

# Nyskapende eksport

Innovasjon Norges kundeffektundersøkelse 2017 - Etterundersøkelsen



## Nyskapende eksport

### Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelse 2017 –

### Etterundersøkelsen

Juni 2017

#### Oppdragsgiver

Innovasjon Norge

#### Team

Bjørn Brastad (prosjektleder), Morten Grønås-Werring og  
Tor Borgar Hansen

#### 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

Når vi ser resultatene i årets undersøkelse opp mot resultatene fra fjorårets undersøkelse, finner vi en positiv utvikling eller utjevning på de aller fleste hovedindikatorene. For eksempel viser de såkalte myke indikatorne at virksomhetene rapporterer om et svakt høyere bidrag til samarbeid med andre, en økning i prosjektenes kompetansebidrag, en fortsatt bedring i innovasjonsadferden og en økning i innovasjonsbidraget. Samtidig finner vi et noe styrket addisjonalitetsnivå og en økning på fire prosentpoeng fra 2016 når det gjelder andelen kunder som får veiledning og oppfølging.

Når det gjelder indikatorne for økonomisk bærekraft, finner vi at eksportbidraget har økt med fem prosentpoeng. Ellers er resultatene svært like som for 2016-årgangen. Bidraget til skaping og sikring av arbeidsplasser er fortsatt det nest høyeste som er registrert de siste seks årene (1,34 arbeidsplasser per prosjekt), men noe lavere enn for topp-årgangen 2016 (1,47 arbeidsplasser per prosjekt). Prosjektene bidrag til miljø- og samfunnseffekter er relativt likt fjorårets.

Dersom en setter resultatene fra årets undersøkelse inn i et lengre tidsperspektiv, observerer vi noen interessante utviklingstrekk:

- Andelen bedrifter som har mottatt veiledning og oppfølging etter tilsagnet har økt fra 46 prosent i 2015 til 55 prosent i 2017.
- 17 prosent av prosjektene har ført til økt eksport. Dette er en økning på fem prosentpoeng sammenlignet med de tre foregående årgangene.
- Det utvikles stadig mer radikale innovasjoner. Dersom man tar utgangspunkt i Etterundersøkelsen fra 2013- til 2017-årgangen, er det gjennomgående bildet at det har vært en solid økning i nyhetsverdien. Oppgangen ligger på 13 prosentpoeng for helt nye varer, 15 prosentpoeng for helt nye tjenester og 8 prosentpoeng for helt nye prosesser.
- Virksomhetene beskytter i større grad sine innovasjoner gjennom ulike beskyttelsesmekanismene. Fra 2013- til 2017-årgangen har bruken av mekanismene økt med 6 til 11 prosentpoeng.

## Innhold

<b>1. Summary</b>	<b>9</b>
<b>2. Sammendrag</b>	<b>11</b>
2.1 Hovedfunn fra årets undersøkelse	11
2.2 Resultater fra årets undersøkelse	11
2.3 Resultater sammenholdt med målene for Innovasjon Norge	15
2.4 Flere får hjelp med å overkomme eksportbarrierer	17
<b>3. Innledning og bakgrunn</b>	<b>19</b>
3.1 Hensikten med undersøkelsen	19
3.2 Innovasjon Norges målsetninger	19
3.3 Vår analysemodell	20
3.4 Tjenester som omfattes av undersøkelsen	20
<b>Del 1: Metode</b>	<b>23</b>
<b>4. Undersøkellesdesign</b>	<b>23</b>
4.1 Ny tjenestemodell i Innovasjon Norge i 2017	23
4.2 Bakgrunnsvariabler i undersøkelsen	23
4.3 Populasjon og respondenter som inngår i undersøkelsen	24
4.4 Datainnsamling	25
4.5 Svar og frafall	25
4.6 Vekting av utvalget	27
4.7 Undersøkelsens styrker og svakheter	28
<b>Del 2: Resultater</b>	<b>31</b>
<b>5. Om prosjektet</b>	<b>31</b>
5.1 Bruk av tilsagn	32
5.2 Støtte flere ganger	32
5.3 Veiledning og oppfølging	32
5.4 Innsatsaddisjonalitet	35
<b>6. Samarbeid</b>	<b>41</b>
6.1 Samarbeid etter tjeneste	42
6.2 Samarbeid hos gründere og etablerte bedrifter	44
6.3 Samlet bidrag til samarbeid	44

<b>7.</b>	<b>Bidrag til kompetanseutvikling</b>	<b>47</b>
7.1	Kompetanse etter tjeneste	48
7.2	Kompetanse blant gründere og etablerte bedrifter	50
7.3	Samlet bidrag til økt kompetanse	50
7.4	Kompetansespredning	52
<b>8.</b>	<b>Bidrag til innovasjonsadferd</b>	<b>55</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>63</b>
9.1	Innovasjon på hovedområder	64
9.2	Bidrag til innovasjon på delområder	66
9.3	Samlet bidrag til innovasjon	67
9.4	Nyhetsverdi	69
9.5	Beskyttelse av immaterielle verdier	72
<b>10.</b>	<b>Økonomisk bærekraft</b>	<b>77</b>
10.1	Bedret konkurransevne	78
10.2	Bedret lønnsomhet	81
10.3	Bedret overlevelsesmulighet	83
10.4	Økt omsetning	86
10.5	Økt eksport	89
<b>11.</b>	<b>Miljø- og samfunnseffekter</b>	<b>93</b>
11.1	Miljøeffekter	94
11.2	Samfunnseffekter	96
<b>12.</b>	<b>Sysselsettingseffekter av prosjektene</b>	<b>99</b>
12.1	Sysselsettingseffekter for bedrifter som er med i Etterundersøkelsen	100
12.2	Estimering av sysselsettingseffekter for hele populasjonen	103
12.3	Innovasjon Norges kostnader per arbeidsplass	108
<b>13.</b>	<b>Effektrealisering</b>	<b>109</b>
13.1	Effektrealisering etter tjeneste	109
13.2	Effektrealisering etter bedriftstype	111
13.3	Kjennetegn ved prosjekter der fulle effekter ikke er realisert	111
<b>14.</b>	<b>Bedriftenes utviklingsorientering</b>	<b>115</b>
14.1	Resultater av analysen	115
14.2	Kjennetegn ved bedriftene i de tre gruppene	116

<b>15. Eksport</b>	<b>125</b>
15.1 Hvem er bedriftene som inngår i analysen?	125
15.2 Tidligere eksporterfaring	126
15.3 Innovasjon Norges bidrag til å utløse virksomhetenes første eksport	129
15.4 Eksportmarkeder	131
15.5 Eksportbarrierer	132
15.6 Hjelp fra Innovasjon Norge til å håndtere eksportBarrierer	135
15.7 Benytte Innovasjon Norges tjenester igjen	138
<b>16. Kort om hver enkelt tjeneste</b>	<b>141</b>
16.1 Alle tjenester	141
16.2 Bedriftsnettverk	142
16.3 Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt	143
16.4 Bioenergiprogrammet	144
16.5 Bioøkonomiordningen	145
16.6 Bygdeutviklingsmidler - Stipend	146
16.7 Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	147
16.8 Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	148
16.9 Etablerertilskudd – Kommunal og regionaldepartementet	149
16.10 Etablerertilskudd – Nærings- og Handelsdepartementet	150
16.11 EU-rådgivning	151
16.12 FRAM-Global Growth	152
16.13 Innovasjon i reiselivsnæringen	153
16.14 Innovasjonskontrakter (IFU/OFU)	154
16.15 Internasjonal markedsrådgivning	155
16.16 Investeringstilskudd – distrikt	156
16.17 IPR-rådgivning	157
16.18 Lavrisikolån	158
16.19 Lavrisikolån – GFL - flåte	159
16.20 Lavrisikolån - Landbrukslån	160
16.21 Mentortjenesten	161
16.22 Miljøteknologi	162
16.23 Risikolån - Distriktsrettede	163
16.24 Risikolån – Innovasjonslån	164
16.25 Rådgivning	165
16.26 Tilskudd - Landsdekkende	166
16.27 Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping	167
16.28 Verdiskapingsprogram for kulturnæringen	168
<b>Del 3: Spørreskjema</b>	<b>171</b>

## Figurliste

Figur 1: Undersøkelsens analysemodell.....	12
Figur 2: Analysemodell for kundeeffektundersøkelsene.....	20
Figur 3: Om prosjektene.....	31
Figur 4: Har du/dere benyttet tilsagnet (n: 1711).....	32
Figur 5: Andel som har mottatt veiledning og oppfølging etter tilsagn etter tjeneste (n: 1399).....	33
Figur 6: Andel som har mottatt veiledning og oppfølging etter tilsagn etter bedriftstype (n: 1453).....	34
Figur 7: Tilfredshet med den veiledningen og oppfølgingen som er gitt, Etterundersøkelsene 2004-2017. Andel. (n-2017: 741).....	35
Figur 8: Addisjonalitet over tid (n-2017: 1466).....	37
Figur 9: Addisjonalitet fordelt på tjeneste (n: 1466).....	38
Figur 10: Addisjonalitet fordelt på bedriftstype (n: 1466).....	39
Figur 11: Samarbeid og verdiskaping.....	41
Figur 12: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid med ulike aktører over tid (n-2017: 1711).....	42
Figur 13: Antall områder med økt bidrag til samarbeid etter tjeneste (n: 1711).....	45
Figur 14: Antall områder med økt bidrag til samarbeid etter bedriftstype (n: 1711).....	46
Figur 15: Kompetanse og verdiskaping.....	47
Figur 16: Andel prosjekter som har bidratt til kompetanseheving på ulike områder (n: 1711).....	48
Figur 17: Antall områder med økt bidrag til kompetanse etter tjeneste (n: 1711).....	51
Figur 18: Antall områder med økt bidrag til kompetanse etter bedriftstype (n: 1711).....	52
Figur 19: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt kompetansespredning etter tjeneste (n: 1448).....	53
Figur 20: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt kompetansespredning etter bedriftstype (n: 1448).....	54
Figur 21: Innovasjonsatferd og verdiskaping.....	56
Figur 22: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjonsatferd (n: 1486).....	57
Figur 23: Antall områder med økt bidrag til innovasjonsatferd etter tjeneste (n:1711).....	60
Figur 24: Antall områder med økt bidrag til innovasjonsatferd etter bedriftstype (n: 1711).....	61
Figur 25: Innovasjon og verdiskaping.....	63
Figur 26: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon på hovedområdene (n: 1550).....	64
Figur 27: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon (n: 1469).....	67
Figur 28: Antall områder med økt bidrag til innovasjon etter tjeneste (n: 1711).....	68
Figur 29: Antall områder med økt bidrag til innovasjon etter bedriftsalder (n: 1711).....	69
Figur 30: Nyhetsverdi. Prosent. (n: 836).....	70
Figur 30: Nyhetsverdi. Prosent. (n: 836).....	70
Figur 31: Andel utviklinger som er helt nye etter tjeneste (n: 1163).....	71
Figur 32: Andel utviklinger som er helt nye etter bedriftstype (n: 1223).....	72
Figur 33: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet (n: 1223).....	73
Figur 33: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet (n-2017: 1223).....	75
Figur 34: Prosjektenes økonomiske bærekraft.....	77
Figur 35: Prosjektenes bidrag til økonomisk bærekraft (n-2017: 1725).....	78
Figur 36: Prosjektets viktighet for bedret konkurransevne (n-2017: 1431).....	79
Figur 37: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt konkurransevne etter tjeneste (n: 1411).....	80
Figur 38: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt konkurransevne etter bedriftstype (n: 1411).....	81

Figur 39: Prosjektets viktighet for bedret lønnsomhet (n-2017: 1429 ).....	81
Figur 40: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt lønnsomhet etter tjeneste (n: 1429).....	82
Figur 41: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt lønnsomhet etter bedriftstype (n: 1429).....	83
Figur 42: Prosjektets viktighet for bedret overlevelsesmulighet (n-2017: 1459) .....	84
Figur 43: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt overlevelse etter tjeneste (n: 1459).....	85
Figur 44: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt overlevelse etter bedriftstype (n: 1459).....	86
Figur 45: Prosjektets viktighet for økt omsetning (n-2017: 1431) .....	86
Figur 46: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning etter tjeneste (n: 1431).....	88
Figur 47: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning etter bedriftstype (n: 1431).....	89
Figur 48: Prosjektets viktighet for økt eksport (n-2017: 1182) .....	89
Figur 49: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport etter tjeneste (n: 1182).....	90
Figur 50: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport etter bedriftstype (n: 1182).....	91
Figur 51: Andel prosjekter som har ført til økt bidrag til samfunn- og miljøeffekter (n: 1615) .....	94
Figur 52: Andel prosjekter som har ført til økt miljøeffekter etter tjeneste (n: 1210).....	95
Figur 53: Andel prosjekter som har ført til økt miljøeffekter etter bedriftstype (n: 1210).....	96
Figur 54: Andel prosjekter som har ført til økt samfunnseffekter etter tjeneste (n: 1256).....	97
Figur 55: Andel prosjekter som har ført til økt samfunnseffekter etter bedriftstype (n: 1256).....	98
Figur 56: Teoretisk tilnærming til effektmåling. ....	99
Figur 57: Sammenhengen mellom prosjektets betydning for sysselsettingsutviklingen og skapte arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2017. Prosjekter med middels og høy addisjonalitet i Førundersøkelsen 2017. Akkumulerte tall. ....	102
Figur 58: Sammenhengen mellom prosjektenes betydning for overlevelse og sikrede arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2017. Prosjekter med høy addisjonalitet i Førundersøkelsen 2017. Akkumulerte tall.....	103
Figur 59: Andel av prosjektene hvor effektene i hovedsak er realisert, etter årgang (n-2017: 1514).....	109
Figur 60: Er de forventede projekteffektene realisert? Fordeling etter tjeneste (n: 1449).....	110
Figur 61: Er de forventede projekteffektene realisert? Fordeling etter bedriftstype (n: 1449) .....	111
Figur 62: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? (n: 539) .....	111
Figur 63: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? Fordeling etter tjeneste (n: 539) .....	112
Figur 64: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? Fordeling etter bedriftstype (n: 539) .....	113
Figur 65: Tjenestefordeling og utviklingsorientering (n: 1711).....	117
Figur 67: Nyhetsverdi etter utviklingsorientering (n: 514 - 724).....	120
Figur 66: Gjennomsnittlig antall beskyttelsesmekanismer, etter utviklingsorientering. (n: 1711) .....	121
Figur 67: Eierskap etter utviklingsorientering (n: 1688) .....	121
Figur 68: Eksporterfaring etter utviklingsorientering (n: 509) .....	122
Figur 69: INs bidrag til at virksomheten kom i gang med internasjonalisering etter utviklingsorientering (n: 481) .....	122
Figur 70: Benytte INs tjenester igjen i internasjonale prosjekter etter utviklingsorientering (n: 447).....	123
Figur 71: Andelen virksomheter som har eksportert før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge (n-2017: 509).....	126
Figur 72: Virksomhetenes eksporterfaring før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge, andeler etter tjeneste (n: 509) .....	127
Figur 73: Andelen virksomheter som har eksportert før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge etter bedriftstype (n-2017: 509).....	128
Figur 74: I hvilken grad bidro tjenesten fra Innovasjon Norge til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess? (n-2017: 509).....	129
Figur 75: I hvilken grad bidro tjenesten fra Innovasjon Norge til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess?.....	130
Figur 76: Andel som eksporterer til ulike markeder etter bedriftstype (n: 509).....	131
Figur 77: Andel som eksporterer til ulike markeder (n-2017: 509).....	132
Figur 78: Andel som har møtt barrierer for eksport (n 2017: 509) .....	133

Figur 79: Andel som i stor grad har møtt barrierer for eksport etter bedriftstype (n: 386) .....	134
Figur 80: Andel virksomheter som har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere følgende barrierer/risikofaktorer (n 2017: 509).....	136
Figur 81: Andel virksomheter som i stor grad har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere følgende barrierer/risikofaktorer etter bedriftstype (n: 396).....	137
Figur 82: Bruke Innovasjon Norges tjenester igjen (n-2017: 509).....	139



## Tabelliste

Tabell 1: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Støtte og veiledning/oppfølging fra Innovasjon Norge (Etter 2016-erultater i parentes).....	15
Tabell 2: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Resultater for myke indikatorer (Etter 2016-resultater i parentes).....	15
Tabell 3: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Resultater for harde indikatorer (Etter 2016-erultater i parentes).....	16
Tabell 4: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Effektrealisering (Etter 2016-resultater i parentes).....	16
Tabell 5: Tjenester som inngår i undersøkelsen .....	21
Tabell 6: Utvalg og svar i Førundersøkelsen 2017 samt justering av utvalg og tjenester.....	24
Tabell 7: Svar og frafall totalt i Etterundersøkelsen 2017 .....	26
Tabell 8: Svar og frafall i Etterundersøkelsen 2017 etter tjeneste.....	26
Tabell 9: Vekting etter tjeneste i Etterundersøkelsen 2017 .....	27
Tabell 10: Addisjonalitet .....	35
Tabell 11: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid etter tjeneste (n: 1204) .....	43
Tabell 12: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid etter bedriftstype (n: 1204) .....	44
Tabell 13: Andel prosjekter som har ført til økt kompetanse etter tjeneste (n: 1486) .....	49
Tabell 14: Andel prosjekter som har ført til økt kompetanse etter bedriftstype (n: 1486) .....	50
Tabell 15: Andel prosjekter som har ført til økt innovasjonsatferd etter tjeneste (n: 1469) .....	58
Tabell 16: Andel prosjekter som har ført til økt innovasjonsatferd etter bedriftsalder (n: 1469).....	59
Tabell 17: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon etter tjeneste (n: 1163) .....	65
Tabell 18: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon etter bedriftstype (n: 1159).....	66
Tabell 19: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet, etter tjeneste (n: 1163) .....	74
Tabell 20: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet, etter bedriftstype (n: 1223) .....	75
Tabell 21: Netto sysselsettingsøkning 2017, fordelt etter tjeneste.....	101
Tabell 22: Beregning av skapte arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2017. Anslag for hele populasjonen fordelt etter tjeneste .....	104
Tabell 23: Beregning av sikrede arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2017. Anslag for hele populasjonen fordelt etter tjeneste. ....	105
Tabell 24: Beregning av skapte og sikrede arbeidsplasser for hele populasjonen i 2017 fordelt etter tjeneste. ....	107
Tabell 25: Innovasjon Norges kostnader per skapte og sikrede arbeidsplass. ....	108
Tabell 26: Inndeling av bedriftene i grupper basert på klyngeanalyse. Gjennomsnitt og prosent. ....	116
Tabell 27: Bedriftstype og utviklingsorientering (n: 1711) .....	118
Tabell 29: Fordeling ut fra distriktspolitisk virkeområde etter utviklingsorientering (n: 1704) .....	118
Tabell 30: Gjennomsnitt og median av innvilget beløp fra Innovasjon Norge etter utviklingsorientering (n: 1445).....	119
Tabell 31: Innsatsaddisjonalitet etter utviklingsorientering (n: 1645) .....	119
Tabell 32: Prosjektene bidrag til økonomiske resultater etter utviklingsorientering (n: 1182 - 1459, andel som svarer i stor grad) .....	120

## 1. Summary

Oxford Research has conducted this Customer Impact Survey among companies and individual which received support from Innovation Norway. 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 2017. 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.

When we look at the results in this year's survey against the results from last year's survey, we find a positive development or equalization on the vast majority of the main indicators. For example, the so-called soft indicators show that companies report a slightly higher contribution to collaboration with others, an increase in the projects' competence contribution, a continued improvement in innovation behaviour and an increase in the innovation contribution. At the same time, we find a somewhat strengthened level of additionality and an increase of four percentage points from 2016 in terms of the proportion of customers who receive guidance and follow-up.

With regard to the indicators for economic sustainability, we find that the export contribution has increased by five percentage points. Otherwise, the results are very similar to the 2016 survey. The contribution to job creation and conservation is still the second highest registered in the last six years (1.34 jobs per project), but somewhat lower than for the peak year 2016 (1.47 jobs per project). The projects' contribution to environmental and social effects is relatively similar to last year.

If one puts the results from this year's survey into a longer time perspective, we observe some interesting results:

- The proportion of companies that have received guidance and follow-up after receiving the support has increased from 46 per cent in 2015 to 55 per cent in 2017.
- 17 percent of the projects have led to increased exports. This is an increase of five percentage points compared with the three previous surveys.
- More and more radical innovations are being developed. During the last five years, there has been a solid increase in the news value for both product, service and process. The increase is 13 percentage points for completely new goods, 15 percentage points for completely new services and 8 percentage points for completely new processes.
- Companies to a greater extent protect their innovations through various IPR-protection mechanisms. From the 2013 to 2017 survey, the use of the various mechanisms has increased by 6 to 11 percentage points.



## 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 eller utjevning på de aller fleste hovedindikatorene. For eksempel viser de såkalte myke indikatorne at virksomhetene rapporterer om et svakt høyere bidrag til samarbeid med andre, en økning i prosjektenes kompetansebidrag, en fortsatt bedring i innovasjonsadferden og en økning i innovasjonsbidraget. Samtidig finner vi et noe styrket addisjonalitetsnivå og en økning på fire prosentpoeng fra 2016 når det gjelder andelen kunder som får veiledning og oppfølging.

Når det gjelder indikatorne for økonomisk bærekraft, finner vi at eksportbidraget har økt med fem prosentpoeng. Ellers er resultatene svært like som for 2016-årgangen. Bidraget til skaping og sikring av arbeidsplasser er fortsatt det nest høyeste som er registrert de siste seks årene (1,34 arbeidsplasser per prosjekt), men noe lavere enn for topp-årgangen 2016 (1,47 arbeidsplasser per prosjekt). Prosjektenes bidrag til miljø- og samfunnseffekter er relativt likt fjorårets. Bidraget til miljøeffekter har økt svakt, mens det er en liten nedgang for samfunnseffekter.

Dersom en setter resultatene fra årets undersøkelse inn i et lengre tidsperspektiv, observerer vi noen interessante utviklingstrekk:

- Andelen bedrifter som har mottatt veiledning og oppfølging etter at de har mottatt tilsagnet har økt fra 46 prosent i 2015 til 55 prosent i 2017.
- 17 prosent av prosjektene har ført til økt eksport. Dette er en økning på fem prosentpoeng sammenlignet med de tre foregående årgangene.
- Det utvikles stadig mer radikale innovasjoner. Dersom man tar utgangspunkt i Etterundersøkelsen fra 2013- til 2017-årgangen, er det gjennomgående bildet at det har vært en solid økning i nyhetsverdien både for vare, tjeneste og prosess. Oppgangen ligger på 13 prosentpoeng for helt nye varer, 15 prosentpoeng for helt nye tjenester og 8 prosentpoeng for helt nye prosesser.
- Virksomhetene beskytter i større grad sine innovasjoner gjennom ulike beskyttelsesmekanismene. Fra 2013- til 2017-årgangen har bruken av mekanismene økt med 6 til 11 prosentpoeng.

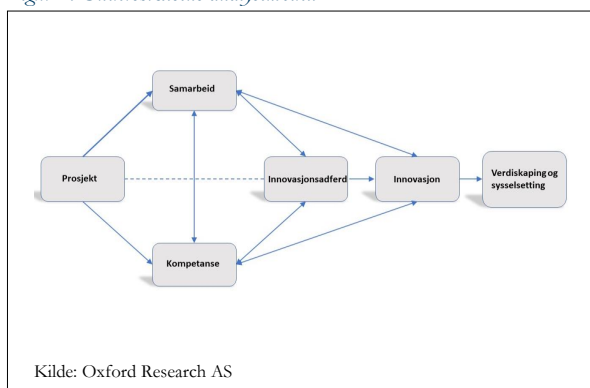
### 2.2 RESULTATER FRA ÅRETS UNDERSØKELSE

I det følgende oppsummerer vi kort hovedresultatene fra Etterundersøkelsen 2017 i forhold til de ulike hoveddimensjonene i undersøkelsens analysemodell<sup>1</sup> (se figur 1).

---

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

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 Flere får rådgivning og veiledning

Rådgivning og veiledning er en viktig oppgave for Innovasjon Norge. I alt har 55 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, 47 prosent i 2014, 47 prosent i 2015, 51 prosent i 2016), og de aller fleste bedriftene som har ønsket veiledning og oppfølging, har fått dette. 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, som er den høyeste verdien noensinne målt). Andelen tilfredse i årets undersøkelse er 95 prosent (94 prosent i 2016, som fortsatt er en meget høy verdi).

