsanalyse. Denne analyseteknikken innebærer at vi kan identifisere hvilke kjennetegn som samvarierer med bedring i bedriftens konkurranseevne når vi samtidig kontrollerer for betydningen av andre kjennetegn.

Vi har gruppert kjennetegnene i to grupper – kjennetegn ved prosjektene (addisjonalitet, risiko med videre) og kjennetegn ved bedriftene (bedriftsstørrelse, geografisk beliggenhet, eierskap med videre).

Vi gjennomførte således to sett regresjonsanalyser. Metoden er logistisk regresjon. Det betyr i dette tilfellet at venstresidevariabelen har verdi 1 dersom prosjektet i stor eller svært stor grad forventes å bedre bedriftens konkurranseevne, og 0 ellers.

Som vist i Figur 8.4, er det 49 prosent av bedriftene som forventer at prosjektet i stor eller svært stor grad vil bedre konkurranseevnen. Sannsynligheten for at prosjektet i stor grad

vil bedre konkurranseevnen er således 0,49. Nedenfor presenteres de viktigste effektene av de ulike prosjekt- og bedriftskjennetegnene på denne sannsynligheten. En nærmere beskrivelse av metodikken og detaljerte resultater er gitt i vedlegg 6.

Kjennetegn som påvirker konkurranseevnen

Hvilken tjeneste prosjektet er i, forklarer noe av effektene på konkurranseevnen. Selv om det er kontrollert for hvilke tjeneste prosjektet gjennomføres innenfor, er det likevel flere kjennetegn ved prosjektene og bedriftene som har betydning for hvordan prosjektet påvirker konkurranseevnen.

De identifiserte sammenhengene mellom kjennetegn og bedret konkurranseevne som ikke fanges opp av hvilken tjeneste prosjektet tilhører, er:

- Positiv effekt av addisjonalitet
- Positiv effekt av middels projektrisiko
- Positiv effekt av økt samarbeid
- Positiv effekt av innovasjon på høyt nivå
- Negativ effekt for store bedrifter med mer enn hundre ansatte
- Positiv effekt av at bedriften i utgangspunktet driver med innovasjonsaktiviteter
- Positiv effekt av bedriftens forventede vekstutsikter de neste fem årene

De fleste av de bivariate sammenhengene mellom konkurranseevne og kjennetegn ved prosjektet/bedriften som er presentert i avsnitt 8.2, opprettholdes altså i denne regresjonsanalysen der samvariasjonen for alle kjennetegn studeres samtidig. Blant unntakene er effekten av alder, som ikke blir signifikant når alle kjennetegn inkluderes. Det samme gjelder betydningen av geografisk lokalisering og grad av særegen kompetanse.

Da denne regresjonsanalysen er ny i årets undersøkelse, vil det være interessant å se om disse sammenhengene holder seg ved neste undersøkelse.

9 FORVENTEDE EFFEKTER UTENFOR BEDRIFTEN

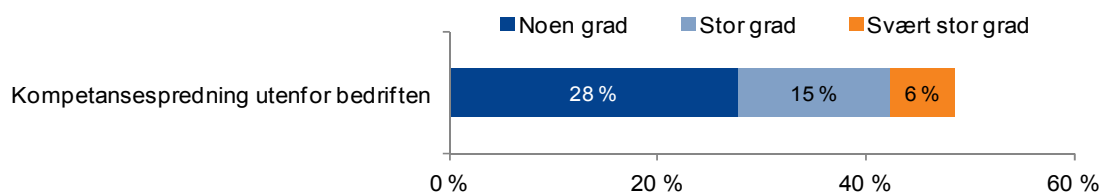
Prosjektene kan også ha effekter utover lønnsomhet og konkurranseevne i bedriften som mottar støtte. I dette kapitlet redegjør vi for samfunnseffekter i form av ringvirkninger i form av spredning av kompetanse til andre bedrifter eller institusjoner, bevissthet rundt samfunnsansvar og miljøbelastning.

Omtrent to av ti bedrifter forventer at prosjektet fører til kompetansespredning utenfor bedriften. Svarene tyder på at samarbeid i innovasjonsprosessen er svært viktig for å realisere slike positive ringvirkninger. Mellom 20 og 25 prosent anser at prosjektene i stor grad vil øke deres bevissthet rundt samfunnsansvar og medføre redusert miljøbelastning i eller utenfor bedriften.

9.1 KOMPETANSESPREDNING UTENFOR BEDRIFTEN

De gjennomførte prosjektene trenger ikke nødvendigvis å medføre en positiv effekt kun for bedriften som gjennomfører prosjektet. Vi undersøker derfor om prosjektene også har påvirket andre bedrifter. Bedriftene ble derfor spurt om i hvilken grad de forventer at prosjektet ville føre til kompetansespredning utenfor bedriften. En eventuell kompetansespredning utenfor bedriften er en ringvirkningseffekt da dette innebærer at det gjennomførte prosjektet bidrar til å øke kompetansenivået i en annen bedrift enn bedriften som mottok støtte fra Innovasjon Norge. Resultatet er vist i Figur 9.1.

Figur 9.1 Prosjektene forventede effekt på kompetansespredning utenfor bedriften. Prosent (n=2376)

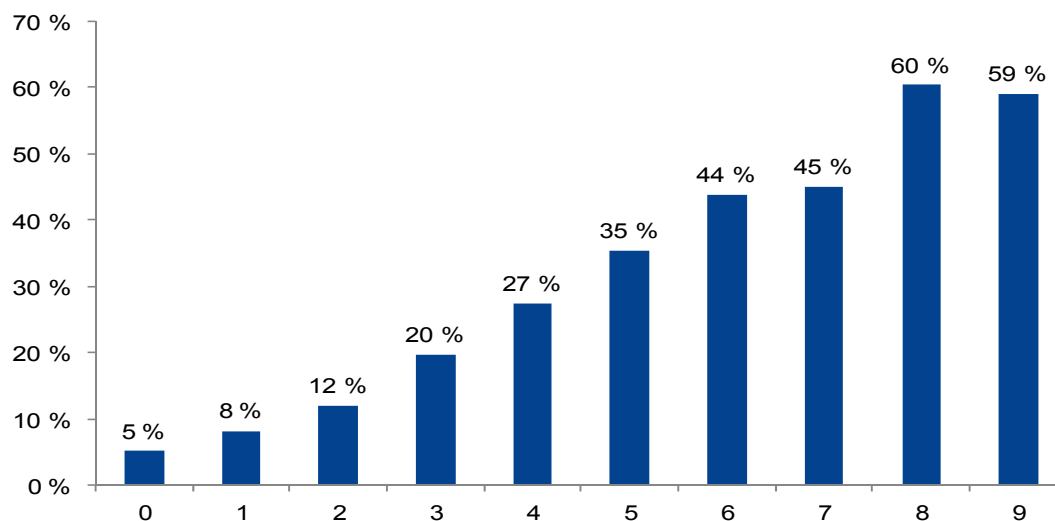


Kilde: Pöyry

Halvparten av bedriftene anser at prosjektet fører til kompetansespredning utenfor bedriften, og to av ti mener at dette vil skje i stor eller svært stor grad. En betydelig andel av prosjektene har således medført positive eksternaliteter for andre aktører enn støttemottakeren, noe som er et positivt resultat. Kompetansespredningen kan eksempelvis foregå ved at det holdes kurs eller seminarer, at det lages et skriftlig dokument som spres til andre bedrifter eller ved at bedriften samarbeider med andre.

Det kan tenkes at jo mer samarbeid et prosjekt medfører, jo mer kompetansespredning vil det aktuelle prosjektet medføre. Vi ønsket å undersøke denne sammenhengen. Kompetansespredningen utenfor bedriften er større desto flere samarbeidspartnere bedriften har fått som følge av prosjektet, jf. Figur 9.2.

Figur 9.2 Andelen av prosjektene som i stor/svært stor grad gir kompetanse-spredning etter antallet samarbeidspartnere, n=2213



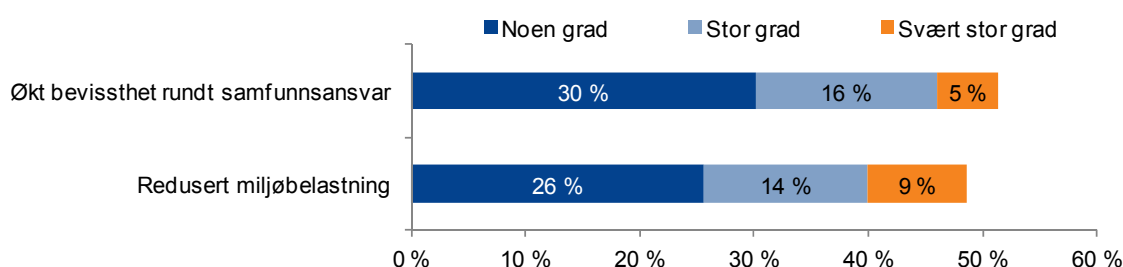
Kilde: Pöyry.

Note: Den horisontale aksene måler antall samarbeidspartnere som følge av prosjektet.

9.2 SAMFUNNSANSVAR OG MILJØ

Innovasjon Norge har som mål å bidra til utvikling av norsk næringsliv. Da det er viktig at utviklingen foregår på en samfunnsmessig og miljømessig bærekraftig måte, spurte vi bedriftene om prosjektet førte økt bevissthet rundt samfunnsansvar og om det bidro til redusert miljøbelastning i eller utenfor bedriften. Bevissthet rundt samfunnsansvar omhandler eksempelvis bedriftens etiske retningslinjer, hvordan ansvar knyttet til arbeidsforhold skal ivaretas og miljøforhold i leverandørkjeden.

Figur 9.3 Prosjektens forventede effekter for samfunn og miljø, n=2376



Kilde: Pöyry

To av ti bedrifter svarer at prosjektet i stor eller svært stor grad fører til at bedriften blir mer bevisst rundt å ta samfunnsansvar. Dette resultatet samsvarer med resultatet fra forrige undersøkelse.

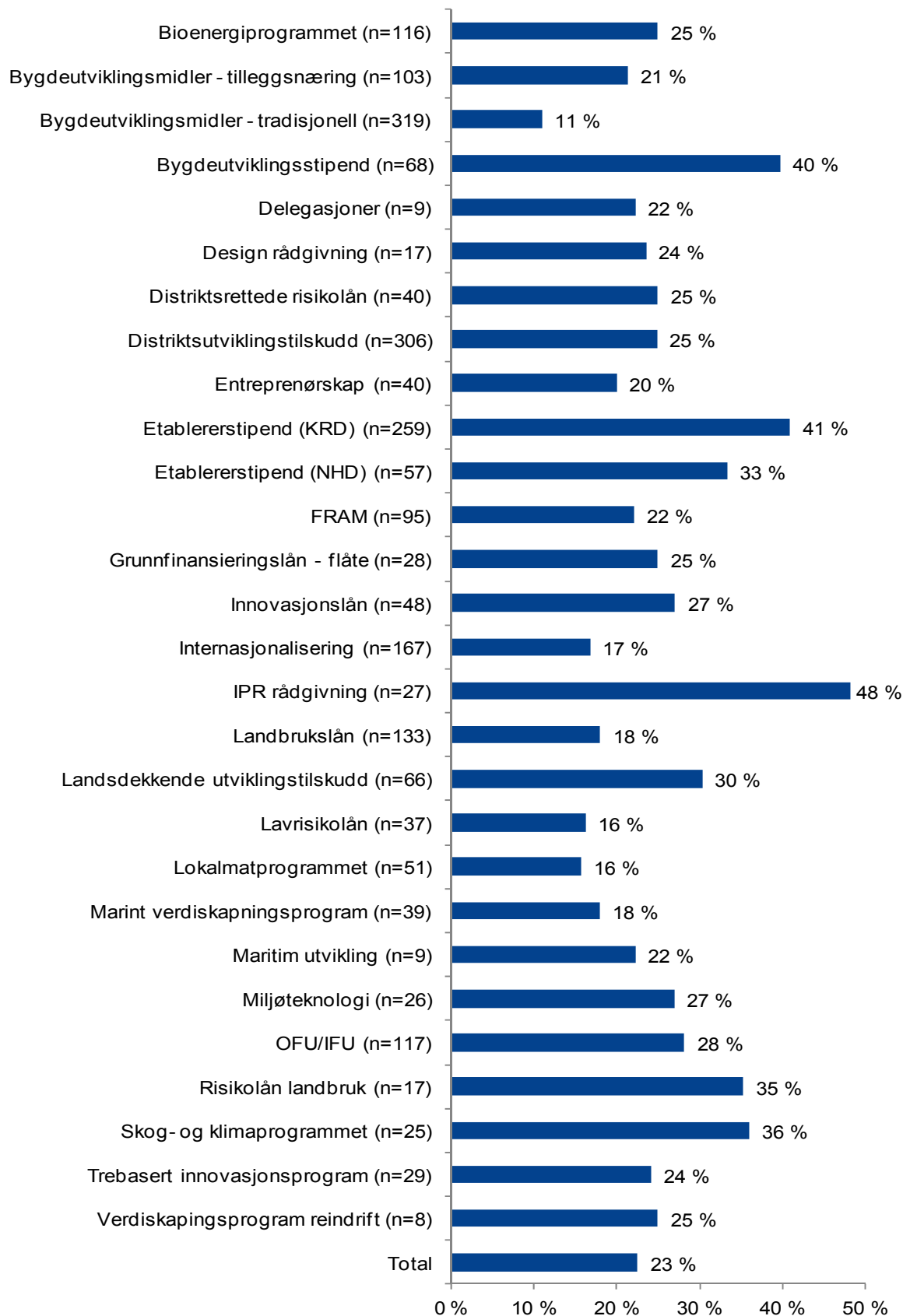
Nesten en av fire bedrifter svarte at prosjektet i stor eller svært stor grad fører til redusert miljøbelastning. Dette spørsmålet er noe endret fra forrige undersøkelse, da det ble spurt om i hvilken grad prosjektet har bidratt til redusert forurensning. Dersom man likevel sammenligner svarene på disse to spørsmålene, har andelen som i stor grad forventer redusert miljøbelastning/forurensning økt med 5 prosentpoeng siden forrige undersøkelse, noe som kan bety at prosjektene i større grad fokuserer på miljø. Da viktigheten av å tenke på miljøet har fått stor fokus de siste årene, er det ikke utenkelig at prosjektene som gjennomføres i økende grad gir miljøbesparende effekter. Da den relative endringen fra

forrige undersøkelse ikke er av svært stor størrelsesorden, vil det være interessant å følge utviklingen i denne variabelen fremover.

Andelen av prosjektene som i stor eller svært stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar etter tjeneste er vist i Figur 9.4. Andelen er høyest for IPR-rådgivning der omtrent halvparten av bedriftene anser at prosjektene i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar. Også innenfor Etablererstipend (KRD) og Bygdeutviklingsstipend svarer en betydelig andel av bedriftene at prosjektet fører til økt bevissthet om samfunnsansvar (omtrent 40 prosent for begge tjenestene).

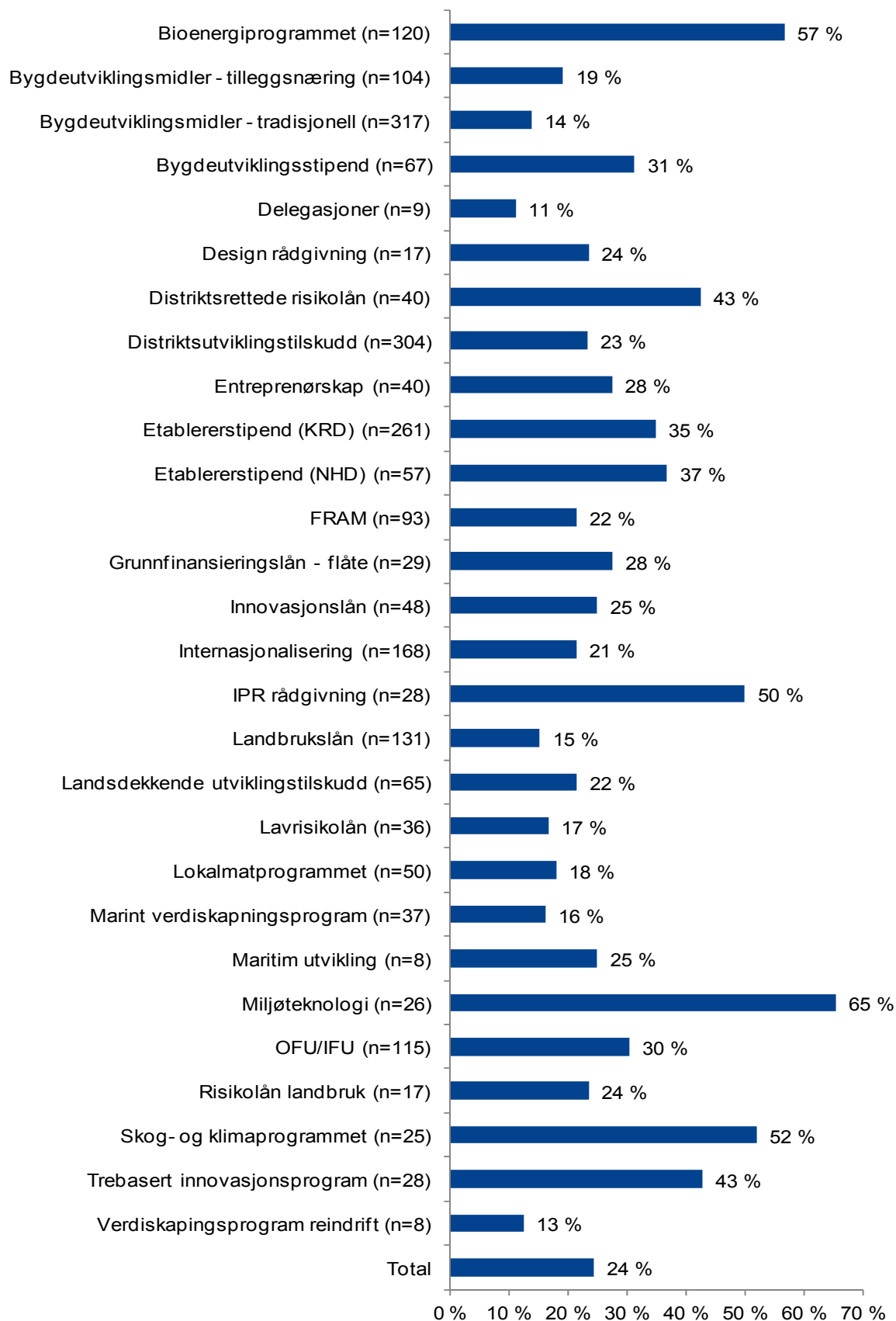
Andelen av prosjektene som i stor eller svært stor grad gir redusert miljøbelastning etter tjeneste er vist i Figur 9.5. Andelen er høyest for Miljøteknologi og Bioenergiprogrammet, med andeler på henholdsvis 65 og 57 prosent.

