

# Moden vekst

Innovasjon Norges kundeffektundersøkelse 2015 - Etterundersøkelsen



## Moden vekst

### Innovasjon Norges kundeffektundersøkelse 2015 –

#### Etterundersøkelsen

September 2019

#### Oppdragsgiver

Innovasjon Norge

#### Team

Tor Borgar Hansen (prosjektleder), Bjørn Brastad, Anne Espeland Berg, Martin Andreas Wik og Bernhard Weigel

#### Om Oxford Research

Oxford Research dokumenterer og utvikler kunnskap i analyser, evalueringer og utredninger slik at politiske og strategiske aktører kan få et bedre grunnlag for sine beslutninger.

#### Illustrasjonsfoto

Shutterstock

#### Sammendrag

Når vi ser resultatene i årets undersøkelse opp mot resultatene fra fjorårets undersøkelse, finner vi en positiv utvikling på de aller fleste hovedindikatorene. For eksempel viser de såkalte myke indikatorne at virksomhetene rapporterer om samarbeid med flere aktører enn tidligere, vi ser en sterk økning i prosjektenes kompetansebidrag, en klar bedring i innovasjonsadferden og et svært høyt innovasjonsbidrag. Samtidig finner vi et stabilt addisjonalitetsnivå og en historisk høy tilfredshet blant kundene med Innovasjon Norges veiledning og oppfølging.

Samtidig registrerer vi en bedring i de fleste indikatorne for økonomisk bærekraft, hvor det sterkeste bidraget er til virksomhetenes overlevelse. Vi ser også at det er skapt og sikret 1,27 arbeidsplasser per prosjekt. Dette er høyere enn i de fire siste årgangene, hvor tallet har variert fra 0,87 til 0,99 arbeidsplasser per prosjekt. Prosjektene bidrag til miljømessig og samfunnmessig bærekraft er fortsatt liten, men har økt noe.

Et interessant trekk ved resultatene for de myke indikatorne, er at vi på samtlige indikatorer registrerer en kraftigere forbedring for de etablerte bedriftene enn gründerbedriftene når vi sammenligner med fjorårets resultater. Dermed er det de etablerte bedriftene som i størst grad bidrar til den sterke forbedringen på disse indikatorne.

For de harde indikatorne finner vi den samme trenden. De etablerte virksomhetene har forbedret seg, til dels kraftig, på alle indikatorne, mens vi registrerer en tilbakegang for gründerbedriftene på de samme indikatorne.

Men gründerbedriftene vokser mer når det gjelder sysselsetting, spesielt gjelder dette mottagere av etablerertilskuddene. Dette gir seg utslag i at det skapes flere arbeidsplasser enn tidligere. Mens vi i tidligere årganger har registrert at gründerbedriftene sier at de vokser som følge av Innovasjon Norges støtte, kan vi i årets undersøkelse påvise at de ikke bare rapporterer dette gjennom de harde indikatorne, som er gjort rede for i kapittel 10, sysselsettingsanalysene i kapittel 12 viser at de faktisk vokser. Med andre ord, sysselsettingsveksten blant gründerbedriftene kan ikke bare understøttes av analyser av kundenes subjektive vurderinger, men også av registerdata.

# Innhold

<b>1. Summary</b>	<b>10</b>
<b>2. Sammendrag</b>	<b>12</b>
2.1 Hovedfunn fra årets undersøkelse	12
2.2 Resultater fra årets undersøkelse	13
2.3 Resultater sammenholdt med målene for Innovasjon Norge	16
2.4 Eksport	18
<b>3. Innledning og bakgrunn</b>	<b>20</b>
3.1 Hensikten med undersøkelsen	20
3.2 Innovasjon Norges målsetninger	20
3.3 Vår analysemodell	21
3.4 Tjenester som omfattes av undersøkelsen	22
<b>Del 1: Metode</b>	<b>24</b>
<b>4. Undersøkelsesdesign</b>	<b>24</b>
4.1 Bakgrunnsvariabler i undersøkelsen	24
4.2 Populasjon og respondenter som inngår i undersøkelsen	24
4.3 Datainnsamling	25
4.4 Svar og frafall	26
4.5 Vekting av utvalget	27
4.6 Undersøkelsens styrker og svakheter	28
<b>Del 2: Resultater</b>	<b>32</b>
<b>5. Om prosjektet</b>	<b>32</b>
5.1 Bruk av tilsagn	32
5.2 Støtte flere ganger	33
5.3 Veiledning og oppfølging	33
5.4 Innsatsaddisjonalitet	36
<b>6. Samarbeid</b>	<b>42</b>
6.1 Samarbeid etter tjeneste	44
6.2 Samarbeid hos gründere og etablerte bedrifter	45
6.3 Samlet bidrag til samarbeid	45

<b>7.</b>	<b>Bidrag til kompetanseutvikling</b>	<b>48</b>
7.1	Kompetanse etter tjeneste	49
7.2	Kompetanse blant gründere og etablerte bedrifter	51
7.3	Samlet bidrag til økt kompetanse	51
7.4	Kompetansespredning	53
<b>8.</b>	<b>Bidrag til innovasjonsadferd</b>	<b>56</b>
8.1	Atferdsendring etter tjeneste	57
8.2	Atferdsendring etter bedriftstype	59
8.3	Samlet bidrag til atferdsendring	59
<b>9.</b>	<b>Innovasjon</b>	<b>62</b>
9.1	Innovasjon på hovedområder	63
9.2	Bidrag til innovasjon på delområder	65
9.3	Samlet bidrag til innovasjon	66
9.4	Nyhetsverdi	68
9.5	Beskyttelse av immaterielle verdier	71
<b>10.</b>	<b>Økonomisk bærekraft</b>	<b>74</b>
10.1	Bedret konkurranseevne	75
10.2	Bedret lønnsomhet	78
10.3	Bedret overlevelsesmulighet	80
10.4	Økt omsetning	82
10.5	Økt eksport	84
<b>11.</b>	<b>Miljø- og samfunnmessig bærekraft</b>	<b>88</b>
11.1	Miljømessig bærekraft	89
11.2	Samfunnmessig bærekraft	91
<b>12.</b>	<b>Sysselsettingseffekter av prosjektene</b>	<b>94</b>
12.1	Sysselsettingseffekter for bedrifter som er med i Etterundersøkelsen	95
12.2	Estimering av sysselsettingseffekter for hele populasjonen	98
12.3	Innovasjon Norges kostnader per arbeidsplass	102
<b>13.</b>	<b>Effektrealisering</b>	<b>104</b>
13.1	Effektrealisering etter tjeneste	104
13.2	Effektrealisering etter bedriftstype	106
13.3	Kjennetegn ved prosjekter der fulle effekter ikke er realisert	106
<b>14.</b>	<b>Bedriftenes utviklingsorientering</b>	<b>108</b>
14.1	Resultater av analysen	108
14.2	Kjennetegn ved bedriftene i de tre gruppene	109

<b>15. Eksport</b>	<b>116</b>
15.1 Hvem er bedriftene som inngår i analysen?	116
15.2 Tidligere eksporterfaring	117
15.3 Innovasjon Norges bidrag til å utløse virksomhetenes første eksport	120
15.4 Eksportmarkeder	122
15.5 Eksportbarrierer	123
15.6 Hjelp fra Innovasjon Norge til å håndtere eksportbarrierer	126
15.7 Benytte Innovasjon Norges tjenester igjen	129
<b>16. Kort om hver enkelt tjeneste</b>	<b>130</b>
16.1 Alle tjenester	130
16.2 Bioenergiprogrammet	131
16.3 Bygdeutviklingsmidler - Stipend	132
16.4 Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	133
16.5 Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	134
16.6 Etablerertilskudd – Kommunal og regionaldepartementet	135
16.7 Etablerertilskudd – Nærings- og Handelsdepartementet	136
16.8 FRAM	137
16.9 IFU/OFU	138
16.10 Lavrisikolån	139
16.11 Lavrisikolån – GFL - flåte	140
16.12 Lavrisikolån - Landbrukslån	141
16.13 Miljøteknologi	142
16.14 Risikolån - Distriktsrettede	143
16.15 Risikolån – Innovasjonslån	144
16.16 Tilskudd - Distriktsrettede	145
16.17 Tilskudd - Landsdekkende	146
16.18 Trebasert innovasjonsprogram	147
16.19 Utviklingsprogrammet for Lokalmat og grønt reiseliv	148
16.20 Verdiskapingsprogram for kulturnæringen	149
<b>Del 3: Spørreskjema</b>	<b>150</b>

## Figurliste

Figur 1: Undersøkelsens analysemodell .....	13
Figur 2: Analysemodell for kundeeffektundersøkelsene .....	21
Figur 3: Om prosjektene .....	32
Figur 4: Har du/dere benyttet tilsagnet (n: 1812).....	32
Figur 5: Andel som har mottatt veiledning og oppfølging etter tilsagn etter tjeneste (n: 1556).....	34
Figur 6: Andel som har mottatt veiledning og oppfølging etter tilsagn etter bedriftstype (n: 1556) .....	35
Figur 7: Tilfredshet med den veiledningen og oppfølgingen som er gitt, Etterundersøkelsene 2004-2014. Andel. (n-2015: 751) .....	35
Figur 8: Addisjonalitet over tid (n-2015: 1622).....	38
Figur 9: Addisjonalitet fordelt på tjeneste (n: 1622).....	39
Figur 10: Addisjonalitet fordelt på bedriftstype (n: 1622) .....	40
Figur 11: Samarbeid og verdiskaping .....	42
Figur 12: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid med ulike aktører over tid (n-2015: 1812).....	43
Figur 13: Antall områder med økt bidrag til samarbeid etter tjeneste (n: 1812).....	46
Figur 14: Antall områder med økt bidrag til samarbeid etter bedriftstype (n: 1812).....	47
Figur 15: Kompetanse og verdiskaping .....	48
Figur 16: Andel prosjekter som har bidratt til kompetanseheving på ulike områder (n: 1812).....	49
Figur 17: Antall områder med økt bidrag til kompetanse etter tjeneste (n: 1812) .....	52
Figur 18: Antall områder med økt bidrag til kompetanse etter bedriftstype (n: 1812) .....	53
Figur 19: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt kompetansespredning etter tjeneste (n: 1615).....	54
Figur 20: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt kompetansespredning etter bedriftstype (n: 1615) .....	55
Figur 21: Innovasjonsatferd og verdiskaping .....	56
Figur 22: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjonsatferd (n: 1725).....	57
Figur 23: Antall områder med økt bidrag til innovasjonsatferd etter tjeneste (n:1812).....	60
Figur 24: Antall områder med økt bidrag til innovasjonsatferd etter bedriftstype (n: 1812).....	61
Figur 25: Innovasjon og verdiskaping .....	62
Figur 26: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon på hovedområdene (n: 1725).....	63
Figur 27: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon (n: 1725).....	66
Figur 28: Antall områder med økt bidrag til innovasjon etter tjeneste (n: 1812) .....	67
Figur 29: Antall områder med økt bidrag til innovasjon etter bedriftsalder (n: 1812) .....	68
Figur 30: Nyhetsverdi. Prosent. (n: 879).....	69
Figur 31: Andel utviklinger som er helt nye etter tjeneste (n: 1223) .....	70
Figur 32: Andel utviklinger som er helt nye etter bedriftstype (n: 1223) .....	71
Figur 33: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet (n: 1223).....	71
Figur 34: Prosjektens økonomiske bærekraft .....	74
Figur 35: Prosjektens bidrag til økonomisk bærekraft (n-2015: 1725).....	75
Figur 36: Prosjektets viktighet for bedret konkurranseevne (n-2015: 1542) .....	76
Figur 37: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt konkurranseevne etter tjeneste (n: 1542).....	77
Figur 38: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt konkurranseevne etter bedriftstype (n: 1542).....	78
Figur 39: Prosjektets viktighet for bedret lønnsomhet (n-2015: 1580) .....	78
Figur 40: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt lønnsomhet etter tjeneste (n: 1580).....	79
Figur 41: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt lønnsomhet etter bedriftstype (n: 1580).....	80
Figur 42: Prosjektets viktighet for bedret overlevelsesmulighet (n-2015: 1610) .....	80
Figur 43: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt overlevelse etter tjeneste (n: 1610).....	81
Figur 44: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt overlevelse etter bedriftstype (n: 1610).....	82
Figur 45: Prosjektets viktighet for økt omsetning (n-2015: 1586).....	82
Figur 46: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning etter tjeneste (n: 1586).....	83
Figur 47: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning etter bedriftstype (n: 1586) .....	84

Figur 48: Prosjektets viktighet for økt eksport (n-2015: 1311) .....	84
Figur 49: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport etter tjeneste (n: 1311).....	85
Figur 50: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport etter bedriftstype (n: 1311).....	86
Figur 51: Andel prosjekter som har ført til økt bidrag til samfunn- og miljøeffekter (n: 1615) .....	89
Figur 52: Andel prosjekter som har ført til økt miljøeffekter etter tjeneste (n: 1304).....	90
Figur 53: Andel prosjekter som har ført til økt miljøeffekter etter bedriftstype (n: 1304).....	91
Figur 54: Andel prosjekter som har ført til økt samfunnseffekter etter tjeneste (n: 1220).....	92
Figur 55: Andel prosjekter som har ført til økt samfunnseffekter etter bedriftstype (n: 1220) .....	93
Figur 56: Teoretisk tilnærming til effektmåling.....	94
Figur 57: Sammenhengen mellom prosjektets betydning for sysselsettingsutviklingen og skapte arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2015. Prosjekter med middels og høy addisjonalitet i Førundersøkelsen 2015. Akkumulerte tall. .	97
Figur 58: Sammenhengen mellom prosjektenes betydning for overlevelse og sikrede arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2015. Prosjekter med høy addisjonalitet i Førundersøkelsen 2015. Akkumulerte tall. ....	98
Figur 59: Andel av prosjektene hvor effektene i hovedsak er realisert, etter årgang (n-2015: 1725).....	104
Figur 60: Er de forventede prosjekteffektene realisert? Fordeling etter tjeneste (n: 1725).....	105
Figur 61: Er de forventede prosjekteffektene realisert? Fordeling etter bedriftstype (n: 1725) .....	106
Figur 62: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? (n: 601) .....	106
Figur 63: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? Fordeling etter tjeneste (n: 601).....	107
Figur 64: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? Fordeling etter bedriftstype (n: 549) .....	107
Figur 65: Tjenestefordeling og utviklingsorientering (n: 1812) .....	110
Figur 66: Gjennomsnittlig antall beskyttelsesmekanismer, etter utviklingsorientering. (n: 1812).....	114
Figur 67: Eierskap etter utviklingsorientering (n: 1781).....	114
Figur 68: Eksporterfaring etter utviklingsorientering (n: 469).....	115
Figur 69: INs bidrag til at de kom i gang med internasjonalisering etter utviklingsorientering (n: 443).....	115
Figur 70: Benytte INs tjenester igjen i internasjonale prosjekter etter utviklingsorientering (n: 399).....	115
Figur 71: Andelen virksomheter som har eksportert før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge (n-2015: 498) ....	117
Figur 72: Virksomhetenes eksporterfaring før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge, andeler etter tjeneste (n: 498) .....	118
Figur 73: Andelen virksomheter som har eksportert før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge etter bedriftstype (n-2015: 498) .....	119
Figur 74: I hvilken grad bidro tjenesten fra Innovasjon Norge til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess? (n-2015: 498).....	120
Figur 75: I hvilken grad bidro tjenesten fra Innovasjon Norge til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess? .....	121
Figur 76: Andel som eksporterer til ulike markeder etter bedriftstype (n: 470) .....	122
Figur 77: Andel som eksporterer til ulike markeder (n-2015: 470).....	123
Figur 78: Andel som har møtt barrierer for eksport (n: 498) .....	124
Figur 79: Andel som i stor grad har møtt barrierer for eksport etter bedriftstype (n: 386) .....	125
Figur 80: Andel virksomheter som har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere følgende barrierer/risikofaktorer (n: 498).....	127
Figur 81: Andel virksomheter som i stor grad har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere følgende barrierer/risikofaktorer etter bedriftstype (n: 380).....	128
Figur 82: Bruke Innovasjon Norges tjenester igjen (n-2015: 469).....	129

## Tabelliste

Tabell 1: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Støtte og veiledning/oppfølging fra Innovasjon Norge (Etter 2014- esultater i parentes) .....	16
Tabell 2: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Resultater for myke indikatorer (Etter 2014-resultater i parentes) .....	17
Tabell 3: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Resultater for harde indikatorer (Etter 2014-esultater i parentes) .....	17
Tabell 4: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Effektrealisering (Etter 2014-resultater i parentes).....	18
Tabell 5: Tjenester som inngår i undersøkelsen .....	22
Tabell 6: Utvalg og svar i Førundersøkelsen 2015 .....	25
Tabell 7: Svar og frafall totalt i Etterundersøkelsen 2015.....	26
Tabell 8: Svar og frafall i Etterundersøkelsen 2015 etter tjeneste.....	27
Tabell 9: Vekting etter tjeneste i Etterundersøkelsen 2015 .....	28
Tabell 10: Addisjonalitet.....	36
Tabell 11: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid etter tjeneste (n: 1348).....	44
Tabell 12: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid etter bedriftstype (n: 1348) .....	45
Tabell 13: Andel prosjekter som har ført til økt kompetanse etter tjeneste (n: 1725) .....	50
Tabell 14: Andel prosjekter som har ført til økt kompetanse etter bedriftstype (n: 1725) .....	51
Tabell 15: Andel prosjekter som har ført til økt innovasjonsatferd etter tjeneste (n: 1725).....	58
Tabell 16: Andel prosjekter som har ført til økt innovasjonsatferd etter bedriftsalder (n: 1725).....	59
Tabell 17: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon etter tjeneste (n: 1223).....	64
Tabell 18: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon etter bedriftstype (n: 1223).....	65
Tabell 19: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet, etter tjeneste (n: 1223).....	72
Tabell 20: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet, etter bedriftstype (n: 1223).....	73
Tabell 21: Netto sysselsettingsøkning, 2015 fordelt etter tjeneste.....	96
Tabell 22: Beregning av skapte arbeidsplasser. Anslag for hele populasjonen fordelt etter tjeneste. ....	99
Tabell 23: Beregning av sikrede arbeidsplasser. Anslag for hele populasjonen fordelt etter tjeneste. ....	100
Tabell 24: Beregning av skapte og sikrede arbeidsplasser for hele populasjonen fordelt etter tjeneste. ....	101
Tabell 25: Innovasjon Norges kostnader per skapte og sikrede arbeidsplass. ....	102
Tabell 26: Inndeling av bedriftene i grupper basert på klyngeanalyse. Gjennomsnitt og prosent. ....	109
Tabell 27: Bedriftstype og utviklingsorientering (n: 1812).....	111
Tabell 28: Størrelsesfordeling etter utviklingsorientering (n: 1668) .....	111
Tabell 29: Fordeling ut fra distriktpolitisk virkeområde etter utviklingsorientering (n: 1812) .....	112
Tabell 30: Gjennomsnitt og median av innvilget beløp fra Innovasjon Norge etter utviklingsorientering (n: 736) .....	112
Tabell 31: Innsatsaddisjonalitet etter utviklingsorientering (n: 1736).....	113
Tabell 32: Prosjektenes bidrag til økonomiske resultater etter utviklingsorientering (n: 1287 - 1614, andel som svarer i stor grad) .....	113





## 1. Summary

Oxford Research has conducted this Customer Impact Survey among companies and individual which received support from Innovation Norway in 2018. The Customer Impact Survey consists of a preliminary survey and a post-survey. The preliminary survey is carried out just after the service from Innovation Norway is delivered, while the post-survey is carried out four years later. The present survey is thus a post-survey of the companies that received support from Innovation Norway in 2015. Whereas the preliminary survey measures the customers' expectations of the benefits of the service(s) they have received, the post-survey covers what benefits they themselves believe they have achieved. This study encompasses a substantial part of Innovation Norway's activity, covering both financial services, programs and a variety of advisory services.

Customer impact surveys have been conducted since 1994. This year's survey is based on the same methodological basis as previous post-surveys. The customer impact study will, in relation to the evaluation of Innovation Norway's results, partly represent an analysis that “stands on its own”, and at the same time this study will be included as one of several documentation forms in more comprehensive evaluations.

Comparing the results of this year's post-survey with the results of last year's post-survey, we find a positive development on most of the main indicators. For example, the so-called soft indicators show that the companies report on collaboration with more partners than before, we see a strong increase in the projects' competence contribution, a clear improvement in innovation behaviour and a very high innovation contribution. At the same time, we find a stable level of additionality and historically high customer satisfaction levels with Innovation Norway's guidance and follow-up.

At the same time, we record an improvement in most indicators of economic sustainability, with the strongest contribution to business survival. We also find that 1.27 jobs are created and secured per project. This is higher than in the last four years, where the figure has varied from 0.87 to 0.99 jobs per project. The projects' contributions to environmental and social sustainability are still small but have increased somewhat.

An interesting feature of the results for the soft indicators is that, on all indicators, we record a stronger improvement for the established companies than the entrepreneurial companies when we compare with last year's results. Thus, the established companies contribute the most to the strong improvement on these indicators.

For the hard indicators we find the same trend. The established businesses have improved, to some extent, on all the indicators, while we record a decline for the entrepreneurial companies on the same indicators.

An explanation of this performance trend may be found in the service composition in this year's survey. Compared to the 2014 post-survey, several advisory services have been excluded from the survey (which in turn is because these services were not included in the 2015 preliminary survey). This applies to the International Growth service (later called International Market Advisory Services) and IPR Advisory Services. While the former service is mainly used by established companies (85 per cent in 2014), a greater proportion of entrepreneurial companies use IPR advisory (57 per

cent in 2014). The customers who used International Growth scored below average on all soft indicators and on most of the hard indicators in the 2014 post-survey. The exception is - not surprisingly - the export indicator, where this service scored far above the average for all services. Thus, there is reason to believe that the absence of International Growth in this year's survey may have affected the results we find for the established companies, but not to such an extent that this may explain the entire progress.

But the entrepreneurial businesses are growing more in terms of employment, especially the recipients of the establishment grants. This is reflected in the creation of more jobs than before. While we have noted in previous years that the entrepreneurial companies say that they are growing as a result of Innovation Norway's support, we can show in this year's survey that they not only report this through the hard indicators, which are explained in Chapter 10. The employment analyses in Chapter 12 show that they are actually growing. In other words, employment growth among entrepreneurial companies can be supported not only by analyses of customers' subjective assessments, but also by register data.

## 2. Sammendrag

### 2.1 HOVEDFUNN FRA ÅRETS UNDERSØKELSE

Når vi ser resultatene i årets undersøkelse opp mot resultatene fra fjorårets undersøkelse, finner vi en positiv utvikling på de aller fleste hovedindikatorerne. For eksempel viser de såkalte myke indikatorerne at virksomhetene rapporterer om samarbeid med flere aktører enn tidligere, vi ser en sterk økning i prosjektenes kompetansebidrag, en klar bedring i innovasjonsadferden og et svært høyt innovasjonsbidrag. Samtidig finner vi et stabilt addisjonalitetsnivå og en historisk høy tilfredshet blant kundene med Innovasjon Norges veiledning og oppfølging.

Samtidig registrerer vi en bedring i de fleste indikatorerne for økonomisk bærekraft, hvor det sterkeste bidraget er til virksomhetenes overlevelse. Vi ser også at det er skapt og sikret 1,27 arbeidsplasser per prosjekt. Dette er høyere enn i de fire siste årgangene, hvor tallet har variert fra 0,87 til 0,99 arbeidsplasser per prosjekt. Prosjektenes bidrag til miljømessig og samfunnsmessig bærekraft er fortsatt liten, men har økt noe.

Et interessant trekk ved resultatene for de myke indikatorerne, er at vi på samtlige indikatorer registrerer en kraftigere forbedring for de etablerte bedriftene enn gründerbedriftene når vi sammenligner med fjorårets resultater. Dermed er det de etablerte bedriftene som i størst grad bidrar til den sterke forbedringen på disse indikatorerne.

For de harde indikatorerne finner vi den samme trenden. De etablerte virksomhetene har forbedret seg, til dels kraftig, på alle indikatorerne, mens vi registrerer en tilbakegang for gründerbedriftene på de samme indikatorerne.

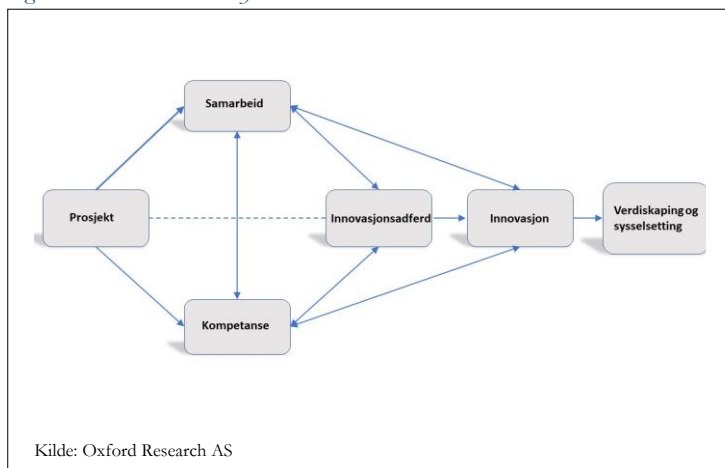
En forklaring på denne resultatutviklingen kan ligge i tjenestesammensetningen i årets undersøkelse. Sammenlignet med Etterundersøkelsen 2014, er flere rådgivningstjenester tatt ut av undersøkelsen (som igjen skyldes at disse tjenestene ikke var inkludert i Førundersøkelsen 2015). Dette gjelder tjenestene Internasjonal Vekst (senere kalt Internasjonal markedsrådgivning) og IPR-rådgivning. Mens førstnevnte tjeneste i hovedsak blir benyttet av etablerte bedrifter (85 prosent i 2014), er det en større andel gründerbedrifter som benytter IPR-rådgivning (57 prosent i 2014). Kundene som benyttet Internasjonal Vekst skåret under snittet på samtlige myke indikatorer og på de fleste harde indikatorerne i Etterundersøkelsen 2014. Unntaket er – ikke unaturlig – eksportindikatoren, der denne tjenesten skåret langt over gjennomsnittet for alle tjenester. Dermed er det grunn til å anta at fraværet av Internasjonal Vekst kan ha påvirket resultatene vi finner for de etablerte bedriftene, men ikke i et slikt omfang at dette kan forklare hele fremgangen.

Men gründerbedriftene vokser mer når det gjelder sysselsetting, spesielt gjelder dette mottagere av etablerertilskuddene. Dette gir seg utslag i at det skapes flere arbeidsplasser enn tidligere. Mens vi i tidligere årganger har registrert at gründerbedriftene sier at de vokser som følge av Innovasjon Norges støtte, kan vi i årets undersøkelse påvise at de ikke bare rapporterer dette gjennom de harde indikatorerne, som er gjort rede for i kapittel 10, sysselsettingsanalysene i kapittel 12 viser at de faktisk vokser. Med andre ord, sysselsettingsveksten blant gründerbedriftene kan ikke bare understøttes av analyser av kundenes subjektive vurderinger, men også av registerdata.

## 2.2 RESULTATER FRA ÅRETS UNDERSØKELSE

I det følgende oppsummerer vi kort hovedresultatene fra Etterundersøkelsen 2015 i forhold til de ulike hoveddimensjonene i undersøkelsens analysemodell<sup>1</sup> (se figur 1).

Figur 1: Undersøkelsens analysemodell



Egenskaper og kjennetegn ved prosjektene og bedriftene kan ha stor betydning for hvilke effekter man kan forvente. Både samarbeid, kompetanse, innovasjonsadferd og innovasjon representerer mellomliggende variabler som igjen kan ha stor betydning for prosjektenes økonomiske og sysselsettingsmessige effekter. Disse forholdene kan samtidig påvirke hverandre og derigjennom forsterke effektene på lengre sikt. Det vil variere fra tiltakstype til tiltakstype hvor lang tid det vil ta før effektene materialiserer seg.

Tiltak som fokuserer på samarbeid og kompetanseutvikling bidrar primært til verdiskaping gjennom endret innovasjonsadferd samt til ulike innovasjoner. Dette fører til at det vil ta lengre tid å oppnå økt verdiskaping gjennom denne type tiltak. Tiltakene kan imidlertid ha stor betydning for verdiskapingen på sikt.

### 2.2.1 Prosjekt

Andelen bedrifter som har benyttet seg av tilsagnet fra Innovasjon Norge i 2015, ligger på 94 prosent, noe som er en økning på tre prosentpoeng sammenlignet med 2014-kullet.

Rådgivning og veiledning er en viktig oppgave for Innovasjon Norge. I alt har 47 prosent av bedriftene mottatt veiledning og oppfølging etter at de har mottatt tilsagnet (35 prosent i 2010, 42 prosent i 2011, 48 prosent i 2012, 47 prosent i 2013 og 47 prosent i 2014), og de aller fleste bedriftene som har ønsket veiledning og oppfølging, har fått dette. Av de som ikke har fått veiledning og oppfølging, er det 17 prosent som har ønsket det, men ikke fått (9 prosent i 2010, 11 prosent i 2011, 12 prosent i 2012, 14 prosent i 2013 og 14 prosent i 2014). Andelen som er tilfreds med den veiledningen og oppfølgingen de har fått, har økt gradvis fra 2004 til 2015 (fra 81 prosent til 96 prosent). Sammenlignet med 2014-årgangen har andelen respondenter som er tilfredse med veiledningen og oppfølgingen økt med 3 prosentpoeng i 2015-kullet.

#### Stabilt addisjonalitetsnivå

Kundeeffektundersøkelsen dokumenterer at den økonomiske støtten fra Innovasjon Norge bidrar til at det igangsettes en rekke utviklingsaktiviteter og prosjekter. Spørsmålet er om disse ville vært gjennomført uansett. Dette vil i så tilfelle bety at ekstraverdien av Innovasjon Norges bidrag er betydelig mindre. Dette fører til at man nødvendigvis må reise spørsmålet ”Hva ville skjedd med prosjektet/aktiviteten dersom Innovasjon Norge ikke hadde gitt støtte?” I hvilken grad prosjektet har en utløsende effekt, måles i denne undersøkelsen ved å se på prosjektets addisjonalitet. Fra

<sup>1</sup> For utfyllende beskrivelse av vår analysemodell, se kapittel 2.3.

Etterundersøkelsen av 2007-årgangen til 2009 årgangen har summen av middels og høy addisjonalitet holdt seg stabil (alle tre 86 prosent), i 2010 økte andelen med 4 prosentpoeng og falt noe for 2011 (83 prosent). Fra 2011 til 2012 økte summen av middels og høy addisjonalitet med ett prosentpoeng og summen er den samme i Etterundersøkelsene 2013 og 2014 (84 prosent), mens den har økt med ett prosentpoeng til 85 prosent i Etterundersøkelsen 2015.

### 2.2.2 Samarbeid med flere enn før

En viktig faktor for å skape innovasjon i bedrifter, er samarbeid med andre. 83 prosent av prosjektene har ført til økt samarbeid med en eller flere aktører. Dette er en økning på fem prosentpoeng sammenlignet med 2014-årgangen.

I gjennomsnitt har prosjektene ført til økt samarbeid med 3,3 aktører. Det tilsvarende tallet for 2014-årgangen var på 2,9 aktører, mens det for 2013-årgangen var på 3,2 aktører og 3,0 aktører for 2012-årgangen. Nivået har altså økt betydelig i 2015. Å samarbeide med mange aktører, innebærer ut fra en teoretisk betraktning, at virksomhetene styrker sitt ressursgrunnlag. Det vil gi dem bedre muligheter for å oppnå konkurransefortrinn framover.

### 2.2.3 Sterk økning i kompetansebidrag

75 prosent av virksomhetene har fått økt kompetanse på minst ett kompetanseområde i stor grad (skår 4 og 5). Dette er en økning på to prosentpoeng sammenlignet med fjoråret og er det høyeste nivået for økt kompetanse som er målt de siste syv årene. Som i fjorårets undersøkelse er det størst andel virksomheter som i stor grad mener at prosjektet har ført til økt kompetanse om prosessutvikling (44 prosent, samme andel som i 2014-undersøkelsen).

I gjennomsnitt har Innovasjon Norges tjenester bidratt til kompetanseøkning på 3,3 av 12 mulige områder, mens det var 3,0 i fjorårets undersøkelse. Dermed kan vi registrere en sterk økning også for denne indikatoren. Da antall områder som ble målt i de foregående undersøkelsene var 10, kan vi ikke sammenlikne med tidligere års resultater.

### 2.2.4 Klar bedring i innovasjonsadferd

65 prosent av virksomhetene har opplevd atferdsendring på minst ett område i stor grad (skår 4 og 5). Dette er en økning på fire prosentpoeng sammenlignet med 2014-årgangen. Nivået er dermed høyere enn i 2010-, 2011- 2012- og 2013-årgangene (60, 61, 62 og 63 prosent).

Prosjektene har i gjennomsnitt bidratt til atferdsendringer på 2,3 områder. Dette er en økning sammenlignet med fjorårets undersøkelse (2,1 områder) og 2013- og 2012-årgangene (2,2 områder). Nivået er klart høyere enn 2011-undersøkelsen (1,8 områder), mens tilsvarende verdier ble rapportert i Etterundersøkelsene fra 2008 til 2010 (2,1-2,2 områder). I årets undersøkelse finner vi dermed det høyeste nivået på denne indikatoren som er målt de siste åtte årene.

### 2.2.5 Svært høyt innovasjonsbidrag

Som i fjorårets undersøkelse er det flest prosjekter som har ført til utvikling av varer (61 prosent, samme som i 2014), etterfulgt av prosessutvikling (52 prosent, 51 prosent i 2014), tjenesteutvikling (49 prosent, 48 prosent i 2014), markedsutvikling (47 prosent, 49 prosent i 2014) og organisasjonsutvikling (20 prosent, 19 prosent i 2014). Sammenlignet med resultatene for 2014-årgangen, har

bidragene til tjenesteutvikling, prosessutvikling og organisasjonsutvikling alle økt med ett prosentpoeng. Verdien på indikatoren for vareutvikling er uendret, mens bidraget til markedsutvikling har en nedgang på 2 prosentpoeng.

Sammenlignet med de to foregående årgangene er det verdt å merke seg at prosjektene i noe større grad har bidratt til radikale innovasjoner. Andelen prosjekter som har ført til utvikling av helt ny vare har økt med ett prosentpoeng, andelen som har ført til utvikling av helt ny tjeneste har økt med tre prosentpoeng og andelen som har ført til helt nye produksjonsprosesser er den samme som i 2014-årgangen. Resultatene er nå på nivå med eller noe høyere enn for 2012-årgangen.

66 prosent av prosjektene har bidrag til økt innovasjon i stor grad (skår 4 og 5) på ett eller flere områder. Dette er en økning på to prosentpoeng sammenlignet med 2014-årgangen og fire prosentpoeng sammenlignet med 2013-årgangen. I gjennomsnitt har prosjektene bidratt til innovasjon i stor grad (skår 4 og 5) innen 2,7 av 17 områder. Dette er en økning på 0,2 områder sammenlignet med de tre foregående årgangene (alle 2,5 områder) og vesentlig høyere enn tallene fra 2011 (2,0 områder). Dermed måler vi også for denne indikatoren rekordhøye nivåer.

### 2.2.6 Økonomisk, samfunnsmessig og miljømessig bærekraft

Gjennom de prosjektene som får støtte, skal Innovasjon Norge bidra til både økonomisk, samfunnsmessig og miljømessig bærekraft.

#### Bedring i økonomisk bærekraft – sterkest bidrag til overlevelse

Innovasjon Norges bidrag til bedriftenes økonomiske bærekraft måles gjennom prosjektenes bidrag til bedriftenes konkurransevne, lønnsomhetsutvikling og overlevelse. For 2015-årgangen har to av indikatorene økt noe og den tredje jevnet seg ut sammenlignet med fjorårets kull.

Andelen prosjekter som har vært viktige (skår 4-5) for konkurransevnen og overlevelse har begge økt, med henholdsvis to og tre prosentpoeng, og ligger nå på 41 prosent og 54 prosent henholdsvis. Prosjektenes bidrag til lønnsomhetsutviklingen er det samme som i 2014-årgangen og ligger på 37 prosent.

Prosjektene har i stor grad ført til økt omsetning i 43 prosent av bedriftene, som er to prosentpoeng høyere sammenlignet med 2014-årgangen. 12 prosent av prosjektene har i stor grad ført til økt eksport i bedriftene (samme andel som i 2014-kullet).

#### Skapte og sikrede arbeidsplasser for hele populasjonen

Med de forutsetningene som er lagt til grunn, er det skapt og sikret 7300 arbeidsplasser blant de virksomhetene som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i 2015. Dette innebærer at det er skapt og sikret 1,27 arbeidsplasser per prosjekt. Dette er høyere enn i de fire siste årgangene, hvor tallet har variert fra 0,87 til 0,99 arbeidsplasser per prosjekt.

#### Fortsatt liten, men noe økt vekt på miljømessig og samfunnsmessig bærekraft

Vi har analysert prosjektenes bidrag til samfunnsmessig og miljømessig bærekraft. Et gjennomgående trekk som har blitt observert i alle Etterundersøkelsene, er at prosjektene i langt mindre grad bidrar til miljø- og samfunnsmessig bærekraft enn til økonomisk bærekraft. Resultatene viser også at den miljømessige dimensjonen vektlegges noe sterkere enn den samfunnsmessige. Imidlertid finner vi en økning eller utjevning i alle de benyttede indikatorene sammenlignet med Etterundersøkelsen 2014. De største bidragene til miljøbærekraft er – som i Etterundersøkelsene fra både

2013 og 2014 – i tilknytning til bedre utnyttelse av biologiske ressurser, med en andel på 20 prosent av prosjektene som i stor grad har ført til økt bidrag (18 prosent i 2014). Den viktigste indikatoren i samfunnsmessig bærekraft er løsninger på andre utfordringer i samfunnet. Her finner vi en andel på 20 prosent av prosjektene som i stor grad har ført til økt bidrag, mot 15 prosent i 2014.

## 2.3 RESULTATER SAMMENHOLDT MED MÅLENE FOR INNOVASJON NORGE

I dette avsnittet ser vi på resultatene i Etterundersøkelsen i lys av Innovasjon Norges hovedmål og delmål som ble implementert sommeren 2012.<sup>2</sup>

### Hovedmål og delmål for Innovasjon Norge

#### Hovedmål:

Innovasjon Norge skal utløse bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling, og utløse regionenes næringsmessige muligheter.

#### Delmål:

1. Flere gode gründere
2. Flere vekstkraftige bedrifter
3. Flere innovative næringsmiljøer

Våre analyser viser at gründerbedriftene gjennom sine prosjekter oppgir vesentlig større bidrag til både samarbeid, kompetanse og innovasjon enn hva som er tilfelle for de etablerte bedriftene. Det er grunn til å tro at dette først og fremst skyldes at gründerbedriftene har kommet kortere i utviklingsprosessen, og som følge av det har et større utviklingsbehov. Da vil det trolig være lettere for Innovasjon Norge å bidra overfor disse. Dette er imidlertid ikke ensbetydende med at støtten fra Innovasjon Norge ikke bidrar til utvikling hos de etablerte bedriftene. Tvert imot finner vi at de etablerte bedriftene har hatt en bedre utvikling på de fleste hovedindikatorene fra fjorårets til årets undersøkelse sammenlignet med gründerbedriftene.

I det videre benyttes noen av resultatene for å indikere Innovasjon Norges måloppnåelse knyttet til de to delmålene som Etterundersøkelsen er i stand til å belyse; flere gode gründere og flere vekstkraftige bedrifter. Dette gjør vi ved å se på forskjellene i resultatene oppgitt av gründerbedrifter og etablerte bedrifter, og vi vil her kun fremheve utvalgte indikatorer der vi finner statistisk signifikante forskjeller. Vi starter med å se på støtten og oppfølgingen bedriftene har fått fra Innovasjon Norge.

Tabell 1: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Støtte og veiledning/oppfølging fra Innovasjon Norge (Etter 2014-resultater i parentes)

Indikator	Gründerbedrifter	Etablerte bedrifter	Signifikans
<b>Støtte til prosjektet mer enn en gang fra Innovasjon Norge</b>	32 % (33 %)	17 % (16 %)	0,00 (0,00)
<b>Veiledning/oppfølging fra Innovasjon Norge etter tilsagn</b>	53 % (51 %)	43 % (42 %)	0,00 (0,00)
<b>Andel som ønsket veiledning/oppfølging men ikke fikk dette</b>	21 % (24 %)	7 % (7 %)	0,00 (0,00)

Kilde: Oxford Research AS

<sup>2</sup> Meld. St. 22 (2011–2012). *Verktøy for vekst – om Innovasjon Norge og SIVA SF.*



Resultatene i tabellen over tyder etter vår mening på at gründerbedriftene fortsatt har større behov for bistand fra Innovasjon Norge enn de etablerte bedriftene har.

Tabell 2: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Resultater for myke indikatorer (Etter 2014-resultater i parentes)

Indikator	Gründerbedrifter	Etablerte bedrifter	Signifikans
Samlet bidrag til samarbeid	3,7 (3,4)	3,0 (2,5)	0,00 (0,00)
Samlet bidrag til kompetanse	3,9 (3,8)	3,0 (2,6)	0,00 (0,00)
Samlet bidrag til atferdsendring	2,7 (2,7)	2,1 (1,7)	0,00 (0,00)
Samlet bidrag til innovasjon	3,3 (3,3)	2,4 (2,1)	0,00 (0,00)

Kilde: Oxford Research AS

Resultatene i tabellen over viser at gründerbedriftene evner å få mer ut av sine prosjekter i form av at de samarbeider med flere ulike aktørtyper, de får større utbytte kompetansemessig på flere områder, de endrer sin adferd og oppnår innovasjon på flere områder. Dette mener vi i hovedsak skyldes at gründerbedriftene har et svakere ressursgrunnlag for utvikling av sine virksomheter. Ser vi derimot på indikatorene for hovedområder for innovasjon, er det slik at de etablerte bedriftenes prosjekter i større grad fører til utvikling av nye produksjonsprosesser eller effektivisering/forbedring av eksisterende produksjonsprosesser, altså prosessinnovasjon, enn hva tilfellet er for gründerbedriftene.

Et interessant trekk ved resultatene for de myke indikatorene, er at vi på samtlige indikatorer registrerer en kraftigere forbedring for de etablerte bedriftene enn gründerbedriftene når vi sammenligner med fjorårets resultater. Dermed er det de etablerte bedriftene som i størst grad bidrar til den sterke forbedringen på disse indikatorene. Spørsmålet som da trenger seg på, er om den samme utviklingen gjør seg gjeldende for de såkalte harde indikatorene. Dette er vist i tabellen under.

Tabell 3: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Resultater for harde indikatorer (Etter 2014-resultater i parentes)

Indikator (i hvilken grad har prosjektet ført til...)	Gründer- bedrifter	Etablerte bedrifter	Signifi- kans
Økt eksport (andel som svarer skår 4 eller 5)	15 % (17 %)	11 % (10 %)	0,00 (0,00)
Bedret konkurranseevne (andel som svarer skår 4 eller 5)	44 % (46 %)	40 % (35 %)	0,00 (0,00)
Bedret lønnsomhet (andel som svarer skår 4 eller 5)	34 % (38 %)	39 % (37 %)	0,00 (0,02)
Bedret overlevelsesmulighet (andel som svarer skår 4 eller 5)	53 % (55 %)	55 % (49 %)	0,00 (0,00)

Kilde: Oxford Research AS

Note: I tabellen vises andelen for skår 4 eller 5, kalt «Høy» i rapporten. Det er imidlertid ikke alltid denne verdien som fører til statistisk signifikante forskjeller. Dette kan også skyldes fordelingen av skår 1 og 2 (lav) og 3 (middels)

For de harde indikatorene finner vi den samme trenden som for de myke indikatorene når vi ser på utviklingen over tid. De etablerte virksomhetene har forbedret seg, til dels kraftig, på alle indikatorene, mens vi registrerer en tilbakegang for gründerbedriftene på de samme indikatorene. Allikevel er det slik at det fortsatt er forskjeller med hensyn til hva bedriftene oppnår av økonomiske resultater fra sine prosjekter i og med at gründerbedriftene skårer høyere enn de etablerte bedriftene på alle indikatorer, bortsett fra Bedret lønnsomhet og Bedret overlevelsesmulighet. Dette skyldes trolig også at bedriftene har et ressursmessig ulikt utgangspunkt. Vi merker oss at forskjellene i alle indikatorene igjen er statistisk signifikante.

Som diskutert ovenfor, kan noe av fremgangen vi finner for de etablerte bedriftene på alle indikatorer skyldes at tjenestesammensetningen i årets undersøkelse er noe endret sammenlignet med fjorårets undersøkelse.

Tabell 4: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Effektrealisering (Etter 2014-resultater i parentes)

Indikator	Gründerbedrifter	Etablerte bedrifter	Signifikans
<b>Ja, effektene er i hovedsak realisert</b>	51 % (51 %)	63 % (63 %)	0,00 (0,00)
<b>Nei, forventer effektene først innen 2 år fra nå</b>	26 % (26 %)	21 % (21 %)	
<b>Nei, forventer effektene først etter 2 år eller mer</b>	13 % (13 %)	11 % (11 %)	
<b>Nei, forventer ikke vesentlige effekter</b>	10 % (10 %)	5 % (5 %)	
Kilde: Oxford Research AS			

Vi ser at gründerbedriftene – som i fjorårets undersøkelse - i mindre grad enn de etablerte bedriftene har hentet ut effektene av sine prosjekter, som igjen trolig skyldes at de har et generelt dårligere ressursgrunnlag.

Både de etablerte og gründerbedriftene har høy addisjonalitet (henholdsvis 66 og 64 prosent). Det innebærer at Innovasjon Norge spiller en viktig rolle for å utløse bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling for begge gruppene.

## 2.4 EKSPORT

For å øke kunnskapen om Innovasjon Norges bidrag til økt eksport i virksomhetene, har vi i årets undersøkelse stilt dem de samme spørsmålene som i fjorårets undersøkelse. Disse er:

- Hvorvidt virksomhetene har eksportert tidligere
- I hvilken grad Innovasjon Norges tjenester bidrar til at virksomhetene har kommet i gang med sin internasjonaliseringsprosess
- Hvilke markeder virksomhetene har eksportert til
- I hvilken grad virksomhetene har støtt på ulike barrierer i sine internasjonaliseringsprosesser
- I hvilken grad virksomhetene har fått hjelp fra Innovasjon Norge til å overkomme de ulike barrierene de har støtt på i sine internasjonaliseringsprosesser
- Hvorvidt virksomheten vil benytte Innovasjon Norges tjenester igjen i fremtidige internasjonaliseringsprosesser

498 virksomheter har besvart disse spørsmålene, og om lag 40 prosent av dem har eksporterfering fra før, det vil si før de fikk støtte til prosjektet de er spurt om i denne Etterundersøkelsen. Dette er ti prosentpoeng lavere enn i Etterundersøkelsen 2014. Tilsvarende finner vi en andel på 51 prosent av virksomhetene som ikke har tidligere eksporterfering, og som ikke tilskriver Innovasjon Norge-støtten deres første eksport. Dermed gjenstår det en andel på ti prosent av virksomhetene som oppgir at det støttede prosjektet utløste deres første eksport. Som forventet har de etablerte bedriftene i langt - og statistisk signifikant – større grad tidligere eksporterfering (53 prosent, 66 prosent i 2014) sammenlignet med gründerbedriftene (20 prosent, 28 prosent i 2014).

Når vi se nærmere på i hvilken grad tjenesten fra Innovasjon Norge har bidratt til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess, svarer omlag en tredjedel av virksomhetene at tjenesten fra Innovasjon Norge i stor grad har bidratt til dette (32 prosent i 2015 mot 33 prosent i 2014). Ikke uventet er det en høyere andel gründervirksomheter (35 prosent i 2015 mot 41 prosent i 2014) som svarer dette, men forskjellene fra de etablerte virksomhetene (31 prosent i 2015 mot 26 prosent i 2014) er – i motsetning til i fjorårets undersøkelse – ikke statistisk signifikante.

58 prosent av virksomhetene oppgir at de har støtt på en eller flere eksportbarrierer i stor grad (60 prosent i 2014), og at de i snitt har møtt på 2,0 av i alt 12 mulige barrierer (1,9 i 2014). De tre mest utbredte barrierene er nøyaktig de samme som ble funnet i fjorårets undersøkelse, nemlig:

- Tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet
- Finne strategisk samarbeidspartner lokalt i markedet
- Bedriftsintern kompetanse/kapasitet til internasjonaliseringsprosessen.

Andelen virksomheter som oppgitt å ha opplevd disse barrierene i stor grad er redusert med mellom ett og tre prosentpoeng.

De aller største forskjellene knyttet til eksportbarrierer finner vi når vi ser på virksomhetenes utviklingsorientering. Her finner vi at Superinnovatørene i større grad enn De Driftsorienterte og De Utviklingsorienterte har støtt på samtlige barrierer. Vi finner svært få signifikante forskjeller mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter for eksportbarrierene.

Når vi ser samlet sett på eksportbarrierene, finner vi ingen store endringer sammenlignet med fjorårets undersøkelse. Det er de samme barrierene som går igjen som de mest fremtredende, og det er også disse barrierene vi finner størst og flest statistisk signifikante forskjeller mellom de bakgrunnsvariablene som inngår i analysen. Selv om det kun foreligger to årganger med observasjoner, fremstår resultatene som robuste og gir indikasjoner til Innovasjon Norge om hvilke områder kundene trenger hjelp på. Samtidig tyder resultatene på at det er virksomhetene som satser hardest på innovasjon og eksport som også støter på flest barrierer i sin internasjonaliseringsprosess.

31 prosent av virksomhetene oppgir at de har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere eksportbarrierer i stor grad (33 prosent i 2014), og at de i snitt har fått hjelp til å overkomme 0,78 av i alt 12 mulige barrierer (0,75 i 2014). Blant de virksomhetene som oppgir å ha fått hjelp fra Innovasjon Norge, er det mer eller mindre de samme barrierene som i størst grad er opplevd av bedriftene (se avsnittet over), som de har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere. De mest aktuelle barrierene de har fått hjelp til å håndtere er:

- Tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet
- Relevant markedsinformasjon for valg av marked
- Bedriftsintern kompetanse/kapasitet til internasjonaliseringsprosessen
- Tilgang til relevante FoU-/kompetansemiljøer/ klynger hjemme
- Finne strategisk samarbeidspartner lokalt i markedet

Når vi ser samlet sett på hjelp til å overkomme eksportbarrierene, finner vi ingen store endringer sammenlignet med fjorårets undersøkelse. Det er de samme barrierene man har fått hjelp med som går igjen som de mest fremtredende og det er de største barrierene for eksport (se forrige avsnitt) som virksomhetene har fått hjelp fra Innovasjon Norge til å overkomme. Resultatene tyder på at det er de mest hardtsatsende virksomhetene som i størst grad får denne hjelpen, uavhengig av hvor de kommer fra i landet eller hvilken næring til tilhører.

Tilfredsheten med Innovasjon Norges bistand til internasjonalisering er fortsatt høy. Kun fire prosent av virksomhetene svarer at de ikke vil benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden (tre prosent i 2014).

### 3. Innledning og bakgrunn

Oxford Research har gjennomført denne Kundeffektundersøkelsen blant bedrifter som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i 2015. Kundeffektundersøkelsene består av en førundersøkelse og en etterundersøkelse. Frem til 2014 ble Førundersøkelsen gjennomført året etter tilsagnet fra Innovasjon Norge er gitt, mens den fra og med 2015 blir gjennomført i det samme året som støtten blir gitt. Etterundersøkelsen gjennomføres fire år etter. Den foreliggende undersøkelsen er dermed en etterundersøkelse av de virksomhetene som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i 2015. Førundersøkelsen ble gjennomført av Oxford Research AS i 2015 og dels i 2016.

Den foreliggende Etterundersøkelsen bygger på data fra 1812 bedrifter. Disse er intervjuet ved hjelp av et web-basert spørreskjema eller per telefon i perioden mars til april 2019. Denne Etterundersøkelsen følger opp Førundersøkelsen av alle bedrifter som i 2015 mottok støtte fra Innovasjon Norge. Gjennom Førundersøkelsen kan en si noe om bedriftenes forventninger til effekter samt de kortsiktige effektene av Innovasjon Norges innsats, mens en gjennom Etterundersøkelsen vil være i stand til å si noe mer om de effektene som har blitt realisert i løpet av den fireårsperioden som er gått fra tilsagnet ble gitt.

#### 3.1 HENSIKTEN MED UNDERSØKELSEN

Det er gjennomført kundeffektundersøkelser siden 1994, i starten i regi av SND. Undersøkelsen bygger på det samme metodiske grunnlaget som tidligere etterundersøkelser. Denne Etterundersøkelsen omfatter store deler av Innovasjon Norges aktivitet, inkludert en rekke av programsatsingene.

Kundeffektundersøkelsen av Innovasjon Norges engasjementer har to hovedformål:

- Et internt som gjelder forbedring og videreutvikling av Innovasjon Norges virksomhet overfor kundene.
- Et eksternt som dreier seg om å dokumentere overfor omverdenen om at man har fått noe igjen for de pengene som er investert i Innovasjon Norges aktiviteter.

Innovasjon Norge har 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) og et opplegg for måling av effekter, herunder kundeffektundersøkelser generelt og evalueringer mer spesielt.

Kundeffektundersøkelsen vil i forhold til evaluering av Innovasjon Norges resultater dels representere en analyse som ”står på egne ben”, samtidig vil denne undersøkelsen inngå som en av flere dokumentasjonsformer i mer omfattende evalueringer.

#### 3.2 INNOVASJON NORGES MÅLSETNINGER

I juni 2012 ble det vedtatt nye mål for Innovasjon Norge i forbindelse med Stortingets behandling av Meld. St. 22 (2011-2012). Disse er lagt til grunn i denne Etterundersøkelsen.

### Hovedmål og delmål for Innovasjon Norge

**Hovedmål:**

Innovasjon Norge skal utløse bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling, og utløse regionenes næringsmessige muligheter.

**Delmål:**

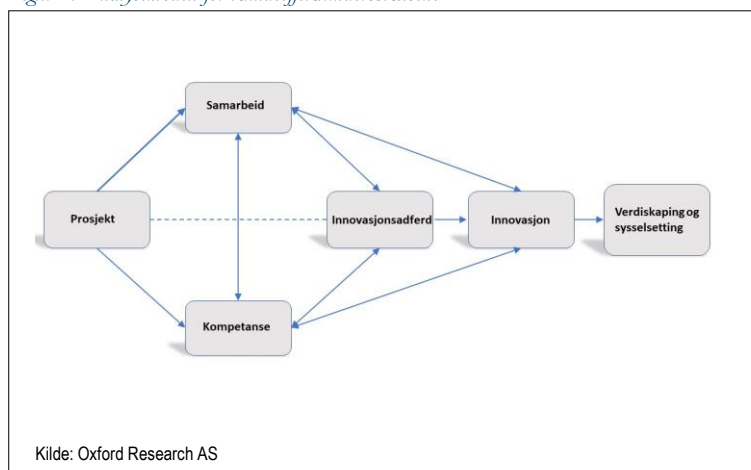
1. Flere gode gründere
2. Flere vekstkraftige bedrifter
3. Flere innovative næringsmiljøer

## 3.3 VÅR ANALYSEMODELL

Førundersøkelsene har tidligere vist at egenskaper og kjennetegn ved prosjektene (finansiell støtte, rådgivning, kompetansetilførsel og annen tilrettelegging) og bedriftene kan ha stor betydning for hvilke effekter man kan forvente.

Både samarbeid, kompetanse, innovasjonsadferd og innovasjon representerer mellomliggende variabler som igjen kan ha stor betydning for prosjektenes økonomiske og sysselsettingsmessige effekter, samt verdiskaping på sikt. Disse forholdene kan samtidig påvirke hverandre og derigjennom forsterke effektene på lengre sikt. Det vil variere fra tiltakstype til tiltakstype hvor lang tid det vil ta før effektene materialiserer seg. Tiltak som fokuserer på samarbeid og kompetanseutvikling bidrar primært til verdiskaping gjennom endret innovasjonsadferd samt til ulike innovasjoner. Dette fører til at det vil ta lengre tid å oppnå økt verdiskaping gjennom denne type tiltak. Tiltakene kan imidlertid ha stor betydning for verdiskapingen på sikt. For Innovasjon Norges del blir det dermed om å gjøre å finne en fornuftig avveining mellom hva som gir langsiktige bidrag og hva som bidrar på kort sikt.<sup>3</sup>

Figur 2: Analysemodell for kundeffektundersøkelsene



På tross av en relativt enkel modell kan det ofte være vanskelig å påvise disse sammenhengene i og med at det er svært mange forhold som har betydning for prosjektenes resultater og bedriftenes utvikling. Tankegangen er imidlertid at økt fokus på kompetanse og samarbeid gjør bedriftene bedre rustet til å møte fremtidige utfordringer og bli i stand til videreutvikling.

I det videre vil Oxford Research benytte den skisserte modellen for å strukturere analysen av resultatene.

<sup>3</sup> For en dypere diskusjon av Innovasjon Norges bidrag til bedrifters verdiskaping, viser vi til rapporten: Hurtigvirkende kur - Kundeffektundersøkelse blant bedrifter som mottok støtte i 2009. Rapporten kan lastes ned her: <http://www.oxford.no/>

### 3.4 TJENESTER SOM OMFATTES AV UNDERSØKELSEN

Innovasjon Norge forvalter og tilbyr en rekke ulike former for bidrag til bedrifter og entreprenører. En fellesbetegnelse for dette er tjenester. I tabellen under presenteres de tjenestene som er med i Etterundersøkelsen for 2015-årgangen. Tildelt beløp per tjeneste i 2015 er angitt i kr.

Tabell 5: Tjenester som inngår i undersøkelsen

Tjenester	2015 i kroner	2014 i kroner	2013 i kroner
Bioenergiprogrammet	67 500 000	64 600 000	15 300 000
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	16 200 000	15 800 000	13 600 000
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	153 900 000	149 400 000	171 200 000
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	1 668 600 000	1 303 500 000	1 464 200 000
Etablererstipend (KRD)	120 900 000	114 600 000	109 800 000
Etablererstipend (NHD)	248 600 000	133 000 000	78 100 000
FRAM*	-	-	-
IFU/OFU	367 900 000	362 200 000	295 600 000
Lavrisikolån	738 900 000	609 100 000	592 300 000
Lavrisikolån - GFL-flåte	653 200 000	1 060 300 000	1 081 000 000
Lavrisikolån - Landbrukslån	469 400 000	650 500 000	933 700 000
Miljøteknologi	326 300 000	191 500 000	228 100 000
Risikolån - Distriktsrettede	380 300 000	276 700 000	271 300 000
Risikolån - Innovasjonslån	578 500 000	296 900 000	333 600 000
Tilskudd - Distriktsrettede	328 100 000	382 000 000	566 200 000
Tilskudd - Landsdekkende	18 600 000	20 600 000	170 700 000
Trebasert innovasjonsprogram	18 600 000	22 300 000	53 400 000
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv	63 600 000	29 100 000	49 900 000
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen	7 400 000		
Total	6 226 500 000	5 682 100 000	6 452 000 000
Kilde: Oxford Research AS Note: * For rådgivnings- og kompetansetjenestene er det ikke registrert tildelt beløp til kundene			

Summen av midler som vi har undersøkt effekten av, er om lag kr. 6,2 milliarder. Til sammen ble det gitt tilsagn om i underkant av kr. 6,9 milliarder i 2015.<sup>4</sup> Dette betyr at undersøkelsen omfatter 90 prosent av samlede tilsagn fra Innovasjon Norge i 2015. De tjenestene som ikke er med i undersøkelsen er i hovedsak knyttet til profilering og ulike kompetanse- og rådgivningstjenester, garantier samt kompensasjon for økt arbeidsgiveravgift. I tillegg er nettverksprogrammene utelatt fra undersøkelsen (for eksempel er verken Arena- eller NCE-programmet med). Grunnen til at disse tjenestene holdes utenfor, er primært at undersøkelsesopplegget i mindre grad passer for disse tjenestene, og at man har egne effektmålinger for dem.

Sammenlignet med Etterundersøkelsen 2014, er flere rådgivningstjenester ikke med, blant annet Internasjonal Vekst og IPR-rådgivning. Dette er det redegjort nærmere for i Førundersøkelsen 2015.

<sup>4</sup> <https://www.innovasjon norge.no/globalassets/0-innovasjon norge.no/om-innovasjon-norge/organisering-og-tall/arsrapport/innovasjon-norges-arlig-rapportering-til-oppdragsgivere-2015.pdf>, side 313



## Del 1: Metode

### 4. Undersøkelsesdesign

I dette kapitlet vil vi presentere metoden og undersøkelsesdesignet som ligger til grunn for Etterundersøkelsen av 2015-årgangen.

Kundeffektundersøkelsene gjennomføres som nevnt ved at bedrifter som får et tilsagn fra Innovasjon Norge, blir spurt to ganger; første gang året tilsagnet ble gitt (førundersøkelse) og andre gang fire år etter (etterundersøkelse).

#### 4.1 BAKGRUNNSVARIABLER I UNDERSØKELSEN

Følgende bakgrunnsvariabler benyttes gjennomgående i analysene:

- Navn på tjeneste som har støttet prosjektet
- Bedriftstype (gründer- eller etablert bedrift)

Bedriftstype ble innført som bakgrunnsvariabel i Etterundersøkelsen 2009. Den skiller mellom bedrifter som er yngre enn tre år i året de søkte om støtte fra Innovasjon Norge (gründere) og de som er eldre enn tre år i søknadsåret (etablerte bedrifter).

I tillegg til tjeneste og bedriftstype, analyserer vi datamaterialet ut ifra en rekke andre bakgrunnsvariabler der hvor dette er interessant og relevant. Disse variablene dreier seg i hovedsak om nærings-tilhørighet og geografi, og da spesielt distriktspolitisk virkeområde (DPV). I enkelte analyser er også bedriftsstørrelse, målt gjennom antall årsverk, benyttet som bakgrunnsvariabel.