### 2.2.2 Rekordhøyt addisjonalitetsnivå

Kundeffektundersøkelsen 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 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 fire 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 økte til 85 prosent i Etterundersøkelsen 2015 og 88 prosent i Etterundersøkelsen 2016. I årets undersøkelse er andelen høy addisjonalitet 71 prosent, og summen av middels og høy addisjonalitet 90 prosent. Dette er de høyeste nivåene som er målt siden Etterundersøkelsen 2010.

### 2.2.3 Fortsatt mye samarbeid

En viktig faktor for å skape innovasjon i bedrifter, er samarbeid med andre. 80 prosent av prosjektene har ført til økt samarbeid med en eller flere aktører. Dette er på samme nivå som 2016-kullet, men en nedgang på tre prosentpoeng sammenlignet med 2015-årgangen.

I gjennomsnitt har prosjektene ført til økt samarbeid med 3,3 aktører. Det tilsvarende tallet for 2016-årgangen var 3,2 aktører, mens det i 2015-årgangen var 3,3 aktører, 2,9 aktører i 2014, 3,2 aktører i 2013-årgangen og 3,0 aktører for 2012-årgangen. Nivået har altså gått svakt opp sammenlignet med fjoråret. 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 i markedet framover.

#### 2.2.4 Høyeste kompetansebidrag siste syv år

75 prosent av bedriftene har fått økt kompetanse på minst ett kompetanseområde i stor grad (skår 4 og 5). Dette er en økning på fire prosentpoeng sammenlignet med 2016-årgangen og på samme nivå som 2015-årgangen, som har det høyeste nivået for økt kompetanse som er målt de siste syv årene. I årets undersøkelse er det størst andel virksomheter som i stor grad mener at prosjektet har ført til økt kompetanse om strategiprosesser og veivalg (49 prosent) og muligheter ved samarbeid og nettverk (45 prosent). Også i fjorårets undersøkelse var det kompetanse om på strategiprosesser og veivalg som kom høyest ut.

I gjennomsnitt har Innovasjon Norges tjenester bidratt til kompetanseøkning på 3,6 av 12 mulige områder, mens det var 3,4 i fjorårets undersøkelse og 3,3 i 2014. Dermed kan vi registrere en økning for denne indikatoren også.

#### 2.2.5 Sterkere bidrag til innovasjonsadferd enn noen gang tidligere

66 prosent av bedriftene har opplevd atferdsendring på ett eller flere områder i stor grad (skår 4 og 5). Dette er en klar økning sammenlignet med 2010-, 2011-, 2012-, 2013- og 2014-årgangene (60,61, 62, 63 og 61 prosent) og ett prosentpoeng høyere sammenlignet med 2015- og 2016-årgangen.

Prosjektene har i gjennomsnitt bidratt til atferdsendringer på 2,5 områder, som er en økning sammenlignet med 2016- (2,4 områder) 2015- (2,3 områder) 2014- (2,1 områder) 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 ti årene.

#### 2.2.6 Svært høyt innovasjonsbidrag, stadig mer radikale innovasjoner

Som i fjorårets undersøkelse er det flest prosjekter som har ført til utvikling av varer (67 prosent, mot 64 prosent i 2016), etterfulgt av tjenesteutvikling (56 prosent, 55 prosent i 2016), markedsutvikling (55 prosent, 53 prosent i 2016), prosessutvikling (54 prosent, 48 prosent i 2016), og organisasjonsutvikling (27 prosent, 27 prosent i 2016). Vi finner altså en positiv utvikling på fire av de fem indikatorene, og forbedringen er særlig sterk når det gjelder prosessinnovasjon (6 prosentpoeng). Det var også en tilsvarende forbedring fra 2015- til 2016-kullet, noe som innebærer at det har vært en vesentlig økning i innovasjonsbidraget fra 2015- til 2017-årgangen.

Sammenlignet med de fire foregående årgangene er det verdt å merke seg at prosjektene i større grad har bidratt til radikale innovasjoner. Andelen prosjekter som har ført til utvikling av helt ny vare har økt med to prosentpoeng, andelen som har ført til utvikling av helt ny tjeneste har økt med fire prosentpoeng og andelen som har ført til helt nye produksjonsprosesser har økt med to prosentpoeng. Dette kommer på toppen av en enda sterkere økning fra 2015- til 2016-kullet.

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 fjorårets undersøkelse. I gjennomsnitt har prosjektene bidratt til innovasjon i stor grad (skår 4 og 5) innen 3,1 av 17 områder. Dette er en økning på 0,1 område sammenlignet med fjorårets undersøkelse og en økning på 0,3 områder sammenlignet 2015-årgangen. Vi finner heller ikke høyere skår lengte tilbake i tid, og dermed måler vi også for denne indikatoren rekordhøye nivåer.

## 2.2.7 Økonomiske, samfunns- og miljøeffekter

Gjennom de prosjektene som får støtte, skal Innovasjon Norge bidra til både økonomiske, samfunns- og miljøeffekter.

### Ytterligere bedring i økonomisk bærekraft – høyest økning for eksport

Innovasjon Norges bidrag til bedriftenes økonomiske bærekraft måles gjennom prosjektens bidrag til bedriftenes konkurransevne, lønnsomhetsutvikling og overlevelse.

Andelen prosjekter som har vært viktige (skår 4-5) for konkurransevnen og overlevelse har begge holdt seg kontant, og ligger nå på henholdsvis 46 prosent og 56 prosent. Prosjektens bidrag til lønnsomhetsutviklingen har økt med ett prosentpoeng sammenlignet med 2016-årgangen, og ligger nå på 37 prosent.

Prosjektene har i stor grad ført til økt omsetning i 40 prosent av bedriftene, som er akkurat det samme som for 2015-årgangen. 14 prosent av prosjektene har i stor grad ført til økt eksport i bedriftene. Dette er en økning på to prosentpoeng sammenlignet årgangene fra 2014 til 2016. (samme andel som i 2015- og 2014-kullet).

### Skapte og sikrede arbeidsplasser for hele populasjonen

Med de forutsetningene som er lagt til grunn, er det skapt og sikret 9438 arbeidsplasser blant de bedriftene som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i 2016 (9388 i 2016). Dette innebærer at det er skapt og sikret 1,34 arbeidsplasser per prosjekt. Dette er lavere enn for 2016-årgangen (1,47 arbeidsplasser per prosjekt), men svakt høyere enn for 2015-kullet (1,27 arbeidsplasser per prosjekt).

### Endring i miljø- og samfunnseffekter – sterkere miljøbidrag

Vi har analysert prosjektens samfunnsmessige og miljømessige effekter. I likhet med i alle tidligere undersøkelser ser vi at prosjektene i mindre grad bidrar til miljø- og samfunnseffekter enn til økonomisk bærekraft. Resultatene viser også at den miljømessige dimensjonen vektlegges noe sterkere enn den samfunnsmessige, noe som er en endring sammenlignet med fjorårets undersøkelse, men i tråd med årgangene 2014 og 2015. 36 prosent av prosjektene har ett eller flere miljøbidrag i stor grad (skår 4 og 5). Dette er en økning på tre prosentpoeng sammenlignet med 2016-årgangen.

## 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.

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 2016-resultater i parentes)

Indikator	Gründerbedrifter	Etablerte bedrifter	Signifikans
<b>Støtte til prosjektet mer enn en gang fra Innovasjon Norge</b>	37 % (34 %)	30 % (19 %)	0,00 (0,00)
<b>Veiledning/oppfølging fra Innovasjon Norge etter tilsagn</b>	60 % (54 %)	52 % (48 %)	0,00 (0,00)
<b>Andel som ønsket veiledning/oppfølging, men ikke fikk dette</b>	27 % (32 %)	13 % (14 %)	0,00 (0,00)

Kilde: Oxford Research AS

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 og at behovet er økende for begge.

Tabell 2: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Resultater for myke indikatorer (Etter 2016-resultater i parentes)

Indikator	Gründerbedrifter	Etablerte bedrifter	Signifikans
<b>Samlet bidrag til samarbeid</b>	3,8 (3,7)	2,9 (2,8)	0,00 (0,00)
<b>Samlet bidrag til kompetanse</b>	4,3 (4,2)	3,1 (2,8)	0,00 (0,00)
<b>Samlet bidrag til atferdsendring</b>	3,1 (3,0)	2,1 (2,0)	0,00 (0,00)
<b>Samlet bidrag til innovasjon</b>	3,8 (3,7)	2,6 (2,4)	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 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. Dette samsvarer med funnene i fjorårets undersøkelse.

Et interessant trekk ved resultatene for de myke indikatorene, er at vi på samtlige indikatorer registrerer en sterkere relativ forbedring for de etablerte bedriftene enn for gründerbedriftene når vi sammenligner med fjorårets resultater. I fjorårets undersøkelse observerte vi den motsatte utviklingen. Dermed er det i årets undersøkelse de etablerte bedriftene som i størst grad bidrar til den sterke forbedringen på disse indikatorene. Spørsmålet er da 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 2016-resultater i parentes)

Indikator (i hvilken grad har prosjektet ført til...)	Gründer- bedrifter	Etablerte bedrifter	Signifi- kans
<b>Økt eksport (andel som svarer skår 4 eller 5)</b>	23 % (16 %)	13 % (9 %)	0,00 (0,00)
<b>Økt omsetning (andel som svarer skår 4 eller 5)</b>	43 % (42 %)	38 % (39 %)	0,00 (0,00)
<b>Bedret konkurranseevne (andel som svarer skår 4 eller 5)</b>	53 % (48 %)	41 % (44 %)	0,00 (0,00)
<b>Bedret lønnsomhet (andel som svarer skår 4 eller 5)</b>	38 % (37 %)	36 % (35 %)	0,00 (0,00)
<b>Bedret overlevelsesmulighet (andel som svarer skår 4 eller 5)</b>	61 % (58 %)	52 % (54 %)	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 at gründerbedriftene har forbedret seg, til dels kraftig, på alle indikatorene, mens vi registrerer en tilbakegang for de etablerte virksomhetene på tre av fem indikatorer. Og det er fortsatt 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. Dette skyldes trolig også at bedriftene har et ressursmessig ulikt utgangspunkt. Vi merker oss at forskjellene i alle indikatorene igjen er statistisk signifikante.

Tabell 4: Gründerbedrifter vs. etablerte bedrifter: Effektrealisering (Etter 2016-resultater i parentes)

Indikator	Gründer- bedrifter	Etablerte bedrifter	Signifikans
<b>Ja, effektene er i hovedsak realisert</b>	47 % (44 %)	58 % (64 %)	0,00 (0,00)
<b>Nei, forventer effektene først innen 2 år fra nå</b>	36 % (33 %)	25 % (20 %)	
<b>Nei, forventer effektene først etter 2 år eller mer</b>	11 % (14 %)	11 % (11 %)	
<b>Nei, forventer ikke vesentlige effekter</b>	6 % (10 %)	5 % (6 %)	
Kilde: Oxford Research AS			

Som i foregående års undersøkelser ser vi at gründerbedriftene 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 (69 prosent, 68 prosent i 2016, 66 prosent i 2015) og gründerbedriftene (73 prosent, 71 prosent i 2016, 64 prosent i 2015) har store andeler høy addisjonalitet. Det innebærer at Innovasjon Norge spiller en viktig rolle for å utløse bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling for begge gruppene.

## 2.4 FLERE FÅR HJELP MED Å OVERKOMME EKSPORTBARRIERER

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

509 virksomheter har besvart disse spørsmålene, og det er en nokså jevn fordeling mellom gründerbedrifter (47 prosent, 47 i 2016) og etablerte bedrifter (53 prosent, 53 prosent i 2016) som inngår i analysen. Tre næringer dominerer; faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting (26 prosent, 22 prosent i 2016), industri (21 prosent, 20 prosent i 2016) samt Informasjon og kommunikasjon (IKT, 18 prosent, 20 prosent i 2016). Bedriftene er nokså jevnt fordelt med hensyn til hvorvidt de har adresse innenfor det distriktspolitiske virkeområdet (4 prosent, 44 prosent i 2016) eller utenfor (59 prosent, 56 prosent i 2016).

42 prosent av virksomhetene har eksporterfaring fra før, det vil si før de fikk støtte til prosjektet de er spurt om i denne Etterundersøkelsen. Dette er fem prosentpoeng lavere enn i Etterundersøkelsen 2016. Tilsvarende finner vi en andel på 48 prosent av virksomhetene som ikke har tidligere eksporterfaring (45 prosent i 2016), og som ikke tilskriver Innovasjon Norge-støtten deres første eksport. Dermed gjenstår det en andel på 10 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 eksporterfaring (55 prosent, 71 prosent i 2016 og 53 prosent i 2015) sammenlignet med gründerbedriftene (26 prosent, 20 prosent i 2016 og 20 prosent i 2015).

Når vi ser nærmere på i hvilken grad tjenesten fra Innovasjon Norge har bidratt til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess, svarer 36 prosent av virksomhetene at tjenesten fra Innovasjon Norge i stor grad har bidratt til dette (37 prosent i 2016 og 32 prosent i 2015). Ikke uventet er det en høyere andel gründervirksomheter (42 prosent, mot 45 prosent i 2016 og 35 prosent i 2015) som svarer dette. For de etablerte virksomhetene gjelder dette 29 prosent (29 prosent i 2015, 31 prosent i 2016).

57 prosent av virksomhetene oppgir at de har støtt på en eller flere eksportbarrierer i stor grad (61 prosent i 2016 og 58 prosent i 2015), og at de i snitt har møtt på 2,0 av i alt 12 mulige barrierer (2,6 i 2015 og 2,0 i 2015). 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 gått ned med ett til fem prosentpoeng sammenlignet med 2016-årgangen.

På overordnet nivå, finner vi at en høyere andel av gründerbedriftene (63 prosent) i stor grad har støtt på en eller flere eksportbarrierer sammenlignet med de etablerte bedriftene (53 prosent). Analysen viser også at virksomheter i sentrale strøk, som ikke er rent norske, som satser på radikale innovasjoner og som beskytter sin IPR i størst grad har støtt på en eller flere eksportbarrierer.

38 prosent av virksomhetene oppgir at de har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere eksportbarrierer i stor grad (35 prosent i 2016, 31 prosent i 2015), og at de i snitt har fått hjelp til å overkomme 1,1 av i alt 12 mulige barrierer (1,1 i 2016, 0,78 i 2015). 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
- 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. Flere indikatorer peker på at stadig flere virksomheter får hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere eksportbarrierer. 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 tilhører.

Tilfredsheten med Innovasjon Norges bistand til internasjonalisering er fortsatt høy. Kun to prosent av virksomhetene svarer at de ikke vil benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden (to prosent i 2016 og fire prosent i 2015).

## 3. Innledning og bakgrunn

Oxford Research har gjennomført denne Kundeffektundersøkelsen blant bedrifter som fikk støtte fra Innovasjon Norge i 2017. Kundeffektundersøkelsene består av en førundersøkelse og en etterundersøkelse. Frem til 2014 ble Førundersøkelsen gjennomført året etter støtten fra Innovasjon Norge ble gitt, mens den fra og med 2015 blir gjennomført i det samme året som støtten blir gitt. Etterundersøkelsen gjennomføres fire år etter. Denne undersøkelsen er dermed en etterundersøkelse av de virksomhetene som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i 2017. Førundersøkelsen ble gjennomført av Oxford Research AS i 2017 og dels i 2018.

Etterundersøkelsen 2017 bygger på data fra 1724 bedrifter. Disse er intervjuet ved hjelp av et webbasert spørreskjema eller per telefon i perioden mars til mai 2021. Denne Etterundersøkelsen følger opp Førundersøkelsen av alle bedrifter som i 2017 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

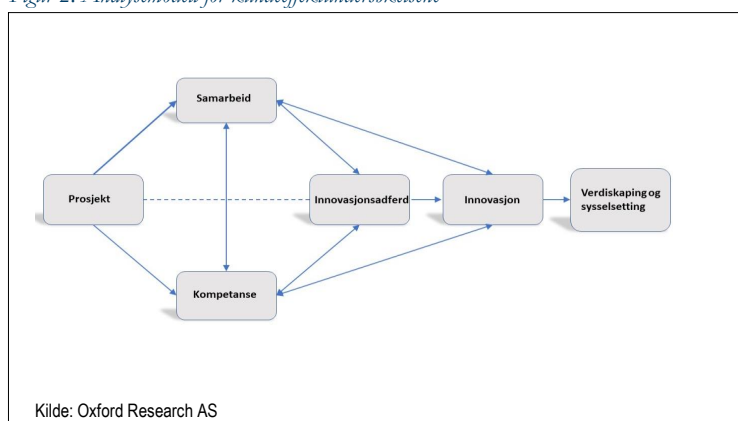
I juni 2012 ble det vedtatt nye mål for Innovasjon Norge i forbindelse med Stortingets behandling av Meld. St. 22 (2011-2012), se side 16. Disse er lagt til grunn i denne Etterundersøkelsen.

### 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 kundeeffektundersøkelsene



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 den skisserte modellen benyttes for å strukturere analysen av resultatene.

### 3.4 TJENESTER SOM OMFATTES AV UNDERSØKELSEN

Innovasjon Norge forvalter og tilbyr en rekke ulike former for bidrag til bedrifter og gründere. En fellesbetegnelse for dette er tjenester. I tabellen under presenteres de tjenestene som er med i Etterundersøkelsen for 2017-årgangen. Tildelt beløp per tjeneste i 2017 er angitt i kroner.

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

Tabell 5: Tjenester som inngår i undersøkelsen

Tjenester	2017 i kroner	2016 i kroner	2015 i kroner
Bedriftsnettverk	21 110 000	-	-
Bedriftsutviklingsstilskudd - distrikt	214 690 000	212 876 998	328 100 000
Bioenergiprogrammet	49 611 255	62 338 200	67 500 000
Bioøkonomiordningen	73 948 745	41 600 750	18 600 000
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	10 630 000	13 902 500	16 200 000
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	64 070 000	72 933 149	153 900 000
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	495 270 000	466 181 050	1 668 600 000
EU-rådgivning*	-	-	-
Etablererstipend (KMD)	55 350 000	73 288 950	120 900 000
Etablererstipend (NFD)	199 310 000	293 530 897	248 600 000
FRAM Global Growth*	-	-	-
Innovasjon i reiselivsnæringen	11 640 000	-	-
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU)	297 020 000	297 299 800	367 900 000
Internasjonal markedsrådgivning*	-	-	-
Investeringstilskudd – distrikt	150 490 000	119 389 750	-
IPR-rådgivning*	-	-	-
Lavrisikolån	755 270 000	609 868 461	738 900 000
Lavrisikolån - GFL-flåte	1 263 950 000	1 493 088 876	653 200 000
Lavrisikolån - Landbrukslån	602 910 000	473 720 000	469 400 000
Mentortjenesten	8 470 000	-	-
Miljøteknologi	537 220 000	480 341 000	326 300 000
Risikolån - Distriktsrettede	546 130 000	293 835 770	380 300 000
Risikolån - Innovasjonslån	898 620 000	711 710 250	578 500 000
Rådgivning	-	-	-
Tilskudd - Landsdekkende	54 300 000	51 076 225	18 600 000
Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping	60 840 000	90 345 000	63 600 000
Verdiskapingsprogram for kulturæringen	13 560 000	13 559 500	7 400 000
Total	6 384 410 000	5 875 510 126	6 226 500 000

Kilde: Oxford Research AS  
 Noter: \* 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. 6,4 milliarder. Til sammen ble det gitt tilsagn om kr. 7,3 milliarder i 2017.<sup>4</sup> Dette betyr at undersøkelsen omfatter 88 prosent av samlede tilsagn fra Innovasjon Norge i 2017. 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 Regional omstilling, Arena, NCE og GCEer utelatt fra undersøkelsen. Grunnen til at disse tjenestene holdes utenfor, er primært at undersøkelsesopp- legget i mindre grad passer for disse tjenestene, og at man har egne effektmålinger for dem.

<sup>4</sup> Oppdragsgiverrapport fra Innovasjon Norge 2017, side 7.



## Del 1: Metode

### 4. Undersøkellesdesign

I dette kapitlet vil vi presentere metoden og undersøkelsesdesignet som ligger til grunn for Etterundersøkelsen av 2017-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 NY TJENESTEMODELL I INNOVASJON NORGE I 2017

Som følge av overgangen til ny tjenestemodell i Innovasjon Norge i 2017 (og at datagrunnlaget for Førundersøkelsen 2017 er basert på denne), fremkom det en rekke rådgivningssaker som ikke var mulig å entydig henføre til en spesifikk tjenestene. Denne tjenesten ble dermed en generisk samlepost for rådgivningssaker det på utsendelsestidspunktet for undersøkelsen ikke var mulig å tilskrive en spesifikk rådgivningstjeneste.

I etterkant av Førundersøkelsen 2017 har det blitt tilgjengeliggjort ytterligere informasjon om enkeltsaker som har gjort det mulig å fordele over 2000 av de sakene som i Førundersøkelsen 2017 ble kategorisert som Rådgivning på de mer spesifikke rådgivningstjenestene Internasjonal markedsrådgivning, IPR-rådgivning og EU-rådgivning. Dette har som konsekvens at presisjonsnivået er økt, men samtidig har det blitt foretatt justeringer i både populasjon og utvalg i Etterundersøkelsen 2017. Dermed er det ikke – slik praksis er i samtlige tidligere årganger – helt samsvar mellom populasjon og utvalg i Før- og Etterundersøkelsen for 2017-årgangen. På grunn av bedret datakvalitet i 2018, vil ikke denne problemstillingen inntreffe i Førundersøkelsen for 2018-årgangen eller senere årganger.

#### 4.2 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.



### 4.3 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 2017 som omfattes av Kundeffektundersøkelsen.

Bedrifter som har mottatt flere typer tilsagn i løpet av 2017, 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 7288 tilsagn fordelt på 5742 bedrifter i Førundersøkelsen for 2017 og vi fikk inn 3016 svar. Disse fordelte seg som vist i tabellen under, der vi også viser hvordan utvalget ble justert i forkant av Etterundersøkelsen 2017.

Tabell 6: Utvalg og svar i Førundersøkelsen 2017 samt justering av utvalg og tjenester

Tjenester	Utvalg Førundersøkelsen 2017	Svar Førundersøkelsen 2017	Justert tjeneste	SLETTET og dubletter	Svart etter 19.02.2017	Utvalg Etterundersøkelsen 2017
Bedriftsnettverk	59	20	1	3	1	19
Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt	403	228		26		202
Bioenergiprogrammet	224	83		5		78
Bioøkonomiordningen		51		4		47
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	72	54		1		53
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	216	144		9		135
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	705	455		14	2	443
Etablerertilskudd (KMD)	146	90		15		75
Etablerertilskudd (NFD)	640	455		71	2	386
EU-Horizon2020	29	13	-12	1		0
EU-rådgivning		26	17	11	2	34
EØS midlene	123	47		47		0
FRAM-Global Growth	240	109		21	5	93
IFU/OFU	148	97		7		90
Innovasjon i reiselivsnæringen	37	21				21
Internasjonal markedsrådgivning	353	89	16	31		74
Investeringsstilskudd - distrikt	70	46		5		41
IPR-rådgivning	243	105	74	69	2	112
Lavrisikolån	45	23			1	24
Lavrisikolån - GFL-flåte	70	32		4		28
Lavrisikolån - Landbrukslån	158	103		4		99
Mentortjenesten	124	71		12		59
Miljøteknologi	176	95		10		85
NOREPS	67	17		17		0
Risikolån - Distriktsrettede	104	60		5	1	56
Risikolån - Innovasjonslån	242	128		10		118
Rådgivning	882	263	-108	76	5	84
Tilskudd - Landsdekkende	47	27	12	3		36
Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping	79	41		1		40
Verdiskapingsprogram for kulturmæringen	40	23				23
<b>Total</b>	<b>5742</b>	<b>3016</b>	<b>0</b>	<b>482</b>	<b>21</b>	<b>2555</b>

Kilde: Oxford Research AS

Som vi ser av tabellen over, ble totalt 108 saker justert fra Rådgivning til de andre rådgivningstjenestene. Grunnet få svar og lav populasjon i Førundersøkelsen, ble tjenesten NOREPS utelatt fra Etterundersøkelsen 2017, og grunnet få svar i Etterundersøkelsen 2017, ble svarene fra tjenesten

EU-Horizon2020 lagt inn under tjenesten Tilskudd – Landsdekkende, mens EØS midlene ble utelatt grunnet få svar. I årets undersøkelse ble foretakene som i forkant av utsendelse av undersøkelsen ble identifiserte som ikke aktive foretak utelatt. Medregnet 21 besvarelser som kom inn etter at rapporteringen for Førundersøkelsen 2017 var ferdig, består det totale utvalget for Etterundersøkelsen 2017 dermed av 2555 saker.