Figur 9.4 Andelen av prosjektene som i stor/svært stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar etter tjeneste, n=2256



Kilde: Pöyry

Figur 9.5 Andelen av prosjektene som i stor/svært stor grad medfører redusert miljøbelastning etter tjeneste, n=2248



Kilde: Pöyry

10 DETALJERTE RESULTATER FOR HVER TJENESTE

I dette kapitlet presenteres en kort omtale, samt utvalgte nøkkeltall, for hver tjeneste i årets undersøkelse.

10.1 ALLE TJENESTER

Nedenfor presenteres gjennomsnittlige nøkkeltall for alle tjenester.

Antall bedrifter i populasjonen	5553	Antall bedrifter i utvalget (intervjuet)	2376
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	4273,4	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	1,0

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	36 %	19 %	18 %	22 %	6 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	11 %	25 %	60 %
2010	11 %	23 %	62 %
2009	12 %	24 %	59 %

Merk: Tallene summerer seg ikke til 100 prosent da andelen som svarer "vet ikke" ikke er inkludert i tabellen ovenfor

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	58
Eksportandel	14 %
IN stor betydning for banklån ¹	57 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	59 %
Tjeneste	53 %
Prosess	53 %
Marked	48 %
Organisasjon	41 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	17 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	36 %
Regionalt nivå	13 %
Nasjonalt nivå	14 %
Internasjonalt nivå	37 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,2	2,9	3,0
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	84 %	75 %	80 %
Kompetanse ¹	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	1,4*	1,3*	1,8
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	67 %	61 %	73 %
Innovasjon ¹	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,2*	1,0*	2,5
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	73 %	68 %	83 %
Konkurranseevne ²	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	83 %	80 %	49 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	27 %	21 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	26 %	23 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	17 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	13 %
Eksport ³	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	69 %	68 %	38 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	17 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	6 %

Merk:

1) Indikatorene for kompetanse og innovasjon, som tidligere hadde en maksimal skår på hhv. 11 og 15, er skalert ned for å kunne sammenlignes med tallene for 2011. Tallene dette omfatter er markert med * i tabellen ovenfor.

2) I 2011 er det spurt om prosjektet har bedret konkurranseevnen, mens det tidligere er spurt om viktigheten for konkurranseevnen.

3) For 2011 er andelen prosjekter som bidrar til økt eksport beregnet for hele utvalget, mens andelen tidligere er beregnet for et utvalg fratrukket antallet bedrifter som svarer "vet ikke". De sammenlignbare andelenene for 2009 og 2010 er hhv. 30 prosent og 29 prosent.

10.2 BIOENERGIPROGRAMMET

Bioenergiprogrammets formål er å bidra til en effektiv og fremtidsrettet bruk av bioenergi med basis i gårdens, landbrukets og bygdenes ressurser. Programmet tilbyr investeringsstøtte til landbruksforetak som vil bygge anlegg for varmesalg, gårdsvarmeanlegg, veksthus, biogass og flisproduksjon. I tillegg til økonomisk støtte, gis det også kompetansemessig hjelp for å etablere bioenergivirksomhet. Målgruppa for programmet er i hovedsak bønder og skogeiere, men for flisproduksjon kan også andre søke. Programmets samfunnsmessige effekter er at det bidrar til verdiskaping i landbruket basert på lokale bioenergiressurser, samt til å redusere CO₂-utslipp.

Antall bedrifter i populasjonen	190	Antall bedrifter i utvalget (intervjuet)	124
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	50,8	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,3

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	25 %	29 %	22 %	20 %	4 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	8 %	15 %	76 %
2010	12 %	31 %	52 %
2009	27 %	24 %	49 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	7
Eksportandel	1 %
IN stor betydning for banklån ¹	48 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	26 %
Tjeneste	31 %
Prosess	35 %
Marked	9 %
Organisasjon	17 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	48 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	76 %
Regionalt nivå	10 %
Nasjonalt nivå	10 %
Internasjonalt nivå	5 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,1	1,6	1,7
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	58 %	56 %	65 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	0,5	0,4	0,6
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	31 %	29 %	37 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	0,6	0,4	1,2
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	34 %	37 %	52 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	51 %	58 %	28 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	28 %	25 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	60 %	57 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	23 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	7 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	13 %	12 %	1 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	10 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	2 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.3 BYGDEUTVIKLINGSMIDLER – TILLEGGSNÆRING

Bygdeutviklingsmidlene består av to hovedgrupper; fylkesvise og sentrale bygdeutviklingsmidler. De fylkesvise bygdeutviklingsmidlene består av tilskudd og rentestøtte til utvikling av enkeltbedrifter i og i tilknytning til landbruk, og målgruppa er hovedsakelig personer eller foretak som er tilknyttet landbrukseiendommer. De sentrale bygdeutviklingsmidlene består av utviklingsprosjekter som griper over mer enn enkeltbedrifter, og målgruppa består av produksjons- eller bransjesammenslutninger, faglag, nettverk m.v. Kvinner, personer under 35 år og områdene Finnmark, Troms, Nordland og Namdalen er særlig prioritert målgrupper innenfor BU-midlene. Tjenesten Bygdeutvikling-tilleggsnæring har til hensikt å bidra til utvikling av ny næringsutvikling for alternative næringer for å oppnå en effektiv og fremtidsrettet nærings- og forretningsutvikling med basis i lokale ressurser. Det gis i hovedsak støtte til investeringer i tilleggsnæringer samt støtte til bedriftsutvikling, men også i noe grad til rådgivning, nettverk og kompetanseoppbygging.

Antall bedrifter i populasjonen	358	Antall intervjuer	109
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	165,7	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,4

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	26 %	20 %	18 %	28 %	8 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	9 %	31 %	57 %
2010	10 %	23 %	60 %
2009	16 %	27 %	58 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	2
Eksportandel	7 %
IN stor betydning for banklån ¹	54 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	61 %
Tjeneste	63 %
Prosess	41 %
Marked	56 %
Organisasjon	36 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	18 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	51 %
Regionalt nivå	23 %
Nasjonalt nivå	14 %
Internasjonalt nivå	13 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,2	3,2	3,0
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	90 %	85 %	86 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	1,0	0,9	1,8
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	65 %	59 %	72 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,0	0,8	2,6
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	55 %	68 %	82 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	82 %	76 %	46 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	24 %	21 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	11 %	19 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	72 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	49 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	62 %	38 %	23 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	17 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	3 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.4 BYGDEUTVIKLINGSMIDLER – TRADISJONELL

Bygdeutviklingsmidlene består av to hovedgrupper; fylkesvise og sentrale bygdeutviklingsmidler. De fylkesvise bygdeutviklingsmidlene består av tilskudd og rentestøtte til utvikling av enkeltbedrifter i og i tilknytning til landbruk, og målgruppa er hovedsakelig personer eller foretak som er tilknyttet landbrukseiendommer. De sentrale bygdeutviklingsmidlene består av utviklingsprosjekter som griper over mer enn enkeltbedrifter, og målgruppa består av produksjons- eller bransjesammenslutninger, faglag, nettverk m.v. Kvinner, personer under 35 år og områdene Finnmark, Troms, Nordland og Namdalen er særlig prioritert målgrupper innenfor BU-midlene. Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell har til hensikt å bidra til å videreutvikle og effektivisere primærproduksjonen for de som ønsker å satse på tradisjonelt landbruk, og å bidra til en fremtidsrettet primærproduksjon med basis i lokale ressurser. Det gis i hovedsak støtte til investeringer i faste anlegg og tilhørende produksjonsutstyr av varig karakter, rentestøtte på lån til investeringsformål og støtte til mindre investeringer ved generasjonsskifte innen tradisjonelt landbruk.

Antall bedrifter i populasjonen	1 017	Antall intervjuer	335
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	884,1	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,9

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	21 %	21 %	26 %	27 %	6 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	15 %	27 %	57 %
2010	19 %	24 %	60 %
2009	16 %	24 %	61 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	3
Eksportandel	2 %
IN stor betydning for banklån ¹	54 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	30 %
Tjeneste	19 %
Prosess	66 %
Marked	5 %
Organisasjon	18 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	27 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	76 %
Regionalt nivå	11 %
Nasjonalt nivå	10 %
Internasjonalt nivå	2 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,1	1,6	1,6
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	68 %	75 %	58 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	0,5	0,5	0,8
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	41 %	35 %	55 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	0,6	0,5	1,4
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	55 %	57 %	73 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	76 %	70 %	28 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	22 %	11 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	22 %	14 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	36 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	18 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	5 %	15 %	1 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	8 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	1 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.5 BYGDEUTVIKLINGSSTIPEND

Bygdeutviklingsstipend (BU-stipend) er en del av de fylkesvise BU-midlene. Formålet med BU-stipendet er å bidra til å utvikle og etablere ny virksomhet utenom tradisjonelt landbruk. Det gis stipend både til utviklingsfasen og etableringsfasen. Stipendet har til hensikt å dekke kostnader som naturlig påløper i de aktuelle fasene som eksempelvis lønn, konsulentbistand, konsept-/produktutvikling, markedsundersøkelser, relevante kurs, mindre fysiske investeringer og lignende.

Antall bedrifter i populasjonen	105	Antall intervjuer	69
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	12,2	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,1

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	29 %	17 %	22 %	25 %	7 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	10 %	26 %	62 %
2010	4 %	39 %	57 %
2009	10 %	29 %	61 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	2
Eksportandel	12 %
IN stor betydning for banklån ¹	44 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	64 %
Tjeneste	67 %
Prosess	36 %
Marked	54 %
Organisasjon	38 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	6 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	65 %
Regionalt nivå	16 %
Nasjonalt nivå	12 %
Internasjonalt nivå	6 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,9	4,1	3,5
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	94 %	94 %	90 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	1,2	1,6	2,1
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	75 %	82 %	83 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	0,9	1,0	2,6
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	72 %	75 %	94 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurransevne	73 %	77 %	54 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	39 %	40 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	11 %	31 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	68 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	33 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	36 %	62 %	17 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	17 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	7 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.6 DELEGASJONER

Tjenesten omfatter deltakelse i næringslivsdelegasjoner i forbindelse med statsbesøk, og offisielle besøk til utlandet er en prioritert aktivitet. Tjenestens fremste mål er å tilrettelegge gode og relevante møteplasser for deltagerne, der hensikten er at besøket skal være en døråpning for nettverksbygging på høyt nivå. Eksempler på arrangementer er seminarer, rundebordskonferanser, B2B-møter (business to business) og sosiale arrangement. Målgruppen er særlig etablerte bedrifter som kan styrke sin tilstedeværelse og strategiske posisjon som følge av besøket, men omfatter også øvrig norsk næringsliv, organisasjoner og offentlig virksomhet som vil dra nytte av tjenesten.

Antall bedrifter i populasjonen	63	Antall intervjuer	14
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	0,0	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,0

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	60 %	20 %	20 %	0 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	7 %	21 %	43 %
2010	-	-	-
2009	16 %	19 %	65 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	21
Eksportandel	28 %
IN stor betydning for banklån ¹	-

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	21 %
Tjeneste	29 %
Prosess	14 %
Marked	36 %
Organisasjon	36 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	57 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	0 %
Regionalt nivå	50 %
Nasjonalt nivå	0 %
Internasjonalt nivå	50 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,0	1,8	2,2
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	81 %		57 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	10,8	0,8	1,0
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	56 %		50 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	0,8	0,5	1,4
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	55 %		43 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	68 %	65 %	33 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	18 %	22 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	22 %	11 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	29 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	14 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	55 %	-	64 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	14 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	7 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

Næringslivsdelegasjoner er en viktig aktivitet for å profilere Norge og norske bedrifter i utlandet, og tjenesten har til hensikt å bidra til etablering av nye og videreutvikling av eksisterende næringslivsrelasjoner. Innovasjon Norge har koordinerings- og gjennomføringsansvar, men tjenesten videreutvikles i samspill med Nærings- og handelsdepartementet, Utenriksdepartementet, øvrige relevante fagdepartementer, næringslivets organisasjoner samt aktuelle kontakter i landet som besøkes.

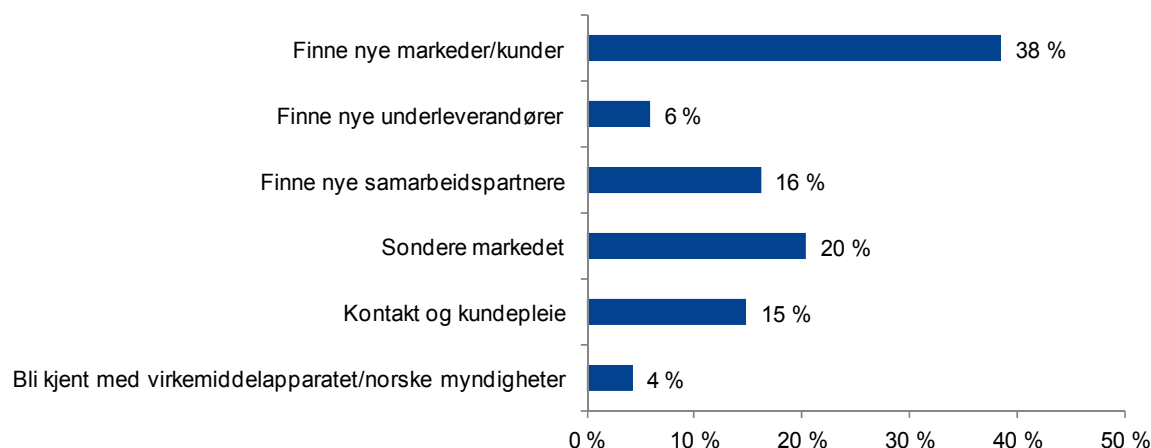
Da det forventes at bedriftene som deltar på Delegasjoner opplever en rask effekt av de gjennomførte aktivitetene, anses effekten for disse bedriftene i større grad som realisert enn forventet. Bedriftene som hadde deltatt på delegasjonsreiser og messer fikk derfor noen skreddersydde spørsmål, og resultatene omtales nedenfor.

616 bedrifter, det vil si 26 prosent av bedriftene som har besvart spørsmålene i undersøkelsen, opplyser at de har deltatt på en delegasjonsreise og/eller en messe tidligere. Merk at dette er et betydelig høyere antall enn antallet som har besvart undersøkelsen for Delegasjoner, der kun 14 respondenter har besvart undersøkelsen. Da deltagere på delegasjoner og messer ikke alltid er oppmerksomme på hvem som står bak arrangementet, er det også mulig at noen av respondentene som svarer at de har deltatt på delegasjonsreiser og/eller messer har deltatt på arrangement som ikke er i regi av Innovasjon Norge. Respondentene som svarte at de hadde deltatt på delegasjonsreiser og/eller messer, fikk noen tilleggsspørsmål, og resultatet fra disse er rapportert nedenfor.

61 prosent av deltagerne på delegasjonsreiser og/eller messer har fått finansiering fra Innovasjon Norge tidligere. En av fem har aldri vært på delegasjonsreiser og/eller messer før, mens to av fem har deltatt mellom en og tre ganger tidligere og to av fem har deltatt flere enn tre ganger tidligere.

Hovedhensikten med å delta på delegasjonsreisen og/eller messen var i størst grad å finne nye markeder/kunder (38 prosent oppgir dette som hovedgrunn), jf. Figur 10.1. Også muligheten til å sondere markedet, finne nye samarbeidspartnere og kontakt og kundepleie er viktige årsaker til deltakelsene.

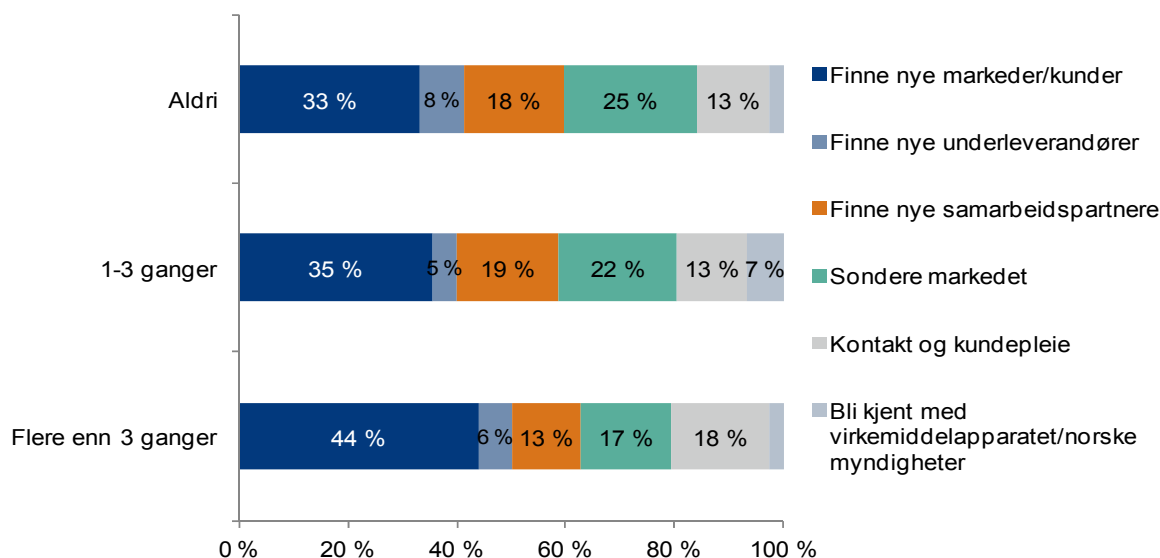
Figur 10.1 Hovedhensikt med deltagelse på delegasjonsreisen og/eller messen, n=613



Kilde: Pöyry

Vi ønsket å undersøke om hensikten med deltakelsen avhenger av hvor mange ganger bedriften hadde deltatt på delegasjonsreiser og/eller messer tidligere. Figur 10.2 viser at antallet deltakelser i liten grad henger sammen med hensikten av deltakelsen, men at de er en tendens til at bedrifter som har vært med flere enn tre ganger i større grad begrunner deltakelsen med å finne nye markeder/kunder og kontakt/kundepleie enn bedriftene som har deltatt færre ganger.