#### 4.2 POPULASJON OG RESPONDENTER SOM INNGÅR I UNDERSØKELSEN

Alle enhetene som inngår i undersøkelsens problemstillinger, utgjør undersøkelsens populasjon. Populasjonen er altså de bedriftene vi ønsker å si noe om, det vil si alle de bedriftene som har mottatt tjenester fra Innovasjon Norge i 2015 som omfattes av Kundeffektundersøkelsen.

Bedrifter som har mottatt flere typer tilsagn i løpet av 2015, inngår kun i undersøkelsen for ett av disse tilsagnene. Bedriften blir beholdt i tilknytning til den tjenesten eller programmet som har færrest tilsagnsmottakere for å sikre et akseptabelt antall svar innen disse ”små” tjenestene.

Totalt inngikk 5742 tilsagn fordelt på 4142 bedrifter i førundersøkelsen for 2015 og vi fikk inn 2801 svar. Disse fordelte seg som vist i tabellen under.



Tabell 6: Utvalg og svar i Førundersøkelsen 2015

Tjenester	Utvalg	Førundersøkelsen	Svar Førundersøkelsen 2015
Bioenergiprogrammet		130	95
Bygdeutviklingsmidler - Stipend		120	94
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring		176	129
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell		652	464
Etablererstipend (KRD)		471	368
Etablererstipend (NHD)		813	627
FRAM		204	77
IFU/OFU		226	140
Lavrisikolån		51	26
Lavrisikolån - GFL-flåte		58	29
Lavrisikolån - Landbrukslån		189	130
Miljøteknologi		117	78
Risikolån - Distriktsrettede		86	49
Risikolån - Innovasjonslån		99	58
Tilskudd - Distriktsrettede		452	315
Tilskudd - Landsdekkende		45	28
Trebasert innovasjonsprogram		43	23
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv		83	52
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen		35	19
<b>Total</b>		<b>4050</b>	<b>2801</b>
Kilde: Oxford Research AS			

Av de 2801 bedriftene eller personene som besvarte Førundersøkelsen 2015, oppga 48 at de ikke hadde benyttet seg av eller ville komme til å benytte seg av tilbudet om støtte fra Innovasjon Norge. Disse inngår ikke i Etterundersøkelsen 2015. Inkludert 14 besvarelser som kom inn etter at rapporteringen for Førundersøkelsen 2015 var ferdig, består det totale utvalget for Etterundersøkelsen 2015 dermed av 2767 saker.

### 4.3 DATAINNSAMLING

Opplegget for datainnsamling for årets undersøkelse er det samme som i forrige års etterundersøkelse. Oxford Research har selv stått ansvarlig for den web-baserte spørreundersøkelsen og har benyttet Polarfakta til datainnsamling ved hjelp av telefonpurring. Datainnsamlingen ble foretatt i perioden mars til april 2019.

Spørreskjemaet ble sendt ut i e-posts form til alle bedrifter og personer som inngikk i undersøkelsen. Som beskrevet over, var dette i utgangspunktet alle bedrifter og personer som besvarte Førundersøkelsen for 2015-årgangen, altså 2767 bedrifter og personer. Selv om flere av disse ble identifiserte som ikke aktive foretak i forkant av utsendelse av undersøkelsen, valgte Oxford Research – som i fjorårets undersøkelse, til tross for at kontaktpersonene i større grad vil være vanskelige å nå - å sende undersøkelsen også til disse. Årsaken til dette er at slike virksomheter, som i mange tilfeller vil bli betraktet som mislykkede, også vil kunne gi interessant informasjon om hva Innovasjon Norge og deres tjenester har bidratt med i disse virksomhetenes utvikling.

### 4.3.1 Purrerutiner

Alle bedrifter som ikke hadde svart over internett innen angitt frist, ble purret to ganger via e-post ved fristens utløp. Ved svarfristens utløp overtok Polarfakta datainnsamlingen ved hjelp av oppringing, og respondentene ble forsøkt kontaktet inntil 10 ganger over flere dager før numrene ble erklært ubrukelige/inaktive.

Alle kunder som sa at de skulle svare på undersøkelsen, og der det ble gjort avtaler, ble fulgt opp kontinuerlig til de enten avga svar eller nektet å delta. Denne oppfølgingen skjedde gjennom både fasttelefon, mobiltelefon, og e-post. Intervjuerne har også forsøkt å nå aktuelle respondenter på kveldstid, der dette har vært hensiktsmessig. Dette gjelder spesielt respondenter innenfor primærnæringene. Der Polarfakta fant feil telefonnummer på intervjuobjektet, ble det benyttet alternative kilder for å spore opp nye nummer; internett og diverse nummeropplysningstjenester.

## 4.4 SVAR OG FRAFALL

Utvalget var som nevnt på 2767 bedrifter (1978 i 2014, 2202 i 2013, 2392 i 2012, 3449 i 2011, 2741 i 2010, 2650 i 2009, 2365 i 2008 og 1465 i 2007). Av disse var det 157 bedrifter/personer det ikke var mulig å oppnå kontakt med fordi kontaktpersonen hadde sluttet, fordi bedriften var blitt solgt eller at det – til tross for flere forsøk – ikke var mulig å finne rett telefonnummer. Videre var det 171 tilfeller hvor det i etterkant av utsendelse av spørreskjemaet ble avdekket at bedriften var konkurs, slettet, oppløst, oppløst for fusjon eller under avvikling.

Dersom man ser bort fra de som ikke var mulig å komme i kontakt med, gir det et potensial for 2439 intervjuer. Tabellen under viser at det totalt ble gjennomført 1812 intervjuer. Dette gir en svarprosent på 74,3 prosent (81,8 i 2014, 77,8 i 2013, 73,0 i 2012, 40,7 i 2011, 77,8 i 2010, 69,5 i 2009, 73,2 i 2008, 79,1 i 2007).

Tabell 7: Svar og frafall totalt i Etterundersøkelsen 2015

	Antall	Prosent
Utvalg	2767	
Konkurs/ slettet/ oppløst/ oppløst for fusjon/ inaktivt/under avvikling	171	
Kontaktperson sluttet, syk, i permisjon/bedrift solgt/feil tlf.nr	157	
Potensielle intervjuer	2439	100 %
Utførte intervju	1812	74,3 %
Nekt	17	
Ufullstendige besvarelser	10	
Ikke svar	600	
Kilde: Oxford Research AS		

Tabellen under viser svar og frafall per tjeneste i Etterundersøkelsen for 2015-årgangen.

Tabell 8: Svar og frafall i Etterundersøkelsen 2015 etter tjeneste

Tjeneste	Utvalg	Konkurs/ slettet/ opp- løst/ oppløst for fusjon	Kontaktperson død, /bedrift tft.nr solgt/fel	Potensielle Intervju	Utførte intervju	Andel utførte intervju	Nekt	Ikke svar/ullstendige svar
Bioenergiprogrammet	95	1	10	84	70	83,3 %	0	14
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	94	2	5	87	58	66,7 %	0	29
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	128	0	8	120	91	75,8 %	1	28
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	459	0	18	441	314	71,2 %	3	124
Etablerertilskudd (KRD)	369	38	17	314	227	72,3 %	2	85
Etablerertilskudd (NHD)	629	71	44	514	364	70,8 %	1	149
FRAM	64	8	2	54	35	64,8 %	3	16
IFU/OFU	139	10	5	124	98	79,0 %	1	25
Lavrisikolån	25	1	3	21	19	90,5 %	0	2
Lavrisikolån - GFL-flåte	29	2	0	27	20	74,1 %	0	7
Lavrisikolån - Landbrukslån	127	0	9	118	83	70,3 %	0	35
Miljøteknologi	77	2	1	74	65	87,8 %	0	9
Risikolån - Distriktsrettede	47	7	4	36	28	77,8 %	1	7
Risikolån - Innovasjonslån	55	5	4	46	42	91,3 %	2	2
Tilskudd - Distriktsrettede	311	18	20	273	212	77,7 %	3	58
Tilskudd - Landsdekkende	25	0	2	23	20	87,0 %	0	3
Trebasert innovasjonsprogram	22	1	1	20	19	95,0 %	0	1
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv	53	3	4	46	35	76,1 %	0	11
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen	19	2	0	17	12	70,6 %	0	5
<b>Total</b>	<b>2767</b>	<b>171</b>	<b>157</b>	<b>2439</b>	<b>1812</b>	<b>74,3 %</b>	<b>17</b>	<b>610</b>

Kilde: Oxford Research AS

Som tabellen over viser, er det en forskjell i andelen utførte intervjuer mellom de ulike tjenestene. Den laveste andelen ble oppnådd for FRAM (65 prosent), mens vi klarte å nå 95 prosent av motagerne av Trebasert innovasjonsprogram. Alt i alt betrakter vi svarprosentene som svært tilfredsstillende.

#### 4.5 VEKTING AV UTVALGET

Utvalget ble i Førundersøkelsen trukket disproporsjonalt, det vil si at vi ikke har tatt hensyn til de ulike tilsagnenes andel av populasjonen. Vi har derimot trukket utvalget med hensyn på hver enkelt tjeneste. Med andre ord er utvalget skjevt med hensyn til fordelingen mellom tjenestene. I grove trekk kan man si at de tjenestene med relativt få tildelinger er overrepresentert, mens de store tjenestene målt i antall tildelinger er underrepresentert.

Når vi skal analysere dataene, må vi foreta en vekting av utvalgsresultatene for å korrigere for disse skjevhetene. Vektingen vil redusere feilene som skjevheten i svarene innebærer. Vi oppnår dermed å fjerne utvalgsfeilene som skyldes underrepresentasjon av store tjenester, og overrepresentasjon av små. Denne vektingen har kun innvirkning på fordelingen av svarene totalt sett i undersøkelsen og påvirker ikke fordelingen mellom tjenestene. Vektingen er vist i tabellen under.

Tabell 9: Vekting etter tjeneste i Etterundersøkelsen 2015

Tjeneste	Populasjon	Fordeling av populasjon	Svar	Fordeling av svar	Vekt
Bioenergiprogrammet	146	2,54 %	70	3,86 %	0,6582
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	124	2,16 %	58	3,20 %	0,6747
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	306	5,33 %	91	5,02 %	1,0611
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	1367	23,81 %	314	17,33 %	1,3738
Etablerertilskudd (KRD)	549	9,56 %	227	12,53 %	0,7632
Etablerertilskudd (NHD)	942	16,41 %	364	20,09 %	0,8167
FRAM	226	3,94 %	35	1,93 %	2,0377
IFU/OFU	285	4,96 %	98	5,41 %	0,9177
Lavrisikolån	70	1,22 %	19	1,05 %	1,1626
Lavrisikolån - GFL-flåte	125	2,18 %	20	1,10 %	1,9723
Lavrisikolån - Landbrukslån	245	4,27 %	83	4,58 %	0,9315
Miljøteknologi	134	2,33 %	65	3,59 %	0,6506
Risikolån - Distriktsrettede	132	2,30 %	28	1,55 %	1,4877
Risikolån - Innovasjonslån	138	2,40 %	42	2,32 %	1,0369
Tilskudd - Distriktsrettede	703	12,24 %	212	11,70 %	1,0464
Tilskudd - Landsdekkende	64	1,11 %	20	1,10 %	1,0098
Trebasert innovasjonsprogram	45	0,78 %	19	1,05 %	0,7474
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv	100	1,74 %	35	1,93 %	0,9016
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen	41	0,71 %	12	0,66 %	1,0782
Total	5742	100 %	1812	100 %	1,0000

Kilde: Oxford Research AS

For å beregne vektene for den enkelte tjeneste, må en kjenne fordelingen mellom disse i populasjonen og i utvalget. For hver av tjenestene beregnes det en vekt som tilordnes alle de enhetene som tilhører den aktuelle tjenesten eller det aktuelle programmet. Når det for eksempel gjelder FRAM, ser vi av tabellen over at denne tjenesten står for 3,94 prosent av tiltakene i populasjonen, men bare 1,93 prosent av svarene. Dermed blir vekten  $3,94/1,93 = 2,0377$ . Er vekten over 1 innebærer dette at tiltaket er underrepresentert. Tilsvarende får mottakerne av Miljøteknologi, som er overrepresentert i svarene, vekten 0,6506. På denne måten beregnes en vekt for alle tjenestene i undersøkelsen.

#### 4.6 UNDERSØKELSENS STYRKER OG SVAKHETER

Denne Etterundersøkelsen dekker i alt 19 ulike tjenester, og omfatter store deler av organisasjonens ressursbruk. Innovasjon Norges tjenester spenner imidlertid vidt hva gjelder bl.a. målgrupper, formål og geografisk nedslagsfelt. Hver enkelt tjeneste har sin egen innretning på disse og flere andre

områder. I forhold til i hvilken grad kundeffektundersøkelsen er egnet til å vurdere Innovasjon Norges aktivitet, kan det argumenteres langs to dimensjoner:

- Innovasjon Norge har et hovedmål fastsatt av Stortinget og Regjeringen. Målet søkes realisert gjennom å tilby et antall forskjellige tjenester til kundene. Hver for seg kan tjenestene ha ulike prioriteringer, men summen av disse vil være et godt grunnlag for å vurdere hvorvidt Innovasjon Norge som helhet når sitt mål. Helhetsbetraktninger basert på kundeffektundersøkelsen er derfor relevante, selv om tall på totalnivå tilslører naturlige og til dels ønskede ulikheter mellom tjenestene.
- Innovasjon Norges tjenester er så ulike at aggregerte betraktninger ikke blir relevante. Analysene av kundeffektundersøkelsen må primært gjøres på tjeneste- og programnivå fordi gjennomsnittstallene tilslører en naturlig variasjon mellom tjenestene.

Etter vår oppfatning inneholder begge disse resonnementene gode poenger. Analysen av kundeffektundersøkelsen er derfor søkt balansert slik at gjennomsnittbetraktninger er brukt der det oppfattes å være relevant, mens mye av omtalen er konsentrert om den enkelte tjenesten og det enkelte programmet. Dette medfører imidlertid ikke at vi anser kundeffektundersøkelsen som irrelevant for å vurdere måloppnåelsen for Innovasjon Norge som helhet. Så lenge aktiviteten gjennomføres i form av et antall tjenester, vil det jo i stor grad være summen av resultatene fra disse som bestemmer graden av måloppnåelse. Helhetsbetraktninger på tvers av tjenestene vil derfor være relevante, men det er naturligvis viktig å gjenta at en fullstendig evaluering av Innovasjon Norge må basere seg på en mer omfattende undersøkelsesdesign enn det kundeffektundersøkelsen gjør.

Tilfredshet kan ses på som forskjellen mellom forventning og resultat. I forhold til resultatene fra kundeffektundersøkelsen, baseres våre vurderinger av hva som er bra og hva som er dårlig i stor grad på en tolkning av formålet og målene for Innovasjon Norge. Undersøkelsesopplegget rommer ikke mulighet til å analysere resultatene i forhold til målene for den enkelte tjeneste og det enkelte programmet som omfattes.

Undersøkelsen baserer seg på subjektive vurderinger. Dette medfører at datamaterialet er utsatt både for strategisk svargivning og for svar som ikke er eksakte. Dette tas hensyn til i tolkning og i analysen av datamaterialet. I tillegg fokuseres det sterkt på utviklingen i resultater over tid. Om man antar at feilkildene er stabile, vil disse trendene gi et konsistent resultat.

#### 4.6.1 Vurdering av datamaterialet og analyse

Feilmarginen for et utvalg er et intervall som legges til/trekkes fra et utvalgsresultat som man med en spesifisert grad av sikkerhet kan regne med inneholder det riktige resultatet for hele populasjonen.

Feilmarginen for utvalget som helhet i denne Etterundersøkelsen, er maksimalt +/- 1,9 prosentpoeng med et sikkerhetsnivå på 95 prosent (2,2 prosentpoeng i 2014, 2,1 prosentpoeng i 2013 og 2012, 2,5 prosentpoeng i 2011, 1,9 prosentpoeng i 2010, 2,1 prosentpoeng i 2009- og 2008-undersøkelsene og 2,8 prosentpoeng feilmargen i 2007-undersøkelsen). Dette er som ventet noe høyere enn i Førundersøkelsen, noe som skyldes at antall svar i Førundersøkelsen var større enn antall svar som ligger til grunn for Etterundersøkelsen. Med færre svar øker feilmarginen.

Antall gjennomførte intervju er lavt innenfor enkelte tjenester. Dette påvirker presisjonen i dataene, og da særlig i de tilfeller der antall svar er lavt samtidig som populasjonen er liten. Det resulterer i høy feilmargen. Derfor bør man behandle resultatene for følgende tjenester med varsomhet:

- Verdiskapingsprogram for kulturnæringen
- Lavrisikolån
- Trebasert innovasjonsprogram
- Lavrisikolån - GFL-flåte
- Tilskudd - Landsdekkende

Innenfor disse tjenestene må man være forsiktig med å trekke bastante konklusjoner, og fortrinnsvis benytte data til å indikere eventuelle funn. For alle disse tjenestene var det få bedrifter i utvalget, det vil si svært få bedrifter som svarte på Førundersøkelsen i 2015, henholdsvis 19, 25, 22, 29 og 25.



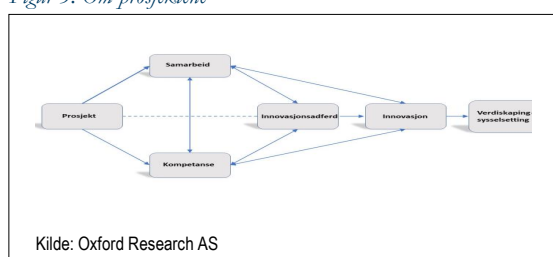
## Del 2: Resultater

### 5. Om prosjektet

- 94 prosent av personene/bedriftene har benyttet tilsagnet de fikk fra Innovasjon Norge, som er en økning på tre prosentpoeng sammenlignet med 2014-årgangen.
- 46 prosent av bedriftene har mottatt veiledning og oppfølging etter at de har mottatt tilsagnet og 96 prosent av bedriftene er fornøyd med mottatt veiledning og oppfølging. Dette er den høyeste graden av tilfredshet som er målt i Etterundersøkelsene.
- Andel høy addisjonalitet er på 64 prosent, som er en økning på ett prosentpoeng fra Etterundersøkelsen 2014. Andel høy og middels addisjonalitet er 85 prosent, som også er en økning på ett prosentpoeng fra Etterundersøkelsen 2014.

I dette kapittelet vil vi belyse overordnede kjennetegn ved prosjektene. Dette inkluderer blant annet bruk av tilsagn, hvorvidt prosjektene har mottatt støtte flere ganger, vurderinger av veiledning og oppfølging fra Innovasjon Norges side samt addisjonalitet.

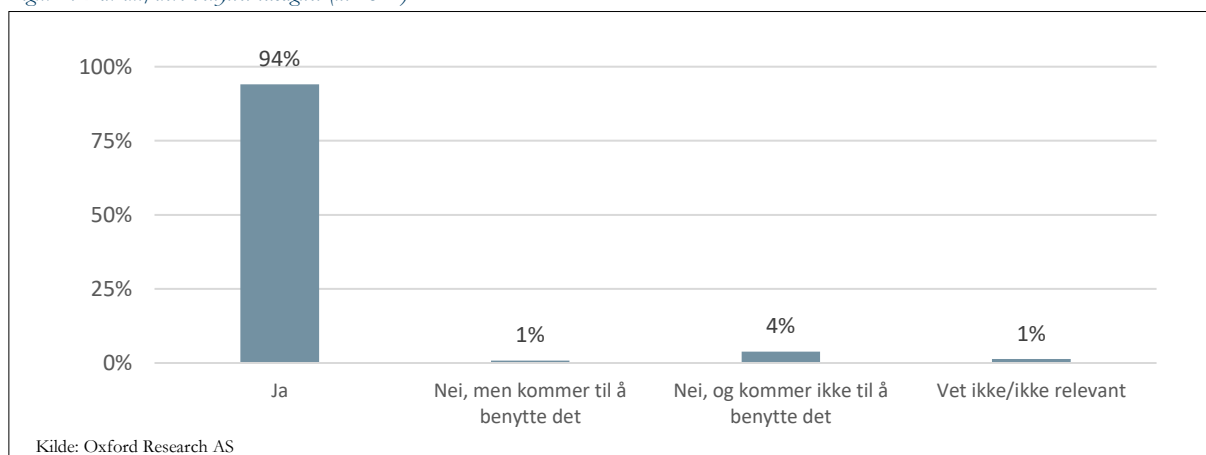
Figur 3: Om prosjektene



#### 5.1 BRUK AV TILSAGN

Totalt fikk 1812 personer/bedrifter spørsmål om hvorvidt de har brukt tilsagnet de fikk fra Innovasjon Norge i 2016. Av disse har 94 prosent brukt dette tilsagnet. Dette er en økning fra 2014-årgangen, der andelen var på 91 prosent. Dermed ligger andelen på samme nivå som for 2009-årgangen, som hittil var topp-året.

Figur 4: Har du/ dere benyttet tilsagnet (n: 1812)





## 5.2 STØTTE FLERE GANGER

Totalt har 76 prosent av bedriftene mottatt støtte til prosjektet én gang (75 prosent i 2014, 78 prosent i 2013- og 2012-årgangen, 77 prosent i 2011- og 2010-årgangene), mens 24 prosent har fått støtte til prosjektet flere ganger. For de som har mottatt støtte til prosjektet flere ganger, er gjennomsnittlig antall ganger 2,8 (2,6 i 2014, 3,0 i 2013, 2,7 ganger i 2012 og 2,9 ganger i 2011). Bedriften som oppgir flest, har fått støtte til prosjektet 20 ganger fra Innovasjon Norge.

At bedriftene har mottatt støtte flere ganger kan ha konsekvenser for hvordan de svarer på undersøkelsen. Det er ikke alltid like lett for bedriftene å skille hvilken av de gangene de har mottatt støtte som har påvirket prosjektet mest, eller om det er totaliteten som forårsaker resultatene. Det er også en rekke bedrifter som har mottatt flere former for støtte fra Innovasjon Norge i tidsperioden mellom tilsagnet vi her spør etter og frem til undersøkelsen blir gjennomført fire år senere. Det kan være vanskelig for kunden å skille mellom påvirkningen fra de ulike støttetidspunktene.

## 5.3 VEILEDNING OG OPPFØLGING

En av Innovasjon Norges viktigste oppgaver er å veilede og gi råd til sine kunder. Viktigheten av at kundebehandlere har tilstrekkelig kunnskap og kompetanse til å drive denne virksomheten overfor bedriftene, er derfor stor. Etter hvert som tiden går og man får prøvd ut de råd som gis av kundebehandlere, kan imidlertid oppfatningen knyttet til kompetansen til Innovasjon Norges kundebehandlere endre seg. Bedriftene er derfor spurt om tilgangen til veiledning og oppfølging etter at de har mottatt tilsagnet.

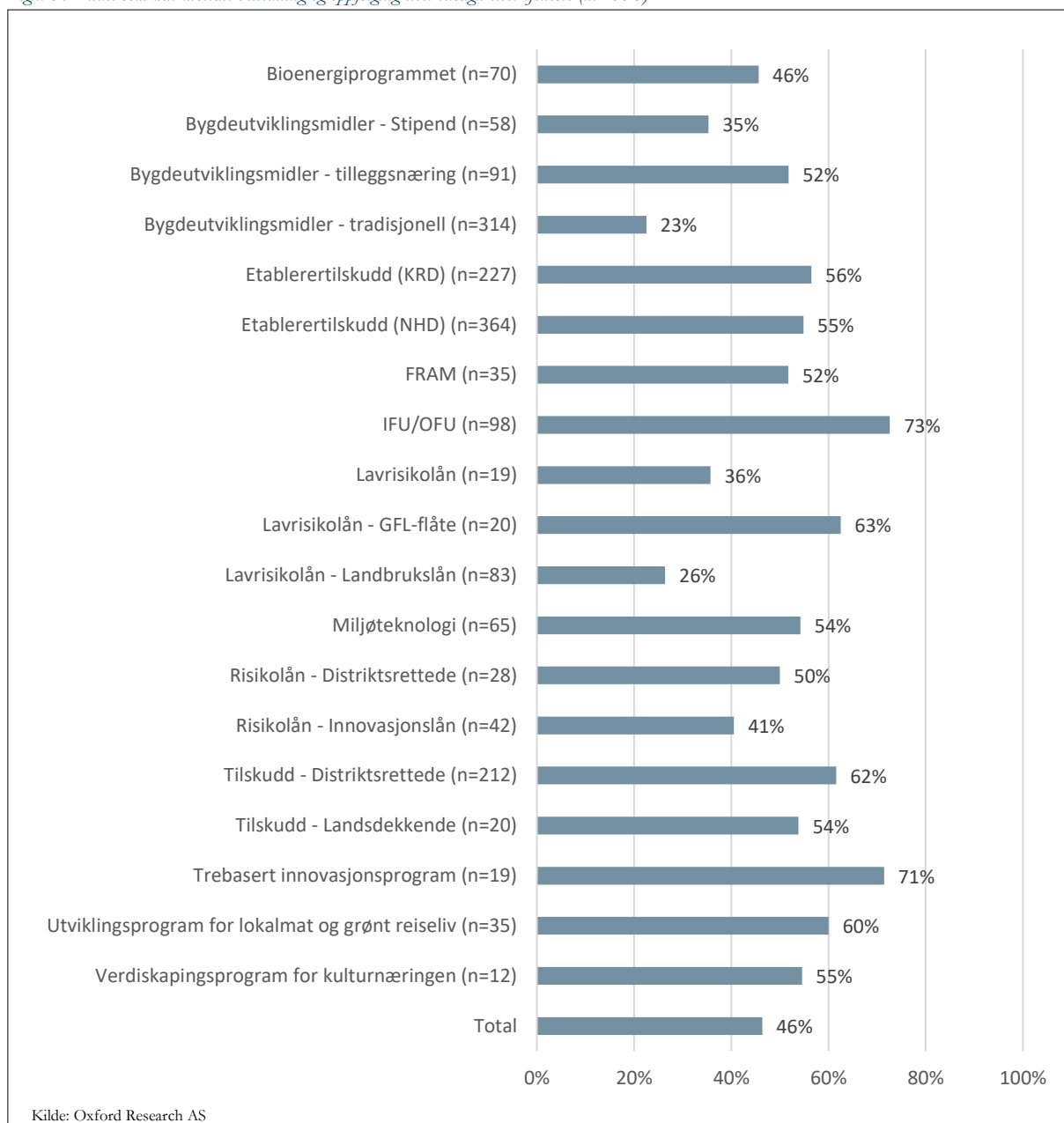
### 5.3.1 Omfang av veiledning og oppfølging

46 prosent av bedriftene har fått veiledning og oppfølging etter at de har mottatt tilsagnet. Dette er omtrent samme andel som forrige årgang (47 prosent i 2014, 47 prosent i 2013, 48 prosent i 2012, 42 prosent i 2011 og 35 prosent i 2010). Omfanget av veiledning og oppfølging har altså økt de senere årene, og ligger nå på et stabilt nivå.

Figuren under viser tjenestefordelingen med hensyn til veiledning og oppfølging. Den viser at tjenestene med høyest andel kunder som mottok veiledning og oppfølging er IFU/OFU (73 prosent), Trebasert innovasjonsprogram (71 prosent), Lavrisikolån - GFL-flåte (63 prosent) og Tilskudd - Distriktsrettede (62 prosent). Det er noe mindre variasjoner sammenlignet med fjorårets undersøkelse, som tyder på at det er ganske jevnt mellom ulike tjenester hvorvidt kundene følges opp. Samtidig ser vi at tjenester som støtter realinvesteringer gjennomgående har lavere nivå av oppfølging og veiledning.

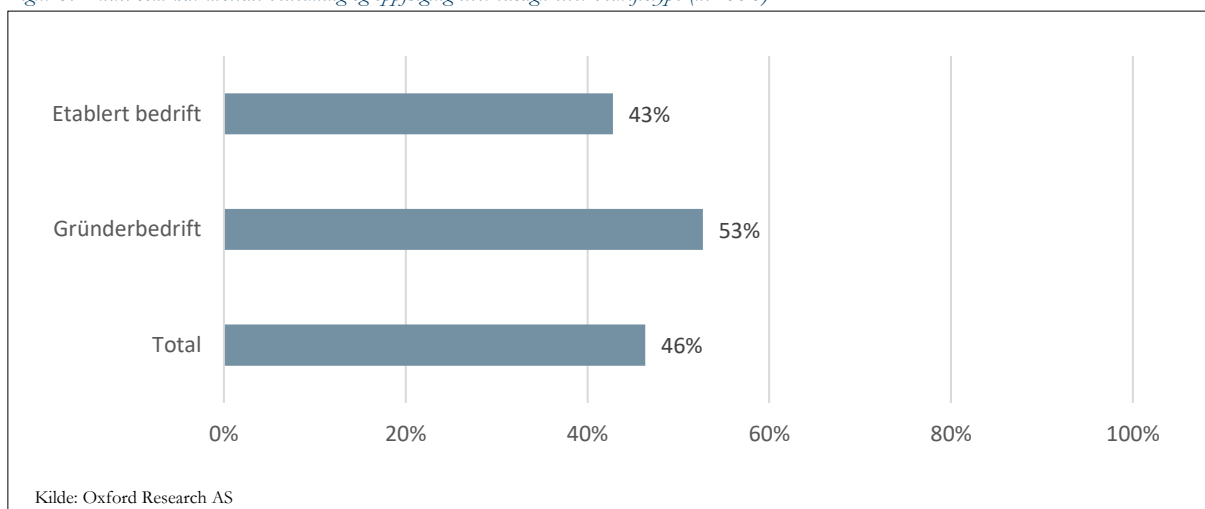
Av de kundene som ikke har mottatt veiledning eller oppfølging, var det 83 prosent som ikke hadde behov eller ønsket oppfølging. Dette betyr at det gjenstår 17 prosent (14 prosent i 2014) som ikke mottok veiledning eller oppfølging, men som gjerne skulle hatt det. Dette tilsvarer 135 respondenter. Tjenestefordelingen på de som gjerne skulle mottatt veiledning, men som ikke fikk det, finnes i tabellene bak i rapporten.

Figur 5: Andel som har mottatt veiledning og oppfølging etter tilsagn etter tjeneste (n: 1 556)



Som i tidligere undersøkelser, er det en klar sammenheng mellom bedriftenes alder ved søknadstidspunktet og veiledning og oppfølging fra Innovasjon Norge. Gründerne har i høyere grad mer veiledning (53 prosent) som er en nedgang på to prosentpoeng fra Etterundersøkelsen 2014, men på nivå med undersøkelsene de tre foregående årene (52 prosent i 2013, 2012 og 2011). De etablerte bedriftene har noe lavere grad av veiledning og oppfølging med 43 prosent (42 prosent i 2014 mot 48 prosent i 2013 og 2012, og 39 prosent i 2011).

Figur 6: Andel som har mottatt veiledning og oppfølging etter tilsagn etter bedriftstype (n: 1556)

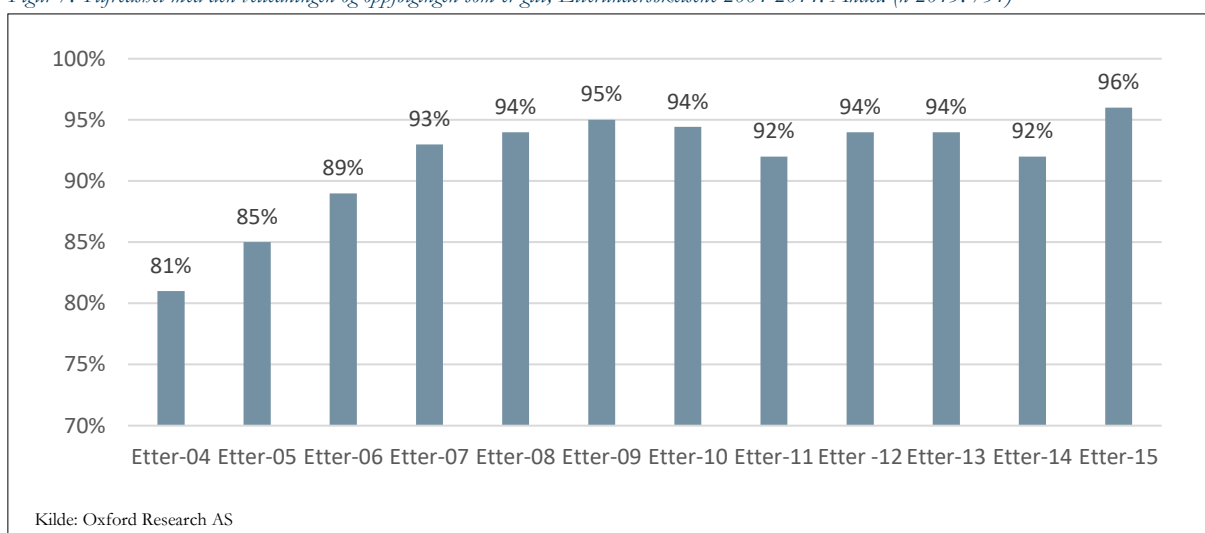


En totalvurdering er at Innovasjon Norge i stor grad følger opp de kundene som har behov og ønske for det. Forbedringspotensialet ligger i de 135 tilfellene som ikke fikk oppfølging, men som hadde behov for det.

### 5.3.2 Tilfredshet med veiledningen og oppfølgingen

Innovasjon Norges kunder er jevnt over tilfredse med den veiledningen og oppfølgingen som er gitt. I årets undersøkelse registrerer vi en sterk oppgang på fire prosentpoeng sammenlignet med fjorårets undersøkelse. Som vi ser i neste figur, som viser utviklingen på denne indikatoren over tid, er tilfredshetsnivået i årets undersøkelse det høyeste som noen gang har blitt målt i Etterundersøkelsene.

Figur 7: Tilfredshet med den veiledningen og oppfølgingen som er gitt, Etterundersøkelsene 2004-2014. Andel. (n-2015: 751)



Det er imidlertid ikke alle respondenter som er like tilfredse, og i motsetning til fjorårets undersøkelse, finner vi statistisk signifikante forskjeller i tilfredsheten med veiledningen mellom en rekke ulike variabler. For det første finner vi forskjeller mellom ulike tjenestene. Kunder som har mottatt

etablerertilskuddene, FRAM, Risikolån – Innovasjonslån samt Verdiskapingsprogram for kultur- og næringslivet er mindre tilfredse enn de øvrige kundene. Det er også en signifikant forskjell i tilfredshet mellom gründere og etablerte bedrifter. Det er seks prosent av gründerne som ikke er tilfredse. Dette er en nedgang på fire prosentpoeng fra fjorårets undersøkelse. For etablerte bedrifter har nivået vært stabilt på seks prosent de siste tre årene, mens nivået i årets undersøkelse har falt til to prosent. Videre finner vi at de mest innovative virksomhetene, målt gjennom nyhetsverdi i deres prosjekter (vurdert av kunderådgivere) og hvorvidt de har beskyttet sin IPR, har høyere andeler som ikke er tilfredse.

## 5.4 INNSATSADDISJONALITET

Addisjonalitetsbegrepet brukes til å si noe om hvor nødvendig bruken av offentlige virkemidler er, det vil si hvilken forskjell har midlene utgjort? De tre vanligste formene for addisjonalitet er innsats- (input), resultat- (output) og adferds- (behavioural) addisjonalitet. Addisjonaliteten viser ikke bare i hvilken grad Innovasjon Norge kan legitimere sin ressursbruk ut fra et markedssviktsperspektiv, men det benyttes også til å beregne effekter av støtten, spesielt i forhold til sysselsetting (se kapittel 12).

For å sikre effektiv bruk av samfunnets ressurser, er det et fokus i det norske virkemiddelapparatet på å måle effekter av ulike programmer og tiltak. Den mest ideelle effektmålingen vil være å måle forskjellen mellom en bedrift som fikk tilsagn og den samme bedriften uten tilsagnet på samme tid. Å måle slike kontrafaktiske hendelser er dessverre ikke mulig, men det finnes likevel en rekke metoder for å forsøke å svare på dette spørsmålet. En metode, for å få et inntrykk av den kontrafaktiske hendelsen, er å spørre. Dette er en type addisjonalitetsmål, og spørsmålet i dagens undersøkelse er:

*”Hva ville skjedd med prosjektet/aktiviteten dersom IN ikke hadde gitt deg/bedriften dette tilbudet/støtten?”*

Tabell 10: Addisjonalitet

Addisjonalitet	Hva ville skjedd med prosjektet dersom IN ikke hadde gitt støtte?
Lav	1. Gjennomført prosjektet/aktiviteten uten endringer, samme skala og tidsskjema
Middels	2. Gjennomført prosjektet/aktiviteten i samme skala, men på et senere tidspunkt
Middels	3. Gjennomført prosjektet/aktiviteten i en mer begrenset skala, men med samme tidsskjema
Høy	4. Gjennomført prosjektet/aktiviteten på et senere tidspunkt og i en mer begrenset skala
Høy	5. Prosjektet/aktiviteten ville ikke bli gjennomført
	Vet ikke

Kilde: Oxford Research AS

Svar 1 kategoriseres som lav addisjonalitet, svar 2 og 3 som middels addisjonalitet og svar 4 og 5 kategoriseres som høy addisjonalitet.

Addisjonalitet er en mer sentral indikator i Førundersøkelsen enn i Etterundersøkelsen. Den måles imidlertid i begge undersøkelsene. Addisjonalitet er en mer sentral indikator i Førundersøkelsen enn i Etterundersøkelsen, fordi dette spørsmålet kan tolkes annerledes når det stilles i retrospekt. Hvor tilfreds kunden er med utfallet av prosjektet kan påvirke hva de svarer i Etterundersøkelsen.

**Innsatsaddisjonalitet**<sup>5</sup> gir svar på om de som mottar et virkemiddel eller deltar i en offentlig initiert satsing virkelig har bruk for det, eller om det er slik at dette ville blitt gjennomført uansett. Høy innsatsaddisjonalitet forutsetter imidlertid ikke nødvendigvis at det subsidierte prosjektet eller tiltaket er vellykket, da man fokuserer på ”input” og ikke på ”output” eller en atferdsdimensjon. Denne formen på addisjonalitet er imidlertid ofte viktig for å legitimere offentlig virkemiddelbruk. Virkemidler er til for å korrigere en markedssvikt, altså hvor det er etterspørsel etter å gjennomføre noe, men ikke et tilbud.

I evalueringsstudier som legger **resultataddisjonalitet** til grunn, er det imidlertid viktig å avdekke hvorvidt offentlige intervensjoner stimulerer mottakerbedriftene til å realisere vellykkede prosjekter, nye varer, tjenester, prosesser og innovasjoner, som uten offentlig støtte ikke hadde blitt utviklet. Resultataddisjonalitet prøver med andre ord å beskrive tilleggseffekten på tjenester eller varer som kan tilskrives en offentlig satsing; altså: Hva er kommet ut av deltakelse i programmet, som ellers ikke ville blitt realisert. De økonomiske indikatorene vi beskriver i kapittel 10 er indikatorer på resultataddisjonalitet. Kapittel 9 om innovasjon gir delvis indikasjon på resultataddisjonalitet (for eksempel om det er utviklet nye varer).

**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<sup>6</sup>. Adferdsaddisjonalitet handler om de kvalitative endringene som oppstår når bedrifter mottar offentlig støtte/deltar i offentlig støttede programmer. 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 bedriftenes adferd. Et 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 atferdsendring 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. Kapitelene 6-8 gir gode indikatorer på adferdsaddisjonalitet, selv om vi her bare måler adferden som kan tilskrives prosjektet og ikke hvilke ettervirkninger disse atferdsendringene har for bedriften.

Det første spørsmålet vi skal se på er innsatsaddisjonalitet. Innsatsaddisjonalitet sier altså noe om hvorvidt støtteordningen har ført til realisering av prosjekter som ellers ikke ville blitt realisert (se Waagø et. al. 1993 og Fossen og Waagø, 1994). Det er altså et begrep med en klar kontrafaktisk dimensjon. Forutsetningen legger til grunn at det som faktisk har skjedd, likevel ikke finner sted. Det er denne forutsetningen som knytter markedssvikt og addisjonalitet sammen. I kundeeffektundersøkelsene er det innsatsaddisjonalitet som først og fremst blir analysert, men denne blir også brukt for å vurdere hvor mye av resultater og effekter som tilskrives Innovasjon Norges tjenester.

En potensiell måte å måle addisjonalitet på er å ”endre historien” gjennom å se nærmere på de bedriftene/ideene som ikke fikk støtte og derigjennom anta at de er like og oppfører seg likt som de som har mottatt støtte fra Innovasjon Norge. Problemet med denne tilnærmingen er at det forhåpentligvis er en god grunn for at denne ideen eller bedriften ikke har fått støtte fra Innovasjon

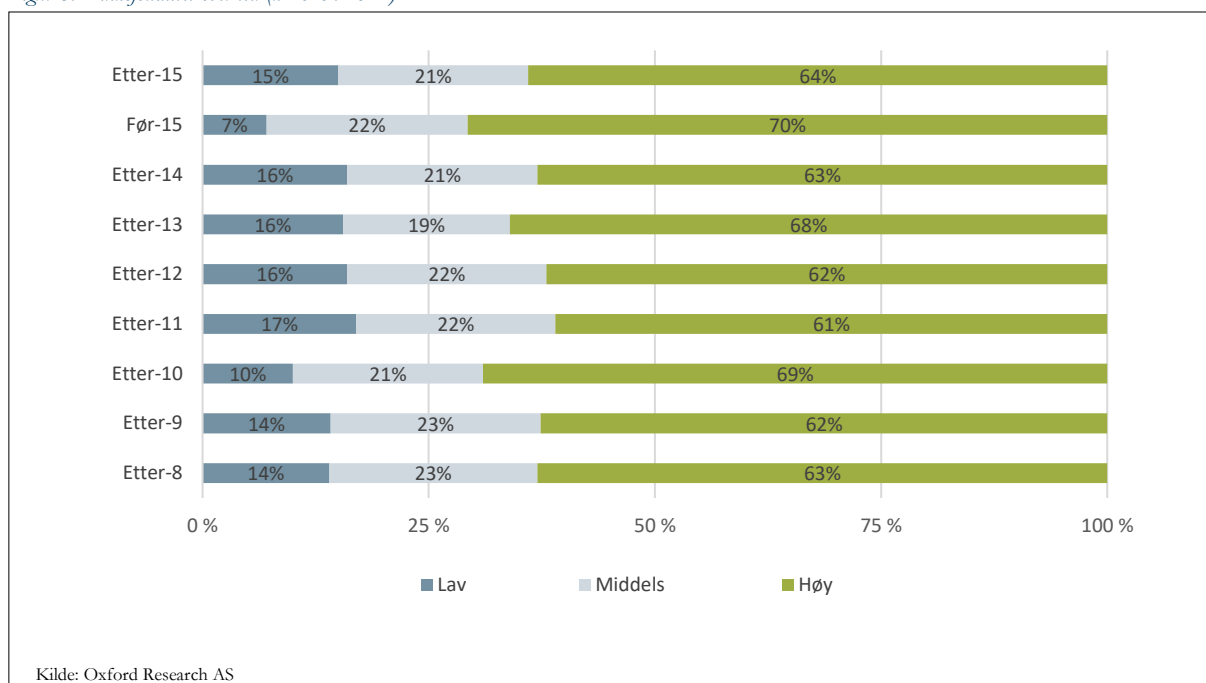
<sup>5</sup> For en diskusjon av input-addisjonalitet og innovasjon, se Georghiou og Clarysse (2006). En diskusjon av input-addisjonaliteten i måling av innsats mot bedrifter i Norge finnes bl.a. i Alsos et al. (2006).

<sup>6</sup> Forutsetningen som ligger til grunn for dette, er at adferden endres i en fordelaktig retning, selv om en i evalueringssammenheng også må være oppmerksom på mulige negative effekter (OECD, 2005).

Norge og den andre har. Dermed er antagelsen uholdbar og bedriftene eller ideene sannsynligvis ikke sammenlignbare på sentrale parametere. Dette gjør addisjonalitet vanskelig å måle og å etterprøve. Gjennom kundeffektundersøkelsene har vi likevel gjort forsøk på det.

Neste figur viser addisjonaliteten i Før- og Etterundersøkelsene for 2015, samt Etterundersøkelsene for 2008- til 2014-årgangene. Resultatene viser at andelen høy og middels addisjonalitet – som i alle årganger - har gått ned fra før- til Etterundersøkelsen, mens andelen lav addisjonalitet har gått markant opp. Det er altså flere av kundene som i retrospekt mener at prosjektet kunne vært gjennomført uten bistand fra Innovasjon Norge. Det er likevel svært stabilt nivå når vi sammenligner addisjonaliteten med de øvrige Etterundersøkelsene. Det er viktig å understreke at det mest rendyrkede addisjonalitetsmålet fås gjennom Førundersøkelsen. I Etterundersøkelsen er addisjonalitetsmålet vel så mye en parameter på prosjektets suksess og kompleksitet. Dette innebærer at det trolig er en betydelig grad av etterrasjonalisering inne i kundenes vurderinger.

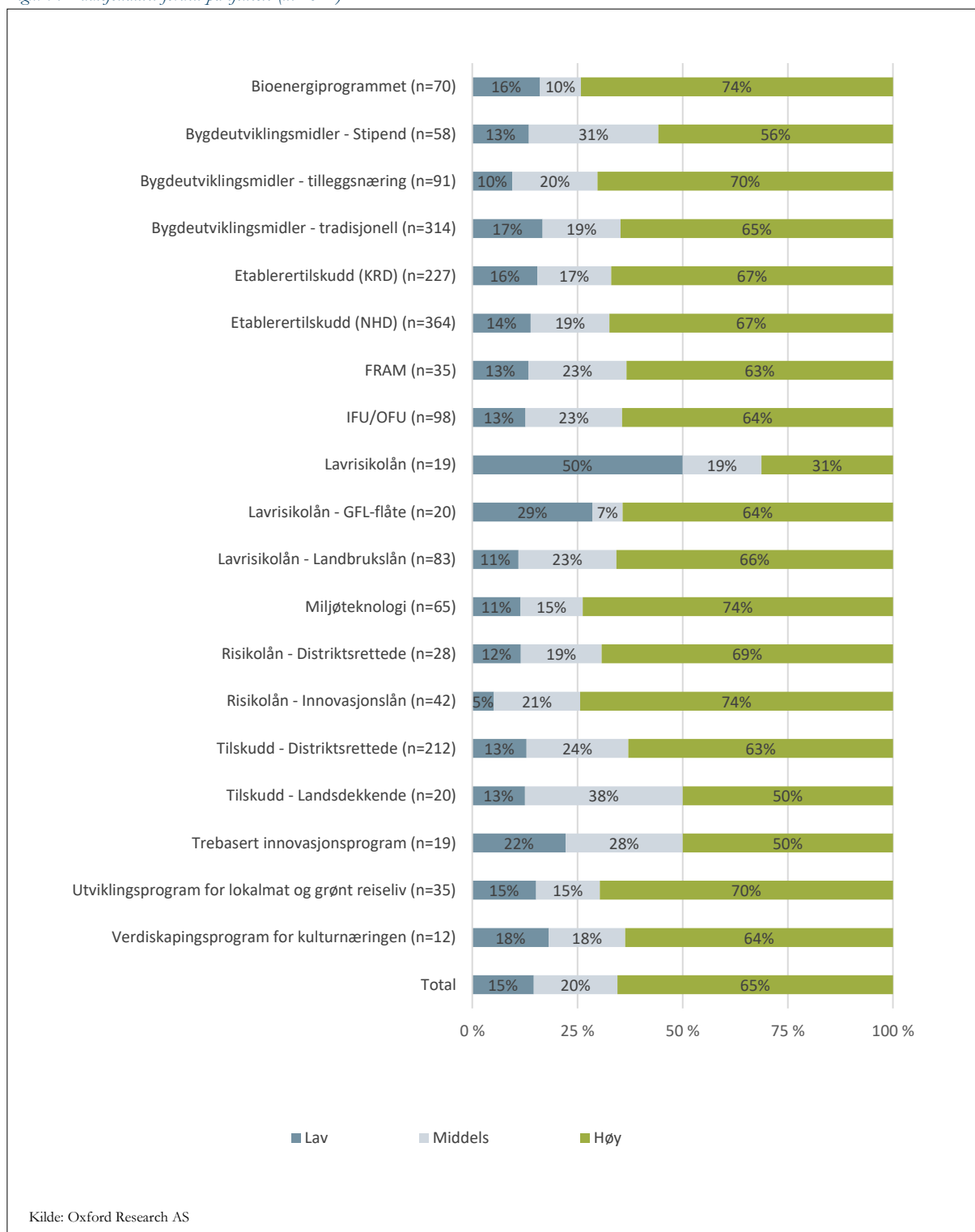
Figur 8: Addisjonalitet over tid (n-2015: 1622)



#### 5.4.1 Addisjonalitet etter tjeneste

Dersom vi ser på ulike nivåer på addisjonalitet mellom tjeneste, er det tjenestene Risikolån – Innovasjonslån, Bioenergiprogrammet og Miljøteknologi som har de høyeste andelen høy addisjonalitet (alle 74 prosent). Av disse var Risikolån – Innovasjonslån den eneste tjenesten som også i fjorårets undersøkelse hadde en topplassering. I fjorårets undersøkelse var Lavrisikolån på en delt andreplass. I årets undersøkelse skårer denne tjenesten desidert lavest (31 prosent). At denne gruppen hadde så høy addisjonalitet i fjorårets undersøkelse ble tolket som at disse kundene da ikke hadde mulighet til å få det samme lånet gjennom kommersielle aktører. Dette har i så fall endret seg. Andre tjenester med lave andeler høy addisjonalitet i årets undersøkelse er Trebasert innovasjonsprogram og Tilskudd - Landsdekkende (begge 50 prosent).

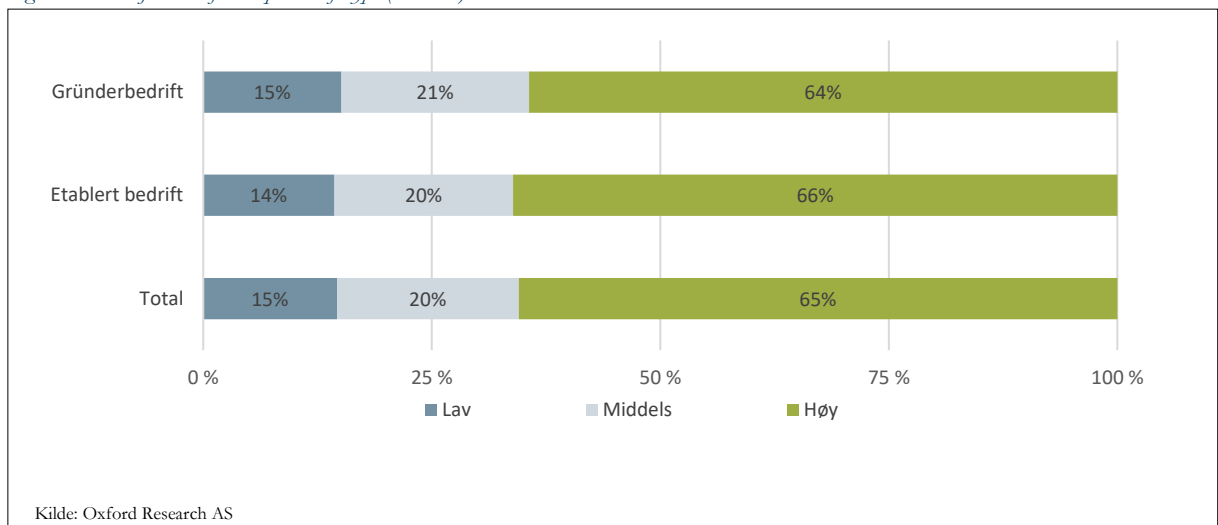
Figur 9: Addisjonalitet fordelt på tjeneste (n: 1622)



#### 5.4.2 Addisjonalitet etter bedriftstype

Når vi analyserer addisjonalitet ut fra bedriftenes alder på søknadstidspunktet, finner vi – som i undersøkelsene av de fire foregående årgangene - at det er små forskjeller mellom gründerne og de etablerte bedriftene når vi betrakter andelen som har oppgitt høy addisjonalitet.

Figur 10: Addisjonalitet fordelt på bedriftstype (n: 1622)







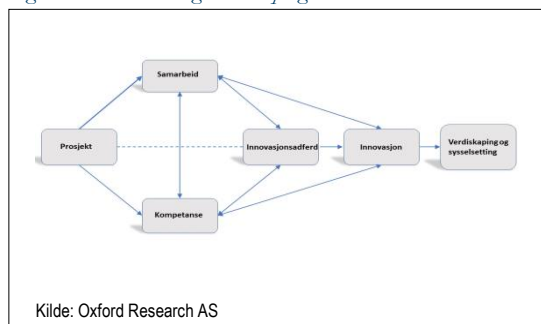
## 6. Samarbeid

- 83 prosent av prosjektene har ført til økt samarbeid med ulike aktører. Dette er en økning på fem prosentpoeng fra 2013-årgangen.
- I gjennomsnitt har prosjektene ført til samarbeid med 3,3 aktører. Det tilsvarende tallet for 2014-årgangen var på 2,9 aktører, mens det for 2013-årgangen var på 3,2 aktører og for 2012-årgangen 3,0 aktører.
- Samlet sett viser indikatorene de høyeste nivåene for samarbeid som er målt de siste årene.

Innovasjon Norge legger stor vekt på at prosjektene skal bidra til samarbeid, kompetanseheving og innovasjon. I de påfølgende kapitlene ser vi nærmere på hvilke ”myke” effekter virksomhetene har oppnådd gjennom prosjektene. Samarbeid er hovedfokus i dette kapitlet, mens vi i de etterfølgende går nærmere inn på prosjektene bidrag til kompetanse, ulike atferdsendringer og innovasjon.

Samarbeid med andre aktører er viktig av flere grunner. Før det første kan det bidra til at bedriftene får tilgang på ressurser som de ellers ikke ville ha vært i stand til, og gjennom det blir mer konkurransedyktige. For det andre er samarbeid med andre en viktig faktor for å skape innovasjon. Gjennom samarbeid med andre kan bedriftene få nye impulser som gjør at de endrer atferd og ikke ”låser seg inn” i vante måter å gjøre ting på. Indikasjoner på at prosjektene fører til økt samarbeid er derfor en side ved Innovasjon Norges engasjement som det er grunn til å se nærmere på.

Figur 11: Samarbeid og verdiskaping



For å kartlegge prosjektene samarbeidsbidrag er bedriftene spurt om prosjektet har ført til økt samarbeid med følgende aktører:

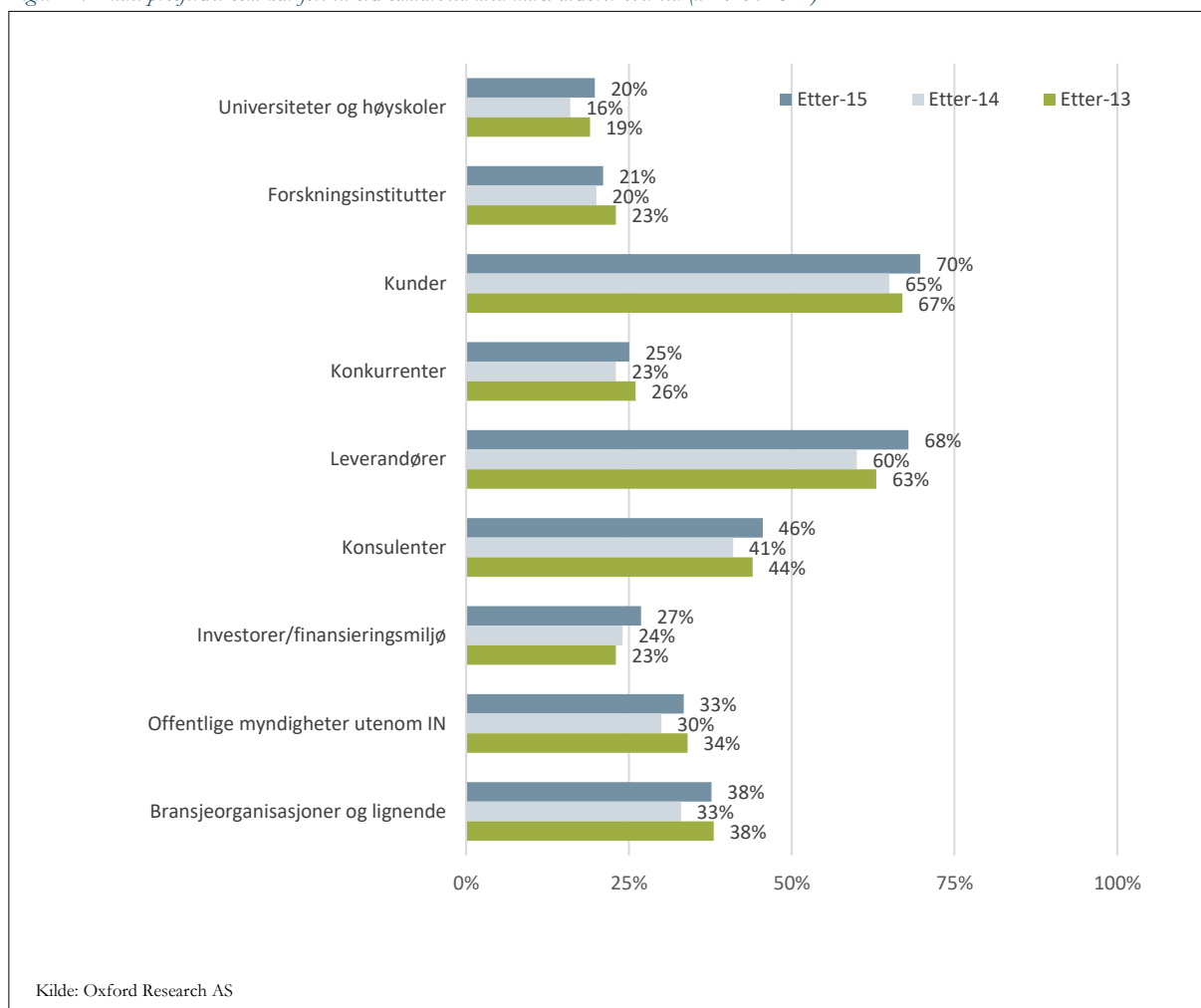
- Universitet og høyskole
- Forskningsinstitutt
- Kunder
- Konkurrenter
- Leverandører
- Konsulenter
- Investorer/finansieringsmiljø
- Offentlige myndigheter utenom Innovasjon Norge
- Bransjeorganisasjoner og lignende

Som i tidligere etterundersøkelser har prosjektene i størst grad ført til økt samarbeid med kunder (70 prosent) og leverandører (68 prosent). Dersom en ser resultatene samlet, er det er 83 prosent av virksomhetene som oppgir at prosjektene har ført til økt samarbeid med ulike aktører. Dette er en betydelig økning fra nivået i forrige etterundersøkelse (78 prosent), og er nå på et historisk høyt nivå.

Vi har sett nærmere på utviklingen av samarbeid med ulike aktørgrupper fra 2013- til 2015-årgangene. Som neste figur viser, har resultatene hatt en nedgang fra 2013 til 2014 og deretter økt i 2015. Sammenligner en 2015-årgangen med 2014-årgangen har økning i samarbeid for alle aktørene. Økningen er størst for bidraget til samarbeid med leverandører (8 prosentpoeng) og kunder (5 prosentpoeng), mens økningen i skårene for de resterende stort sett ligger på 2-3 prosentpoeng.

En mulig årsak til denne utviklingen kan være at bedriftene ble noe mer risikoaverse som følge av oljeprisnedgangen som kom for fullt i juni 2014. Fallet i oljeprisen fortsatte også inn i 2015, men det hadde ikke negativ påvirkning på samarbeid mellom aktører. En mulig forklaring er at tiltakene som aktørene som følge av økt usikkerhet i økonomien allerede ble utført i 2014, slik at samarbeidsaktørene hadde økt kapasitet for samarbeid i 2015.

Figur 12: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid med ulike aktører over tid (n-2015: 1812)



## 6.1 SAMARBEID ETTER TJENESTE

Neste tabell gir en oversikt over andelen som samarbeider med de ulike aktørene etter tjeneste. Som det fremgår av tabellen, varierer samarbeidsbidraget sterkt mellom de ulike tjenestene. Det er stort sett de samme tjenestene som skårer gjennomgående høyt på samarbeid med de ulike aktørgruppene. Det samlede samarbeidsbidraget er høyest for Risikolån – innovasjonslån, Tilskudd – landsdekkende, IFU/OFU og EU-Horizon 2020. Dette er alle tjenester der det er et sterkt fokus på innovasjon og utviklingsaktiviteter, og som en følge av det, samarbeid.