## 4.4 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 igangsatt i april 2021 og ble avsluttet i mai 2021.

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 2017-årgangen, altså 2555 bedrifter og personer.

### 4.4.1 Purrerutiner

Alle bedrifter som ikke hadde svart på den webbaserte spørreundersøkelsen innen angitt frist, ble purret to ganger via e-post etter 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.

## 4.5 SVAR OG FRAFALL

Utvalget var som nevnt på 2555 bedrifter (2957 i 2016, 2767 i 2015, 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 219 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 50 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 2286 intervjuer. Tabellen under viser at det totalt ble gjennomført 1711 intervjuer. Dette gir en svarprosent på 74,8 prosent (78,0 i 2016, 74,3 i 2015, 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 2017

	Antall	Prosent
Utvalg	2555	
Konkurs/ slettet/ oppløst/ oppløst for fusjon/ inaktivt/under avvikling	50	
Kontaktperson sluttet, syk, i permisjon/bedrift solgt/feil tlf.nr	219	
Potensielle intervjuer	2286	100 %
Utførte intervju	1711	74,8 %
Nekt	9	
Ufullstendige besvarelser	16	
Ikke svar	550	

Kilde: Oxford Research AS

Tabellen under viser svar og frafall per tjeneste i Etterundersøkelsen for 2017-årgangen.

Tabell 8: Svar og frafall i Etterundersøkelsen 2017 etter tjeneste

Tjeneste	Utvalg	Konkurs/ slettet/ oppløst/ oppløst for fusjon	Kontaktperson sluttet, død, bedrift solgt/feil tlf.nr	Potensielle intervju	Utførte intervju	Andel utførte intervju	Nekt	Ikke svar/ufullstendige svar
Bedriftsnettverk	19	0	0	19	14	73,7 %		5
Bedriftsutviklingsstilskudd - distrikt	202	3	23	176	132	75,0 %	1	43
Bioenergiprogrammet	78	0	10	68	55	80,9 %	1	12
Bioøkonomiordningen	47	1	0	46	33	71,7 %		13
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	53	2	1	50	39	78,0 %		11
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	135	1	21	113	94	83,2 %		19
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	443	2	42	399	262	65,7 %	1	136
Etablerertilskudd (KMD)	75	1	4	70	52	74,3 %	1	17
Etablerertilskudd (NFD)	386	8	32	346	243	70,2 %		103
EU-rådgivning	34	1	1	32	21	65,6 %		11
FRAM-Global Growth	93	2	4	87	68	78,2 %	1	18
Innovasjon i reiselivsnæringen	21	0	1	20	18	90,0 %		2
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU)	90	1	2	87	70	80,5 %	1	16
Internasjonal markedsrådgivning	74	2	9	63	42	66,7 %	2	19
Investeringstilskudd - distrikt	41	0	2	39	34	87,2 %		5
IPR-rådgivning	112	9	4	99	70	70,7 %	1	28
Lavrisikolån	24	2	0	22	17	77,3 %		5
Lavrisikolån - GFL-flåte	28	1	1	26	24	92,3 %		2
Lavrisikolån - Landbrukslån	99	0	27	72	66	91,7 %		6
Mentortjenesten	59	1	3	55	44	80,0 %		11
Miljøteknologi	85	0	3	82	59	72,0 %		23
Risikolån - Distriktsrettede	56	3	3	50	40	80,0 %		10
Risikolån - Innovasjonslån	118	7	8	103	86	83,5 %		17
Rådgivning	84	2	13	69	48	69,6 %		21
Tilskudd - Landsdekkende	36	1	3	32	24	75,0 %		8
Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping	40	0	1	39	36	92,3 %		3
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen	23	0	1	22	20	90,9 %		2
Total	2555	50	219	2286	1711	74,8 %	9	566

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 EU-rådgivning (66 prosent), mens vi klarte å nå 92 prosent

av mottagerne av Lavrisikolån - GFL-flåte og Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping. Svarprosentene vurderes som tilfredsstillende.

## 4.6 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 2017

Tjeneste	Populasjon	Fordeling av populasjon	Svar	Fordeling av svar	Vekt
Bedriftsnettverk	66	0,94 %	14	0,82 %	1,1446
Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt	525	7,45 %	132	7,71 %	0,9657
Bioenergiprogrammet	141	2,00 %	55	3,21 %	0,6224
Bioøkonomiordningen	98	1,39 %	33	1,93 %	0,7210
Bygdeutviklingsmidler - Stipend	82	1,16 %	39	2,28 %	0,5105
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring	263	3,73 %	94	5,49 %	0,6793
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell	878	12,46 %	262	15,31 %	0,8137
Etablerertilskudd (KMD)	168	2,38 %	52	3,04 %	0,7844
Etablerertilskudd (NFD)	699	9,92 %	243	14,20 %	0,6984
EU-rådgivning	138	1,96 %	21	1,23 %	1,5955
FRAM-Global Growth	231	3,28 %	68	3,97 %	0,8248
Innovasjon i reiselivsnæringen	42	0,60 %	18	1,05 %	0,5665
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU)	165	2,34 %	70	4,09 %	0,5723
Internasjonal markedsrådgivning	484	6,87 %	42	2,45 %	2,7980
Investeringstilskudd - distrikt	137	1,94 %	34	1,99 %	0,9783
IPR-rådgivning	510	7,24 %	70	4,09 %	1,7690
Lavrisikolån	79	1,12 %	17	0,99 %	1,1283
Lavrisikolån - GFL-flåte	169	2,40 %	24	1,40 %	1,7097
Lavrisikolån - Landbrukslån	232	3,29 %	66	3,86 %	0,8535
Mentortjenesten	191	2,71 %	44	2,57 %	1,0540
Miljøteknologi	211	2,99 %	59	3,45 %	0,8683
Risikolån - Distriktsrettede	161	2,28 %	40	2,34 %	0,9773
Risikolån - Innovasjonslån	297	4,21 %	86	5,03 %	0,8385
Rådgivning	855	12,13 %	48	2,81 %	4,3248
Tilskudd - Landsdekkende	96	1,36 %	24	1,40 %	0,9712
Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping	88	1,25 %	36	2,10 %	0,5935
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen	41	0,58 %	20	1,17 %	0,4977
Total	7047	100 %	1711	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 Lavrisikolån - GFL-flåte, ser vi av tabellen over at denne tjenesten står for 2,40 prosent av tiltakene i populasjonen, men bare 1,40 prosent av svarene. Dermed blir vekten  $2,40/1,40 = 1,7097$ . Er vekten over 1 innebærer dette at tiltaket er underrepresentert. Tilsvarende får deltakerne i Verdiskapingsprogram for kulturnæringen, som er overrepresentert i svarene, vekten 0,4977. På denne måten beregnes en vekt for alle tjenestene i undersøkelsen.

#### 4.7 UNDERSØKELSENS STYRKER OG SVAKHETER

Denne Etterundersøkelsen dekker i alt 27 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 tjenestenivå 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 de oppfattes å være relevante, mens mye av omtalen er konsentrert om den enkelte tjenesten. 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 det hensyn til i tolkning og i analysen av datamaterialet. I tillegg fokuseres det sterkt på utviklingen i resultater over tid, det er kanskje det viktigste. Om man antar at feilkildene er stabile, vil disse trendene gi et konsistent resultat.

#### 4.7.1 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 +/- 2,1 prosentpoeng med et sikkerhetsnivå på 95 prosent (2,0 prosentpoeng i 2016, 1,9 prosentpoeng i 2015, 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 feilmargin i 2007-undersøkelsen). Dette er som ventet noe høyere enn i Førundersøkelsen, noe som skyldes at antall svar i Førundersøkelsen alltid er større enn antall svar som ligger til grunn for en Etterundersøkelse. 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 feilmargin. Derfor bør man behandle resultatene for følgende tjenester med varsomhet:

- Lavrisikolån
- Innovasjon i reiselivsnæringen
- Bedriftsnettverk

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 2017.



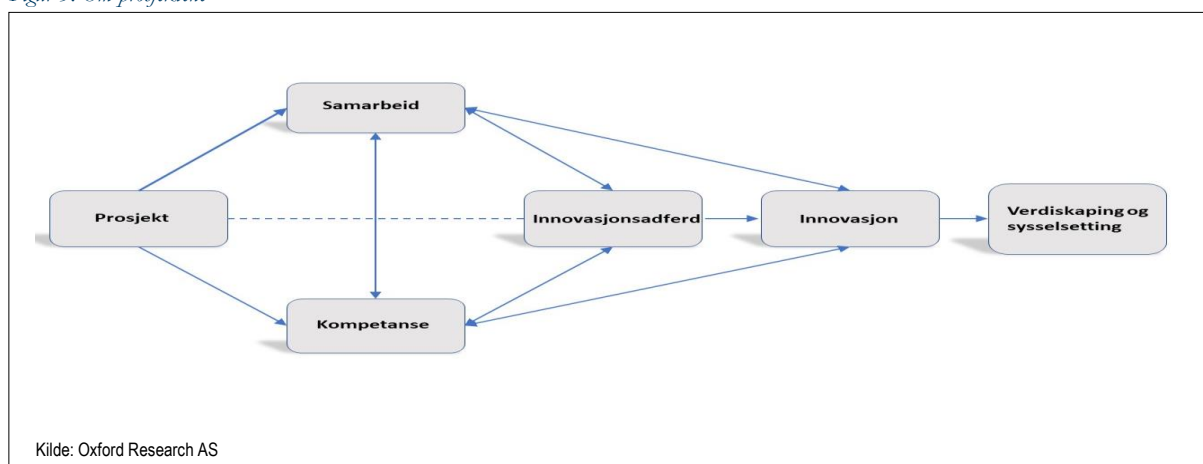
## Del 2: Resultater

### 5. Om prosjektet

- 87 prosent av personene/bedriftene har benyttet tilsagnet de fikk fra Innovasjon Norge, som er en nedgang på 1 prosentpoeng sammenlignet med 2016-årgangen.
- 55 prosent av bedriftene har mottatt veiledning og oppfølging etter at de har mottatt tilsagnet (51 prosent i 2016, 46 prosent i 2015) og 95 prosent av bedriftene er fornøyd med mottatt veiledning og oppfølging.
- Andelen høy addisjonalitet er på 71 prosent, som er en økning på to prosentpoeng fra Etterundersøkelsen 2016. Andelen høy og middels addisjonalitet er 90 prosent, som er en økning på to prosentpoeng fra Etterundersøkelsen 2016.

I dette kapitlet 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

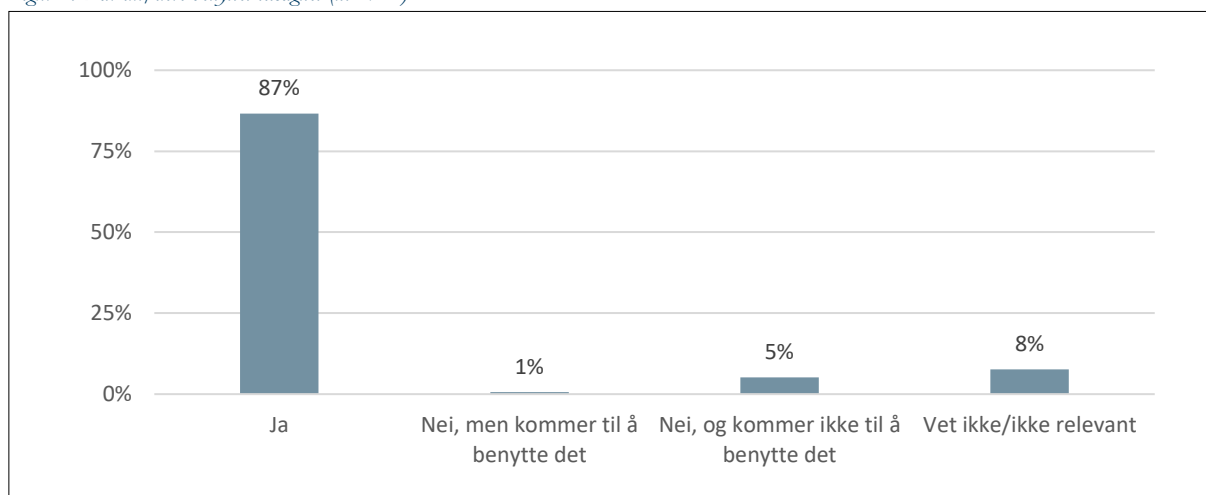




## 5.1 BRUK AV TILSAGN

Totalt fikk 1711 personer/bedrifter spørsmål om hvorvidt de har brukt tilsagnet de fikk fra Innovasjon Norge i 2017. Av disse har 87 prosent brukt dette tilsagnet. Dette representerer en marginal nedgang fra 2016- årgangen, der andelen var på 88 prosent.

Figur 4: Har du/ dere benyttet tilsagnet (n: 1711)



## 5.2 STØTTE FLERE GANGER

Totalt har 67 prosent av bedriftene mottatt støtte til prosjektet én gang (74 prosent i 2016-årgangen), mens 33 prosent har fått støtte til prosjektet flere ganger. For de som har mottatt støtte til prosjektet flere ganger, er gjennomsnittlig antall ganger 2,9 (2,6 i 2016, 2,8 i 2015, 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 21 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

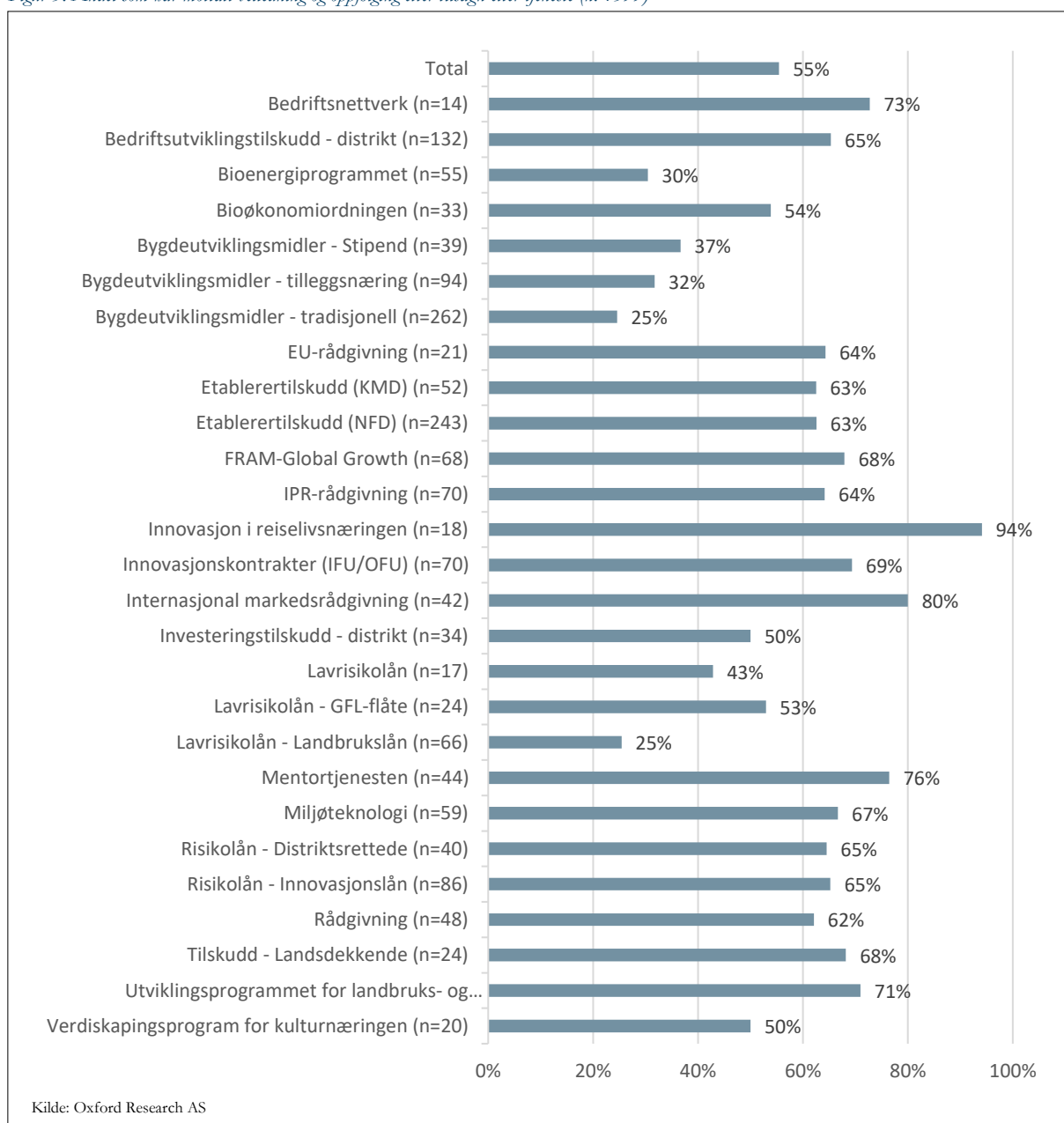
En av Innovasjon Norges viktigste oppgaver er å veilede og gi råd til sine kunder. Viktigheten av at kundebehandlere har tilstrekkelig kunnskap og kompetanse til å drive denne virksomheten overfor bedriftene, er derfor stor. Etter hvert som tiden går og man får prøvd ut de rådene som gis av kundebehandlere, 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

55 prosent av bedriftene har fått veiledning og oppfølging etter at de har mottatt tilsagnet. Dette er en relativt kraftig økning sammenlignet med tidligere årganger (51 prosent i 2016, 46 prosent i 2015 og 47 prosent i 2014). Omfanget av veiledning og oppfølging har altså økt relativt mye de senere årene.

Figuren under viser tjenestefordelingen med hensyn til veiledning og oppfølging.

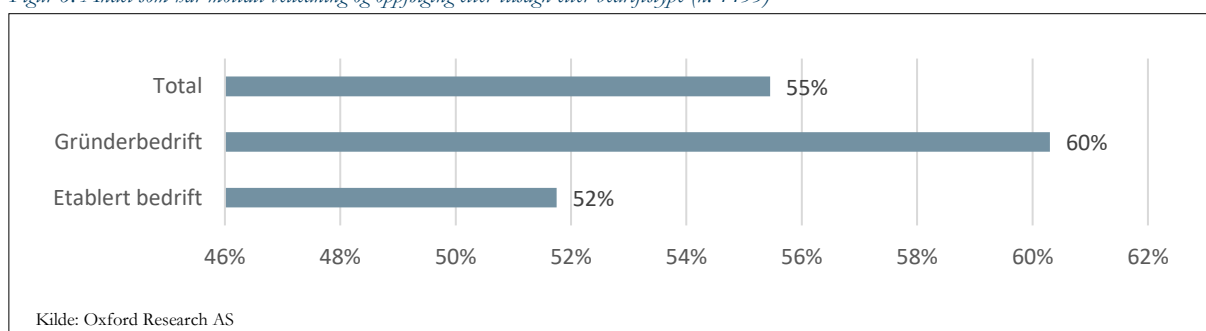
Figur 5: Andel som har mottatt veiledning og oppfølging etter tilsagn etter tjeneste (n: 1399)



Som det framgår av figuren over, er tjenestene med høyest andel kunder som mottok veiledning og oppfølging Innovasjon i reiselivsnæringen (94 prosent), Internasjonal markedsrådgivning (80 prosent) og Mentortjenesten (76 prosent), mens kunder som har fått Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (25 prosent), Lavrisikolån - Landbrukslån (25 prosent) og Bioenergiprogrammet (30 prosent) i minst grad er blitt fulgt opp. 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.

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 (60 prosent), som er en økning på seks prosentpoeng fra Etterundersøkelsen 2016 (De etablerte bedriftene har noe lavere grad av veiledning og oppfølging med 52 prosent, men også for disse er det en oppgang på fire prosentpoeng fra 2016-årgangen.

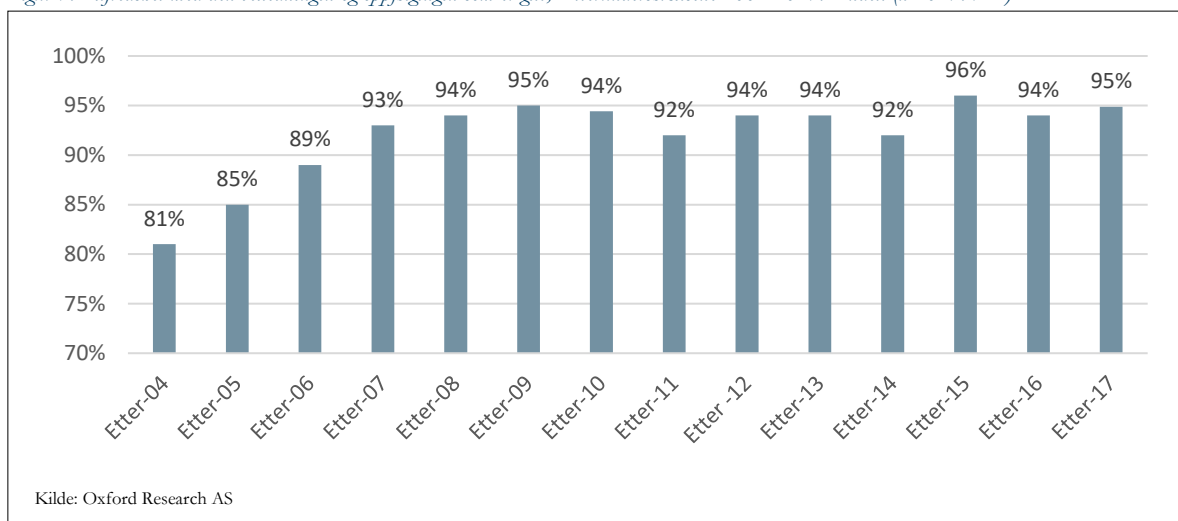
Figur 6: Andel som har mottatt veiledning og oppfølging etter tilsagn etter bedriftstype (n: 1453)



### 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 oppgang på ett prosentpoeng sammenlignet med fjorårets undersøkelse. Som vi ser i neste figur, som viser utviklingen på denne indikatoren over tid, var tilfredshetsnivået i 2015 det høyeste som noen gang har blitt målt i Etterundersøkelsene, og tilfredsheten i årets undersøkelse ligger kun ett prosentpoeng bak den rekordhøye verdien.

Figur 7: Tilfredsbet med den veiledningen og oppfølgingen som er gitt, Etterundersøkelsene 2004-2017. Andel. (n-2017: 741)



## 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, 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 av tjenester eller varer som kan tilskrives en offentlig satsing; altså: Hva er kommet ut av den offentlige innsatsen, 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.

<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).

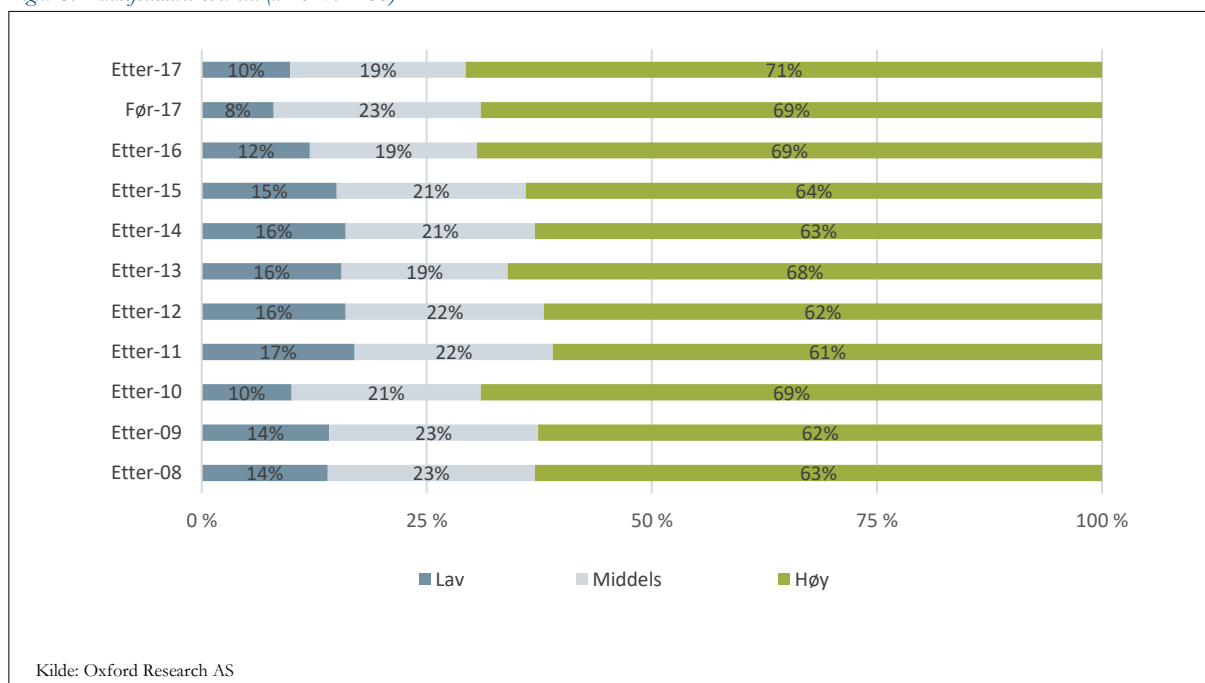
<sup>6</sup> Forutsetningen som ligger til grunn for dette, er at adferden endres i en fordelaktig retning, selv om en i evalueringssammenheng også må være oppmerksom på mulige negative effekter (OECD, 2005).