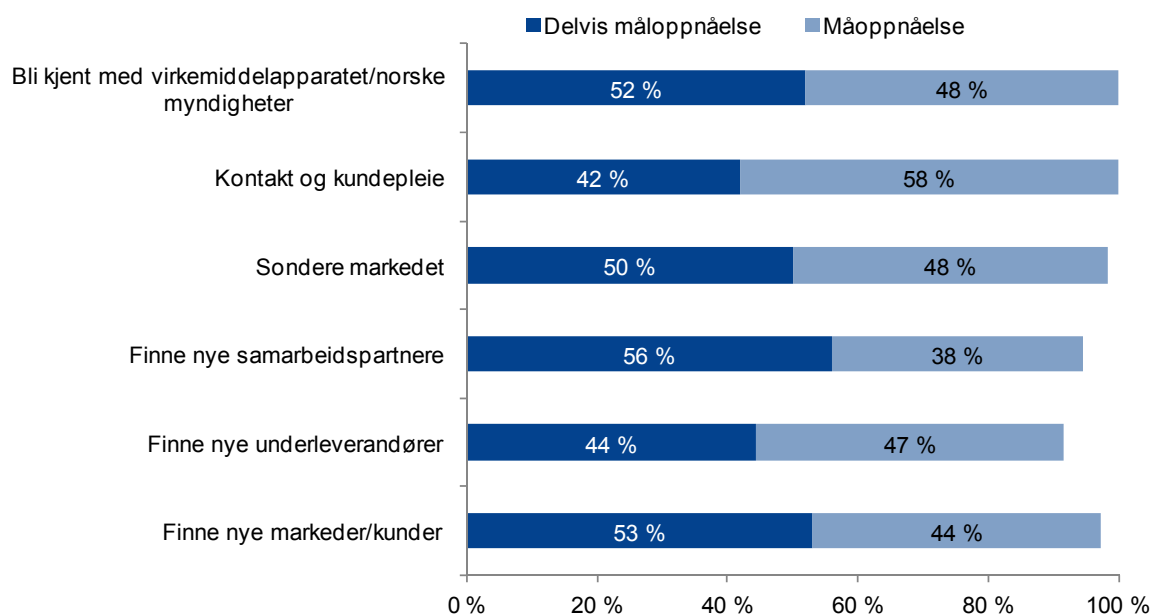
Figur 10.2 Hensikt med deltagelse etter antall tidligere deltagelser, n=610



Kilde: Pöyry

Vi spurte også bedriftene som hadde deltatt på en delegasjonsreise og/eller en messe om de oppnådde målet ved deltakelsen. 45 prosent av deltakerne svarte at de oppnådde målet ved deltakelsen, mens nesten 50 prosent opplyst at målet delvis ble nådd. Figur 10.3 viser graden av måloppnåelse etter bedriftens hensikt med deltakelsen. Bedriftene som hadde til hensikt å ha kontakt med kunder/drive kundepleie oppnådde i størst grad målet ved deltakelsen (58 prosent), mens bedriftene som hadde til hensikt å finne nye samarbeidspartnere i minst grad oppnådde målet (38 prosent).

Figur 10.3 Måloppnåelse etter hensikt for deltagelsen, n=586



Kilde: Pöyry

376 respondenter (61 prosent av de som opplyser at de har deltatt på en delegasjonsreise eller en messe) opplyser at de vil delta på en delegasjonsreise eller en messe organisert av Innovasjon Norge ved en senere anledning.

10.7 DESIGN RÅDGIVNING

Tjenesten omfatter strategisk rådgivning, og tjenesten er basert på et samarbeid mellom Norsk Designråd og Innovasjon Norge. I noen tilfeller kan det være behov for å gjennomføre forprosjekter, og det tilbys følgende tre forprosjekter: Merkevarerstrategi (tydeliggjøre bedriftens posisjon i markedet), Brukerstudier (forbedre brukervennlighet og identifisere nye kundebehov) og Tjenestedesign (kartlegging av kundens opplevelse av bedriftens leveranser). I de tilfeller bedriften har et tydelig definert designbehov og tilstrekkelig brukerinnsett, tilbys det gjennomføring av et designprosjekt. Aktuelle designprosjekter kan være: Produktdesign/industriedesign (Gjøre produktet mer attraktivt, tilgjengelig og brukervennlig for målgruppen), Kommunikasjonsdesign (Tydeliggjøring av bedriftens identitet, troverdighet, tillit, bygging av merkevare og differensiering i forhold til konkurrentene), Interaksjonsdesign (Utvikling av systemer som skal reagere på en respons fra brukeren, og hvor teknologi, design og innhold utgjør en samlet brukeropplevelse). Målgruppen er bedrifter som ønsker å bruke design som et strategisk virkemiddel i sin forretningsutvikling, og det tas hensyn til regionale prioriteringer.

Antall bedrifter i populasjonen	31	Antall intervjuer	19
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	0,0	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,0

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	42 %	21 %	11 %	26 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	21 %	11 %	63 %
2010	-	-	-
2009	-	-	-

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	9
Eksportandel	27 %
IN stor betydning for banklån ¹	75 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	79 %
Tjeneste	53 %
Prosess	42 %
Marked	63 %
Organisasjon	32 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	21 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	29 %
Regionalt nivå	12 %
Nasjonalt nivå	12 %
Internasjonalt nivå	47 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	-	-	2,5
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	-	-	79 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	-	-	1,8
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	-	-	79 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	-	-	2,7
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	-	-	79 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	-	-	59 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	-	24 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	-	24 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	74 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	53 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	-	-	53 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	16 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	11 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.8 DISTRIKTSRETTEDE RISIKOLÅN

Distriktsrettede risikolån kan benyttes til toppfinansiering av et investeringsprosjekt, det vil si til finansiering av den mest risikoutsatte delen av investeringen. Lånet omfatter nyetablering, nyskaping, omstilling og utvikling, men kan normalt ikke benyttes til å finansiere løpende driftsutgifter. Rentene for innovasjonslån ligger noe høyere enn for lån i det private kredittmarkedet og skal normalt ha noe kortere løpetid (normalt 5 - 15 år). Målgruppen er alle bedrifter i alle bransjer uansett størrelse, men i praksis utgjør små og mellomstore bedrifter med inntil 100 ansatte den største kundegruppen.

Antall bedrifter i populasjonen	86	Antall intervjuer	44
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	207,1	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	2,1

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	14 %	5 %	27 %	32 %	23 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	9 %	32 %	52 %
2010	12 %	28 %	60 %
2009	6 %	29 %	65 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	16
Eksportandel	31 %
IN stor betydning for banklån ¹	78 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	73 %
Tjeneste	68 %
Prosess	66 %
Marked	55 %
Organisasjon	52 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	11 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	50 %
Regionalt nivå	9 %
Nasjonalt nivå	16 %
Internasjonalt nivå	25 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9) Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	3,6 89 %	3,5 87 %	3,2 84 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5) Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	1,9 75 %	1,6 79 %	2,4 82 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5) Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	1,3 86 %	1,3 77 %	3,1 89 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	91 %	88 %	71 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	36 %	25 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	22 %	43 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	55 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	59 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	80 %	58 %	55 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	25 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	7 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.9 DISTRIKTSUTVIKLINGSTILSKUDD

Distriktsutviklingstilskudd kan benyttes i nærmere definerte distriktsutviklingsområder. Tilskudd kan gis til bedriftsutviklingsprosjekter (myke investeringer) og i noen grad til delfinansiering av fysiske investeringer. Det legges vekt på at tilskuddene bidrar til nyskaping og omstilling, og gode innovative prosjekter med internasjonale vekstmuligheter er spesielt høyt prioritert. Prosjekter med stor innovasjonsgrad og nyetableringer er høyest prioritert når det gjelder investeringstilskudd til fysiske investeringer. Det gis ikke tilskudd til normale utskiftninger, moderniserings- eller vedlikeholdsinvesteringer.

Antall bedrifter i populasjonen	816	Antall intervjuer	316
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	380,3	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,4

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	12 %	9 %	23 %	43 %	13 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktpolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	5 %	27 %	66 %
2010	9 %	23 %	68 %
2009	6 %	28 %	66 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	18
Eksportandel	21 %
IN stor betydning for banklån ¹	63 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	71 %
Tjeneste	73 %
Prosess	56 %
Marked	65 %
Organisasjon	55 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	7 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	41 %
Regionalt nivå	12 %
Nasjonalt nivå	16 %
Internasjonalt nivå	31 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9) Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	3,9 96 %	3,7 91 %	3,7 93 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5) Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	1,8 86 %	1,8 81 %	2,4 87 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5) Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	1,6 91 %	1,4 84 %	3,2 93 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	85 %	88 %	61 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	32 %	25 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	21 %	23 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	70 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	62 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	68 %	71 %	52 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	14 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	5 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.10 ENTREPRENØRSKAP

Tjenesten er ny i årets undersøkelse. Global Entrepreneurship Training (GET) er et internasjonalt kompetansetilbud skreddersydd for teknologigründere som ønsker å bli gode på å drive business. Målet er å gjøre lovende oppstartsbedrifter med stort internasjonalt vekstpotensial til vinnere i det globale markedet gjennom å gi deltakerne en god forståelse for kritiske suksessfaktorer for en vellykket internasjonal kommersialisering. Deltakerne gis blant annet verktøy for å identifisere kundenes egentlige behov, hvilken forretningsmodell som vil være mest effektiv, hvordan bedriften genererer inntekter og hvordan skaffe seg oversikt over kapitalflyten. Målgruppen består av oppstartsbedrifter basert på forretningsidéer med høyt kunnskapsnivå, med ambisjoner og potensial for vekst i internasjonale markeder - og dermed stort verdiskapingspotensial. Mottakerne skal enten allerede ha lansert sitt produkt/tjeneste/løsning i markedet, eller skal gjøre det i nær fremtid (lengre tidsperspektiv for pharma-bedrifter/helsesektoren). Den typiske deltakerbedriften på GET 2010 var 2 – 5 år, hadde fått etablerertilskudd og var i gang med eller hadde hatt en utviklingskontrakt (OFU/IFU) finansiert av Innovasjon Norge og hadde allerede gjort noe arbeid i internasjonale markeder.

Antall bedrifter i populasjonen	61	Antall intervjuer	41
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	4,7	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,06

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	83 %	10 %	2 %	0 %	5 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	0 %	29 %	68 %
2010	-	-	-
2009	-	-	-

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	3
Eksportandel	17 %
IN stor betydning for banklån ¹	50 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	83 %
Tjeneste	59 %
Prosess	49 %
Marked	80 %
Organisasjon	66 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	5 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	23 %
Regionalt nivå	5 %
Nasjonalt nivå	18 %
Internasjonalt nivå	55 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	-	-	3,6
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	-	-	90 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	-	-	2,9
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	-	-	88 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	-	-	3,4
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	-	-	95 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurransevne	-	-	73 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	-	20 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	-	28 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	68 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	68 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	-	-	61 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	29 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	10 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.11 ETABLERERSTIPEND (KRD)

Formålet med etablererstipendet er å bidra til at omfanget av nye lønnsomme og bærekraftige bedrifter øker. Målgruppen er bedrifter i en tidlig fase, dvs. bedrifter som er yngre enn 5 år, med betydelig vekst- og verdiskapingspotensial. Generelt sett prioriteres etableringer som innebærer introduksjon av et eller flere nye produkter, en ny anvendelse av et produkt, en ny måte å organisere på og/eller er basert på en ny teknologi. Etablererstipendene kan bevilges i hele landet og for alle næringer, unntatt offentlig virksomhet. For Etablererstipend (KRD) blir det gjort prioriteringer ut fra lokale forhold og behov. Tilskuddene kan benyttes til å dekke kostnader av eget arbeid, konsulentbistand, kompetansetiltak, mindre fysiske investeringer og diverse oppstartskostnader. Finansieringen skal bidra til å redusere risikoen i prosjektet, i tillegg til at det tilbys faglig veiledning knyttet til etablering og bedriftsutvikling, og tilgang til kompetansenettverk mot andre bedrifter og kunnskapsmiljøer samt finansieringsnettverk (såkorn- og venturefond, private investorer og finansieringssituasjoner).

Antall bedrifter i populasjonen	415	Antall intervjuer	265
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	110,5	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,3

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	37 %	24 %	22 %	14 %	4 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	3 %	29 %	67 %
2010	5 %	26 %	69 %
2009	6 %	29 %	66 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	3
Eksportandel	8 %
IN stor betydning for banklån ¹	56 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	87 %
Tjeneste	82 %
Prosess	57 %
Marked	82 %
Organisasjon	62 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	3 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	22 %
Regionalt nivå	11 %
Nasjonalt nivå	16 %
Internasjonalt nivå	51 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,0	4,3	4,3
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	92 %	92 %	95 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	2,1	2,5	2,8
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	86 %	89 %	91 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,5	1,5	3,7
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	84 %	85 %	97 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	86 %	89 %	77 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	35 %	41 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	31 %	35 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	76 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	73 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	76 %	83 %	60 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	32 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	18 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.12 ETABLERERSTIPEND (NHD)

Formålet med etablererstipendet er å bidra til at omfanget av nye lønnsomme og bærekraftige bedrifter øker. Målgruppen er bedrifter i en tidlig fase, dvs. bedrifter som er yngre enn 5 år, med betydelig vekst- og verdiskapingspotensial. Generelt sett prioriteres etableringer som innebærer introduksjon av et eller flere nye produkter, en ny anvendelse av et produkt, en ny måte å organisere på og/eller er basert på en ny teknologi. Etablererstipendene kan bevilges i hele landet og for alle næringer, unntatt offentlig virksomhet. For Etablererstipend (NHD) er det kun bedrifter med innovasjonshøyde nasjonalt og internasjonalt nivå som kan finansieres. Tilskuddene kan benyttes til å dekke kostnader av eget arbeid, konsulentbistand, kompetansetiltak, mindre fysiske investeringer og diverse oppstartskostnader. Finansieringen skal bidra til å redusere risikoen i prosjektet, i tillegg til at det tilbys faglig veiledning knyttet til etablering og bedriftsutvikling, og tilgang til kompetansenettverk mot andre bedrifter og kunnskapsmiljøer samt finansieringsnettverk (såkorn- og venturefond, private investorer og finansieringssituasjoner).

Antall bedrifter i populasjonen	79	Antall intervjuer	58
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	30,9	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,4

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	76 %	22 %	2 %	0 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	9 %	38 %	53 %
2010	3 %	22 %	76 %
2009	2 %	30 %	67 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	2
Eksportandel	12 %
IN stor betydning for banklån ¹	100 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	93 %
Tjeneste	86 %
Prosess	57 %
Marked	83 %
Organisasjon	64 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	3 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	2 %
Regionalt nivå	3 %
Nasjonalt nivå	10 %
Internasjonalt nivå	84 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,7	5,1	4,6
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	96 %	95 %	100 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	2,8	3,1	2,8
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	96 %	92 %	95 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,9	1,7	3,8
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	97 %	90 %	97 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	98 %	92 %	84 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	23 %	33 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	40 %	37 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	74 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	64 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	90 %	94 %	76 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	38 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	19 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.13 FRAM

FRAM er et kompetansehevende tilbud til små og mellomstore bedrifter (SMB) med formål å styrke deltakernes konkurransekraft, lønnsomhet og innovasjonsevne. Tjenesten retter seg mot bedrifter med vilje, evne og mulighet til vekst. Kompetansehevingen skjer gjennom fellessamlinger med andre deltakerbedrifter, individuell rådgivning før og mellom fellessamlinger og nettverksbygging med andre deltakere. Bedriftene deltar i grupper med 8-12 bedrifter som deltar på 4-6 samlinger over en periode på 10 til 24 måneder. Det finnes tre typer tjenester innen FRAM; FRAM Strategisk Ledelse som bygger kompetanse innen bedrifts- og ledelsesutvikling, FRAM Marked (tidligere NAVIGATOR) som gir er bedre utgangspunkt for inngang og vekst i et utenlandsk marked og FRAM Innovasjon (nytt i 2012) som bidrar til mer og riktigere innsats for å fremme vekst gjennom innovasjon. I tillegg til de tre standardtjenestene kan det også settes sammen skreddersydde aktiviteter. Deltakerne betaler en egenandel for å delta.

Antall bedrifter i populasjonen	216	Antall intervjuer	103
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	0,0	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,0

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	-	-	-	-	-

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktpolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	21 %	19 %	51 %
2010	18 %	17 %	72 %
2009	0 %	5 %	95 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	7
Eksportandel	10 %
IN stor betydning for banklån ¹	59 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	61 %
Tjeneste	61 %
Prosess	46 %
Marked	56 %
Organisasjon	57 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	18 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	47 %
Regionalt nivå	12 %
Nasjonalt nivå	11 %
Internasjonalt nivå	30 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,2	2,5	3,1
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	84 %	65 %	82 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	1,6	1,3	2,0
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	77 %	66 %	74 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,2	1,0	2,8
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	70 %	59 %	82 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	59 %	65 %	46 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	20 %	22 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	15 %	22 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	55 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	45 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	70 %	61 %	36 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	17 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	5 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.14 GRUNNFINANSIERINGSLÅN – FLÅTE

Låneordningen brukes til delfinansiering av investeringer i fartøy og til kvotekjøp. Det kreves tilfredsstillende sikkerhet for lånet med pant i fartøy. Flåtelån er kommersielle lån som gis på vanlige markedsmessige betingelser med konkurransedyktig rentenivå. Løpetiden er tilpasset avskrivningstiden. Låntager kan velge mellom flytende rente eller binding av renten til en nærmere spesifisert periode. Flåtelån gis som et alternativ til ordinære banklån eller som et supplement til annen bankfinansiering.

Antall bedrifter i populasjonen	59	Antall intervjuer	32
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	187,0	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	3,9

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	19 %	13 %	3 %	44 %	22 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktpolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	28 %	31 %	34 %
2010	27 %	25 %	49 %
2009	36 %	16 %	48 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	6
Eksportandel	33 %
IN stor betydning for banklån ¹	50 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	31 %
Tjeneste	28 %
Prosess	38 %
Marked	13 %
Organisasjon	31 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	47 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	57 %
Regionalt nivå	0 %
Nasjonalt nivå	0 %
Internasjonalt nivå	43 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,0	1,4	2,0
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	60 %	48 %	69 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	0,7	0,5	1,1
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	41 %	35 %	50 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	0,5	0,4	1,4
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	41 %	39 %	53 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	77 %	79 %	45 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	25 %	25 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	18 %	28 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	34 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	22 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	66 %	55 %	34 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	16 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	9 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.15 INNOVASJONSLÅN

Innovasjonslån (tidligere kalt Landsdekkende risikolån) kan benyttes til toppfinansiering av et investeringsprosjekt; det vil si den delen av investeringen som er mest risikoutsatt på grunn av dårlig patentsikkerhet. Lånet benyttes til investeringsprosjekter som handler om nyetableringer, nyskaping, omstilling, internasjonalisering og utvikling, og kan normalt ikke benyttes til å finansiere løpende utgifter som eksempelvis lønn, innkjøp av varer m.m. Innovasjonslån skal gis til prosjekter med høy addisjonalitet – det vil si prosjekter der Innovasjon Norges medvirkning skal være avgjørende for at prosjektet gjennomføres. Rentene for innovasjonslån ligger noe høyere enn for lån i det private kredittmarkedet og skal normalt ha noe kortere løpetid (normalt 5 - 15 år). Målgruppen er alle bedrifter i alle bransjer uansett størrelse, men i praksis utgjør små og mellomstore bedrifter med inntil 100 ansatte den største kundegruppen.