Tabell 11: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid etter tjeneste (n: 1348)

	UoH	Forskningsinstitutt	Kunder	Konkurrenter	Leverandører	Konsulenter	Investorer/ finansieringsmiljø	Offentlige myndigheter utenom IN	Bransjeorganisasjoner og lignede
<b>Bioenergiprogrammet (n=70)</b>	10 %	10 %	52 %	29 %	78 %	45 %	15 %	37 %	40 %
<b>Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=58)</b>	11 %	13 %	78 %	60 %	78 %	61 %	10 %	52 %	55 %
<b>Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=91)</b>	18 %	20 %	92 %	58 %	80 %	54 %	17 %	51 %	63 %
<b>Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=314)</b>	8 %	12 %	57 %	20 %	73 %	46 %	24 %	33 %	46 %
<b>Etablerertilskudd (KRD) (n=227)</b>	36 %	32 %	84 %	40 %	76 %	57 %	42 %	42 %	47 %
<b>Etablerertilskudd (NHD) (n=364)</b>	39 %	33 %	85 %	23 %	71 %	56 %	46 %	37 %	38 %
<b>FRAM (n=35)</b>	24 %	28 %	72 %	43 %	68 %	50 %	16 %	32 %	44 %
<b>IFU/OFU (n=98)</b>	46 %	47 %	92 %	9 %	78 %	57 %	36 %	51 %	40 %
<b>Lavrisikolån (n=19)</b>	15 %	33 %	75 %	33 %	67 %	67 %	21 %	31 %	23 %
<b>Lavrisikolån - GFL-flåte (n=20)</b>	30 %	36 %	64 %	57 %	80 %	43 %	36 %	36 %	43 %
<b>Lavrisikolån - Landbrukslån (n=83)</b>	6 %	8 %	67 %	30 %	77 %	39 %	21 %	41 %	49 %
<b>Miljøteknologi (n=65)</b>	39 %	48 %	92 %	9 %	84 %	53 %	42 %	45 %	40 %
<b>Risikolån - Distriktsrettede (n=28)</b>	29 %	30 %	92 %	26 %	85 %	58 %	48 %	45 %	44 %
<b>Risikolån - Innovasjonslån (n=42)</b>	24 %	35 %	93 %	12 %	79 %	51 %	38 %	39 %	37 %
<b>Tilskudd - Distriktsrettede (n=212)</b>	28 %	31 %	85 %	46 %	81 %	60 %	34 %	41 %	49 %
<b>Tilskudd - Landsdekkende (n=20)</b>	53 %	50 %	94 %	62 %	93 %	79 %	54 %	64 %	67 %
<b>Trebasert innovasjonsprogram (n=19)</b>	35 %	41 %	75 %	23 %	61 %	67 %	33 %	47 %	40 %
<b>Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv (n=35)</b>	21 %	33 %	81 %	44 %	78 %	48 %	25 %	47 %	68 %
<b>Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=12)</b>	11 %	0 %	60 %	71 %	63 %	50 %	30 %	33 %	60 %
<b>Total</b>	26 %	27 %	78 %	31 %	76 %	53 %	33 %	40 %	46 %

Kilde: Oxford Research AS

## 6.2 SAMARBEID HOS GRÜNDERE OG ETABLERTE BEDRIFTER

Når vi analyserer samarbeid ut fra bedriftenes alder, er det et tydelig skille mellom gründerne og etablerte bedrifter. Prosjektene har i større grad ført til økt samarbeid for gründerne. Forskjellen i samarbeidsbidrag er aller størst for samarbeid med investorer og finansieringsmiljø (15 prosentpoeng). I 2014-undersøkelsen var forskjellen mellom gründerne og etablerte bedrifter størst på samarbeid på Universitetet og høyskoler.

En medvirkende årsak til dette kan være at de etablerte bedriftene i større grad har etablert finansiering av sine prosjekter mens gründerbedrifter er mer avhengige av å komme i kontakt med investorer for å finansiere sine prosjekter i en vekstfase.

Universiteter og høyskoler er det samarbeidsfeltet med nest størst forskjell på gründerne og etablerte bedrifter (12 prosentpoeng). En årsakene til det kan være at gründerbedrifters i større grad oppsøker forskning og utviklingsmiljøer for å utløse innovasjon.

I absolutt skår så fører prosjekter til samarbeid i størst grad med kunder og leverandører. Dette gjelder både gründerbedrifter og de etablerte bedriftene. Grunnen til det kan være at kunder og leverandører er kritiske i verdikjedene til både etablerte og gründerbedrifter.

Tabell 12: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid etter bedriftstype (n: 1348)

	UoH	Forskingsinstitutt	Kunder	Konkurrenter	Leverandører	Konsulenter	Investorer/ finansieringsmiljø	Offendelige myndigheter utenom IN	Bransjeorganisasjoner og lignende
<b>Etablert bedrift</b>	21 %	24 %	74 %	30 %	76 %	51 %	27 %	38 %	46 %
<b>Gründerbedrift</b>	33 %	31 %	83 %	34 %	76 %	57 %	42 %	43 %	45 %
<b>Total</b>	26 %	27 %	78 %	31 %	76 %	53 %	33 %	40 %	46 %

Kilde: Oxford Research AS

## 6.3 SAMLET BIDRAG TIL SAMARBEID

I det foregående har vi sett nærmere på om prosjektene har ført til økt samarbeid med ulike aktører. I det videre vil vi se nærmere på prosjektenes samlede bidrag til samarbeid, det vil si i hvilken grad de ulike prosjektene har bidratt til økt samarbeid med flere aktører. Figur 13, og 14 illustrerer dette nærmere.

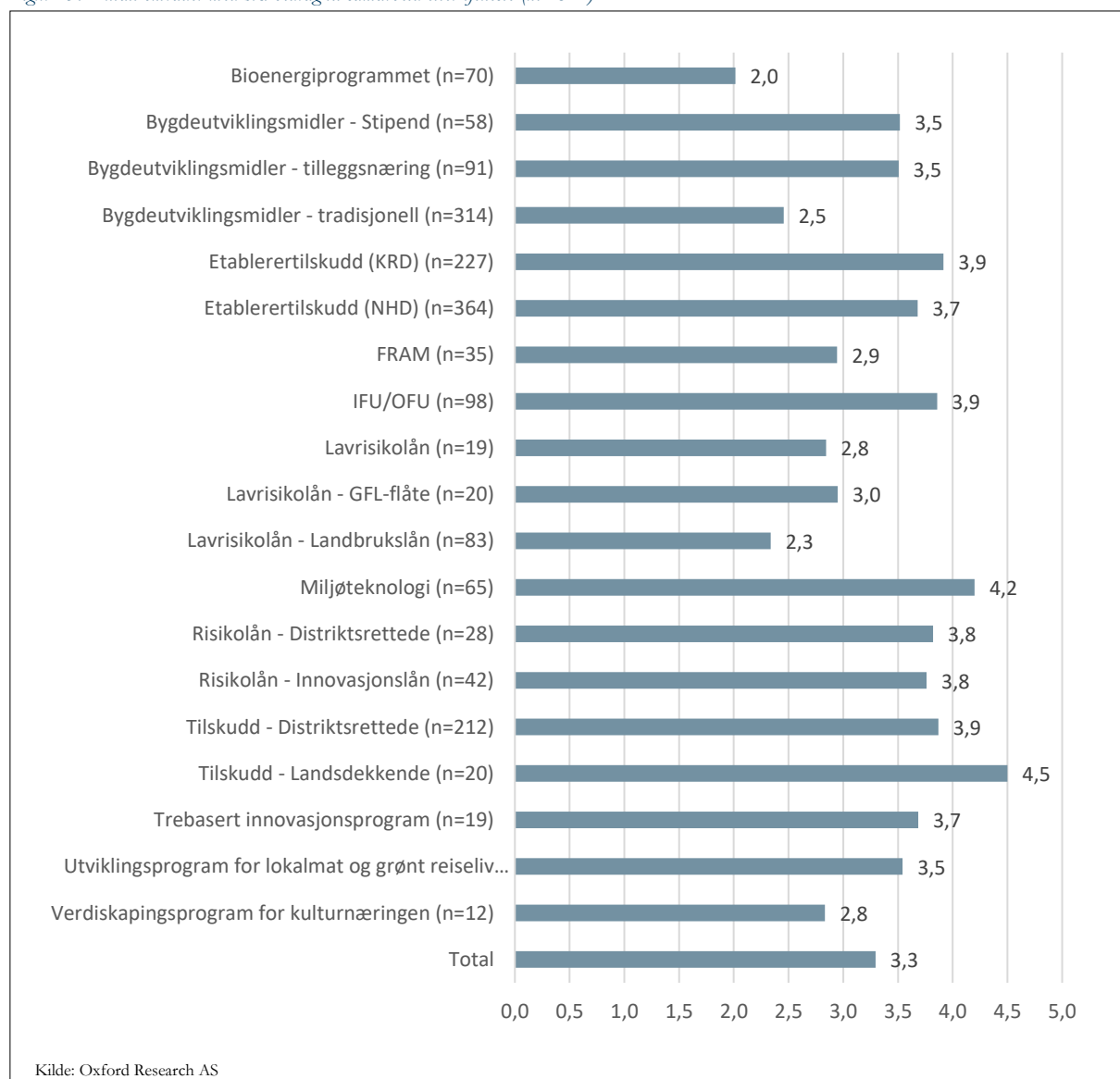
### 6.3.1 Samlet samarbeidsbidrag etter tjeneste

Totalt har prosjektene ført til økt samarbeid med gjennomsnittlig 3,3 aktører i 2015-undersøkelsen. Det er klar oppgang fra 2014-årgangen, hvor det tilsvarende tallet lå på 2,9 aktører. Resultatforskjellen er imidlertid ikke så stor fra 2013-kullet da bidraget lå på 3,2 aktører.

Dersom en går inn på de ulike tjenestene, viser figuren under at det samlede samarbeidsbidraget er høyest for Landsdekkende tilskudd (4,5 aktører). Samarbeidsbidraget er også høyt for Miljøteknologi (4,2) Etablerertilskudd NHD (3,9 aktører), IFU/OFU (3,9 aktører) og Risikolån – innovasjonslån (3,8 aktører). Dette er alle tjenester som har anselig fokus på utvikling og innovasjon. Det totale bidraget til samarbeid er lavest for Bioenergiprogrammet (2 aktører), Lavrisikolån - Landbrukslån (2,3) og Bygdeutviklingsmidler – Tradisjonell (2,5 aktører)

Bioenergiprogrammet har også skåret lavest tidligere, men har økt fra 1,4 i 2014. En mulig medvirkende årsak til det, er at det er snakk om tjenester som retter seg mot spesialiserte aktører.

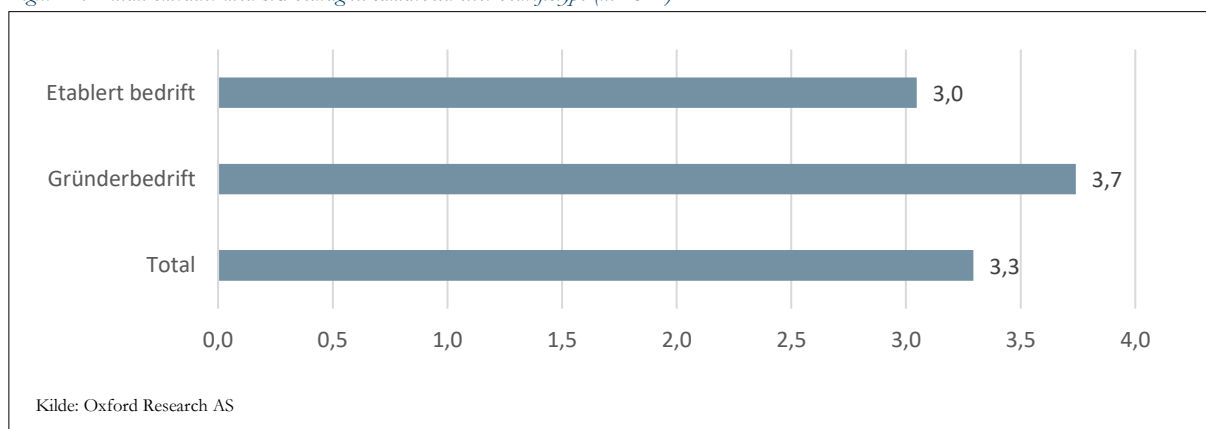
Figur 13: Antall områder med økt bidrag til samarbeid etter tjeneste (n: 1812)



### 6.3.2 Samlet samarbeidsbidrag for gründere og etablerte bedrifter

Vi har også sett nærmere på hvorvidt det er forskjeller i prosjektenes samarbeidsbidrag ut fra bedriftstype. De unge bedriftenes prosjekter (gründere) har et betydelig høyere samarbeidsbidrag enn de etablerte bedriftenes. Nivået for gründere ligger i snitt på 3,7 aktører, mens samarbeidsbidraget for etablerte bedrifter ligger på 3,0 aktører. Vi ser nok en gang at bidragene utløser mer samarbeid for gründerbedriftene. Sammenlignet med 2014-årgangen er det en økning i antall samarbeidsbidrag på 0,3 aktører for gründere og 0,1 for etablerte bedrifter. Resultatene er nå på omtrent likt nivå med 2013-årgangen.

Figur 14: Antall områder med økt bidrag til samarbeid etter bedriftstype (n: 1812)

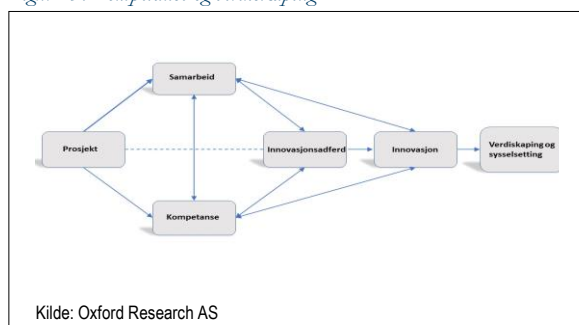


## 7. Bidrag til kompetanseutvikling

- Overordnet svarer 75 prosent at de har fått økt kompetanse på minst ett kompetanseområde i stor grad (skår 4 og 5). Dette er det høyeste nivået for økt kompetanse de siste seks årene.
- I gjennomsnitt fører prosjektene/aktivitetene til kompetanseøkning på 3,3 av 12 mulige områder. Den tilsvarende verdien målt i Etterundersøkelsen 2014 var 3,0.

At prosjektene skal føre til kompetanseutvikling i bedriftene er ett av Innovasjon Norges mål. Kompetanseheving kan bidra til innovasjon og dermed verdiskaping på sikt, som illustrert i figuren nedenfor.

Figur 15: Kompetanse og verdiskaping



For å kartlegge i hvilken grad Innovasjon Norge når dette målet, har vi i Etterundersøkelsen med spørsmål om kompetanseeffekter. Bedriftene ble spurt om i hvilken grad prosjektet har ført til økt kompetanse på følgende områder:

- Produktutvikling
- Tjenesteutvikling
- Prosessutvikling
- Markedsutvikling
- Strategi
- Organisasjon og ledelse
- Rekruttering og opplæring av ansatte
- Økonomi, budsjetter og økonomistyring
- Opparbeiding av bedre nettverk
- Internasjonalt samarbeid
- Internasjonale markeder
- Eksport

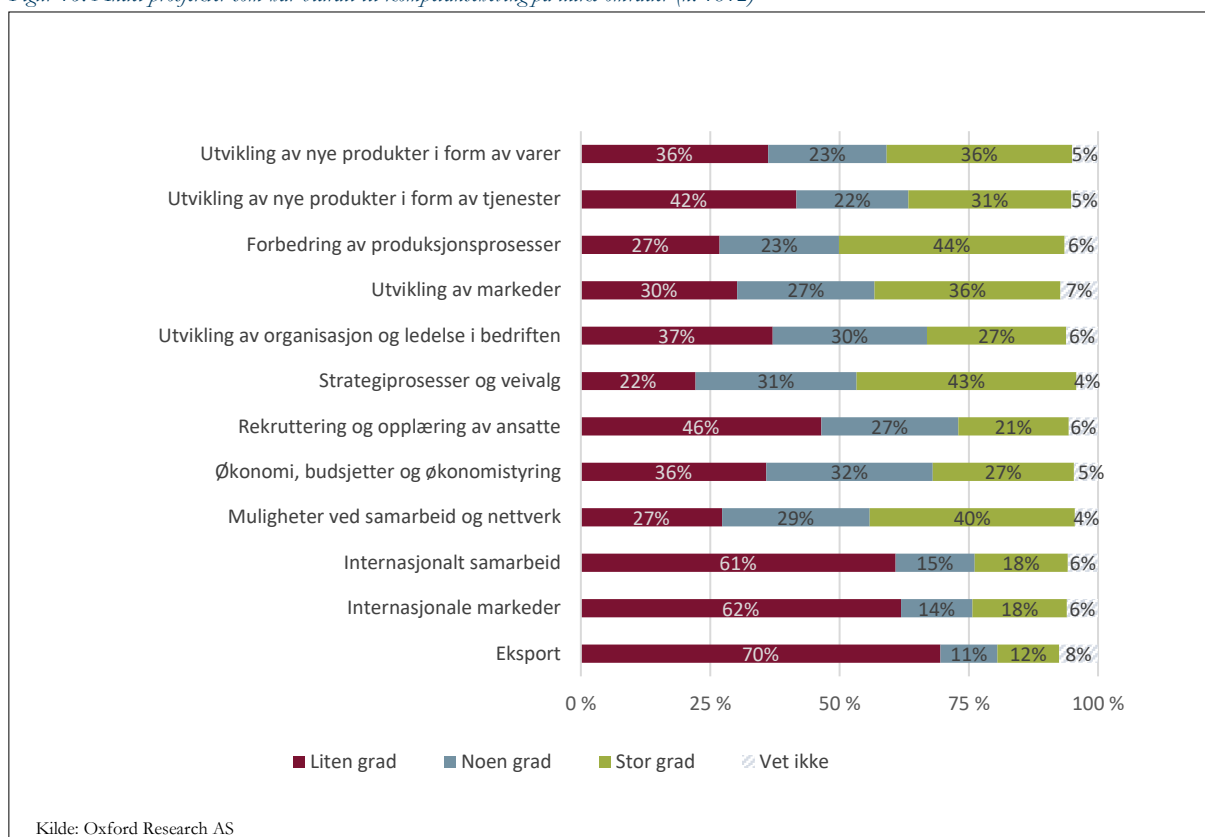
Andelen prosjekter som i stor grad har ført til økt kompetanse på minst ett kompetanseområde (skår 4 og 5) er 75 prosent. Dette er en økning på to prosentpoeng fra Etterundersøkelsen 2014, hvor nivået var 73 prosent. Dermed finner vi det høyeste nivået for økt kompetanse som er målt de siste seks årene.



Neste figur viser hvilken betydning prosjektene har hatt for de tolv ulike kompetanseområdene. Fordelt på underområdene er det en rekke kategorier som har hatt en nedgang. Kombinert med at totalen har hatt en økning, betyr det at kompetansehevingen som har forekommet er mer spisset enn tidligere. Det er flere som i stor grad har hatt en økning på bare ett område, mens færre har i stor grad hatt kompetanseøkning på flere områder. Kategoriene med størst grad av kompetanseutvikling er i 2015-årgangen prosessutvikling (44 prosent), strategi og veivalg (43 prosent), muligheter ved samarbeid og nettverk (40 prosent). Den sist nevnte kategorien har økt med 4 prosentpoeng sammenlignet med 2014-utgaven.

I likhet med de foregående årgangene er det kompetanseutvikling knyttet til internasjonalisering og eksport som har lavest andel kompetanseheving. Det er liten endring sammenlignet med 2014-årgangen.

Figur 16: Andel prosjekter som har bidratt til kompetanseheving på ulike områder (n: 1812)



## 7.1 KOMPETANSE ETTER TJENESTE

I neste tabell har vi kartlagt andelen prosjekter som i stor grad (skår 4 og 5) har ført til økt kompetanse på de ulike områdene fordelt på de forskjellige tjenestene. Det overordnede bildet er at det er store forskjeller mellom de ulike tjenestene. Tjenestene med lavest antall respondenter får store svingninger i resultatene, og må behandles med varsomhet.

De to tjenestene som har meget høyt nivå på tvers av kompetanseområdene er IFU/OFU og Risikolån – Innovasjonslån. Tilskudd - Landsdekkende har en svært høy skår, men har kun 20 respondenter. De to tjenestene som skårer jevnt over lavest her er Bioenergiprogrammet, Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell og Lavrisiko - Landbrukslån.

Tabell 13: Andel prosjekter som har ført til økt kompetanse etter tjeneste (n: 1725)

	Utvikling av nye produkter i form av varer	Utvikling av nye produkter i form av tjenester	Forbedring av produksjonsprosesser	Utvikling av markeder	Utvikling av organisasjon og ledelse i bedriften	Strategiprosesser og valg	Rekruttering og opplæring av ansatte	Økonomi, budsjett og økonomistyring	Muligheter ved samarbeid og nettverk	Internasjonalt samarbeid	Internasjonale markeder	Eksporert
Bioenergiprogrammet (n=70)	14 %	11 %	33 %	16 %	9 %	17 %	5 %	19 %	22 %	5 %	0 %	0 %
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=58)	46 %	32 %	41 %	45 %	18 %	43 %	9 %	29 %	45 %	4 %	5 %	2 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=91)	43 %	29 %	42 %	52 %	31 %	47 %	14 %	21 %	49 %	6 %	7 %	2 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=314)	11 %	5 %	60 %	10 %	16 %	29 %	17 %	34 %	21 %	2 %	2 %	0 %
Etablerertilskudd (KRD) (n=227)	46 %	45 %	34 %	49 %	32 %	53 %	16 %	30 %	51 %	29 %	32 %	17 %
Etablerertilskudd (NHD) (n=364)	55 %	49 %	36 %	47 %	27 %	46 %	19 %	26 %	43 %	29 %	30 %	18 %
FRAM (n=35)	30 %	30 %	33 %	33 %	37 %	43 %	37 %	30 %	47 %	13 %	13 %	10 %
IFU/OFU (n=98)	63 %	59 %	31 %	56 %	36 %	56 %	31 %	21 %	52 %	42 %	46 %	34 %
Lavrisikolån (n=19)	24 %	12 %	53 %	18 %	35 %	24 %	29 %	18 %	12 %	6 %	6 %	6 %
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=20)	12 %	6 %	41 %	6 %	35 %	53 %	29 %	35 %	35 %	18 %	6 %	6 %
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=83)	15 %	10 %	53 %	16 %	15 %	30 %	23 %	34 %	20 %	3 %	1 %	1 %
Miljøteknologi (n=65)	63 %	36 %	45 %	47 %	23 %	53 %	33 %	20 %	58 %	33 %	30 %	23 %
Risikolån - Distriktsrettede (n=28)	33 %	41 %	48 %	41 %	26 %	33 %	30 %	22 %	33 %	26 %	30 %	15 %
Risikolån - Innovasjonslån (n=42)	50 %	50 %	33 %	57 %	31 %	50 %	40 %	24 %	36 %	45 %	45 %	45 %
Tilskudd - Distriktsrettede (n=212)	45 %	50 %	44 %	50 %	39 %	53 %	26 %	22 %	55 %	26 %	26 %	19 %
Tilskudd - Landsdekkende (n=20)	53 %	41 %	24 %	65 %	59 %	71 %	35 %	24 %	76 %	41 %	41 %	24 %
Trebasert innovasjonsprogram (n=19)	32 %	16 %	37 %	32 %	16 %	37 %	21 %	11 %	42 %	16 %	5 %	0 %
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv (n=35)	33 %	27 %	24 %	58 %	33 %	42 %	18 %	21 %	67 %	0 %	3 %	3 %
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=12)	27 %	18 %	9 %	27 %	45 %	36 %	18 %	27 %	45 %	9 %	9 %	9 %
Total	36 %	18 %	44 %	36 %	27 %	43 %	21 %	27 %	40 %	18 %	18 %	12 %

Kilde: Oxford Research AS

## 7.2 KOMPETANSE BLANT GRÜNDERE OG ETABLERTE BEDRIFTER

I den neste tabellen viser vi prosjektenes kompetansebidrag fordelt på bedriftstype. Gründerprosjekter har gjennomgående høyere kompetansebidrag enn prosjektene i de etablerte bedriftene i alle kategorier. En mulig tolkning er et etablerte bedrifter allerede har den nødvendige kompetansen og interne kompetansehevingsstrategier.

Tabell 14: Andel prosjekter som har ført til økt kompetanse etter bedriftstype (n: 1725)

	Utvikling av nye produkter i form av varer	Utvikling av nye produkter i form av tjenester	Forbedring av produksjonsprosesser	Utvikling av markeder	Utvikling av organisasjon og ledelse i bedriften	Strategiprosesser og valg	Rekruttering og opplæring av ansatte	Økonomi, budsjett og økonomistyring	Muligheter ved samarbeid og nettverk	Internasjonalt samarbeid	Internasjonale markeder	Eksport
<b>Etablert bedrift</b>	30 %	25 %	45 %	31 %	25 %	40 %	21 %	26 %	37 %	15 %	15 %	10 %
<b>Gründerbedrift</b>	46 %	42 %	41 %	44 %	30 %	47 %	22 %	29 %	44 %	23 %	25 %	15 %
<b>Total</b>	36 %	31 %	44 %	36 %	27 %	43 %	21 %	27 %	40 %	18 %	18 %	12 %

Kilde: Oxford Research AS

## 7.3 SAMLET BIDRAG TIL ØKT KOMPETANSE

I dette kapittelet har vi frem til nå sett på i hvilken grad prosjektene som Innovasjon Norge har medfinansiert, har ført til økt kompetanse på enkeltområder. Ut fra et innovasjonssystemperspektiv er det imidlertid også interessant å kartlegge i hvilken grad prosjektene har bidratt til økt kompetanse i stor grad (skår 4 og 5) på flere områder. Et høyt antall områder med kompetansebidrag peker på at prosjektet kan være av en mer sammensatt og kompleks natur. Det gjør at bidraget blir vanskelig å kopiere, noe som vil gi et bedre grunnlag for å skape mer vedvarende konkurransefortrinn for bedriftene.

I det følgende vil vi se nærmere på det samlede kompetansebidraget ut fra bakgrunnsvariablene tjeneste og bedriftstype.

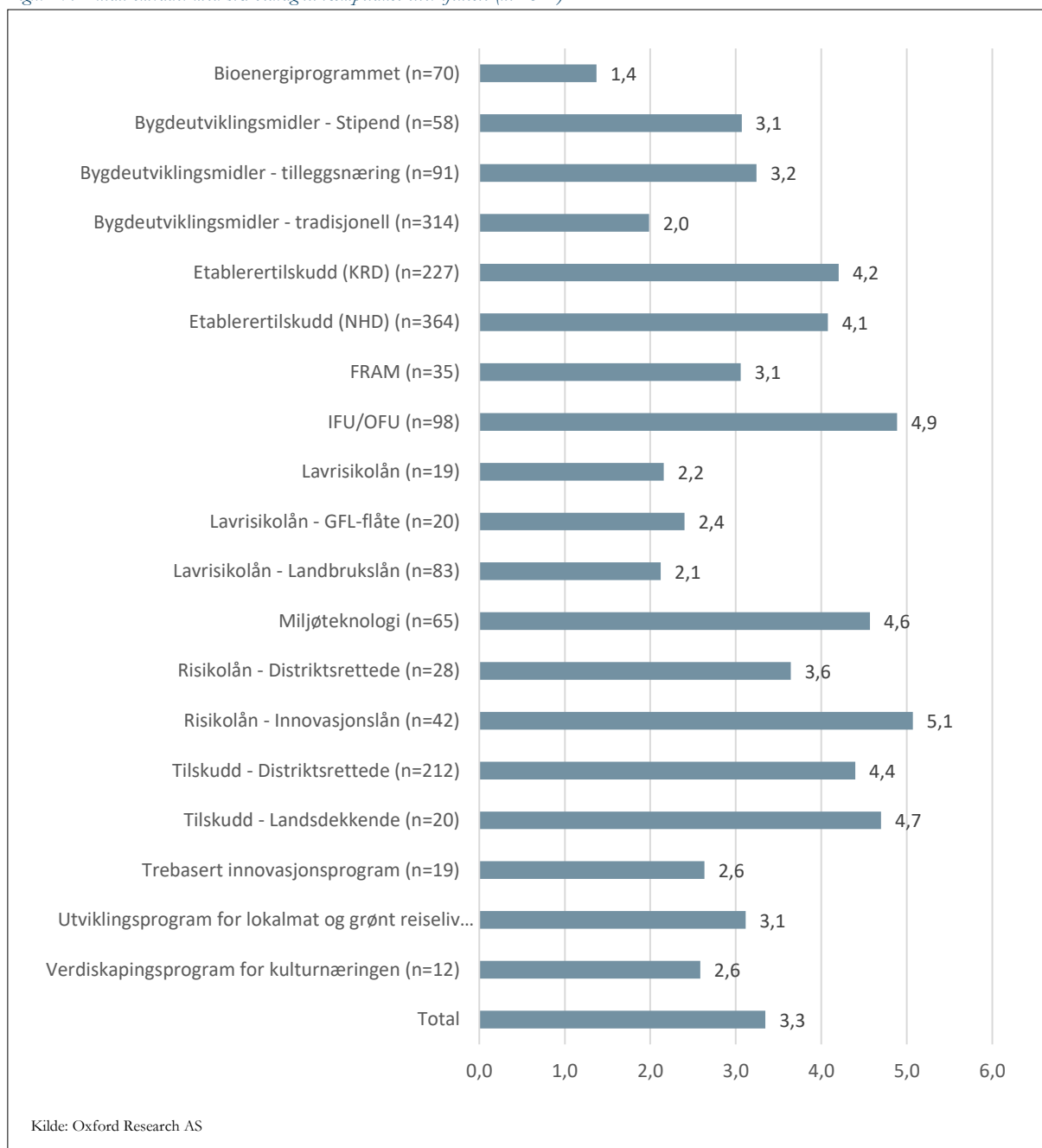
### 7.3.1 Samlet kompetansebidrag etter tjeneste

I den neste figuren gis det en oversikt over antall kompetanseområder de ulike tjenestene i stor grad (skår 4 og 5) har ført til økt kompetanse på. Totalt fører prosjektene til kompetanseøkning på 3,3 av tolv mulige områder.

Dersom en ser nærmere på kompetansebidraget for de ulike tjenestene, er det stor variasjon mellom dem. De programmene med høyest kompetansebidrag er Risikolån - Innovasjonslån (5,1 områder), og IFU/OFU (4,9 områder).

De to tjenestene som skårer lavest på kompetansebidrag er Bioenergiprogrammet (1,4 områder) og Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell (2,0 områder).

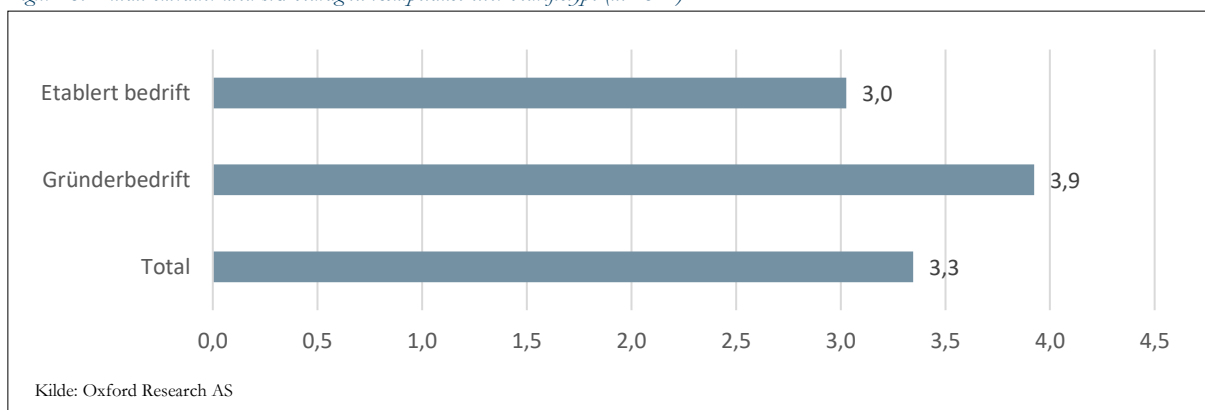
Figur 17: Antall områder med økt bidrag til kompetanse etter tjeneste (n: 1812)



### 7.3.2 Samlet kompetansebidrag etter bedriftstype

Det er de yngre bedriftene som i større grad får utbytte av kompetanseheving fra leveransene fra Innovasjon Norge. Dette har nok sammenheng med at yngre bedrifter med mindre erfaring har større behov for kompetanseheving i utviklingen av sin bedrift. Av neste figur fremgår det tydelig at gründerne (3,9 områder) i større grad enn de etablerte (3,0 områder) får et større kompetansebidrag. For de etablerte bedriftene utgjør det en økning i kompetansebidrag på 0,4 områder i snitt sammenliknet med 2014-undersøkelsen.

Figur 18: Antall områder med økt bidrag til kompetanse etter bedriftstype (n: 1812)



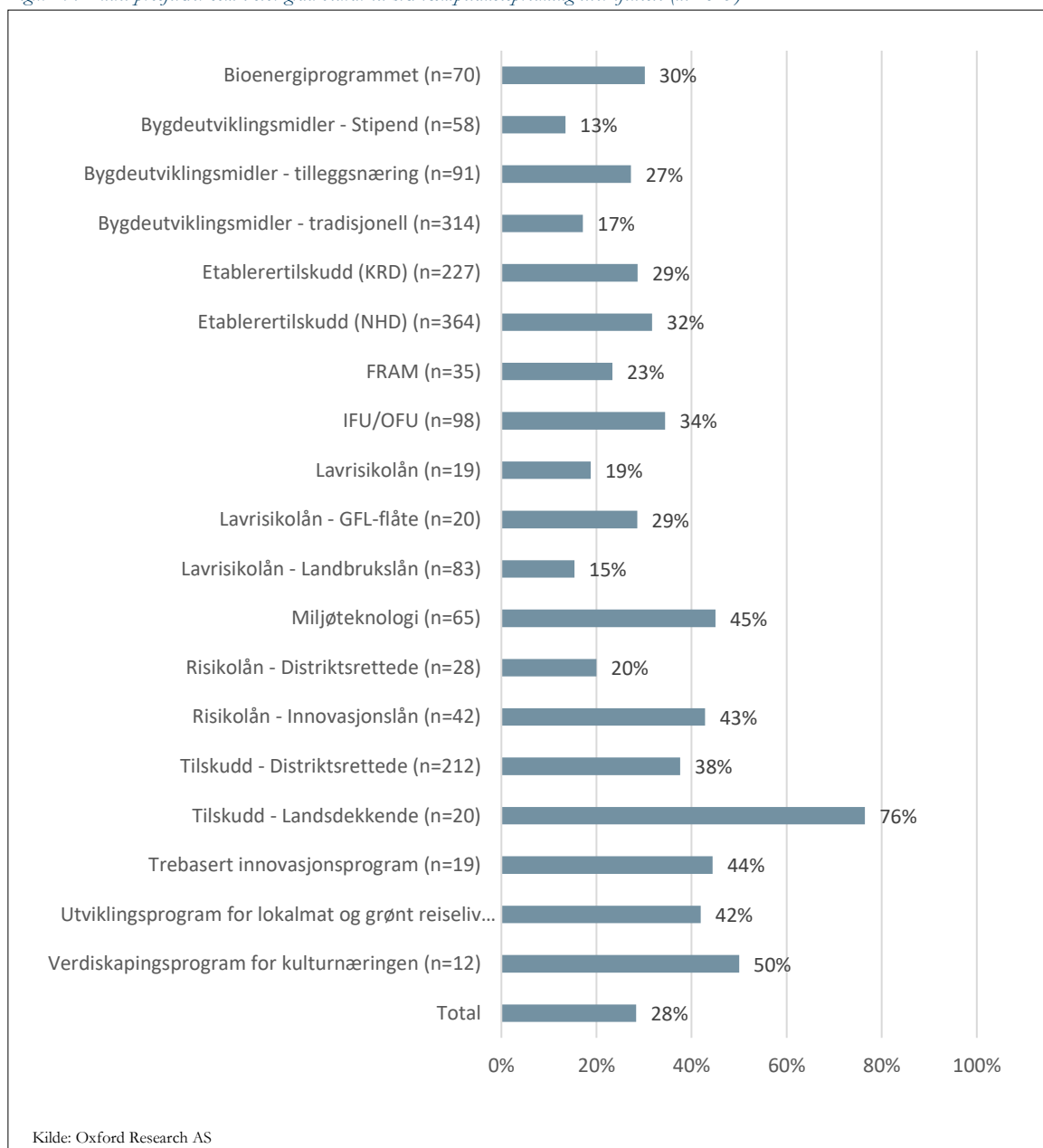
## 7.4 KOMPETANSESPREDNING

Dette delkapittelet handler om i hvilken grad den kompetansen som er opparbeidet gjennom prosjektet har blitt spredd utenfor egen bedrift. Samlet har 28 prosent av prosjektene ført til kompetansespredning i stor grad. Dette er en økning på 5 prosentpoeng sammenlignet med 2014-årgangen.

### 7.4.1 Kompetansespredning etter tjeneste

I figuren under vises kompetansespredningen for de ulike tjenestene. Kompetanse har i størst grad blitt spredd utenfor bedriften for mottakerne av Tilskudd – Landsdekkende (76 prosent) og Miljøteknologi (45 prosent). Verdiskapningsprogram for kulturnæringen viser en høy grad av kompetansespredning (50 prosent), men her er det kun 12 respondenter. De som skårer lavest her er Bygdeutviklingsmidler - Stipend (13 prosent) og Lavrisiko - Landbrukslån (15 prosent).

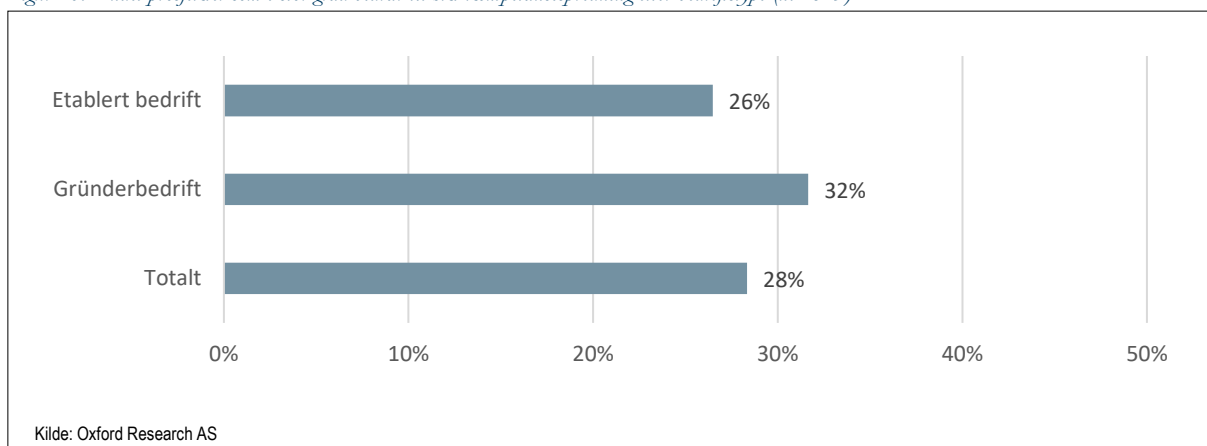
Figur 19: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt kompetansespredning etter tjeneste (n: 1615)



#### 7.4.2 Kompetansespredning etter bedriftstype

Vi har også sett nærmere på i hvilken grad det er forskjeller i kompetansespredning mellom gründerne og etablerte bedrifter. Som i generelle bidrag til kompetanse, er det også gründerne (32 prosent) som har størst kompetansespredning som følge av leveransen fra Innovasjon Norge.

Figur 20: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt kompetansespredning etter bedriftstype (n: 1615)



## 8. Bidrag til innovasjonsadferd

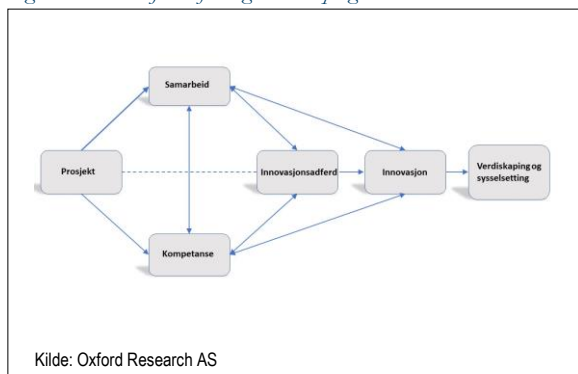
- Prosjektene har i gjennomsnitt bidratt til atferdsendringer på 2,3 områder, som er en økning sammenlignet med 2014- (2,1 områder) og 2013 og 2012-årgangene (2,2 områder). Nivået er klart høyere enn 2011-undersøkelsen (1,8 områder), mens tilsvarende verdier ble rapportert i Etterundersøkelsene fra 2008 til 2010 (2,1-2,2 områder).
- 65 prosent av bedriftene har opplevd atferdsendring på ett eller flere områder, noe som er klar økning sammenlignet med 2010-, 2011- 2012- 2013- og 2014-årgangene (60,61, 62 , 63 og 61 prosent).
- Gründerbedriftenes prosjekter bidrar til atferdsendring på 2,7 områder, på samme nivå som i 2014-undersøkelsen. De etablerte bedriftene kan vise til atferdsendring på 2,1 områder, noe utgjør en økning på 0,4 områder sammenlignet med forrige undersøkelse.

Ulike aspekter ved bedriftenes atferd har betydning for deres konkurransefortrinn og hvilke resultater de oppnår. Gjennom kundeffektundersøkelsen kartlegger vi også ulike dimensjoner koblet opp mot adferdsaddisjonalitet (se kapittel 5). Atferdsmessige endringer som studeres gjennom Kundeffektundersøkelsen, er blant annet knyttet til virksomhetenes strategi, kompetanseutvikling, samarbeids- og nettverksutvikling samt måten bedriftene jobber med innovasjon på. Tankegangen er at bedriftene vil stå bedre rustet ovenfor fremtidige utfordringer om det fokuseres ytterligere på disse områdene.

Atferdsendringene er knyttet til følgende faktorer:

- Økt fokus på utvikling og innovasjon
- Økt fokus på utviklings- og endringsprosesser i bedriften
- Bedre utnyttelse av kunnskap
- Større kunnskap om hvordan forskningsresultater kan nyttiggjøres
- Ansettelse av nye medarbeidere
- Kompetanseutvikling hos meg selv/medarbeiderne
- Å se nye muligheter i internasjonalt samarbeid
- Utvikling av samarbeid/nettverk

Figur 21: Innovasjonsatferd og verdiskaping

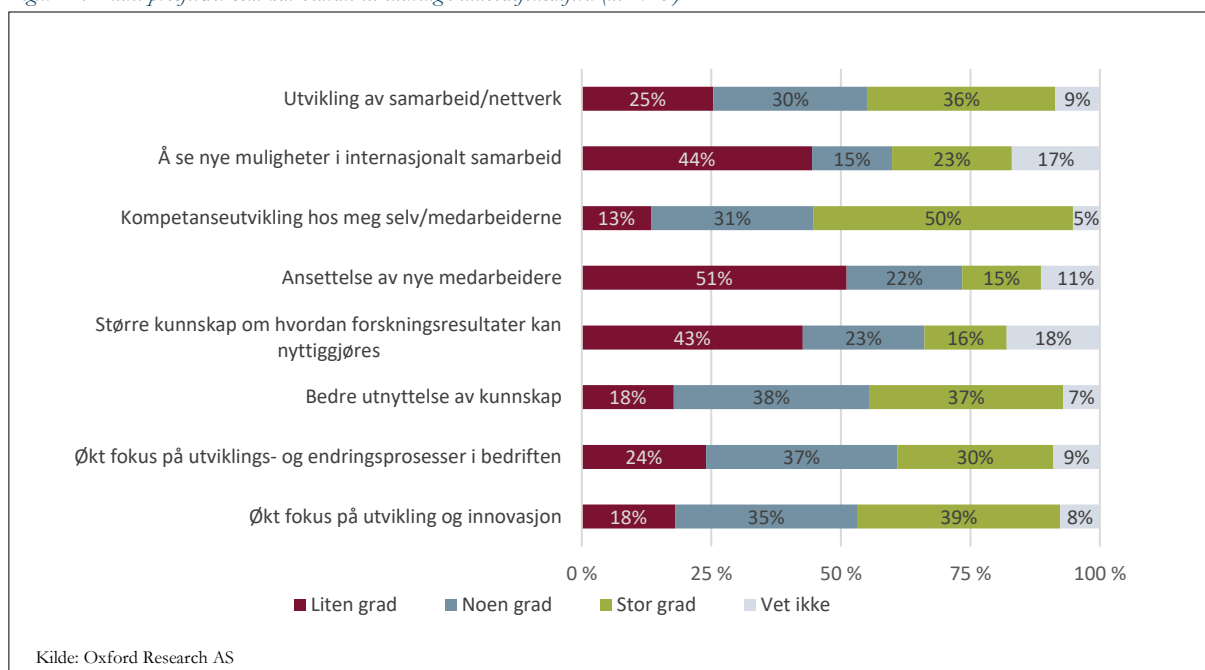




Neste figur viser i hvilken grad prosjektene har påvirket bedriftenes innovasjonsatferd. Når vi ser på andelen som svarer i stor grad og sammenligner med Etterundersøkelsen 2014, ser vi for samtlige indikatorer at resultatene enten er like eller endres med inntil fire prosentpoeng. Områdene hvor prosjektene har hatt størst betydning for innovasjonsadferden er – som i fjorårets undersøkelse - kompetanseutvikling hos meg selv/medarbeiderne (50 prosent, 47 prosent i 2014), økt fokus på utvikling og innovasjon (39 prosent, 37 prosent i 2014), bedre utnyttelse av kunnskap (37 prosent, 33 prosent i 2014), utvikling av samarbeid/nettverk (36 prosent, 34 prosent i). Dette er om lag de samme områdene hvor prosjektene hadde det største bidraget for 2014-årgangen.

Som i fjorårets undersøkelse har prosjektene har hatt minst betydning for ansettelse av nye medarbeidere (15 prosent, 12 prosent i 2014) og større kunnskap om hvordan forskningsresultater kan nyttiggjøres (16 prosent, 13 prosent i 2014). Dette var de to indikatorene som skåret lavest også for 2013-årgangen.

Figur 22: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjonsatferd (n: 1725)



Overordnet har 65 prosent av bedriftene opplevd atferdsendring på ett eller flere områder. Dette er på nivå med 2010-, 2011-, 2012- og 2013-årgangene (60, 61, 62 og 63 prosent), mens andelen for 2014-årgangen var 61 prosent. I årets undersøkelse finner vi dermed det høyeste nivået på denne indikatoren som er målt de siste åtte årene.

## 8.1 ATFERDSENDING ETTER TJENESTE

I den neste tabellen vises prosjektenes bidrag til atferdsendringer i stor grad (skår 4 og 5) fordelt etter tjeneste. Som tabellen viser, er bidraget til atferdsendring svært ulikt mellom tjenestene. IFU/OFU, Etablerertilskudd (NHD og KRD) og Risikolån - Innovasjonslån skårer høyt her. Mil-

jøteknologi skårer vesentlig høyere på atferdsendring og har fått en sterk økning i antall respondenter i år sammenlignet med 2014-undersøkelsen. En forklaring kan være en større generell satsning på «grønt skifte».

Dersom en ser bort fra de fire tjenestene som har svært få respondenter, er bidraget til atferdsendringer gjennomgående lavest for Bioenergiprogrammet, Lavrisikolån – Landbrukslån, Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell. Disse tjenestene i hovedsak støtter ulike investeringer i utstyr til produksjon- og ikke humankapital.

Tabell 15: Andel prosjekter som har ført til økt innovasjonsatferd etter tjeneste (n: 1725)

	Økt fokus på utvikling og innovasjon	Økt fokus på utviklings- og endingsprosesser i bedriften	Bedre utnyttelse av kunnskap	Større kunnskap om hvordan forskningsresultater kan nyttegjøres	Ansettelse av nye medarbeidere	Kompetanseutvikling hos meg selv/medarbeidene	Å se nye muligheter i internasjonalt samarbeid	Utvikling av samarbeid/netverk
Bioenergiprogrammet (n=70)	17 %	13 %	22 %	6 %	3 %	33 %	0 %	14 %
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=58)	27 %	25 %	30 %	11 %	2 %	59 %	11 %	38 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=91)	37 %	33 %	41 %	9 %	12 %	47 %	7 %	48 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=314)	19 %	25 %	30 %	8 %	7 %	36 %	1 %	15 %
Etablerertilskudd (KRD) (n=227)	46 %	32 %	38 %	20 %	15 %	54 %	36 %	47 %
Etablerertilskudd (NHD) (n=364)	54 %	31 %	41 %	23 %	18 %	61 %	43 %	44 %
FRAM (n=35)	37 %	23 %	37 %	13 %	27 %	50 %	10 %	33 %
IFU/OFU (n=98)	66 %	38 %	52 %	32 %	26 %	71 %	52 %	49 %
Lavrisikolån (n=19)	12 %	24 %	24 %	6 %	18 %	24 %	12 %	18 %
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=20)	18 %	24 %	35 %	18 %	18 %	53 %	12 %	18 %
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=83)	25 %	22 %	27 %	4 %	9 %	33 %	3 %	11 %
Miljøteknologi (n=65)	69 %	38 %	44 %	30 %	25 %	61 %	41 %	61 %
Risikolån - Distriktsrettede (n=28)	44 %	30 %	37 %	26 %	22 %	52 %	37 %	33 %
Risikolån - Innovasjonslån (n=42)	57 %	33 %	45 %	14 %	50 %	52 %	50 %	36 %
Tilskudd - Distriktsrettede (n=212)	49 %	43 %	48 %	19 %	19 %	59 %	35 %	55 %
Tilskudd - Landsdekkende (n=20)	65 %	41 %	41 %	12 %	24 %	59 %	53 %	76 %
Trebasert innovasjonsprogram (n=19)	26 %	16 %	42 %	21 %	5 %	58 %	11 %	47 %
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv (n=35)	39 %	27 %	27 %	12 %	9 %	42 %	3 %	52 %
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=12)	18 %	27 %	27 %	0 %	18 %	64 %	9 %	45 %
<b>Total</b>	<b>39 %</b>	<b>30 %</b>	<b>37 %</b>	<b>16 %</b>	<b>15 %</b>	<b>50 %</b>	<b>23 %</b>	<b>36 %</b>

Kilde: Oxford Research AS

## 8.2 ATFERDSENDRING ETTER BEDRIFTSTYPE

Som for de fleste andre indikatorene vi måler, har gründere flere prosjekter som har medført større grad av endring i innovasjonsatferd enn de etablerte bedriftene. Dette gjelder for alle områdene, men forskjellen i bidrag er – nøyaktig som i de fire foregående årenes undersøkelser - særlig stor for økt fokus på utvikling og innovasjon, utvikling av samarbeid/nettverk, kompetanseutvikling hos meg selv og medarbeiderne samt å se nye muligheter i internasjonalt samarbeid. Her skårer gründerne fra 9 til 14 prosentpoeng høyere. Det er mindre forskjell mellom gründerne og de etablerte bedriftene i 2015-utgaven enn året før. Gründerne vil ofte ha et ressursmessig svakere utgangspunkt enn de etablerte bedriftene og resultatene vi finner innebærer at Innovasjon Norge gjennom prosjektene er med på å gi dem en mer solid utviklingsplattform.

Tabell 16: Andel prosjekter som har ført til økt innovasjonsatferd etter bedriftsalder (n: 1725)

	Økt fokus på utvikling og innovasjon	Økt fokus på utviklings- og endringsprosesser i bedriften	Bedre utnyttelse av kunnskap	Større kunnskap om hvordan forskningsresultater kan nyttiggjøres	Ansettelse av nye medarbeidere	Kompetanseutvikling hos meg selv/medarbeiderne	Å se nye muligheter I internasjonalt samarbeid	Utvikling av samarbeid/nettverk
<b>Etablert bedrift</b>	35 %	29 %	37 %	13 %	14 %	47 %	18 %	33 %
<b>Gründerbedrift</b>	46 %	32 %	38 %	21 %	17 %	56 %	32 %	42 %
<b>Total</b>	39 %	30 %	37 %	16 %	15 %	50 %	23 %	36 %

Kilde: Oxford Research AS

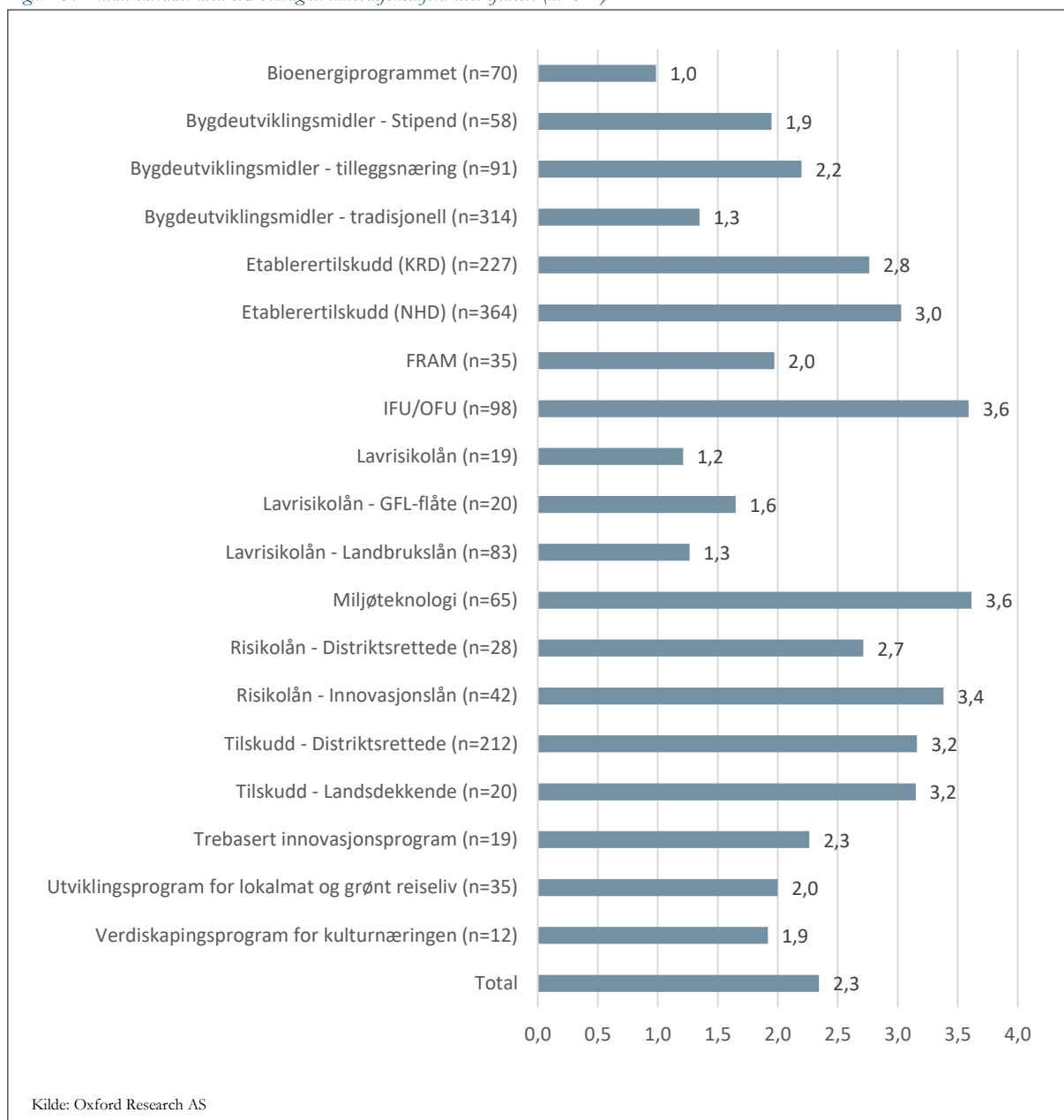
## 8.3 SAMLET BIDRAG TIL ATFERDSENDRING

Den neste figuren viser antall områder som prosjektet i stor grad (skår 4 og 5) har ført til atferdsendring på etter tjeneste. Totalt har prosjektene i gjennomsnitt bidratt til atferdsendringer på 2,3 områder. Dette innebærer en liten økning sammenlignet med Etterundersøkelsen i 2014 og på nivå med i 2013 og 2012 (2,2 områder), som i sin tur innebar en klar økning fra 2011-undersøkelsen (1,8 områder).

### 8.3.1 Samlet bidrag til atferdsendring etter tjeneste

Også for det samlede bidraget til atferdsendringer er det stor variasjon i resultatene mellom de ulike tjenestene. Det høyeste nivået finner vi for Miljøteknologi og IFU/OFU (3,6 områder) samt Risikolån - Innovasjonslån (3,4 områder). Blant de tre tjenestene som bidrar mest til adferdsendring er det kun IFU/OFU som også skåret blant de høyeste i 2014-undersøkelsen. Tjenester som hovedsakelig finansierer realkapital, som Lavrisikolån - Landbrukslån (1,3 områder), Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (1,3 områder), Bioenergiprogrammet (1 områder), medfører i minst grad atferdsendring. Dette er i tråd med tidligere etterundersøkelser.

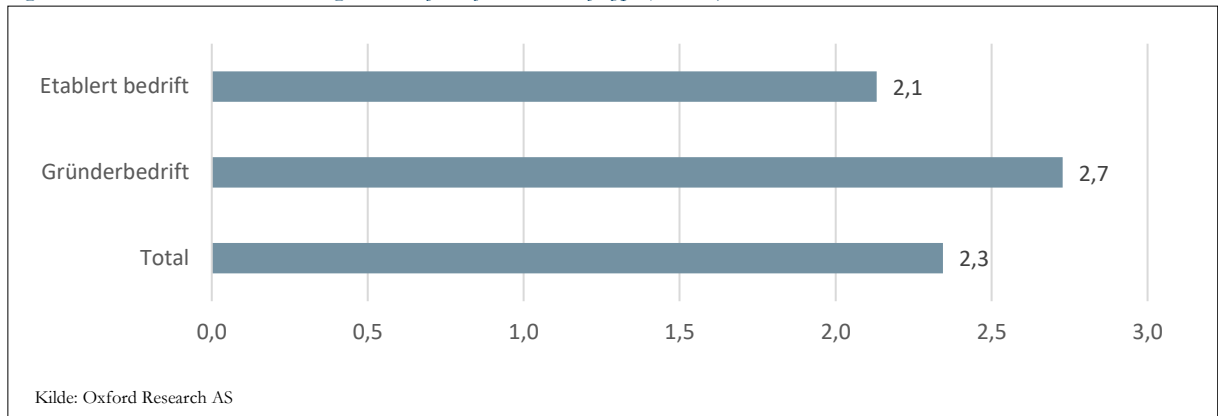
Figur 23: Antall områder med økt bidrag til innovasjonsatferd etter tjeneste (n:1812)



### 8.3.2 Samlet bidrag til atferdsendring etter bedriftstype

Vi har også kartlagt i hvilken grad det er forskjeller i det samlede bidraget til atferdsendring ut fra bedriftstype. Som for både samarbeid og kompetanse er det slik at bidraget til adferdsendring er størst for gründere (2,7 områder). For de etablerte bedriftene har prosjektene i gjennomsnitt bidratt til atferdsendringer på 1,7 områder. En mulig forklaring på dette er at etablerte virksomheter i større grad enn gründerbedrifter har innarbeidede rutiner og handlingsmønstre som er vanskeligere, eller tar lengre tid å endre.

Figur 24: Antall områder med økt bidrag til innovasjonsatferd etter bedriftstype (n: 1812)

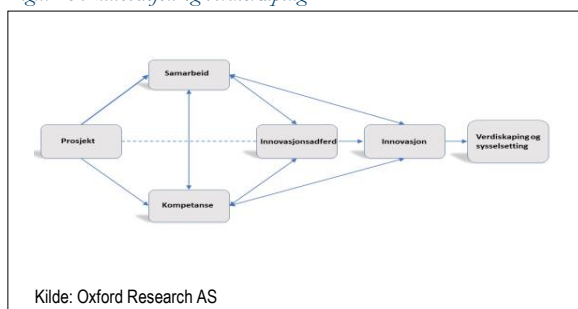


## 9. Innovasjon

- Flest prosjekter har ført til utvikling og forbedring av varer (61 prosent), mens færrest har bidratt til organisasjonsutvikling (20 prosent). Sammenlignet med resultatene for 2014-årgangen har innovasjonsbidraget økt med ett prosentpoeng for tre av fem hovedindikatorer.
- I gjennomsnitt bidrar prosjektene til innovasjon i stor grad (skår 4 og 5) på 2,7 av 17 områder. Dette er det høyeste nivået for alle årganger helt tilbake til 2010.
- Blant de som har utviklet nye varer, representerer 40 prosent av dem noe helt nytt, mens det tilsvarende tallet for tjenester og produksjonsprosesser ligger på 35 og 19 prosent. Andelen helt nye varer og tjenester har økt med henholdsvis ett og tre prosentpoeng fra 2014-årgangen.

Økt grad av samarbeid, kompetanseutvikling og endringer i måten bedriftene jobber på, kan føre til at bedriftene utvikler nye varer, tjenester, produksjonsprosesser eller endrer måten de tilnærmer seg eksisterende og nye markeder på (markedsinnovasjon). Det kan også føre til endringer i måten bedriftene organiserer sine aktiviteter på (organisatorisk innovasjon). Prosjektens bidrag til ulike typer innovasjon er en svært sentral målsetting for Innovasjon Norge.

Figur 25: Innovasjon og verdiskaping



I det videre ser vi nærmere på prosjektenes medvirkning til innovasjon. Følgende dimensjoner inngår i operasjonaliseringen av innovasjon<sup>7</sup>:

### A. Utvikling og forbedring av varer

- Utvikling av helt ny vare
- Forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende vare

### B. Utvikling og forbedring av tjenester

- Utvikling av en helt ny tjeneste
- Forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende tjeneste

### C. Utvikling og forbedring av produksjonsprosesser

- Utvikling av helt nye produksjonsprosesser
- Effektivisering av eksisterende produksjonsprosesser
- Utvikling av metoder for lagring, levering og/eller distribusjon

<sup>7</sup> Operasjonaliseringen er gjort slik at spørsmålene i størst mulig grad skal være i samsvar med Community Innovation Survey (CIS).