Det er denne forutsetningen som knytter markedssvikt og addisjonalitet sammen. I kundeffektundersøkelsene 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 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 2017, samt Etterundersøkelsene for 2008- til 2016-årgangene. Som for 2016-årgangen har andelen høy addisjonalitet økt fra Før- til Etterundersøkelsen, mens andelen middels addisjonalitet har gått ned og andelen lav addisjonalitet har gått opp. 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-2017: 1466)

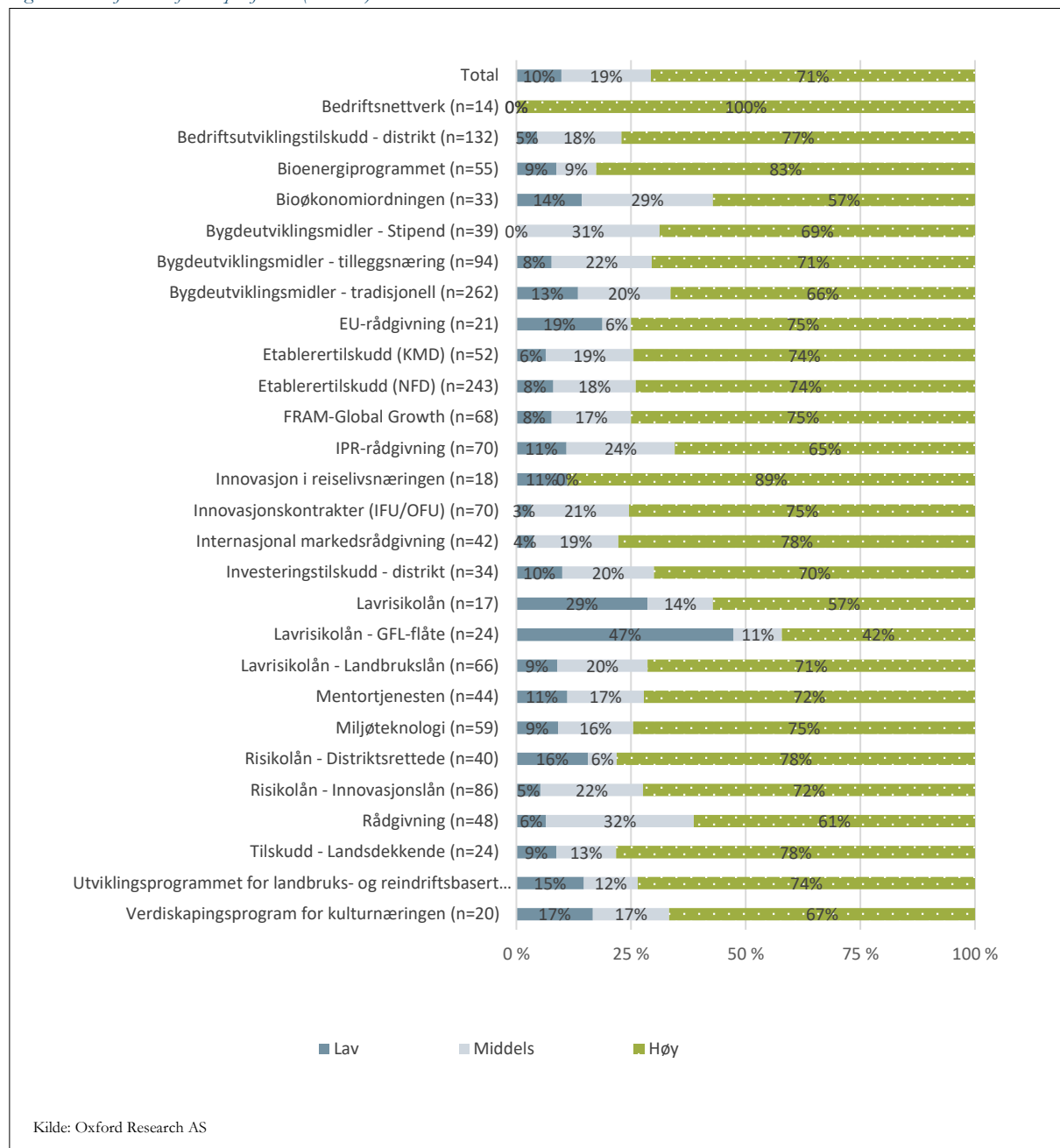


### 5.4.1 Addisjonalitet etter tjeneste

Dersom vi ser på hvordan addisjonaliteten varierer mellom tjenestene, er det tjenestene Bedriftsnettverk, Bioenergiprogrammet og Innovasjon i reiselivsnæringen som har de høyeste andelen høy addisjonalitet (alle høyere enn 83 % prosent). Med unntak for Bioenergiprogrammet er dette små tjenester, noe som gjør at man må tolke tallene med forsiktighet. De tjenestene som har den

laveste andelen prosjekter med høy addisjonalitet er Lavrisikolån - GFL-flåte (42 prosent), Lavrisikolån (57 prosent) og Bioøkonomiordningen (57 prosent).

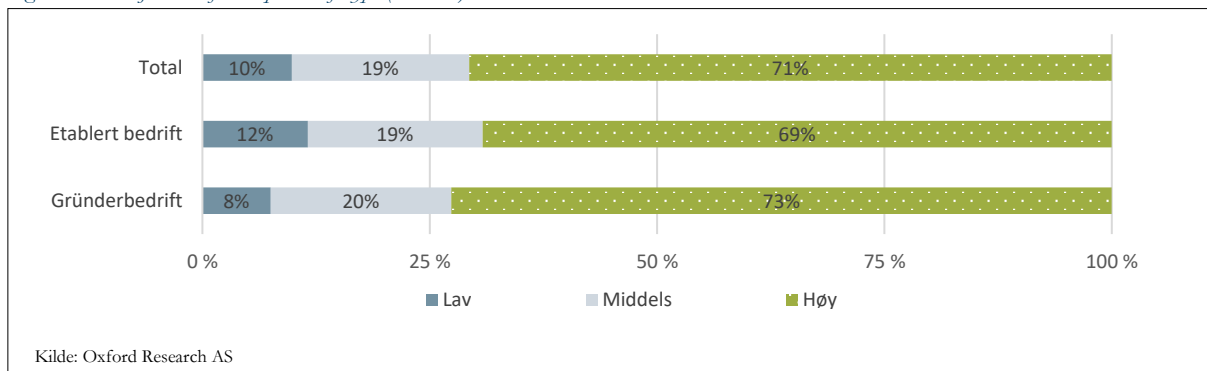
Figur 9: Addisjonalitet fordelt på tjeneste (n: 1466)



### 5.4.2 Addisjonalitet etter bedriftstype

Når vi analyserer addisjonalitet ut fra bedriftenes alder på søknadstidspunktet, finner vi – som i undersøkelsene av de fem 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: 1466)







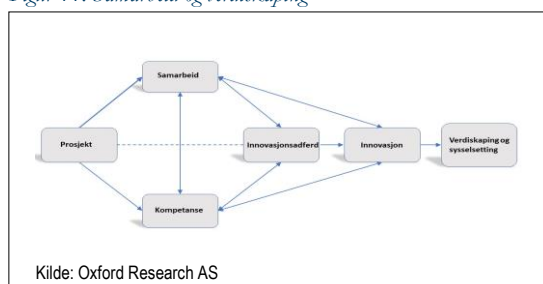
## 6. Samarbeid

- 80 prosent av prosjektene har ført til økt samarbeid med ulike aktører. Dette er nøyaktig samme andel som i 2016-årgangen.
- I gjennomsnitt har prosjektene ført til samarbeid med 3,3 aktører. Det tilsvarende tallet for 2016-årgangen var på 3,2 aktører, mens det for 2015-årgangen var på 3,3 aktører.

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 prosjektenes bidrag til kompetanse, ulike atferdsendringer og innovasjon.

Samarbeid med andre aktører er viktig av flere grunner. For 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 prosjektenes samarbeidsbidrag er bedriftene spurt om prosjektet har ført til økt samarbeid med følgende aktører:

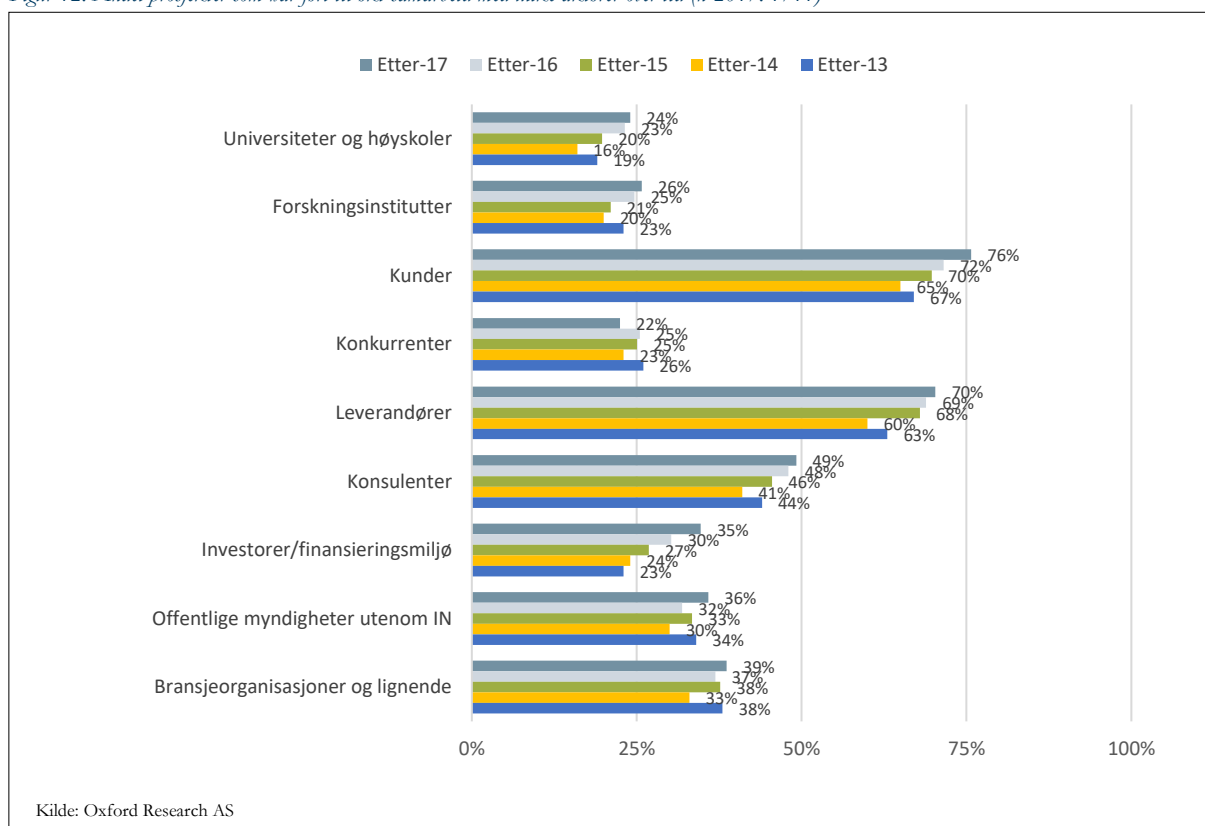
- Universiteter og høyskoler
- Forskningsinstitutter
- Kunder
- Konkurrenter
- Leverandører
- Konsulenter
- Investorer/finansieringsmiljø
- Offentlige myndigheter utenom Innovasjon Norge
- Bransjeorganisasjoner og lignende

Som i tidligere etterundersøkelser har prosjektene i størst grad ført til økt samarbeid med kunder (76 prosent) og leverandører (70 prosent). Dersom en ser resultatene samlet, er det er 80 prosent

av virksomhetene som oppgir at prosjektene har ført til økt samarbeid med ulike aktører. Dette er en akkurat samme nivå som i forrige etterundersøkelse.

Som en del av vår analyse har vi også sett nærmere på utviklingen av samarbeid med ulike aktørgrupper fra 2013- til 2017-årgangene. Som neste figur viser, har resultatene jevnt over hatt en nedgang fra 2013 til 2014 og deretter økt i 2015 og 2016. Sammenligner en 2017-årgangen med 2016-årgangen, ser vi en økning i samarbeid for åtte av de ni aktørene. Økningen er størst for bidraget til samarbeid med investorer/finansieringsmiljø (fem prosentpoeng), kunder samt offentlige myndigheter utenom Innovasjon Norge (begge fire prosentpoeng). Dette betyr at vi for disse åtte aktortypene finner de høyeste indikatorverdiene som er målt i de sist fem Etterundersøkelsene.

Figur 12: Andel projekter som har ført til økt samarbeid med ulike aktører over tid (n-2017: 1711)



## 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 Innovasjon i reiselivsnæringen, Bedriftsnettverk, Bygdeutviklingsmidler – stipend, Mentortjenesten og Miljøteknologi. Det totale samarbeidsbidraget er lavest for Bioenergiprogrammet og Lavrisikolån.

Tabell 11: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid etter tjeneste (n: 1204)

	UoH	Forskningsinstitutt	Kunder	Konkurrenter	Leverandører	Konsulenter	Investorer/finansieringsmiljø	Offentlige myndigheter utenom IN	Bransjeorganisasjoner og lignende
Bedriftsnettverk (n=14)	46%	45%	92%	73%	75%	50%	36%	50%	100%
Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt (n=132)	35%	40%	89%	30%	80%	63%	31%	46%	47%
Bioenergiprogrammet (n=55)	3%	13%	56%	25%	76%	51%	18%	13%	28%
Biøkonomiordningen (n=33)	48%	68%	63%	36%	60%	46%	27%	57%	59%
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=39)	35%	30%	94%	75%	84%	59%	12%	62%	68%
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=94)	17%	16%	79%	49%	72%	47%	18%	51%	61%
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=262)	8%	15%	58%	25%	76%	46%	28%	34%	51%
EU-rådgivning (n=21)	50%	35%	76%	31%	65%	67%	67%	38%	63%
Etablerertilskudd (KMD) (n=52)	29%	16%	98%	41%	80%	56%	39%	41%	39%
Etablerertilskudd (NFD) (n=243)	41%	35%	85%	23%	77%	64%	59%	39%	43%
FRAM-Global Growth (n=68)	23%	30%	83%	35%	78%	55%	25%	33%	47%
IPR-rådgivning (n=70)	49%	45%	88%	23%	82%	67%	52%	49%	42%
Innovasjon i reiselivsnæringen (n=18)	58%	23%	80%	67%	94%	69%	33%	81%	81%
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) (n=70)	44%	45%	97%	16%	81%	58%	49%	44%	40%
Internasjonal markedsrådgivning (n=42)	32%	29%	86%	17%	79%	48%	30%	38%	29%
Investeringstilskudd - distrikt (n=34)	8%	13%	97%	52%	84%	50%	18%	24%	54%
Lavrisikolån (n=17)	8%	25%	93%	0%	67%	46%	21%	33%	33%
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=24)	8%	26%	70%	58%	80%	26%	37%	33%	41%
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=66)	5%	14%	53%	15%	81%	32%	25%	50%	47%
Mentortjenesten (n=44)	43%	41%	86%	31%	67%	76%	59%	53%	50%
Miljøteknologi (n=59)	54%	66%	92%	24%	95%	75%	46%	43%	45%
Risikolån - Distriktsrettede (n=40)	39%	46%	91%	35%	77%	62%	47%	43%	46%
Risikolån - Innovasjonslån (n=86)	21%	39%	94%	13%	80%	63%	64%	35%	37%
Rådgivning (n=48)	32%	29%	91%	19%	77%	61%	50%	48%	40%
Tilskudd - Landsdekkende (n=24)	48%	48%	95%	10%	75%	60%	56%	47%	35%
Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping (n=36)	13%	20%	87%	33%	75%	45%	14%	57%	65%
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=20)	40%	8%	94%	50%	63%	44%	27%	50%	63%
<b>Total</b>	<b>31%</b>	<b>32%</b>	<b>83%</b>	<b>28%</b>	<b>78%</b>	<b>57%</b>	<b>41%</b>	<b>42%</b>	<b>46%</b>

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 gründerbedrifter og etablerte bedrifter. Prosjektene har i større grad ført til økt samarbeid for gründerbedriftene. Forskjellen i samarbeidsbidrag er aller størst for samarbeid med investorer og finansieringsmiljø, 22 prosentpoeng.

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 gründerere og etablerte bedrifter (10 prosentpoeng). En årsak til det kan være at gründerbedrifters i større grad oppsøker forsknings- og utviklingsmiljøer for å utløse innovasjon.

I absolutt skår så fører prosjekter til samarbeid i størst grad med kunder og leverandører. Dette gjelder både for gründerbedrifter og de etablerte bedriftene, og verdiene ligger kun svakt høyere for gründerbedriftene. Dette er som man kunne forvente. Både for etablerte og gründerbedrifter er kunder og leverandører helt avgjørende i de ulike verdikjedene.

Tabell 12: Andel prosjekter som har ført til økt samarbeid etter bedriftstype (n: 1204)

	UoH	Forsknings- institutt	Kunder	Konkurren- ter	Leverandø- rer	Konsulenter	Investo- rer/finan- sierings- miljø	Offentlige myndighe- ter utenom FA	Bransjeor- ganisasjo- ner og lig- geløst
<b>Etablert bedrift</b>	26%	30%	80%	29%	77%	53%	31%	39%	46%
<b>Gründerbedrift</b>	36%	35%	86%	26%	79%	61%	53%	47%	46%
<b>Total</b>	31%	32%	83%	28%	78%	57%	41%	42%	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. Figurene 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 2017-undersøkelsen. Det er en oppgang på 0,1 fra 2016-undersøkelsen, og på samme nivå som for 2015-kullet.

Dersom en går inn på de ulike tjenestene, viser figuren under at det samlede samarbeidsbidraget er høyest for Innovasjon i reiselivsnæringen (4,9 aktører). Samarbeidsbidraget er også høyt for Miljøteknologi (4,8), Bedriftsnettverk (4,7), Innovasjonskontrakter (4,2), samt EU-rådgivning, Etableringstilskudd og Tilskudd - Landsdekkende (alle 4,0 aktører). Dette er alle tjenester som har et

sterkt fokus på utvikling og innovasjon. Det totale bidraget til samarbeid er lavest for Bioenergi-programmet (2,0 aktører), Internasjonal markedsrådgivning og Lavrisikolån - Landbrukslån (Begge 2,4 aktører). Forskjellene mellom tjenestene har økt fra 2016-undersøkelsen.

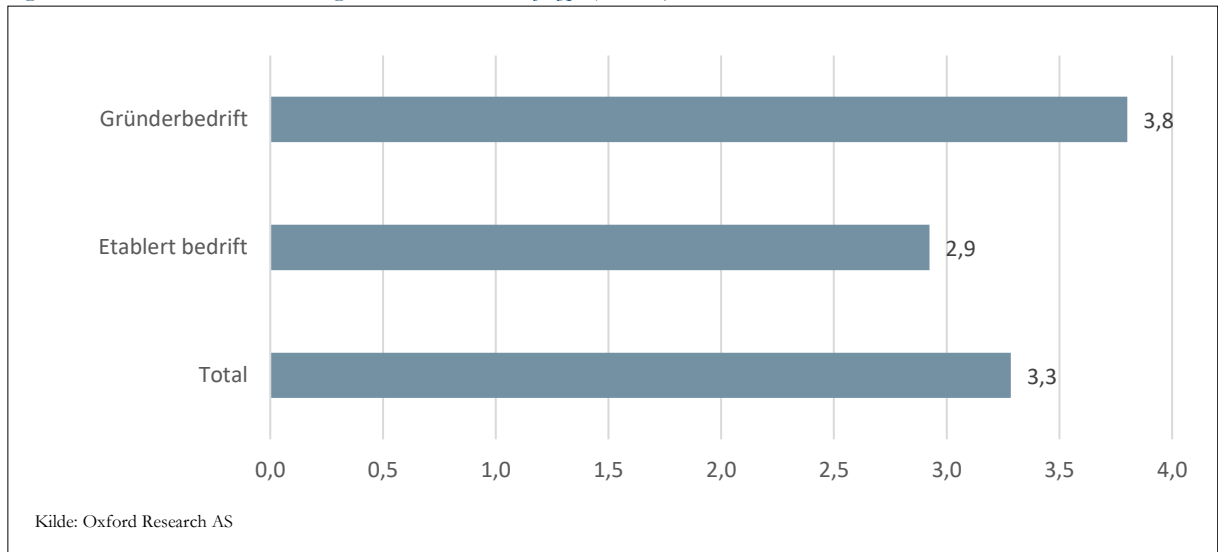
Figur 13: Antall områder med økt bidrag til samarbeid etter tjeneste (n: 1711)



### 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 3,8 aktører, mens samarbeidsbidraget for etablerte bedrifter ligger på 2,9 aktører. Sammenlignet med 2016-årgangen har antall samarbeidsbidrag økt med 0,1 aktører for både gründerbedrifter og etablerte bedrifter.

Figur 14: Antall områder med økt bidrag til samarbeid etter bedriftstype (n: 1711)

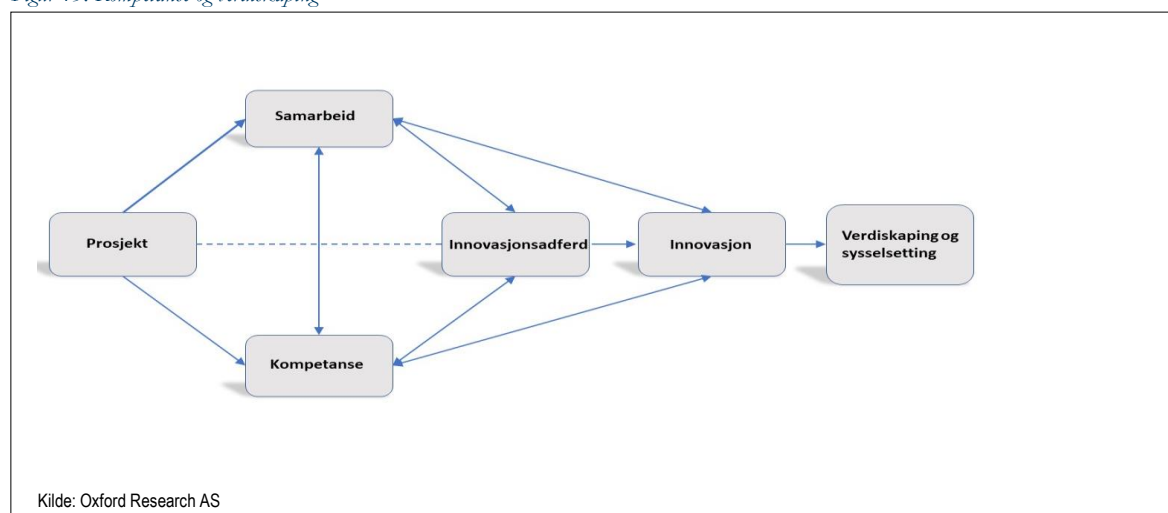


## 7. Bidrag til kompetanseutvikling

- Overordnet svarer 75 prosent at de har fått økt kompetanse på minst ett kompetanseområde i stor grad (skår 4 og 5). Dette er en økning på fire prosentpoeng sammenlignet med 2016-årgangen og på samme nivå som 2015-årgangen, som har det høyeste nivået for økt kompetanse som er målt de siste syv årene.
- I gjennomsnitt fører prosjektene/aktivitetene til kompetanseøkning på 3,6 av 12 mulige områder. Den tilsvarende verdien målt i Etterundersøkelsen 2015 var 3,4.