Antall bedrifter i populasjonen	94	Antall intervjuer	52
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	317,3	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	3,0

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	60 %	35 %	4 %	2 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	15 %	25 %	52 %
2010	7 %	39 %	55 %
2009	8 %	23 %	69 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	17
Eksportandel	35 %
IN stor betydning for banklån ¹	85 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	77 %
Tjeneste	71 %
Prosess	44 %
Marked	79 %
Organisasjon	58 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	12 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	13 %
Regionalt nivå	8 %
Nasjonalt nivå	2 %
Internasjonalt nivå	77 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,5	3,3	3,6
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	95 %	81 %	90 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	2,3	2,3	2,6
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	87 %	80 %	83 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,7	1,6	3,3
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	90 %	77 %	88 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	95 %	96 %	81 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	15 %	27 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	34 %	25 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	50 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	52 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	93 %	93 %	71 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	38 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	13 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.16 INTERNASJONALISERING

Tjenesten skal bidra til at norske bedrifter øker sin verdiskaping gjennom å utnytte internasjonale markedsmuligheter og/eller dra nytte av kunnskapsmiljøer i utlandet. Målgruppen er i hovedsak norske små og mellomstore bedrifter (SMB), inkl. oppstarts-bedrifter, med internasjonale vekstambisjoner og vekstpotensial, og nødvendige interne forutsetninger for å lykkes i internasjonal konkurranse. Målgruppen omfatter også SMB-bedrifter som ønsker å styrke sin posisjon i forhold til å møte internasjonal konkurranse i hjemmemarkedet. Bedriftene inngår en skriftlig avtale med ett (eller flere) av Innovasjon Norges kontorer i utlandet om en skreddersydd leveranse og betaler en egenandel for tjenesten. Tjenesten omfatter eksempelvis informasjon om markeds- og forretningsforhold, kartlegging av markedspotensial, bistand til inntreden i nye markeder, identifikasjon og nettverksbygging med potensielle kunder og samarbeidspartnere, kunnskap om internasjonale handelsregler, sparring/vurdering av muligheter og utfordringer.

Antall bedrifter i populasjonen	799	Antall intervjuer	186
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	0,0	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,0

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	66 %	15 %	10 %	5 %	3 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	15 %	23 %	53 %
2010	14 %	29 %	58 %
2009	7 %	37 %	54 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte ¹	265
Eksportandel	35 %
IN stor betydning for banklån ²	67 %

Merk:

1) Noen få store bedrifter. Flertallet har færre enn ti ansatte

2) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	58 %
Tjeneste	43 %
Prosess	44 %
Marked	59 %
Organisasjon	36 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	23 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	25 %
Regionalt nivå	19 %
Nasjonalt nivå	9 %
Internasjonalt nivå	47 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,8	2,9	2,7
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	95 %	70 %	76 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	2,4	1,8	1,6
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	92 %	61 %	69 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,7	1,1	2,4
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	87 %	64 %	77 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	92 %	81 %	47 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	15 %	17 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	31 %	21 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	31 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	30 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	87 %	88 %	64 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	11 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	4 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.17 IPR RÅDGIVNING

IPR (Intellectual Property Rights) rådgivning tilbys kunder med innovative prosjekter som har behov for veiledning knyttet til hvordan immaterielle verdier kan beskyttes og anvendes i forretningsutviklingen. For personer og bedrifter som jobber med innovasjonsprosjekter er det viktig å kartlegge egen IPR, finne ut hva som kan beskyttes, eget handlingsrom, avklare eierskap og hvordan de immaterielle verdiene kan utnyttes kommersielt. IPR rådgivning leveres i direkte dialog mellom bedrift (kunde) og IPR rådgiver.

Antall bedrifter i populasjonen	82	Antall intervjuer	29
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	0,0	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,0

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	76 %	18 %	0 %	6 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	17 %	24 %	52 %
2010	13 %	15 %	72 %
2009	16 %	16 %	65 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	2
Eksportandel	9 %
IN stor betydning for banklån ¹	67 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	90 %
Tjeneste	83 %
Prosess	66 %
Marked	83 %
Organisasjon	48 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	7 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	11 %
Regionalt nivå	4 %
Nasjonalt nivå	11 %
Internasjonalt nivå	75 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9) Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	3,1 62 %	3,0 81 %	3,4 79 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5) Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	2,0 62 %	0,8 56 %	2,8 90 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5) Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	1,2 58 %	0,8 55 %	3,7 93 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurransevne	92 %	68 %	86 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	45 %	48 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	53 %	50 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	72 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	72 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	83 %	55 %	62 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	45 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	17 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.18 LANDBRUKSLÅN

Landbrukslån er en del av ordningen med lavrisikolån, med landbruksaktører som målgruppe. Det kan gis lån til boligformål, kjøp av eiendom og investeringer i driftsbygninger og anlegg for tradisjonelt landbruk og tilleggsnæringer. Det kreves tilfredsstillende sikkerhet for lånene med pant i fast eiendom og evt. driftstilbehør. Landbrukslånene er kommersielle lån som gis til markedsmessige betingelser. Mange av de langsiktige investeringer finansieres i et samarbeid mellom lokal bank og Innovasjon Norge.

Antall bedrifter i populasjonen	245	Antall intervjuer	138
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	449,9	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	1,8

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	17 %	22 %	18 %	36 %	7 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	20 %	20 %	57 %
2010	18 %	16 %	66 %
2009	28 %	20 %	51 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	2
Eksportandel	3 %
IN stor betydning for banklån ¹	59 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	36 %
Tjeneste	30 %
Prosess	58 %
Marked	15 %
Organisasjon	29 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	26 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	74 %
Regionalt nivå	11 %
Nasjonalt nivå	11 %
Internasjonalt nivå	4 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,0	1,8	2,2
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	65 %	62 %	70 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	0,5	0,5	1,1
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	37 %	38 %	61 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	0,6	0,6	1,7
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	55 %	60 %	74 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurransevne	77 %	80 %	40 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	28 %	18 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	26 %	15 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	38 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	20 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	18 %	29 %	4 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	13 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	3 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.19 LANDSDEKKENDE UTVIKLINGSTILSKUDD

Tilskudd er et virkemiddel som kan skape konkurransevridning og er derfor underlagt retningslinjer i EØS-avtalen som angir maksimale støttesatser avhengig av formål, bedriftsstørrelse og geografisk lokalisering. I henhold til disse retningslinjene kan det gis tilskudd til SMB-støtte til konsulentbistand og andre tjenester/aktiviteter, støtte til opplæring, støtte til forskning, utvikling og innovasjon, støtte til investeringer og regional støtte til små nyetablerte bedrifter med vekstpotensial. Dersom det ikke kan gis tilskudd etter formålene over, kan tilskudd gis etter reglene om bagatellmessig støtte som kan utgjøre maksimalt € 200 000. Generelt sett gis det tilskudd til innovative og internasjonalt rettede prosjekter for å bedre lønnsomheten redusere risikoen. Det er et krav om at tilskuddet skal være utløsende for at støtte skal kunne gis. Tjenesten kalles Landsdekkende utviklingstilskudd, og målgruppen er primært små og mellomstore bedrifter over hele landet, men statsstøttereglene gir også i noen grad anledning til å gi tilskudd til store bedrifter.

Antall bedrifter i populasjonen	150	Antall intervjuer	67
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	42,0	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,3

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	69 %	30 %	1 %	0 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	10 %	16 %	73 %
2010	1 %	31 %	68 %
2009	3 %	35 %	62 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	22
Eksportandel	17 %
IN stor betydning for banklån ¹	-

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	66 %
Tjeneste	75 %
Prosess	45 %
Marked	63 %
Organisasjon	66 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	4 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	19 %
Regionalt nivå	10 %
Nasjonalt nivå	29 %
Internasjonalt nivå	43 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,9	4,9	4,9
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	98 %	93 %	97 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	2,5	2,4	2,3
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	98 %	88 %	87 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,5	1,6	3,1
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	84 %	86 %	96 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	86 %	88 %	61 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	34 %	30 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	38 %	22 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	40 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	43 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	84 %	73 %	52 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	13 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	4 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.20 LAVRISIKOLÅN

Lavrisikolån er et tilbud til bedrifter med behov for finansiering av sitt langsiktige kapitalbehov, og kan benyttes til finansiering av anleggsmidler, som bygninger, maskiner, driftstilbehør, fiskefartøy, fiskeredskap mv. Det kreves tilfredsstillende økonomi og god pantsikkerhet for lavrisikolån, og lånene gis med en konkurransedyktig markedsrente. Lavrisikolån kan gis til bedrifter over hele landet innen alle bransjer og næringer, men det prioriteres bedrifter i distrikter og prosjekter hvor lånetilbudet fra andre banker er begrenset på grunn av risikomessige vurderinger. I tillegg har Innovasjon Norge et spesielt ansvar for å ivareta finansiering av bedrifter i fiskeriene og i landbruket. Det er ingen begrensninger på bedriftsstørrelse, men lånene gis i hovedsak til små og mellomstore bedrifter med inntil 250 ansatte. Mange av de langsiktige investeringene finansieres i et samarbeid mellom lokal bank og Innovasjon Norge.

Antall bedrifter i populasjonen	82	Antall intervjuer	41
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	756,1	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	14,4

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	15 %	24 %	15 %	27 %	20 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktpolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	27 %	22 %	41 %
2010	25 %	19 %	56 %
2009	30 %	16 %	54 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	44
Eksportandel	14 %
IN stor betydning for banklån ¹	47 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	61 %
Tjeneste	51 %
Prosess	63 %
Marked	49 %
Organisasjon	37 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	22 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	38 %
Regionalt nivå	8 %
Nasjonalt nivå	31 %
Internasjonalt nivå	23 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,2	2,12	2,1
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	85 %	63 %	68 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	1,2	1,0	2,0
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	65 %	51 %	66 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,1	1,1	2,6
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	74 %	66 %	78 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	91 %	88 %	66 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	33 %	16 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	37 %	17 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	54 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	49 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	56 %	71 %	34 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	5 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	7 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.21 LOKALMATPROGRAMMET

Lokalmatprogrammet (tidligere Verdiskapingsprogram mat) har fokus på utvikling og kommersialisering av produkter, prosesser og tjenester som skaper økte verdier for bedriftene. Lokalmatprogrammet kan tilføre bedriftene kompetanse og finansielle ressurser på de områdene de trenger hjelp, og det legges spesielt vekt på å tilføre bedriftene kompetanse på det forretningsmessige og kommersielle området. Midlene kan blant annet brukes til vekst og utvikling av markeder, produktkonsepter, produsent-sammenslutninger, distribusjons- og salgsløsninger. Målgruppen er bønder, små og mellomstore næringsmiddelbedrifter og forpliktende produsentsammenslutninger med hovedmål å utvikle lokale matspesialiteter, samt reiselivsbedrifter som har utviklingsprosjekter i samarbeid med lokalmatprodusenter. Satsingen skal komme primærleddet til gode, noe som betyr at støtte til næringsmiddelbedrifter skal ha en økonomisk effekt for landbruket, enten i form av økt pris eller økt salgsvolum.

Antall bedrifter i populasjonen	96	Antall intervjuer	52
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	37,6	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,4

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	41 %	16 %	14 %	27 %	2 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktpolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	12 %	19 %	67 %
2010	5 %	28 %	68 %
2009	7 %	25 %	68 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	10
Eksportandel	1 %
IN stor betydning for banklån ¹	64 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	81 %
Tjeneste	58 %
Prosess	56 %
Marked	58 %
Organisasjon	48 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	2 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	39 %
Regionalt nivå	24 %
Nasjonalt nivå	26 %
Internasjonalt nivå	11 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,5	3,7	3,4
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	90 %	91 %	92 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	1,5	1,5	1,9
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	81 %	87 %	81 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,5	1,5	3,0
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	86 %	87 %	98 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	91 %	90 %	41 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	24 %	16 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	14 %	18 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	83 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	58 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	47 %	39 %	10 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	13 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	4 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.22 MARINT VERDISKAPNINGSPROGRAM

Formålet med Marint verdiskapningsprogram (MVP) er å bedre konkurranseevnen og lønnsomheten i norsk sjømatnæring. Mer konkret er målsettingen å øke verdien pr. produsert kg ved å gjøre produsentene bedre til å tilpasse seg kundenes krav til produktene (markedsorientering). Tjenesten omfatter i hovedsak tiltak mot enkeltbedrifter eller nettverk for å optimalisere verdikjeden ut i markedet og kompetansetjenester/markedstiltak for å bygge kunnskap om markedsorientering og for å profilere sjømatbedriftene ute og hjemme. Målgruppen er hele sjømatnæringen. Bedrifter med vilje til forpliktelse til langsiktighet og omstilling til markedsorientert strategi, samt kvinner prioriteres.

Antall bedrifter i populasjonen	88	Antall intervjuer	42
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	89,0	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,6

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	38 %	31 %	17 %	14 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	5 %	12 %	79 %
2010	3 %	15 %	82 %
2009	3 %	24 %	72 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	31
Eksportandel	49 %
IN stor betydning for banklån ¹	-

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	69 %
Tjeneste	60 %
Prosess	60 %
Marked	69 %
Organisasjon	50 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	12 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	21 %
Regionalt nivå	15 %
Nasjonalt nivå	21 %
Internasjonalt nivå	42 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,6	4,0	3,5
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag		94 %	95 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	2,3	2,3	2,1
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	90 %	89 %	81 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,8	1,5	3,1
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	90 %	86 %	88 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	86 %	85 %	53 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	11 %	18 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	15 %	16 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	40 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	38 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	96 %	76 %	64 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	12 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	2 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.23 MARITIM UTVIKLING

Maritim Utvikling er en tilskuddsordning rettet mot de maritime næringene i Norge. Ordningen skal bidra til å styrke konkurranseevnen, øke maritim verdiskaping i Norge og bidra til å videreutvikle Norge som en ledende maritim nasjon. I 2012 ble prosjekter som omhandlet miljø, miljøvennlig energiutnyttelse, alternative miljøvennlige fremdriftssystemer, krevende maritime operasjoner, maritim transport i Nordområdene, forretningsutvikling og omdømme/profilering prioritert. Målgruppen er alle bedrifter i maritim sektor uavhengig av bedriftsstørrelse. Prosjektene som gjennomføres omhandler i stor grad utvikling av ny teknologi som bidrar til å redusere NOx-utslipp fra skipsfarten, utvikling av nye produkter, tjenester, produksjonsmetoder og markeder, innovasjoner innenfor norsk skipsverft samt etablering av samarbeidsprosjekter mellom bedrifter og kunnskapsmiljøer.

Antall bedrifter i populasjonen	18	Antall intervjuer	9
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	10,7	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,7

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	56 %	33 %	11 %	0 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktpolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	0 %	33 %	67 %
2010	9 %	27 %	64 %
2009	8 %	15 %	77 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	35
Eksportandel	46 %
IN stor betydning for banklån ¹	-

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	78 %
Tjeneste	78 %
Prosess	67 %
Marked	67 %
Organisasjon	56 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	11 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	17 %
Regionalt nivå	17 %
Nasjonalt nivå	8 %
Internasjonalt nivå	58 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,1	3,4	3,6
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag		92 %	67 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	2,5	2,3	3,0
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag		90 %	78 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,4	1,4	3,4
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	85 %	92 %	89 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	92 %	83 %	67 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	9 %	22 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	30 %	25 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	56 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	56 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	92 %	90 %	67 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	44 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	22 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.24 MILJØTEKNOLOGI

Miljøteknologi er en ny tjeneste i årets undersøkelse, og omfatter renseteknologi, mer miljøvennlige produkter og produksjonsprosesser, mer effektiv ressurs håndtering og teknologiske systemer som reduserer miljøpåvirkningen. Tilskuddsordningen gjelder utvikling og investeringer i Norge, og dekker kostnader til prosjektering og utvikling av pilot- og demonstrasjonsanlegg, investeringskostnader ved bygging av anlegg og kostnader med igangkjøring og testing etter driftsstart. Det gis ikke støtte til drift av anlegg, og prosjektene må være nær kommersialisering, dvs. forprosjekter og utviklingsprosjekter i tidlig fase støttes ikke. Målgruppen er bedrifter i alle størrelser, over hele landet.

Antall bedrifter i populasjonen	49	Antall intervjuer	27
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	192,8	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	4,2

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	70 %	22 %	4 %	4 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	4 %	30 %	63 %
2010	-	-	-
2009	-	-	-

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	29
Eksportandel	33 %
IN stor betydning for banklån ¹	60 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	96 %
Tjeneste	59 %
Prosess	70 %
Marked	63 %
Organisasjon	56 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	4 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	10 %
Regionalt nivå	3 %
Nasjonalt nivå	10 %
Internasjonalt nivå	76 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	-	-	4,3
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	-	-	96 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	-	-	2,8
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	-	-	96 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	-	-	3,4
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	-	-	96 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurransevne	-	-	81 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	-	27 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	-	65 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	44 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	48 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	-	-	74 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	41 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	22 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.25 OFU/IFU

Industrielle og offentlige forsknings- og utviklingskontrakter (IFU/OFU) skal stimulere til innovativt utviklingssamarbeid. Tjenesten innebærer et nært utviklingssamarbeid om krevende forsknings- og utviklingsprosjekter mellom to eller flere parter som har inngått en kontraktfestet og målrettet samarbeidsavtale. IFU er en forpliktende utviklingsavtale mellom to eller flere innovative leverandør- og kundebedrifter i privat sektor, og samarbeid med utenlandske krevende kunder viser best resultater. OFU er et forpliktende og målrettet samarbeid mellom norske innovative leverandørbedrifter og norske offentlige virksomheter som for eksempel kommuner, fylkeskommuner, statsetater, sykehus eller forsvarssektoren. Innovasjon Norge bidrar med kompetanse i internasjonal forretningsutvikling og finansielt med tilskudd for å avlaste risiko og legge til rette for iverksetting av krevende utviklingsprosjekter. Tjenesten prioriterer norske små og mellomstore leverandørbedrifter med kompetanse, evner og kapasitet til å utvikle et nytt produkt, løsning eller tjeneste, som ikke dekkes av eksisterende tilbud i markedet, for en privat kundebedrift eller offentlig virksomhet.

Antall bedrifter i populasjonen	197	Antall intervjuer	122
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	280,8	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	1,4

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	67 %	20 %	4 %	5 %	4 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	2 %	26 %	67 %
2010	3 %	23 %	74 %
2009	9 %	26 %	65 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte ¹	407
Eksportandel	27 %
IN stor betydning for banklån ²	78 %

Merk:

1) Noen få store bedrifter. Flertallet har færre enn ti ansatte

2) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	91 %
Tjeneste	80 %
Prosess	57 %
Marked	79 %
Organisasjon	66 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	5 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	18 %
Regionalt nivå	3 %
Nasjonalt nivå	10 %
Internasjonalt nivå	69 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,8	3,9	4,0
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	98 %	92 %	95 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	2,5	2,5	2,5
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	96 %	88 %	89 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,8	1,8	3,7
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	95 %	91 %	95 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	93 %	94 %	78 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	21 %	28 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	27 %	30 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	55 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	62 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	88 %	84 %	77 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	46 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	20 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.26 RISIKOLÅN LANDBRUK

Tjenesten kan benyttes til toppfinansiering av et investeringsprosjekt; det vil si den delen av investeringen som er mest risikoutsatt på grunn av dårlig pantesikkerhet, noe som innebærer at det kan tas større risiko enn det som er mulig for kommersielle låneordninger. Lånet benyttes til investeringsprosjekter innen landbruk som handler om nyetableringer, nyskaping, omstilling, internasjonalisering og utvikling.