#### D. Markedsutvikling og/eller endret markedsføring

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

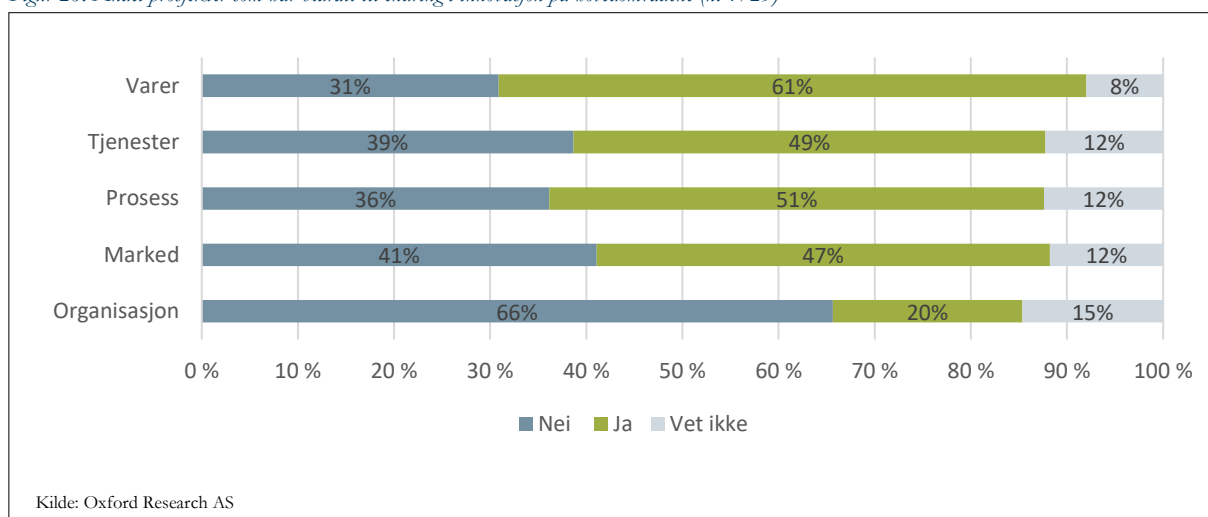
#### E. Organisasjonsutvikling

- Nye ledelsesfunksjoner og/eller strukturer
- Ny forretningsmodell
- Nye opplæringsystemer, arbeidsprosedyrer eller kvalitetsstyring
- Nye metoder for organisering av arbeidsansvar og beslutningsprosedyrer
- Nye metoder for organisering av relasjoner til andre virksomheter eller offentlige institusjoner
- Nye prosesser/metoder for å identifisere kundebehov

### 9.1 INNOVASJON PÅ HOVEDOMRÅDER

I neste figur vises det i hvilken grad prosjektene har bidratt til innovasjon på de fem hovedområdene vare, tjeneste, prosess, marked og organisasjon. Det er flest prosjekter som har ført til utvikling av varer (61 prosent, samme som i 2014), etterfulgt av prosessutvikling (52 prosent, 51 prosent i 2014), tjenesteutvikling (49 prosent, 48 prosent i 2014), markedsutvikling (47 prosent, 49 prosent i 2014) og organisasjonsutvikling (20 prosent, 19 prosent i 2014). Sammenlignet med resultatene for 2014-årgangen, har bidragene til tjenesteutvikling, prosessutvikling og organisasjonsutvikling alle økt med 1 prosentpoeng. Verdien på indikatoren for vareutvikling er uendret, mens bidraget til markedsutvikling har hatt en nedgang på 2 prosentpoeng. Det er med andre ord små endringer over tid det er snakk om her.

Figur 26: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon på hovedområdene (n: 1725)



#### 9.1.1 Bidrag til innovasjon etter tjeneste

I tabellen under har vi undersøkt om det er forskjeller i bidraget til innovasjon ut fra hvilken tjeneste virksomhetene har fått. Fokuset på innovasjon varierer mye mellom de ulike tjenestene, og dette

slår som forventet ut i form av sterk variasjon i resultatene. På tvers av områdene er innovasjonsbidraget størst for Utviklingsprogrammet for lokalmat og grønt reiseliv, Risikolån – Innovasjonslån, Tilskudd – Distriktsrettede og Miljøteknologi, mens det er lavest for Verdiskapingsprogram for kulturnæringen og Lavrisikolån - GFL-flåte. Dette er i stor grad de samme tjenestene som skårer høyt på de andre «myke» indikatorene, samarbeid, kompetanse og innovasjonsatferd. Et annet trekk som er verdt å merke seg, er at Risikolån – Distriktsrettede og Tilskudd – Distriktsrettede også er blant de tjenestene som skårer gjennomgående høyt på innovasjon. Dette er to store og sentrale tjenester innen det distriktpolitiske virkeområdet. Det høye innovasjonsbidraget her indikerer at Innovasjon Norge har vært dyktige til å selekttere gode innovasjonsprosjekter for to sentrale tjenester i distriktene.

Tabell 17: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon etter tjeneste (n: 1223)

	Vare	Tjeneste	Prosess	Marked	Organisasjon
<b>Bioenergiprogrammet (n=70)</b>	55 %	34 %	55 %	19 %	13 %
<b>Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=58)</b>	70 %	45 %	45 %	59 %	21 %
<b>Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=91)</b>	77 %	56 %	56 %	63 %	16 %
<b>Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=314)</b>	53 %	27 %	72 %	14 %	10 %
<b>Etablerertilskudd (KRD) (n=227)</b>	61 %	57 %	39 %	63 %	22 %
<b>Etablerertilskudd (NHD) (n=364)</b>	66 %	54 %	34 %	57 %	19 %
<b>FRAM (n=35)</b>	63 %	50 %	40 %	70 %	33 %
<b>IFU/OFU (n=98)</b>	66 %	56 %	35 %	64 %	20 %
<b>Lavrisikolån (n=19)</b>	59 %	59 %	65 %	47 %	24 %
<b>Lavrisikolån - GFL-flåte (n=20)</b>	41 %	24 %	59 %	12 %	12 %
<b>Lavrisikolån - Landbrukslån (n=83)</b>	48 %	35 %	78 %	22 %	14 %
<b>Miljøteknologi (n=65)</b>	86 %	59 %	53 %	63 %	19 %
<b>Risikolån - Distriktsrettede (n=28)</b>	63 %	67 %	56 %	59 %	26 %
<b>Risikolån - Innovasjonslån (n=42)</b>	67 %	71 %	38 %	74 %	33 %
<b>Tilskudd - Distriktsrettede (n=212)</b>	64 %	69 %	50 %	66 %	32 %
<b>Tilskudd - Landsdekkende (n=20)</b>	53 %	71 %	35 %	71 %	35 %
<b>Trebasert innovasjonsprogram (n=19)</b>	47 %	42 %	42 %	47 %	11 %
<b>Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv (n=35)</b>	70 %	67 %	42 %	76 %	36 %
<b>Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=12)</b>	45 %	55 %	0 %	45 %	18 %
<b>Total</b>	61 %	49 %	51 %	47 %	20 %

Kilde: Oxford Research AS

### 9.1.2 Bidrag til innovasjon etter bedriftstype

I neste tabell har vi kartlagt andelen prosjekter som har ført til innovasjon innen de fem hovedområdene etter bedriftstype. Resultatene viser at det er tydelige forskjeller mellom gründere og etablerte bedrifter når det gjelder prosjektenes bidrag til innovasjon. Gründernes prosjekter bidrar i større grad til vare-, tjeneste- markedsmessig- og organisatorisk innovasjon. Forskjellen i innovasjonsbidrag mellom gründerne og de etablerte bedriftene er aller størst for markedsinnovasjoner.



Her ligger gründerne 14 prosentpoeng høyere. Dette er ikke unaturlig i og med at gründerbedriftene i større grad starter på scratch når det gjelder markeder og markedsutvikling.

Når det gjelder prosessinnovasjon, finner vi at prosjektene til de etablerte bedriftene i større grad bidrar til dette enn hva som er tilfellet for gründerne. Dette er akkurat det samme bildet som ble avdekket for de fire forutgående årgangene. En medvirkende årsak til dette er at mange etablerte bedrifter innen primærnæringene har fått bidrag til prosessinnovasjoner gjennom prosjektet.

Tabell 18: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon etter bedriftstype (n: 1223)

	Vare	Tjeneste	Prosess	Marked	Organisasjon
<b>Etablert bedrift</b>	60 %	46 %	56 %	42 %	19 %
<b>Gründerbedrift</b>	63 %	55 %	43 %	56 %	21 %
<b>Total</b>	61 %	49 %	51 %	47 %	20 %

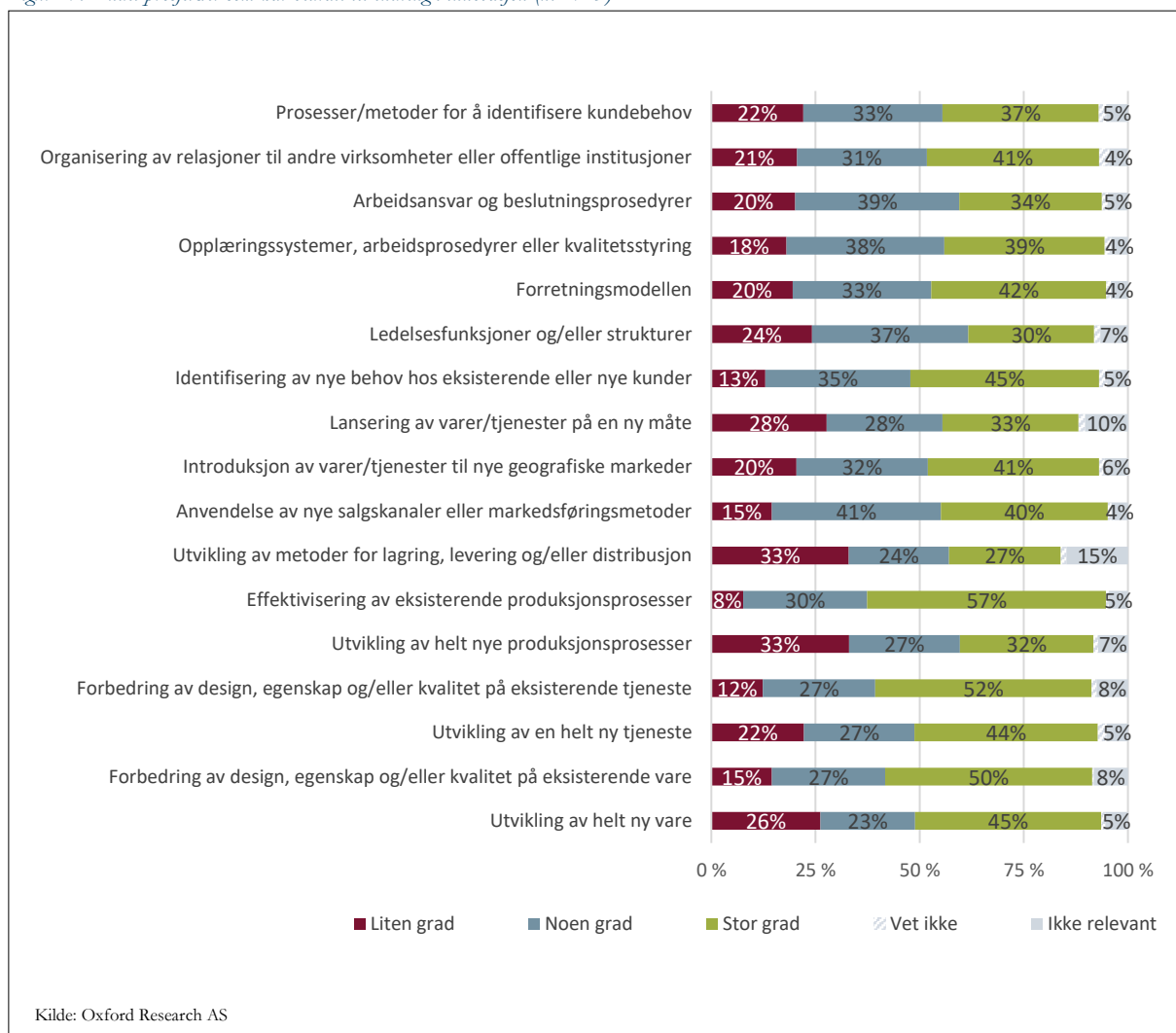
Kilde: Oxford Research AS

## 9.2 BIDRAG TIL INNOVASJON PÅ DELOMRÅDER

De fem hovedområdene av innovasjoner som er omtalt ovenfor, er delt opp i en rekke underspørsmål som ble stilt bedriftene for å utdype hva slags type utvikling prosjektene har bidratt til. I neste figur har vi sett nærmere på hvilke områder prosjektene først og fremst bidrar. Resultatene viser at det er flest prosjekter som i stor grad (skår 4 og 5) har bidratt til effektivisering av eksisterende produksjonsprosesser (57 prosent), forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende tjeneste (52 prosent), forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende vare (50 prosent), identifisering av nye behov hos eksisterende eller nye kunder (45 prosent) og utvikling av helt ny vare (45 prosent). Dette er nøyaktig de samme fem innovasjonsområdene som skåret høyest i 2014-årgangen, men med mindre endringer i indikatorverdiene. Den største endringer finner vi for indikatoren forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende tjeneste, som har hatt en økning på fire prosentpoeng. Ellers er hovedbildet at skåren på de ulike indikatorene er relativt lik.

Sammenlignet med de to foregående årgangene er det verdt å merke seg at prosjektene i noe større grad har bidratt til radikale innovasjoner. Andelen prosjekter som har ført til utvikling av helt ny vare har økt med ett prosentpoeng, andelen som har ført til utvikling av helt ny tjeneste har økt med tre prosentpoeng og andelen som har ført til helt nye produksjonsprosesser er den samme som i 2014-årgangen. Dette innebærer at resultatene er på nivå med eller noe høyere enn for 2012-årgangen. Det er vanskelig å ha noen klar formening om hva utviklingen kan skyldes. En mulig årsak til økningen kan være at det er en noe lavere andel prosjekter som rapporterer om vare- og tjenesteinnovasjon. Dette kan føre til at den relative andelen som satser på radikale innovasjoner blir noe høyere. En annen mulighet kan være at Innovasjon Norges signaler om å prioritere prosjekter med stor innovasjonshøyde har påvirket søknadstilfanget. Det har i så fall i større grad gitt Innovasjon Norge muligheter til å velge ut innovative prosjekter.

Figur 27: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon (n: 1725)



### 9.3 SAMLET BIDRAG TIL INNOVASJON

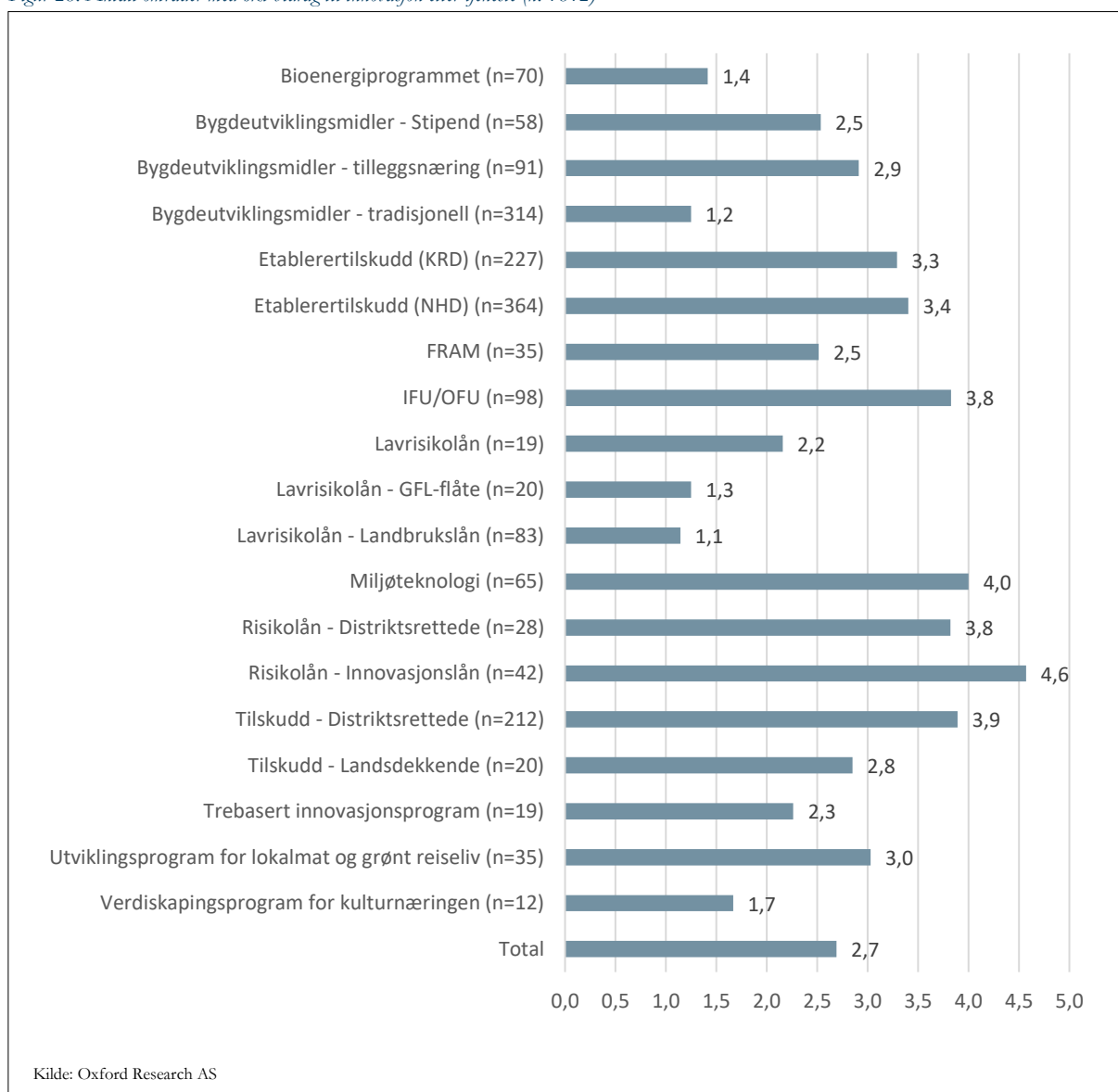
Prosjektene kan spille en vesentlig rolle for bedriftene gjennom at de bidrar sterkt til innovasjon på et enkelt område, men de kan også bidra gjennom at de fører til innovasjon på et bredt spekter av områder og slik sett bidra til å gi virksomhetene konkurransefortrinn. I det følgende vil vi se nærmere på prosjektenes samlede bidrag til innovasjon ut ifra tjeneste og bedriftstype.

#### 9.3.1 Samlet innovasjonsbidrag etter tjeneste

I gjennomsnitt har prosjektene bidratt til innovasjon i stor grad (skår 4 og 5) på 2,7 av 17 områder. Dette er en klar økning sammenlignet med 2012-, 2013- og 2014-årgangene (2,5 områder), som i sin tur var klart høyere enn for både 2011-årgangen (2,0 områder) og 2010-årgangen (2,2 områder). Som figuren under viser, er det imidlertid stor variasjon i resultatene mellom de ulike tjenestene. Prosjektene har i størst grad bidratt til innovasjon for Risikolån - Innovasjonslån (4,6 områder), Miljøteknologi (4,0 områder), Tilskudd - Distriktsrettede (3,9 områder), IFU/OFU (3,8 områder) og Risikolån - Distriktsrettede (3,8 områder). Av disse er IFU/OFU, Risikolån – Innovasjonslån og Risikolån - Distriktsrettede blant de som skåret høyest for 2014-kullet.

Gjennomgående er det samlede innovasjonsbidraget lavest for de tjenestene som i stor grad fokuserer på investeringer i realkapital innen primærnæringene. Dette er – som i fjorårets undersøkelse - Lavrisikolån - Landbrukslån (1,1 områder), Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (1,2 områder), Lavrisikolån - GFL-flåte (1,3 områder) og Bioenergiprogrammet (1,4 områder). Disse tjenestene fokuserer mest på å bidra til fysiske investeringer, og gjennom det skape en mer effektiv og lønnsom produksjon.

Figur 28: Antall områder med økt bidrag til innovasjon etter tjeneste (n: 1812)



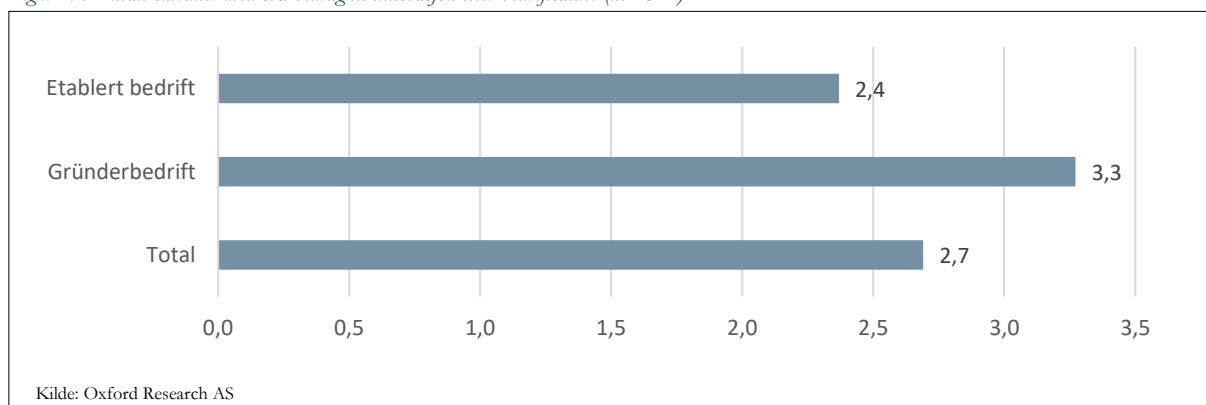
### 9.3.2 Samlet innovasjonsbidrag etter bedriftstype

Den gjennomførte analysen viser at det er klare forskjeller mellom prosjekter som er gjennomført av gründere og de som er gjennomført av etablerte bedrifter. Som neste figur viser, fører gründernes prosjekter til innovasjon på 3,3 områder (samme som i 2014), mens det tilsvarende tallet for de

etablerte bedriftene ligger på 2,4 områder (2,1 områder i 2014). En medvirkende årsak til dette er den underliggende tjeneste- og programfordelingen. Det er en større andel av tjenestene rettet mot primærnæringene blant de etablerte bedriftene. Disse skårer typisk lavt når det gjelder innovasjonsbidrag. En annen mulig årsak til forskjellen, er at gründerbedriftene har kommet kortere i prosessen og som følge av det har et større utviklingsbehov. Da vil det trolig være lettere å oppnå innovasjonsbidrag gjennom prosjektet. En tredje mulighet er at gründerbedriftene i gjennomsnitt faktisk har prosjekter som er mer innovative og at dette er nødvendig for at de skal komme seg inn på markedet og være i stand til å konkurrere med de etablerte bedriftene.

Sammenlignet med 2014-årgangen er forskjellen i samlet innovasjonsbidrag mellom gründerbedrifter og etablerte redusert. Innovasjonsbidraget er likt for gründerbedriftene, mens det har økt for de etablerte bedriftene (økning på 0,3 områder). Vi finner dermed den samme utviklingen i denne indikatoren som for alle de andre myke indikatorene, nemlig at vi finner en forbedring eller lik utvikling for gründerbedriftene, og en forbedring for de etablerte bedriftene som er sterkere enn den for gründerbedriftene. Den positive utviklingen for de myke indikatorene må i første rekke tilskrives de etablerte bedriftene.

Figur 29: Antall områder med økt bidrag til innovasjon etter bedriftsalder (n: 1812)



## 9.4 NYHETSVERDI

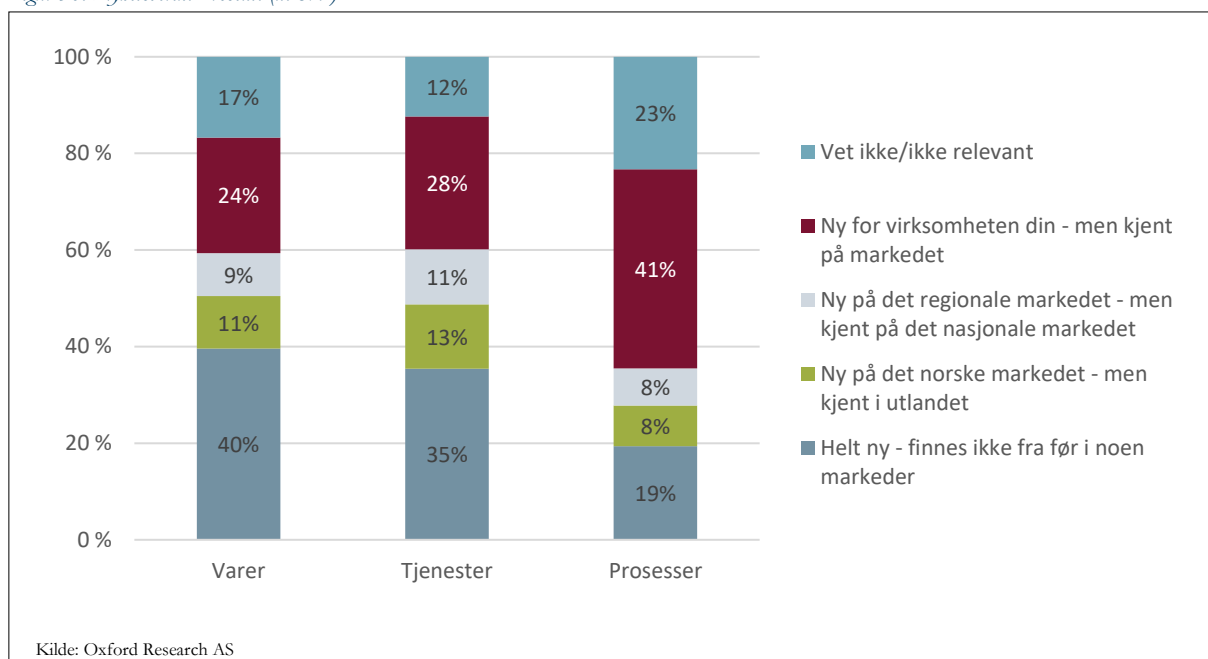
Utviklingen/innovasjonen som skjer i bedriftene er av ulik karakter og har ulik ”nyhetsverdi”. Noe er bare nytt for bedriften og velkjent ellers, mens andre utviklinger/innovasjoner kan være helt nye. I Etterundersøkelsen for 2015-årgangen har vi kartlagt nyhetsverdien knyttet til både vare, tjeneste og prosess.

Som figuren under viser, er nyhetsverdien for **varer** gjennomgående høyere enn hva som er tilfelle for tjenester og prosesser. 40 prosent av prosjektene har ført til utvikling av helt nye varer, mens 11 prosent av prosjektene har ført til utvikling av varer som er nye på det norske markedet og kjent internasjonalt. Sammenlignet med 2014-årgangen er resultatet 1 prosentpoeng høyere for utvikling av helt nye varer, mens andelen som har ført til utvikling av varer som er nye på det norske markedet og kjent internasjonalt har holdt seg mer eller mindre på samme nivå.

Også for **tjenester** har vi registrert høyere nyhetsverdier enn hva er tilfelle for prosesser. 35 prosent av prosjektene har bidratt til utvikling av helt nye tjenester. 13 prosent av prosjektene har introdusert en helt ny tjeneste på det norske markedet, og 11 prosent har innført en helt ny tjeneste i det regionale markedet. Dersom en sammenligner resultatene med 2014-undersøkelsen, er det slik at andelen prosjekter som har bidratt til utvikling av helt nye tjenester har gått opp med 3 prosentpoeng.

Når det gjelder nyhetsverdien for **prosesser** har 19 prosent av prosjektene bidratt med noe som er helt nytt. Dette er nøyaktig samme resultat som for 2012-, 2013- og 2014-årgangen.

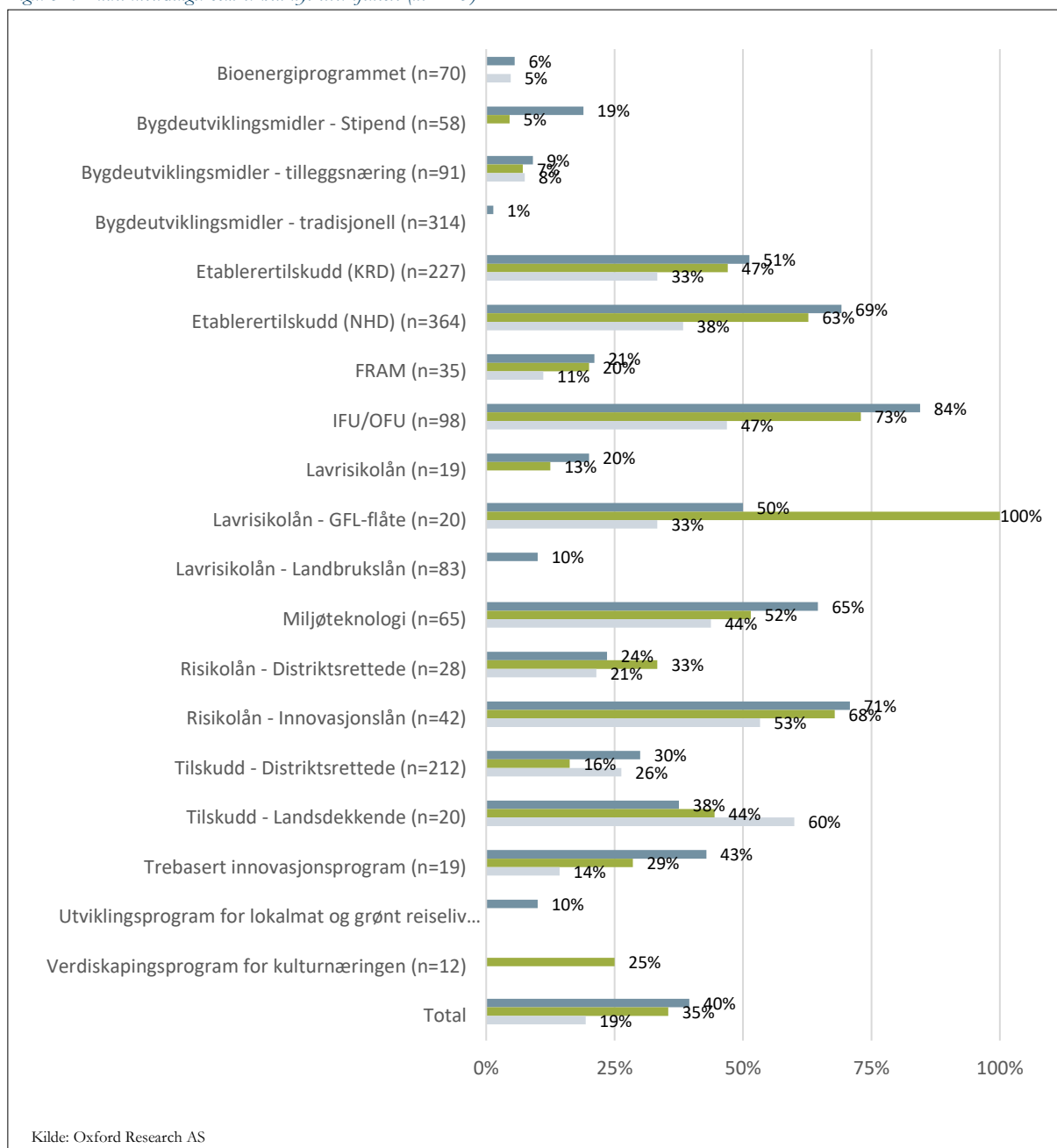
Figur 30: Nyhetsverdi. Prosent. (n: 879)



#### 9.4.1 Nyhetsverdi etter tjeneste

I og med at tjenestene har svært ulik innretning, er det interessant å se nærmere på nyhetsverdien ut fra denne dimensjonen. Dette er vist i figuren under. Det er stort sett de samme tjenestene som har høyest andel utviklinger som er helt nye, enten det gjelder varer, tjenester eller prosesser. De tjenestene som kommer høyest ut er IFU/OFU, Risikolån – Innovasjonslån, Etablerertilskudd (NHD) og Miljøteknologi. Alle disse tjenestene var blant de som skåret høyest også i 2014-årgangen.

Figur 31: Andel utviklinger som er helt nye etter tjeneste (n: 1223)

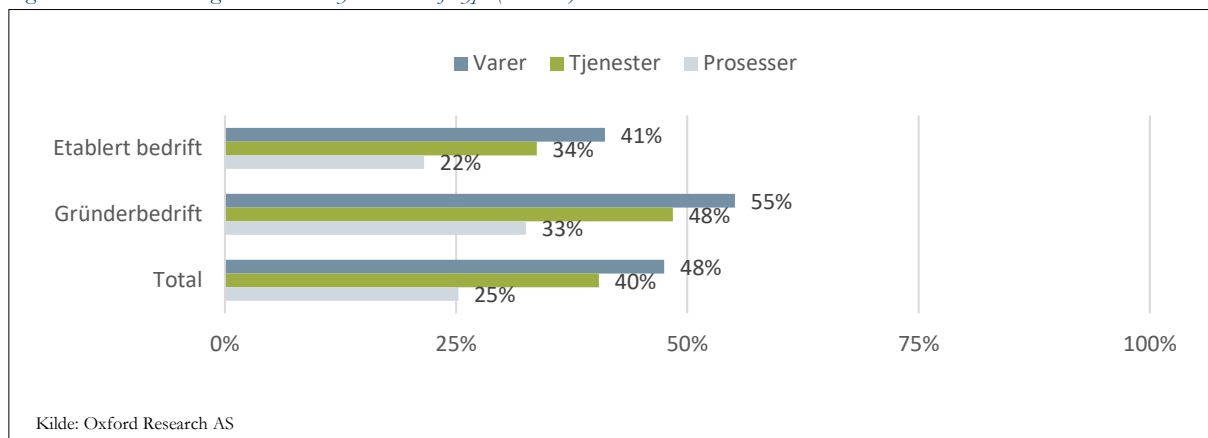


### 9.4.2 Nyhetsverdi etter bedriftstype

Neste figur viser andel utviklinger som er helt nye etter bedriftstype. Prosjektene har i større grad bidratt til noe helt nytt for gründerne, både for vare, tjeneste og prosess. Forskjellen er aller størst når det gjelder helt nye varer. Her ligger skåren 14 prosentpoeng høyere for gründerne (29 prosentpoeng forskjell i 2014). Også for helt nye tjenester (14 prosentpoeng høyere, 22 prosentpoeng forskjell i 2014) er forskjellen betydelig. For produksjonsprosesser derimot, er forskjellen kun på 3 prosentpoeng (16 prosentpoeng forskjell i 2014). Med andre ord er forskjellene i nyhetsverdi, eller innovasjonshøyde, mindre enn hva som var tilfelle for 2014-årgangen.

En mulig årsak til disse forskjellene, kan være at gründerbedrifter i gjennomsnitt i større grad jobber med nytutvikling enn etablerte bedrifter. En annen mulighet kan være at gründerne som følge av mindre erfaring med markedet i større grad overvurderer nyhetsverdien. En tredje mulighet kan være at det er relativt mange bedrifter fra primærnæringene blant de etablerte bedriftene. Disse er blant de som kommer dårligst ut når det gjelder bidrag til innovasjon.

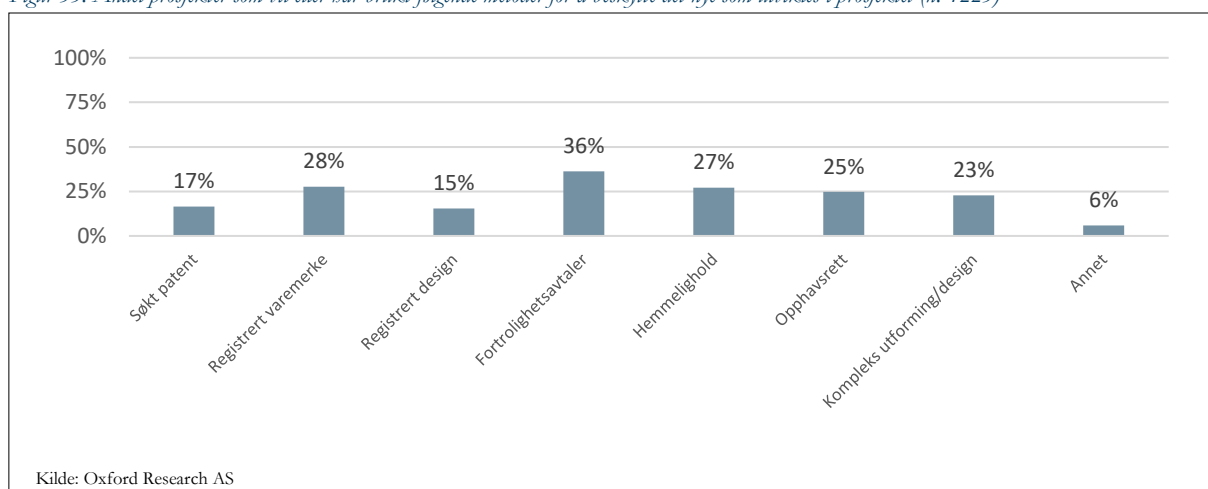
Figur 32: Andel utviklinger som er helt nye etter bedriftstype (n: 1223)



## 9.5 BESKYTTELSE AV IMMATERIELLE VERDIER

Gjennom Etterundersøkelsen ble bedriftene spurt om de har brukt ulike metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet. Dette kan oppnås gjennom patenter, registrering av varemerker, registrering av design, fortrolighetsavtaler, hemmelighold, opphavsrett/copyright, kompleks utforming/design eller andre måter. Spørsmålet er kun stilt til de respondentene som oppgir at de har utviklet en helt ny vare, tjeneste eller produksjonsprosess.

Figur 33: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet (n: 1223)



Av de bedriftene som har beskyttet sine varer/tjenester/prosesser, er det fortrolighetsavtaler (36 prosent) og registrering av varemerke (28 prosent) som flest har benyttet seg av. Dette er akkurat

de samme mekanismene som for 2012-, 2013- og 2014-årgangen, og også skåren på dem har kun endret seg marginalt. Andelen som har søkt patent har økt med 1 prosentpoeng fra 2013-årgangen, og ligger nå på 17 prosent. I 2012-årgangen var denne andelen 14 prosent.

### 9.5.1 Beskyttelse av immaterielle verdier etter tjeneste

For å få et nærmere innblikk i bruken av beskyttelsesmekanismer, har vi sett nærmere på hvordan den varierer mellom ulike tjenester. Hovedbildet er at det er store forskjeller. Beskyttelse av immaterielle rettigheter er mest utbredt blant mottakere av IFU/OFU, Etablerertilskudd (NHD), Risikolån – Innovasjonslån, Miljøteknologi og Etablerertilskudd (KRD). Dette er i stor grad de samme tjenestene som i 2013- og 2014-årgangen, og det innebærer at det er tjenester som har en overvekt utenfor det distriktspolitiske området som kommer høyest ut.

Videre analyser viser at det er en sterk sammenheng mellom prosjektene nyhetsverdi og bruk av beskyttelsesmekanismer. De kundene som rapporterer høyest nyhetsverdi for både varer, tjenester og prosesser er de samme som i størst grad har tatt i bruk de ulike beskyttelsesmekanismene.

Tabell 19: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet, etter tjeneste (n: 1223)

	Søkt patent	Registrert varemerke	Registrert design	Forfatternes-avtaler	Hemmelighold	Ophavsrett/copyright	Kompleks utforming/design	Annet
Bioenergiprogrammet (n=70)	0 %	0 %	0 %	20 %	10 %	5 %	5 %	0 %
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=58)	6 %	30 %	24 %	6 %	9 %	3 %	9 %	9 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=91)	5 %	38 %	23 %	28 %	22 %	8 %	11 %	7 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=314)	3 %	9 %	2 %	2 %	6 %	3 %	2 %	6 %
Etablerertilskudd (KRD) (n=227)	29 %	56 %	33 %	58 %	37 %	48 %	37 %	19 %
Etablerertilskudd (NHD) (n=364)	39 %	57 %	33 %	75 %	61 %	62 %	55 %	23 %
FRAM (n=35)	18 %	35 %	29 %	35 %	17 %	28 %	32 %	10 %
IFU/OFU (n=98)	41 %	50 %	19 %	90 %	73 %	60 %	55 %	22 %
Lavrisikolån (n=19)	0 %	25 %	14 %	29 %	38 %	14 %	29 %	0 %
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=20)	0 %	50 %	0 %	50 %	20 %	0 %	25 %	0 %
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=83)	0 %	23 %	20 %	5 %	0 %	0 %	0 %	12 %
Miljøteknologi (n=65)	44 %	41 %	19 %	75 %	62 %	32 %	48 %	10 %
Risikolån - Distriktsrettede (n=28)	12 %	24 %	24 %	53 %	41 %	33 %	31 %	18 %
Risikolån - Innovasjonslån (n=42)	39 %	44 %	24 %	78 %	63 %	63 %	57 %	7 %
Tilskudd - Distriktsrettede (n=212)	17 %	30 %	21 %	44 %	31 %	30 %	35 %	8 %
Tilskudd - Landsdekkende (n=20)	43 %	57 %	29 %	25 %	25 %	29 %	13 %	0 %
Trebasert innovasjonsprogram (n=19)	22 %	22 %	11 %	30 %	22 %	30 %	13 %	0 %
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv (n=35)	8 %	20 %	25 %	27 %	13 %	8 %	14 %	8 %
Verdiskapingsprogram for kulturmæringen (n=12)	0 %	0 %	0 %	33 %	33 %	50 %	33 %	33 %
Total	23 %	38 %	22 %	49 %	37 %	35 %	33 %	13 %

Kilde: Oxford Research AS



## 9.5.2 Beskyttelse av immaterielle verdier etter bedriftstype

Vi har også sett nærmere på hvorvidt det er forskjeller i beskyttelse av immaterielle verdier mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter. Som det illustreres i tabellen under, er det slik at gründerbedriftene skårer høyere på bruk av alle mekanismene (med unntak av annet) enn de etablerte bedriftene. Dette henger sammen med at gründerbedriftene i større grad har utviklet noe helt nytt gjennom prosjektene sine (se kapittel 8.4.2). Spesielt for fortrolighetsavtaler og opphavsrett/copyright er forskjellene store mellom utbredelsen blant gründerne og de etablerte bedriftene.

Tabell 20: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet, etter bedriftstype (n: 1223)

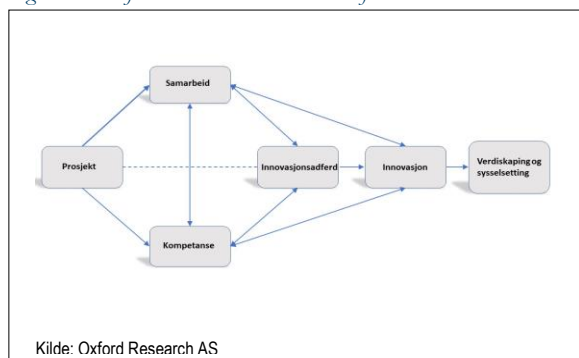
	Søkt patent	Registrert varemerke	Registrert design	Fortrolighetsavtaler	Hemmelighold	Opphavsrett/copyright	Kompleks utforming/design	Annet
<b>Etablert bedrift</b>	15 %	29 %	19 %	35 %	26 %	20 %	27 %	13 %
<b>Gründerbedrift</b>	31 %	49 %	27 %	63 %	45 %	48 %	44 %	10 %
<b>Total</b>	23 %	38 %	22 %	49 %	37 %	35 %	33 %	13 %

Kilde: Oxford Research AS

## 10. Økonomisk bærekraft

- Det har jevnt over vært en økning eller nullvekst i de økonomiske indikatorene sammenlignet med Etterundersøkelsen 2014.
- Økningen kommer hovedsakelig fra de etablerte bedriftene.
- Andelen prosjekter som har vært viktige (skår 4-5) for konkurransevnen har økt fra 39 til 41 prosent.
- Prosjektene viktighet for bedret lønnsomhet ligger uendret på 37 prosent.
- Prosjektene bidrag til overlevelse har økt fra 51 til 54 prosent.
- Prosjektene har i stor grad ført til økt omsetning i 43 prosent av bedriftene, som er en økning på ett prosentpoeng.
- 12 prosent av prosjektene har i stor grad ført til økt eksport i bedriftene, som er samme andel som i Etterundersøkelsen 2014.

Figur 34: Prosjektene økonomiske bærekraft



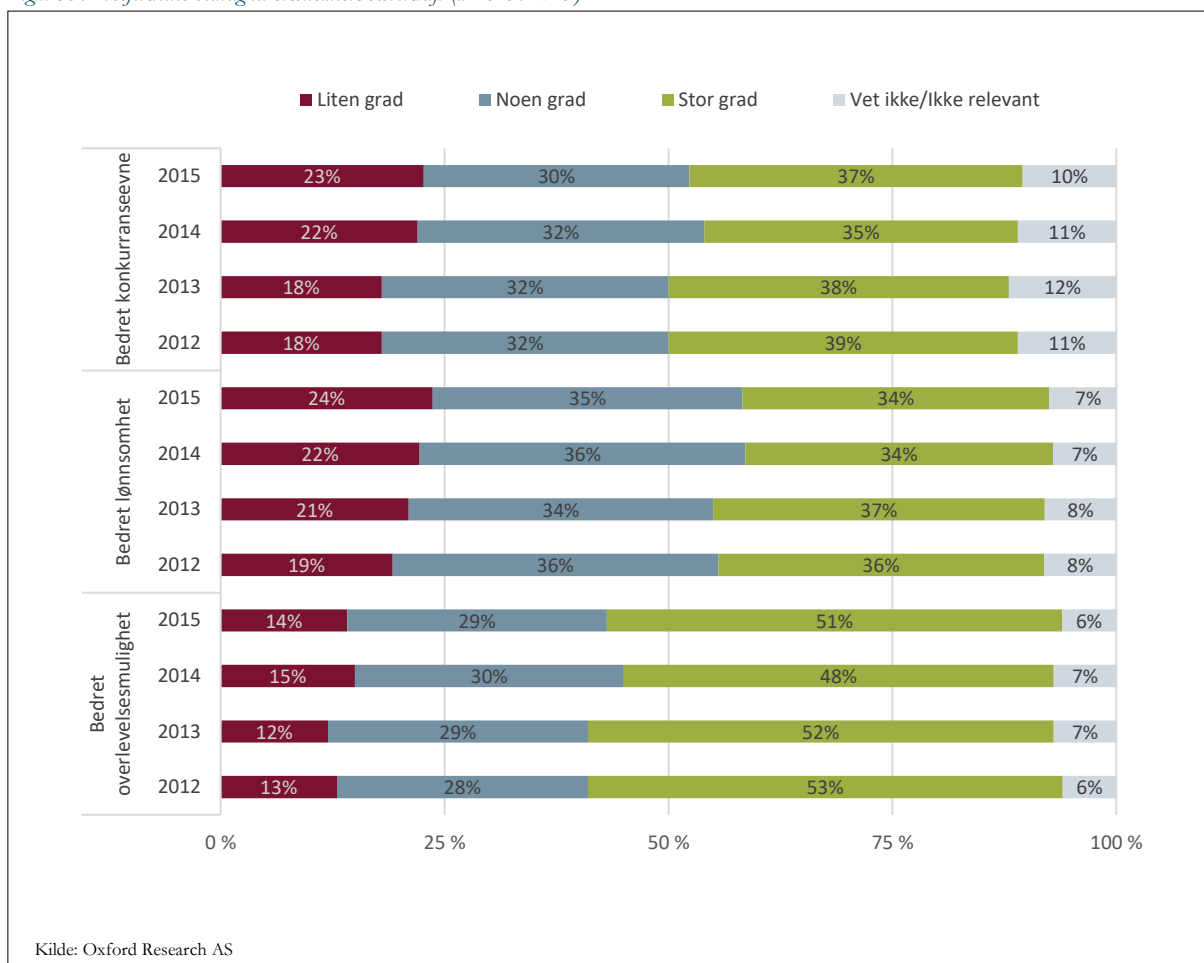
Den økonomiske dimensjonen i bærekraftbegrepet til Innovasjon Norge er definert som følger:

- Økonomisk dimensjon - Ved å stimulere til prosjekter som gir økt innovasjonsgrad og økonomisk bæreevne i næringslivet over hele landet.

Den økonomiske bærekraften måles i denne undersøkelsen i form av prosjektene viktighet for bedriftenes konkurransevne, lønnsomhet, overlevelse, omsetning og eksport. Vi har også undersøkt en rekke andre kjennetegn ved bedriftene som har mottatt støtte. Vi vil rapportere resultater på et utvalg av disse kjennetegnene i alle delkapitlene. Alle verdiene som omtales er statistisk signifikante om ikke annet er nevnt.

Det er generelt nokså lite variasjon i de økonomiske resultatene, men i fjorårets undersøkelse registrerte vi en nedgang i de fleste økonomiske indikatorene, sammenlignet med 2013- og 2012-årgangene. I årets undersøkelse registrerer vi en oppbremsing av denne trenden, og vi finner høyere verdier for indikatorene Bedret konkurransevne, Bedret overlevelsesmulighet og Økt omsetning. For indikatorene Bedret lønnsomhet og Økt eksport ligger verdiene på samme nivå som for 2014-årgangen.

Figur 35: Prosjektens bidrag til økonomisk bærekraft (n-2015: 1725)

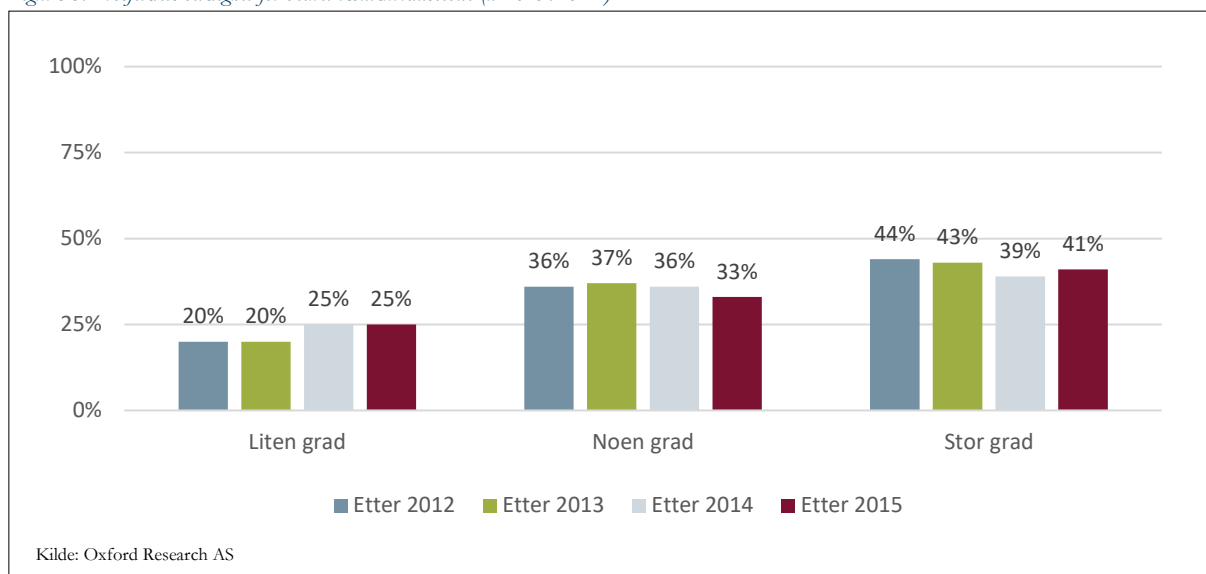


Vi vil i det følgende studere de ulike indikatorene i den økonomiske bærekraften noe mer i detalj, og starter med å se nærmere på prosjektens bidrag til bedret konkurransevne for bedriftene.

### 10.1 BEDRET KONKURRANSEEVNE

Konkurransevne kan ses på som en mellomliggende variabel i forhold til lønnsomhet, og det er derfor interessant å se nærmere på i hvilken grad de prosjektene Innovasjon Norge har støttet, har hatt betydning for dette. I Etterundersøkelsen ble bedriftene spurt om hvor viktig prosjektet har vært for deres konkurransevne. I neste figur angis det hvor stor andel som mener prosjektet har vært henholdsvis lite viktig (skår 1-2), noe viktig (skår 3) og viktig (skår 4-5) for konkurransevnen. 41 prosent av virksomhetene fremhever at prosjektet i stor grad har vært viktig for konkurransevnen, mens 33 prosent sier det i noen grad har vært viktig og 25 prosent sier at det har i liten grad har vært viktig. Dette innebærer en økning i denne indikatoren sammenlignet med 2014-årgangen. Andelen som svarer i stor grad er imidlertid fortsatt noe lavere enn i 2012- og 2013-årgangene.

Figur 36: Prosjektets viktighet for bedret konkurranseevne (n-2015: 1542)



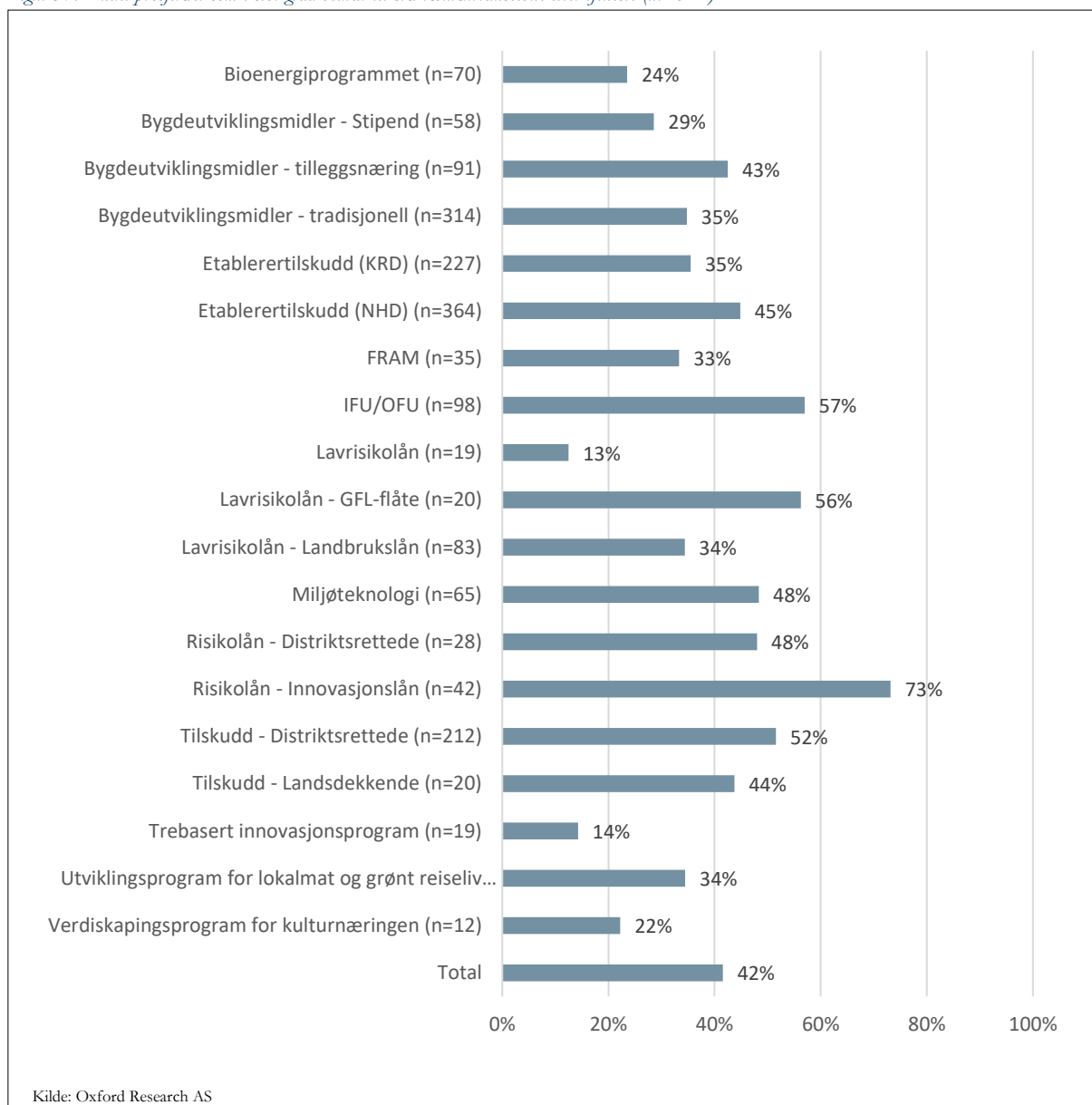
### 10.1.1 Betydningen for konkurranseevne etter tjeneste

I neste figur vises det hvor stor andel av bedriftene innen de ulike tjenestene som mener at prosjektet har vært viktig (skår 4-5) for deres konkurranseevne.

Andelen prosjekter som har vært viktig for konkurranseevnen, varierer mellom 13 og 73 prosent (2014: 13 og 63 prosent). Det er altså jevnt over en økning i andelen prosjekter som har hatt stor betydning for konkurranseevnen.

Tjeneste som har hatt størst betydning for konkurranseevnen er Risikolån – Innovasjonslån (73 prosent), IFU/OFU (57 prosent) og Lavrisikolån – GFL-flåte (56 prosent). De to førstnevnte tjenestene har vært blant tjenestene med sterkest betydning for konkurranseevne de siste årene. Betydningen for konkurranseevnen er minst for prosjektene i Lavrisikolån (13 prosent), Trebasert innovasjonsprogram (14 prosent) og Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (22 prosent). Dette er tjenester som tradisjonelt har hatt lav betydning for konkurranseevne.

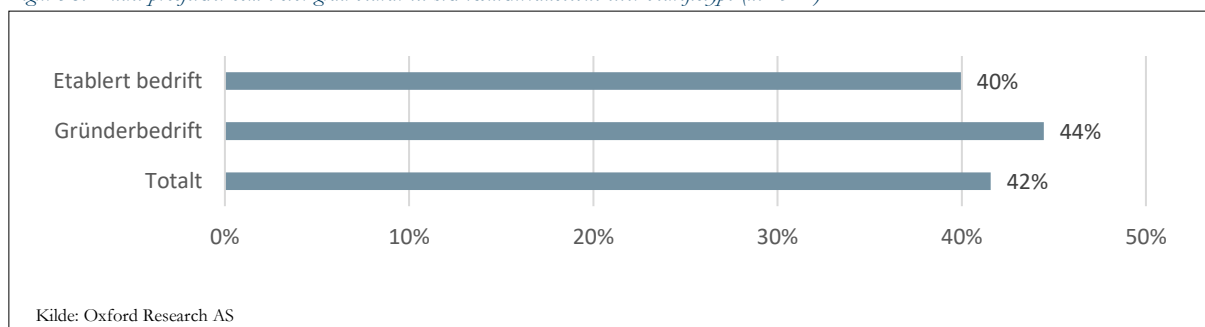
Figur 37: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt konkurransevne etter tjeneste (n: 1542)



### 10.1.2 Betydningen for konkurransevne etter bedriftstype

Bedriftenes alder ved søknadstidspunktet har – i motsetning til fjorårets undersøkelse, og året før – en signifikant betydning for hvor viktig prosjektet har vært for å forbedre bedriftenes konkurransevne. Figuren under viser at gründernes prosjekter (44 prosent, 46 prosent i 2014, 47 prosent i 2013 og 46 prosent i 2012) har noe større betydning for konkurransevnen enn de etablerte bedriftenes prosjekter (40 prosent, 35 prosent i 2014, 42 prosent i 2013, 39 prosent i 2012). Dette viser også at det er de etablerte bedriftene som trekker opp gjennomsnittet for hele populasjonen.

Figur 38: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt konkurransevne etter bedriftstype (n: 1542)



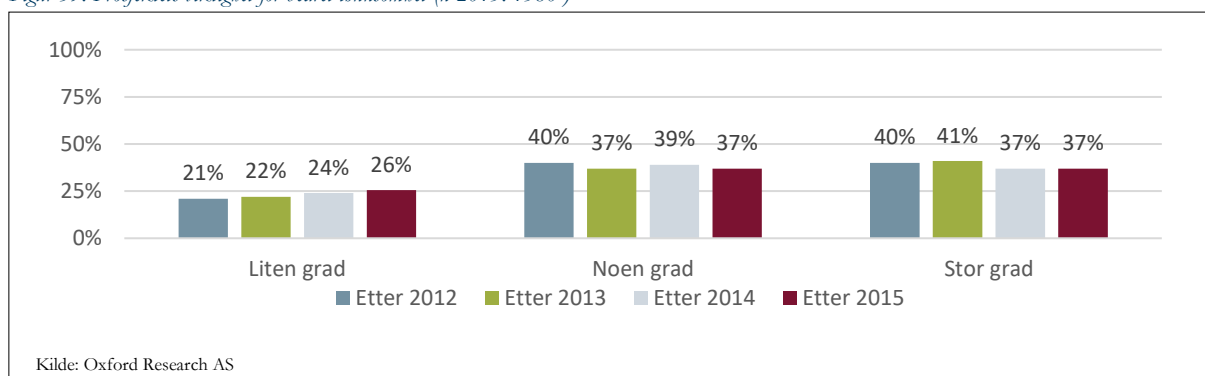
## 10.2 BEDRET LØNNSOMHET

I Lov om Innovasjon Norge § 1. Selskapets formål (per 2012) står det at *”Innovasjon Norge 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”*.

Helt sentralt står dermed spørsmålet om prosjektenes bidrag til virksomhetenes lønnsomhet. I Etterundersøkelsen ble bedriftene spurt om hvor viktig prosjektet har vært for deres lønnsomhetsutvikling. I figuren under angis det hvor stor andel som mener prosjektet har vært henholdsvis lite viktig (skår 1-2), noe viktig (skår 3) og viktig (skår 4-5) for lønnsomhetsutviklingen.

Som i fjorårets undersøkelse påpeker 37 prosent av bedriftene at prosjektet i stor grad har vært viktig for lønnsomhetsutviklingen i deres virksomhet, mens 37 prosent sier det har vært noe viktig og 26 prosent mener det i liten grad har vært viktig. Sett under ett, er dette en marginal nedgang sammenlignet med 2014-årgangen.