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:

- Vareutvikling
- Tjenesteutvikling
- Prosessutvikling
- Utvikling av markeder
- Organisasjon og ledelse
- Strategiprosesser og veivalg
- Rekruttering og opplæring av ansatte
- Økonomi, budsjetter og økonomistyring
- Muligheter ved samarbeid og nettverk
- Internasjonalt samarbeid
- Internasjonale markeder
- Eksport

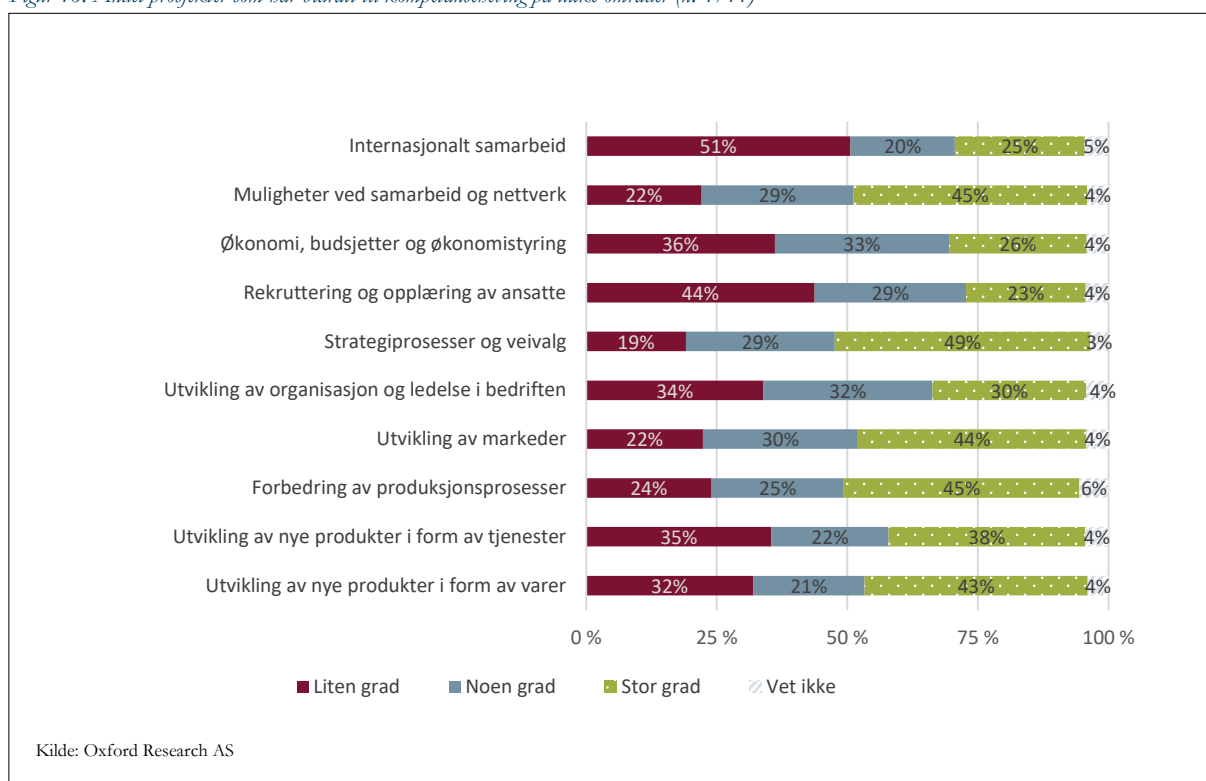


Andelen prosjekter som i stor grad har ført til økt kompetanse på minst ett kompetanseområde (skår 4 og 5) er 75 prosent. Dette er en oppgang på fire prosentpoeng fra Etterundersøkelsen 2016, og det høyeste nivået for økt kompetanse som er målt de siste sju årene.

Neste figur viser hvilken betydning prosjektene har hatt for de tolv ulike kompetanseområdene. Kategoriene med størst grad av kompetanseutvikling er strategiprosesser og veivalg (49 prosent), muligheter ved samarbeid og nettverk (45 prosent), forbedring av produksjonsprosesser og utvikling av markeder (44 prosent). Sammenlignet med 2016-årgangen, har skåren på disse områdene økt med tre til fem prosentpoeng.

I likhet med de foregående årgangene er det kompetanseutvikling knyttet til eksport som har lavest andel kompetanseheving (19 prosent). Det har imidlertid vært en økning her på fire prosentpoeng fra 2016-kullet. Dette er positivt med tanke på fokuset som Innovasjon Norge har på eksport.

Figur 16: Andel prosjekter som har bidratt til kompetanseheving på ulike områder (n: 1711)



## 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 tjenestene som har meget høyt nivå på tvers av kompetanseområdene er EU-rådgivning, Risikolån – Innovasjonslån, Innovasjonskontrakter (IFU/OFU), Rådgivning og Miljøteknologi. De fire tjenestene som skårer jevnt over lavest her er Bioenergiprogrammet, Bygdeutviklingsmidler – Tradisjonell, Lavrisikolån - GFL-flåte og Lavrisiko - Landbrukslån. Dette er akkurat de samme som for 2016-årgangen.

Tabell 13: Andel prosjekter som har ført til økt kompetanse etter tjeneste (n: 1486)

	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 verivalg	Rekruttering og opplæring av ansatte	Økonomi, budsjetter og økonomistyring	Muligheter ved samarbeid og nettverk	Internasjonalt samarbeid	Internasjonale markeder	Eksport
Bedriftsnettverk (n=14)	31 %	50 %	33 %	46 %	29 %	64 %	29 %	36 %	71 %	25 %	25 %	17 %
Bedriftsutviklingsstilskudd - distrikt (n=132)	46 %	45 %	42 %	45 %	28 %	49 %	19 %	21 %	49 %	17 %	21 %	15 %
Bioenergiprogrammet (n=55)	20 %	13 %	40 %	15 %	13 %	24 %	9 %	22 %	23 %	2 %	0 %	0 %
Biøkonomiordningen (n=33)	50 %	27 %	57 %	41 %	27 %	50 %	20 %	7 %	66 %	21 %	14 %	17 %
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=39)	55 %	39 %	42 %	56 %	29 %	56 %	21 %	33 %	47 %	9 %	6 %	0 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=94)	33 %	35 %	48 %	42 %	27 %	40 %	19 %	35 %	40 %	8 %	11 %	2 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=262)	17 %	8 %	59 %	13 %	15 %	31 %	16 %	29 %	19 %	2 %	1 %	0 %
EU-rådgivning (n=21)	65 %	53 %	59 %	50 %	29 %	76 %	19 %	38 %	69 %	56 %	56 %	36 %
Etablerertilskudd (KMD) (n=52)	48 %	53 %	37 %	49 %	28 %	62 %	15 %	27 %	67 %	17 %	17 %	13 %
Etablerertilskudd (NFD) (n=243)	55 %	56 %	36 %	56 %	37 %	60 %	21 %	36 %	59 %	32 %	32 %	23 %
FRAM-Global Growth (n=68)	34 %	23 %	32 %	47 %	33 %	54 %	21 %	23 %	38 %	29 %	30 %	23 %
IPR-rådgivning (n=70)	75 %	49 %	52 %	50 %	32 %	54 %	20 %	22 %	58 %	32 %	32 %	26 %
Innovasjon i reiselivsnæringen (n=18)	24 %	88 %	44 %	59 %	29 %	76 %	25 %	19 %	88 %	12 %	33 %	14 %
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) (n=70)	64 %	61 %	49 %	55 %	38 %	53 %	38 %	30 %	60 %	44 %	45 %	36 %
Internasjonal markedsrådgivning (n=42)	46 %	43 %	38 %	55 %	45 %	55 %	25 %	22 %	54 %	52 %	52 %	39 %
Investeringstilskudd - distrikt (n=34)	42 %	55 %	50 %	53 %	26 %	31 %	38 %	32 %	32 %	3 %	13 %	6 %
Lavrisikolån (n=17)	40 %	44 %	73 %	44 %	25 %	50 %	20 %	27 %	33 %	7 %	27 %	7 %
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=24)	19 %	10 %	40 %	6 %	29 %	40 %	45 %	38 %	26 %	0 %	0 %	0 %
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=66)	13 %	10 %	76 %	17 %	21 %	39 %	19 %	25 %	19 %	2 %	0 %	0 %
Mentortjenesten (n=44)	42 %	45 %	34 %	56 %	49 %	69 %	6 %	37 %	51 %	21 %	21 %	9 %
Miljøteknologi (n=59)	73 %	44 %	53 %	67 %	33 %	61 %	27 %	15 %	52 %	43 %	43 %	33 %
Risikolån - Distriktsrettede (n=40)	47 %	41 %	55 %	56 %	39 %	47 %	32 %	35 %	45 %	28 %	31 %	31 %
Risikolån - Innovasjonslån (n=86)	57 %	57 %	48 %	62 %	43 %	59 %	38 %	38 %	58 %	46 %	46 %	39 %
Rådgivning (n=48)	52 %	48 %	48 %	64 %	34 %	56 %	35 %	21 %	53 %	50 %	47 %	42 %
Tilskudd - Landsdekkende (n=24)	62 %	36 %	43 %	48 %	32 %	57 %	45 %	14 %	52 %	45 %	50 %	40 %
Utviklingsprogrammet (n=36)	45 %	37 %	45 %	62 %	34 %	59 %	23 %	27 %	46 %	6 %	6 %	3 %
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=20)	32 %	61 %	39 %	58 %	39 %	68 %	29 %	37 %	84 %	56 %	56 %	33 %
Total	44 %	39 %	48 %	46 %	31 %	51 %	24 %	28 %	47 %	26 %	27 %	20 %

Kilde: Oxford Research AS

## 7.2 KOMPETANSE BLANT GRÜNDERE OG ETABLERTE BEDRIFTER

I den neste tabellen viser vi prosjektenes kompetansebidrag fordelt på bedriftstype. Med unntak for forbedring av produksjonsprosesser har gründerprosjekter gjennomgående høyere kompetansebidrag enn prosjektene i de etablerte bedriftene i alle kategorier. En mulig tolkning er et etablerte bedrifter i større grad har den nødvendige kompetansen på plass samt også har et større omfang av interne kompetansehevingsstrategier.

Tabell 14: Andel prosjekter som har ført til økt kompetanse etter bedriftstype (n: 1486)

	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 veivalg	Rekruttering og opplæring av ansatte	Økonomi, budsjetter og økonomistyring	Muligheter ved samarbeid og nettverk	Internasjonalt samarbeid	Internasjonale markeder	Ekspert
<b>Gründerbedrift</b>	53 %	48 %	45 %	55 %	38 %	58 %	24 %	34 %	54 %	32 %	32 %	22 %
<b>Etablert bedrift</b>	38 %	33 %	49 %	39 %	25 %	45 %	24 %	22 %	41 %	21 %	22 %	19 %
<b>Total</b>	44 %	39 %	48 %	46 %	31 %	51 %	24 %	28 %	47 %	26 %	27 %	20 %

Kilde: Oxford Research AS

## 7.3 SAMLET BIDRAG TIL ØKT KOMPETANSE

I dette kapitlet 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 i bedriftene.

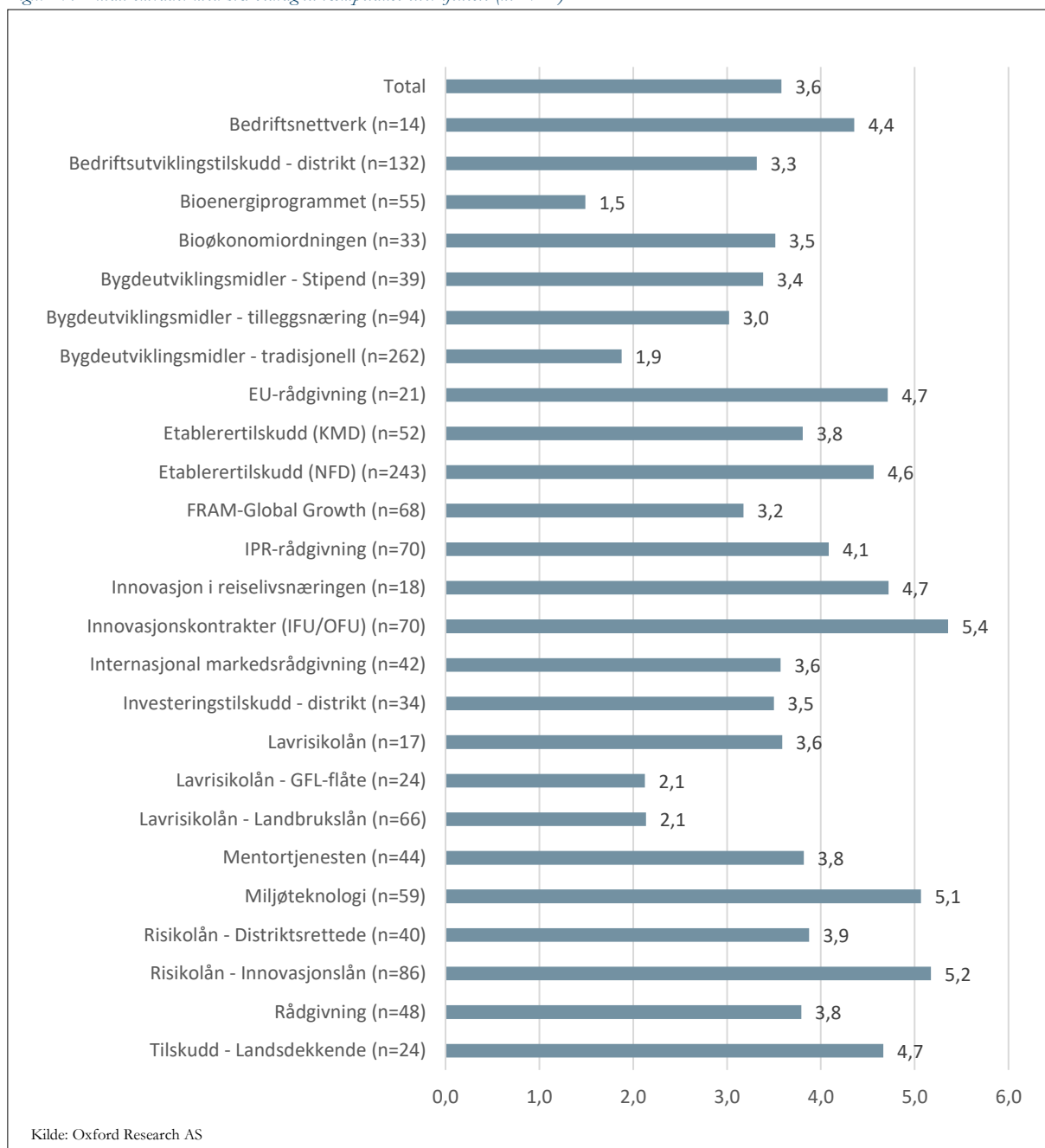
I det følgende vil vi se nærmere på det samlede kompetansebidraget ut fra bakgrunnsvariablene tjeneste og bedriftstype.

### 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 3,6 av tolv mulige områder. Dette er en økning på 0,2 fra fjorårets undersøkelse

Dersom en ser nærmere på kompetansebidraget for de ulike tjenestene, er det det stor variasjon mellom dem. De tjenestene med høyest kompetansebidrag er Innovasjonskontrakter (IFU/OFU, 5,4 områder), Risikolån - Innovasjonslån (5,2 områder) og Miljøteknologi (5,1 områder). De to tjenestene som skårer lavest på kompetansebidrag er Bioenergiprogrammet (1,5 områder) og Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell (1,9 områder).

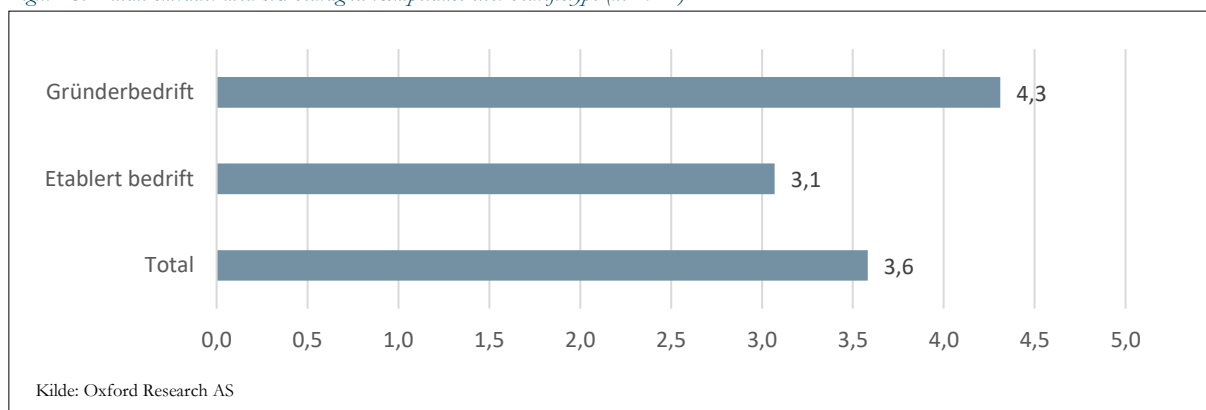
Figur 17: Antall områder med økt bidrag til kompetanse etter tjeneste (n: 1711)



### 7.3.2 Samlet kompetansebidrag etter bedriftstype

Det er de yngre bedriftene som i størst 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 (4,3 områder) i større grad enn de etablerte (3,1 områder) får et større kompetansebidrag. Sammenlignet med 2016-årgangen har det vært en sterkere økning i kompetansebidraget blant de etablerte bedriftene (økning på 0,3 områder).

Figur 18: Antall områder med økt bidrag til kompetanse etter bedriftstype (n: 1711)



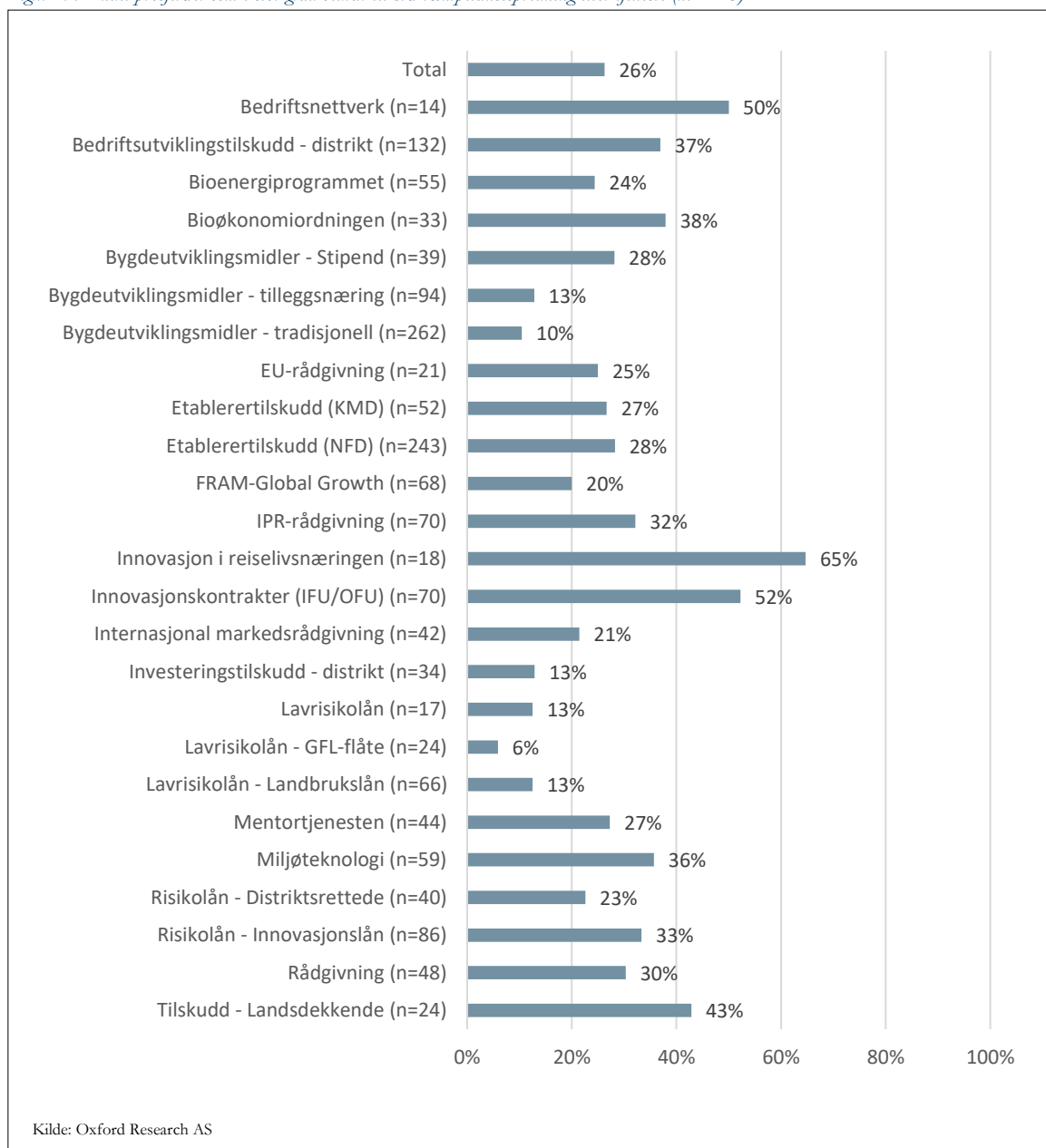
## 7.4 KOMPETANSESPREDNING

Dette delkapittelet handler om i hvilken grad den kompetansen som er opparbeidet gjennom prosjektet har blitt spredd utenfor egen bedrift. Samlet har 26 prosent av prosjektene ført til kompetansespredning i stor grad. Dette er en nedgang på fem prosentpoeng sammenlignet med 2016-årgangen og to prosentpoeng jamført med Etterundersøkelsen 2015. En mulig årsak til nedgangen kan være at bedriftene som følge av Covid19 har blitt mer opptatt av de interne forholdene i løpet av det siste året og i mindre grad har deltatt i nettverksaktiviteter.

### 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 Innovasjon i reiselivsnæringen (65 prosent), Utviklingskontrakter (IFU/OFU, 52 prosent) og Bedriftsnettverk (50 prosent). De som skårer lavest her er Lavrisikolån - GFL-flåte (6 prosent) og Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (10 prosent).

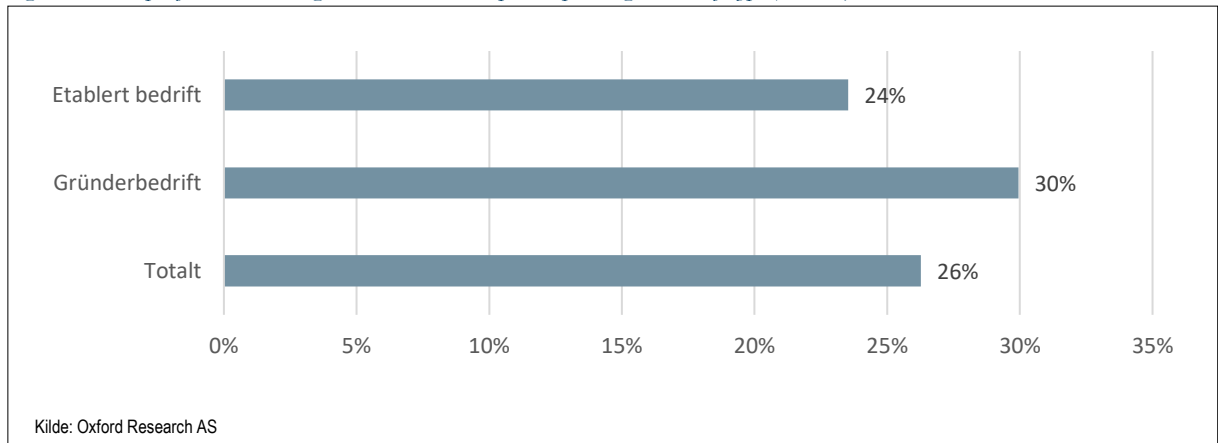
Figur 19: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt kompetansespredning etter tjeneste (n: 1448)



#### 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 (30 prosent, 35 prosent i 2016) som har størst kompetansespredning som følge av leveransen fra Innovasjon Norge. Også for de etablerte bedriftene er det en nedgang på denne indikatoren. I årets undersøkelse oppgir 26 prosent av dem at prosjektet deres har bidratt til kompetansespredning, mot 28 prosent i fjorårets undersøkelse.