Antall bedrifter i populasjonen	31	Antall intervjuer	18
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	27,8	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,8

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	11 %	17 %	11 %	44 %	17 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	11 %	28 %	56 %
2010	15 %	8 %	77 %
2009	13 %	13 %	75 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	3
Eksportandel	0 %
IN stor betydning for banklån ¹	75 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	39 %
Tjeneste	44 %
Prosess	72 %
Marked	6 %
Organisasjon	39 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	11 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	80 %
Regionalt nivå	10 %
Nasjonalt nivå	10 %
Internasjonalt nivå	0 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,1	2,7	2,6
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	84 %	79 %	89 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	1,3	0,6	1,4
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	74 %	36 %	78 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,0	0,9	2,0
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	68 %	64 %	89 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	90 %	83 %	59 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	23 %	35 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	33 %	24 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	50 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	28 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	25 %	50 %	0 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	11 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	0 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.27 SKOG- OG KLIMAPROGRAMMET

Tjenesten er støtte til investering i flisproduksjonsutstyr og kompetanse- og utviklingstiltak innen flisproduksjon innenfor Bioenergiprogrammet. Støtteordningene er ett av flere tiltak som skal bidra til oppfylling av regjeringens mål om økt utbygging av bioenergi. Formålet med ordningene er å bidra til å øke kapasiteten innen produksjon og markedstilgang på biobrensel. Det er videre et mål å sikre god tilgang på biobrensel over hele landet. Ordningen er åpen for alle typer søkere innen bransjen og det gis kun støtte til prosjekter som benytter råstoff fra skog eller kulturlandskap. Støtten skal være utløsende på ny flisproduksjon, men kan og støtte utvidelser og produksjonsforbedringer hos etablerte virksomheter i bransjen.

Antall bedrifter i populasjonen	45	Antall intervjuer	26
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	11,6	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,3

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	42 %	27 %	23 %	8 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	4 %	27 %	65 %
2010	10 %	30 %	60 %
2009	16 %	19 %	65 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	8
Eksportandel	7 %
IN stor betydning for banklån ¹	70 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	46 %
Tjeneste	42 %
Prosess	54 %
Marked	15 %
Organisasjon	12 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	27 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	21 %
Regionalt nivå	36 %
Nasjonalt nivå	29 %
Internasjonalt nivå	14 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,0	3,8	2,0
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	81 %	91 %	65 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	0,8	0,9	1,3
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	56 %	58 %	65 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	0,8	0,9	1,7
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	55 %	58 %	73 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	68 %	73 %	28 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	25 %	36 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	60 %	52 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	58 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	31 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	55 %	67 %	15 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	12 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	0 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.28 TREBASERT INNOVASJONSPROGRAM

Trebasert Innovasjonsprogram har som hovedmål å øke bruken av tre i Norge, og gjennom dette bidra til klimapolitiske og næringspolitiske målsettinger. Målgruppen er alle bedrifter som arbeider for å øke bruken av tre, og hovedvekten av kundene er produksjonsbedrifter, arkitekter, entreprenører, utbyggere, aktører innen kompetanseutvikling og aktører innen formidling av kunnskap. Tjenesten er i stor grad rettet mot innovasjon i bedrifter, produkt- og prosessutvikling, industrialisering av byggeriet samt opplæringsprosjekter i bedriftene. Annet utviklingsarbeid som bidrar til økt bruk av tre kan søkes finansiert. Prosjektene kan i hovedsak deles i tre typer; forprosjekter/tekniske mulighetsstudier, utviklingsprosjekter og opplæringsprosjekter/kunnskapsinnhenting. Oppdragsgiver for tjenesten er Landbruks- og matdepartementet.

Antall bedrifter i populasjonen	51	Antall intervjuer	29
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	19,7	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,4

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	52 %	14 %	24 %	10 %	0 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	7 %	17 %	76 %
2010	7 %	15 %	78 %
2009	4 %	21 %	75 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	10
Eksportandel	1 %
IN stor betydning for banklån ¹	60 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	83 %
Tjeneste	79 %
Prosess	69 %
Marked	52 %
Organisasjon	38 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	7 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	15 %
Regionalt nivå	22 %
Nasjonalt nivå	30 %
Internasjonalt nivå	33 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,9	4,5	4,1
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	98 %	97 %	93 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	1,7	1,6	2,1
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	89 %	86 %	79 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	1,4	1,0	3,2
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	85 %	79 %	93 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurranseevne	87 %	67 %	43 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	24 %	24 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	35 %	43 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	55 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	52 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	46 %	67 %	7 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	10 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	3 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

10.29 VERDISKAPINGSPROGRAM REINDRIFT

Verdiskapingsprogrammet for reindrift (VSP-Rein) skal bidra til økt lokal slakting og foredling, samt å finne nye markeder for omsetning av reinkjøtt og biprodukter. Målgruppen er råvareleverandører og reineiere/sammenslutninger av reineiere. VSP-Rein har som formål å bidra til at reineier gis muligheter til å øke sin inntjening ved at de selv tar ansvar for en større del av verdiskapingen. Tjenesten omfatter blant annet kompetanseheving og veiledning knyttet til forretningsdrift, markedskompetanse og markedsarbeid (distribusjonsløsninger og markedsanalyser), nettverksbygging, produktutvikling og avdekke flaskehalser knyttet til struktur og regelverk. Tilskudd kan gis til nyskaping og bedriftsutvikling, produktutvikling (inkl. utvikling av emballasje), konsulentbistand, kompetanseutvikling, testsalg, markedsføring og fysiske investeringer i mindre anlegg (bygninger, maskiner mv.). Det kan også gis støtte til andre aktørers arbeid med effektive markedskanaler når det kan sannsynliggjøres at prosjektene bidrar til økt verdiskaping for reineier.

Antall bedrifter i populasjonen	30	Antall intervjuer	9
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	4,6	Gjennomsnittlig innvilget per bedrift som har svart på undersøkelsen (mill)	0,2

Regiontype	Storby	SMBY utenfor DPV	SMBY innenfor DPV	Tettsted	Spredtbygd
Andel (%)	11 %	0 %	0 %	78 %	11 %

Merk: SMBY utenfor/innenfor DPV er små og mellomstore byregioner der senteret ligger utenfor/innenfor det distriktspolitiske Virkeområdet

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2011	0 %	0 %	89 %
2010	0 %	10 %	90 %
2009	0 %	20 %	80 %

Gjennomsnitt per bedrift	
Antall ansatte	1
Eksportandel	0 %
IN stor betydning for banklån ¹	100 %

Merk: 1) Beregnet for bedriftene som har mottatt banklån

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	67 %
Tjeneste	56 %
Prosess	44 %
Marked	44 %
Organisasjon	44 %
Andel prosjekter som ikke gir innovasjon	33 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser	
Bedriftsnivå	29 %
Regionalt nivå	14 %
Nasjonalt nivå	29 %
Internasjonalt nivå	29 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2009	2010	2011
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,4	3,6	2,3
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	67 %	82 %	67 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse om (av 5)	0,5	1,9	1,8
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	33 %	82 %	67 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 5)	0,3	0,3	2,6
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	50 %	73 %	67 %
Konkurrenseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer bedriftens konkurrenseevne	75 %	90 %	63 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	-	36 %	25 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	-	14 %	13 %
Salg lokalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt salg lokalt/regionalt	-	-	56 %
Salg nasjonalt	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt øvrig salg i Norge	-	-	33 %
Eksport	Andelen prosjekter som bidrar til økt eksport	-	40 %	0 %
Overskudd	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i overskuddet	-	-	11 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	-	-	0 %

Merk: Se merknadene i kapittel 10.1.

REFERANSER

Oxford (2011), *Plattform for videre vekst. Kundeeffektundersøkelse blant bedrifter som mottok støtte i 2010*. Rapport fra Oxford Research.

Pöyry, Damvad og AgendaKaupang (2011), *Evaluering av Innovasjon Norge*. Rapport 2010-054. Pöyry Management Consulting Norway AS.

VEDLEGG 1: POPULASJON OG UTVALG

Nedenfor viser vi en nærmere beskrivelse av populasjon, utvalget og vekting av utvalget.

POPULASJON OG UTVALG

Bruttoutvalg

Ønsket utvalg bestod av alle leveransemottakere i populasjonen bortsett fra følgende unntak:

- Mottakere der det ikke er registrert tilstrekkelig informasjon hos IN
- Mottakere i statlig, fylkeskommunal eller kommunal forvaltning

Populasjonen i årets undersøkelse bestod av 5553 tildelinger, og av disse ble 137 fjernet som følge av at de ikke oppfylte en av de to kriteriene ovenfor.

Det var også ønskelig at enkeltpersoner kun skulle motta én undersøkelse for én leveranse mottatt i 2011. Da enkelte personer har mottatt støtte til flere prosjekter og/eller mottatt støtte gjennom flere tjenester, måtte det foretas en utvelgelse av hvilken leveranse undersøkelsen skulle omhandle. I de tilfeller der enkeltpersoner har mottatt to eller flere leveranser, utgjør dette multiple leveranser. Nedenfor forklares kriteriene for å velge hvilke leveranse mottakerne av multiple leveranser skal besvare undersøkelsen for:

- Ved *flere* leveranser til *samme* prosjekt innenfor *samme* tjeneste, ble leveransen med høyest innvilget beløp beholdt.
- Ved *flere* leveranser til *flere* prosjekter innenfor *samme* tjeneste, ble leveransen med høyest innvilget beløp beholdt.
- Ved *flere* leveranser til *samme* prosjekt innenfor *flere* tjenester, ble leveransen innenfor tjenesten med færrest leveranser beholdt.
- Ved *flere* leveranser til *flere* prosjekter innenfor *flere* tjenester, ble leveransen innenfor tjenesten med færrest leveranser beholdt

Det ble identifisert 1675 multiple leveranser, og bruttoutvalget bestod derfor av 3741 unike respondenter som mottok Innovasjon Norges Kundeeffektundersøkelse 2011, jf. Tabell V1.1.

Tabell V1.1 Populasjon og bruttoutvalg, 2011-årgangen

	Populasjon	Ikke tilstrekkelig informasjon	Fylke/stat	Kommune	Innovasjon Norge	Multiple leveranser	Brutto utvalg
Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell	1017	0	2	5	0	545	465
Bygdeutviklingsmidler - Tilleggsnæring	358	0	4	6	0	188	160
Bygdeutviklingsstipend	105	0	0	7	0	5	93
Distriktsrettede risikolån	86	0	0	0	0	19	67
Distriktsutviklingstilskudd	816	0	2	15	0	300	499
Grunnfinansieringslån - flåte	59	0	0	0	0	4	55
Innovasjonslån	94	0	0	0	0	17	77
Landsdekkende utviklingstilskudd	150	0	6	1	0	31	112
Lavrisikolån	82	0	0	0	0	15	67
Landbrukslån	245	0	1	5	0	49	190
OFU/IFU	197	0	1	3	0	30	163
Miljøteknologi	49	0	0	0	0	8	41
Marint verdiskapningsprogram	88	0	0	0	0	20	68
Maritim utvikling	18	0	0	0	0	1	17
Lokalmatprogrammet	96	0	1	1	0	14	80
Trebasert innovasjonsprogram	51	0	1	0	0	9	41
Verdiskapingsprogram reindrift	30	0	0	0	0	13	17
Bioenergiprogrammet	190	0	3	2	0	12	173
Etablererstipend (KRD)	415	0	1	2	0	66	346
Entreprenørskap	61	0	0	0	0	2	59
Risikolån landbruk	31	0	0	0	0	0	31
Etablererstipend (NHD)	79	0	0	0	0	10	69
Skog- og klimaprogrammet	45	0	1	0	0	3	41
Delegasjoner	63	0	2	0	4	6	51
Design rådgivning	31	0	0	0	0	1	30
FRAM	216	13	0	1	0	7	195
IPR rådgivning	82	10	0	0	0	10	62
Internasjonalisering	799	4	5	3	25	290	472
Totalt	5553	27	30	51	29	1675	3741

Kilde: Pöyry

Gjennomføring av undersøkelsen

Undersøkelsen ble gjennomført som en webbasert undersøkelse i regi av Pöyry Management Consulting i perioden mai til juli 2012. Det ble sendt ut en e-post som inneholdt informasjon om undersøkelsen samt hvilke leveranse og tjeneste undersøkelsen skulle besvares for. E-posten inneholdt også en link til undersøkelsen. Hver link er unik, noe som gjør det mulig å identifisere hvilke respondenter som har svart og hvilke som ikke har det. 3.741 respondenter mottok undersøkelsen, og det ble gitt en svarfrist på to uker. Av erfaring vet vi at mange som i utgangspunktet er positive til å besvare undersøkelsen glemmer dette. Det ble derfor sendt ut to påminnelser før svarfristen var gått ut. Da svarfristen var gått ut, hadde vi mottatt 1.803 svar, noe som tilsvarer 48 prosent av respondentene. Det ble videre sendt ut to purringer til respondenter som ikke hadde

besvart undersøkelsen, noe som resulterte i 559 nye svar. Totalt ble det sendt ut 8.347 e-poster med påminnelser/purringer. I årets undersøkelse ble påminnelsene/purringene i hovedsak utført via e-post. Dette valget er basert på en reanalyse av svarene fra 2010-undersøkelsen utført av Oxford Research. Reanalysen viste at svarene fra respondenter som ble rekruttert gjennom telefoniske purring ikke var annerledes enn svarene fra dem som svarte elektronisk basert på automatisk purring. Ut fra dette synes det altså ikke å være noen mernytte ved en prosedyre der man benytter telefonisk purring. Det ble likevel utført telefonisk purring av 23 respondenter også i 2011-undersøkelsen for å sikre at antallet respondenter skulle bli høyt nok i tjenester med et utvalg bestående av svært få bedrifter. Den telefoniske purringen medførte 2 nye svar. I tillegg til påminnelsene/purringene ble det brukt mye tid på å forsøke å motivere respondenter som tok kontrakt via telefon eller e-post til å besvare undersøkelsen under hele undersøkelsesperioden.

Nettoutvalg

Undersøkelsen ble sendt til 3741 respondenter, noe som tilsvarer hele bruttoutvalget. Av disse var det 87 respondenter som ga tilbakemelding om at de ikke var riktige mottakere eller at de/bedriften ikke var i målgruppen for denne undersøkelsen. Årsaken til at enkelte ikke er i målgruppen for undersøkelsen er for eksempel at de er samarbeidspartnere med Innovasjon Norge eller at de er konsulenter som yter tjenester ovenfor mottakerbedrifter. Enkelte av disse opplyste også at de ikke hadde mottatt noen leveranse i 2011, eller at det var registrert flere kontaktperson for det samme prosjektet slik at undersøkelsen således var sendt til flere personer. Det justerte bruttoutvalget, det vil si bruttoutvalget justert for mottakerne som var feil eller ikke i målgruppen, består av 3654 personer/bedrifter. 50 respondenter tok kontakt på e-post eller telefon for å informere om at de ikke kunne svare fordi kontaktpersonen hadde sluttet, var sykmeldt eller ikke hadde tid til å svare, at bedriften var konkurs, eller at de ikke følte at undersøkelsen passet til deres leveranse og at det derfor ble feil å svare. 15 respondenter benyttet muligheten til å melde seg av undersøkelsen. Også flere av respondentene som har svart tok kontakt via e-post eller telefon da de ikke følte at undersøkelsen passet til deres leveranse. Dette gjaldt i stor grad tjenestene FRAM, Delegasjoner og Internasjonalisering. Etter kontakten valgte de likevel å besvare undersøkelsen. Det ble total mottatt 2376 svar, noe som tilsvarer 65 prosent av bruttoutvalgte fratrasket respondentene som var feil mottakere eller ikke i målgruppen (justert bruttoutvalg).

Svarprosenten varierer i stor grad mellom de ulike tjenestene; Dårligst svarprosent er det for Delegasjoner (28 prosent), mens Etablererstipend (NHD) har best svarprosent (84 prosent). Antall svar, frafall og svarprosent for hver tjeneste finnes i Tabell V1.2.

Tabell V1.2 Mottatt svar og frafall

	Bruttoutvalg	Feil mottaker/ ikke i målgruppen	Justert bruttoutvalg	Kontakt/avmeldt	Mottatt svar	Svarprosent
Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell	465	2	463	3	335	72 %
Bygdeutviklingsmidler - Tilleggsnæring	160	1	159	4	109	69 %
Bygdeutviklingsstipend	93	2	91	2	69	76 %
Distriktsrettede risikolån	67	1	66	2	44	67 %
Distriktsutviklingstilskudd	499	9	490	10	316	64 %
Grunnfinansieringslån - flåte	55	0	55	1	32	58 %
Innovasjonslån	77	2	75	1	52	69 %
Landsdekkende utviklingstilskudd	112	7	105	2	67	64 %
Lavrisikolån	67	1	66	0	41	62 %
Landbrukslån	190	0	190	3	138	73 %
OFU/IFU	163	4	159	3	122	77 %
Miljøteknologi	41	0	41	2	27	66 %
Marint verdiskapningsprogram	68	2	66	3	42	64 %
Maritim utvikling	17	0	17	0	9	53 %
Lokalmatprogrammet	80	1	79	2	52	66 %
Trebasert innovasjonsprogram	41	0	41	1	29	71 %
Verdiskapingsprogram reindrift	17	0	17	1	9	53 %
Bioenergiprogrammet	173	2	171	1	124	73 %
Etablererstipend (KRD)	346	6	340	1	265	78 %
Entreprenørskap	59	2	57	0	41	72 %
Risikolån landbruk	31	0	31	2	18	58 %
Etablererstipend (NHD)	69	0	69	1	58	84 %
Skog- og klimaprogrammet	41	0	41	1	26	63 %
Delegasjoner	51	1	50	1	14	28 %
Design rådgivning	30	2	28	0	19	68 %
FRAM	195	3	192	0	103	54 %
IPR rådgivning	62	3	59	3	29	49 %
Internasjonalisering	472	36	436	15	186	43 %
Total	3741	87	3654	65	2376	65 %

Kilde: Pöyry

Geografiske variasjoner i svarprosent

Tabell V1.1 Svarprosent etter sentralitet

Sentralitetskode (KRD-sentralitet)	Svarprosent
Storbyregion	62 %
Små og mellomstore byregioner (SMBBy) utenfor DPV	66 %
Små og mellomstore byregioner (SMBBy) innenfor DPV	67 %
Tettstedsregioner	68 %
Spredtbygde områder	62 %

Kilde: Pöyry

Note: Med "SMBBy utenfor DPV" menes "Små og mellomstore byregioner der senteret i regionen ligger utenfor det distriktpolitiske virkeområdet", og med "SMBBy innenfor DPV" menes "Små og mellomstore byregioner der senteret i regionen ligger innenfor det distriktpolitiske virkeområdet". En nærmere forklaring av sentralitetskodene finnes i kapittel 2.