Figur 39: Prosjektets viktighet for bedret lønnsomhet (n-2015: 1580)



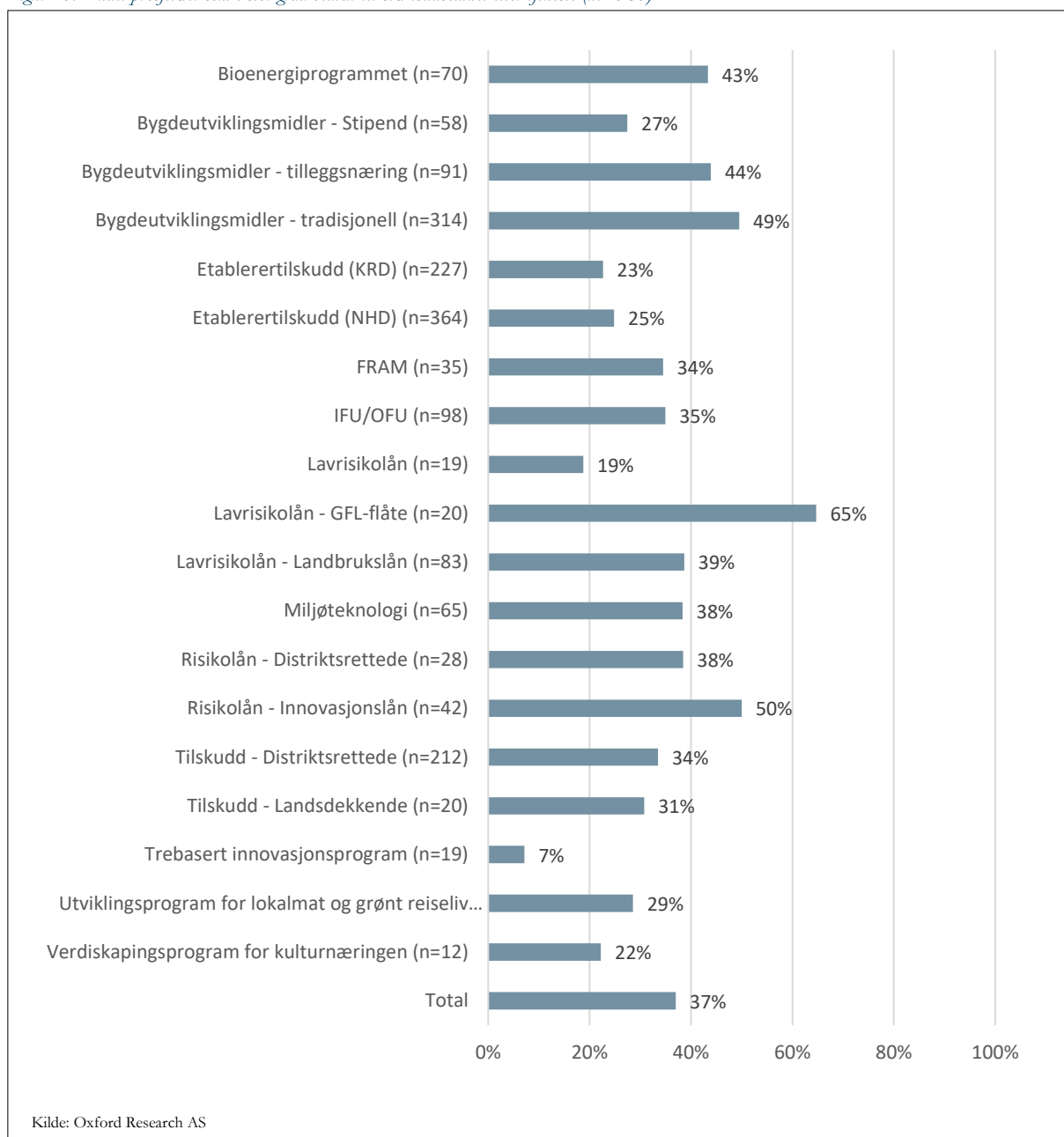
### 10.2.1 Betydningen for lønnsomhet etter tjeneste

I neste figur illustreres det hvor stor andel av virksomhetene innen de ulike tjenestene som mener at prosjektet har vært viktig (skår 4-5) for deres lønnsomhetsutvikling. Selv om vi ser bort fra tjenestene med veldig små populasjoner og dermed få svar, er det en viss variasjon i prosjektenes betydning for lønnsomhet mellom de fleste tjenestene (mellom 7 og 65 prosent, mellom 11 og 53 prosent i 2014).

De tjenestene hvor betydningen for lønnsomhet er størst, er tjenestene Lavrisikolån - GFL-flåte (65 prosent), Risikolån - Innovasjonslån 50 prosent) og Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (49 prosent). Alle disse tjenestene var også i denne kategorien i fjorårets undersøkelse samt i 2013-undersøkelsen. Det er viktig å merke seg at de tjenestene som har høyest betydning for lønnsomhet, også er blant de tjenestene som mottar de største beløpene, selv om de er i låneform.

I den andre enden av skalaen finner vi Trebasert innovasjonsprogram (7 prosent), Lavrisikolån (19 prosent) og Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (22 prosent). Førstnevnte var også representert i denne kategorien i fjorårets undersøkelse.

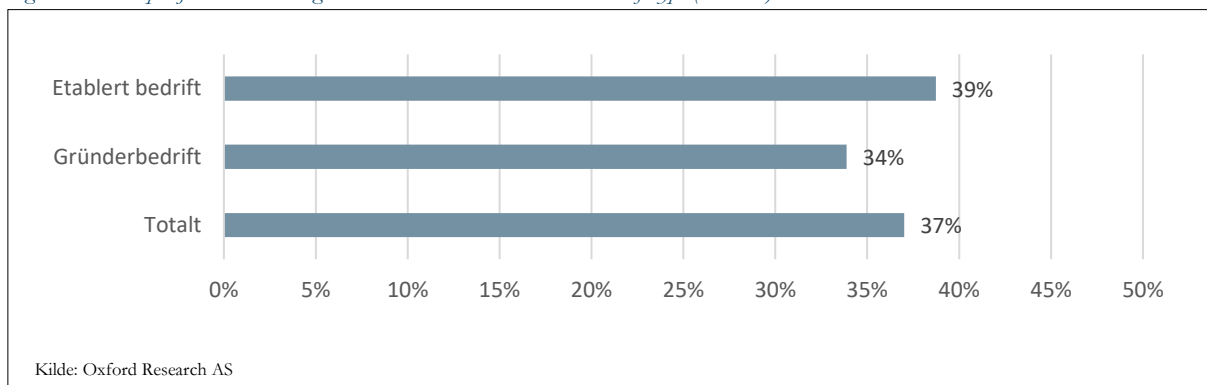
Figur 40: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt lønnsomhet etter tjeneste (n: 1580)



### 10.2.2 Betydning for lønnsomhetsutvikling etter bedriftstype

Prosjektets betydning for bedriftens lønnsomhet er som nevnt uendret sammenlignet med Etterundersøkelsen 2014. I fjorårets undersøkelse var det en tilbakegang i samme indikator som skyldtes utviklingen til etablerte bedrifter. I årets undersøkelse er det en motsatt utvikling. Prosjektets betydning for lønnsomhet er økt blant de etablerte bedriftene (fra 37 prosent i 2014 til 39 prosent i 2015), men har gått tilbake for gründerne (fra 38 prosent i 2014 til 34 prosent i 2015).

Figur 41: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt lønnsomhet etter bedriftstype (n: 1580)

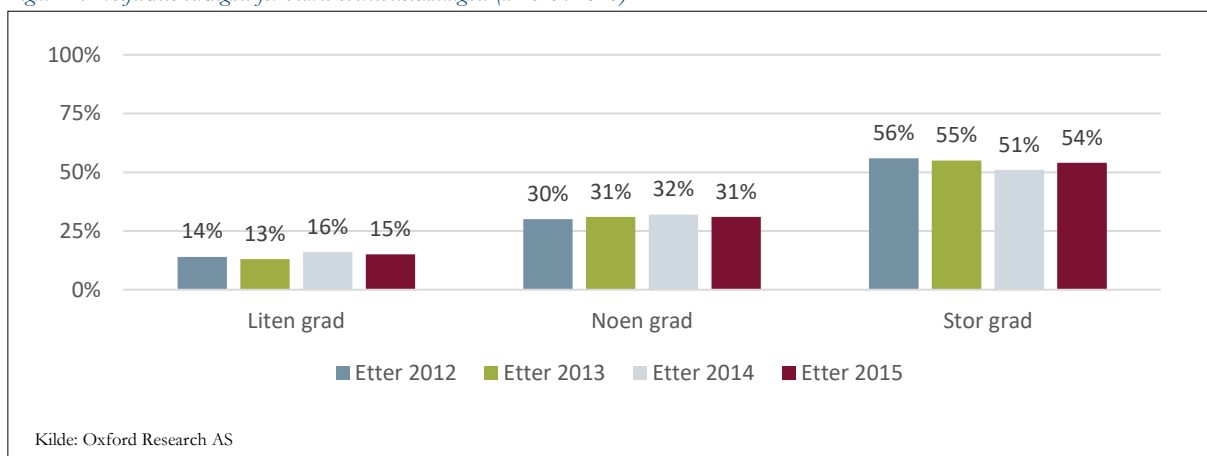


### 10.3 BEDRET OVERLEVELSESMULIGHET

Innovasjon Norges mål per 2012 sier blant annet at organisasjonen skal bidra til å skape mer robuste bedrifter. Slike robuste bedrifter overlever, derfor er prosjektenes betydning for bedriftenes overlevelse en god indikator på om Innovasjon Norge velger de rette prosjektene og når sine mål.

I Etterundersøkelsen 2015 har det også vært en økning i andelen bedrifter som sier at prosjektet har bidratt til overlevelse. Overlevelse er fremdeles den indikatoren som flest bedrifter rapporterer stort bidrag til, og den har økt med tre prosentpoeng siden forrige periode til 54 prosent.

Figur 42: Prosjektets viktighet for bedret overlevelsesmulighet (n-2015: 1610)

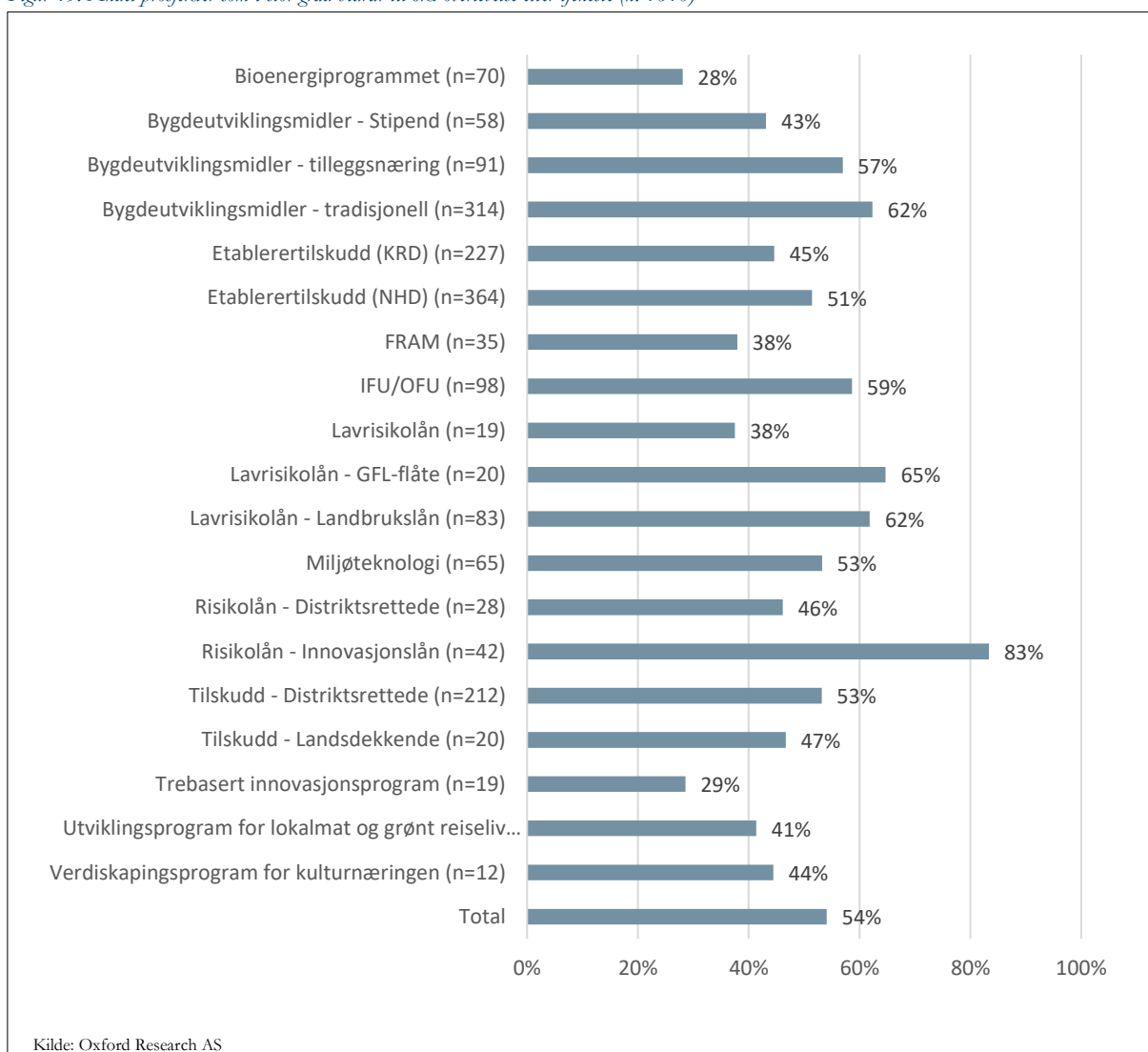




### 10.3.1 Betydningen for overlevelse etter tjeneste

I neste figur vises det hvor stor andel av bedriftene innen de ulike tjenestene som mener at prosjektet har vært viktig (skår 4-5) for deres overlevelse. Resultatene viser som forventet at det er store forskjeller i vurderingene mellom tjenestene. Det er bedrifter som har mottatt risikolån som rapporterer høyest bidrag til overlevelse, det vil si Risikolån - Innovasjonslån (83 prosent), Lavrisikolån - GFL-flåte (65 prosent), Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (62 prosent) og Lavrisikolån - Landbrukslån (62 prosent). De som har lavest bidrag til overlevelse fra prosjektet er de samme to som i fjorårets undersøkelse, nemlig Bioenergiprogrammet (28 prosent) og Trebasert innovasjonsprogram (29 prosent).

Figur 43: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt overlevelse etter tjeneste (n: 1610)

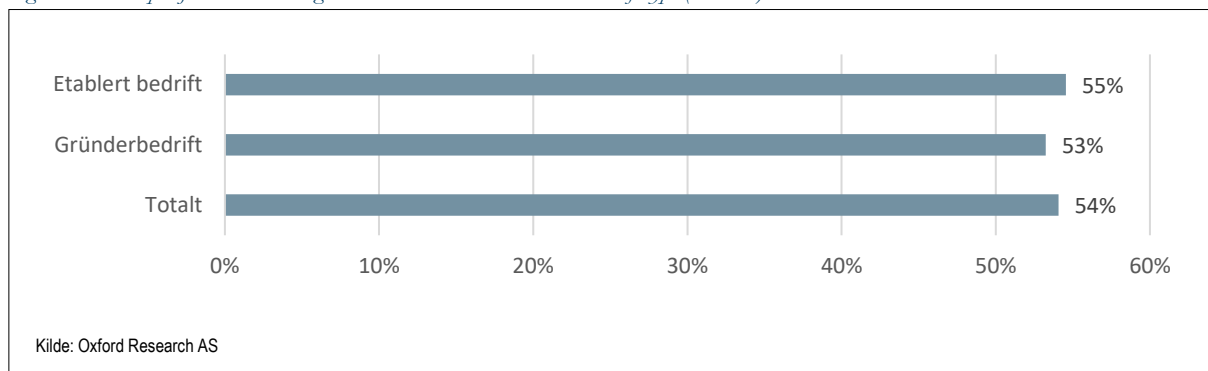


### 10.3.2 Betydning for overlevelse etter bedriftstype

Når vi ser på prosjektenes betydning for bedriftenes overlevelse, finner vi en utvikling vi ikke har sett tidligere. I motsetning til tidligere årganger, er det de etablerte bedriftene som rapporterer størst

bidrag. Sammenlignet med fjorårets undersøkelse registrerer vi en reduksjon i indikatoren på to prosentpoeng for gründerne (fra 55 prosent i 2014 til 53 prosent i årets undersøkelse) og en økning på hele seks prosentpoeng for de etablerte bedriftene (fra 49 prosent i 2014 til 55 prosent i årets undersøkelse).

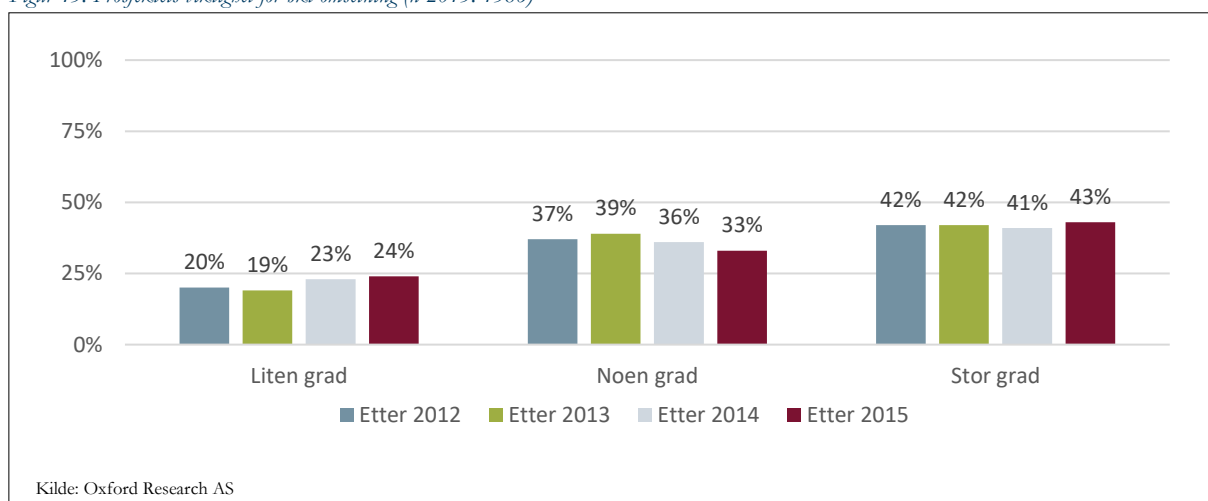
Figur 44: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt overlevelse etter bedriftstype (n: 1610)



## 10.4 ØKT OMSETNING

Ut fra et teoretisk perspektiv kan en hevde at økt konkurransevne påvirker markedsutviklingen og derigjennom omsetningen og lønnsomheten i bedriftene. Disse forholdene er i sin tur avgjørende for bedriftens overlevelse. For å kartlegge hvordan prosjektene som har fått støtte fra Innovasjon Norge har bidratt til bedriftenes omsetning, har bedriftene blitt spurt om: "I hvilken grad har prosjektet ført til økt omsetning for virksomheten?". Det er økning i prosjektene betydning for omsetning på to prosentpoeng. Totalt er det nå 43 prosent av bedriftene som rapporterer at prosjektet i stor grad har hatt betydning for omsetningen, mens 33 prosent rapporterer at det i noen grad har hatt betydning og 24 prosent at det i liten grad har hatt betydning for omsetningen. Neste figur viser betydningen av prosjektet for omsetning de siste fire årene.

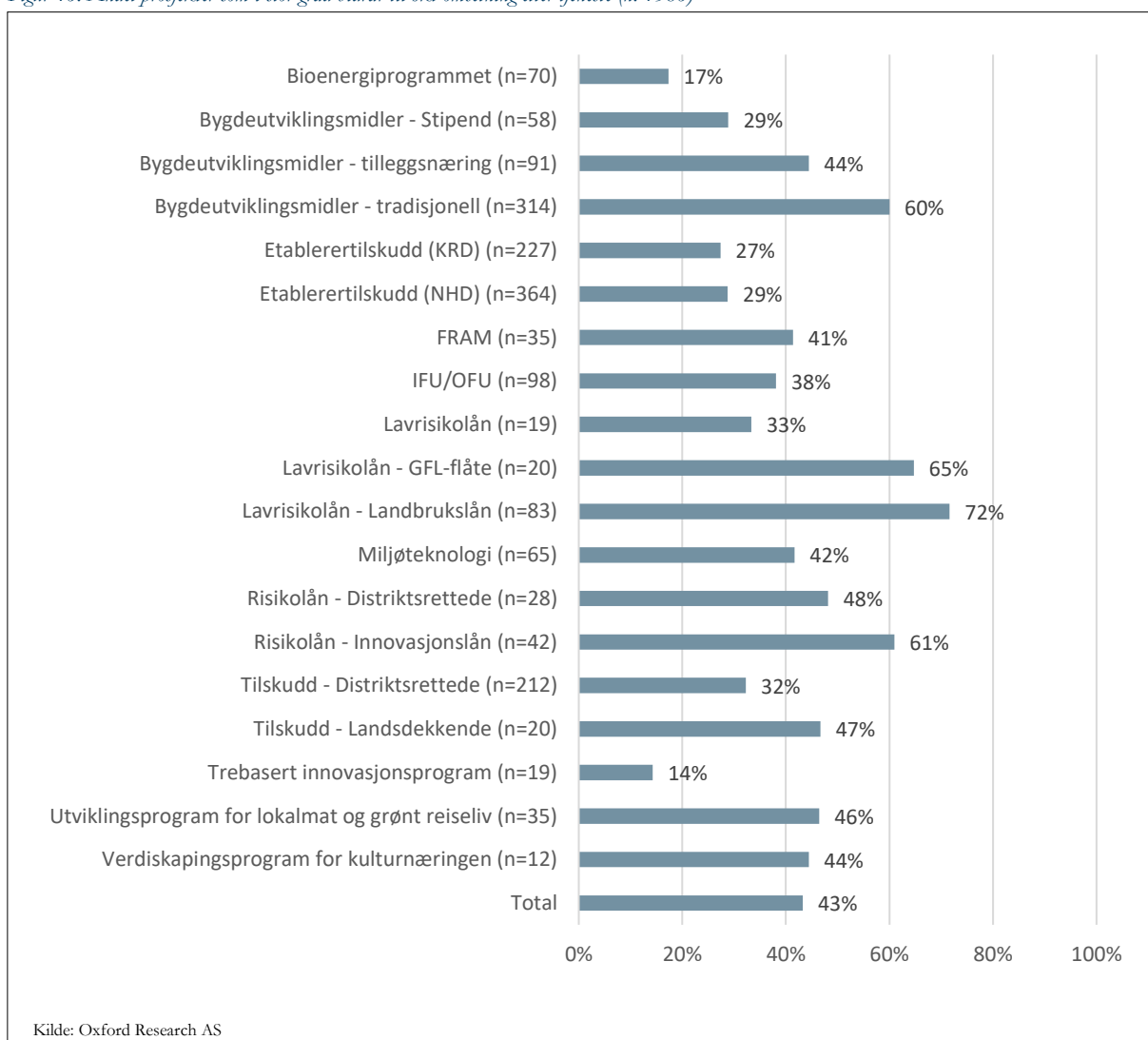
Figur 45: Prosjektets viktighet for økt omsetning (n-2015: 1586)



### 10.4.1 Omsetning etter tjeneste

I neste figur illustreres det i hvilken grad prosjektene har ført til økt omsetning blant de ulike tjenestene. Resultatene viser at det er store forskjeller i bidrag mellom de ulike tjenestene. Prosjektene har bidratt mest til omsetningsøkning blant de som har mottatt ulike former for risikolån og investeringstilskudd. Tjenestene med størst uttelling er Lavrisikolån - Landbrukslån (72 prosent), Lavrisikolån - GFL-flåte (65 prosent), Risikolån - Innovasjonslån (61 prosent) og Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (60 prosent), som er nøyaktig de samme tjenestene som skåret høyest på denne indikatoren i 2014-undersøkelsen. De som har lavest bidrag til omsetning fra prosjektet er Trebasert innovasjonsprogram (14 prosent) og Bioenergiprogrammet (17 prosent).

Figur 46: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning etter tjeneste (n: 1586)

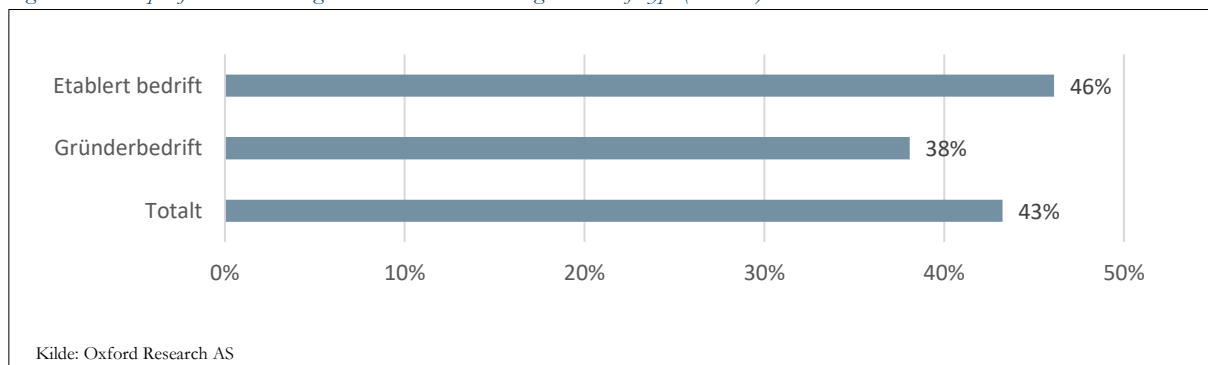


### 10.4.2 Omsetning etter bedriftstype

Neste figur viser betydningen av prosjektene på omsetning for de ulike bedriftstypene. Som for overlevelsesindikatoren ser vi at bidraget til økt omsetning i årets undersøkelse nå er større for de

etablerte bedriftene enn for gründerne. Dette henger sammen med en økt betydning for de etablerte bedriftene på seks prosentpoeng (fra 40 prosent i 2014 til 46 prosent i årets undersøkelse), mens vi registrerer en redusert betydning for gründerbedriftene på fire prosentpoeng (fra 42 prosent i 2014 til 38 prosent i 2015).

Figur 47: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning etter bedriftstype (n: 1586)

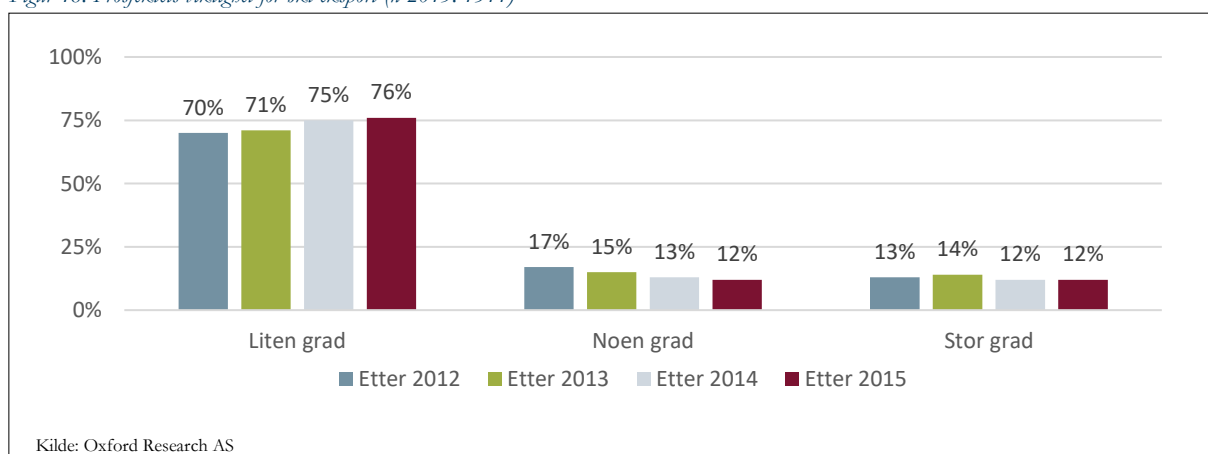


## 10.5 ØKT EKSPORT

Innovasjon Norge legger stor vekt på internasjonalisering. En slik vektlegging kan komme til uttrykk på flere måter, men en interessant indikator er i hvilken grad prosjektene har bidratt til økt eksport. For å kartlegge hvordan prosjektene som har fått støtte fra Innovasjon Norge bidrar til bedriftenes eksport, har bedriftene blitt spurt om: "I hvilken grad har prosjektet ført til økt eksport for virksomheten?"

Som det illustreres i neste figur, er det nå 12 prosent av prosjektene som har ført til økt eksport. Dette er samme andel som i Etterundersøkelsen 2014, men fortsatt to prosentpoeng lavere enn Etterundersøkelsen i 2012 og 2013. Som for flere av de andre økonomiske indikatorene er eksportbetydningen på nivå med 2011 årgangen. Hovedtyngden av prosjektene fortsatt er rettet inn mot det nasjonale markedet. Senere i denne rapporten blir spørsmålet om eksport utdypet, og vi ser blant annet på hvilke eksportbarrierer bedriftene møter når de skal ut i det internasjonale markedet.

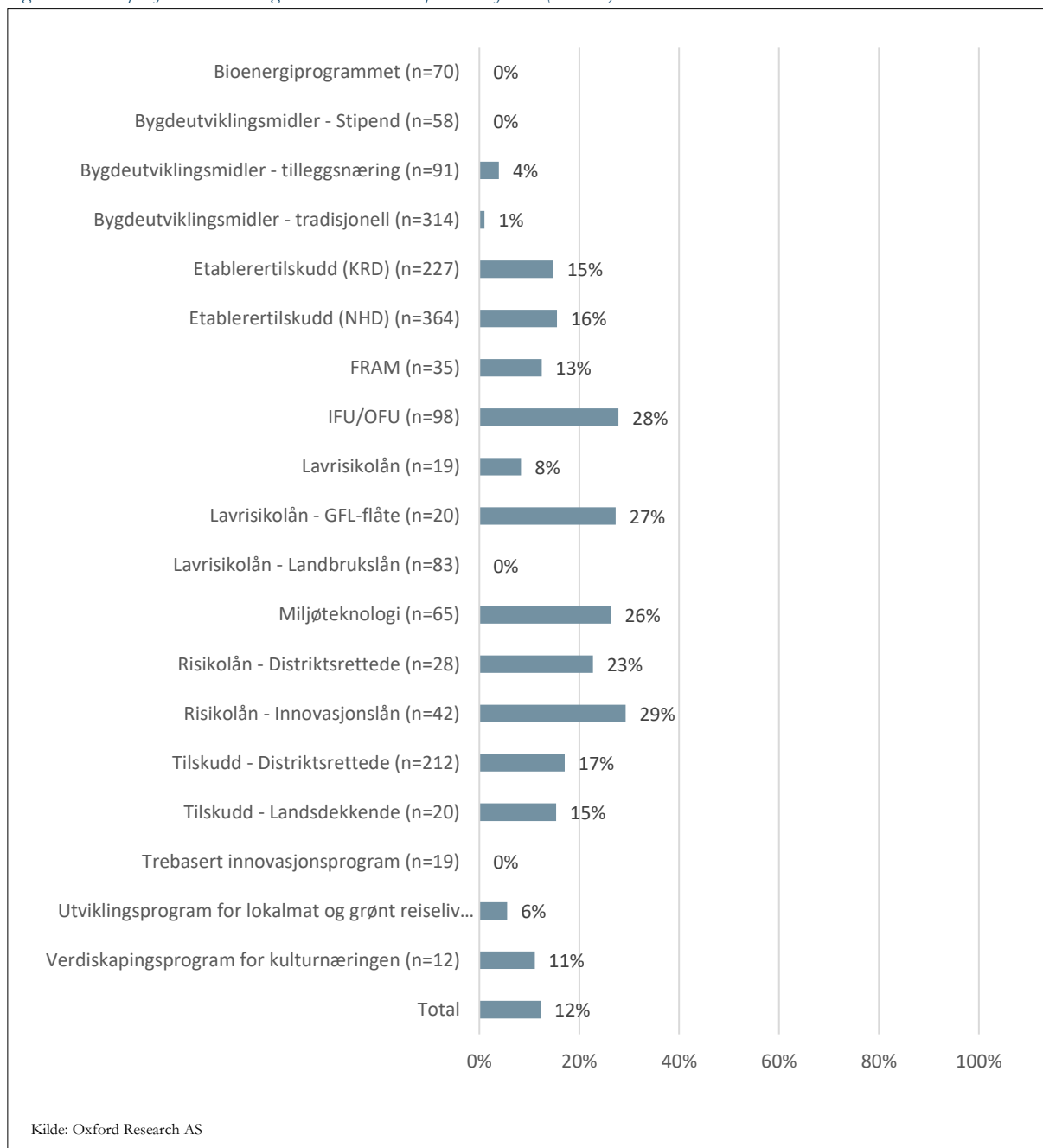
Figur 48: Prosjektets viktighet for økt eksport (n-2015: 1311)



### 10.5.1 Eksport etter tjeneste

Neste figur viser betydningen av prosjektet på eksport fordelt mellom de ulike tjenestekategoriene. Som vanlig er det små bidrag for de tjenestene som hovedsakelig støtter et hjemmemarked, som ulike landbrukstjenester. De tjenestene som i størst grad har bidratt til økt eksport er – som i begge foregående års undersøkelser - Risikolån – Innovasjonslån (29 prosent), IFU/OFU (28 prosent) og Miljøteknologi (begge 26 prosent). I tillegg finner vi Lavrisikolån – GFL-flåte med 27 prosent.

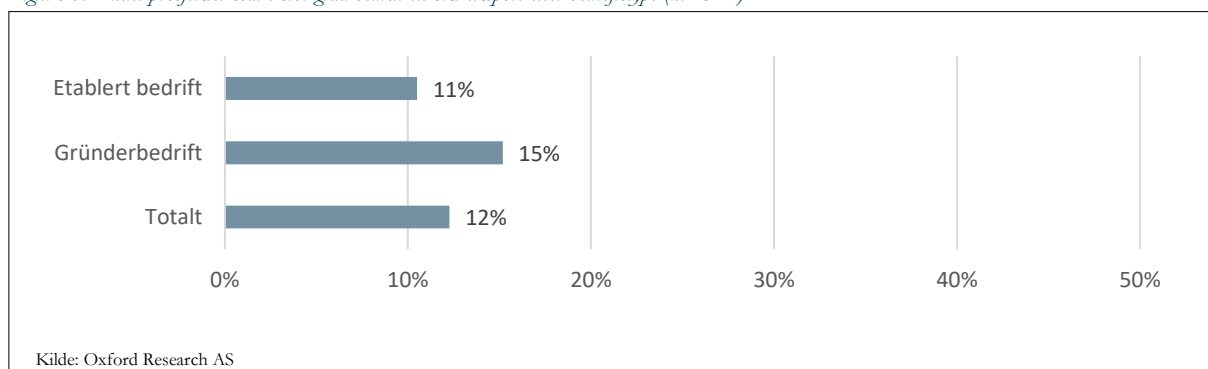
Figur 49: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport etter tjeneste (n: 1311)



### 10.5.2 Eksport etter bedriftstype

Dersom vi undersøker prosjektenes betydning etter bedriftstype, kan vi se at prosjektene har ført til mer eksport for gründerne (15 prosent, 17 prosent i 2014), altså en tilbakegang på to prosentpoeng fra Etterundersøkelsen 2014. For de etablerte bedriftene finner vi en økning på ett prosentpoeng fra 10 til 11 prosent sammenlignet med 2014-årgangen.

Figur 50: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport etter bedriftstype (n: 1311)





## 11. Miljø- og samfunnsmessig bærekraft

- Prosjektene bidrar – som i foregående års undersøkelser - i langt mindre grad til miljø- og samfunnsmessig bærekraft enn til økonomisk bærekraft.
- Samlet sett bidrar prosjektene mer til miljømessig enn til samfunnsmessig bærekraft.
- Prosjektene bidrar mest til bedre utnyttelse av biologiske ressurser og minst til flere lærlingeplasser.

Bakgrunnen for å inkludere spørsmål knyttet til prosjektenes bidrag til bærekraft utover den økonomiske dimensjonen, er at alle de prosjektene som Innovasjon Norge bevilger midler til, skal bidra til en bærekraftig utvikling i virksomhetene. Dette betyr at Innovasjon Norge skal arbeide for at behovene til dagens generasjon sikres uten å sette til side kommende generasjoners mulighet til å imøtekomme sine behov. Dette er et mål for alle Innovasjon Norges aktiviteter.

De ikke-økonomiske dimensjonene i bærekraftbegrepet er definert som følger:

- Miljømessig dimensjon - Ved å prioritere miljødimensjonen enda høyere og videreutvikle Innovasjon Norge som miljøfyrtårn. I det videre blir denne dimensjonen omtalt som miljøansvar eller miljømessig bærekraft.
- Sosial/samfunnsmessig dimensjon - Ved å stimulere våre kunder til å ta samfunnsansvar (engelsk: Corporate Social Responsibility (CSR)) og vektlegge dette i alle aktivitetene til Innovasjon Norge. I det følgende blir denne dimensjonen omtalt som samfunnsansvar eller samfunnsmessig bærekraft.

Det har vært ganske varierende fokus på miljø- og samfunnsmessig bærekraft i Etterundersøkelsene de siste årene. Fram til 2012-årgangen var det bare en forenklet versjon av spørsmålene som ble stilt. En gjennomgående erfaring med disse dimensjonene, er at de ikke oppleves som relevante for mange av bedriftene. Dette medfører at en stor andel bedrifter svarer «ikke relevant», «vet ikke» eller «i liten grad». Andelen som benytter svaralternativene «ikke relevant» og «vet ikke» ligger mellom 22 og 29 prosent (24 og 29 prosent i 2014), og andelen som svarer «i liten grad» varierer mellom 39 og 60 (39 og 62 i 2014) prosent. Det vil si at det er en relativt lav andel prosjekter som i stor grad har ført til økt bidrag til samfunns- og miljøeffekter. Dette kommer tydelig frem i neste figur som viser den totale andelen bidrag.

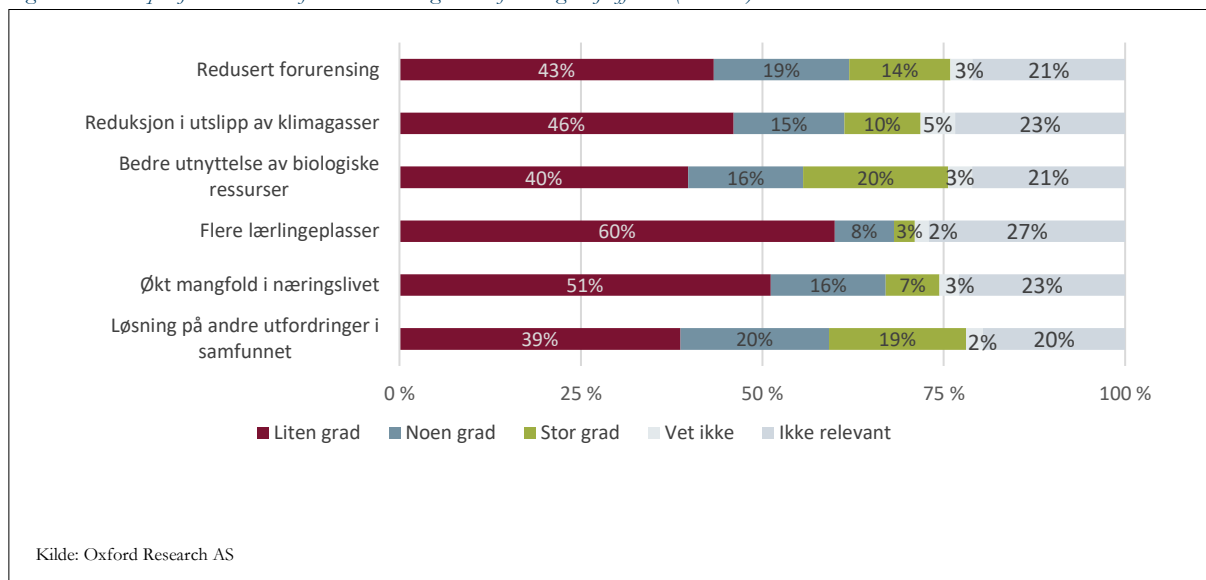
De første tre spørsmålene i figuren under måler den miljømessige bærekraften. De største bidragene til miljøbærekraft er – som i Etterundersøkelsene fra både 2013 og 2014 – i tilknytning til bedre utnyttelse av biologiske ressurser. Det er her 20 prosent av prosjektene som i stor grad har ført til økt bidrag (18 prosent i 2014). Andel prosjekter som i stor grad har økt bidrag til redusert forurensning og reduksjon i utslipp av klimagasser er henholdsvis 14 og 10 prosent (12 og 10 prosent i 2014). Det vil si at det er en økning på 2 prosentpoeng i prosjekter som i stor grad bidrar til redusert forurensning, mens andelen prosjekter som i stor grad bidrar til reduksjon av klimagassutslipp er likt som i 2014.

De tre siste spørsmålene måler samfunnsmessig bærekraft. Her er det – i likhet med fjorårets undersøkelse - høyest andel bedrifter som svarer at de i stor grad har «løsninger på andre utfordringer i samfunnet» (19 prosent, 15 prosent i 2014). Det er – i likhet med fjorårets undersøkelse – 7



prosent som svarer at de i stor grad har påvirket økt mangfold i næringslivet. Det er kun 3 prosent (2 prosent i 2014) som svarer at leveransen i stor grad har bidratt til flere lærlingplasser.

Figur 51: Andel prosjekter som har ført til økt bidrag til samfunn- og miljøeffekter (n: 1615)



I det følgende vil disse dimensjonene i bærekraftbegrepet bli analysert ut fra bakgrunnsvariablene tjeneste og bedriftstype.

## 11.1 MILJØMESSIG BÆREKRAFT

### 11.1.1 Miljømessig bærekraft etter tjeneste

Når vi ser på miljømessig bærekraft, er det noen tjenester som utmerker seg spesielt. Dette er Miljøteknologiordningen, Bioenergiprogrammet og Trebasert innovasjonsprogram. Disse tjenestene har et sterkt miljømessig fokus, og alle tre skårer høyt på de tre miljøkategoriene.

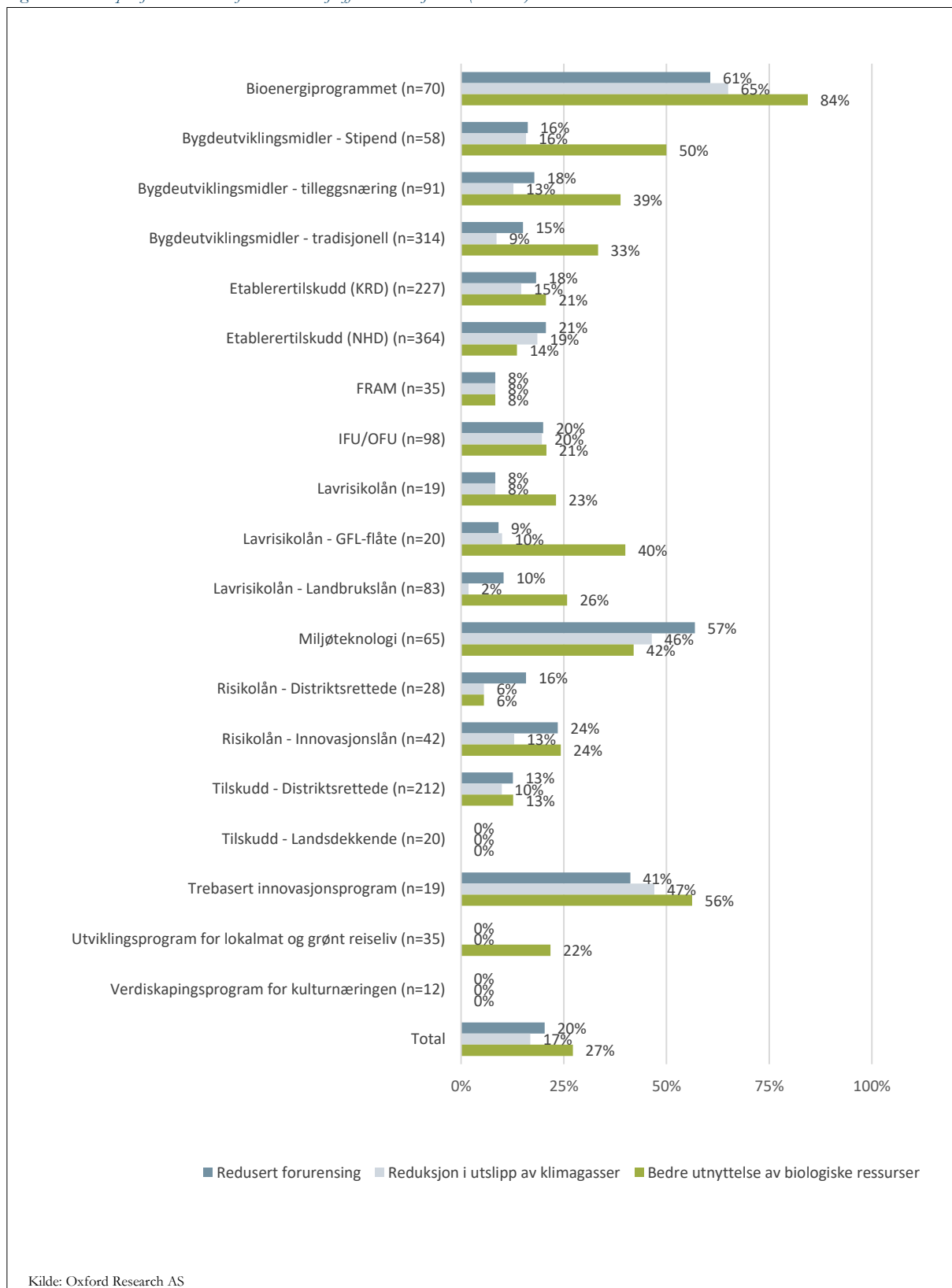
For **redusert forurensning** er det Bioenergiprogrammet (61 prosent), Miljøteknologiordningen (57 prosent) og Trebasert innovasjonsprogram (41 prosent) som har størst bidrag. Videre ser vi at tjenesten Risikolån – innovasjonslån (24 prosent) skårer relativt høyt på denne indikatoren.

Den andre miljødimensjonen som måles, er prosjektenes bidrag til **reduksjon i utslipp av klimagasser**. Vi finner at det er de samme tjenestene som bidrar til redusert forurensning som har høye bidrag til denne indikatoren, nemlig Bioenergiprogrammet (65 prosent), Trebasert innovasjonsprogram (47 prosent) og Miljøteknologiordningen (46 prosent).

Den tredje og siste dimensjonen som måler den miljømessige bærekraften, er **bedre utnyttelse av biologiske ressurser**. Klart høyest bidrag til denne finner vi for virksomheter som har deltatt i Bioenergiprogrammet (84 prosent), fulgt av Trebasert innovasjonsprogram (56 prosent), Bygdeutviklingsmidler – Stipend (59 prosent). Videre ser vi at også Miljøteknologiordningen (42 prosent), Lavrisikolån - GFL-flåte (40 prosent) og Bygdeutviklingsmidler – tilleggsnæring (39 prosent) scorer høyt på denne indikatoren. Det er flere tjenester som har bidrag til bedre utnyttelse av biologiske

ressurser, noe som bidrar til at dette er den indikatoren, som i fjorårets undersøkelse, som har de høyeste verdiene.

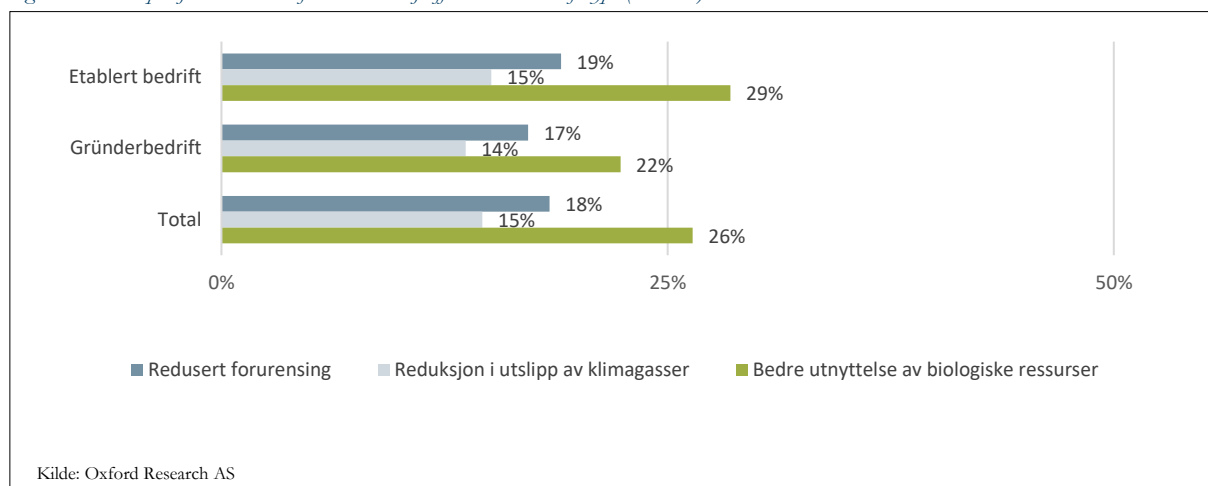
Figur 52: Andel prosjekter som har ført til økt miljøeffekter etter tjeneste (n: 1304)



### 11.1.2 Miljømessig bærekraft etter bedriftstype

Som figuren under viser er det relativt lite variasjon mellom bidragene til bærekraft i miljøet mellom gründere og etablerte bedrifter. Den største variasjonen finner vi for indikatoren **bedre utnyttelse av biologiske ressurser**. Her er bidraget 7 prosentpoeng større fra de etablerte bedriftene, men dette kan gjerne være fordi denne kategorien inneholder flere bedrifter fra landbruket.

Figur 53: Andel prosjekter som har ført til økt miljøeffekter etter bedriftstype (n: 1304)



## 11.2 SAMFUNNSMESSIG BÆREKRAFT

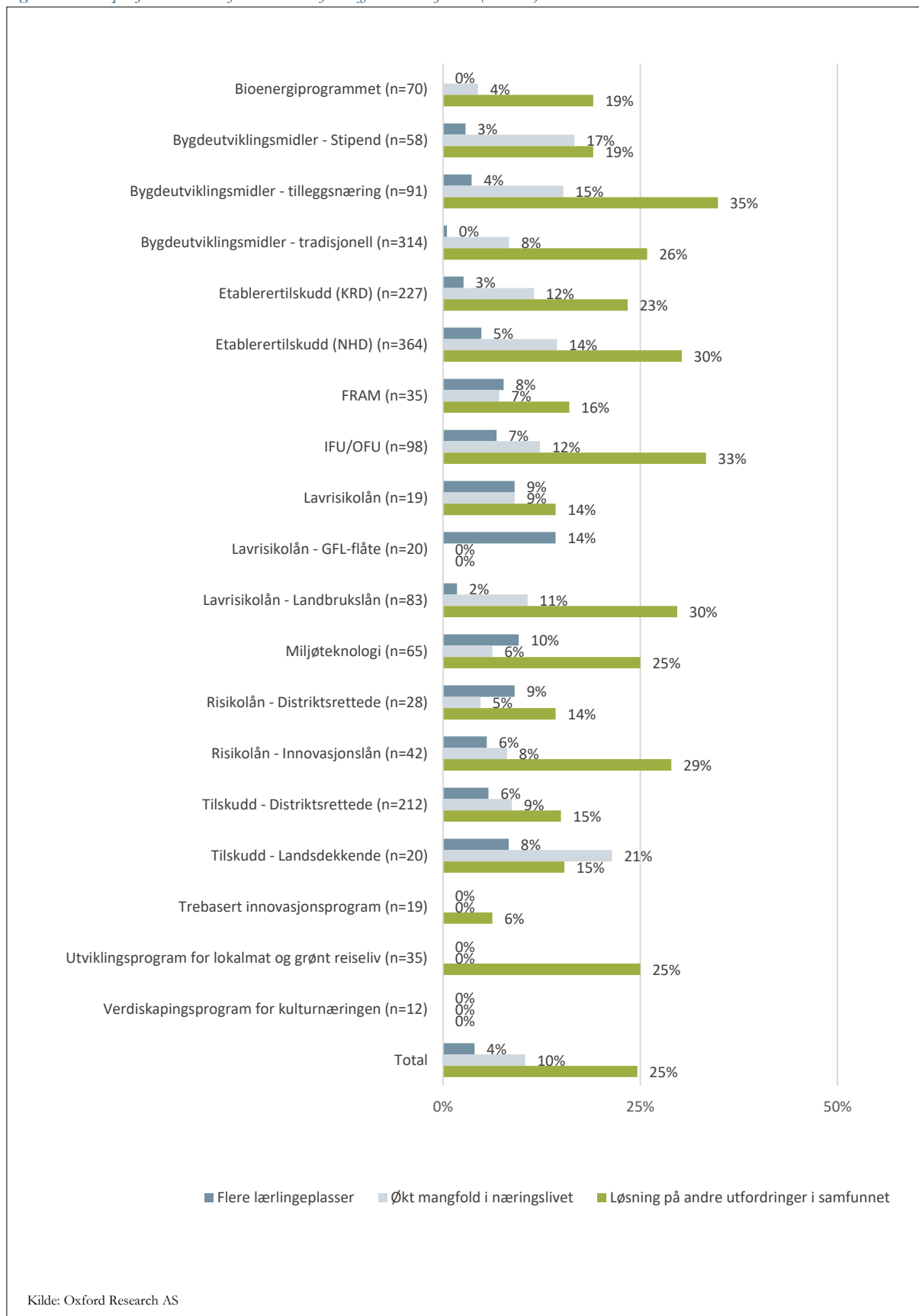
### 11.2.1 Samfunnsmessig bærekraft etter tjeneste

Når det gjelder prosjektenes bidrag til **samfunnsmessig bærekraft**, viser figuren under at for 5 av de 19 tjenestene (2014: 11 av de 22, 2013: 6 av de 22) har ikke prosjektene bidratt til **flere lærlingeplasser** i det hele tatt. Lavrisikolån - GFL-flåte (14 prosent) er det prosjektet som i størst grad har bidratt til flere lærlingeplasser, fulgt av Miljøteknologiordningen (9 prosent) og Lavrisikolån (9 prosent).

Når det gjelder **økt mangfold i næringslivet**, er det flere bedrifter og flere tjenester som i stor grad bidrar til dette. De høyeste bidragene finner vi for Tilskudd – landsdekkende (21 prosent) og Bygdeutviklingsmidler – Stipend (17 prosent). For tjenestene Lavrisikolån - GFL-flåte, Trebasert innovasjonsprogram, Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv og Verdiskapingsprogram for kulturnæringen finner vi ingen bidrag i stor grad.

Den siste dimensjonen som måles i samfunnsmessig bærekraft er **løsning på andre utfordringer i samfunnet** (f.eks. helse, matsikkerhet, tryggere samfunn). Tjenestene som skårer høyest her er Bygdeutviklingsmidler – tilleggsnæring (35 prosent), IFU/OFU (33 prosent), Etablerertilskudd (NHD) (30 prosent) og Lavrisikolån – Landbrukslån (30 prosent). I andre enden av skalaen finner vi Lavrisikolån – GFL-flåte og Verdiskapingsprogram for kulturnæringen som ikke har noen bidrag i stor grad. Dette er altså den indikatoren for samfunnsmessig bærekraft som har hatt høyest skår i de siste fire Etterundersøkelsene.

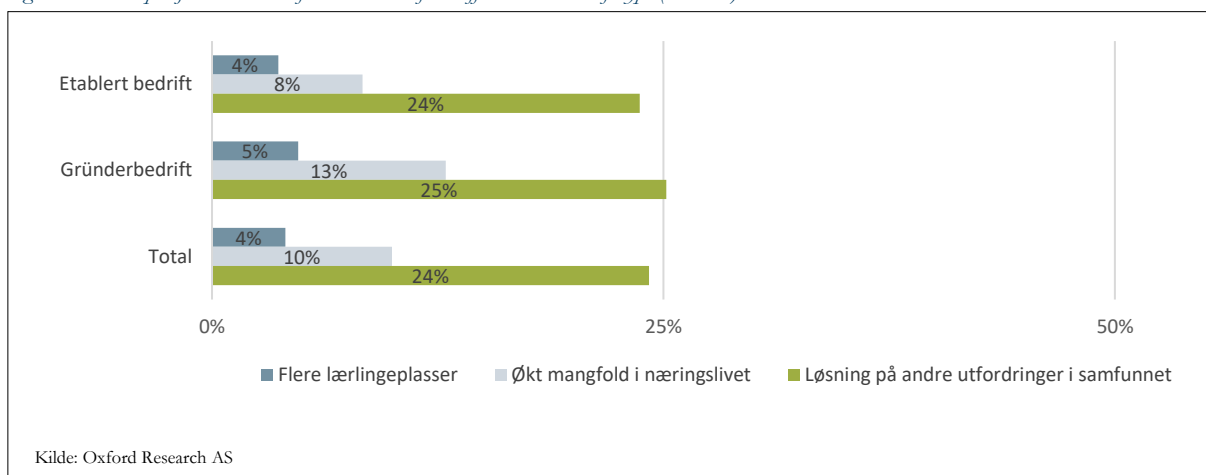
Figur 54: Andel prosjekter som har ført til økt samfunns effekter etter tjeneste (n: 1220)



### 11.2.2 Samfunnsmessig bærekraft etter bedriftstype

Som figuren under viser, er det også relativt lite variasjon mellom bidragene til samfunnsmessig bærekraft mellom gründere og etablerte bedrifter. Det er liten forskjell mellom bedriftstypene når det gjelder **flere lærlingeplasser** og **løsning på andre utfordringer i samfunnet**, hvor bidragene til gründerbedriftene kun er ett prosentpoeng høyere enn for de etablerte bedriftene. Det er en noe større variasjon når det kommer til **økt mangfold i næringslivet**. Andelen prosjekter blant gründerbedrifter som har ført til økt samfunnseffekter er her 13 prosent, mens det for de etablerte bedriftene er 8 prosent.

Figur 55: Andel prosjekter som har ført til økt samfunnseffekter etter bedriftstype (n: 1220)



## 12. Sysselsettingseffekter av prosjektene

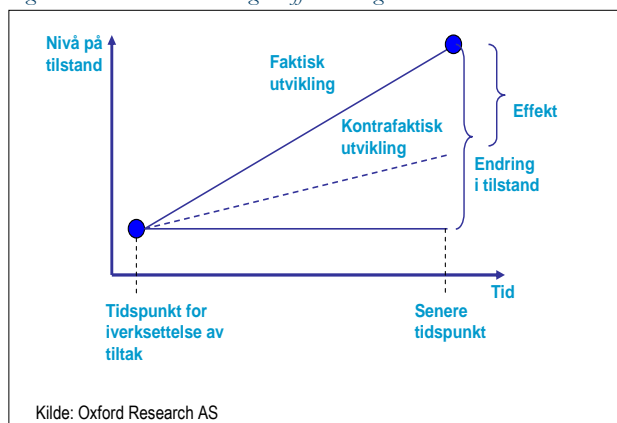
Innovasjon Norge skal bidra til å utvikle og skape robuste og lønnsomme bedrifter. Bidragene som de støttede prosjektene har til innovasjon, kompetanse- og samarbeid er kun et virkemiddel for å oppnå dette, jfr. vår modell. Videre i dette kapitlet vil vi se på prosjektenes betydning for bedriftens sysselsettingsutvikling. Hvor mange arbeidsplasser har blitt skapt og sikret som følge av Innovasjon Norges bistand, og hvor mye koster arbeidsplassene?

Utgangspunktet for enhver vurdering av resultat og effekt er en endring av en tilstand. Spørsmålet blir dermed: ”I hvilken grad skyldes endringen innsatsen?”. Svært ofte stilles ikke dette spørsmålet i evalueringer, og hele endringen tilskrives da innsatsen. En kjenner den faktiske sysselsettingsutviklingen i bedriftene, men ikke hvor mye av den som skyldes de prosjektene som Innovasjon Norge har vært med på å finansiere eller hva som ville skjedd hvis virksomhetene ikke hadde fått tilsagn fra Innovasjon Norge. Det er avgjørende å kunne si noe om dette for å kunne belyse hva som er effekten av tilsagnene. I prinsippet kan effekten av Innovasjon Norges tilsagn både være større eller mindre enn den observerte endringen i tilstand. Det mest sannsynlige er imidlertid at den vil være mindre.

Det finnes flere metodiske alternativer som kan brukes for å estimere effekter av et tiltak. En kunne tilnærmet seg dette gjennom å benytte kontrollgrupper, hvor forskjellen mellom dem utelukkende er knyttet til tilstedeværelsen av innsatsen. Slike analyser gjennomføres av Samfunnsøkonomisk Analyse i et arbeid som er relatert til Innovasjon Norges MRS-system. Samfunnsøkonomisk Analyse sine estimater dekker imidlertid ikke alle tjenester, de omfatter kun virksomheter med tilgjengelig foretaks- og regnskapsinformasjon. Estimatenes måles videre på bedriftsnivå, det vil si utviklingen i bedriftene måles på et overordnet nivå, og ikke bare med tanke på prosjektstøtten fra Innovasjon Norge.

For å være i stand til å dekke hele tjenestespekteret til Innovasjon Norge, har vi i den foreliggende Etterundersøkelsen benyttet en tilnærming som kombinerer prosjektresultater og addisjonalitet. Begrepet addisjonalitet bygger på oppfatningen av hvor mye av innsats, resultater og effekter som er tilført som følge av særskilte handlinger. Begrepet baserer seg på et spørsmål om hva som ville skjedd ”dersom ikke...”, derav den kontrafaktiske dimensjonen. Dermed kan man estimere en endring i tilstand i tilfeller hvor innsatsen ikke hadde blitt realisert. Differansen mellom den faktiske utviklingen og den estimerte kontrafaktiske utviklingen, vil da være effekten av tiltaket. Figuren under illustrerer disse forholdene.

Figur 56: Teoretisk tilnærming til effektmåling.



Den kontrafaktiske utviklingen er imidlertid vanskelig å måle, nettopp fordi det representerer en utvikling som faktisk ikke har skjedd. Vi vil derfor understreke at det alltid vil være stor usikkerhet knyttet til slike beregninger. Treffsikkerheten i anslagene vil blant annet avhenge av utvalgsusikkerhet og presisjonsproblemer knyttet til de subjektivt graderte svaralternativene som brukes for å beregne sysselsettingseffektene. Her kan blant annet strategisk svargivning være en utfordring. Det kan tenkes at bedriftene vil kunne ha incentiver til å overvurdere betydningen av støtten. Sannsynligheten for at tilbudet vil bli opprettholdt i framtiden øker da, noe som gjør at virksomhetene også vil kunne søke om støtte i framtiden.