Figur 20: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt kompetansespredning etter bedriftstype (n: 1448)



## 8. Bidrag til innovasjonsadferd

- Prosjektene har i gjennomsnitt bidratt til atferdsendringer på 2,5 områder, som er en økning sammenlignet med 2016- (2,4 områder) 2015- (2,3 områder) 2014- (2,1 områder) 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).
- 66 prosent av bedriftene har opplevd atferdsendring på ett eller flere områder, noe som er en klar økning sammenlignet med 2010-, 2011- 2012- 2013- og 2014-årgangene (60,61, 62 , 63 og 61 prosent) og ett prosentpoeng høyere sammenlignet med 2015-og 2016-årgangen.
- Gründerbedriftenes prosjekter bidrar til atferdsendring på 3,1 områder, en økning på 0,1 områder sammenlignet med 2016-undersøkelsen. De etablerte bedriftene kan vise til atferdsendring på 2,1 områder, noe utgjør en økning på 0,1 områder sammenlignet med forrige undersøkelse.

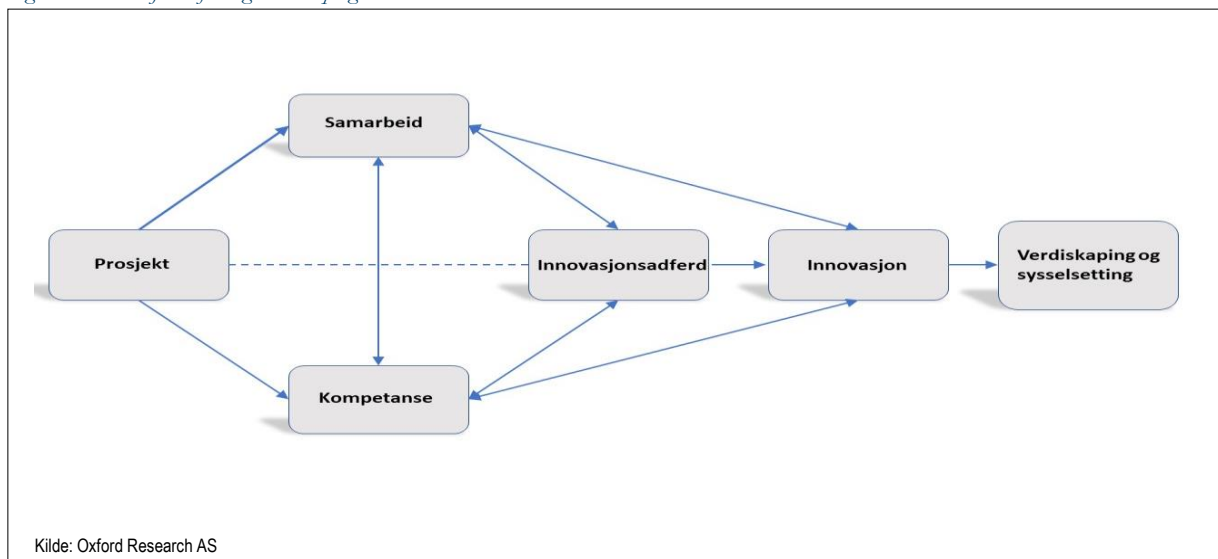
Ulike aspekter ved bedriftenes atferd har betydning for deres konkurransefortrinn og hvilke resultater de oppnår. Gjennom kundeffektundersøkelsen kartlegger vi også ulike dimensjoner koblet opp mot adferdsaddisjonalitet (se kapittel 5). Atferdsmessige endringer som studeres gjennom Kundeffektundersøkelsen, 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



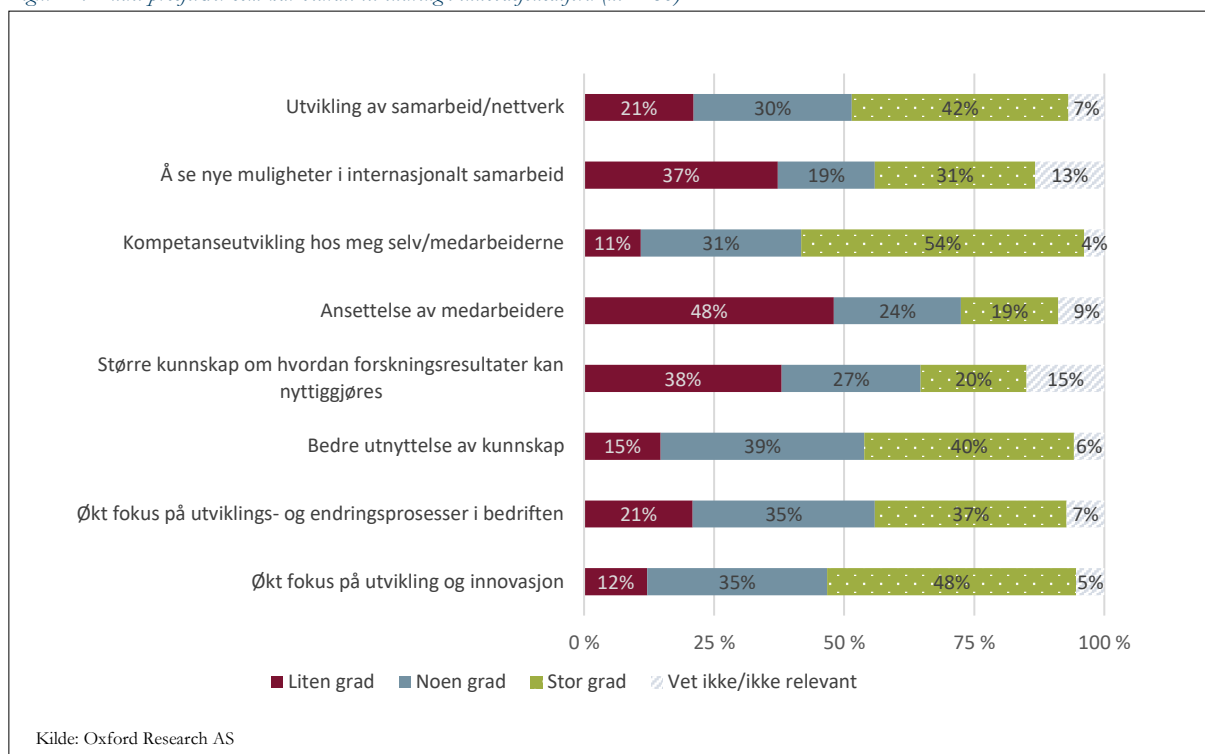
Figur 21: Innovasjonsatferd og verdiskaping



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 2016, ser vi at andelen har økt for syv av åtte indikatorer. Områdene hvor prosjektene har hatt størst betydning for innovasjonsadferden er – som i fjorårets undersøkelse - kompetanseutvikling hos meg selv/medarbeiderne (54 prosent, 53 prosent i 2016), økt fokus på utvikling og innovasjon (48 prosent, 45 prosent i 2016), bedre utnyttelse av kunnskap (40 prosent, 40 prosent i 2016), utvikling av samarbeid/nettverk (42 prosent, 39 prosent i 2016). Dette er om lag de samme områdene hvor prosjektene hadde det største bidraget for 2016-årgangen.

Som i fjorårets undersøkelse har prosjektene i år også hatt minst betydning for ansettelse av nye medarbeidere (19 prosent, 18 prosent i 2016) og større kunnskap om hvordan forskningsresultater kan nyttiggjøres (20 prosent, 17 prosent i 2016).

Figur 22: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjonsatferd (n: 1486)



Overordnet har 66 prosent av bedriftene opplevd atferdsendring på ett eller flere områder. Dette er på nivå med 2010-, 2011-, 2012-, 2013-, og 2014-årgangene (60, 61, 62, 63 og 65prosent), mens andelen for 2016-årgangen var 65 prosent. I årets undersøkelse finner vi dermed det høyeste nivået på denne indikatoren som er målt de siste ni årene.

## 8.1 ATFERDSENDRING 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. EU-rådgivning, Innovasjon i reiselivsnæringen, Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) og Miljøteknologi skårer høyest her. Bidraget til atferdsendringer er gjennomgående lavest for Bioenergiprogrammet, Lavrisikolån – Landbrukslån, Lavrisikolån – GFL-flåte og Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell. Dette er de samme tjenestene som for 2016-årgangen, og et fellestrekk er de 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: 1469)

	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/netverk
Bedriftsnettverk (n=14)	43 %	29 %	29 %	38 %	8 %	50 %	36 %	71 %
Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt (n=132)	51 %	46 %	39 %	24 %	11 %	56 %	31 %	51 %
Bioenergiprogrammet (n=55)	29 %	24 %	30 %	14 %	8 %	31 %	3 %	15 %
Biøkonomiordningen (n=33)	50 %	40 %	55 %	41 %	21 %	73 %	29 %	66 %
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=39)	52 %	50 %	53 %	19 %	24 %	67 %	8 %	45 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=94)	35 %	31 %	40 %	21 %	8 %	52 %	9 %	38 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=262)	22 %	29 %	32 %	11 %	7 %	36 %	2 %	12 %
EU-rådgivning (n=21)	80 %	58 %	71 %	57 %	29 %	81 %	73 %	75 %
Etablerertilskudd (KMD) (n=52)	48 %	57 %	42 %	13 %	20 %	58 %	43 %	60 %
Etablerertilskudd (NFD) (n=243)	66 %	42 %	54 %	32 %	20 %	69 %	47 %	56 %
FRAM-Global Growth (n=68)	54 %	49 %	42 %	24 %	15 %	50 %	33 %	42 %
IPR-rådgivning (n=70)	66 %	38 %	44 %	25 %	20 %	69 %	46 %	51 %
Innovasjon i reiselivsnæringen (n=18)	71 %	59 %	76 %	23 %	15 %	76 %	24 %	82 %
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) (n=70)	71 %	49 %	59 %	43 %	42 %	73 %	42 %	57 %
Internasjonal markedsrådgivning (n=42)	46 %	35 %	35 %	36 %	19 %	54 %	52 %	57 %
Investeringstilskudd - distrikt (n=34)	63 %	56 %	40 %	19 %	23 %	50 %	24 %	33 %
Lavrisikolån (n=17)	38 %	44 %	25 %	0 %	53 %	40 %	15 %	36 %
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=24)	15 %	16 %	37 %	6 %	33 %	52 %	8 %	18 %
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=66)	16 %	19 %	32 %	8 %	11 %	38 %	0 %	4 %
Mentortjenesten (n=44)	50 %	38 %	55 %	37 %	19 %	69 %	46 %	54 %
Miljøteknologi (n=59)	68 %	48 %	59 %	35 %	24 %	80 %	61 %	63 %
Risikolån - Distriktsrettede (n=40)	59 %	56 %	47 %	28 %	32 %	56 %	37 %	32 %
Risikolån - Innovasjonslån (n=86)	70 %	51 %	47 %	29 %	36 %	57 %	47 %	51 %
Rådgivning (n=48)	67 %	39 %	38 %	19 %	32 %	59 %	50 %	50 %
Tilskudd - Landsdekkende (n=24)	57 %	35 %	48 %	26 %	35 %	65 %	74 %	67 %
Utviklingsprogrammet for landbruks- og rein-driftsbasert vekst og verdiskaping (n=36)	31 %	42 %	45 %	8 %	28 %	44 %	10 %	48 %
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=20)	44 %	56 %	53 %	8 %	6 %	58 %	56 %	68 %
Total	51 %	40 %	43 %	24 %	21 %	57 %	36 %	45 %

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 undersøkelsene - 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 11 til 18 prosentpoeng høyere. I og med at gründerne ofte vil ha et ressursmessig svakere utgangspunkt enn de etablerte bedriftene, innebærer funnene 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 driftsalder (n: 1469)

	Økt fokus på utvikling og innovasjon	Økt fokus på utviklings- og endringsprosesser i bedriften	Bedre utnyttelse av kunnskap	Større kunnskap om hvordan forskningsresultater kan nyttegjøres	Ansettelse av medarbeidere	Kompetanseutvikling hos meg selv/medarbeiderne	Å se nye muligheter i internasjonalt samarbeid	Utvikling av samarbeid/nettverk
<b>Gründerbedrift</b>	61 %	43 %	49 %	30 %	26 %	63 %	44 %	51 %
<b>Etablert bedrift</b>	43 %	37 %	38 %	20 %	17 %	52 %	29 %	40 %
<b>Total</b>	51 %	40 %	43 %	24 %	21 %	57 %	36 %	45 %

Kilde: Oxford Research AS

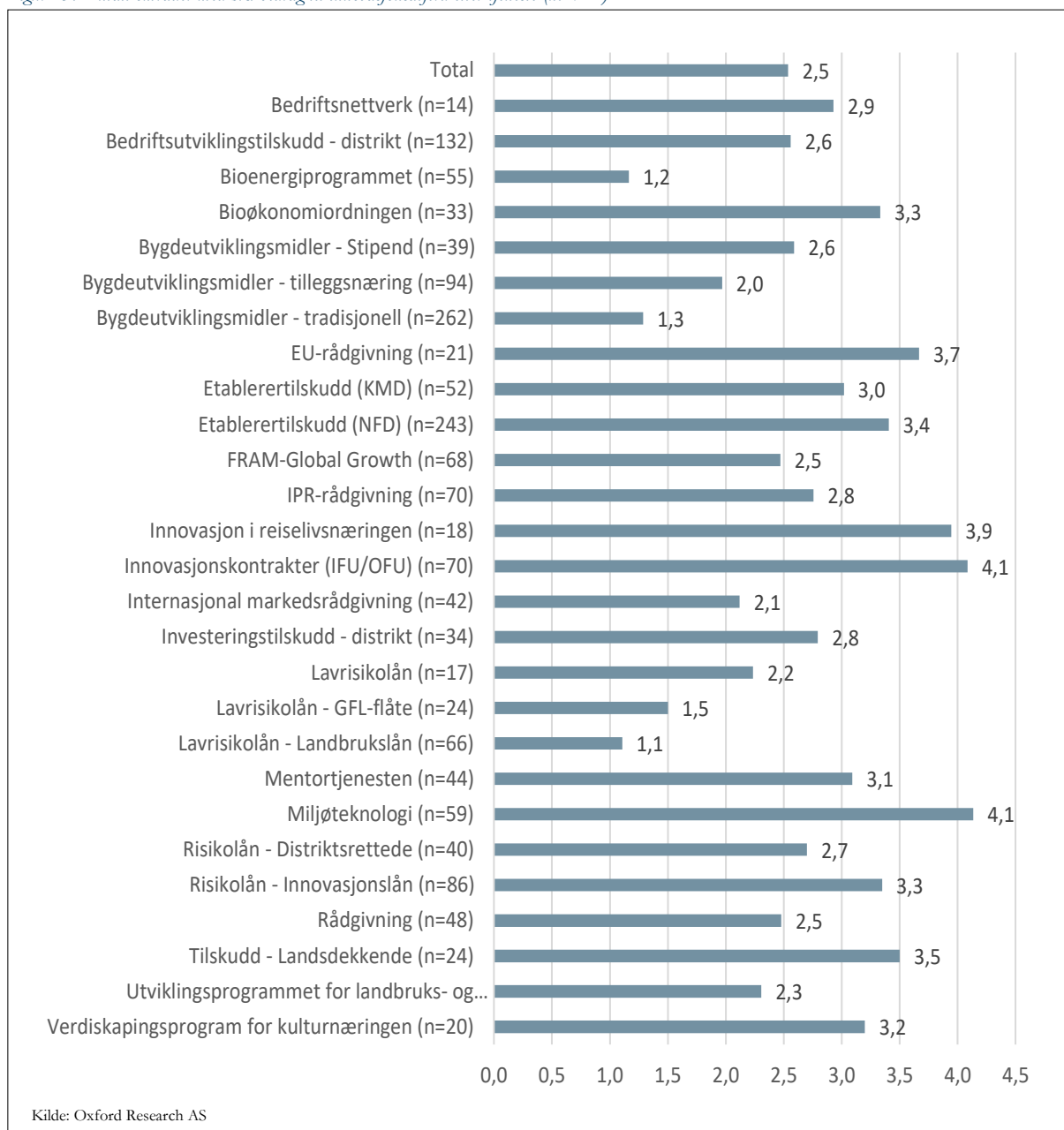
## 8.3 SAMLET BIDRAG TIL ATFERDSENDRING

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 2,5 områder. Dette er omtrent det samme som i Etterundersøkelsen 2016 (2,4 områder). Det innebærer en stabil 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 Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) og Miljøteknologi (begge 4,1 områder), Innovasjon i reiselivsnæringen (3,9 områder) og EU-rådgivning (3,7 områder). Tjenester som hovedsakelig finansierer realkapital, som Lavrisikolån - Landbrukslån (1,1 områder), Lavrisikolån – GFL-flåte (1,5 områder), Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (1,3 områder) og Bioenergiprogrammet (1,2 områder), medfører i minst grad atferdsendring. Dette er i tråd med tidligere etterundersøkelser.

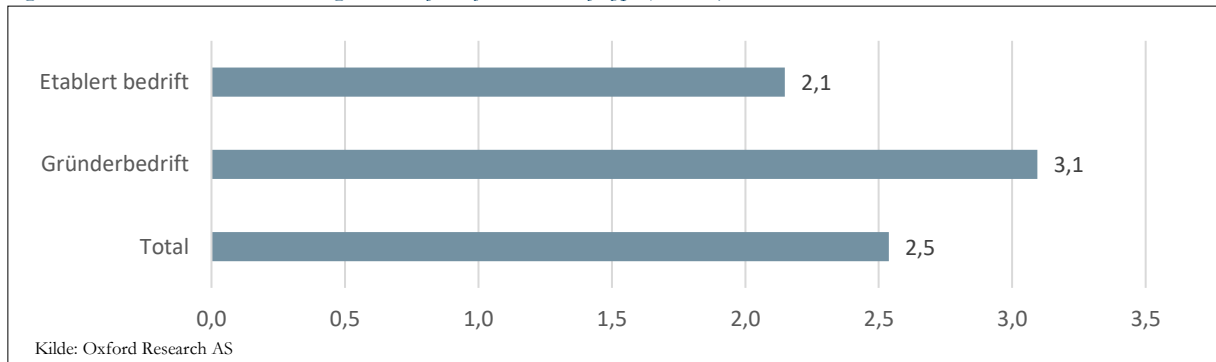
Figur 23: Antall områder med økt bidrag til innovasjonsatferd etter tjeneste (n:1711)



### 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 (3,1 områder, 3,0 områder i 2016). For de etablerte bedriftene har prosjektene i gjennomsnitt bidratt til atferdsendringer på 2,1 områder, i motsetning til 2,0 områder i 2016. 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: 1711)



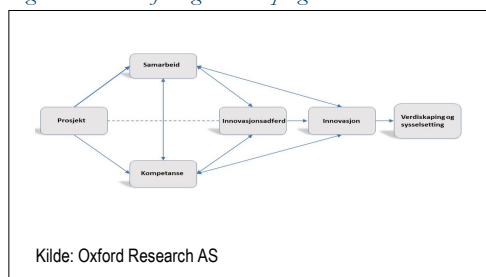


## 9. Innovasjon

- Flest prosjekter har ført til utvikling og forbedring av varer (67 prosent), mens færrest har bidratt til organisasjonsutvikling (27 prosent). Sammenlignet med resultatene for 2016-årgangen, har bidraget til prosessutvikling økt med seks prosentpoeng og for vareinnovasjon med tre prosentpoeng.
- I gjennomsnitt bidrar prosjektene til innovasjon i stor grad (skår 4 og 5) på 3,1 av 17 områder. Dette er det høyeste nivået for alle årganger helt tilbake til 2010, og 0,1 områder høyere enn for 2016-undersøkelsen (3,0 områder).
- Av de som har utviklet nye varer, representerer 49 prosent av dem noe helt nytt, mens andelen helt nye tjenester og produksjonsprosesser ligger på 40 og 27 prosent. Andelen helt nye tjenester har økt med fire prosentpoeng fra 2016-kullet.

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). Prosjektene 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 prosjektene 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

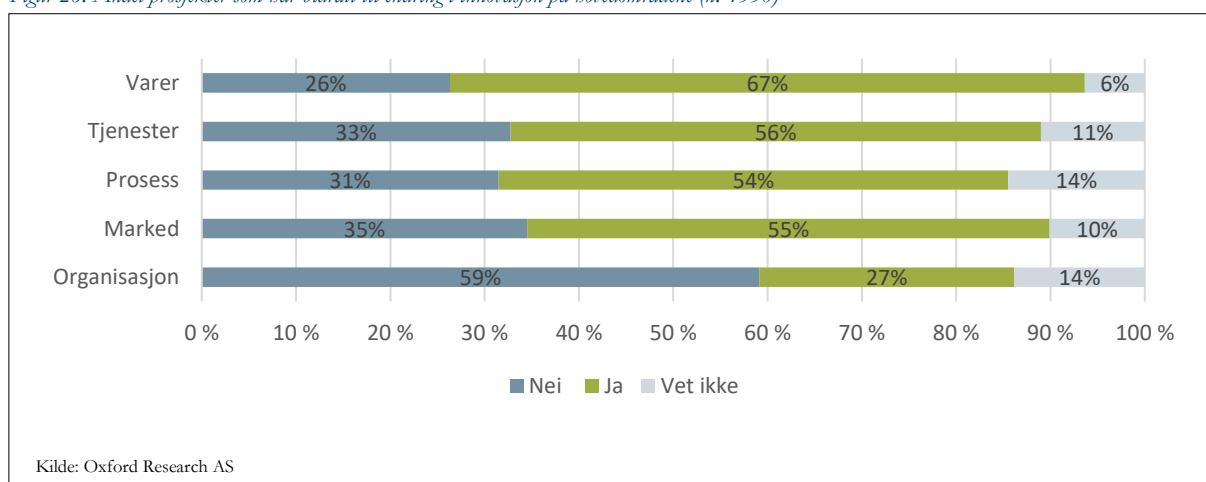
#### E. Organisasjonsutvikling

- 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 (67 prosent, mot 64 prosent i 2016), etterfulgt av tjenesteutvikling (56 prosent, 55 prosent i 2016), markedsutvikling (55 prosent, 53 prosent i 2016), prosessutvikling (54 prosent, 48 prosent i 2016), og organisasjonsutvikling (27 prosent, 27 prosent i 2016). Sammenlignet med resultatene for 2016-årgangen, har bidraget til prosessutvikling økt med seks prosentpoeng og for vareinnovasjon med tre prosentpoeng. For markeds- og tjenesteinnovasjon har det vært en svak økning, mens resultatet er likt for organisatorisk innovasjon. Samlet sett innebærer dette at utviklingen fra 2016- til 2017-årgangen er positiv. Det er også verdt å merke seg at det var en positiv utvikling fra 2015- til 2016-kullet. Dersom en ser på utviklingen fra 2015- til 2017 kullet, innebærer det at det har vært en vesentlig økning i innovasjonsbidraget i dette tidsrommet.

Figur 26: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon på hovedområdene (n: 1550)



### 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 hovedområdene for innovasjon, er bidraget størst for Miljøteknologi, Risikolån – Innovasjonslån, Investeringstilskudd - distrikt og Rådgiving. Innovasjonsbidraget er lavest for Bioenergiprogrammet og Lavrisikolån - landbrukslån. Dette var også blant de tjenestene som skårte lavest i 2016-årgangen.