Tabell V1.2 Svarprosent etter distriktpolitisk virkeområde

DPV-område	Svarprosent
Område I	72 %
Område II	72 %
Område III	68 %
Område IV	66 %

Kilde: Pöyry

VEDLEGG 2: VEKTING AV UTVALGET

For å kunne beregne populasjonsvekter for hver av tjenestene, må man kjenne til hver tjenestes andel av total populasjon, og hver tjenestes andel av totalt antall svar. Populasjonsvekten beregnes som $\text{Andel av total populasjon} / \text{Andel av totalt antall svar}$. Tjenester der svarandelen er underrepresenterte i forhold til representativiteten i populasjonen får en vekt større enn 1, mens tjenester som er overrepresentert får en vekt som er mindre enn 1. De individuelle populasjonsvektene for hver tjeneste er vist i Tabell V2.1.

Tabell V2.1 Populasjonsvekter per tjeneste, 2011

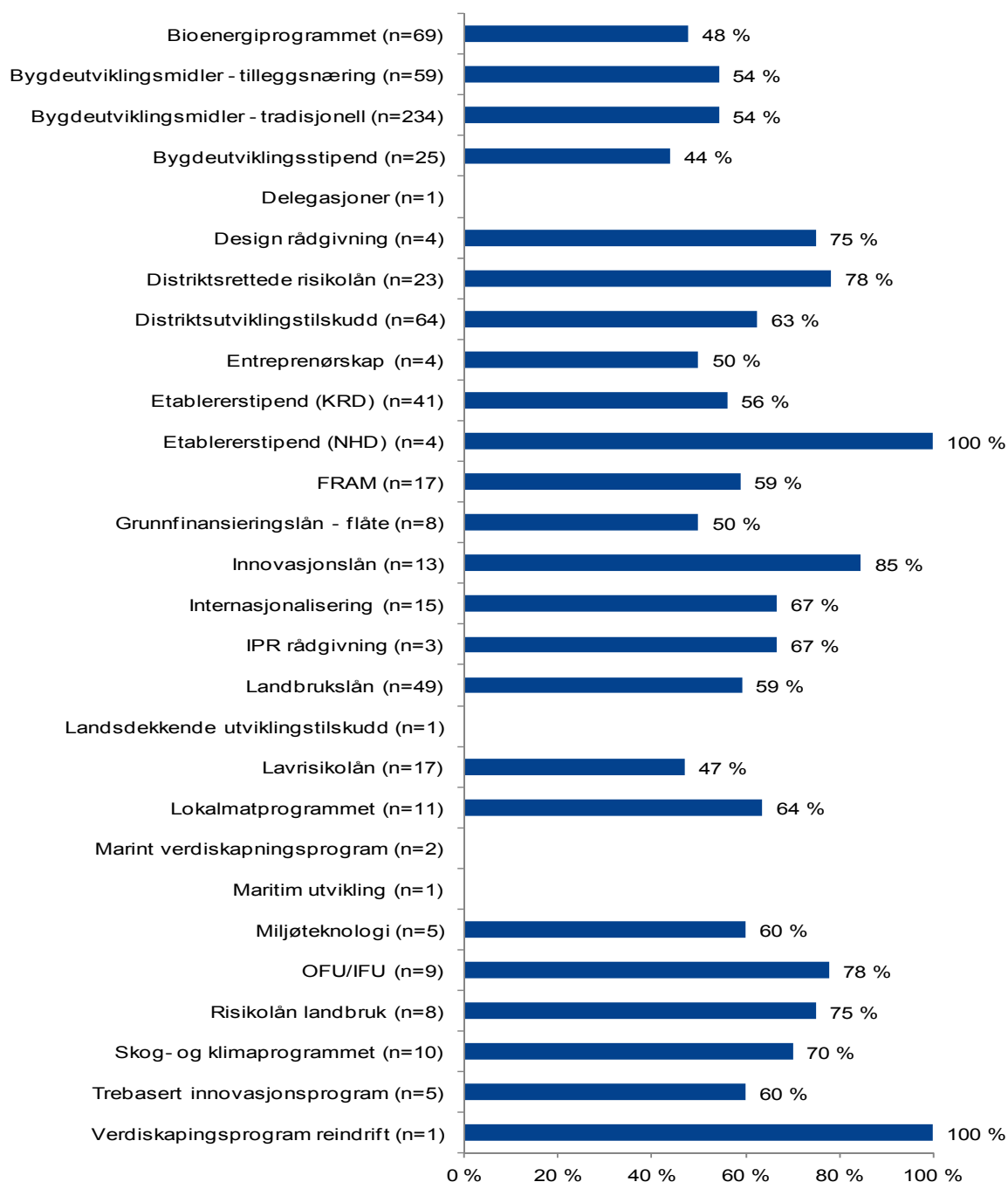
	Populasjon	Andel av total populasjon	Antall svar	Andel av totalt antall svar	Vekt
Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell	1017	18 %	335	14 %	1.30
Bygdeutviklingsmidler - Tilleggsnæring	358	6 %	109	5 %	1.41
Bygdeutviklingsstipend	105	2 %	69	3 %	0.65
Distriktsrettede risikolån	86	2 %	44	2 %	0.84
Distriktsutviklingstilskudd	816	15 %	316	13 %	1.10
Grunnfinansieringslån - flåte	59	1 %	32	1 %	0.79
Innovasjonslån	94	2 %	52	2 %	0.77
Landsdekkende utviklingstilskudd	150	3 %	67	3 %	0.96
Lavrisikolån	82	1 %	41	2 %	0.86
Landbrukslån	245	4 %	138	6 %	0.76
OFU/IFU	197	4 %	122	5 %	0.69
Miljøteknologi	49	1 %	27	1 %	0.78
Marint verdiskapningsprogram	88	2 %	42	2 %	0.90
Maritim utvikling	18	0.3 %	9	0.4 %	0.86
Lokalmatprogrammet	96	2 %	52	2 %	0.79
Trebasert innovasjonsprogram	51	1 %	29	1 %	0.75
Verdiskapingsprogram reindrift	30	1 %	9	0.4 %	1.43
Bioenergiprogrammet	190	3 %	124	5 %	0.66
Etablererstipend (KRD)	415	7 %	265	11 %	0.67
Entreprenørskap	61	1 %	41	2 %	0.64
Risikolån landbruk	31	1 %	18	1 %	0.74
Etablererstipend (NHD)	79	1 %	58	2 %	0.58
Skog- og klimaprogrammet	45	1 %	26	1 %	0.74
Delegasjoner	63	1 %	14	1 %	1.93
Design rådgivning	31	1 %	19	1 %	0.70
FRAM	216	4 %	103	4 %	0.90
IPR rådgivning	82	1 %	29	1 %	1.21
Internasjonalisering	799	14 %	186	8 %	1.84
Total	5553	100 %	2376	100 %	1.00

Kilde: Pöyry

VEDLEGG 3: INNOVASJON NORGES BETYDNING FOR BANKLÅN, ETTER TJENESTE

I dette vedlegget vises en fullstendig oversikt over andelen av bedriftene som mener at Innovasjon Norge har hatt stor betydning for at bedriften fikk banklån, gruppert etter tjeneste. Merk at antallet bedrifter er svært lavt for enkelte tjenester, og resultatene må derfor tolkes med forsiktighet.

Figur V3.1 Andelen av bedriftene som mener at IN har hatt stor betydning for at bedriften fikk banklån etter tjeneste/program, n=703

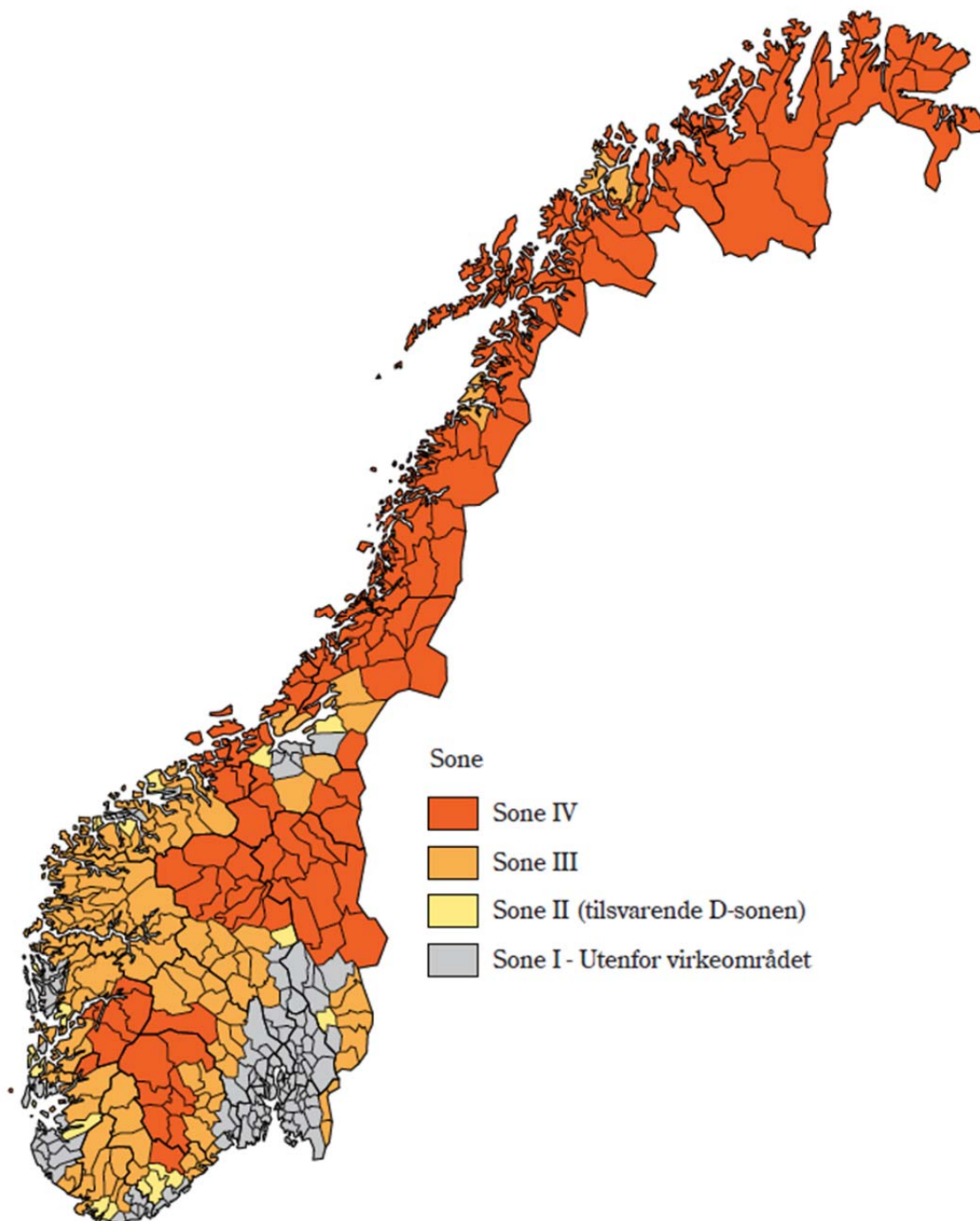


Kilde: Pöyry

VEDLEGG 4: DISTRIKTSPOLITISK VIRKEOMRÅDE

Det ble innført ny soneinndeling for det distriktpolitiske virkeområdet for regionale utviklingsmidler 1. januar 2007. Det nye virkeområdet inneholder to soner (sone III og IV) med differensiert støtteintensitet for direkte bedriftsrettet støtte, og en sone (sone II) for tilretteleggende virkemidler. Sone I er utenfor virkeområdet. Figur V4.1 viser et kart over det distriktpolitiske virkeområdet.

Figur V4.1 Kart over det distriktpolitiske virkeområdet



Kilde: KRD

VEDLEGG 5: TIDSPUNKT FOR TIDLIGSTE ÅR MED FORVENTET EFFEKT

Tabell V5.1 Tidspunkt for tidligste år med forventet effekt. Prosentandel av bedrifter som har svart, n=2172.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016-2020
Bioenergiprogrammet (n=114)	4 %	33 %	21 %	13 %	11 %	18 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsmønstre (n=104)	1 %	25 %	49 %	17 %	3 %	5 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=301)	2 %	29 %	32 %	20 %	12 %	6 %
Bygdeutviklingsstipend (n=68)	0 %	21 %	49 %	18 %	6 %	7 %
Delegasjoner (n=7)	14 %	43 %	29 %	0 %	0 %	14 %
Design rådgivning (n=16)	6 %	38 %	31 %	19 %	6 %	0 %
Distriktsrettede risikolån (n=39)	0 %	44 %	41 %	8 %	8 %	0 %
Distriktsutviklingstilskudd (n=287)	3 %	29 %	41 %	20 %	5 %	2 %
Entreprenørskap (n=38)	0 %	29 %	53 %	16 %	3 %	0 %
Etablererstipend (KRD) (n=254)	2 %	20 %	50 %	18 %	7 %	3 %
Etablererstipend (NHD) (n=57)	2 %	7 %	51 %	25 %	12 %	4 %
FRAM (n=81)	10 %	31 %	35 %	14 %	6 %	5 %
Grunnfinansieringslån - flåte (n=29)	7 %	69 %	10 %	14 %	0 %	0 %
Innovasjonslån (n=48)	0 %	29 %	44 %	21 %	6 %	0 %
Internasjonalisering (n=141)	4 %	21 %	38 %	24 %	12 %	1 %
IPR rådgivning (n=23)	0 %	4 %	52 %	30 %	13 %	0 %
Landbrukslån (n=125)	2 %	34 %	34 %	19 %	6 %	6 %
Landsdekkende utviklingstilskudd (n=57)	0 %	35 %	42 %	16 %	5 %	2 %
Lavrisikolån (n=35)	3 %	29 %	46 %	17 %	3 %	3 %
Lokalmatprogrammet (n=43)	2 %	47 %	26 %	16 %	7 %	2 %
Marint verdiskapningsprogram (n=37)	0 %	30 %	54 %	14 %	3 %	0 %
Maritim utvikling (n=7)	14 %	43 %	29 %	0 %	0 %	14 %
Miljøteknologi (n=25)	0 %	4 %	40 %	40 %	8 %	8 %
OFU/IFU (n=117)	2 %	15 %	36 %	26 %	14 %	8 %
Risikolån landbruk (n=17)	0 %	18 %	59 %	24 %	0 %	0 %
Skog- og klimaprogrammet (n=24)	4 %	33 %	33 %	13 %	4 %	13 %
Trebasert innovasjonsprogram (n=25)	0 %	28 %	44 %	28 %	0 %	0 %
Verdiskapningsprogram reindrift (n=8)	0 %	25 %	38 %	25 %	13 %	0 %
Total	2 %	27 %	39 %	19 %	8 %	4 %

Kilde: Pöyry

VEDLEGG 6: REGRESJONSANALYSE

I dette vedlegget dokumenteres nærmere metodikk og resultater fra regresjonsanalysen i kapittel 8.

I en logistisk regresjonsmodell er venstresidevariabelen en binær variabel som tar verdien 0 eller 1. Den binære variabelen Y er i dette tilfellet definert som:

$Y = 1$ dersom prosjektet i stor eller svært stor grad bedrer konkurranseevnen

$Y = 0$ ellers

Logit modellen kan skrives som:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = x'\beta$$

p er sannsynligheten for at konkurranseevnen bedres i stor grad, mens $(1 - p)$ er sannsynligheten for at konkurranseevnen ikke bedres i stor grad. Den naturlige logaritmen til forholdet mellom de to sannsynlighetene (den relative sannsynligheten) omtales i litteraturen ofte som "oddsraten".

Den naturlige logaritmen til den relative sannsynligheten er en lineær funksjon av forklaringsvariablene, x' . Koeffisientene, β , sier hvor mye logaritmen til den relative sannsynligheten endrer seg når den aktuelle forklaringsvariabelen øker med 1 enhet. Mange av kjennetegnene uttrykkes ved såkalte dummyvariabler, som er variabler som er lik 1 hvis enheten har det aktuelle kjennetegnet (for eksempel at prosjektet har høy addisjonalitet) og har verdien 0 ellers.

Absolutt endring i p som følge av en enhets endring i x_j , er ikke lineær og gitt ved:

$$\frac{dp}{dx_j} = \beta'_j * p * (1 - p)$$

Der x_j er en vilkårlig høyresidevariabel og β_j er variabelens tilhørende koeffisientestimat.

Sannsynligheten for at prosjektet i stor eller svært stor grad bedrer konkurranseevnen $p = n_{stor}/n = 0,49$, der n_{stor} er antall prosjekter som i stor eller svært stor grad bedrer konkurranseevnen og n er det totale antallet prosjekter som er inkludert i årets undersøkelse.

Dette gir $p(1 - p) = 0,49 * (1 - 0,49) = 0,25$.

Nedenfor viser vi estimeringsresultatene der henholdsvis prosjekt- og bedriftskjennetegn er høyresidevariabler. For hver av de to tilnærmingene (prosjekt og bedrift) har vi vist regresjonsresultater der vi også har inkludert dummyer for tjeneste.

Vi har også beregnet effekten på konkurranseevnen av de ulike kjennetegnene som prosentpoengs endring i sannsynligheten p ved en enhets økning i forklaringsvariabelen. For dummyvariablene er det effekten av at variabelen er lik 1 sammenlignet med referansen som er beregnet. Den beregnede effekten er gitt i kolonnen "Effekt" og referansen effekten er beregnet for er gitt i kolonnen "Referanse".

Betydningen av prosjektkjennetegn

Vi har estimert betydningen for bedringen i konkurranseevnen av følgende kjennetegn:

- Addisjonalitet (lav, middels og høy)
- Risiko (lav, middels og høy)
- Antall aktører prosjektet fører til økt samarbeid med
- Innovasjonshøyde (ingen innovasjon, bedriftsnivå, regionalt nivå, nasjonalt nivå og internasjonalt nivå).