Videre i dette kapitlet beregnes først sysselsettingseffektene i de virksomhetene som er med i denne Etterundersøkelsen. Disse tallene brukes så til å beregne sysselsettingseffektene for alle bedriftene, det vil si hele populasjonen som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i 2015. Til slutt anvendes sysselsettingseffektene for hele populasjonen til å estimere Innovasjon Norges kostnad per skapte og sikrede arbeidsplass.

## 12.1 SYSSELSETTINGSEFFEKTER FOR BEDRIFTER SOM ER MED I ETTERUNDERSØKELSEN

Sysselsettingen kan i prinsippet ha økt, holdt seg konstant eller blitt redusert i de virksomhetene som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i 2015. I det videre ser vi nærmere på netto sysselsettingsøkning i bedriftene. For å ta hensyn til at resultatene kan bli påvirket av noen få, store ”outliere”, har vi valgt å ekskludere den ene prosenten av bedriftene som har hatt den største sysselsettingsreduksjonen og sysselsettingsøkningen i perioden. Dette er ofte bedrifter som har gjennomgått organisatoriske endringer i form av oppkjøp eller salg av hele eller deler av virksomheten.

### 12.1.1 Netto sysselsettingsøkning

Blant de virksomhetene som har svart på Etterundersøkelsen 2015, har det vært en brutto sysselsettingsøkning på 2981 arbeidsplasser. Det har imidlertid også vært en sysselsettingsnedgang i noen bedrifter (totalt på -760). Dette innebærer at det har vært en samlet netto sysselsettingsøkning på 2221 arbeidsplasser i perioden. Av sysselsettingsøkningen er 889 arbeidsplasser kommet innenfor det distriktpolitiske virkeområdet og 1332 utenfor.

Resultatene på overordnet nivå avdekker ikke hvorvidt det er variasjoner mellom støttemottakerne ut fra tjeneste når det gjelder netto sysselsettingsøkning samlet og per prosjekt. Vi har imidlertid sett nærmere på dette i tabellen under. Det er relativt stor variasjon mellom de ulike tjeneste- og programmene både når det gjelder netto sysselsettingsøkning totalt og per prosjekt. Netto sysselsettingsøkning er størst blant de som har fått Etablererstipend (NHD), Tilskudd – Distriktsrettede, IFU/OFU og Etablererstipend (KRD), mens den er minst blant de som har mottatt Bioenergi-programmet, Lavrisikolån - Landbrukslån og Bygdeutviklingsmidler – Stipend.

Dersom en ser på tallene per prosjekt, er bildet annerledes. Netto sysselsettingsøkning per prosjekt er høyest for Tilskudd – Landsdekkende, Miljøteknologiordningen, Risikolån - Innovasjonslån og IFU/OFU. Sammenlignet med de to foregående årgangene er netto sysselsettingsøkning per prosjekt høyere. For 2015-årgangen ligger gjennomsnittet på 1,4 arbeidsplasser per prosjekt, mens det for 2014- og 2013-årgangen lå på henholdsvis 0,9 og 1,1 arbeidsplasser per prosjekt. Økningen skyldes primært en positiv utvikling blant de som har mottatt Etablererstipend (NFD), Tilskudd -

Landsdekkende og Risikolån - Innovasjonslån samt Tilskudd - Distriktsrettede og Risikolån - Distriktsrettede.

Tabell 21: Netto sysselsettingsøkning, 2015 fordelt etter tjeneste.

Tjeneste	Netto sysselsettingsøkning	
	Pr prosj. -15	Sum -15
Bioenergiprogrammet	-0,2	-9
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	0,0	-1
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	0,3	26
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	0,0	13
Etablererstipend (KRD)	0,9	178
Etablererstipend (NHD)	2,0	682
FRAM	1,2	41
IFU/OFU	3,1	293
Lavrisikolån	1,0	16
Lavrisikolån - GFL-flåte	-0,7	-11
Lavrisikolån - Landbrukslån	0,0	-4
Miljøteknologi	3,9	232
Risikolån - Distriktsrettede	3,0	85
Risikolån - Innovasjonslån	3,2	115
Tilskudd - Distriktsrettede	2,1	414
Tilskudd - Landsdekkende	5,3	79
Trebasert innovasjonsprogram	1,6	19
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv	0,9	23
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen	2,4	28
<b>Totalt</b>	<b>1,4</b>	<b>2221</b>

Kilde: Oxford Research

### 12.1.2 Skaping av arbeidsplasser

De skapte arbeidsplassene vi nettopp har sett på, kan ha kommet som et resultat av Innovasjon Norges medvirkning. Imidlertid kan det også være slik at de helt eller delvis ville kommet uavhengig av Innovasjon Norges bidrag. For å kunne anslå Innovasjon Norges betydning for antall skapte arbeidsplasser, er det nødvendig å ha en beregningsmodell. Den benyttede modellen tar utgangspunkt i et sett av forutsetninger. Disse er knyttet til virksomhetenes oppfatninger av prosjektets betydning for sysselsettingsutviklingen og Innovasjon Norges betydning for realiseringen av prosjektet (addisjonalitet). Modellen baserer seg på tre steg:

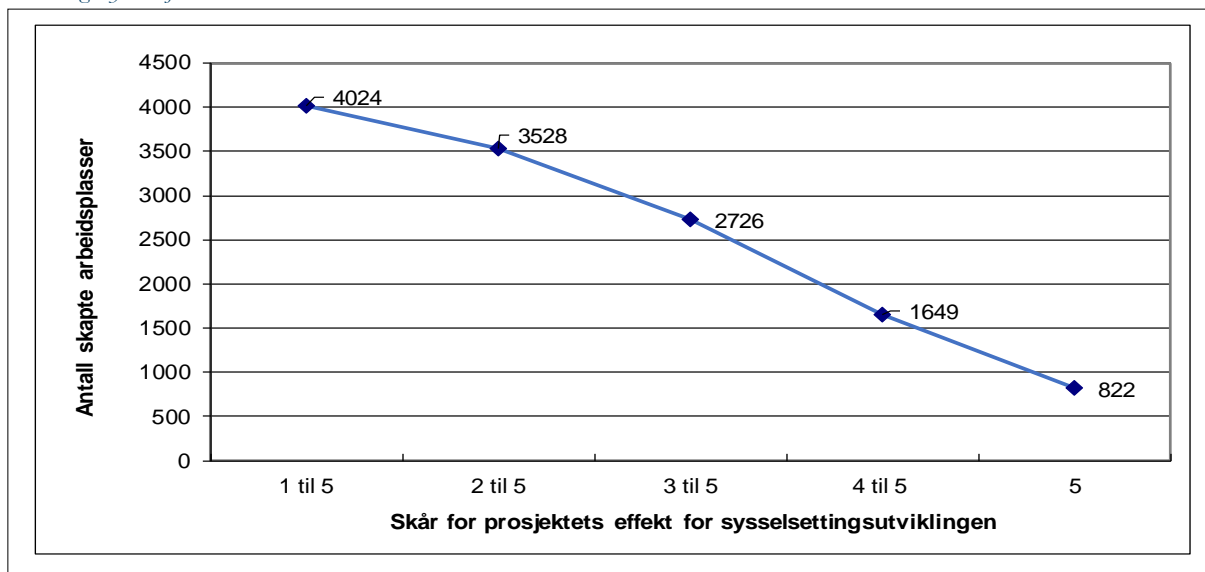
- For at prosjektet skal kunne sies å ha betydning for sysselsettingsutviklingen, må virksomhetene oppgi en skår på 4 til 5 på spørsmålet om prosjektet har hatt effekt på sysselsettingsutviklingen.
- Prosjektet må ha middels eller høy addisjonalitet i Førundersøkelsen for 2015-årgangen. Det vil si at Innovasjon Norge må ha betydning for realiseringen av prosjektet.
- Sysselsettingsveksten i perioden 31/12 2015 til 31/12 2018 er utgangspunktet for beregningen.

Beregningen av antall skapte arbeidsplasser er følsomme for hvilke forutsetninger som legges til grunn. I neste figur illustreres endringene i anslagene ut fra hvilken betydning prosjektet har hatt for sysselsettingsutviklingen. Stadig ligger forutsetningene om middels eller høy addisjonalitet til grunn. Det samme gjør kravet til positiv sysselsettingsutvikling.

Figuren under viser at Innovasjon Norge har bidratt til realisering av 1649 arbeidsplasser (skår 4-5 på betydning for sysselsettingsvekst). Dette er en del høyere enn 2014-årgangens 809 arbeidsplasser, men relativt likt som 2013-årgangens 1421 arbeidsplasser. Endringen fra 2014 til 2015 skyldes først og fremst noen få, store bedrifter.



Figur 57: Sammenhengen mellom prosjektets betydning for sysselsettingsutviklingen og skapte arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2015. Prosjekter med middels og høy addisjonalitet i Førundersøkelsen 2015. Akkumulerte tall.



Innovasjon Norge skal bidra til næringsutvikling i hele landet. De bedriftene som er med i Etterundersøkelsen, har skapt 706 arbeidsplasser innenfor det distriktpolitiske virkeområdet og 943 utenfor. Det innebærer at 43 prosent av de skapte arbeidsplassene har kommet innenfor det distriktpolitiske virkeområdet. Det er en andel som er helt lik 2014-årgangen.

### 12.1.3 Sikring av arbeidsplasser

Som tidligere nevnt, kan sysselsettingen ikke bare øke, men også være stabil eller synke. I tillegg til å bidra til sysselsettingsvekst, er det også slik at de Innovasjon Norge finansierte prosjektene kan bidra til at eksisterende arbeidsplasser sikres. Prosjektene kan forhindre at det blir nødvendig å redusere arbeidsstokken eller de kan begrense reduksjonen av den. Eventuelt kan de også motvirke at virksomheten blir nedlagt eller går konkurs.

Omfanget av sikring av arbeidsplasser beregnes gjennom å ta utgangspunkt i hvordan bedriftene vurderer prosjektets viktighet for overlevelse samt deres vurdering av hvilken betydning Innovasjon Norge har hatt for realiseringen av prosjektene (addisjonalitet). Også for denne beregningen ligger det tre forutsetninger til grunn:

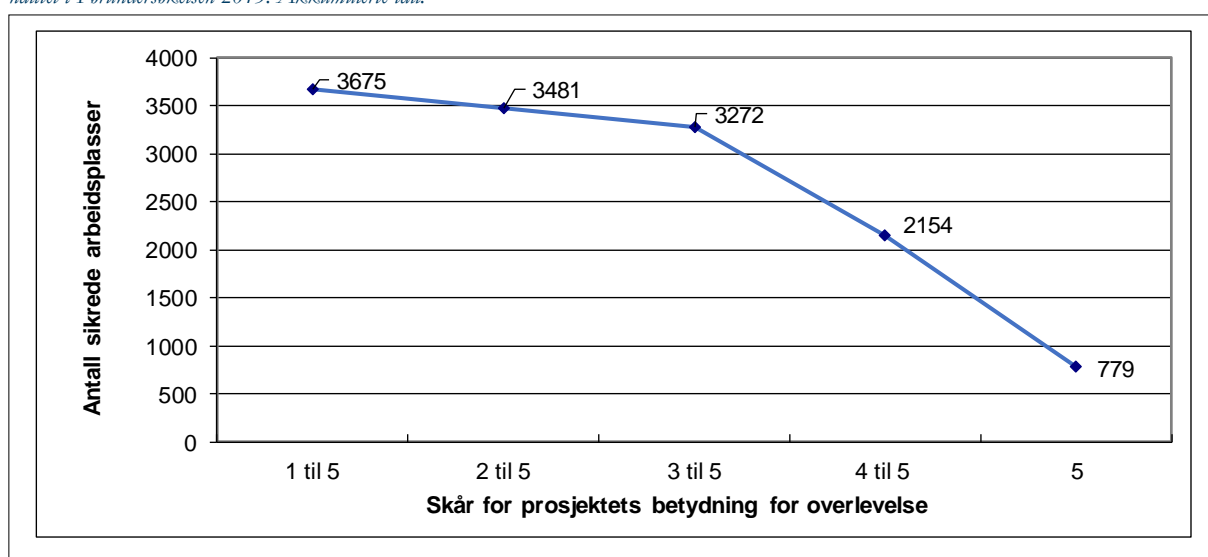
- For at prosjektet skal kunne sies å ha vært viktig for virksomhetenes overlevelse, må de ha svart 5 på dette spørsmålet.
- Prosjektet må ha høy addisjonalitet i Førundersøkelsen for 2015, det vil si at det ville blitt gjennomført på et senere tidspunkt og i en mer begrenset skala eller ikke gjennomført i det hele tatt.
- Sysselsettingen per 31.12.15 er utgangspunktet for beregningen.

Som i tidligere undersøkelser er ikke de fem prosent største bedriftene med i beregningen. Om disse bedriftene tas med, risikerer man at en ved oppskalering får resultater som i liten grad er representative for populasjonen.

Som for skapte arbeidsplasser er også anslaget for sikrede arbeidsplasser følsomt for variasjon i forutsetningene som legges til grunn. I figuren under vises sammenhengen mellom prosjektenes betydning for overlevelse og sikring av arbeidsplasser. Det framgår at Innovasjon Norge har bidratt til å sikre 779 arbeidsplasser. Dette innebærer at tilsagnene i utvalget har en del større betydning for skaping av nye enn sikring av eksisterende arbeidsplasser.

Fordelt etter distriktspolitisk virkeområde har Innovasjon Norge medvirket til å sikre 404 arbeidsplasser innenfor det distriktspolitiske virkeområdet og 375 utenfor. Dette innebærer at 52 prosent av de sikrede arbeidsplassene har kommet i det distriktspolitiske virkeområdet. Dette er en del lavere enn for 2014-årgangen (63 prosent), men endringen skyldes primært noen få, store bedrifter.

Figur 58: Sammenhengen mellom prosjektenes betydning for overlevelse og sikrede arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2015. Prosjekter med høy addisjonalitet i Førundersøkelsen 2015. Akkumulerte tall.



## 12.2 ESTIMERING AV SYSSELSETTINGSEFFEKTER FOR HELE POPULASJONEN

Ved å bruke de beregningene som er gjort for sysselsettingseffekter for de prosjektene som inngår i Etterundersøkelsen for 2015-kullet, kan en estimere sysselsettingseffekter for hele populasjonen som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i dette året (5742 prosjekter). Disse effektene estimeres gjennom å anslå effekter for både skapte og sikrede arbeidsplasser. På begge disse to områdene tar beregningen utgangspunkt i hvordan resultatene fra prosjektene som inngår i Etterundersøkelsen fordeler seg på de ulike tjenestene. Beregningsmåten er beskrevet inngående i forrige delkapittel.

### 12.2.1 Skapte arbeidsplasser for hele populasjonen

Beregningen av skapte arbeidsplasser for hele populasjonen tar utgangspunkt i andelen prosjekter for hver enkelt tjeneste som har middels eller høy addisjonalitet i Førundersøkelsen og der virksomhetene oppgir en skår på 4 til 5 på spørsmålet om prosjektets effekt på sysselsettingsutviklingen. Denne andelen multipliseres så med den gjennomsnittlige sysselsettingsøkningen for hver enkelt tjeneste i Etterundersøkelsen. Dette gir uttrykk for hvor mange arbeidsplasser som har blitt skapt per tilsagn. For å finne hvor mange arbeidsplasser som har blitt skapt for hele populasjonen,

multipliseres gjennomsnittlig antall arbeidsplasser per tilsagn med antall tilsagn for de ulike tjenestene. Resultatene av disse beregningene vises i tabellen under.

Tabell 22: Beregning av skapte arbeidsplasser. Anslag for hele populasjonen fordelt etter tjeneste.

Tjeneste	Populasjon	Betsys >=4	Gj.arb. pl.	Arb.pl. per prosj.	Tot. arb.pl.
Bioenergiprogrammet	146	0,06	0,30	0,02	3
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	124	0,09	2,36	0,21	26
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	306	0,16	1,05	0,17	52
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	1367	0,14	0,58	0,08	111
Etablererstipend (KRD)	549	0,18	8,18	1,46	800
Etablererstipend (NHD)	942	0,20	4,62	0,93	873
FRAM	226	0,17	2,72	0,45	102
IFU/OFU	285	0,21	6,57	1,37	391
Lavrisikolån	70	0,06	9,00	0,53	37
Lavrisikolån - GFL-flåte	125	0,00	0,00	0,00	0
Lavrisikolån - Landbrukslån	245	0,65	0,95	0,62	151
Miljøteknologi	134	0,27	7,09	1,88	252
Risikolån - Distriktsrettede	132	0,22	3,93	0,87	115
Risikolån - Innovasjonslån	138	0,33	10,89	3,63	501
Tilskudd - Distriktsrettede	703	0,18	3,88	0,68	478
Tilskudd - Landsdekkende	64	0,41	4,00	1,65	105
Trebasert innovasjonsprogram	45	0,11	4,50	0,47	21
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv	100	0,18	10,42	1,89	189
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen	41	0,36	2,63	0,95	39
<b>Totalt</b>	<b>5742</b>			<b>0,74</b>	<b>4249</b>

Kilde: Oxford Research  
 Populasjon= alle INs prosjekter i 2015, Betsys = andelen prosjekter som har effekt på sysselsettingsutviklingen, Gj.arb.pl = gjennomsnittlig antall skapte arbeidsplasser i de bedriftene hvor prosjektet har hatt effekt på sysselsettingsutviklingen, Arb.pl. per prosj. = antall skapte arbeidsplasser per prosjekt for hele populasjonen, Tot.arb.pl = totalt antall skapte arbeidsplasser.

### Skapte arbeidsplasser totalt og per prosjekt

For hele populasjonen er det skapt 4249 nye arbeidsplasser. Uten å ta hensyn til antall prosjekter, er det blitt skapt klart flest arbeidsplasser gjennom prosjekter som har fått tilsagn om Etablererstipend (NHD), Etablererstipend (KRD), Risikolån – Innovasjonslån og Tilskudd – Distriktsrettede. Også for 2014-årgangen var det slik at den først- og sistnevnte av disse tjenestene bidro mest her.

Som vist i tidligere Etterundersøkelser er det betydelig variasjon mellom tjenestene når det gjelder hvor mange arbeidsplasser som har blitt skapt per prosjekt. Det har blitt skapt flest arbeidsplasser per prosjekt blant mottakerne av Risikolån – Innovasjonslån, Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv og Miljøteknologiordningen, mens det for Lavrisikolån - GFL-flåte, Bioenergi-programmet og Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell har blitt skapt færrest.

For hele populasjonen er det i gjennomsnitt skapt 0,7 arbeidsplasser per prosjekt. Dette er høyere enn for 2014-årgangen (0,5 arbeidsplasser per prosjekt) og 2013-årgangen. Økningen skyldes først og fremst at det for 2015-kullet skapes vesentlig flere arbeidsplasser blant de som har fått tilsagn om Etablererstipend (KRD) og Etablererstipend (NHD).

## Skapte arbeidsplasser etter distriktpolitisk virkeområde

Vi har også beregnet antall skapte arbeidsplasser fordelt etter distriktpolitisk virkeområde. Prosjektene i 2014-årgangen har skapt 2367 nye arbeidsplasser utenfor det distriktpolitiske virkeområdet, mens 1882 arbeidsplasser har blitt generert innenfor sonene. 44 prosent av arbeidsplassene har dermed oppstått innenfor det distriktpolitiske virkeområdet. Dette er en lavere andel enn prosjekter innenfor det distriktpolitiske virkeområdet i populasjonen (54 prosent).

### 12.2.2 Sikrede arbeidsplasser for hele populasjonen

Den videre estimeringen av antall sikrede arbeidsplasser tar utgangspunkt i andelen prosjekter for hver enkelt tjeneste som har høy addisjonalitet i Førundersøkelsen og der virksomhetene oppgir en skår på 5 på spørsmålet om hvor viktig prosjektet er for deres overlevelse. Denne andelen multipliseres så med det gjennomsnittlige antall sikrede arbeidsplasser for hver enkelt tjeneste i Etterundersøkelsen. Dette gir uttrykk for hvor mange arbeidsplasser som har blitt sikret per tilsagn. For å finne hvor mange arbeidsplasser som har blitt sikret for hele populasjonen, multipliseres antall sikrede arbeidsplasser per tilsagn med antall tilsagn for de ulike tjenestene. Resultatene fra beregningene er vist i tabellen nedenfor.

Tabell 23: Beregning av sikrede arbeidsplasser. Anslag for hele populasjonen fordelt etter tjeneste.

Tjeneste	Populasjon	Betov.= 5	Gj.arb.pl.	Arb.pl. per prosj.	Tot. arb.pl.
Bioenergiprogrammet	146	0,06	1,25	0,08	11
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	124	0,11	1,50	0,16	20
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	306	0,20	2,18	0,43	132
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	1367	0,14	2,31	0,32	443
Etablererstipend (KRD)	549	0,16	0,69	0,11	60
Etablererstipend (NHD)	942	0,19	0,97	0,18	170
FRAM	226	0,13	6,75	0,90	203
IFU/OFU	285	0,27	6,24	1,71	489
Lavrisikolån	70	0,00	0,00	0,00	0
Lavrisikolån - GFL-flåte	125	0,01	4,00	0,05	6
Lavrisikolån - Landbrukslån	245	0,94	1,81	1,71	418
Miljøteknologi	134	0,20	2,38	0,48	65
Risikolån - Distriktsrettede	132	0,19	0,60	0,11	15
Risikolån - Innovasjonslån	138	0,29	6,58	1,88	260
Tilskudd - Distriktsrettede	703	0,16	5,64	0,91	638
Tilskudd - Landsdekkende	64	0,00	1,40	0,00	0
Trebasert innovasjonsprogram	45	0,05	0,00	0,00	0
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv	100	0,12	1,75	0,21	21
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen	41	0,18	11,00	2,00	82
<b>Totalt</b>	<b>5742</b>			<b>0,53</b>	<b>3033</b>

Kilde: Oxford Research  
 Populasjon= alle INs prosjekter i 2015, Betov. = andelen prosjekter som har betydning for overlevelsen, Gj.arb.pl = gjennomsnittlig antall sikrede arbeidsplasser i de bedriftene hvor prosjektet har hatt betydning for overlevelsen, Arb.pl. per prosj. = sikrede arbeidsplasser per prosjekt for hele populasjonen, Tot.arb.pl = totalt antall sikrede arbeidsplasser.

### Sikrede arbeidsplasser totalt og per prosjekt

For hele populasjonen fra 2015 er det sikret rundt 3000 arbeidsplasser. Om en ser bort fra antall tilsagn, har det høyeste antallet arbeidsplasser blitt sikret gjennom prosjekter som har fått tilsagn om Tilskudd - Distriktsrettede. Deretter følger IFU/OFU, Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell og Lavrisikolån - Landbrukslån. Dette er også blant de tjenestene som har skåret høyest både for 2013- og 2014-årgangen.

Om en foretar en fordeling ut fra hvor mange arbeidsplasser som har blitt sikret per prosjekt, gir det en annen rekkefølge på tjenestene. Flest arbeidsplasser per prosjekt har blitt sikret blant mot-takerne av Verdiskapingsprogram for kultur nærings, Risikolån – Innovasjonslån, IFU/OFU og Lavrisikolån - Landbrukslån.

For hele populasjonen er det i gjennomsnitt sikret 0,5 arbeidsplasser per prosjekt. Dette er midt mellom estimatet for 2014-årgangen (0,4 arbeidsplasser per prosjekt) og 2013-årgangen (0,6 arbeidsplasser per prosjekt).

### Sikrede arbeidsplasser etter distriktpolitisk virkeområde

Fordelt etter distriktpolitisk virkeområde har 1175 arbeidsplasser blitt sikret utenfor det distriktpolitiske virkeområdet, mens 1858 arbeidsplasser har blitt sikret innenfor sonene. Samlet innebærer det at 61 prosent av de sikrede arbeidsplassene er å finne innenfor det distriktpolitiske virkeområdet. Dette er 7 prosentpoeng høyere enn hva andelen prosjekter innen det distriktpolitiske virkeområdet tilsier (54 prosent).

### 12.2.3 Skapte og sikrede arbeidsplasser for hele populasjonen

I tabellen under gis det en oversikt over skapte og sikrede arbeidsplasser for hele populasjonen. Med de forutsetningene som er lagt til grunn, er det skapt og sikret 7300 arbeidsplasser blant de bedriftene som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i 2015. Dette innebærer at det er skapt og sikret 1,27 arbeidsplasser per prosjekt. Dette er høyere enn i de fire siste årgangene, hvor tallet har variert fra 0,87 til 0,99 arbeidsplasser per prosjekt.

Tabell 24: Beregning av skapte og sikrede arbeidsplasser for hele populasjonen fordelt etter tjeneste.

Tjeneste	Populasjon (prosjekt)	Per prosjekt	Totalt
Bioenergiprogrammet	146	0,10	14
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	124	0,37	46
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	306	0,60	184
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	1367	0,41	555
Etablererstipend (KRD)	549	1,57	860
Etablererstipend (NHD)	942	1,11	1043
FRAM	226	1,35	306
IFU/OFU	285	3,09	880
Lavrisikolån	70	0,53	37
Lavrisikolån - GFL-flåte	125	0,05	6
Lavrisikolån - Landbrukslån	245	2,32	569
Miljøteknologi	134	2,37	317
Risikolån - Distriktsrettede	132	0,99	130
Risikolån - Innovasjonslån	138	5,51	761
Tilskudd - Distriktsrettede	703	1,59	1116
Tilskudd - Landsdekkende	64	1,65	105
Trebasert innovasjonsprogram	45	0,47	21
Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv	100	2,11	211
Verdiskapingsprogram for kultur nærings	41	2,95	121
<b>Totalt</b>	<b>5742</b>	<b>1,27</b>	<b>7282</b>

Kilde: Oxford Research

### Skapte og sikrede arbeidsplasser etter distriktspolitisk virkeområde

Fordelt etter distriktspolitisk virkeområde ligger antall skapte og sikrede arbeidsplasser på 3542 utenfor det distriktspolitiske virkeområdet og på 3740 arbeidsplasser innenfor sonene. Dette innebærer at 51 prosent av de skapte og sikrede arbeidsplassene er kommet innenfor det distriktspolitiske virkeområdet. Det er dermed skapt og sikret 3 prosentpoeng færre arbeidsplasser innenfor det distriktspolitiske virkeområdet enn antall prosjekter tilsier (54 prosent).

## 12.3 INNOVASJON NORGES KOSTNADER PER ARBEIDSPASS

Anslaget for støtteelementet per arbeidsplass som er skapt eller sikret tar utgangspunkt i de oppskalerte sysselsettingstallene som er beregnet foran samt samlet støtteelement for bevilgningene i 2015. Utgangspunkt her er tall for hele populasjonen.

I beregningene ser vi bort fra de samfunnsøkonomiske kostnadene som er knyttet til å kreve inn skatter. Vi ser også bort fra administrasjonskostnadene for ordningene ettersom disse ikke er kjent. I tabellen vises beregninger for 2015-årgangen hvor alle tjenestene er tatt med.

Anslagene for kostnader per arbeidsplass er beregnet på grunnlag av samlet støtteelement i de årlige bevilgningene til tjenestene. Her har vi satt Innovasjon Norges kostnader lik summen av de ulike tilskuddsordningene tillagt tapsavsetningen for risikolåneordningene. Det totale støtteelementet er så dividert med sysselsettingsanslaget. Metoden må betraktes som en forenkling, da det som nevnt tidligere verken tas hensyn til administrasjonskostnadene eller gjøres korrigeringer i forhold til faktiske tap. Anslagene for kostnader per arbeidsplass er vist i tabellen nedenfor.

Tabell 25: Innovasjon Norges kostnader per skapte og sikrede arbeidsplass.

Årskull	Skapte og sikrede arbeidsplasser		Kostnader per arbeidsplass (i 1000 kr)	
	Høyt anslag	Lavt anslag	Høyt anslag	Lavt anslag
2015*		7282		304
2014*		5546		358
2013*		6688		370
2012*		5011		387
2011*		4400		374
2010*		7975		225
2009*		5625		353
2008	9598	7341	174	227
2007	10176	7554	139	187
2006	7271	5054	199	286
2005	9808	6031	165	243
2004	8118	5885	185	255
2003	6227	4120	171	259

Source: Oxford Research

Note: \* Høyt og lavt anslag ikke beregnet. Dette skyldes at måleskalaen har blitt endret fra en 7-delt til en 5-delt måleskala.

For de tjenestene som inngår i 2015-årgangen, er Innovasjon Norges samlede kostnader på ca. 2 213 millioner kr, noe som gir totale kostnader per arbeidsplass på 304 000 kr. Dette er lavere enn estimatene for 2012-, 2013- og 2014-årgangen.

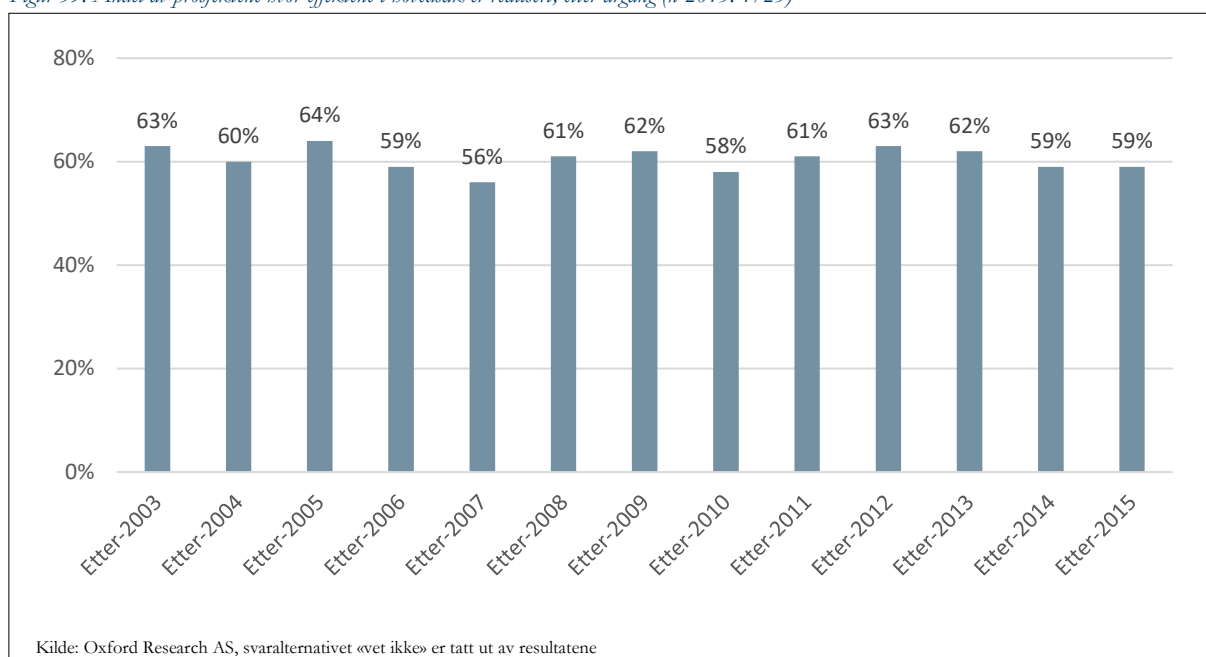


## 13. Effektrealisering

Effektrealisering handler om bedriftenes opplevelse av at effektene av prosjektene hovedsakelig er oppnådd, eller om det er slik at en kan forvente at effektene inntreffer i framtiden.

I figuren under vises andelen som har svart at effektene av prosjektet i hovedsak er realisert. Figuren viser denne indikatoren siden Etterundersøkelsen for 2003-kullet. Dette har vært en nokså stabil indikator, og er også i årets undersøkelse rundt 60 prosent. For 2015-kullet sier 59 prosent av virksomhetene at prosjekteffektene i hovedsakelig er realisert, i likhet med 2014-kullet.

Figur 59: Andel av prosjektene hvor effektene i hovedsak er realisert, etter årgang (n-2015: 1725)



På et overordnet nivå innebærer det at det fortsatt er et urealisert potensial i mer enn en tredjedel av prosjektene. Av disse er det 35 prosent som forventer at effektene blir realisert på et senere tidspunkt, og 6 prosent som ikke forventer effekter av prosjektet. For å kunne si noe nærmere om hva en kan forvente seg, er det særlig nødvendig å se mer inngående på hvordan de ulike tjenestene skårer og hvorvidt det er forskjeller mellom gründere og etablerte bedrifter med hensyn til effektrealisering. Dette undersøkes nærmere i dette kapittelet.

Det har ofte vært antatt at det tar lengre tid å realisere de fulle effektene for prosjekter som har et høyt kompetanseinnhold, som i stor grad fokuserer på utvikling av nye varer og tjenester og som legger vekt på samarbeid og nettverksutvikling.

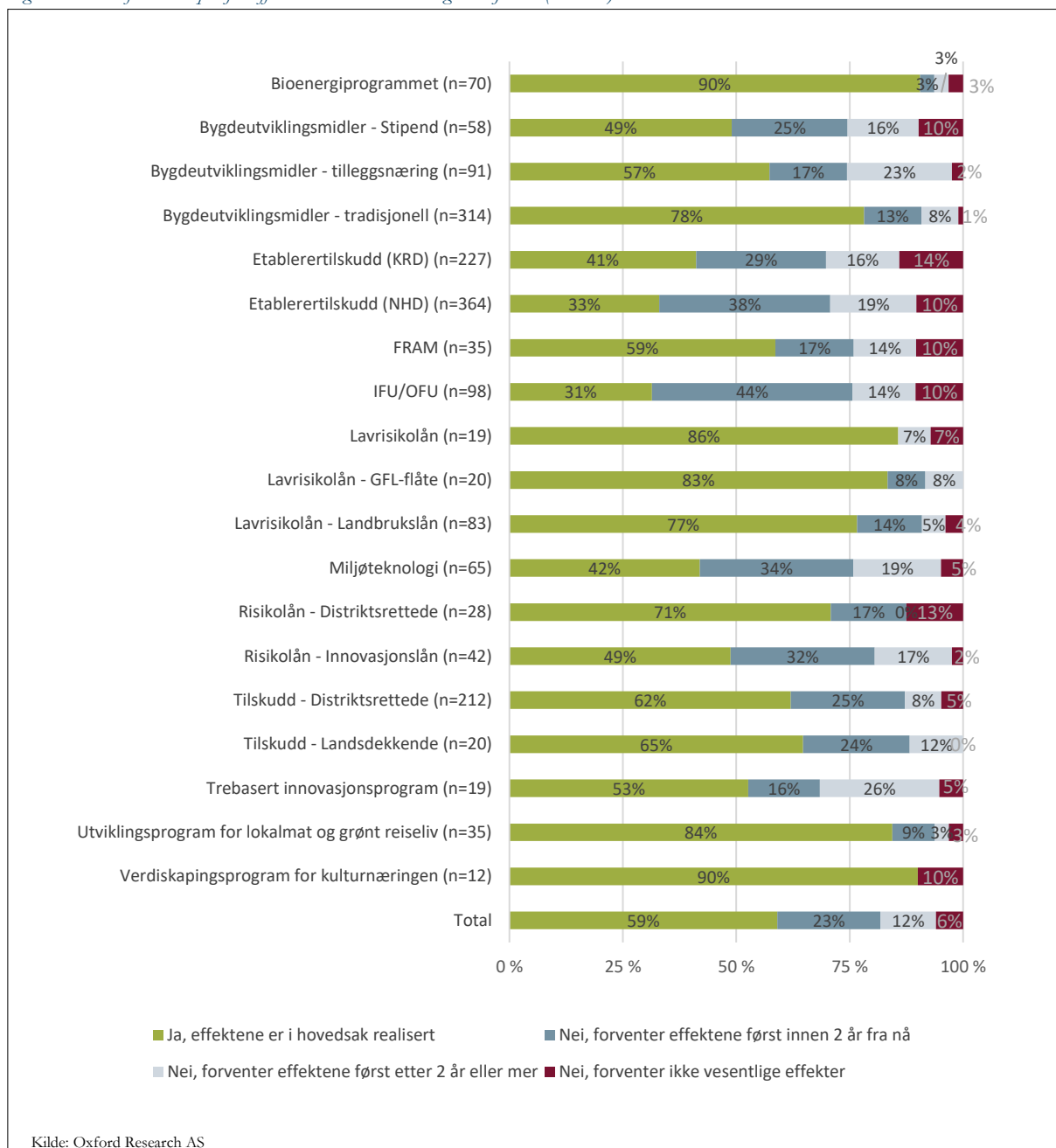
### 13.1 EFFEKTRREALISERING ETTER TJENESTE

Figuren under viser at det er store forskjeller mellom tjenestene knyttet til om prosjekteffektene er realisert. De tjenestene som i størst grad har realisert effektene, er Bioenergiprogrammet (90 prosent) og Verdiskapingsprogrammet for kulturnæringen (90 prosent). Videre ser vi at tjenestene



Lavrisikolån (86 prosent), Utviklingsprogram for lokalmat og grønt reiseliv (84 prosent) og Lavrisikolån GFL-Flåte (83 prosent) også i stor grad har realisert prosjekteffektene. De virksomhetene som i minst grad mener at prosjekteffektene allerede er realisert har mottatt Etablerertilskudd (NHD) (33 prosent) og IFU/OFU (31 prosent). IFU/OFU-ordningen støtter i hovedsak prosjekter som tar lengre tid å gjennomføre enn i de øvrige tjenestene til Innovasjon Norge, og at det kan ta lang tid før man eventuelt får innvilget en søknad. Dermed tar det også lang tid før prosjektene resultater og effekter realiseres.

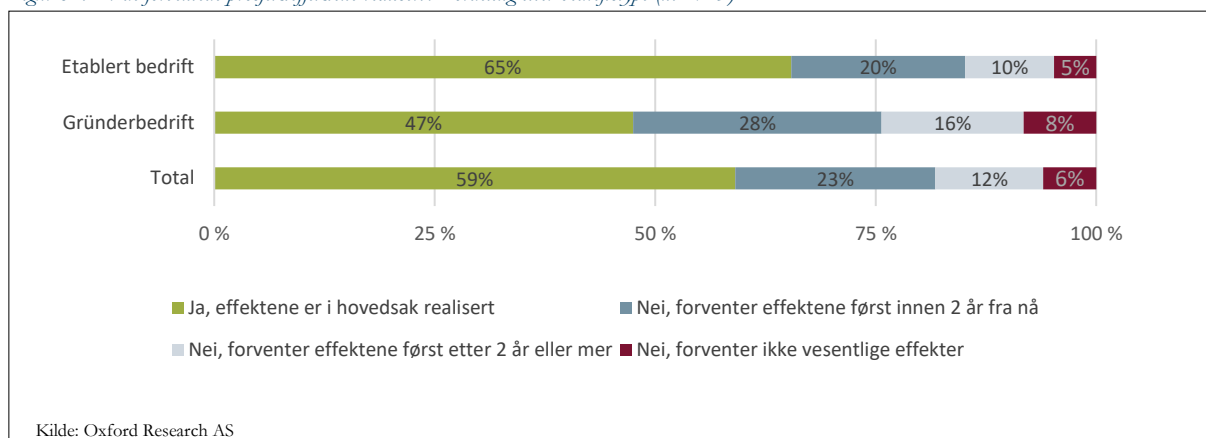
Figur 60: Er de forventede prosjekteffektene realisert? Fordeling etter tjeneste (n: 1725)



### 13.2 EFFEKTRREALISERING ETTER BEDRIFTSTYPE

Vi har også undersøkt om det er forskjeller i effektrealisering når vi sammenligner prosjektene til etablerte og gründerbedrifter. Effektene av prosjektene er i størst grad realisert i de etablerte bedriftene (65 prosent, 63 prosent i 2014), mens de i minst grad er det for gründernes prosjekter (47 prosent, 51 prosent i 2014). Dette er en marginal økning for de etablerte bedriftene fra fjoråret, og en marginal nedgang for gründerne. Det er en høyere andel av gründerne som ikke forventer vesentlige effekter av prosjektet (8 prosent) sammenlignet med de etablerte bedriftene (5 prosent).

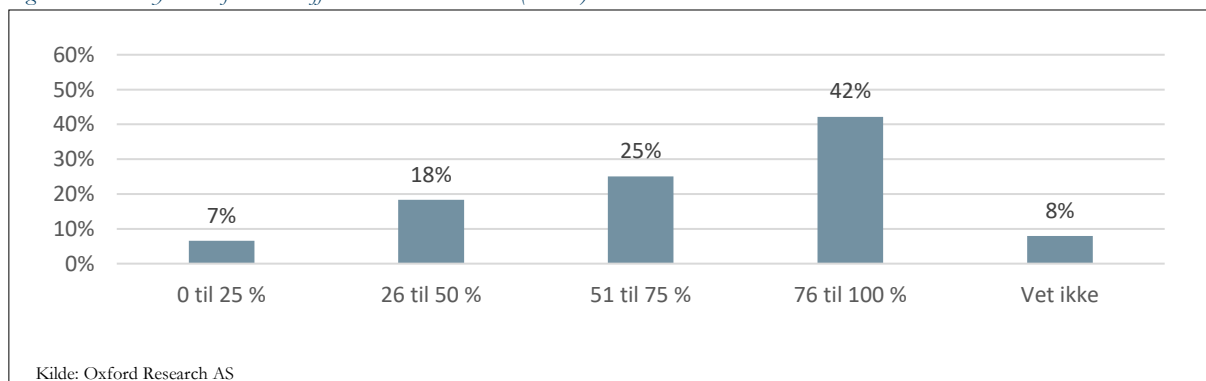
Figur 61: Er de forventede prosjekteffektene realisert? Fordeling etter bedriftstype (n: 1725)



### 13.3 KJENNETEGN VED PROSJEKTER DER FULLE EFFEKTER IKKE ER REALISERT

Av de som rapporterer at effektene ennå ikke er realisert, men at de forventer at effektene realiseres, er det 42 prosent som fremdeles har 76-100 prosent av prosjektet igjen. 25 prosent har 51-75 prosent av urealiserte effekter, 18 prosent har 26-50 prosent urealiserte effekter og 7 prosent har 0-25 prosent urealiserte effekter.

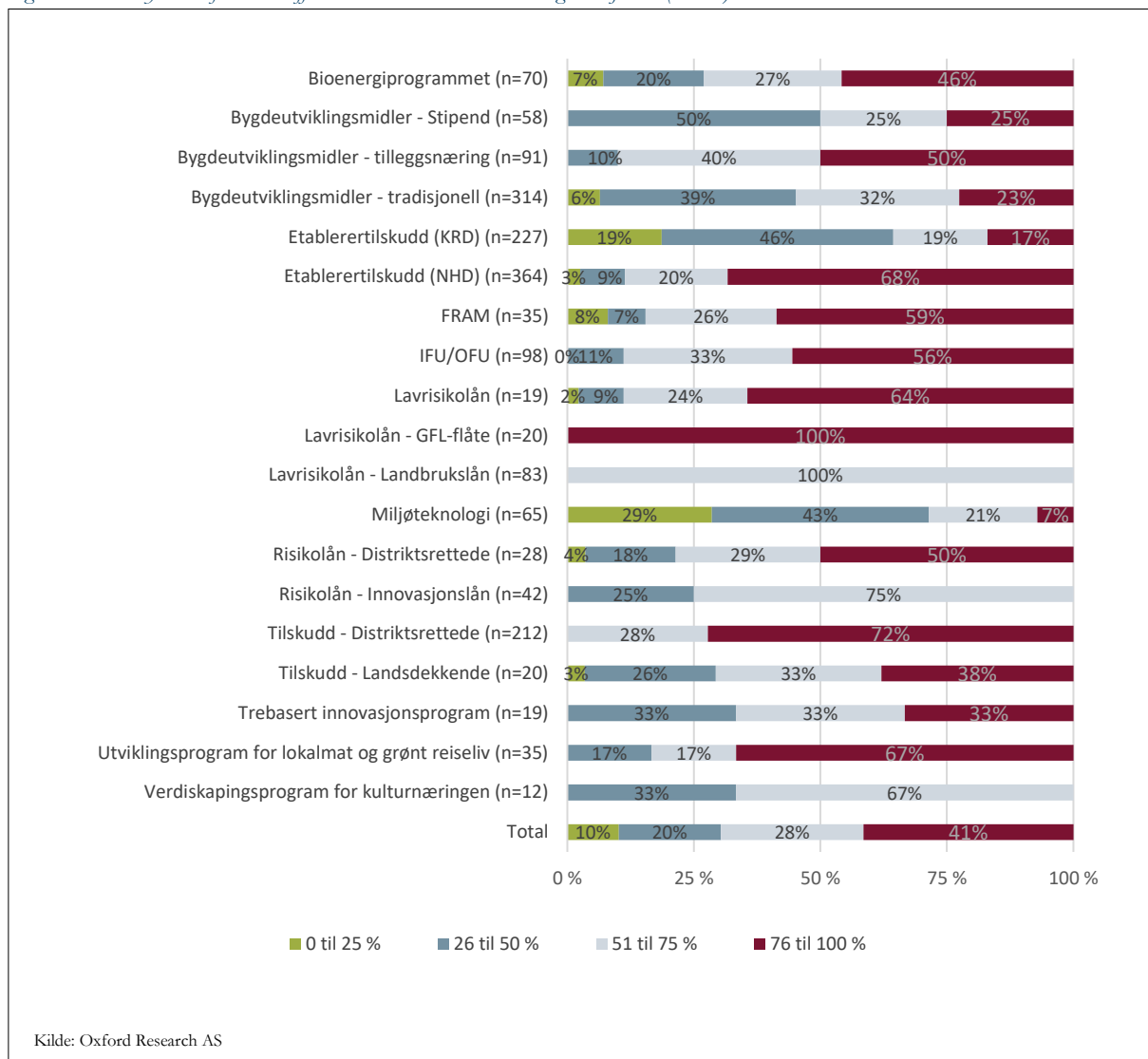
Figur 62: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? (n: 601)



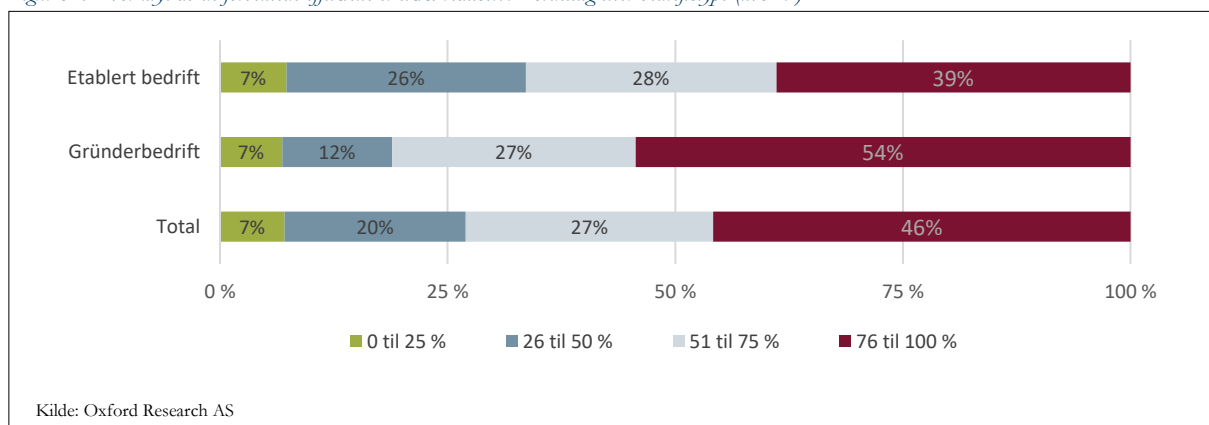
Blant de som ikke har fått realisert effektene av sine prosjekter, så vi av tjenestefordelingen at de fleste tilhører ordninger med lang prosjektperiode og mer komplekse utfordringer. For eksempel

er det slik at bedriftene som har mottatt IFU/OFU og Miljøteknologiordningen i liten grad har fått realisert sine forventninger, og det få virksomheter som ikke forventer vesentlige effekter.

Figur 63: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? Fordeling etter tjeneste (n: 601)



Figur 64: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? Fordeling etter bedriftstype (n: 549)



## 14. Bedriftenes utviklingsorientering

I dette kapitlet gjøres en oppsummerende analyse av prosjektenes bidrag til samarbeid, kompetanse, atferdsendring samt innovasjon. Dette er forhold som kan sies å betegne de mer utviklingsorienterte sidene ved bedriftene, det vil si karakteristika og egenskaper ved dem som kan bidra til å gi dem konkurransefortrinn. Det er grunn til å tro at bidraget til konkurransefortrinn vil være størst dersom en får til utvikling på et bredt spekter av områder. På den måten blir bedriftene mer unike, noe som gjør det vanskeligere å kopiere dem. Dette vil igjen gjøre det lettere for dem å opprettholde konkurransefortrinnene over tid og oppnå økt lønnsomhet.

Dersom vi ser tilbake på kapittel 5 om addisjonalitet, kan vi si at vi i dette kapitlet ser på bedriftenes adferdsaddisjonalitet. Adferdsaddisjonalitet handler som nevnt om de kvalitative endringene som oppstår når bedrifter mottar støtte.

For å identifisere hvor utviklingsorienterte bedriftene er, har vi benyttet en såkalt klyngeanalyse. Dette er en statistisk analyseteknikk som grupperer bedriftene ut fra felles kjennetegn. Dette innebærer at man må velge ut minst en variabel som bedriftene skal grupperes etter. Det mest vanlige er imidlertid å benytte flere variabler. I denne analysen bruker vi fire ulike variabler:

- Samlet bidrag til samarbeid
- Samlet bidrag til økt kompetanse
- Samlet bidrag til atferdsendringer
- Samlet bidrag til økt innovasjon

Vi går ikke nærmere inn på disse variablene her, men viser til den detaljerte omtalen i de foregående kapitlene. Her vises det hvilke variabler samle-indeksene består av.

### 14.1 RESULTATER AV ANALYSEN

Klyngeanalysen viser at virksomhetene som har besvart Etterundersøkelsen 2015, kan deles inn i tre hovedgrupper basert på deres skår på samlet antall bidrag (i stor grad 4 & 5) til henholdsvis samarbeid, kompetanse, atferdsendring og innovasjon. I tabellen under illustreres det hvordan virksomhetene i de tre gruppene i gjennomsnitt skårer på disse indikatorene.

- **Driftsorienterte.** Gruppe 1 består av 53 prosent av virksomhetene. Disse virksomhetene skårer klart lavest på alle de tre indikatorene. Disse kan betegnes som Driftsorienterte.
- **Utviklingsorienterte.** Gruppe 2 utgjør 35 prosent av virksomhetene. Disse virksomhetene skårer vesentlig høyere på alle de fire indikatorene enn gruppe 1, og kan karakteriseres som Utviklingsorienterte.
- **Superinnovatører.** Gruppe 3 er relativt liten og omfatter 12 prosent av bedriftene. Virksomhetene i denne gruppen skårer desidert høyest på alle indikatorene, og kan kalles Superinnovatører.

Vi vil understreke at de navnene som vi har satt på gruppene, er ”satt på spissen”. De er kun ment å være noen hovedtypologier som det kan diskuteres ut fra. Vi vil også påpeke at de tallene som er gjengitt i tabellen under, er gjennomsnittstall. Dette innebærer at det vil være en viss variasjon i skåren på de enkelte indikatorene mellom prosjektene som tilhører de ulike hovedgruppene. Variasjonen vil imidlertid langt fra være så stor at disse ikke kan sies å tilhøre en gruppe som har

relativt like karakteristika på et overordnet nivå. I tillegg er det viktig å påpeke at det er prosjekter og kjennetegn ved disse som er grunnlaget for kategoriseringen, ikke kjennetegn ved bedriftene. Imidlertid er det interessant å se nærmere på sammenhenger mellom ulike prosjektkategorier og de bedriftstypene som gjennomfører dem. Dette vil både si noe om i hvilken grad Innovasjon Norge når sine mål samt gi innspill i forhold til videreutvikling av Innovasjon Norge sin virksomhet.

Tabell 26: Inndeling av bedriftene i grupper basert på klyngeanalyse. Gjennomsnitt og prosent.

Karakteristika	Gruppe 1: Driftsorienterte	Gruppe 2: Utviklingsorienterte	Gruppe 3: Superinnovatører
Antall bidrag til samarbeid	1,89	4,58	5,78
Antall bidrag til kompetanse	1,05	5,08	8,51
Antall bidrag til atferdsendring	0,63	3,72	5,95
Antall bidrag til innovasjon	0,68	3,25	10,08
Etterundersøkelsen 2015	53 %	35 %	12 %
Etterundersøkelsen 2014	56 %	32 %	12 %
Etterundersøkelsen 2013	49 %	38 %	13 %
Etterundersøkelsen 2012	50 %	35 %	15 %
Etterundersøkelsen 2011	55 %	33 %	12 %
Etterundersøkelsen 2010	50 %	36 %	14 %
Etterundersøkelsen 2009	52 %	28 %	21 %
Etterundersøkelsen 2008	66 %	25 %	10 %
Etterundersøkelsen 2007	67 %	21 %	13 %
Etterundersøkelsen 2006	43 %	37 %	20 %
Etterundersøkelsen 2005	49 %	36 %	15 %

Kilde: Oxford Research AS

## 14.2 KJENNETEGN VED BEDRIFTENE I DE TRE GRUPPENE

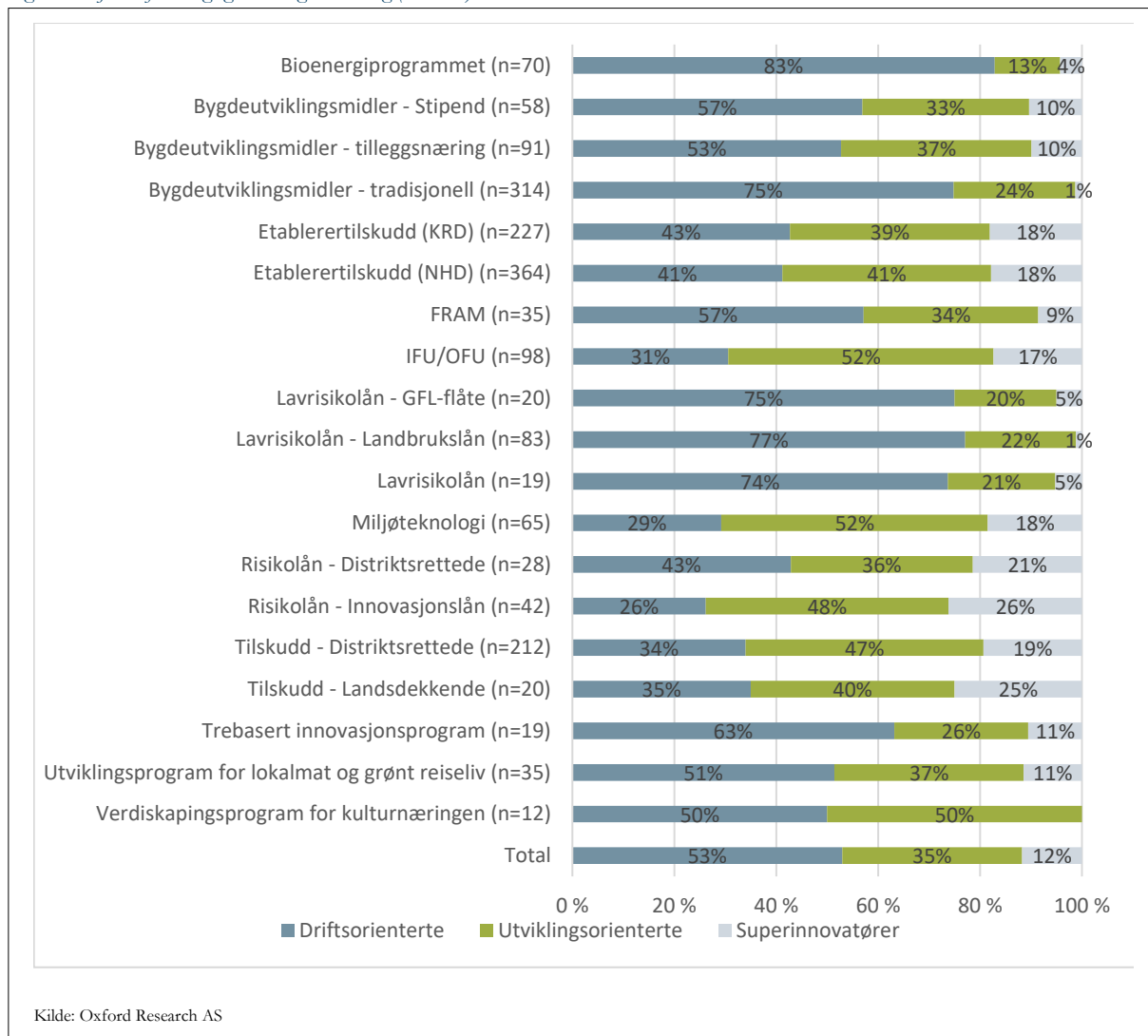
For at den gjennomførte klyngeanalysen i større grad skal kunne brukes til politikktutforming og seleksjon av prosjekter, er det nødvendig å gjøre mer detaljerte analyser relatert til hva som kjennetegner de tre gruppene ut fra noen sentrale kjennetegn ved prosjektene og bedriftene. I det videre vil vi se nærmere på hvordan virksomhetene i de tre gruppene fordeler seg ut fra følgende karakteristika:

- Tjenestefordeling
- Bedriftstype
- Bedriftsstørrelse
- Distriktpolitisk virkeområde
- Innvilget beløp
- Innsatsaddisjonalitet
- Kundeoppgitte økonomiske resultater
- Bruk av IPR
- Eierskap
- Eksport

### 14.2.1 Utviklingsorientering og tjeneste

Gjennom hele rapporten har vi sett at det er klare variasjoner i resultatene mellom ulike tjenester. I figuren under ser vi derfor nærmere på hvordan de ulike tjenestene fordeler seg på gruppene Driftsorienterte, Utviklingsorienterte og Superinnovatører i årets undersøkelse.

Figur 65: Tjenestefordeling og utviklingsorientering (n: 1812)



Figuren over viser tydelig at det er klare forskjeller i tjenestefordelingen mellom de tre gruppene. Blant Driftsorienterte er det en klar overvekt av mottakere av landbruks- og fiskerirettede tjenester, som Bioenergiprogrammet (83 prosent), Lavrisikolån - Landbrukslån (77 prosent), Lavrisikolån - GFL-flåte (75 prosent), Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell (75 prosent) og Lavrisikolån (74 prosent). En fellesnevner for disse tjenestene er at de gir tilskudd til fysiske investeringer, og ved slike investeringer har ikke kunden for eksempel like stort behov for samarbeid eller innovasjon. Dette er den samme gruppen tjenester som pleier å dominere kategorien Driftsorienterte.

Blant Utviklingsorienterte er den høyeste andelen blant Miljøteknologi (52 prosent), IFU/OFU (52 prosent), Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (50 prosent), Risikolån - Innovasjonslån (48 prosent) og Tilskudd - Distriktsrettede (47 prosent).

De tjenestene med høyest andel Superinnovatører er alle tjenester med formål om innovasjon og kompetanseheving, for disse er høye resultater på adferdsaddisjonalitet en god måloppnåelse. Tjenestene med høyest andel Superinnovatører er Risikolån - Innovasjonslån (26 prosent), Tilskudd - Landsdekkende (25 prosent), Risikolån - Distriktsrettede (21 prosent), Tilskudd - Distriktsrettede (19 prosent), samt Miljøteknologi, Etablerertilskudd (KRD) og Etablerertilskudd (NHD) (alle 18 prosent). Det mest interessant funnet her er at IFU/OFU ikke er inne på topp fem listen, med en andel på 17 prosent og at vi finner flere av de samme tjenestene med høye andeler både blant de Utviklingsorienterte og Superinnovatørene.

### 14.2.2 Utviklingsorientering og bedriftstype

I dette avsnittet ser vi nærmere på om det kan påvises noen sammenheng mellom bedriftenes alder på søknadstidspunktet og deres gruppetilhørighet. Resultatene er vist i tabellen under.

Tabell 27: Bedriftstype og utviklingsorientering (n: 1812)

Bedriftstype	Gruppe 1: Driftsorienterte	Gruppe 2: Utviklingsorienterte	Gruppe 3: Superinnovatører
Gründer	45 %	39 %	16 %
Etablert bedrift	58 %	33 %	9 %
Total	53 %	35 %	12 %

Kilde: Oxford Research AS

Som vi ser av tabellen, er det - som i forrige års undersøkelse - en høyere andel gründerbedrifter blant Superinnovatørene enn etablerte bedrifter. Det er også en større andel gründerbedrifter enn etablerte bedrifter i gruppen Utviklingsorienterte. Denne forskjellen i fordeling mellom grupper er statistisk signifikant. Dette gjenspeiler funnene i resten av kapitlene gjennom at gründerbedriftene generelt får mer ut av sine prosjekter enn de etablerte bedriftene.

### 14.2.3 Utviklingsorientering og bedriftsstørrelse

Hvis en tar utgangspunkt i et markedssviktperspektiv og antar at noe av grunnen til at bedrifter får støtte fra Innovasjon Norge er at deres gode prosjekter ikke er i stand til å tiltrekke seg tilstrekkelig finansiering fra markedet, er det interessant å se nærmere på i hvilken grad det er en overvekt av noen størrelseskategorier i de tre gruppene. Resultatene i tabellen under viser at det ikke finnes noen klare sammenhenger her. Vi ser – som i de tre foregående undersøkelsene - en tendens til at Driftsorienterte i større grad forekommer blant de aller minste bedriftene, at de Utviklingsorienterte er overrepresenterte blant de største og at Superinnovatørene i større grad tilhører gruppen av mellomstore bedrifter med mellom fem og 50 årsverk.