Tabell 17: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon etter tjeneste (n: 1163)

	Vare	Tjeneste	Prosess	Marked	Organisasjon
Bedriftsnettverk (n=14)	57 %	79 %	36 %	79 %	50 %
Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt (n=132)	61 %	67 %	52 %	63 %	29 %
Bioenergiprogrammet (n=55)	35 %	33 %	52 %	19 %	6 %
Bioøkonomiordningen (n=33)	60 %	43 %	53 %	60 %	30 %
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=39)	85 %	59 %	47 %	74 %	35 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=94)	71 %	63 %	49 %	60 %	25 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=262)	53 %	34 %	71 %	13 %	11 %
EU-rådgivning (n=21)	67 %	56 %	61 %	61 %	39 %
Etablerertilskudd (KMD) (n=52)	71 %	69 %	29 %	73 %	31 %
Etablerertilskudd (NFD) (n=243)	72 %	66 %	41 %	65 %	28 %
FRAM-Global Growth (n=68)	72 %	47 %	47 %	56 %	26 %
IPR-rådgivning (n=70)	85 %	54 %	51 %	58 %	25 %
Innovasjon i reiselivsnæringen (n=18)	28 %	89 %	11 %	83 %	33 %
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) (n=70)	78 %	70 %	43 %	69 %	33 %
Internasjonal markedsrådgivning (n=42)	57 %	53 %	53 %	67 %	37 %
Investeringstilskudd - distrikt (n=34)	75 %	69 %	59 %	75 %	28 %
Lavrisikolån (n=17)	69 %	56 %	81 %	56 %	19 %
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=24)	52 %	38 %	62 %	10 %	24 %
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=66)	48 %	25 %	67 %	18 %	8 %
Mentortjenesten (n=44)	69 %	62 %	44 %	69 %	51 %
Miljøteknologi (n=59)	80 %	73 %	71 %	71 %	30 %
Risikolån - Distriktsrettede (n=40)	70 %	58 %	48 %	67 %	36 %
Risikolån - Innovasjonslån (n=86)	79 %	74 %	51 %	75 %	30 %
Rådgivning (n=48)	79 %	62 %	59 %	74 %	32 %
Tilskudd - Landsdekkende (n=24)	87 %	65 %	48 %	65 %	39 %
Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping (n=36)	74 %	57 %	43 %	66 %	29 %
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=20)	53 %	68 %	53 %	74 %	47 %
<b>Total</b>	<b>67 %</b>	<b>56 %</b>	<b>54 %</b>	<b>55 %</b>	<b>27 %</b>

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 (15 prosentpoeng). 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 seks 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: 1159)

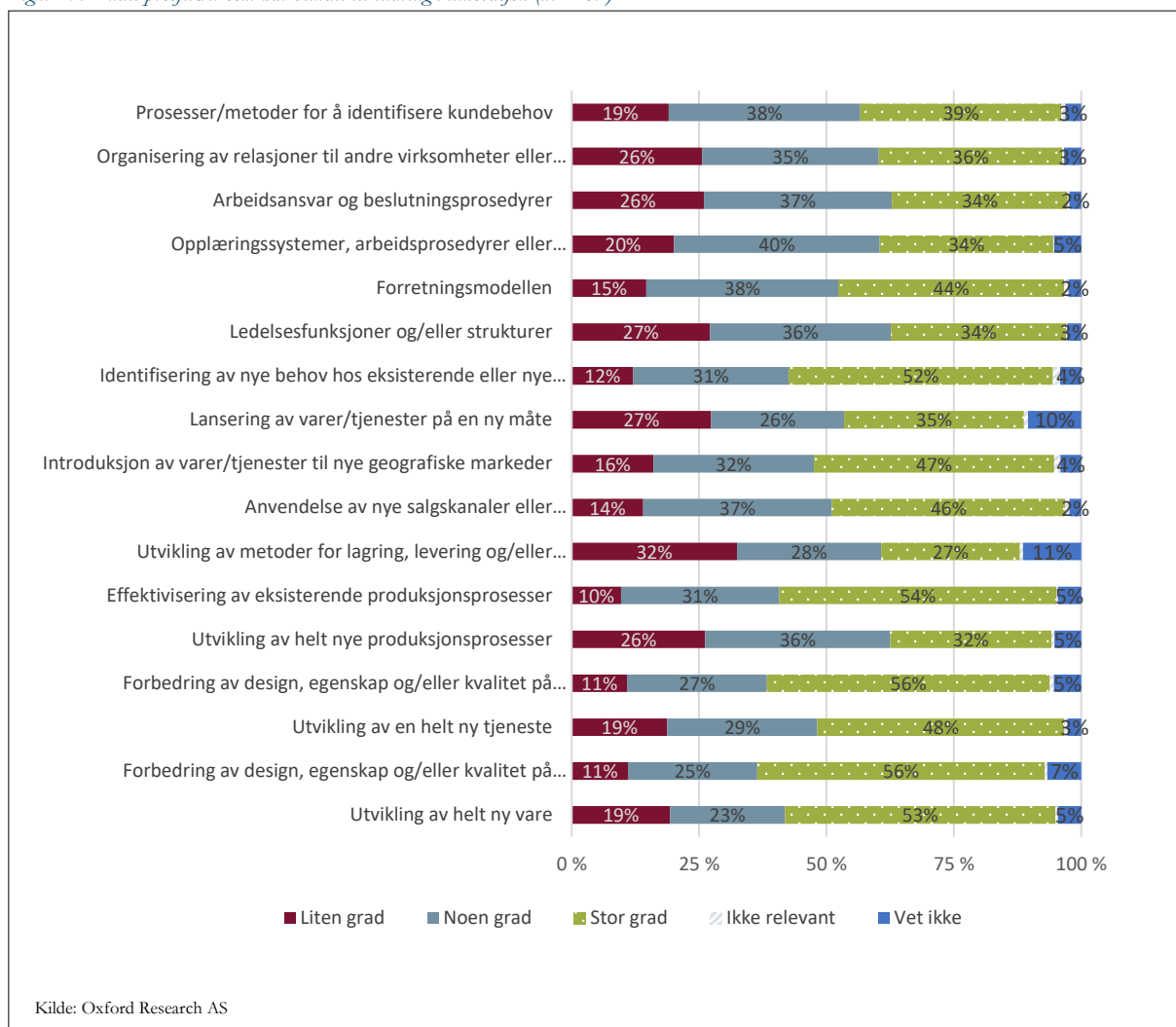
	Vare	Tjeneste	Prosess	Marked	Organisasjon
<b>Etablert bedrift</b>	64 %	52 %	60 %	49 %	24 %
<b>Gründerbedrift</b>	71 %	62 %	46 %	64 %	31 %
<b>Total</b>	67 %	56 %	54 %	55 %	27 %

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 forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende vare (56 prosent), forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende tjeneste (56 prosent), effektivisering av eksisterende produksjonsprosesser (54 prosent), utvikling av helt ny vare (53 prosent) og identifisering av nye behov hos eksisterende eller nye kunder (52 prosent). Dette er de samme innovasjonsområdene som skåret høyest i 2016-årgangen, men med mindre endringer i de ulike indikatorverdiene. Endringene er størst for forbedring av design, egenskap og/eller kvalitet på eksisterende vare og tjeneste. På begge disse indikatorene er det en økning på fire prosentpoeng fra i fjor.

Figur 27: Andel prosjekter som har bidratt til endring i innovasjon (n: 1469)



### 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

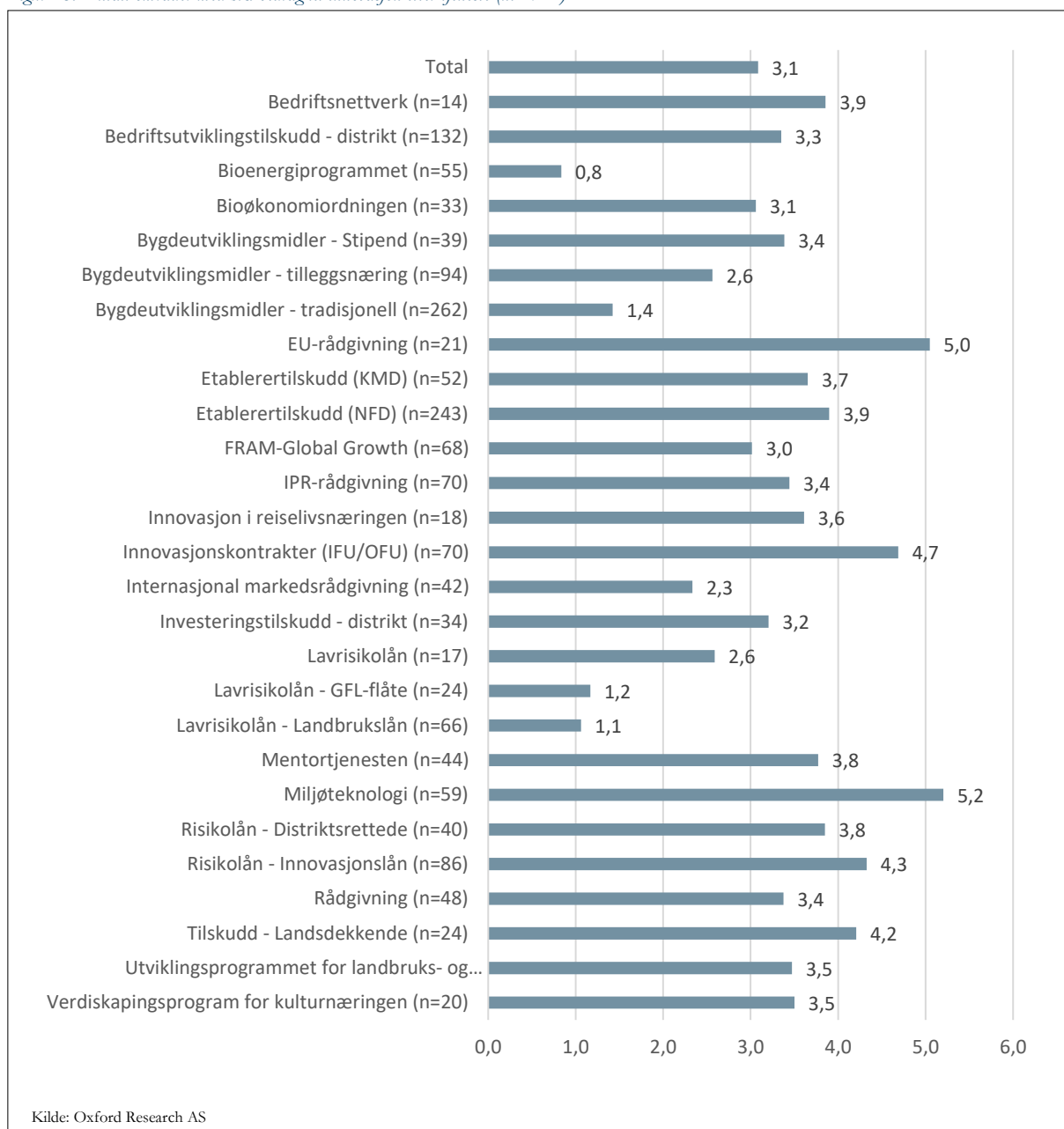
I gjennomsnitt har prosjektene bidratt til innovasjon i stor grad (skår 4 og 5) på 3,1 av 17 områder. Dette er en svak økning fra 2016-årgangen (3,0 områder), men en klar økning sammenlignet med 2015-årgangen (2,7 områder) og 2012-, 2013- og 2014-årgangene (2,5 områder). Som figuren under viser, er det imidlertid stor variasjon i resultatene mellom de ulike tjenestene.

Prosjektene har i størst grad bidratt til innovasjon for Miljøteknologi (5,2 områder), EU-rådgivning (5,0 områder), Innovasjonskontrakter (IFU/OFU, 4,7 områder) og Risikolån - Innovasjonslån (4,3

områder). Av disse er Innovasjonskontrakter og Risikolån – Innovasjonslån blant de som også skåret høyest for 2016-kullet.

Gjennomgående er det samlede innovasjonsbidraget lavest for de tjenestene som i stor grad legger vekt på investeringer i realkapital innen primærnæringene. Dette er, som i de to foregående undersøkelsene, Bioenergiprogrammet (0,8 områder), Lavrisikolån - Landbrukslån (1,1 områder), Lavrisikolån - GFL-flåte (1,2 områder) og Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (1,4 områder). Disse tjenestene fokuserer mest på å bidra til fysiske investeringer, og gjennom det skape en mer effektiv og lønnsom produksjon.

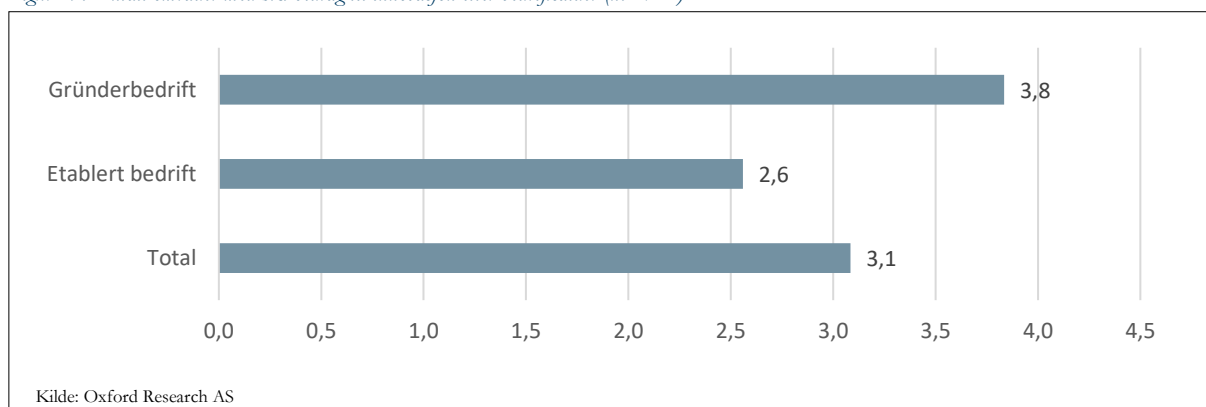
Figur 28: Antall områder med økt bidrag til innovasjon etter tjeneste (n: 1711)



### 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 3,8 områder (3,7 områder i 2016 og 3,3 områder i 2015 og 2014), mens det tilsvarende tallet for de etablerte bedriftene ligger på 2,6 områder (2,4 områder i 2016, 2,4 områder i 2015 og 2,1 områder i 2014). En medvirkende årsak til dette er den underliggende tjenestefordelingen. 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.

Figur 29: Antall områder med økt bidrag til innovasjon etter bedriftsalder (n: 1711)



## 9.4 NYHETSVERDI

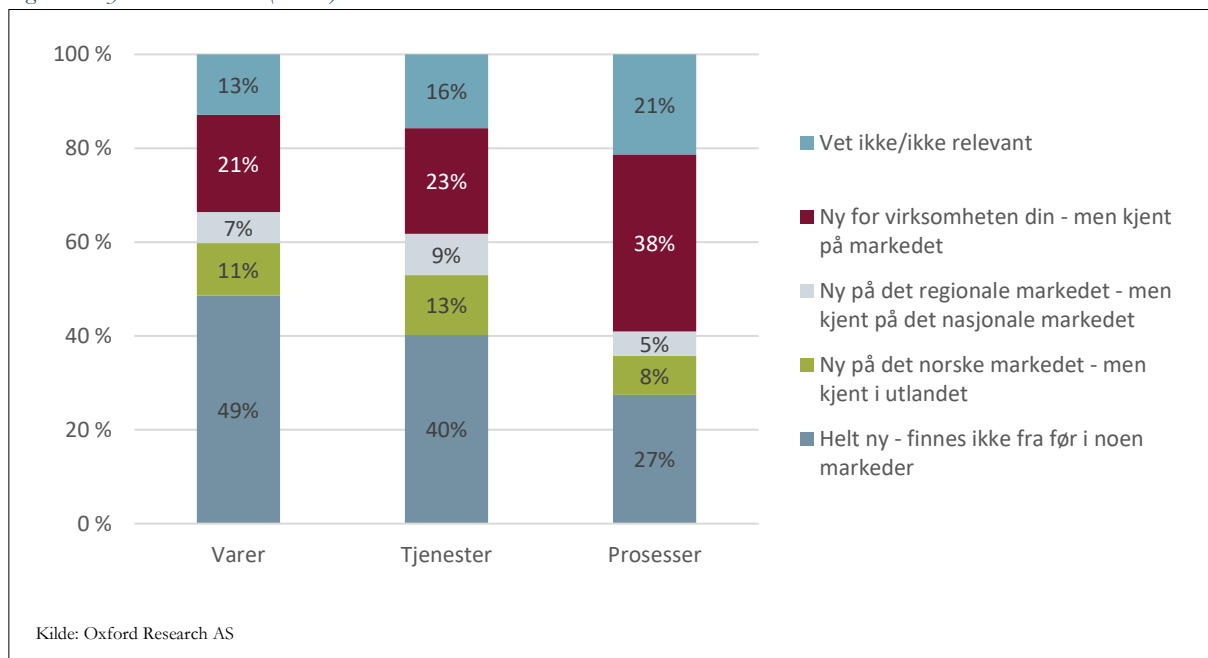
Utviklingen/innovasjonen som skjer i bedriftene, er av ulik karakter og har ulik ”nyhetsverdi”. Noe er bare nytt for bedriften og velkjent ellers, mens andre utviklinger/innovasjoner kan være helt nye. I Etterundersøkelsen for 2017-årgangen har vi kartlagt nyhetsverdien knyttet til både vare, tjeneste og prosess.

Som figuren under viser, er nyhetsverdien for **varer** gjennomgående høyere enn hva som er tilfelle for tjenester og prosesser. 49 prosent av prosjektene har ført til utvikling av helt nye varer (mot 47 prosent i 2016), mens 11 prosent av prosjektene har ført til utvikling av varer som er nye på det norske markedet, men kjent internasjonalt (13 prosent 2016-årgangen). Sammenlignet med 2016-årgangen er resultatet altså svakt høyere for utvikling av helt nye varer (økning på 2 prosentpoeng).

Også for **tjenester** har vi registrert høyere nyhetsverdier enn hva er tilfelle for prosesser. 40 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. Sammenlignet med 2016-årgangen har antall prosjekter som har bidratt til utvikling av helt nye tjenester økt med fire prosentpoeng.

Når det gjelder nyhetsverdien for **prosesser**, har 27 prosent av prosjektene bidratt med noe som er helt nytt. Dette er to prosentpoeng høyere enn for 2016-åringen, men åtte prosentpoeng høyere enn for 2015-åringen.

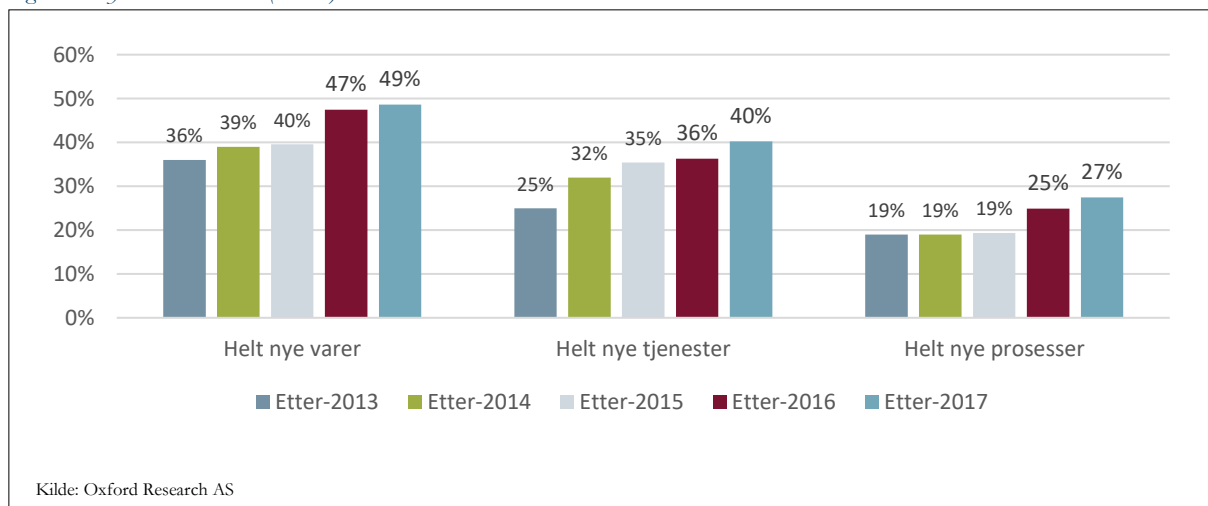
Figur 30: Nyhetsverdi. Prosent. (n: 836)



### 9.4.1 Nyhetsverdi etter over tid

Som en del av analysen har vi også sett på hvordan nyhetsverdien har utviklet seg for etterundersøkelsen fra 2013- til 2017-åringen. Som det illustreres i figuren under, er det gjennomgående bildet at det har vært en solid økning i nyhetsverdien både for vare, tjeneste og prosess. I den gitte tidsperioden ligger oppgangen på 13 prosentpoeng for helt nye varer, 15 prosentpoeng for helt nye tjenester og 8 prosentpoeng for helt nye prosesser.

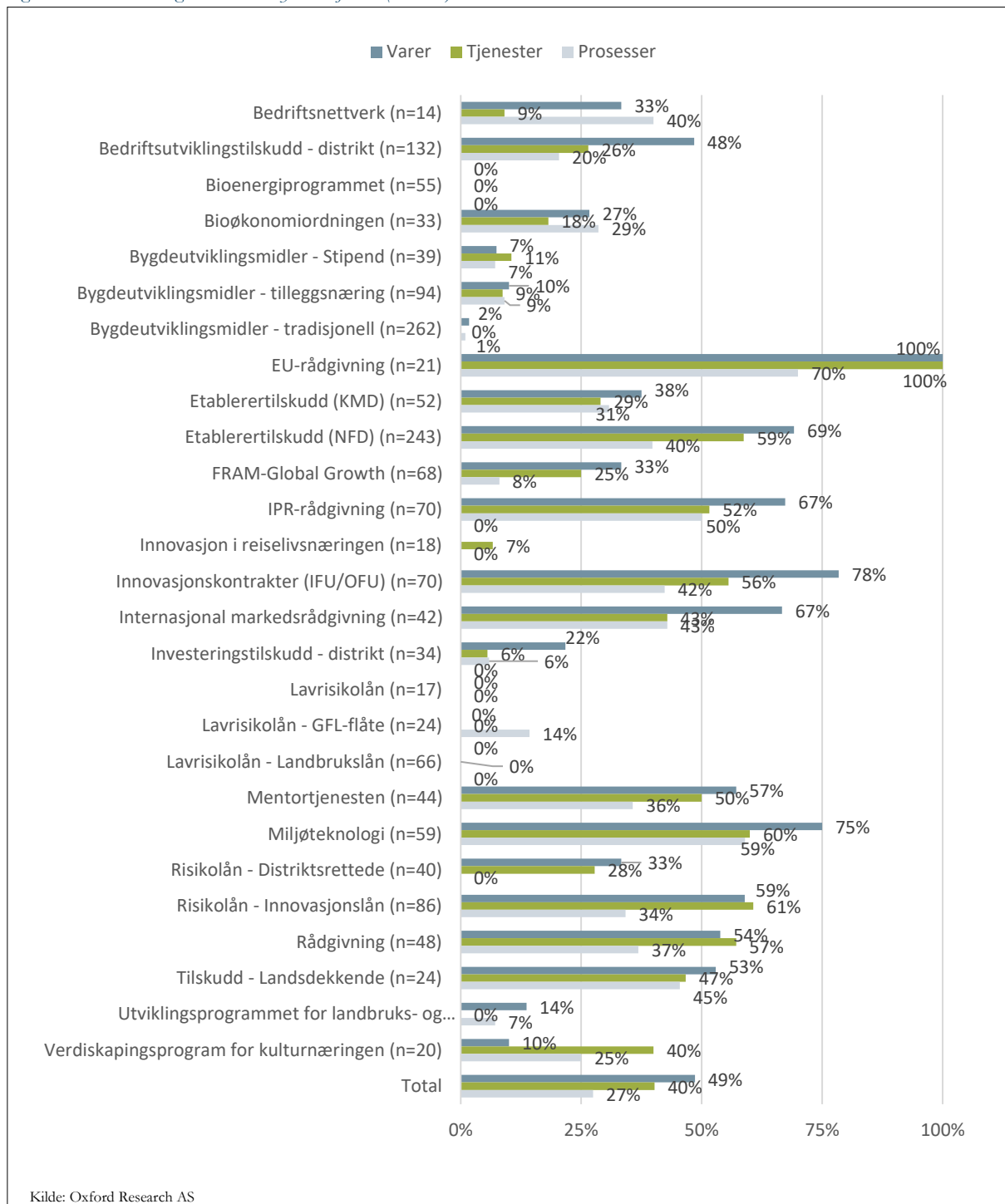
Figur 31: Nyhetsverdi. Prosent. (n: 836)



### 9.4.2 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.

Figur 32: Andel utviklinger som er helt nye etter tjeneste (n: 1163)





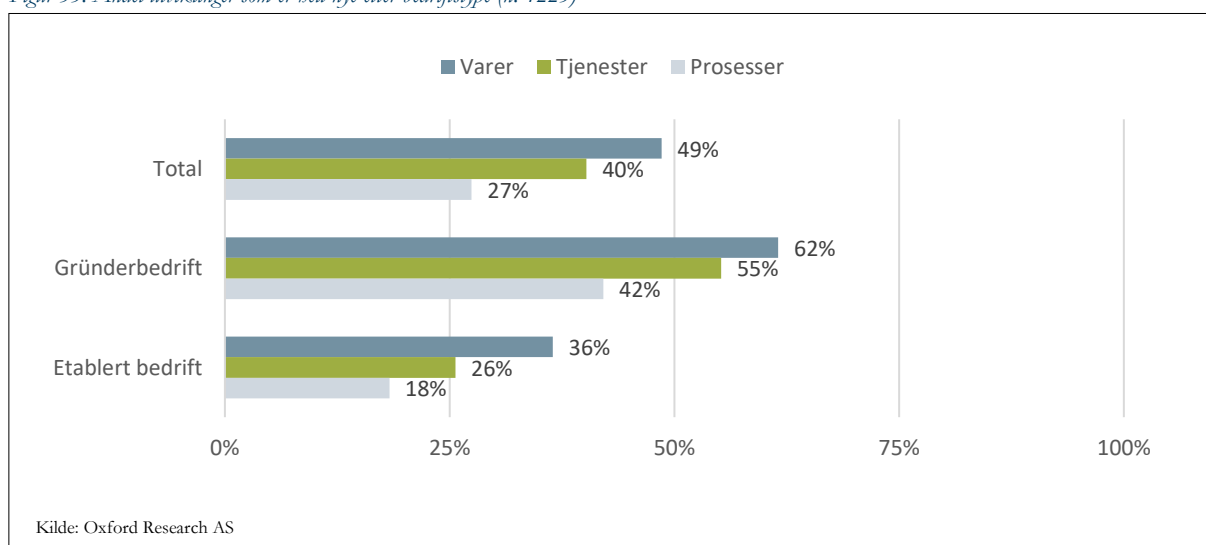
Som figuren over viser er det stort sett de samme tjenestene som har høyest andel utviklinger som er helt nye, enten det gjelder varer, tjenester eller prosesser. De tjenestene som kommer høyst ut er EU-rådgivning, Innovasjonskontrakter (IFU/OFU), IPR-rådgivning, Etablerertilskudd (NHD) og Miljøteknologi. Alle disse tjenestene var blant de som skåret høyst også i 2014-, 2015- og 2016-årgangene.