Resultatene viser at:

- Jo høyere addisjonalitet, desto større er effekten på konkurranseevnen. Sannsynligheten for at prosjektet i stor grad bedrer konkurranseevnen er 14 prosentpoeng høyere for et prosjekt med høy addisjonalitet sammenlignet med et prosjekt med lav addisjonalitet (alt annet likt).
- Det er en høyere andel av prosjektene med middels risiko som i stor grad bedrer konkurranseevnen enn prosjekter med lav risiko og prosjekter med høy risiko. Sannsynligheten for at prosjektet i stor grad bedrer konkurranseevnen er 7 prosentpoeng høyere for et prosjekt med middels risiko enn et prosjekt med lav risiko.
- Jo flere aktører prosjektet bidrar til økt samarbeid med, desto mer bedres konkurranseevnen. En økning i antall samarbeidspartnere med 1, øker sannsynligheten for at prosjektet i stor grad bedrer konkurranseevnen med 6 prosentpoeng.
- Prosjekter som forventes å føre til innovasjoner, forventes å gi større effekter på konkurranseevnen enn prosjekter som ikke forventes å føre til innovasjoner. Bedringen i konkurranseevnen er større desto mer nyskapende innovasjonene forventes å være. Prosjekter med innovasjon på "lavere" nivå (bedriftsnivå og regionalt nivå) har omtrent den samme effekten på konkurranseevnen. Forventet effekt på konkurranseevnen er større i prosjekter det forventes innovasjon på nasjonalt nivå, og enda større der det regnes med innovasjon på internasjonalt nivå. Sammenlignet med et prosjekt der det ikke forventes innovasjoner, er sannsynligheten for at prosjektet i stor grad bedrer konkurranseevnen 25 prosent større for et prosjekt med en innovasjon på nasjonalt nivå og omtrent 40 prosent større for et prosjekt med innovasjon på internasjonalt nivå.

Tabell V6.1 Regresjonsresultater for bedret konkurranseevne (venstresidevariabel) som funksjon av prosjektkjennetegn (forklaringsvariable)

	b	St.avvik	Sig.nivå	Effekt	Referanse
Dummy: Middels addisjonalitet	.440	.165	.008	11 pp	Lav addisjonalitet
Dummy: Høy addisjonalitet	.553	.148	.000	14 pp	
Dummy: Middels risiko	.289	.109	.008	7 pp	Lav risiko
Dummy: Høy risiko	.086	.177	.629	-	
Antall økte samarbeid	.243	.023	.000	6 pp	Ett samarbeid
Dummy: Innovasjonsgrad bedrift	.612	.113	.000	15 pp	Ingen innovasjon
Dummy: Innovasjonsgrad regional	.379	.172	.027	9 pp	
Dummy: Innovasjonsgrad nasjonal	.998	.171	.000	25 pp	
Dummy: Innovasjonsgrad internasjonal	1.562	.125	.000	39 pp	
Constant	-1.860	.148	.000		
Log likelihood	2676,134 ^a				
Cox & Snell R Square	.228				

Note: Venstresidevariabel: Dummy lik 1 hvis prosjektet forventes å bedre konkurranseevnen i stor eller svært stor grad, og 0 ellers. Metode: Logistisk regresjon. Effekten (kolonne 5 i tabellen) måler antall prosentpoengs endring i sannsynligheten for at prosjektet bedrer konkurranseevnen i stor/svært stor grad. Gjelder også øvrige tabeller i dette vedlegget.

Betydningen av bedriftskjennetegn

Vi gjennomførte også regresjonsanalyse av betydningen for de forventede effektene på konkurranseevnen av ulike kjennetegn ved bedriftene som mottok støtten. Disse er:

- Alder (yngre enn 5 år, 5 til 15 år og eldre enn 15 år)
- Størrelse målt ved antall ansatte (Ingen eller en ansatt, 2 til 4 ansatte, 5 til 9 ansatte, 10 til 19 ansatte, 20 til 99 ansatte og mer enn 100 ansatte)
- Lokalisering målt ved distriktpolitisk område (område 1, 2, 3 og 4)
- Om bedriften er hundre prosent norskeid
- Om bedriften historisk sett er en innovasjonsrettet bedrift som har gjennomført innovative aktiviteter de siste årene
- Om bedriftens kompetanse er særegen
- Om bedriften historisk sett er en vekst eller nedgangsbedrift målt ved omsetning de siste årene
- Bedriftens vekstutsikter de neste fem årene

Resultatene viser at

- Støtte fra innovasjon Norge forventes i størst grad å bedre konkurranseevnen i yngre bedrifter (yngre enn 5 år) enn i eldre bedrifter. Det er nesten 10 prosentpoeng høyere sannsynlighet for at prosjektet i stor grad forventes å bedre konkurranseevnen for en bedrift som er yngre enn 5 år sammenlignet med øvrige bedrifter. Det er ingen forskjell mellom de to andre aldersgruppene.
- Prosjektene har mindre effekt på konkurranseevnen i de største bedriftene (mer enn 100 ansatte) enn i øvrige bedrifter. Det er ikke overraskende, da et typisk Innovasjon Norge-prosjekt vil påvirke bedriftens aktiviteter og omsetning i mindre grad enn et prosjekt av samme størrelsesorden gjennomført av en mindre bedrift. Vi finner imidlertid ingen effekt av bedriftsstørrelsen blant bedrifter med færre enn 100 ansatte.
- Vi finner forskjellig grad av bedring av konkurranseevnen avhengig av i hvilket distriktpolitisk virkeområde bedriften ligger. Effekten er imidlertid ikke entydig langs en sentrum-periferidimensjon. Prosjektene har større effekt på konkurranseevnen for bedrifter etablert i distriktpolitisk virkeområde (DPV) 2 og 4, sammenlignet med i område 1 (uten for det distriktpolitiske virkeområdet). Størst bedring i konkurranseevnen er det for bedrifter lokalisert i område 2, der sannsynligheten for at prosjektet bedrer konkurranseevnen er i overkant av 10 prosentpoeng høyere enn for en bedrift lokalisert utenfor virkeområdet (område 1). Det andre målet på geografisk lokalisering, sentralitetsindikatoren, har ingen signifikant betydning for prosjektets effekt på konkurranseevnen.
- Eierskap har ingen signifikant betydning for effekten på konkurranseevnen.
- Prosjektenes bedring av bedriftenes konkurranseevne er større for bedrifter som allerede driver med innovative aktiviteter. Sannsynligheten for at prosjektet i stor grad bedrer konkurranseevnen er 8 prosentpoeng høyere for en bedrift som historisk sett har gjennomført innovasjonsrettede aktiviteter, enn i bedrifter som historisk sett har drevet lite med slike aktiviteter.
- Effekten på konkurranseevnen er større i bedrifter med særegen kompetanse (vurdert av bedriften selv) enn i bedrifter som ikke har særegen kompetanse. Sannsynligheten for at konkurranseevnen bedres øker med 20 prosentpoeng for en bedrift med særegen kompetanse sammenlignet med bedrift som ikke har det.

- Om bedriften historisk sett (2008-2010) har hatt en økning eller nedgang i aktivitetsnivået (omsetningen) har ingen signifikant effekt på prosjektets betydning for konkurranseevnen.
- Jo høyere vekst bedriften forventer de neste 5 årene, jo mer forventes prosjektet å føre til bedring i konkurranseevnen. Det er 50 prosentpoeng høyere sannsynlighet for at prosjektet i stor grad bedrer konkurranseevnen dersom bedriften forventer en vekst på 100 prosent eller mer sammenlignet med en bedrift som ikke forventer noe vekst.

Tabell V6.2 *Regresjonsresultater for bedret konkurranseevne (venstresidevariabel) som funksjon av bedriftskjennetegn (forklaringsvariable)*

	b	St.avvik	Sig.nivå	Effekt	Referanse
Dummy: 5 til 15 år	.143	.125	.255	-	Eldre enn 15 år
Dummy: Yngre enn 5 år	.323	.135	.017	8 pp	
Dummy: 2 til 4 ansatte	.148	.124	.234	-	Ingen eller en ansatt
Dummy: 5 til 9 ansatte	.144	.198	.466	-	
Dummy: 10 til 19 ansatte	.062	.215	.773	-	
Dummy: 20 til 99 ansatte	.115	.194	.554	-	
Dummy: 100 eller mer ansatte	-.651	.348	.062	-16 pp	
Dummy: Område 2	.482	.291	.098	12 pp	Område 1
Dummy: Område 3	.115	.120	.338	-	
Dummy: Område 4	.216	.122	.077	5 pp	
Dummy: Norskeid	-.160	.143	.263	-	Utenlandsk eid
Dummy: Innovasjonsrettet	.337	.117	.004	8 pp	Ikke innovasjonsrettet
Dummy: Særegen kompetanse	.763	.117	.000	19 pp	Ikke særegen komp.
Dummy: Nedgangsbedrift	.146	.221	.510	-	Ingen historisk endring
Dummy: Vekstbedrift	-.009	.117	.937	-	
Dummy: Fremtidig vekst 50%	1.091	.132	.000	27 pp	Ikke fremtidig vekst
Dummy: Fremtidig vekst 100%	2.068	.136	.000	52 pp	
Constant	-1.796	.151	.000		
Log likelihood	2677,776 ^a				
Cox & Snell R Square	.228				

Kontroll for betydningen av tjeneste

Årets kundeeffektundersøkelse omfatter 28 ulike tjenester. De ulike tjenestene retter seg mot ulike bedrifter og til dels svært ulike prosjekttyper. Det er derfor interessant å undersøke om de sammenhengene som er estimert over, fortsatt er til stede når vi kontrollerer for hvilken tjeneste prosjektet er i. Blant annet er flere av tjenestene spesielt rettet mot visse typer bedrifter eller prosjekttyper. Det kan da tenkes at effektene av visse typer kjennetegn vil forsvinne når vi inkluderer dummyvariabler for alle tjenestene. Tjenesten Bygdeutviklingsmidler – Tradisjonell er benyttet som referanse.

Betydningen av prosjektkjennetegn

Effekten av prosjektkjennetegnene endres i liten grad som følge av inkludering av dummyvariablene for tjeneste. De ulike tjenestene fanger således i liten grad opp prosjektkjennetegn som har stor effekt på konkurranseevnen.

Betydningen av bedriftskjennetegn

Effekten av enkelte bedriftskjennetegn endres derimot betydelig som følge av at dummyvariablene for tjeneste inkluderes i regresjonsmodellen. Vi finner at sannsynligheten for at prosjektet i stor grad bedrer konkurranseevnen er høyere dersom prosjektet er innenfor Distriktsutviklingstilskudd, Etablererstipend (KRD), Etablererstipend (NHD), IPR-rådgivning og OFU/IFU sammenlignet med de resterende tjenestene.

Når det kontrolleres for tjeneste, er det noen av effektene av bedriftskjennetegn som ikke lenger er til stede. Bedriftens alder får ikke lenger effekt på prosjektets bedring av konkurranseevnen. Likeledes forsvinner forskjellene i prosjektets bedring av konkurranseevnen mellom bedrifter i ulike distriktpolitiske virkeområder. Også den sterkere bedringen i konkurranseevnen av prosjekter i bedrifter med særegen kompetanse, forsvinner (blir ikke signifikant) når det kontrolleres for tjeneste.

Effektene som forsvinner fanges altså opp av inndelingen i tjenester.

Tabell V6.3 Regresjonsresultater for bedret konkurranseevne (venstresidevariabel) som funksjon av prosjektkjennetegn og dummyer for tjeneste

	b	St.avvik	Sig.nivå	Effekt	Referanse
Dummy: Middels addisjonalitet	.408	.169	.016	10 pp	Lav addisjonalitet
Dummy: Høy addisjonalitet	.578	.153	.000	14 pp	
Dummy: Middels risiko	.273	.113	.015	7 pp	Lav risiko
Dummy: Høy risiko	.019	.184	.918	-	
Antall økte samarbeid	.231	.024	.000	6 pp	Ingen innovasjon
Dummy: Innovasjonsgrad bedrift	.583	.116	.000	15 pp	
Dummy: Innovasjonsgrad regional	.396	.177	.026	10 pp	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Innovasjonsgrad nasjonal	.936	.175	.000	23 pp	
Dummy: Innovasjonsgrad internasjonal	1.267	.141	.000	32 pp	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Bioenergiprogrammet	-.348	.244	.154	-	
Dummy: Bygdeutviklingsmidler - tillegg	.044	.238	.854	-	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Bygdeutviklingsstipend	.299	.281	.286	-	
Dummy: Delegasjoner	-.780	.722	.280	-	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Design rådgivning	.265	.524	.613	-	
Dummy: Distriktsrettede risikolån	.889	.363	.014	22 pp	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Distriktsutviklingstilskudd	.311	.169	.065	8 pp	
Dummy: Entreprenørskap	.631	.402	.117	-	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Etablererstipend (KRD)	.730	.199	.000	18 pp	
Dummy: Etablererstipend (NHD)	.991	.407	.015	25 pp	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: FRAM	-.072	.251	.773	-	
Dummy: Grunnfinansieringslån - flåte	.554	.405	.172	-	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Innovasjonslån	.846	.381	.026	21 pp	
Dummy: Internasjonalisering	-.023	.205	.911	-	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: IPR rådgivning	1.485	.549	.007	37 pp	
Dummy: Landbrukslån	.212	.219	.333	-	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Lokalmatprogrammet	-.301	.326	.356	-	
Dummy: Marint verdiskapningsprogram	-.206	.370	.577	-	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Maritim utvikling	.133	.833	.873	-	
Dummy: Miljøteknologi	.470	.519	.366	-	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: OFU/IFU	.540	.269	.045	13 pp	
Dummy: Risikolån landbruk	.809	.512	.114	-	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Skog- og klimaprogrammet	-.594	.488	.224	-	
Dummy: Trebasert innovasjonsprogram	-.840	.437	.054	-21 pp	Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell
Dummy: Verdiskapingsprogram reindrift	.531	.799	.507	10 pp	
Constant	-1.961	.175	.000		
Log likelihood	2614,703 ^a				
Cox & Snell R Square	.248				

Tabell V6.4 Regresjonsresultater for bedret konkurranseevne (venstresidevariabel) som funksjon av bedriftskjennetegn og dummyer for tjeneste (forklaringsvariable)

	b	St.avvik	Sig.nivå	Effekt	Referanse
Dummy: 5 til 15år	.169	.127	.184	-	Eldre enn 15 år
Dummy: Yngre enn 5 år	.178	.140	.205	-	
Dummy: 2 til 4 ansatte	.155	.128	.226	-	Ingen eller en ansatt
Dummy: 5 til 9 ansatte	.090	.206	.662	-	
Dummy: 10 til 19 ansatte	-.025	.223	.910	-	
Dummy: 20 til 99 ansatte	.035	.207	.864	-	
Dummy: 100 eller mer ansatte	-.649	.357	.069	-16 pp	
Dummy: Område 2	.494	.301	.101	12 pp	Område 1
Dummy: Område 3	.046	.141	.742	-	
Dummy: Område 4	.115	.144	.427	-	
Dummy: Norskeid	-.004	.151	.981	-	Utenlandsk eid
Dummy: Innovasjonsrettet	.352	.120	.003	9 pp	Ikke innovasjonsrettet
Dummy: Særegen kompetanse	-.463	.494	.348	-	Ikke særegen komp.
Dummy: Nedgangsbedrift	.250	.226	.269	-	Ingen historisk endring
Dummy: Vekstbedrift	.098	.120	.413	-	
Dummy: Fremtidig vekst 50%	1.064	.136	.000	27 pp	Ikke fremtidig vekst
Dummy: Fremtidig vekst 100%	1.866	.143	.000	47 pp	
Dummy: Bioenergiprogrammet	-.106	.250	.671	-	Bygdeutviklings- midler - tradisjonell
Dummy: Bygdeutviklingsmidler - tillegg	-.120	.242	.620	-	
Dummy: Bygdeutviklingsstipend	.257	.290	.376	-	
Dummy: Delegasjoner	-1.112	.751	.139	-	
Dummy: Design rådgivning	-.085	.550	.877	-	
Dummy: Distriktsrettede risikolån	.497	.380	.191	-	
Dummy: Distriktsutviklingstilskudd	.503	.180	.005	13 pp	
Dummy: Entreprenørskap	.467	.395	.237	-	
Dummy: Etablererstipend (KRD)	.938	.207	.000	23 pp	
Dummy: Etablererstipend (NHD)	1.336	.409	.001	33 pp	
Dummy: FRAM	-.154	.261	.555	-	
Dummy: Grunnfinansieringslån - flåte	.389	.423	.358	-	
Dummy: Innovasjonslån	.624	.385	.105	-	
Dummy: Internasjonalisering	-.319	.225	.157	-	
Dummy: IPR rådgivning	1.876	.545	.001	47 pp	
Dummy: Landbrukslån	.103	.221	.643	-	
Dummy: Lokalmatprogrammet	-.405	.327	.215	-	
Dummy: Marint verdiskapningsprogram	.339	.365	.352	-	
Dummy: Maritim utvikling	1.035	.867	.233	-	
Dummy: Miljøteknologi	.778	.524	.138	-	
Dummy: OFU/IFU	.919	.279	.001	23 pp	
Dummy: Risikolån landbruk	.494	.524	.345	-	
Dummy: Trebasert innovasjonsprogram	-.356	.428	.405	-	
Dummy: Verdiskapningsprogram reindrift	.811	.779	.298	-	
Constant	-2.030	.195	.000		
Log likelihood	2589,346 ^a				
Cox & Snell R Square	0.26				

Kjennetegn som påvirker konkurranseevnen

Hvilken tjeneste prosjektet er i, forklarer noe av effektene på konkurranseevnen. Men selv om det er kontrollert for hvilke tjeneste prosjektet gjennomføres innenfor, er det flere kjennetegn ved prosjektene og bedriftene som har betydning for hvordan prosjektet påvirker konkurranseevnen.

De identifiserte sammenhengene mellom kjennetegn og bedret konkurranseevne som ikke fanges opp av hvilken tjeneste prosjektet tilhører, er:

- Positiv effekt av addisjonalitet
- Positiv effekt av middels prosjektrisiko
- Positiv effekt av økt samarbeid

- Positiv effekt av innovasjon på høyt nivå
- Negativ effekt for store bedrifter med mer enn hundre ansatte
- Positiv effekt av at bedriften i utgangspunktet driver med innovasjonsaktiviteter
- Positiv effekt av bedriftens forventede vekstutsikter de neste fem årene

De fleste av de bivariate sammenhengene mellom konkurranseevne og kjennetegn ved prosjektet/bedriften som er presentert i avsnitt 8.2, opprettholdes altså i denne regresjonsanalysen der samvariasjonen for alle kjennetegn studeres samtidig. Blant unntakene er effekten av alder, som ikke blir signifikant når alle kjennetegn inkluderes. Det samme gjelder betydningen av geografisk lokalisering og grad av særegen kompetanse.

Da denne regresjonsanalysen er ny i årets undersøkelse, vil det være interessant å se om disse sammenhengene holder seg ved neste undersøkelse.