Tabell 28: Størrelsesfordeling etter utviklingsorientering (n: 1668)

Bedriftsstørrelse	Gruppe 1: Driftsorienterte	Gruppe 2: Utviklingsorienterte	Gruppe 3: Superinnovatører
0-4,99 årsverk	57 %	34 %	10 %
5-9,99 årsverk	38 %	39 %	23 %
10-19,99 årsverk	36 %	44 %	20 %
20-49,99 årsverk	40 %	44 %	16 %
50 eller flere årsverk	46 %	46 %	8 %
Sum	52 %	36 %	12 %

Kilde: Oxford Research AS

#### 14.2.4 Utviklingsorientering og geografi

Sett opp mot Innovasjon Norges målsetninger, er det et interessant spørsmål om det er et bytteforhold mellom å satse på høy grad av utviklingsorientering og det å gi støtte til prosjekter i distriktene. For å kaste lys over dette, har vi undersøkt i hvilken grad det er forskjeller i andelen bedrifter i de tre gruppene innenfor og utenfor det distriktspolitiske virkeområdet.

Som tidligere år har vist, er Superinnovatører i større grad lokalisert utenfor det distriktspolitiske virkeområdet, altså i mer sentrale strøk. Selv om tabellen under ikke viser store forskjeller i verdier, er forskjellene statistisk signifikante (på 1-prosentnivået) og Superinnovatører er fortsatt overrepresenterte utenfor det distriktspolitiske virkeområdet med 14 prosent, mens andelen er 10 prosent innenfor. Samtidig er det slik at det er en større andel virksomheter i gruppen Driftsorienterte innenfor (56 prosent) enn utenfor virkeområdet (49 prosent).

Tabell 29: Fordeling ut fra distriktspolitisk virkeområde etter utviklingsorientering (n: 1812)

Distriktspolitisk virkeområde	Gruppe 1: Driftsorienterte	Gruppe 2: Utviklingsorienterte	Gruppe 3: Superinnovatører
Utenfor	49 %	37 %	14 %
Innenfor	56 %	34 %	10 %
Totalt	53 %	35 %	12 %

Kilde: Oxford Research AS

#### 14.2.5 Utviklingsorientering og innvilget beløp

Det er rimelig å anta at det er en sammenheng mellom prosjektets størrelse og hvilke resultater som oppnås gjennom det. I sin rapport «Innovasjons- og verdiskapingseffekter av utvalgte næringspolitiske virkemidler» viser SSB (2016) akkurat dette. Der finner de hovedsakelig effekter fra de større tilsagnene. For å få et inntrykk av prosjektets størrelse, har vi valgt å se på innvilget beløp fra Innovasjon Norge. I år har vi valgt å presentere både gjennomsnittlig beløp og medianen av de innvilgede beløpene. Fordi spesielt noen av lånetjenestene deler ut veldig store beløp som drar opp snittet er det også informativt å se hva som er «det vanligste» tilsagnet i de ulike gruppene. Som vi ser av tabellen under er det ikke stor forskjell i størrelse på beløpene innvilget til de ulike gruppene, men forskjellene er – i motsetning til de to foregående undersøkelsene - statistisk signifikante. Men det er likevel slik at de som får mest ut av sine prosjekter, nemlig Superinnovatører, ikke har mottatt høyere støttebeløp enn de to andre gruppene. Det er i årets undersøkelse de Utviklingsorienterte som har mottatt mest i støtte fra Innovasjon Norge.

Tabell 30: Gjennomsnitt og median av innvilget beløp fra Innovasjon Norge etter utviklingsorientering (n: 736)

	Gruppe 1: Driftsorienterte	Gruppe 2: Utviklingsorienterte	Gruppe 3: Superinnovatører
Gjennomsnittlig innvilget beløp	851 667	1 033 479	868 006
Median av innvilget beløp	291 000	379 000	315 000

Kilde: Oxford Research AS



### 14.2.6 Utviklingsorientering og innsatsaddisjonalitet

I tabellen under vises det hvordan innsatsaddisjonaliteten fra Førundersøkelsen 2015 fordeler seg i de tre gruppene. Grunnen til at vi har valgt å bruke vurderingene i Førundersøkelsen som addisjonalitetsmål, er at dette er et mer robust mål på utløsende effekt enn det er i Etterundersøkelsen. I Etterundersøkelsen vil svarene i større grad være påvirket av prosjektets utfall.

Analysene viser at det er signifikante forskjeller mellom gruppene ut fra innsatsaddisjonalitet. I de to foregående årgangene hadde Superinnovatører de høyeste andelen høy addisjonalitet, fulgt av Utviklingsorienterte og til sist Driftsorienterte. I årets undersøkelse – som i 2012-undersøkelsen – er det de Utviklingsorienterte som har størst andel høy addisjonalitet. Også denne gangen er det Driftsorienterte som i større grad enn de andre gjennomførte prosjektet uavhengig av støtten fra Innovasjon Norge.

Tabell 31: Innsatsaddisjonalitet etter utviklingsorientering (n: 1736)

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
Gruppe 1: Driftsorienterte	11 %	24 %	65 %
Gruppe 2: Utviklingsorienterte	5 %	20 %	76 %
Gruppe 3: Superinnovatører	3 %	22 %	74 %
Total	8 %	23 %	70 %

Kilde: Oxford Research AS

### 14.2.7 Utviklingsorientering og økonomiske resultater

I undersøkelsen gir kundene svar på i hvilken grad prosjektet bidro til økonomiske indikatorer. Tabellen under summerer opp hvor stor andel av de ulike gruppene som svarte at prosjektet i stor grad bidro til den enkelte økonomiske indikator. Det er en vesentlig større andel av Superinnovatører som rapporterer at prosjektet i stor grad har bidratt på de økonomiske indikatorene, mens prosjektene spiller minst rolle for de Driftsorienterte.

Tabell 32: Prosjektens bidrag til økonomiske resultater etter utviklingsorientering (n: 1287 - 1614, andel som svarer i stor grad)

Prosjektbidrag	Gruppe 1: Driftsorienterte	Gruppe 2: Utviklingsorienterte	Gruppe 3: Superinnovatører
Økt omsetning	32 %	50 %	66 %
Økt eksport	2 %	14 %	42 %
Bedret konkurranseevne	17 %	57 %	82 %
Bedret lønnsomhet	25 %	43 %	64 %
Bedret overlevelsesmulighet	36 %	67 %	84 %
Sysselsetting	8 %	25 %	47 %

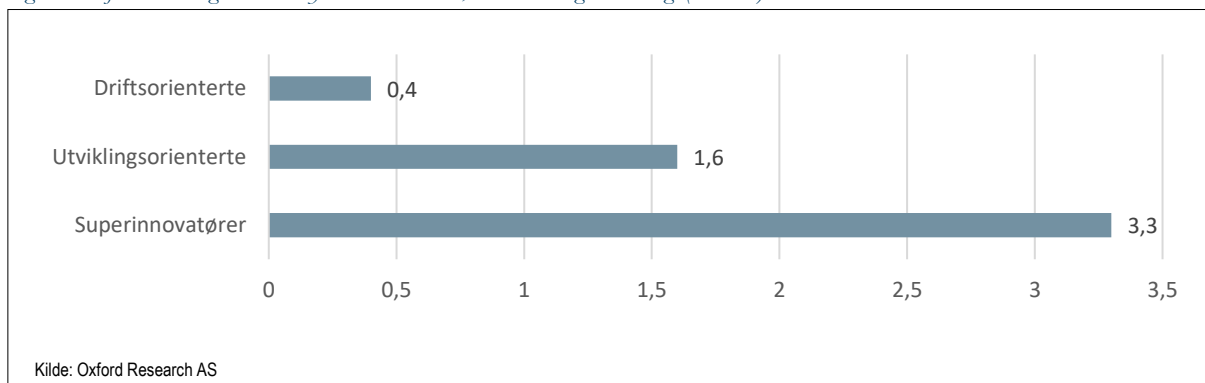
Kilde: Oxford Research AS

### 14.2.8 Utviklingsorientering og bruk av IPR

Det er også stor forskjell mellom de tre gruppene når det gjelder deres praksis med å beskytte IPR. Mens kun 16 prosent av Driftsorienterte benytter en eller flere mekanismer for å beskytte sin IPR, er andelen 54 prosent blant Utviklingsorienterte. Dette må betraktes som en høy andel, men blekner likevel når vi sammenligner med Superinnovatører. Her er andelen hele 87 prosent, og viser at denne gruppen tar beskyttelse av sine innovasjoner på alvor. Den neste figuren viser at Superinno-

vatører benytter langt flere ulike mekanismer enn de andre to gruppene for å beskytte sine innovasjoner. Når vi i tillegg vet at de i langt større grad enn de andre bedriftene benytter seg av patenter, underbygger dette at denne gruppen er den som i størst grad skaper nye varer og tjenester.

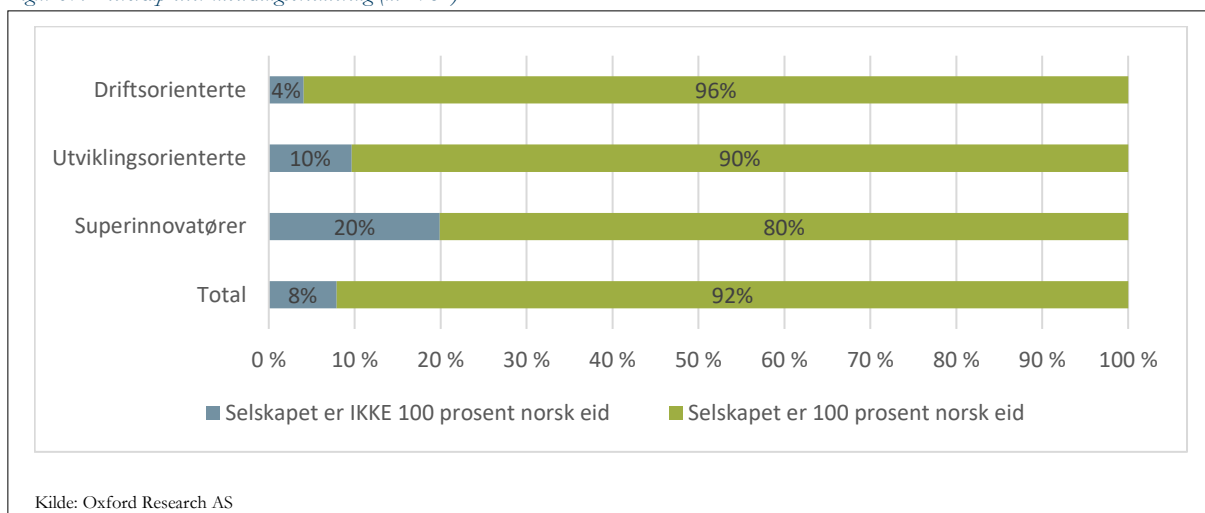
Figur 66: Gjennomsnittlig antall beskyttelsesmekanismer, etter utviklingsorientering. (n: 1812)



### 14.2.9 Utviklingsorientering og eierskap

Nytt i årets undersøkelse er en analyse av virksomhetenes utviklingsorientering sett opp mot virksomhetenes eierskap. I denne analysen skiller vi mellom virksomheter som er helt og fullt norskeide og virksomheter som ikke er det. Resultatet i neste figur viser at det er statistisk signifikante forskjeller. Vi ser at det er en langt høyere andel ikke 100 prosent norskeide virksomhetene blant Superinnovatørene sammenlignet med de andre kategoriene. Dette tyder på at ikke rent norskeide virksomheter får mer ut av sine prosjekter enn rent norskeide virksomheter.

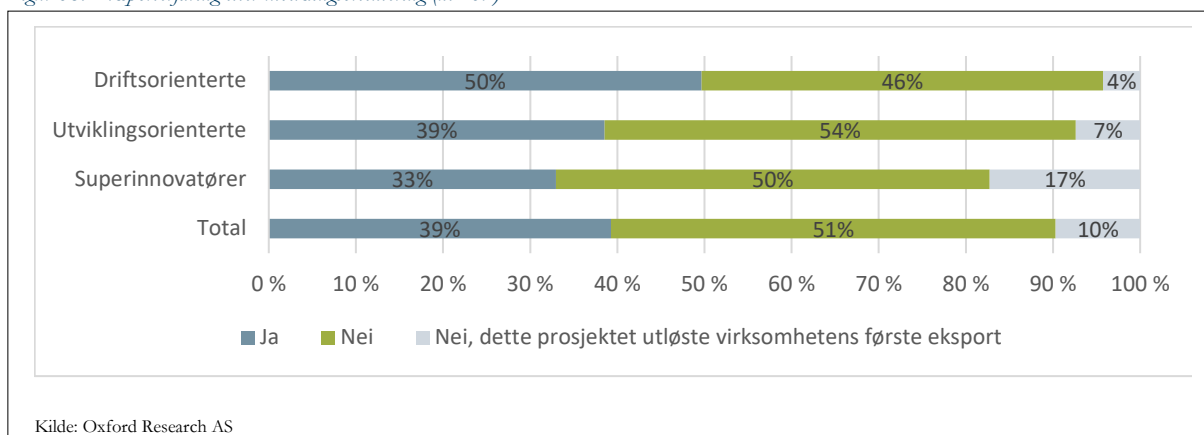
Figur 67: Eierskap etter utviklingsorientering (n: 1781)



### 14.2.10 Utviklingsorientering og eksport

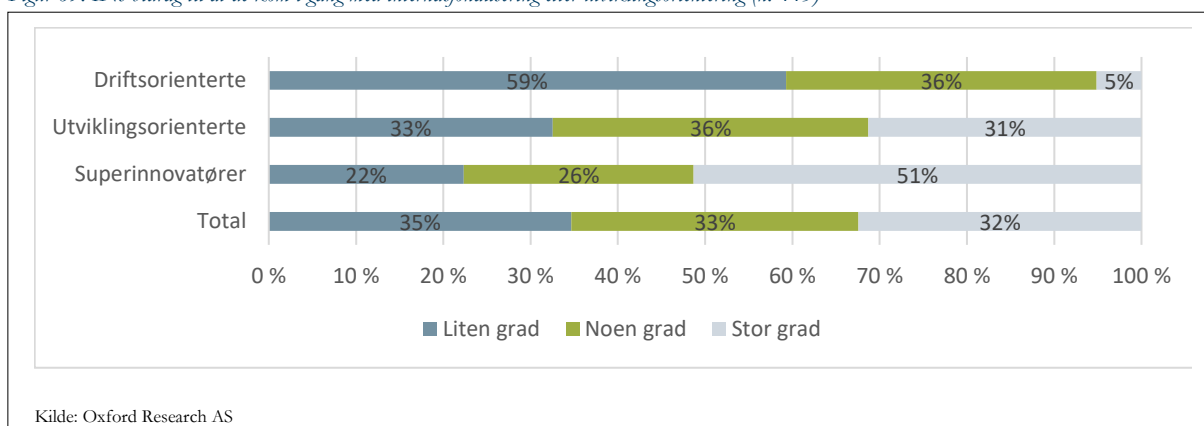
I neste kapittel presenteres en dybdeanalyse av virksomhetenes eksportaktiviteter og Innovasjon Norges bidrag til disse. I dette avsnittet har vi sett nærmere på noen av disse spørsmålene sett opp mot virksomhetenes utviklingsorientering. Som det fremgår av neste figur, er det store forskjeller i virksomhetenes tidligere eksporterfaring. Vi ser at Superinnovatørene skiller seg ut med den høyeste andelen som påpeker at prosjektet de fikk støtte til utløste deres første eksport.

Figur 68: Eksporterfaring etter utviklingsorientering (n: 469)



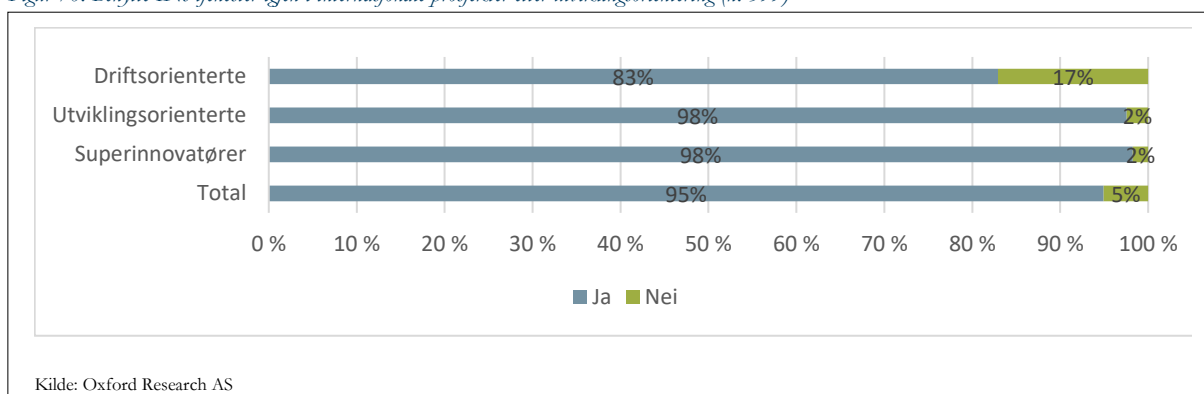
I neste figur viser vi at Superinnovatørene har den klart største andelen som sier at Innovasjon Norge i stor grad bidro til at de kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess.

Figur 69: INs bidrag til at de kom i gang med internasjonalisering etter utviklingsorientering (n: 443)



Avslutningsvis ser vi at det også er store forskjeller i andelen virksomheter som sier at de vil benytte Innovasjon Norges tjenester igjen ved neste internasjonaliseringsaktivitet. Her er det de Driftsorienterte som skiller seg negativt ut gjennom en langt høyere andel som svarer at de ikke vil benytte Innovasjon Norges tjenester igjen.

Figur 70: Benytte INs tjenester igjen i internasjonale prosjekter etter utviklingsorientering (n: 399)



## 15. Eksport

For å få mer kunnskap om Innovasjon Norges bidrag til økt eksport i virksomhetene, ble det i 2017 utviklet et helt nytt spørsmålsbatteri som skal gi mer dybdekunnskap om:

- Hvorvidt virksomhetene har eksportert tidligere
- I hvilken grad Innovasjon Norges tjenester bidrar til at virksomhetene har kommet i gang med sin internasjonaliseringsprosess
- Hvilke markeder virksomhetene har eksportert til
- I hvilken grad virksomhetene har støtt på ulike barrierer i sine internasjonaliseringsprosesser
- I hvilken grad virksomhetene har fått hjelp fra Innovasjon Norge til å overkomme de ulike barrierene de har støtt på i sine internasjonaliseringsprosesser
- Hvorvidt virksomheten vil benytte Innovasjon Norges tjenester igjen i fremtidige internasjonaliseringsprosesser

Dette spørsmålsbatteriet ble benyttet første gang i Førundersøkelsen for 2017-årgangen, og ble deretter revidert og benyttet i sin nye form i Førundersøkelsen for 2018-årgangen. Det er denne versjonen som også ble benyttet i Etterundersøkelsen for 2014-årgangen og som også er brukt i årets undersøkelse. Dermed er det mulig å sammenligne utviklingen i resultatene mellom de to siste Etterundersøkelsene.

Utgangspunktet for analysen i dette kapittelet er alle kundene som har svart enten Liten grad (2), Noen grad (3), Stor grad (4) eller Svært stor grad (5) på spørsmålet om ”I hvilken grad har eller vil utviklingsprosessen føre til økt eksport (2) for virksomheten?” (q204 i spørreskjemaet, se også kapittel 10.5). I Etterundersøkelsen 2015 er det 498 bedrifter (421 bedrifter i 2014) som dermed fikk videre spørsmål om sin eksportvirksomhet. Analysen vil fokusere på hvorvidt det kan identifiseres noen forskjeller i de ovenstående spørsmålene med tanke på bedriftenes alder (etablerte versus gründerbedrifter), deres geografiske og næringsmessige tilhørighet eller andre kjennetegn som kan si noe om hvorvidt støtten fra Innovasjon Norge treffer noen virksomheter bedre enn andre.

Før vi går nærmere inn på resultatene fra analysen, vil vi kort presentere sentrale kjennetegn for de 498 bedriftene som inngår i analysen.

### 15.1 HVEM ER BEDRIFTENE SOM INNGÅR I ANALYSEN?

Det første vi kan merke oss, er at det er en nokså jevn fordeling mellom gründerbedrifter (45 prosent) og etablerte bedrifter (55 prosent). Når det gjelder deres næringsmessige tilhørighet, ser vi at de hovedsakelig tilhører tre næringer; Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting (24 prosent), Industri (19 prosent) samt Informasjon og kommunikasjon (IKT, 17 prosent). Andre næringer er langt mindre representert i dette bedriftsutvalget. Vi ser videre at bedriftene samlet sett er nokså jevnt fordelt med hensyn til hvorvidt de har adresse innenfor det distriktspolitiske virkeområdet (45 prosent) eller utenfor (55 prosent). Vi finner de største andelene bedrifter i Trøndelag (15), Oslo og Rogaland (begge 10 prosent) og lavest andel i Vestfold, Buskerud, Aust-Agder og Telemark (alle 2 prosent).

Når vi ser mer i dybden på bedriftene i de tre mest representerte næringene i denne analysen, fremkommer det noen interessante forskjeller. Vi ser for det første at langt høyere andeler IKT-

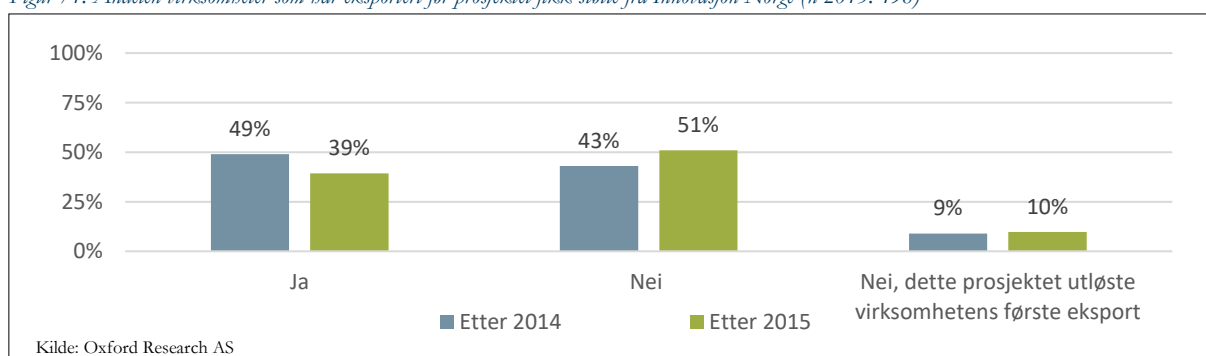
bedrifter og tjenesteytere er lokalisert utenfor det distriktpolitiske virkeområdet enn tilfellet er med industribedrifter, der majoriteten er hjemmehørende innenfor virkeområdet. For det andre er IKT-bedriftene og tjenesteyterne langt mindre målt i antall årsverk i 2018 (henholdsvis 13 og 6) sammenlignet med industribedriftene (27 årsverk i 2018).

Det er også forskjeller i eierskapet til bedriftene i disse tre næringene. Det er en langt høyere andel IKT-bedrifter (36 prosent) som ikke er helt norskeide sammenlignet med industribedrifter (14 prosent) og tjenesteytere (28 prosent). Videre er det en jevn fordeling mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter blant IKT-bedriftene og tjenesteyterne, mens industribedriftene i langt større grad er etablerte bedrifter. Vi ser også at IKT-bedriftene og tjenesteyterne i langt større grad enn industribedriftene har beskyttet sin IPR. Det er derimot ingen forskjeller i disse bedriftenes utviklingsorientering.

## 15.2 TIDLIGERE EKSPORTERFARING

Vi starter med å se på hvorvidt virksomhetene har eksportert tidligere. Dette er vist i figuren under.

Figur 71: Andelen virksomheter som har eksportert før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge (n-2015: 498)

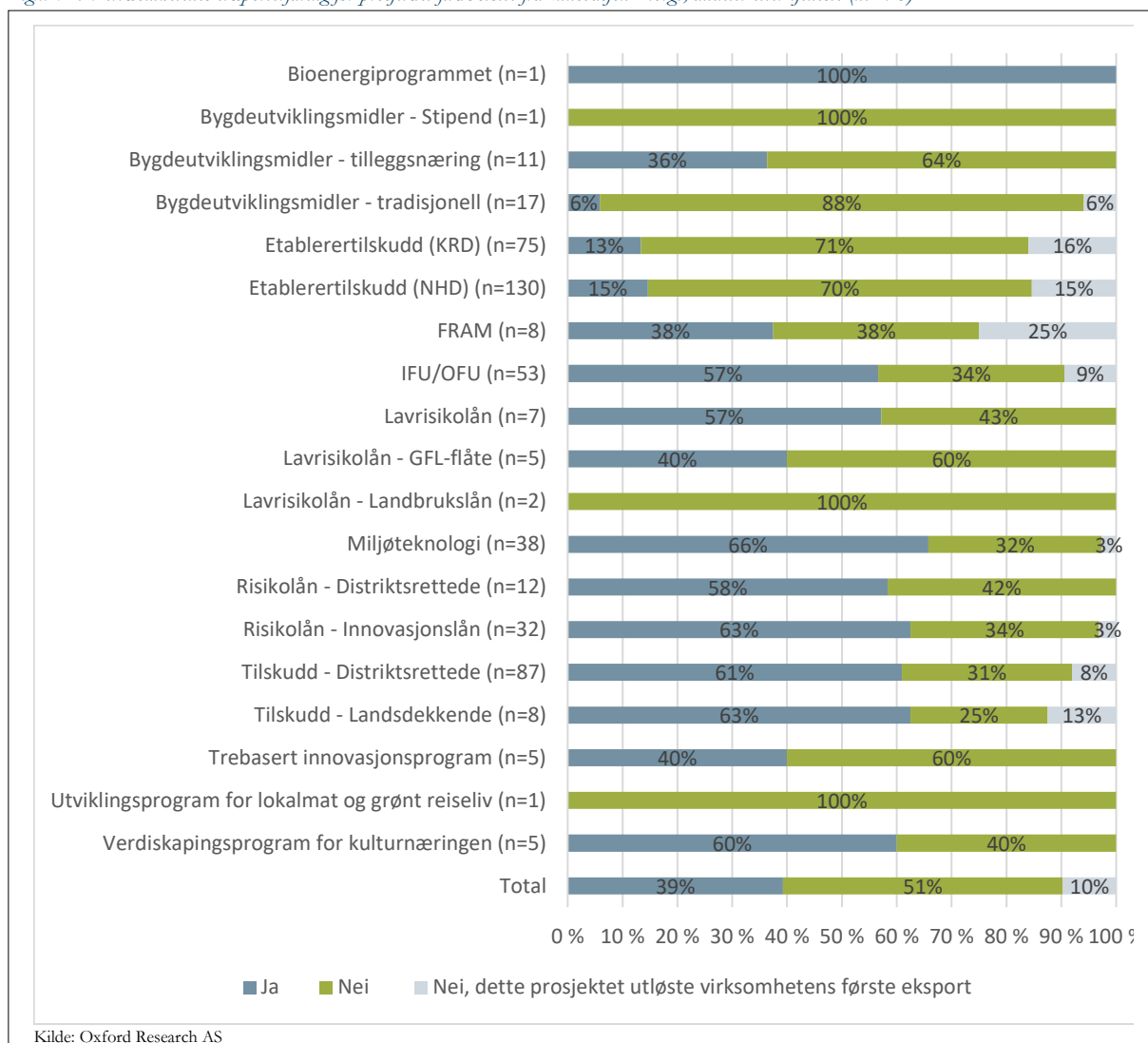


Om lag 4 av 10 virksomheter som har besvart dette spørsmålet, har eksporterfaring fra før, det vil si før de fikk støtte til prosjektet de er spurt om i denne Etterundersøkelsen. Dette er ti prosentpoeng lavere enn i Etterundersøkelsen 2014. Denne store endringen kan sannsynligvis tilskrives endringene i tjenestesammensetningen i årets undersøkelse, som er omtalt i kapittel 2.2.

Tilsvarende finner vi en andel på 51 prosent av virksomhetene som ikke har tidligere eksporterfaring, og som ikke tilskriver Innovasjon Norge-støtten deres første eksport. Dermed gjenstår det en andel på ti prosent av virksomhetene som oppgir at det støttede prosjektet utløste deres første eksport.

Som vi ser av figuren under, er det meget stor variasjon når vi analyserer dette spørsmålet opp mot de ulike tjenestene. Minst like viktig er det å merke seg at det for enkelte av tjeneste foreligger meget få svar, i noen tilfeller bare ett. Vi velger å kun kommentere tjenester som har ti eller flere svar. Antall svar er oppgitt i parentes bak hver tjeneste.

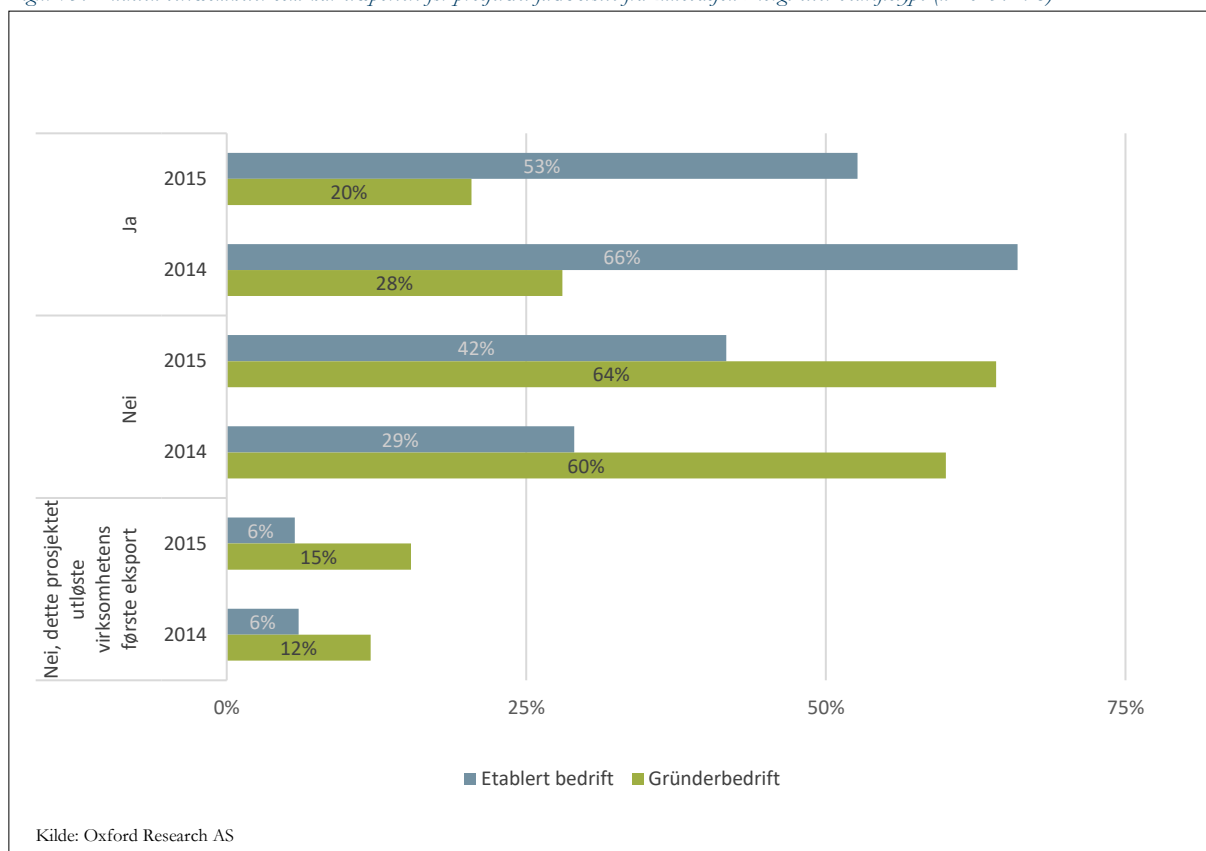
Figur 72: Virksomhetenes eksporterfaring før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge, andeler etter tjeneste (n: 498)



Når vi ser på andelen virksomheter som oppgir at det Innovasjon Norge-støttede prosjektet har utløst virksomhetens første eksport, finner vi de høyeste andelenene blant de som har mottatt Etablerertilskudd (KRD) (15 prosent), Etablerertilskudd (NHD) (13 prosent) og IFU/OFU (9 prosent). De to førstnevnte var også blant tjenestene med de høyeste andelenene på denne indikatoren i fjorårets undersøkelse. I den andre enden av skalaen finner vi mottakere av Risikolån - Distriktsrettede (3 prosent) og Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (0 prosent).

Tidligere eksporterfaring finner vi i høyest grad blant mottakere av Miljøteknologi (66 prosent), Risikolån - Innovasjonslån (63 prosent) og Tilskudd - Distriktsrettede (61 prosent). I fjorårets undersøkelse var det tjenestene Tilskudd - Landsdekkende (82 prosent) og Internasjonal Vekst (80 prosent) som skåret høyest på denne indikatoren. De laveste andelenene av virksomhetene med tidligere eksporterfaring oppgir – som i fjorårets undersøkelse – mottakerne av Etablerertilskudd (KRD) (13 prosent) og Etablerertilskudd (NHD) (15 prosent). Disse resultatene harmonerer godt med resultatene vi finner når vi ser nærmere på eksporterfaring målt opp mot bedriftstype i figuren under.

Figur 73: Andelen virksomheter som har eksportert før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge etter bedriftstype (n-2015: 498)



Som forventet har de etablerte bedriftene i langt - og statistisk signifikant – større grad tidligere eksportererfaring (53 prosent, 66 prosent i 2014)<sup>8</sup> sammenlignet med gründerbedriftene (20 prosent, 28 prosent i 2014). Figuren viser videre at en dobbelt så høy andel gründerbedrifter (15 prosent, 12 prosent i 2014) oppgir at prosjektet de fikk støtte til fra Innovasjon Norge utløste virksomhetens første eksport sammenlignet med de etablerte bedriftene (6 prosent, begge årganger).

Til tross for at det er relativt få virksomheter (498) som har besvart spørsmålene som ligger til grunn for denne analysen, finner vi noen interessante signifikante forskjeller med hensyn til tidligere eksportererfaring og støtten fra Innovasjon Norges utløsende effekt. Vi finner at virksomheter:

- Som kan karakteriseres som Superinnovatører i større grad enn virksomheter som kan karakteriseres som Driftsorienterte eller Utviklingsorienterte
- Som har brukt en eller flere mekanismer for å beskytte sin IPR i større grad enn virksomheter som ikke har beskyttet sin IPR
- Hjemmehørende utenfor det distriktspolitiske virkeområdet i større grad enn innenfor virkeområdet
- Som er små målt i antall årsverk (0 til 10 årsverk) i større grad enn større virksomheter
- Som tilhører næringene Informasjon og kommunikasjon eller Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting i større grad enn industrivirksomheter

oppgir at prosjektet de fikk støtte til fra Innovasjon Norge utløste virksomhetens første eksport.

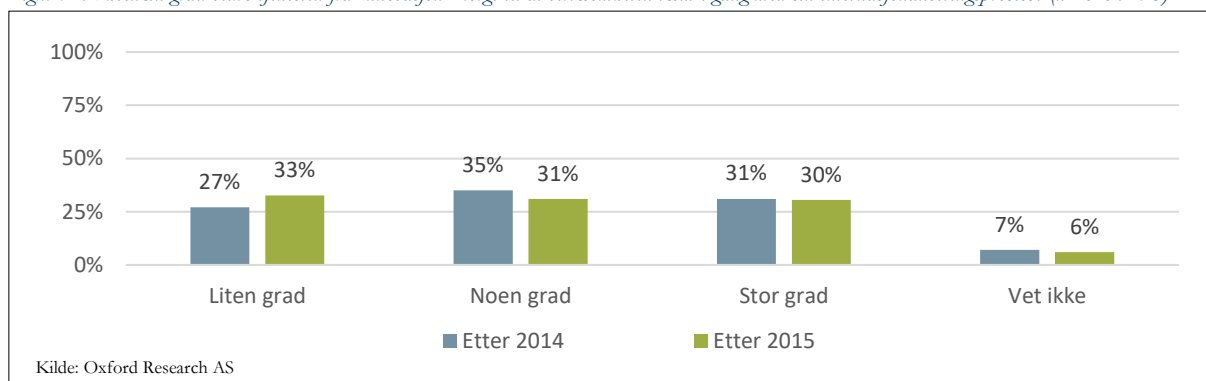
<sup>8</sup> Det er sannsynlig at denne relative nedgangen i andel etablerte bedrifter som har tidligere eksportererfaring i stor grad skyldes at tjenesten Internasjonal Vekst/Internasjonal markedsrådgivning ikke er med i årets undersøkelse (se også 2.2.)

### 15.3 INNOVASJON NORGES BIDRAG TIL Å UTLØSE VIRKSOMHETENES FØRSTE EKSPORT

I foregående avsnitt var fokus på hvorvidt virksomhetene har eksportert tidligere eller ei, samt om prosjektet de fikk støtte til utløste virksomhetens første eksport. I dette avsnittet ser vi nærmere på i hvilken grad tjenesten fra Innovasjon Norge bidro til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess. Innholdsmessig kan de to spørsmålene høres like ut, men det er nyanseskjeller mellom dem. Ovenfor var fokuset på kundens prosjekt, i dette avsnittet er tjenesten fra Innovasjon Norge det sentrale. Det er viktig å være klar over at Innovasjon Norge ofte rådgir og veileder sine kunder i forbindelse med at tjenester blir ytt, og dette vil sannsynligvis spille inn i kundenes svargivning.

I figuren under viser vi fordelingen av svarene på spørsmålet: «I hvilken grad bidro tjenesten fra Innovasjon Norge til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess?»

Figur 74: I hvilken grad bidro tjenesten fra Innovasjon Norge til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess? (n-2015: 498)

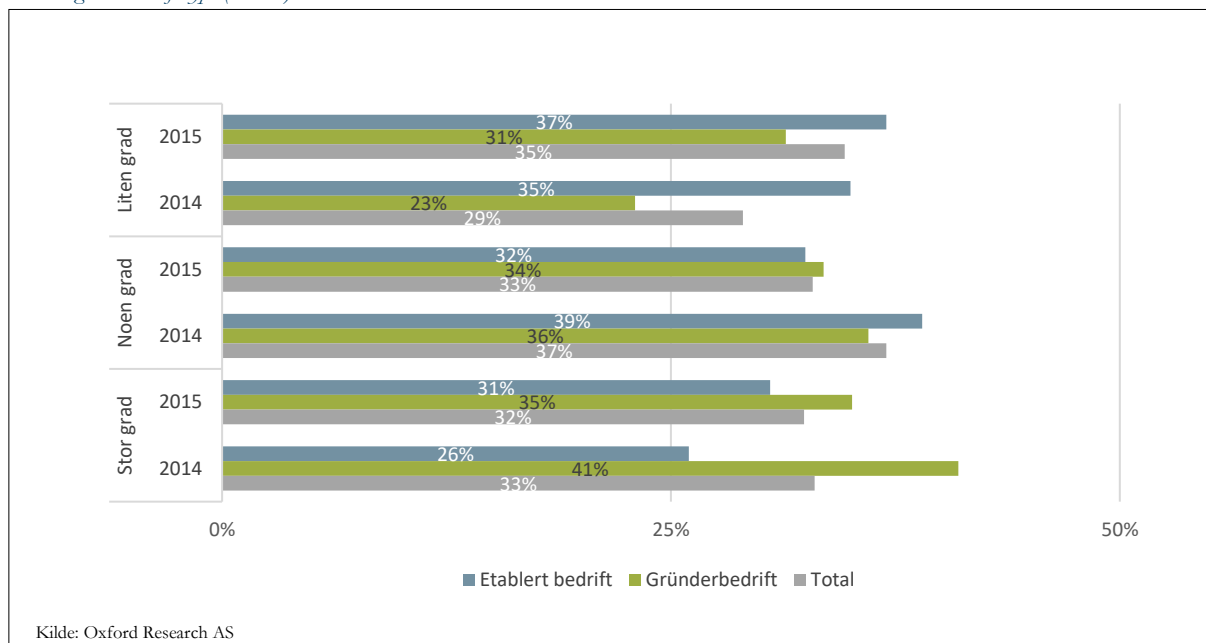


Vi ser at de 498 respondentene som svarte på dette spørsmålet fordeler seg relativt jevnt på de tre svaralternativene og at andelen som ikke vet er nokså lav. De største endringene sammenlignet med fjorårets undersøkelse finner vi for svarkategoriene Liten grad, som har økt med seks prosentpoeng, samt Noen grad, som har gått tilbake med fire prosentpoeng.

I det videre vil vi analysere dette spørsmålet ut fra ulike bakgrunnsvariabler, og starter med å se på bedriftstype. En analyse basert på tjenester synes mindre hensiktsmessig, da flere av tjenestene har meget få svar.



Figur 75: I hvilken grad bidro tjenesten fra Innovasjon Norge til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess?  
 Fordeling etter bedriftstype (n: 469)



Som figuren over viser, er det omlag en tredjedel av alle virksomhetene som oppgir at tjenesten fra Innovasjon Norge i stor grad har bidratt til at virksomheten har kommet i gang med sin internasjonaliseringsprosess (32 prosent i 2015 mot 33 prosent i 2014). Ikke uventet er det en høyere andel gründervirksomheter (35 prosent i 2015 mot 41 prosent i 2014) som svarer dette, men forskjellene fra de etablerte virksomhetene (31 prosent i 2015 mot 26 prosent i 2014) er – i motsetning til i fjorårets undersøkelse – ikke statistisk signifikante. Men er det geografiske, næringsmessige, eierskapsmessige eller andre forskjeller i Innovasjon Norges bidrag til å komme i gang med internasjonaliseringsprosessene?

Til tross for at det er relativt få virksomheter som har besvart disse spørsmålene, finner vi noen flere interessante signifikante forskjeller. Vi finner at virksomheter:

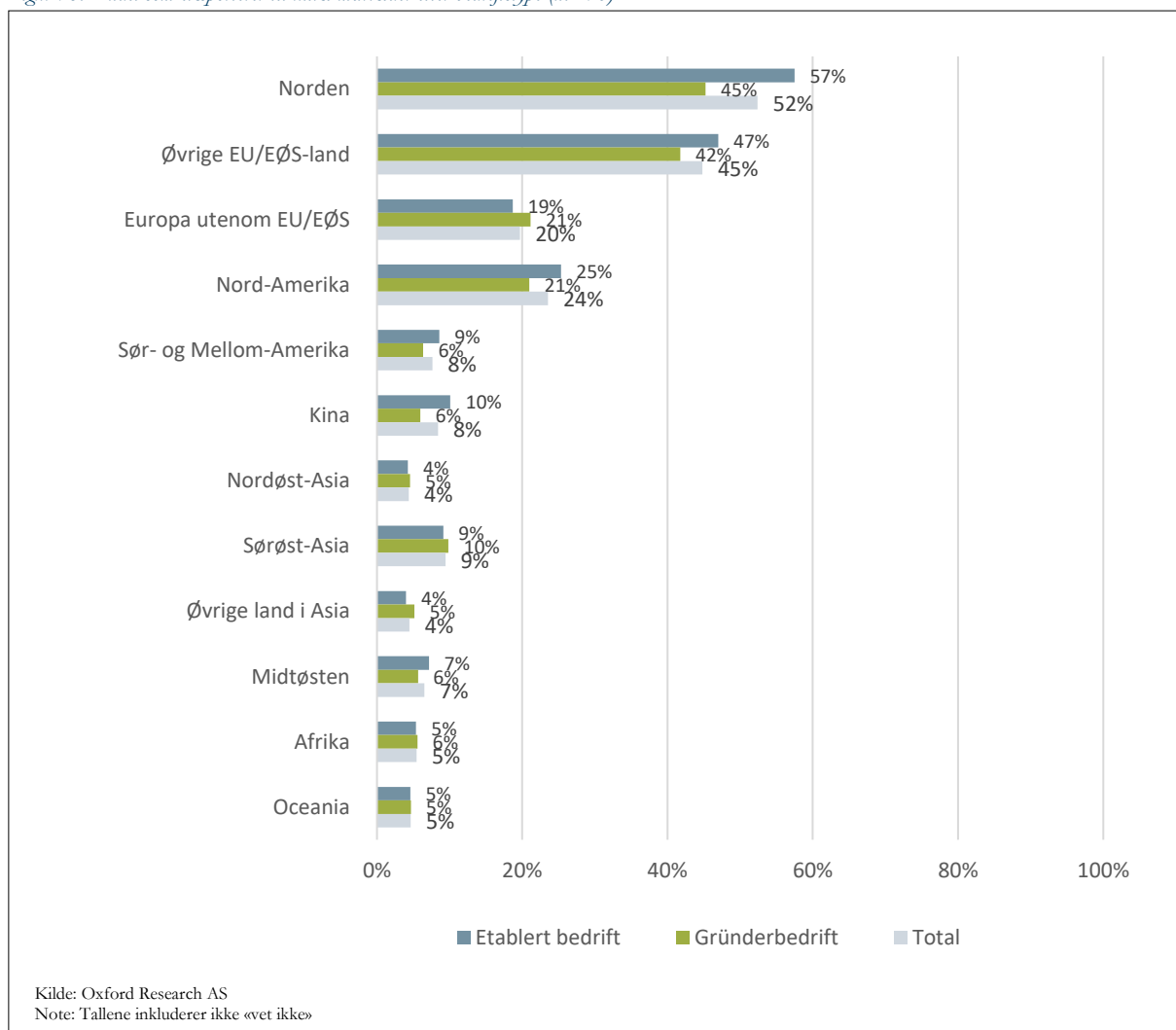
- Hjemmehørende utenfor det distriktspolitiske virkeområdet i større grad enn innenfor virkeområdet
- Som kan karakteriseres som Superinnovatører i større grad enn virksomheter som kan karakteriseres som Driftsorienterte eller Utviklingsorienterte
- Som tilhører kompetanseintensive næringer/tjenester i større grad enn mindre kompetanseintensive virksomheter
- Som har brukt en eller flere mekanismer for å beskytte sin IPR i større grad enn virksomheter som ikke har beskyttet sin IPR
- Som er små målt i antall årsverk (5 til 10 årsverk) i større grad enn større virksomheter
- Som ikke er helt norskeide i større grad enn helt norskeide virksomheter
- Som av Innovasjon Norges rådgivere er vurdert til å ha et høyt vekstpotensial i større grad enn virksomheter som er vurdert til å ha et mindre vekstpotensial
- Som tilhører næringene Informasjon og kommunikasjon eller Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting i større grad enn industrivirksomheter

oppgir at tjenesten fra Innovasjon Norge har bidratt til at de har kommet i gang med sin internasjonaliseringsprosess.

## 15.4 EKSPORTMARKEDER

Det er også kartlagt til hvilke markeder virksomhetene har eksportert. Her har vi spurt virksomhetene om eksport til en rekke geografiske markeder. Resultatene er vist i figuren under.

Figur 76: Andel som eksporterer til ulike markeder etter bedriftstype (n: 470)



Som vi ser av figuren over, er det de geografisk nære markedene virksomhetene i første rekke har eksport til, det vil si våre nordiske naboland og øvrige EU/EØS-land. Det er også interessant å merke seg at Nord-Amerika ser ut til å være et viktigere eksportmarked for virksomhetene enn Europa utenom EU/EØS og de andre oversjøiske markedene.

Det er kun for markedene Norden og Kina vi finner signifikante forskjeller mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter. Som figuren over viser, har de etablerte bedriftene største eksport til disse markedene. For de andre markedene er andelen nokså like.

Vi finner også enkelte geografiske forskjeller når vi analyserer eksport til enkeltmarkeder. For virksomheter hjemmehørende utenfor det distriktpolitiske virkeområdet finner vi høyere andeler som eksporterer til Nord-Amerika, Midtøsten og Afrika sammenlignet med virksomheter som er lokalisert innenfor det distriktpolitiske virkeområdet.

Videre finner vi noen forskjeller når vi analyserer eksport til enkeltmarkeder ut fra virksomhetenes næringstilhørighet. Vi ser at industri- og IKT-bedriftene har mer eksport til Norden og øvrige EU/EØS-land enn tjenesteyterne, mens IKT-bedriftene har mer eksport til Nord-Amerika og Oceania enn de to andre. Vi ser også at industribedriftene er mer orientert mot Kina som eksportmarked enn de to andre næringene.

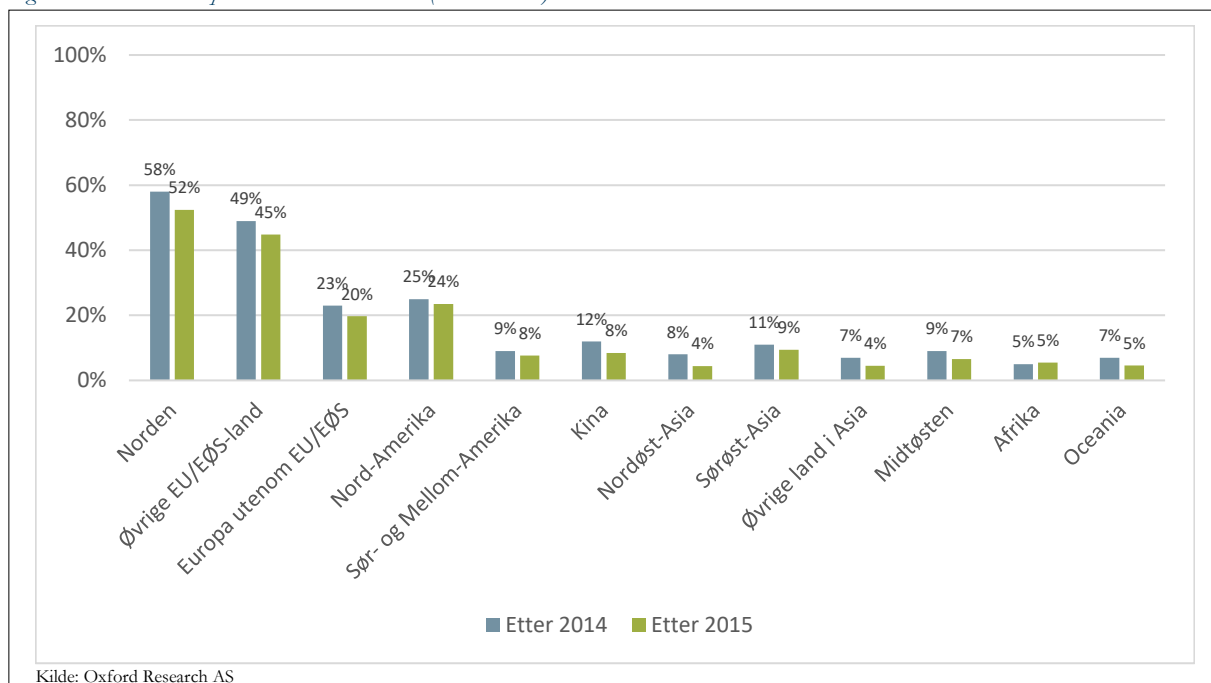
Vi finner enda klarere forskjeller når vi ser eksportmarkedene opp mot virksomhetenes størrelse målt i antall årsverk. Her gjelder stort sett at jo større virksomhetene er, jo mer eksporterer de til øvrige EU/EØS-land, Sør- og Mellom-Amerika, Kina, Sørøst-Asia, Midtøsten, Afrika og Oceania.

Vi finner også noen forskjeller i eksportmarkeder med hensyn til virksomhetenes eierskap. Her gjelder at virksomheter som ikke er 100 prosent norskeid har høyere eksport til Nord-Amerika, øvrige land i Asia, Midtøsten samt Afrika.

De største forskjellene finner vi for når vi sammenligner virksomheter som har beskyttet sin IPR med virksomheter som ikke har gjort det. Virksomheter i førstnevnte kategori eksporterer mer til Norden, øvrige EU/EØS-land, Europa utenom EU/EØS, Nord-Amerika, Sør- og Mellom-Amerika samt Oceania. Som vi så innledningsvis i dette kapittelet, er det IKT-bedriftene og tjenesteyterne som i størst grad har beskyttet sin IPR og som altså har mest eksport til disse fjerntliggende markedene.

Som vi ser av figuren under, er endringene fra fjorårets undersøkelse ikke store, men andelen har gått tilbake for samtlige markeder, unntatt for Afrika.

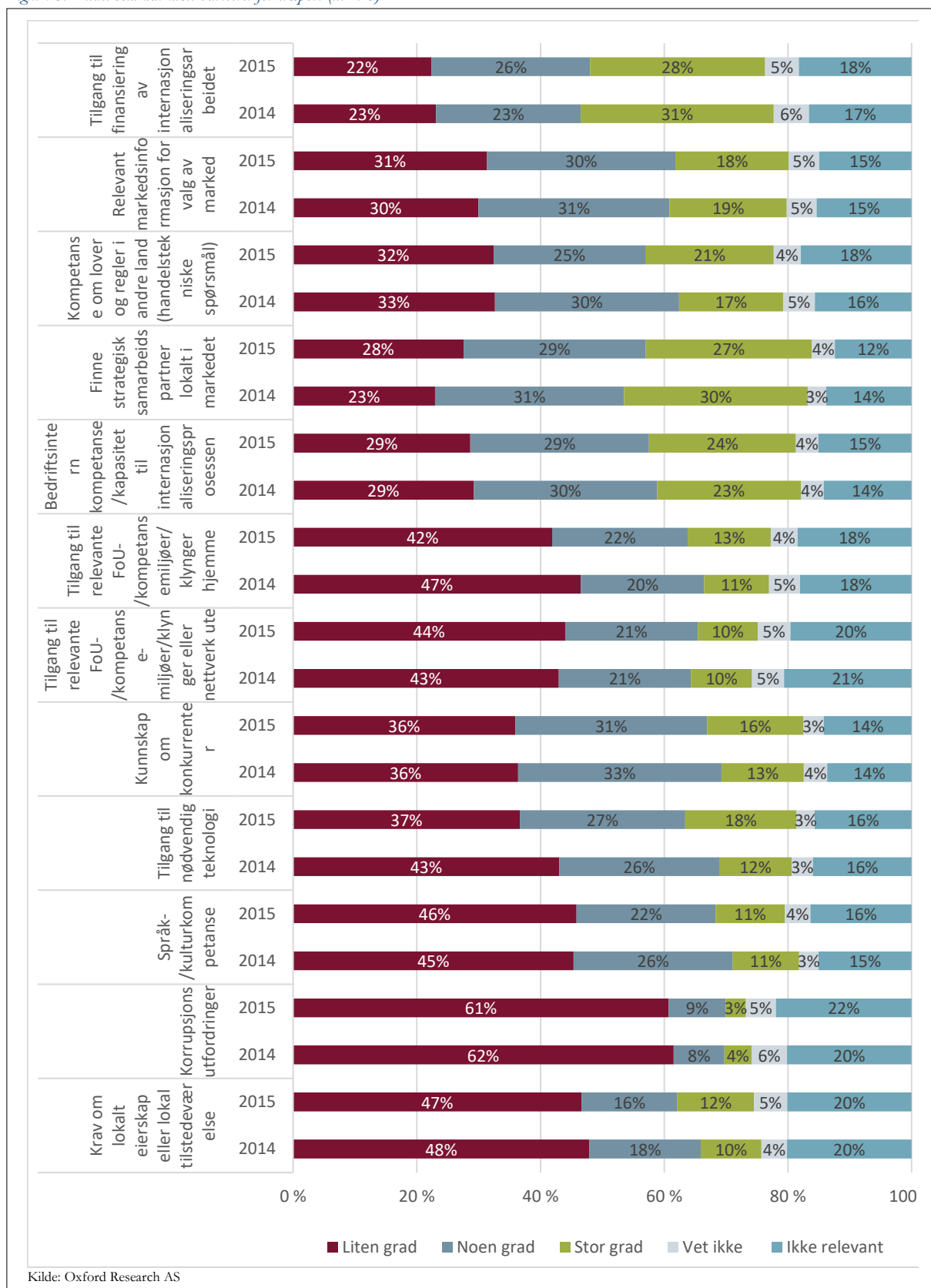
Figur 77: Andel som eksporterer til ulike markeder (n-2015: 470)



## 15.5 EKSPORTBARRIERER

Vi har også spurt virksomhetene om hvorvidt de har støtt på en rekke ulike barrierer/risikofaktorer i sitt eksportarbeid. Resultatet er vist i figuren under og viser både årets og fjorårets resultater.

Figur 78: Andel som har møtt barrierer for eksport (n: 498)



Som figuren over viser, er det mange av virksomhetene som ikke opplever at barrierene er relevante, andelene av summen av «Vet ikke» og «Ikke relevant»-svar varierer mellom 16 og 27 prosent. Sagt på en annen måte, uttrykt gjennom en indikator for samlet bidrag, ser vi at 58 prosent av virksomhetene (60 prosent i 2014) oppgir å ha støtt på en eller flere eksportbarrierer i stor grad, og at de i snitt har møtt på 2,0 av i alt 12 mulige barrierer (1,9 i 2014).

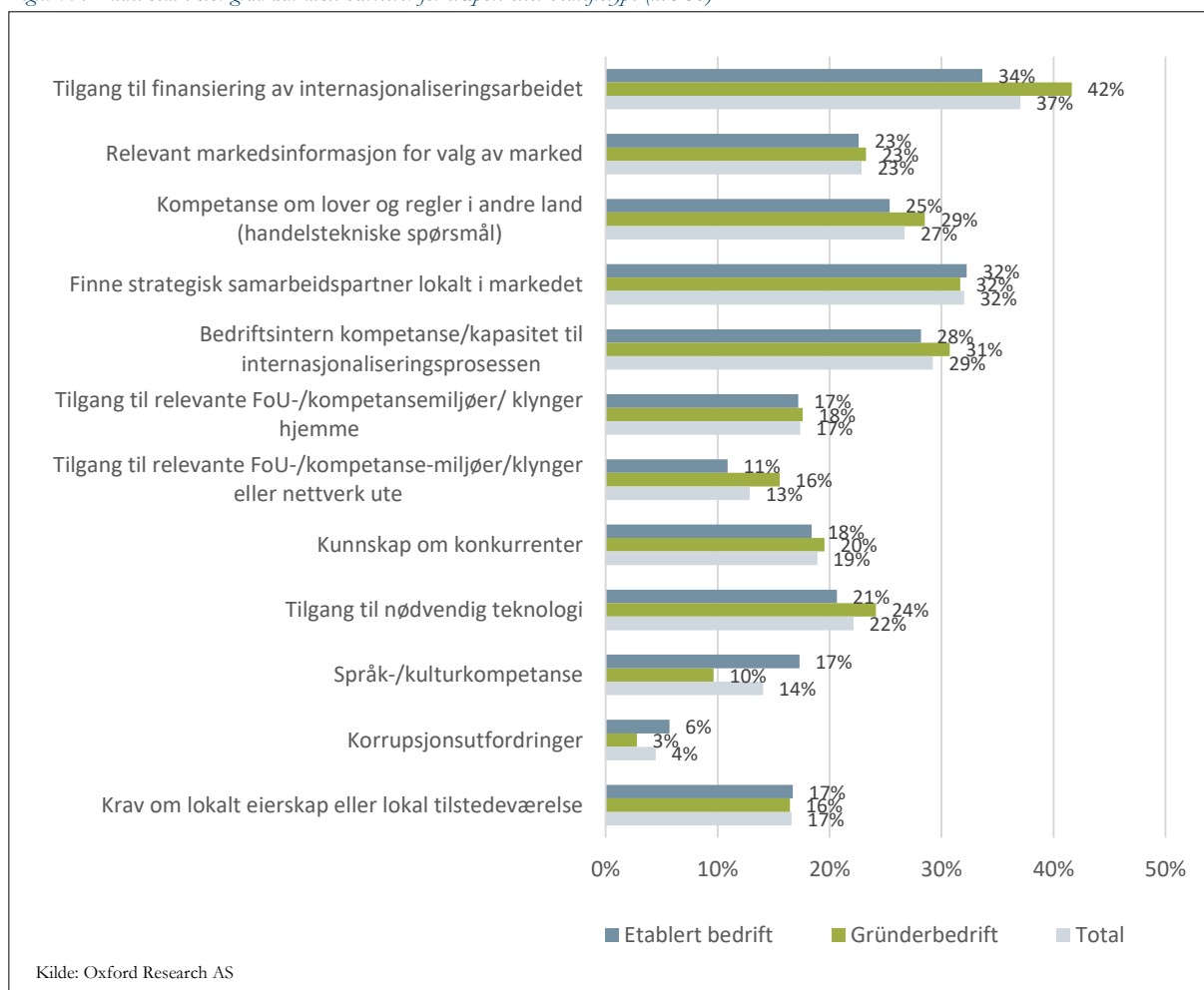
Blant de virksomhetene som har opplevd slike barrierer, er følgende de tre viktigste:

- Tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet
- Finne strategisk samarbeidspartner lokalt i markedet
- Bedriftsintern kompetanse/kapasitet til internasjonaliseringsprosessen.

Dette er nøyaktig de samme tre barrierene som ble identifisert som de viktigste barrierene i Etterundersøkelsen 2014.<sup>9</sup> Andelen virksomheter som oppgitt å ha opplevd disse barrierene i stor grad er redusert med mellom ett og tre prosentpoeng.

I figuren under vises fordelingen av disse barrierene på bedriftstype.

Figur 79: Andel som i stor grad har møtt barrierer for eksport etter bedriftstype (n: 386)



<sup>9</sup> En undersøkelse gjennomført i 2018 rettet mot norske vekstbedrifter og norske investormiljøer som investerer i vekstbedrifter finner omtrent de samme barrierene som de viktigste for bedrifters internasjonalisering (Vekstvilkår for norske scale-ups, Menon rapport nr. 58/2018).

Vi finner svært få signifikante forskjeller mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter for eksportbarrierene. Derimot finner vi noen geografiske forskjeller, der vi ser at virksomheter hjemmehørende utenfor det distriktpolitiske virkeområdet i større grad enn virksomheter hjemmehørende innenfor det distriktpolitiske virkeområdet har støtt på barrierer knyttet til tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet, finne strategisk samarbeidspartner lokalt i markedet, bedriftsintern kompetanse/kapasitet til internasjonaliseringsprosessen samt tilgang til relevante FoU-/kompetanse-miljøer/klynger eller nettverk ute. Som vist innledningsvis, er det langt høyere andeler IKT-bedrifter og tjenesteytere enn industribedrifter som er lokalisert utenfor det distriktpolitiske virkeområdet.

Når det gjelder bedriftene i de tre mest representerte næringene i denne analysen, finner vi ingen forskjeller når det gjelder eksportutfordringer. Vi finner derimot noen forskjeller med hensyn til virksomhetenes kompetanseintensitet. Virksomheter i de mest kompetanseintensive næringene har i større grad enn virksomheter i de mindre kompetanseintensive næringene møtt på utfordringer i forbindelse med tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet, relevant markedsinformasjon for valg av marked, samt tilgang til relevante FoU-/kompetanse-miljøer/klynger eller nettverk ute.

Når det gjelder bedriftsstørrelse, finner vi at de aller minste virksomhetene målt i antall årsverk i større grad enn de større virksomhetene har støtt på barrierer knyttet til relevant markedsinformasjon for valg av marked samt kompetanse om lover og regler i andre land (handelstekniske spørsmål). Det virker rimelig at de aller minste bedriftene enten ikke har kompetanse eller kapasitet til å fremskaffe slik informasjon, enten internt i bedriften eller ved å søke slik informasjon hos andre, for eksempel hos Innovasjon Norge.

De aller største forskjellene knyttet til eksportbarrierer finner vi når vi ser på virksomhetenes utviklingsorientering. Her finner vi at Superinnovatørene i større grad enn De Driftsorienterte og De Utviklingsorienterte har støtt på samtlige eksportbarrierer.

Vi finner videre store forskjeller med hensyn til hvorvidt virksomhetene har beskyttet sin IPR eller ikke. Førstnevnte gruppe har i større grad enn sistnevnte støtt på syv av 12 eksportbarrierer, herunder topp tre barrierene.

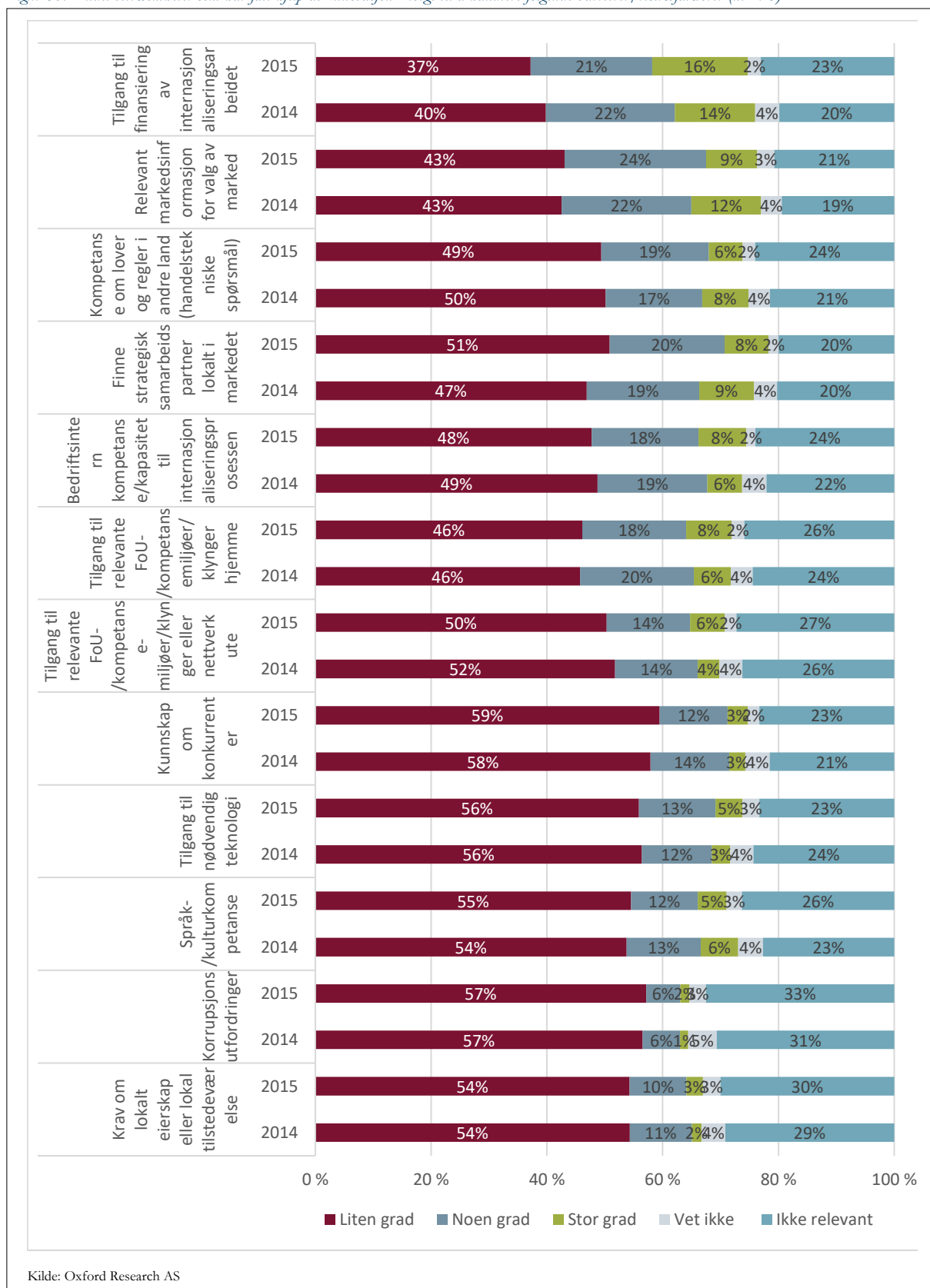
Virksomhetenes eierskap skiller kun på to eksportbarrierer i årets undersøkelse. Virksomheter som ikke er helt norskeide har strevd mer med tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet mens rent norskeide virksomheter har hatt mer utfordringer med å få tilgang til relevante FoU-/kompetanse-miljøer/klynger eller nettverk ute.

Når vi ser samlet sett på eksportbarrierene, finner vi ingen store endringer sammenlignet med fjorårets undersøkelse. Det er de samme barrierene som går igjen som de mest fremtredende, og det er også disse barrierene vi finner størst og flest statistisk signifikante forskjeller mellom de bakgrunnsvariablene som inngår i analysen. Selv om det kun foreligger to årganger med observasjoner, fremstår resultatene som robuste og gir indikasjoner til Innovasjon Norge om hvilke områder kundene trenger hjelp på. Samtidig tyder resultatene på at det er virksomhetene som satser hardest på innovasjon og eksport som også støter på flest barrierer i sin internasjonaliseringsprosess.

## 15.6 HJELP FRA INNOVASJON NORGE TIL Å HÅNDTERE EKSPORTBARRIERER

Vi har også spurt virksomhetene om hvorvidt de har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere de samme barrierene som vi har spurt om i foregående avsnitt. Resultatet er vist i figuren under.

Figur 80: Andel virksomheter som har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere følgende barrierer/risikofaktorer (n: 498)



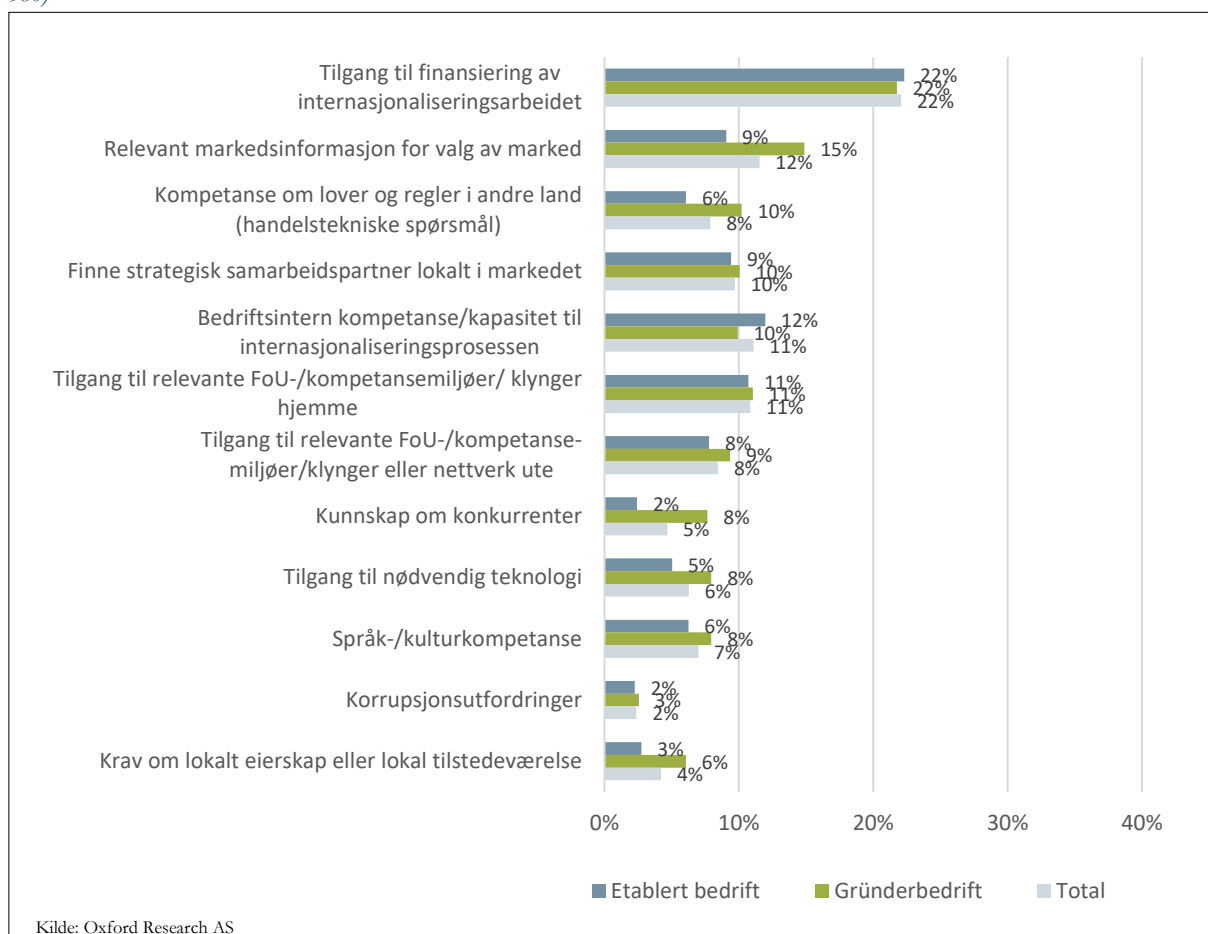
Kilde: Oxford Research AS

Det første vi kan lese ut av figuren er at en stor andel virksomheter, mellom 22 og 35 prosent (mellom 23 og 36 prosent i 2014), svarer «Vet ikke» eller «Ikke relevant» på disse spørsmålene. Uttrykt gjennom en indikator for samlet bidrag, ser vi at 31 prosent av virksomhetene oppgir at de har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere eksportbarrierer i stor grad (33 prosent i 2014), og at de i snitt har fått hjelp til å overkomme 0,78 av i alt 12 mulige barrierer (0,75 i 2014). Blant virksomhetene som oppgir å ha fått hjelp fra Innovasjon Norge, er det mer eller mindre de samme barrierene som i størst grad er opplevd av bedriftene (se avsnittet over), som de har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere. De mest aktuelle barrierene de har fått hjelp til å håndtere er:

- Tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet
- Relevant markedsinformasjon for valg av marked
- Bedriftsintern kompetanse/kapasitet til internasjonaliseringsprosessen
- Tilgang til relevante FoU-/kompetansemiljøer/ klynger hjemme
- Finne strategisk samarbeidspartner lokalt i markedet

I figuren under vises fordelingen av barrierehandteringen på bedriftstype.

Figur 81: Andel virksomheter som i stor grad har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere følgende barrierer/risikofaktorer etter bedriftstype (n: 380)



Som vi ser av figuren over, er det – som i fjorårets undersøkelse - relativt små variasjoner i resultatene mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter. De eneste signifikante forskjellene finner vi for kunnskap om konkurrenter og krav om lokalt eierskap eller lokal tilstedeværelse. I begge tilfeller



har gründerbedriftene i større grad enn de etablerte bedriftene fått hjelp fra Innovasjon Norge til å håndtere disse barrierene.

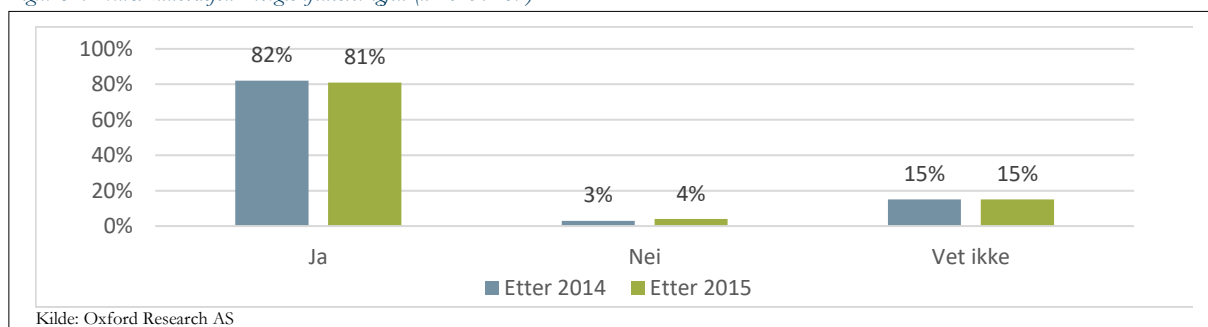
Vi finner få eller ingen forskjeller med hensyn til virksomhetenes geografiske eller næringsmessige tilhørighet når det gjelder hjelp fra Innovasjon Norge til å håndtere eksportbarrierer. Det samme er tilfellet for virksomhetenes størrelse og eierskap. Vi finner derimot store forskjeller med hensyn til virksomhetenes utviklingsorientering. Her finner vi at Superinnovatørene i større grad enn De Driftsorienterte og De Utviklingsorienterte har fått hjelp av Innovasjon Norge til å overkomme samtlige eksportbarrierer med unntak av korrupsjonsutfordringer krav om lokalt eierskap eller lokal tilstedeværelse. Dette understreker på ny Superinnovatørenes særegne evne til å benytte seg av Innovasjon Norges tjenestetilbud og få maksimalt utbytte av dette.

Når vi ser samlet sett på hjelp til å overkomme eksportbarrierene, finner vi ingen store endringer sammenlignet med fjorårets undersøkelse. Det er de samme barrierene man har fått hjelp med som går igjen som de mest fremtredende og det er de største barrierene for eksport (se forrige avsnitt) som virksomhetene har fått hjelp fra Innovasjon Norge til å overkomme. Resultatene tyder på at det er de mest hardtsatsende virksomhetene som i størst grad får denne hjelpen, uavhengig av hvor de kommer fra i landet eller hvilken næring til tilhører.

## 15.7 BENYTTE INNOVASJON NORGES TJENESTER IGJEN

Avslutningsvis i dette kapittelet har vi sett nærmere på hvorvidt virksomhetene som har eksportert vil benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden. Dette kan betraktes som et mål på tilfredshet med den bistanden de har fått av Innovasjon Norge til internasjonalisering så langt.

Figur 82: Bruke Innovasjon Norges tjenester igjen (n-2015: 469)



Som vi ser av figuren over, er det kun fire prosent av virksomhetene som svarer at de ikke vil benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden. Fire av ti kunder som har begrunnet dette med frittekstkommentarer, fremholder at transaksjonskostnadene er for høye. 15 prosent er usikre, mens 81 prosent sier at de ønsker å benytte seg av Innovasjon Norges tjenester igjen. Endringene fra fjorårets undersøkelse er minimale. I motsetning til Etterundersøkelsen 2014, finner vi i årets undersøkelse ingen signifikante forskjeller mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter når det gjelder deres tilbøyelighet til å benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden. Derimot finner vi at virksomheter som har beskyttet sin IPR og de mest kompetanseintensive virksomhetene er mer tilbøyelige til å benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden.

## 16. Kort om hver enkelt tjeneste

I det videre vil hver enkelt tjeneste som er med i denne undersøkelsen presenteres med noen nøkkeltall fra undersøkelsen. Nedenfor er disse nøkkeltallene først presentert for alle tjenestene samlet. Vi gjør oppmerksom på at resultatene i dette kapittelet er fremstilt uten ”Vet ikke/ikke relevant”-andeler.

### 16.1 ALLE TJENESTER

Antall kunder i populasjonen	5724	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	1812
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	6226,5	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,83

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	42 %	5 %	53 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	15 %	20 %	65 %
2014	16 %	21 %	63 %
2013	16 %	19 %	66 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	17
Eksportandel	9

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	66 %
Tjeneste	56 %
Prosess	59 %
Marked	53 %
Organisasjon	23 %
Andel som ikke gir innovasjon	7 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	40 %	35 %	19 %
Nasjonalt nivå	11 %	13 %	8 %
Regionalt nivå	9 %	11 %	8 %
Bedriftsnivå	24 %	28 %	41 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,29
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	83 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,35
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	75 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,34
	Andel av prosjektene med atferdsendring	65 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	2,69
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	84 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	20 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	42 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	37 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	54 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	43 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	12 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	28 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	29 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	29 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	59 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	15 %

## 16.2 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 CO<sub>2</sub>-utslipp.

Antall kunder i populasjonen	146	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	70
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	67,5	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,27

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	44 %	7 %	49 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	16 %	10 %	74 %
2014	16 %	19 %	66 %
2013	16 %	22 %	62 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	2
Eksportandel	0

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	61 %
Tjeneste	39 %
Prosess	64 %
Marked	21 %
Organisasjon	14 %
Andel som ikke gir innovasjon	14 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	6 %	0 %	5 %
Nasjonalt nivå	6 %	13 %	0 %
Regionalt nivå	0 %	0 %	5 %
Bedriftsnivå	44 %	56 %	71 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,01
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	68 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	1,37
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	47 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	0,99
	Andel av prosjektene med atferdsendring	41 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	1,41
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	71 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	4 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	24 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	43 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	28 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	17 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	0 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	30 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	40 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	1 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	90 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	6 %

### 16.3 BYGDEUTVIKLINGSMIDLER - STIPEND

Bygdeutviklingsmidlene består av to hovedgrupper; fylkesvise og sentrale bygdeutviklingsmidler. Stipendordningen er en del av de fylkesvise bygdeutviklingsmidlene som består av tilskudd og rentestøtte til utvikling av enkeltbedrifter i og i tilknytning til landbruk. Formålet med stipendordningen 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 for eksempel lønn, konsulentbistand, konsept-/produktutvikling, markedsundersøkelser, relevante kurs, mindre fysiske investeringer og lignende. Målgruppa i hovedsak er personer eller foretak som er tilknyttet landbrukseiendommer.

Antall kunder i populasjonen	124	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	58
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	16,2	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,11

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	41 %	9 %	50 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	13 %	31 %	56 %
2014	10 %	20 %	71 %
2013	12 %	28 %	60 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	1
Eksportandel	0

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	76 %
Tjeneste	51 %
Prosess	50 %
Marked	67 %
Organisasjon	27 %
Andel som ikke gir innovasjon	5 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	19 %	5 %	0 %
Nasjonalt nivå	3 %	9 %	14 %
Regionalt nivå	24 %	23 %	14 %
Bedriftsnivå	35 %	55 %	43 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,52
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	84 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,07
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	74 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,95
	Andel av prosjektene med atferdsendring	70 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	2,53
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	88 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	16 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	29 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	27 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	43 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	29 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	0 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	13 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	24 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	19 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	49 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	18 %

## 16.4 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. De sentrale bygdeutviklingsmidlene består av utviklingsprosjekter som griper over mer enn enkeltbedrifter, og målgruppa består av produksjons- eller bransjesammenslutninger, faglag, nettverk m.v. 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 kunder i populasjonen	306	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	91
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	153,9	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,17

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	42 %	5 %	53 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	10 %	20 %	70 %
2014	15 %	34 %	51 %
2013	20 %	24 %	56 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	64
Eksportandel	3

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	81 %
Tjeneste	68 %
Prosess	63 %
Marked	70 %
Organisasjon	20 %
Andel som ikke gir innovasjon	4 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	9 %	7 %	8 %
Nasjonalt nivå	9 %	2 %	3 %
Regionalt nivå	16 %	26 %	22 %
Bedriftsnivå	45 %	57 %	50 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,51
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	86 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,24
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	78 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,20
	Andel av prosjektene med atferdsendring	75 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	2,91
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	87 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	21 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurranseevnen	43 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	44 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	57 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	44 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	4 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	27 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	21 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	16 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	57 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	17 %

## 16.5 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 landbruksseidommer. De sentrale bygdeutviklingsmidlene består av utviklingsprosjekter som griper over mer enn enkeltbedrifter, og målgruppa består av produksjons- eller bransjesammenslutninger, faglag, nettverk m.v. 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.

Antall kunder i populasjonen	1367	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	314
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	1668,6	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	1,45

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	27 %	4 %	69 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	17 %	19 %	65 %
2014	23 %	24 %	54 %
2013	18 %	24 %	58 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	10
Eksportandel	0

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	58 %
Tjeneste	32 %
Prosess	78 %
Marked	17 %
Organisasjon	12 %
Andel som ikke gir innovasjon	9 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	1 %	0 %	0 %
Nasjonalt nivå	3 %	2 %	1 %
Regionalt nivå	3 %	5 %	3 %
Bedriftsnivå	49 %	57 %	63 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,46
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	69 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	1,98
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	67 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,35
	Andel av prosjektene med atferdsendring	46 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	1,25
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	82 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	19 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	35 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	49 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	62 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	60 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	1 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	17 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	31 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	27 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	78 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	6 %

## 16.6 ETABLERERTILSKUDD – KOMMUNAL OG REGIONALDEPARTEMENTET

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. Tilskuddene kan benyttes til å dekke kostnader av eget arbeid, konsulentbistand, kompetansetiltak, mindre fysiske investeringer og diverse oppstartskostnader.

Antall kunder i populasjonen	549	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	227
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	120,9	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,20

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	46 %	5 %	48 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	16 %	17 %	67 %
2014	11 %	17 %	72 %
2013	6 %	17 %	77 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	3
Eksportandel	6

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	68 %
Tjeneste	68 %
Prosess	46 %
Marked	71 %
Organisasjon	27 %
Andel som ikke gir innovasjon	6 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	51 %	47 %	33 %
Nasjonalt nivå	11 %	14 %	17 %
Regionalt nivå	10 %	15 %	7 %
Bedriftsnivå	19 %	15 %	26 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,92
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	88 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,20
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	80 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,76
	Andel av prosjektene med atferdsendring	70 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,29
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	88 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	15 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	35 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	23 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	45 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	27 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	15 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	29 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	35 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	38 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	41 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	31 %

## 16.7 ETABLERERTILSKUDD – NÆRINGS- OG HANDELSDEPARTEMENTET

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. 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 kunnskaps- miljøer samt finansieringsnettverk (såkorn- og venturefond, private investorer og finansieringssituasjoner).

Antall kunder i populasjonen	942	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	364
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	248,6	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,25

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	81 %	2 %	17 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	14 %	19 %	67 %
2014	13 %	18 %	69 %
2013	12 %	24 %	63 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	3
Eksportandel	8

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	69 %
Tjeneste	62 %
Prosess	40 %
Marked	64 %
Organisasjon	23 %
Andel som ikke gir innovasjon	9 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	69 %	63 %	38 %
Nasjonalt nivå	13 %	19 %	16 %
Regionalt nivå	3 %	2 %	3 %
Bedriftsnivå	8 %	9 %	21 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,68
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	88 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,08
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	83 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,03
	Andel av prosjektene med atferdsendring	77 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,40
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	83 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	18 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	45 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	25 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	51 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	29 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	16 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	32 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	27 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	35 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	33 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	33 %



## 16.8 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 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.

Antall kunder i populasjonen	226	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	35
Totalt innvilget i populasjonen (mill)		Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	20 %	9 %	71 % 20 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	19 %	15 %	66 %
2014	16 %	5 %	78 %
2013	23 %	5 %	73 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	12
Eksporthandel	13

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	70 %
Tjeneste	54 %
Prosess	46 %
Marked	72 %
Organisasjon	37 %
Andel som ikke gir innovasjon	9 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	21 %	20 %	11 %
Nasjonalt nivå	21 %	20 %	22 %
Regionalt nivå	21 %	30 %	0 %
Bedriftsnivå	21 %	30 %	67 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,94
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	65 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,06
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	66 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,97
	Andel av prosjektene med atferdsendring	54 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	2,51
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	75 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	24 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurranseevnen	33 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	34 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	38 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	41 %
Ekspert	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	13 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	23 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	34 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	49 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	59 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	7 %

## 16.9 IFU/OFU

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 forretnings- utvikling og finansielt med tilskudd for å avlaste risiko og legge til rette for iverksetting av krevende utviklingsprosjekter.

Antall kunder i populasjonen	285	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	98
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	367,9	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,99

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	78 %	6 %	16 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	13 %	23 %	64 %
2014	9 %	20 %	71 %
2013	20 %	14 %	66 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	11
Eksportandel	24

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	70 %
Tjeneste	63 %
Prosess	41 %
Marked	71 %
Organisasjon	23 %
Andel som ikke gir innovasjon	5 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	84 %	73 %	47 %
Nasjonalt nivå	12 %	10 %	6 %
Regionalt nivå	2 %	2 %	0 %
Bedriftsnivå	0 %	8 %	28 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,86
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	89 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,89
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	85 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,59
	Andel av prosjektene med atferdsendring	82 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,83
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	85 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	22 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	57 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	35 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	59 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	38 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	28 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	34 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	21 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	24 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	31 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	13

## 16.10 LAVRISIKOLÅN

Lavrisikolån er et tilbud til bedrifter med behov for finansiering av sitt langsiktige kapital-behov, og kan benyttes til finansiering av anleggsmidler, som bygninger, maskiner, driftstilbehør, fiskefartøy, fiskeredskap mv. Det kreves tilfredsstillende økonomi og god pantesikkerhet 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 kunder i populasjonen	70	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	19
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	738,9	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	2,21

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	5 %	5 %	89 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	50 %	19 %	31 %
2014	5 %	19 %	76 %
2013	43 %	14 %	43 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	67
Eksportandel	11

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	67 %
Tjeneste	63 %
Prosess	73 %
Marked	47 %
Organisasjon	25 %
Andel som ikke gir innovasjon	5 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	20 %	13 %	0 %
Nasjonalt nivå	10 %	13 %	14 %
Regionalt nivå	10 %	13 %	0 %
Bedriftsnivå	30 %	38 %	57 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,84
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	77 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	2,16
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	63 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,21
	Andel av prosjektene med atferdsendring	46 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	2,16
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	82 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	20 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	13 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	19 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	38 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	33 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	8 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	19 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	26 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	21 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	86 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	22 %

## 16.11 LAVRISIKOLÅN – GFL - FLÅTE

Lavrisikolån er et tilbud til bedrifter med behov for finansiering av sitt langsiktige kapital- behov, og kan benyttes til finansiering av anleggsmidler, som bygninger, maskiner, driftstilbehør, fiskefartøy, fiskeredskap mv. Det kreves tilfredsstillende økonomi og god pantesikkerhet 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 begrensinger på bedriftsstørrelse, men lånene gis i hovedsak til små og mellom- store bedrifter med inntil 250 ansatte. Mange av de langsiktige investeringene finansieres i et samarbeid mellom lokal bank og Innovasjon Norge.

Antall kunder i populasjonen	125	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	20
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	653,2	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	1,55

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	15 %	5 %	80 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	29 %	7 %	64 %
2014	31 %	13 %	56 %
2013	7 %	14 %	79 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	8
Eksportandel	0

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	47 %
Tjeneste	29 %
Prosess	63 %
Marked	13 %
Organisasjon	14 %
Andel som ikke gir innovasjon	20 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	50 %	100 %	33 %
Nasjonalt nivå	0 %	0 %	0 %
Regionalt nivå	0 %	0 %	0 %
Bedriftsnivå	0 %	0 %	17 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,95
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	62 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	2,40
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	60 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,65
	Andel av prosjektene med atferdsendring	46 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	1,25
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	56 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	20 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	56 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	65 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	65 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	65 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	27 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	29 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	30 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	10 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	83 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	0 %

## 16.12 LAVRISIKOLÅN - LANDBRUKSLÅN

Landbrukslån er en del av ordningen med lavrisikolån, med landbruksaktører som mål-gruppe. 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 kunder i populasjonen	245	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	83
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	469,4	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	2,16

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	29 %	6 %	65 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	29 %	19 %	52 %
2014	28 %	15 %	57 %
2013	26 %	15 %	59 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	2
Eksportandel	1

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	53 %
Tjeneste	38 %
Prosess	83 %
Marked	24 %
Organisasjon	16 %
Andel som ikke gir innovasjon	12 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	10 %	0 %	0 %
Nasjonalt nivå	10 %	0 %	7 %
Regionalt nivå	15 %	13 %	10 %
Bedriftsnivå	20 %	44 %	33 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,34
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	64 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	2,12
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	67 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,27
	Andel av prosjektene med atferdsendring	45 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	1,14
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	80 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	20 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	34 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	39 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	62 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	72 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	0 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	15 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	24 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	22 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	77 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	6 %

## 16.13 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 kunder i populasjonen	134	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	65
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	326,3	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	2,95

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	62 %	8 %	31 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	11 %	15 %	74 %
2014	0 %	41 %	59 %
2013	5 %	20 %	75 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	44
Eksportandel	32

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	89 %
Tjeneste	66 %
Prosess	60 %
Marked	68 %
Organisasjon	21 %
Andel som ikke gir innovasjon	2 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	65 %	52 %	44 %
Nasjonalt nivå	10 %	15 %	9 %
Regionalt nivå	8 %	6 %	13 %
Bedriftsnivå	8 %	15 %	22 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,20
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	98 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,57
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	91 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,62
	Andel av prosjektene med atferdsendring	88 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	4,00
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	96 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	28 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	48 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	38 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	53 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	42 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	26 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	45 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	23 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	6 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	42 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	15 %

## 16.14 RISIKOLÅN - DISTRIKTSRETTEDE

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 kunder i populasjonen	132	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	28
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	380,3	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	1,62

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	0 %	0 %	100 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	12 %	19 %	69 %
2014	0 %	38 %	63 %
2013	29 %	21 %	50 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	10
Eksportandel	12

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	68 %
Tjeneste	78 %
Prosess	60 %
Marked	67 %
Organisasjon	29 %
Andel som ikke gir innovasjon	4 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	24 %	33 %	21 %
Nasjonalt nivå	12 %	13 %	7 %
Regionalt nivå	12 %	7 %	14 %
Bedriftsnivå	29 %	33 %	43 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,82
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	87 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,64
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	75 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,71
	Andel av prosjektene med atferdsendring	70 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,82
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	91 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	27 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	48 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	38 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	46 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	48 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	23 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	20 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	32 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	32 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	71 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	9 %

## 16.15 RISIKOLÅN – 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 ny-etableringer, 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 kunder i populasjonen	138	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	42
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	578,5	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	2,80

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	95 %	2 %	2 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	5 %	21 %	74 %
2014	14 %	10 %	76 %
2013	6 %	23 %	71 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	22
Eksportandel	39

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	68 %
Tjeneste	75 %
Prosess	42 %
Marked	77 %
Organisasjon	37 %
Andel som ikke gir innovasjon	0 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	71 %	68 %	53 %
Nasjonalt nivå	13 %	18 %	13 %
Regionalt nivå	4 %	4 %	7 %
Bedriftsnivå	8 %	0 %	0 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,76
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	100 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	5,07
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	90 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,38
	Andel av prosjektene med atferdsendring	86 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	4,57
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	100 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	44 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	73 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	50 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	83 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	61 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	29 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	43 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	31 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	36 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	49 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	23 %



## 16.16 TILSKUDD - DISTRIKTSRETTEDE

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 kunder i populasjonen	703	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	212
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	328,1	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,45

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	5 %	1 %	94 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	13 %	24 %	63 %
2014	17 %	20 %	64 %
2013	13 %	16 %	71 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	20
Eksportandel	12

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	71 %
Tjeneste	75 %
Prosess	60 %
Marked	72 %
Organisasjon	38 %
Andel som ikke gir innovasjon	4 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	30 %	16 %	26 %
Nasjonalt nivå	14 %	16 %	11 %
Regionalt nivå	15 %	18 %	15 %
Bedriftsnivå	31 %	41 %	37 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,87
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	91 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,40
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	82 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,16
	Andel av prosjektene med atferdsendring	76 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,89
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	91 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	16 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	52 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	34 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	53 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	32 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	17 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	38 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	28 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	35 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	62 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	15 %

## 16.17 TILSKUDD - LANDSDEKKENDE

Tilskudd er et virkemiddel som kan skape konkurransevridning og er derfor underlagt retningslinjer i EØS-avtalen som angir maksimale støttesatser avhengig av formål, bedrifts-størrelse og geografisk lokalisering. I henhold til disse retningslinjene kan det gis tilskudd til SMB-støtte til konsulentbi-stand 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. Der-som 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 inter-nasjonalt rettede prosjekter for å bedre lønnsomheten redusere risikoen. Det er et krav om at tilskuddet skal være utløsende for at støtte skal kunne gis.

Antall kunder i populasjonen	64	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	20
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	18,6	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,21

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	90 %	5 %	5 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	13 %	38 %	50 %
2014	11 %	26 %	63 %
2013	11 %	29 %	71 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	79
Eksportandel	7

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	64 %
Tjeneste	86 %
Prosess	50 %
Marked	92 %
Organisasjon	38 %
Andel som ikke gir innovasjon	0 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	38 %	44 %	60 %
Nasjonalt nivå	25 %	0 %	0 %
Regionalt nivå	13 %	22 %	0 %
Bedriftsnivå	0 %	0 %	0 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,50
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	70 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,70
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	85 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,15
	Andel av prosjektene med atferdsendring	81 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	2,85
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	83 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	42 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	44 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	31 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	47 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	47 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	15 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	76 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	30 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	40 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	65 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	17 %

## 16.18 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 kompetanse- utvikling 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 kunder i populasjonen	45	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	19
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	18,6	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,39

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	63 %	0 %	37 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	13 %	19 %	69 %
2014	16 %	4 %	80 %
2013	5 %	19 %	76 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	273
Eksportandel	23

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	60 %
Tjeneste	53 %
Prosess	50 %
Marked	53 %
Organisasjon	13 %
Andel som ikke gir innovasjon	21 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	43 %	29 %	14 %
Nasjonalt nivå	43 %	29 %	43 %
Regionalt nivå	0 %	14 %	29 %
Bedriftsnivå	0 %	14 %	0 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,68
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	92 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	2,63
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	68 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,26
	Andel av prosjektene med atferdsendring	64 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	2,26
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	71 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	6 %
Konkurransesevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransesevnen	14 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	7 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	29 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	14 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	0 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	44 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	32 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	16 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	53 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	25 %

## 16.19 UTVIKLINGSPROGRAMMET FOR LOKALMAT OG GRØNT REISELIV

Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping ble etablert i begynnelsen av 2015 og består av flere tidligere enkeltstående program. Utviklingsprogrammet skal skape økt vekst og verdiskaping innen lokalmat, reiseliv, reindriftsnæringen, Inn på tunet, innlandsfiske og andre tilleggsnæringer basert på landbrukets ressurser. Programmet skal stimulere til flere nye gründere, økt lønnsomhet og konkurranseevne gjennom bedriftsutvikling, samarbeid, kompetanse- og omdømmeaktiviteter. Midlene kommer fra jordbruks- og reindriftsavtalen med ulike målgrupper.

Antall kunder i populasjonen	100	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	35
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	63,6	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	1,10

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	51 %	0 %	49 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	15 %	15 %	70 %
2014	0 %	18 %	82 %
2013	13 %	22 %	65 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	29
Eksportandel	0

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	74 %
Tjeneste	73 %
Prosess	50 %
Marked	86 %
Organisasjon	44 %
Andel som ikke gir innovasjon	0 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	10 %	0 %	0 %
Nasjonalt nivå	0 %	13 %	9 %
Regionalt nivå	10 %	27 %	9 %
Bedriftsnivå	60 %	47 %	64 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,54
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	86 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,11
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	80 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,00
	Andel av prosjektene med atferdsendring	65 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,03
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	93 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	17 %
Konkurranseevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurranseevnen	34 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	29 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	41 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	46 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	6 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	42 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	26 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	29 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	84 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	8 %

## 16.20 VERDISKAPINGSPROGRAM FOR KULTURNÆRINGEN

Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping ble etablert i begynnelsen av 2015 og består av flere tidligere enkeltstående program. Utviklingsprogrammet skal skape økt vekst og verdiskaping innen lokalmat, reiseliv, reindriftsnæringen, Inn på tunet, innlandsfiske og andre tilleggsnæringer basert på landbrukets ressurser. Programmet skal stimulere til flere nye gründere, økt lønnsomhet og konkurransevne gjennom bedriftsutvikling, samarbeid, kompetanse- og omdømmeaktiviteter. Midlene kommer fra jordbruks- og reindriftsavtalen med ulike målgrupper.

Antall kunder i populasjonen	41	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	12
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	7,4	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,10

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	58 %	0 %	42 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2015	18 %	18 %	64 %
2014			
2013			

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	24
Eksportandel	22

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	45 %
Tjeneste	67 %
Prosess	0 %
Marked	50 %
Organisasjon	25 %
Andel som ikke gir innovasjon	17 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	0 %	25 %	0 %
Nasjonalt nivå	0 %	25 %	0 %
Regionalt nivå	0 %	0 %	0 %
Bedriftsnivå	25 %	25 %	0 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2015
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,83
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	63 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	2,58
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	67 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,92
	Andel av prosjektene med atferdsendring	50 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	1,67
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	63 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	30 %
Konkurransevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	22 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	22 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	44 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	44 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	11 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	50 %
Samfunnsansvar	Andelen prosjekter som i stor grad gir økt bevissthet rundt samfunnsansvar	25 %
Miljøbelastning	Andelen prosjekter som i stor grad gir redusert miljøbelastning	58 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	90 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	40 %

## Del 3: Spørreskjema

### i154 - Spørreskjema til deg som mottok støtte eller en tjeneste i 2015

Som det fremgår av e-postinvitasjonen, inngår du/din bedrift i et stort utvalg som ønskes intervjuet om effektene av det prosjektet som ble støttet. Din bedrift var også invitert til en undersøkelse i 2016, og dette er oppfølging av denne.

Når du skal bevege deg frem og tilbake i skjemaet, ber vi deg benytte knappene ">" nederst til høyre på hver side. Dersom du svarer ved hjelp av mobiltelefonen, ber vi deg benytte "Previous question" og "Next question" nederst på hver side, eller piltastene øverst på sidene. Dine svar vil da bli lagret. Ikke bruk manøvreringsknappene i din nettleser. Vi gjør oppmerksom på at det går raskere å besvare undersøkelsen på datamaskin enn på mobiltelefon.

Med vennlig hilsen Tor Borgar Hansen

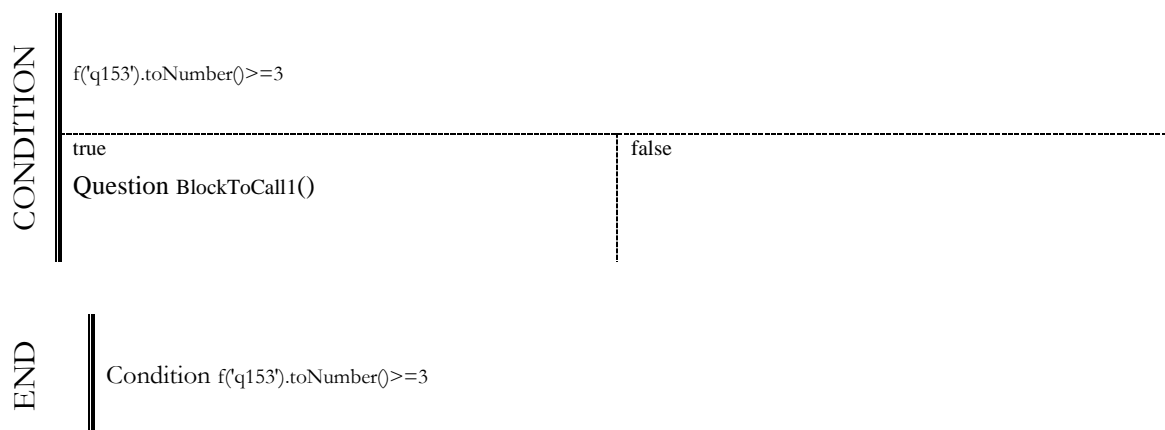
Prosjektleder

Oxford Research AS

### q153 - Tilbud om finansiering fra Innovasjon Norge

Du/bedriften fikk i 2015 tilsagn om finansiering fra Innovasjon Norge til det omtalte prosjektet. Har du/dere benyttet dere av dette tilbudet?

- Ja (1)
- Nei, men kommer til å benytte det (2)
- Nei, og kommer ikke til å benytte det (3)
- Vet ikke/Ikke relevant (4)



### q115 - Betydning av INs støtte

Hva ville skjedd med prosjektet/aktiviteten dersom IN ikke hadde gitt deg/bedriften dette tilbudet/støtten?

- Gjennomført prosjektet/aktiviteten uten endringer; samme omfang og tidsskjema (1)
- Gjennomført prosjektet/aktiviteten i samme omfang, men på et senere tidspunkt (2)
- Gjennomført prosjektet/aktiviteten i et mer begrenset omfang, men med samme tidsskjema (3)
- Gjennomført prosjektet/aktiviteten på et senere tidspunkt og i et mer begrenset omfang (4)
- Prosjektet/aktiviteten ville ikke blitt gjennomført (5)
- Vet ikke (99)

**q117 - Samarbeid**

Har prosjektet ført til økt samarbeid med følgende virksomheter:

	Ja (1)	Nei (0)	Vet ikke/Ikke relevant (99)
Universiteter og høyskoler (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forskningsinstitutter (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kunder (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konkurrenter (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leverandører (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konsulenter (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investorer/finansieringsmiljø (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Offentlige myndigheter utenom IN (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bransjeorganisasjoner og lignende (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**q34 - Økt kompetanse**

I hvilken grad har prosjektet ført til økt kompetanse om:

(ett svar per linje)

	Ingen grad (1)	Liten grad (2)	Noen grad (3)	Stor grad (4)	Svært stor grad (5)	Vet ikke (6)
Utvikling av nye produkter i form av varer (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utvikling av nye produkter i form av tjenester (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forbedring av produksjonsprosesser (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utvikling av markeder (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utvikling av organisasjon og ledelse i bedriften (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Strategiprosesser og veivalg (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekruttering og opplæring av ansatte (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Økonomi, budsjetter og økonomistyring (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muligheter ved samarbeid og nettverk (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internasjonalt samarbeid (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internasjonale markeder (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eksport (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**q2103 - Kompetansespredning**

I hvilken grad har kompetansen som er opparbeidet gjennom prosjektet blitt spredd utenfor bedriften?

- Ingen grad (1)
- Liten grad (2)
- Noen grad (3)
- Stor grad (4)
- Svært stor grad (5)
- Vet ikke (99)
- Ikke relevant (88)

**q119 - Innovasjonsadferd**

Har prosjektet bidratt til:

	Ingen bidrag (1)	Små bidrag (2)	Noen bidrag (3)	Store bidrag (4)	Svært store bidrag (5)	Vet ikke/ikke relevant (99)
Økt fokus på utvikling og innovasjon? (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Økt fokus på utviklings- og endringsprosesser i bedriften? (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bedre utnyttelse av kunnskap? (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Større kunnskap om hvordan forskningsresultater kan nyttiggjøres? (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ansettelse av nye medarbeidere? (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetanseutvikling hos meg selv/medarbeiderne? (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Å se nye muligheter i internasjonalt samarbeid? (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utvikling av samarbeid/nettverk? (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**q121 - Varer**

Har prosjektet ført til utvikling av nye varer eller forbedring av eksisterende varer?

- Ja (1)  
 Nei (0)  
 Vet ikke (99)

CONDITION

f('q121')==='1'

true

Question q158(Utvikling og forbedring)

false

**q158 - Utvikling og forbedring**

I hvilken grad har eller vil prosjektet/aktiviteten føre til:

	Ingen grad (1)	Liten grad (2)	Noen grad (3)	Stor grad (4)	Svært stor grad (5)	Vet ikke (99)	Ikke relevant (88)
Utvikling av helt ny vare (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende vare (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CONDITION

f('q158')['1']=='2' || f('q158')['1']=='3' || f('q158')['1']=='4' || f('q158')['1']=='5'

true

Question q2016(Varens nyhetsverdi)

false



**q2016 - Varens nyhetsverdi**

Hvordan vil du beskrive den nye varen?

(kun ett svar)

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

END

Condition f('q158')['1']==='2' || f('q158')['1']==='3' || f('q158')['1']==='4' || f('q158')['1']==='5'

END

Condition f('q121')==='1'

**q2008 - Tjenester**

Har prosjektet ført til utvikling av nye tjenester eller forbedring av eksisterende tjenester?

- Ja (1)
- Nei (0)
- Vet ikke (99)

CONDITION

f('q2008')==='1'

true

Question q2009(Utvikling og forbedring)

false

**q2009 - Utvikling og forbedring**

I hvilken grad har eller vil prosjektet/aktiviteten føre til:

	Ingen grad (1)	Liten grad (2)	Noen grad (3)	Stor grad (4)	Svært stor grad (5)	Vet ikke (99)	Ikke relevant (88)
Utvikling av en helt ny tjeneste (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende tjeneste (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CONDITION

f('q2009')['1']==='2' || f('q2009')['1']==='3' || f('q2009')['1']==='4' || f('q2009')['1']==='5'

true

Question q2010(Tjenestens nyhetsverdi)

false

**q2010 - Tjenestens nyhetsverdi**

Hvordan vil du beskrive den nye tjenesten?

(kun ett svar)

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

END | Condition f('q2009')['1']=='2' || f('q2009')['1']=='3' || f('q2009')['1']=='4' || f('q2009')['1']=='5'

END | Condition f('q2008')==='1'

**q122 - Produksjonsprosesser**

Har prosjektet ført til utvikling av nye produksjonsprosesser eller effektivisering/forbedring av eksisterende produksjonsprosesser?

- Ja (1)
- Nei (0)
- Vet ikke (99)

CONDITION | f('q122')==='1'

---

true | false

Question q159(Utvikling og forbedring)

**q159 - Utvikling og forbedring**

I hvilken grad har prosjektet/aktiviteten ført til:

	Ingen grad (1)	Liten grad (2)	Noen grad (3)	Stor grad (4)	Svært stor grad (5)	Vet ikke (99)	Ikke relevant (88)
Utvikling av helt nye produksjonsprosesser? (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Effektivisering av eksisterende produksjonsprosesser? (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utvikling av metoder for lagring, levering og/eller distribusjon? (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CONDITION | f('q159')['1']=='2' || f('q159')['1']=='3' || f('q159')['1']=='4' || f('q159')['1']=='5'

---

true | false

Question q2013(Prosessens nyhetsverdi)

**q2013 - Prosessens nyhetsverdi**

Hvordan vil du beskrive den nye prosessen?

(kun ett svar)

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

EN D | Condition f('q159')['1']==='2' || f('q159')['1']==='3' || f('q159')['1']==='4' || f('q159')['1']==='5'

EN D | Condition f('q122')==='1'

CONDI- TION | f('q158')['1']==='2' || f('q158')['1']==='3' || f('q158')['1']==='4' || f('q158')['1']==='5' || f('q2009')['1']==='2' || f('q2009')['1']==='3' || f('q2009')['1']==='4' || f('q2009')['1']==='5' || f('q159')['1']==='2' || f('q159')['1']==='3' || f('q159')['1']==='4' || f('q159')['1']==='5'

---

true | false

Question q2100(Beskyttelse av den nyutviklede varen, tjenesten og/eller prosessen)

**q2100 - Beskyttelse av den nyutviklede varen, tjenesten og/eller prosessen**

Har eller tror du at virksomheten vil komme til å bruke noen av følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet?

(ett svar per linje)

	Ja (1)	Nei (2)	Vet ikke/ikke relevant (3)
Patent (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Registrert varemerke (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Registrert design (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fortrolighetsavtaler (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hemmelighold (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opphavsrett/copyright (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompleks utforming/design (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annet (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

END | Condition f('q158')['1']==='2' || f('q158')['1']==='3' || f('q158')['1']==='4' || f('q158')['1']==='5' || f('q2009')['1']==='2' || f('q2009')['1']==='3' || f('q2009')['1']==='4' || f('q2009')['1']==='5' || f('q159')['1']==='2' || f('q159')['1']==='3' || f('q159')['1']==='4' || f('q159')['1']==='5'

**q123 - Markedsutvikling**

Har prosjektet ført til markedsutvikling og/eller endret markedsføring?

- Ja (1)
- Nei (0)
- Vet ikke (99)

CONDI- TION | f('q123')==='1'

---

true | false

Question q160(Markedsutvikling og markedsføring)

**q160 - Markedsutvikling og markedsføring**

I hvilken grad har eller vil prosjektet/aktiviteten ført til:

	Ingen grad (1)	Liten grad (2)	Noen grad (3)	Stor grad (4)	Svært stor grad (5)	Vet ikke (99)	Ikke relevant (88)
Anvendelse av nye salgskanaler eller markedsføringsmetoder? (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Introduksjon av varer/tjenester til nye geografiske markeder? (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lansering av varer/tjenester på en ny måte (f.eks. ny design eller innpakning)? (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Identifisering av nye behov hos eksisterende eller nye kunder? (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

END | Condition f('q123')==1'

**q124 - Organisasjonsutvikling**

Har prosjektet ført til at virksomheten tar i bruk nye organisatoriske løsninger internt eller i sitt markedsarbeid?

- Ja (1)  
 Nei (0)  
 Vet ikke (99)

CONDITION | f('q124')==1'

true	false
Question q162(Organisasjonsutvikling)	

**q162 - Organisasjonsutvikling**

I hvilken grad har prosjektet ført til endring i følgende forhold i bedriften?

	Ingen grad (1)	Liten grad (2)	Noen grad (3)	Stor grad (4)	Svært stor grad (5)	Vet ikke (99)	Ikke relevant (88)
Ledelsesfunksjoner og/eller strukturer? (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forretningsmodellen? (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opplæringssystemer, arbeidsprosedyrer eller kvalitetsstyring? (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arbeidsansvar og beslutningsprosedyrer? (16)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisering av relasjoner til andre virksomheter eller offentlige institusjoner? (17)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prosesser/metoder for å identifisere kundebehov? (18)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

END | Condition f('q124')==1'

**q204 - Viktighet av prosjektet/aktiviteten**

I hvilken grad har prosjektet ført til følgende for virksomheten?

	Ingen grad (1)	Liten grad (2)	Noen grad (3)	Stor grad (4)	Svært stor grad (5)	Vet ikke/ikke relevant (99)
Økt omsetning (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Økt eksport (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bedret konkurransevne (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bedret lønnsomhet (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bedret overlevelsesmulighet (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**q206 - Sysselsetting**

I hvilken grad har prosjektet hatt effekt på sysselsettingsutviklingen?

- Ingen grad (1)
- Liten grad (2)
- Noen grad (3)
- Stor grad (4)
- Svært stor grad (5)
- Vet ikke/ikke relevant (99)

CONDI-  
 TION

f('q204')['2'].any('2','3','4','5')
true
Question q85(Utløsende for eksport)

false

**q85 - Utløsende for eksport**

Hadde du/virksomheten eksportert før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge i 2015?

(kun ett svar)

- Ja (1)
- Nei (2)
- Nei, dette prosjektet utløste virksomhetens første eksport (3)

**q86 - Økt eksport - markeder**

Til hvilke(t) av disse markedene ble det eksportert?

(flere svar mulig)

- Norden (1)
- Øvrige EU/EØS-land (2)
- Europa utenom EU/EØS (3)
- Nord-Amerika (4)
- Sør- og Mellom-Amerika (5)
- Kina (6)
- Nordøst-Asia (7)
- Sørøst-Asia (8)
- Øvrige land i Asia (9)
- Midtøsten (10)
- Afrika (11)
- Oceania (12)

**q2107 - Tjenesten fra Innovasjon Norge**

I hvilken grad bidro tjenesten fra Innovasjon Norge til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess?

(kun ett svar)

- Ingen grad (1)  
 Liten grad (2)  
 Noen grad (3)  
 Stor grad (4)  
 Svært stor grad (5)  
 Vet ikke (6)

**g2105 - Barrierer for eksport**

(to svar per linje)

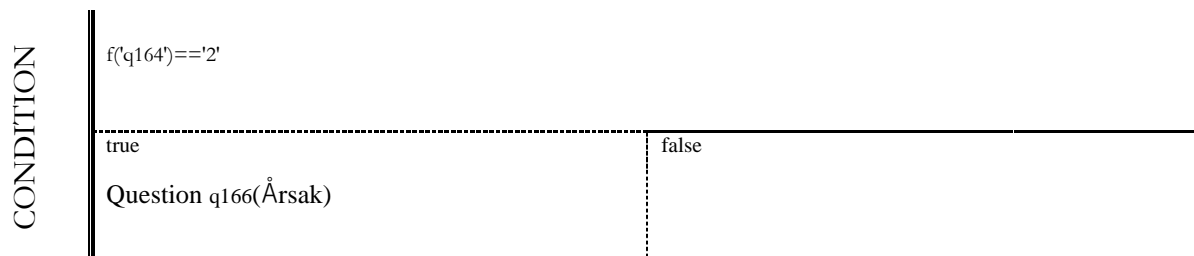
	q2106 - I hvilken grad har din virksomhet støtt på følgende barrierer/risikofaktorer:							q2104 - I hvilken grad har du/din virksomhet fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere følgende barrierer/risikofaktorer:						
	I G (1)	L G (2)	N G (3)	SG (4)	S G (5)	VI (99)	IR (88)	I G (1)	L G (2)	N G (3)	SG (4)	S G (5)	VI (99)	IR (88)
Tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relevant markedsinformasjon for valg av marked (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetanse om lover og regler i andre land (handlestekniske spørsmål) (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finne strategisk samarbeidspartner lokalt i markedet (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bedriftsintern kompetanse/kapasitet til internasjonaliseringsprosessen (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilgang til relevante FoU-/kompetansemiljøer/ klynger hjemme (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilgang til relevante FoU-/kompetansemiljøer/klynger eller nettverk ute (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kunnskap om konkurrenter (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilgang til nødvendig teknologi (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Språk-/kulturkompetanse (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Korrupsjonsutfordringer (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Krav om lokalt eierskap eller lokal tilstedeværelse (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**q164 - Benytte Innovasjon Norge igjen**

Tror du at du/din virksomhet vil benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden?

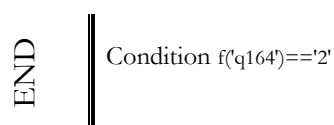
(kun ett svar)

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



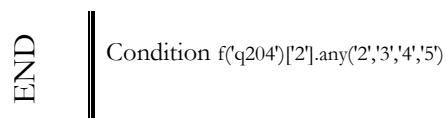
**q166 - Årsak**

Hva er årsaken til dette?



**q167 - Mangler i tjenestetilbud**

Hva savnet du i Innovasjon Norges tjenestetilbud i forbindelse med din internasjonaliseringsprosess?



**q2102 - Samfunn og miljø**

I hvilken grad har prosjektet bidratt til:

	Ingen grad (1)	Liten grad (2)	Noen grad (3)	Stor grad (4)	Svært stor grad (5)	Vet ikke (99)	Ikke relevant (88)
reduisert forurensing? (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
reduksjon i utslipp av klimagasser? (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
bedre utnyttelse av biologiske ressurser? (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
flere lærlingeplasser? (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
økt mangfold i næringslivet (kjønn, alder, nasjonalitet, minoritetsgrupper m.fl.)? (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
løsning på andre utfordringer i samfunnet (f.eks. helse, matsikkerhet, tryggere samfunn)? (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**q133 - Effektrealisering**

Er prosjektets forventede effekter realisert?

- Ja, effektene er i hovedsak realisert (1)
- Nei, forventer effektene først innen 2 år fra nå (2)
- Nei, forventer effektene først etter 2 år eller mer (3)
- Nei, forventer ikke vesentlige effekter (4)
- Vet ikke (99)

CONDIT TION	f('q133').any('2','3')			
	<table border="1"> <tr> <td>true</td> <td>false</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Question q217(Grad av effektrealisering)</td> </tr> </table>	true	false	Question q217(Grad av effektrealisering)
true	false			
Question q217(Grad av effektrealisering)				

**q217 - Grad av effektrealisering**

Hvor mye av den forventede effekten er enda ikke realisert?

- 0 til 25 % (1)
- 26 til 50 % (2)
- 51 til 75 % (3)
- 76 til 100 % (4)
- Vet ikke (99)

E	Z	Condition f('q133').any('2','3')
---	---	----------------------------------

**q135 - Støtte flere ganger?**

Har du/bedriften fått støtte til dette prosjektet mer enn en gang fra Innovasjon Norge?

- Nei (0)
- Ja (1)
- Vet ikke (99)

CONDIT TION	f('q135')==1'			
	<table border="1"> <tr> <td>true</td> <td>false</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Question q177(Støtte flere ganger)</td> </tr> </table>	true	false	Question q177(Støtte flere ganger)
true	false			
Question q177(Støtte flere ganger)				

**q177 - Støtte flere ganger**

Hvor mange ganger har prosjektet mottatt støtte fra Innovasjon Norge?

Vennligst oppgi dette i tall.

E	Z	Condition f('q135')==1'
---	---	-------------------------

**q136 - Veiledning og oppfølging**

Har du/virksomheten fått veiledning og oppfølging fra Innovasjon Norge etter tilsagn om støtte/tjeneste?

- Ja (1)
- Nei (0)
- Vet ikke (99)



CONDI- TION	f('q136')==1'	
	<table border="1"> <tr> <td>true</td> <td>false</td> </tr> </table>	true
true	false	
Question q137(Tilfreds med veiledning/oppfølging?)		

**q137 - Tilfreds med veiledning/oppfølging?**

Er du/virksomheten tilfreds med omfanget av veiledningen og oppfølgingen som du/dere fikk fra Innovasjon Norge etter tilsagn om støtte/tjeneste?

- Tilfreds (1)
- Ikke tilfreds (2)

EN D	Condition f('q136')==1'
---------	-------------------------

CONDI- TION	f('q136')==0'	
	<table border="1"> <tr> <td>true</td> <td>false</td> </tr> </table>	true
true	false	
Question q178(Hvorfor ikke?)		

**q178 - Hvorfor ikke?**

Dersom du/virksomheten ikke har fått veiledningen og oppfølging fra Innovasjon Norge etter tilsagn om støtte/tjeneste - hvorfor ikke?

- Det var ikke nødvendig/ønskelig (1)
- Jeg/bedriften ønsket det, men fikk ikke (2)

EN D	Condition f('q136')==0'
---------	-------------------------

**g129 - Omsetning**

Skriv inn tallet uten mellomrom eller komma/punktum

	q127 - Omsetning 2018	q128 - Vet ikke/Ikke relevant
Angi virksomhetens omsetning i 2018 i kroner (1)	_____	<input type="radio"/>

**g2021 - Eksport**

Skriv inn tallet uten komma/punktum eller prosenttegn

	q2019 - Eksport 2018	q2020 - Vet ikke/Ikke relevant
Angi virksomhetens eksport i 2018 som andel av omsetningen (1)	_____	<input type="radio"/>

**g142 - Årsverk**

	q140 - Anslå antall årsverk	q141 - Vet ikke	q2014 - Har ikke stiftet selskap
Hvor mange årsverk hadde virksomheten per 31.12.2018 (ett årsverk tilsvarer ca 1850 timer)? (1)	_____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**q207 - Utenlandske eiere**

Har virksomheten utenlandske eiere?

- Ja, heleid av utenlandske eiere (1)
- Ja, en majoritet blant eierne er utenlandske (2)
- Ja, en minoritet blant eierne er utenlandske (3)
- Nei, selskapet er 100 prosent norsk eid (4)
- Vet ikke (99)

**kontaktinfo - Kontaktinformasjon**

Dersom vi har kontaktet deg ved hjelp av feil eller foreldet kontaktinformasjon, kan du oppdatere denne under

**q201 - Virksomhetens navn**

Vennligst oppgi virksomhetens navn her

**q200 - Virksomhetens orgnr**

Vennligst oppgi virksomhetens organisasjonsnummer her

**q173 - Korrekt epost**

Vennligst oppgi din korrekte e-post adresse her

**q174 - Korrekt postadresse**

Vennligst oppgi din korrekte postadresse her

**q175 - Korrekt telefonnummer**

Vennligst oppgi ditt korrekte telefonnummer her

**q211 - Bedre tilbud til deg/din bedrift**

Dersom du har noen innspill til hva Innovasjon Norge kan gjøre for å skape et enda bedre tilbud til deg/din bedrift, kan du oppgi dem her:

STOP

Complete –





#### DANMARK

Oxford Research A/S  
Falkoner Allé 20  
2000 Frederiksberg  
Danmark  
Tel: (+45) 3369 1369  
office@oxfordresearch.dk

#### NORGE

Oxford Research AS  
Østre Strandgate 1  
4610 Kristiansand  
Norge  
Tel: (+47) 4000 5793  
post@oxford.no

#### SVERIGE

Oxford Research AB  
Norrandsgatan 11  
103 93 Stockholm  
Sverige  
Tel: (+46) 08 240 700  
office@oxfordresearch.se

#### FINLAND

Oxford Research Oy  
Fredrikinkatu 61a  
00100 Helsinki  
Finnland  
www.oxfordresearch.fi  
office@oxfordresearch.fi

#### BRUXELLES

Oxford Research  
C/o ENSR  
5. Rue Archimède  
Box 4, 1000 Brussels  
www.oxfordresearch.eu  
office@oxfordresearch.eu

#### LATVIJA

Baltijas Konsultācijas, SIA  
Vilandes iela 6-1  
LV-1010, Rīga, Latvija  
Tel.: (+371) 67338804  
info@balticconsulting.com  
www.balticconsulting.com