VEDLEGG 7: SPØRRESKJEMA³

STATUS

1. Du/virksomheten fikk i 2011 tilbud fra Innovasjon Norge om hel eller delvis finansiering av et prosjekt. Har du/virksomheten benyttet dere av dette tilbudet? (kun ett svar)
 - 1) *Ja*
 - 2) *Nei, men kommer til å benytte det*
 - 3) *Nei, og kommer ikke til å benytte det*
 - 4) *Vet ikke/ikke relevant*

Routing: Hvis 1.3

2. Hvorfor vil tilbudet ikke bli benyttet? (kun ett svar)
 - 1) *Prosjektet er opphørt → Ut av undersøkelsen*
 - 2) *Prosjektet er forsinket*
 - 3) *Dekket gjennom andre kilder → Ut av undersøkelsen*
 - 4) *Annet: Spesifiser*
 - 5) *Vet ikke/ikke relevant*

Routing slutt

3. I tillegg til finansieringen fra Innovasjon Norge, er prosjektet delfinansiert ved hjelp av følgende? (kun ett svar per linje)

	<i>Ja</i>	<i>Nei</i>	<i>Vet ikke</i>
1) <i>Egenkapital</i>	☐	☐	☐
2) <i>Banklån</i>	☐	☐	☐
3) <i>Annen offentlig finansiering enn Innovasjon Norge</i>	☐	☐	☐
4) <i>Eksterne investorer</i>	☐	☐	☐

Routing: Hvis 3.2 er lik Ja

4. Hvilken betydning har, etter din vurdering, midlene fra Innovasjon Norge hatt for at prosjektet fikk banklån? (kun ett svar)
 - 1) *Ingen*
 - 2) *Liten*
 - 3) *Noe*
 - 4) *Stor*
 - 5) *Svært stor*
 - 6) *Vet ikke/ikke relevant*

Routing slutt

5. Har du/virksomheten mottatt rådgiving ved et kontor i utlandet? (kun ett svar) *
 - 1) *Ja*
 - 2) *Nei*

Routing: Hvis 5.1

³ Spørsmål som er nye er markert med en blå stjerne på enden av spørsmålet, mens spørsmål som er betydelig endret fra forrige undersøkelse er markert med en rød stjerne.

INTERNASJONAL RÅDGIVING

6. Hvor mange utenlandskontorer har du vært i kontakt med? _____ (kun tall) *
7. Er du fornøyd med den hjelpen du fikk ved det utekontoret du har hatt mest kontakt med? (kun ett svar) *
- 1) *Ja*
 - 2) *Nei*
8. Har kontakten med utenlandskontoret/-ene gitt prosjektet/bedriften et betydelig "løft" – gitt økt optimisme for fremtidig vekst? (kun ett svar) *
- 1) *Ja*
 - 2) *Nei*
 - 3) *Vet ikke*

Routing slutt**Routing: Hvis 5.1 og 7.2**

9. Hva anser du er den viktigste mangelen ved hjelpen du fikk? (kun ett svar) *
- 1) *Rådgiveren hadde for dårlig kompetanse*
 - 2) *Rådgiveren hadde for liten tid tilgjengelig*
 - 3) *Tjenesten var for dyr*
 - 4) *Oppfølgingen i ettertid var for dårlig*
 - 5) *Manglende tilskudd tilgjengelig for prosjektframstøt internasjonalt*

Routing slutt

10. Har du/virksomheten deltatt på delegasjonsreiser og/eller messer? (kun ett svar) *
- 1) *Ja*
 - 2) *Nei*

Routing: Hvis 10.1**DELTAKELSE PÅ DELEGASJONSREISER OG MESSER**

11. Har bedriften fått finansiering fra Innovasjon Norge tidligere? (kun ett svar) *
- 1) *Ja*
 - 2) *Nei*
12. Hvor mange ganger har du tidligere vært på delegasjonsreiser eller messer? (kun ett svar) *
- 1) *Aldri*
 - 2) *1-3 ganger*
 - 3) *Flere ganger*
13. Hva var hovedhensikten med deltakelsen denne gangen? (kun ett svar) *
- 1) *Finne nye markeder/kunder*
 - 2) *Finne nye underleverandører*
 - 3) *Finne nye samarbeidspartnere*
 - 4) *Sondere markedet*
 - 5) *Kontakt og kundepleie*
 - 6) *Bli kjent med virkemiddelapparatet/norske myndigheter*

14. Fikk du/virksomheten oppnådd målet ved deltakelsen? (kun ett svar) *

- 1) Ja
- 2) Delvis
- 3) Nei
- 4) Vet ikke

15. Vil du/virksomheten delta på en messe eller delegasjonsreise organisert av Innovasjon Norge ved en senere anledning? (kun ett svar) *

- 1) Ja
- 2) Nei
- 3) Vet ikke

Routing slutt

IGANGSETTING

16. Hva er status for prosjektets igangsetting? Velg det alternativet som passer best.

- 1) Prosjektet er startet opp og forventes realisert i samsvar med prosjektplan
- 2) Prosjektet er startet opp, men framdriften er forsinket i forhold til planene
- 3) Prosjektet vil bli igangsatt i 2012
- 4) Prosjektet vil bli igangsatt i 2013 eller senere
- 5) Prosjektet er avbrutt eller henlagt
- 6) Vet ikke/ikke relevant

BETYDNING AV LEVERANSEN FRA INNOVASJON NORGE

17. Hva tror du ville skjedd med prosjektet dersom Innovasjon Norge ikke hadde gitt deg/virksomheten støtte/rådgiving? (kun ett svar)

- 1) Sannsynligvis gjennomført i samme skala og med samme tidsskjema
- 2) Sannsynligvis gjennomført i samme skala, men på et senere tidspunkt
- 3) Sannsynligvis gjennomført i mindre skala, men med samme tidsskjema
- 4) Sannsynligvis gjennomført i mindre skala og på et senere tidspunkt
- 5) Sannsynligvis ikke gjennomført i det hele tatt

UTVIKLING AV PROSJEKTIDEEN

18. I hvilken grad bidro følgende aktører til utvikling av prosjektideen? (ett svar per linje)

	Ingen grad	Liten grad	Noen grad	Stor grad	Svært stor grad	Vet ikke
1) Interne ressurser (ledelse, ansatte)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2) Teknologiske forskningsmiljøer	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3) Andre forskningsmiljøer	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4) Kunder	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5) Leverandører	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6) Konkurrenter	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7) Innovasjon Norge	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8) Norges Forskningsråd	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9) SIVA	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10) Bedriftsrådgivere/konsulenter	☐	☐	☐	☐	☐	☐

SAMARBEID

19. Har eller vil prosjektet føre til økt samarbeid med noen av følgende virksomheter? (ett svar per linje)

	Ja	Nei	Vet ikke
1) Universiteter og høyskoler	☐	☐	☐
2) Forskningsinstitutter	☐	☐	☐
3) Kunder	☐	☐	☐
4) Leverandører	☐	☐	☐
5) Konkurrenter	☐	☐	☐
6) Konsulenter	☐	☐	☐
7) Investorer/finansieringsmiljø	☐	☐	☐
8) Offentlige myndigheter utenom IN	☐	☐	☐
9) Bransjeorganisasjoner og lignende	☐	☐	☐

KOMPETANSE

20. I hvilke grad har eller vil prosjektet øke din/virksomhetens kunnskap om ... (ett svar per linje) *

	Ingen grad	Liten grad	Noen grad	Stor grad	Svært stor grad	Vet ikke
1) utvikling av nye produkter i form av varer	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2) utvikling av nye produkter i form av tjenester	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3) forbedring av produksjonsprosesser	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4) utvikling av markeder	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5) utvikling av organisasjon og ledelse i bedriften	☐	☐	☐	☐	☐	☐

UTVIKLING OG FORBEDRING AV VARER

21. I hvilken grad har eller tror du prosjektet vil føre til følgende? (ett svar per linje) *

	Ingen grad	Liten grad	Noen grad	Stor grad	Svært stor grad	Vet ikke
1) Utvikling av helt ny vare	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2) Forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende vare	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Routing: Hvis 21.1 er lik Noen grad - Svært stor grad

22. Hvordan vil du beskrive den nye varen? (kun ett svar) *

- 1) Helt ny – finnes ikke fra før
- 2) Ny på det norske markedet - men kjent i utlandet
- 3) Ny på det regionale markedet - men kjent på det nasjonale markedet
- 4) Ny for virksomheten, men kjent på markedet
- 5) Vet ikke/ikke relevant

Routing slutt

UTVIKLING OG FORBEDRING AV TJENESTER

23. I hvilken grad har eller tror du prosjektet vil føre til følgende? (ett svar per linje) *

	Ingen grad	Liten grad	Noen grad	Stor grad	Svært stor grad	Vet ikke
1) Utvikling av helt ny tjeneste	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2) Forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende tjeneste	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Routing: Hvis 23.1 er lik Noen grad - Svært stor grad

24. Hvordan vil du beskrive den nye tjenesten? (kun ett svar) *

- 1) Helt ny – finnes ikke fra før
- 2) Ny på det norske markedet - men kjent i utlandet
- 3) Ny på det regionale markedet - men kjent på det nasjonale markedet
- 4) Ny for virksomheten, men kjent på markedet
- 5) Vet ikke/ikke relevant

Routing slutt

UTVIKLING OG FORBEDRING AV PRODUKSJONSPROSESSER

25. I hvilken grad har eller tror du prosjektet vil føre til følgende? (ett svar per linje)

	Ingen grad	Liten grad	Noen grad	Stor grad	Svært stor grad	Vet ikke
1) Utvikling av helt ny produksjonsprosess	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2) Effektivisering av eksisterende produksjonsprosesser	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3) Forbedring av metoder for lagring, levering og/eller distribusjon	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Routing: Hvis 25.1 er lik Noen grad - Svært stor grad

26. Hvordan vil du beskrive den nye produksjonsprosessen? (kun ett svar)

- 1) Helt ny – finnes ikke fra før
- 2) Ny på det norske markedet - men kjent i utlandet
- 3) Ny på det regionale markedet - men kjent på det nasjonale markedet
- 4) Ny for virksomheten, men kjent på markedet
- 5) Vet ikke/ikke relevant

Routing slutt

Routing: Hvis 21.1, 23.1 eller 25.1 er lik Noen grad - Svært stor grad

BESKYTTELSE AV INNOVASJONEN

27. Har eller tror du at virksomheten vil komme til å bruke noen av følgende metoder for å beskytte eventuelle oppfinnelser eller innovasjoner utviklet i prosjektet?

	Ja	Nei	Vet ikke/Ikke relevant
1) Patent	☐	☐	☐
2) Registrert varemerke	☐	☐	☐
3) Mønsterbeskyttelse	☐	☐	☐
4) Registrert design	☐	☐	☐
5) Fortrolighetsavtaler	☐	☐	☐
6) Hemmelighold	☐	☐	☐
7) Opphavsrett/copyright	☐	☐	☐
8) Kompleks utforming/design	☐	☐	☐
9) Annet	☐	☐	☐

Routing slutt

MARKEDSFØRING OG MARKEDSUTVIKLING

28. I hvilken grad har eller tror du prosjektet vil føre til følgende? (ett svar per linje)

	Ingen grad	Liten grad	Noen grad	Stor grad	Svært stor grad	Vet ikke
1) Anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2) Introduksjon av varer/tjenester til nye geografiske markeder	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3) Lansering av varer/tjenester på en ny måte (f. eks. ny design eller innpakning)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4) Identifisering av nye behov hos eksisterende eller nye kunder *	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ORGANISASJONSUTVIKLING

29. I hvilken grad har eller tror du prosjektet vil føre til endring i følgende forhold i bedriften? (ett svar per linje)

	Ingen grad	Liten grad	Noen grad	Stor grad	Svært stor grad	Vet ikke
1) Ledelsesfunksjoner og/eller strukturer *	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2) Forretningsmodellen *	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3) Opplæringssystemer, arbeidsprosedyrer eller kvalitetsstyring	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4) Arbeidsansvar og beslutningsprosedyrer	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5) Organisering av relasjoner til andre virksomheter eller offentlige institusjoner	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6) Prosesser/metoder for å identifisere kundebehov *	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ØKONOMISKE EFFEKTER

30. Hvordan har eller vil prosjektet samlet sett påvirke følgende forhold? (ett svar per linje)*

	Stor nedgang	Noe nedgang	Ingen/minimal påvirkning	Noe økning	Stor økning
1) Salget lokalt/regionalt i Norge	☐	☐	☐	☐	☐
2) Salget i øvrige deler av Norge	☐	☐	☐	☐	☐
3) Salget til utlandet	☐	☐	☐	☐	☐
4) Prisene virksomheten kan få for sine produkter	☐	☐	☐	☐	☐
5) Spekteret av varer og tjenester virksomheten produserer	☐	☐	☐	☐	☐
6) Arbeidskostnader per produsert enhet	☐	☐	☐	☐	☐
7) Andre kostnader per produsert enhet	☐	☐	☐	☐	☐
8) Antall ansatte	☐	☐	☐	☐	☐
9) Virksomhetens overskudd (regnskapsresultat)	☐	☐	☐	☐	☐

31. I hvilken grad har eller vil prosjektet føre til følgende? (ett svar per line) *

	Ingen grad	Liten grad	Noen grad	Stor grad	Svært stor grad	Vet ikke
1) At virksomhetens konkurranseevne bedres	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2) At bedriftens evne til omstilling blir større	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3) At lokaliseringen av bedriftens aktiviteter endres	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4) Kompetansespredning utenfor bedriften	☐	☐	☐	☐	☐	☐

IKKE-ØKONOMISKE EFFEKTER

32. I hvilken grad har eller vil prosjektet føre til følgende? (ett svar per linje)

	Ingen grad	Liten grad	Noen grad	Stor grad	Svært stor grad	Vet ikke
1) At du/bedriften blir mer bevisst på å ta samfunnsansvar*	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2) Redusert miljøbelastning i eller utenfor bedriften *	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Fotnote: * For eksempel etiske retningslinjer for bedriften, hvordan man ivaretar ansvar knyttet til arbeidsforhold eller miljøforhold i leverandørkjeden, korrupsjon

33. Ved hvilke år forventes det at prosjektet først gir gevinst? _____ (fire tall) *

34. Hvordan vurderer du risikoen for at prosjektet ikke skal bli vellykket? *

- 1) Ubetydelig
- 2) Påviselig
- 3) Betydelig
- 4) Vet ikke

BAKGRUNNSINFORMASJON OM VIRKSOMHETEN

35. Gjelder dine svar i denne undersøkelsen en allerede etablert bedrift/virksomhet?

- 1) *Ja*
- 2) *Nei*

Routing: Hvis 35.1

36. Hvilket år ble virksomheten etablert? _____ (fire tall)

37. Angi (omtrent) hvor stor omsetning virksomheten hadde i 2011 (i kroner). Eksempel: Dersom omsetningen var 10 millioner, skal du skrive 10000000. ____ (kun tall)

38. Angi (omtrent) resultat før skatt i 2011 (i kroner): _____ (kun tall)

Hjelpetekst: Nedenfor ber vi deg anslå grovt hvor stor andel av samlet salg som ble solgt på ulike hovedmarkeder det siste året. Sum skal være lik 100 prosent.

39. Regionalt: _____ (kun tall)

40. Resten av Norge: _____ (kun tall)

41. Europa utenom Norge: _____ (kun tall)

42. Resten av verden: _____ (kun tall)

43. Hvor mange ansatte hadde virksomheten pr. 31.12.2011? _____ (kun tall)

44. Anslå prosentandelen med universitets- eller høyskoleutdanning, 1-4 år: _____ (kun tall)

45. Anslå prosentandelen med universitets- eller høyskoleutdanning, over 4 år: _____ (kun tall)

46. Har virksomheten utenlandske eiere? *

- 1) *Ja, heleid av utenlandske eiere*
- 2) *Ja, en majoritet blant eierne er utenlandske*
- 3) *Ja, en minoritet blant eierne er utenlandske*
- 4) *Nei, selskapet er 100 prosent norsk eid*

47. I hvilken grad vil du si at bedriften gjennomførte utviklingsarbeid eller endringsprosesser for å fremme innovasjon i perioden 2008-2010? *

- 1) *Ingen grad*
- 2) *Liten grad*
- 3) *Noen grad*
- 4) *Stor grad*
- 5) *Svært stor grad*
- 6) *Vet ikke*

48. I hvilken grad vil du si at bedriften har særegen kompetanse sammenlignet med andre bedrifter i samme bransje? *

- 1) *Ingen grad*
- 2) *Liten grad*
- 3) *Noen grad*
- 4) *Stor grad*
- 5) *Svært stor grad*
- 6) *Vet ikke*

49. Hvordan vil du karakterisere utviklingen i bedriftens aktivitetsnivå i perioden 2008-2010 målt ved omsetningsvolumet? *

- 1) *Sterk nedgang*
- 2) *Noe nedgang*
- 3) *Omtrent uendret*
- 4) *Noe økning*
- 5) *Sterk økning*
- 6) *Vet ikke*

Routing slutt

Hjelpetekst: Nedenfor ber vi deg bedømme virksomhetens vekstutsikter (for eksempel målt ved omsetning). Velg det svaralternativet som passer best. *

50. Om 5 år tror jeg at virksomheten vil være (Sett ett kryss)

- 1) *mindre enn i dag*
- 2) *omtrent like stor som i dag*
- 3) *omtrent 50 prosent større enn i dag*
- 4) *omtrent dobbelt så stor som i dag*
- 5) *mer enn dobbelt så stor som i dag*

51. Dersom du har tilleggsinformasjon eller kommentarer til undersøkelsen, kan du skrive det her:

Pöyry er et globalt konsulent- og engineeringsselskap

Pöyry er et globalt konsulent- og engineeringsselskap som har en visjon om å bidra til balansert, bærekraftig utvikling. Vi tilbyr våre oppdragsgivere integrert forretningsrådgivning, helhetlige løsninger for komplekse prosjekter og effektiv, beste praksis design og prosjektledelse. Vår ekspertise dekker områdene industri, energi, byutvikling & mobilitet og vann & miljø. Pöyry har 7 000 eksperter lokalisert i ca. 50 land.

Pöyrys forretningsrådgivere veileder kundene og hjelper dem å finne løsninger på komplekse forretningsutfordringer. Gjennom årene har vi bygget opp betydelig næringsspesifikk kunnskap, tankelederskap og ekspertise. Vi setter denne kunnskapen i arbeid på vegne av våre kunder, og bidrar med ny innsikt og nye løsninger på forretnings-spesifikke utfordringer. Pöyry Management Consulting har omtrent 500 konsulenter i Europa, Nord-Amerika og det asiatiske stillehavsområdet.

Pöyry Management Consulting har kontorer i Oslo og Stavanger. Vi opererer i skjæringspunktet mellom marked, teknologi og politikk. Vi har bidratt til informert beslutningstaking for virksomheter, organisasjoner og offentlig sektor i mer enn 20 år. Vi tilbyr tre integrerte typer av tjenester og arbeidsmetoder: Markedsanalyse, Markedsdesign og Strategi- og forretningsrådgivning. Våre tre viktigste kompetanseområder er energi, samfunnsøkonomi og miljø og klima.

Pöyry Management Consulting (Norway) AS

Schweigaards gate 15B
0191 Oslo

Tlf: 45 40 50 00

Faks: 22 42 00 40

E-post: oslo.econ@poyry.com

www.poyry.no