### 9.4.3 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 26 prosentpoeng høyere for gründerne (30 prosentpoeng i 2016). Også for helt nye tjenester (29 prosentpoeng høyere, 23 prosentpoeng høyere i 2016) er forskjellen betydelig. Det samme gjelder produksjonsprosesser (24 prosentpoeng i forskjell, 17 prosentpoeng forskjell i 2016).

En mulig årsak til disse forskjellene, kan være at gründerbedrifter i gjennomsnitt i større grad jobber med nyutvikling 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 og mer radikale innovasjoner i særdeleshet.

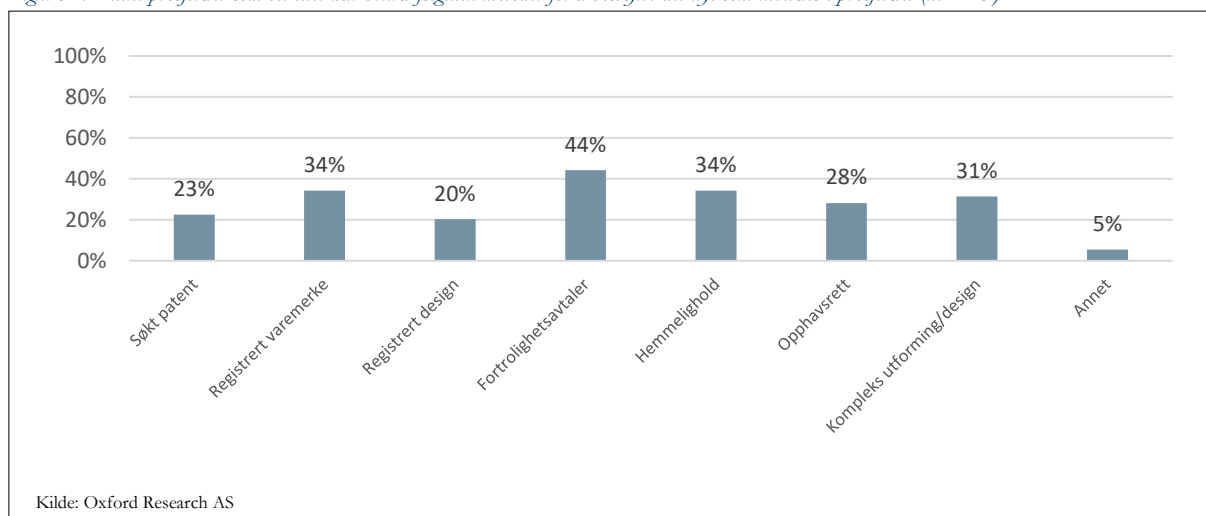
Figur 33: Andel utviklinger som er helt nye etter bedriftstype (n: 1223)



## 9.5 BESKYTTELSE AV IMMATERIELLE VERDIER

Bedriftene ble også 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 34: 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 (46 prosent, 45 prosent i 2016), registrering av varemerke (34 prosent, 34 prosent i 2016) og hemmelighold (34 prosent, 31 prosent i 2016) som flest har benyttet seg av. Dette er de samme mekanismene som er hyppigst nevnt i 2013-, 2014-, 2015- og 2016-årgangene, men sammenlignet med 2016-kullet er nivået på resultatene i store grad like. Den største endringen er en økning på fire prosentpoeng når det gjelder anvendelse av kompleks utforming/design.

### 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 EU-rådgivning, Internasjonal markedsrådgivning, IPR-rådgivning, Mentortjenesten, Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) og Etablerertilskudd (NFD).

Videre analyser som tar utgangspunkt i en totalindikator for bruk av IPR-mekanismer viser flere interessante, og kanskje ikke uventede sammenhenger. Vi finner for det første at det er en sterk sammenheng mellom prosjektenes 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. Vi finner en like sterk sammenheng mellom bruk av IPR-mekanismer og Innovasjon Norges kunderådgivere sine vurderinger av prosjektenes innovasjonshøyde. Denne måles med omtrent samme skala som kundene benytter for egenvurdering av nyhetsverdi.

Dette samsvarer med det vi finner når vi ser på virksomhetenes, eller næringene de befinner seg i, sin kompetanseintensitet. Jo mer kompetanseintensive virksomhetene eller næringene er, jo høyere er tilbøyeligheten til å benytte seg av flere ulike mekanismer for å beskytte sin IPR.

I tillegg ser vi at virksomheter og prosjekter som av Innovasjon Norge blir vurdert til å ha et høyt vekstpotensial, i langt større grad enn de som blir vurdert til å ha et lavt vekstpotensial benytter seg av IPR-mekanismer.

Videre forskjeller finner vi når vi ser på virksomhetenes eierskap. Virksomheter som ikke er rent norskeide tar i langt større grad enn rent norskeide i bruk flere IPR-mekanismer. Det samme gjelder for virksomheter utenfor det distriktpolitiske virkeområdet (sentrale strøk) sammenlignet med virksomheter innenfor det distriktpolitiske virkeområdet.

Tabell 19: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet, etter tjeneste (n: 1163)

	Søkt patent	Registrert varemerke	Registrert design	Fortrolighets-avtaler	Hemmelighold	Opphavrett/copyright	Kompleks utforming / design	Annet
Bedriftsnettverk (n=14)	17 %	33 %	38 %	29 %	14 %	33 %	71 %	0 %
Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt (n=132)	12 %	33 %	25 %	54 %	33 %	37 %	38 %	2 %
Bioenergiprogrammet (n=55)	0 %	0 %	0 %	8 %	8 %	8 %	0 %	0 %
Bioøkonomiordningen (n=33)	6 %	13 %	13 %	50 %	31 %	7 %	19 %	10 %
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=39)	0 %	17 %	18 %	18 %	25 %	6 %	13 %	17 %
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=94)	0 %	33 %	24 %	16 %	11 %	17 %	17 %	9 %
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=262)	6 %	14 %	5 %	5 %	5 %	1 %	4 %	4 %
EU-rådgivning (n=21)	40 %	64 %	18 %	67 %	67 %	55 %	100 %	50 %
Etablerertilskudd (KMD) (n=52)	13 %	46 %	32 %	57 %	45 %	53 %	45 %	21 %
Etablerertilskudd (NFD) (n=243)	38 %	56 %	34 %	76 %	58 %	56 %	58 %	21 %
FRAM-Global Growth (n=68)	23 %	35 %	28 %	50 %	48 %	40 %	36 %	6 %
IPR-rådgivning (n=70)	46 %	60 %	38 %	76 %	67 %	54 %	58 %	14 %
Innovasjon i reiselivsnæringen (n=18)	10 %	36 %	36 %	10 %	10 %	27 %	18 %	13 %
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) (n=70)	40 %	54 %	21 %	79 %	70 %	49 %	69 %	16 %
Internasjonal markedsrådgivning (n=42)	47 %	72 %	25 %	79 %	74 %	63 %	56 %	20 %
Investeringstilskudd - distrikt (n=34)	5 %	32 %	21 %	30 %	11 %	11 %	19 %	7 %
Lavrisikolån (n=17)	0 %	20 %	27 %	0 %	11 %	11 %	22 %	0 %
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=24)	0 %	0 %	0 %	14 %	13 %	0 %	14 %	14 %
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=66)	0 %	31 %	7 %	7 %	6 %	0 %	7 %	0 %
Mentortjenesten (n=44)	39 %	71 %	52 %	83 %	39 %	73 %	44 %	0 %
Miljøteknologi (n=59)	44 %	42 %	24 %	76 %	70 %	46 %	62 %	7 %
Risikolån - Distriktsrettede (n=40)	29 %	50 %	19 %	56 %	47 %	38 %	64 %	14 %
Risikolån - Innovasjonslån (n=86)	40 %	55 %	26 %	69 %	54 %	51 %	56 %	22 %
Rådgivning (n=48)	52 %	42 %	35 %	48 %	40 %	25 %	42 %	0 %
Tilskudd - Landsdekkende (n=24)	47 %	60 %	33 %	69 %	31 %	60 %	42 %	29 %
Utviklingsprogrammet for landbruks- og rein-driftsbasert vekst og verdiskaping (n=36)	0 %	38 %	22 %	17 %	24 %	13 %	13 %	13 %
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=20)	0 %	55 %	40 %	70 %	25 %	67 %	44 %	14 %
<b>Total</b>	<b>30 %</b>	<b>44 %</b>	<b>27 %</b>	<b>55 %</b>	<b>44 %</b>	<b>38 %</b>	<b>43 %</b>	<b>11 %</b>

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 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, varemerkeregistrering, opphavsrett/copyright og kompleks utforming/design 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)

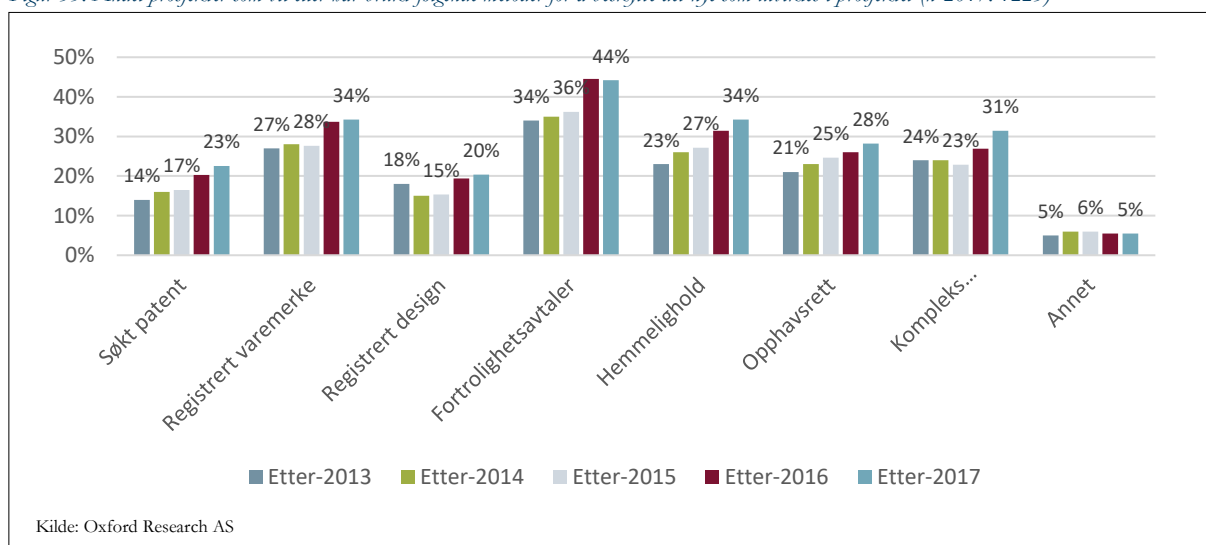
	Søkt patent	Registrert varemerke	Registrert design	Fortrolighetsavtaler	Hemmelighold	Opphavsrett/copyright	Kompleks utforming/design	Annet
<b>Etablert bedrift</b>	21 %	31 %	20 %	46%	37 %	27 %	32 %	6 %
<b>Gründerbedrift</b>	39 %	56 %	35 %	66 %	51 %	51 %	56 %	19 %
<b>Total</b>	30 %	44 %	27 %	55 %	44 %	38 %	43 %	11 %

Kilde: Oxford Research AS

### 9.5.3 Beskyttelse av immaterielle verdier over tid

I avsnitt 9.4 så vi at nyhetsverdien i utviklingsprosessene som har fått støtte fra Innovasjon Norge har endret seg, spesielt for tjenester. Det utvikles stadig mer radikale innovasjoner og som figuren under viser, gjenspeiler dette seg i at virksomhetene i økende grad også i stadig større grad beskytter sine innovasjoner gjennom de ulike beskyttelsesmekanismene.

Figur 35: Andel prosjekter som vil eller har brukt følgende metoder for å beskytte det nye som utvikles i prosjektet (n-2017: 1223)

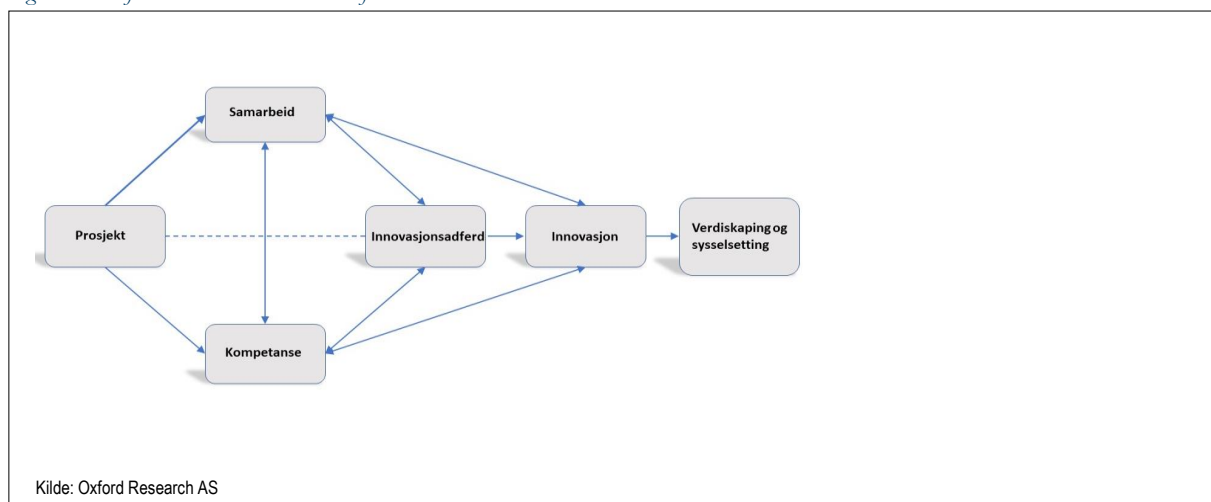




## 10. Økonomisk bærekraft

- Det har vært en økning i to av fem økonomiske indikatorer sammenlignet med Etterundersøkelsen 2016.
- Andelen prosjekter som har vært viktige (skår 4-5) for konkurranseevnen har holdt seg konstant på 46 prosent.
- Prosjektenees viktighet for bedret lønnsomhet har steget fra 36 til 37 prosent.
- Prosjektenees bidrag til overlevelse er på 56 prosent, noe som er likt fjoråret.
- Prosjektene har i stor grad ført til økt omsetning i 40 prosent av bedriftene, som er det samme nivået som i fjor.
- 17 prosent av prosjektene har i stor grad ført til økt eksport i bedriftene, som er en økning på 2 prosent fra fjorårets undersøkelse.
- For gründerbedriftene finner vi en økning i alle de fem økonomiske indikatorene, mens de etablerte bedriftene har en tilbakegang på tre av de fem.

Figur 36: Prosjektenees økonomiske bærekraft



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

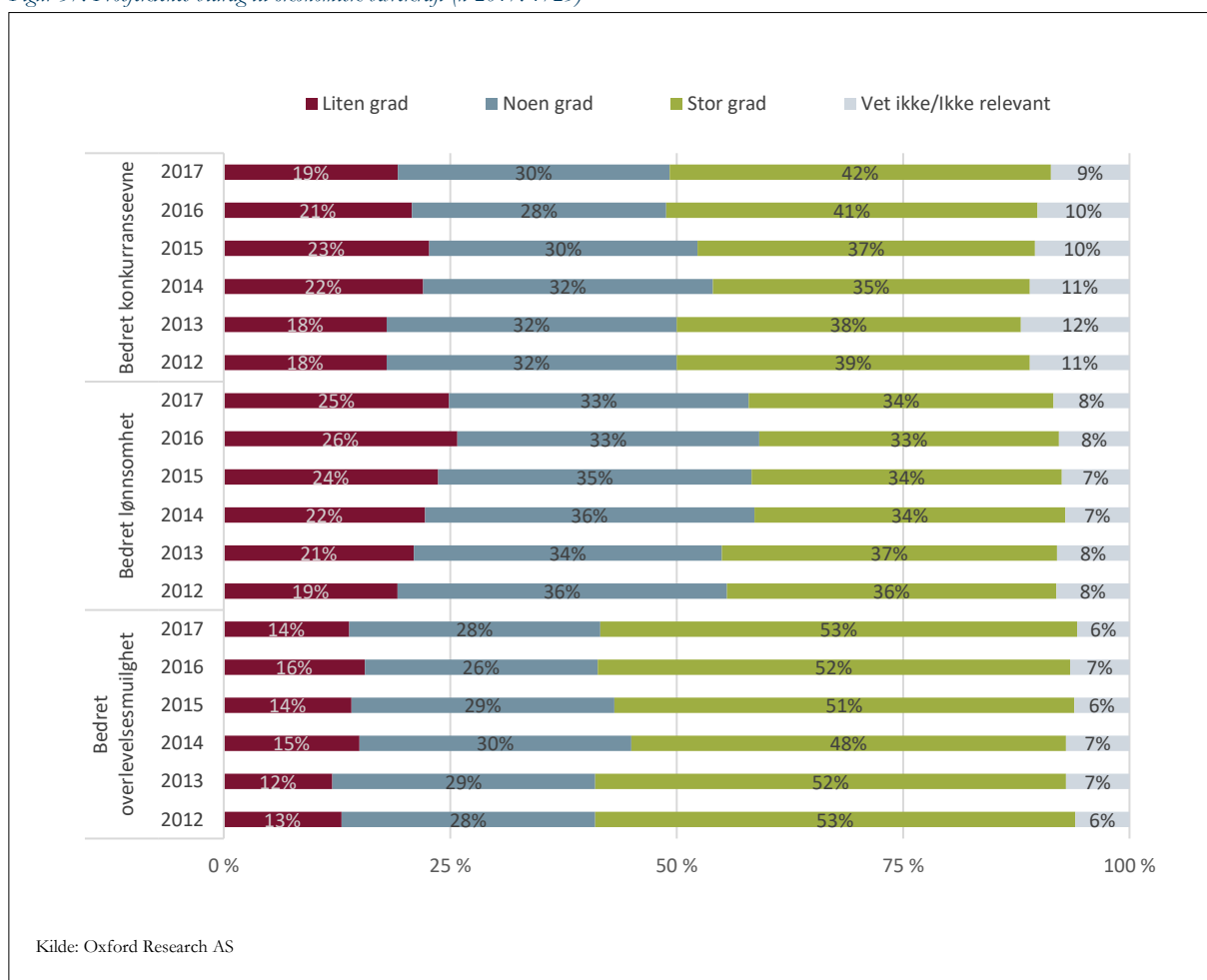
- Økonomisk dimensjon - Ved å stimulere til prosjekter som gir økt innovasjonsgrad og økonomisk bæreevne i næringslivet over hele landet.

Den økonomiske bærekraften måles i denne undersøkelsen i form av prosjektenees viktighet for bedriftenees konkurranseevne, 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.

Sett over tid har det generelt vært nokså lite variasjon i de økonomiske resultatene, men i 2014-årgangen registrerte vi en nedgang i de fleste økonomiske indikatorene, sammenlignet med 2013- og 2012-årgangene. I 2015-årgangen registrerte vi en oppbremsing av denne trenden, og vi fant høyere verdier for indikatorene Bedret konkurranseevne, Bedret overlevelsesmulighet og Økt omsetning. For indikatorene Bedret lønnsomhet og Økt eksport lå verdiene på samme nivå som for 2014-årgangen. I fjorårets undersøkelse registrerte vi en litt annen og mer ujevn utvikling.

I figuren under har vi sett hvordan prosjektenes bidrag til bedret konkurransevne, bedret lønnsomhetsutvikling og bedret overlevelsesevne har utviklet seg fra 2012- til 2017-årgangen. Bedret konkurransevne har økt fra 41 til 42 prosent, som er det høyeste nivået målt de siste seks årene. Bedret lønnsomhet har økt fra 33 til 34 prosent. Prosjektenes bidrag til overlevelse har også økt, fra 52 til 53 prosent, som er blant de høyeste verdiene målt de siste seks årene. Økt omsetning har gått tilbake fra 40 til 37 prosent, noe som er den laveste verdien målt de siste seks årene

Figur 37: Prosjektenes bidrag til økonomisk bærekraft (n-2017: 1725)



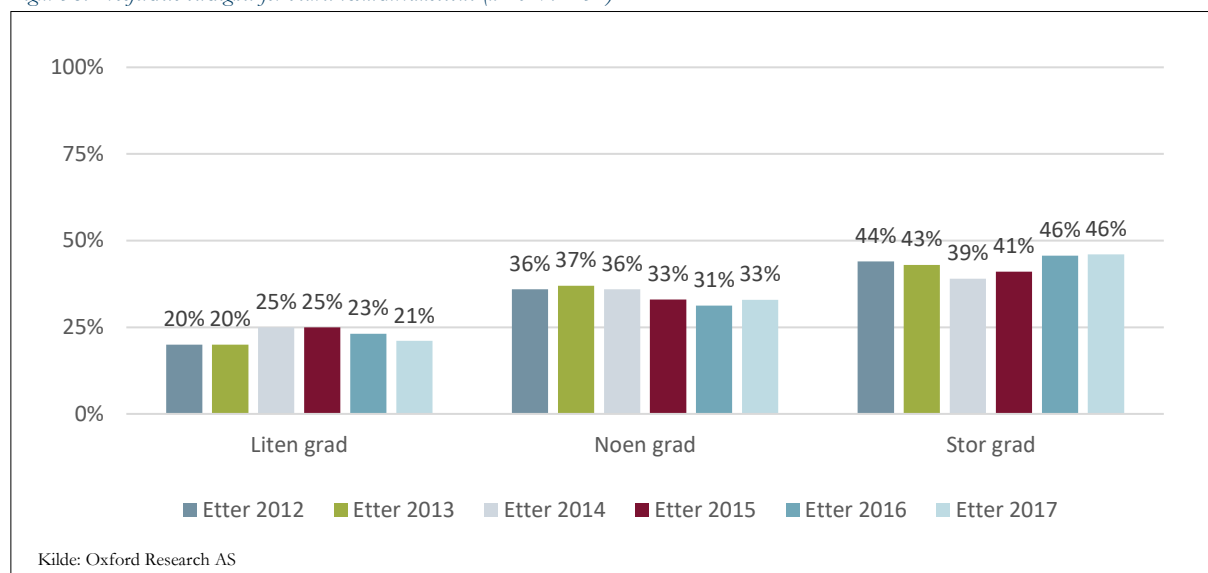
Vi vil i det følgende studere de ulike indikatorene i den økonomiske bærekraften noe mer i detalj, og starter med å se nærmere på prosjektenes bidrag til bedret konkurransevne for bedriftene.

### 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.

46 prosent av virksomhetene fremhever at prosjektet i stor grad har vært viktig for konkurransevnenene, mens 31 prosent sier det i noen grad har vært viktig og 23 prosent sier at det har i liten grad har vært viktig. Andelen som svarer i stor grad, er nå på nivå med 2016-årgangen.

Figur 38: Prosjektets viktighet for bedret konkurransevne (n-2017: 1431)



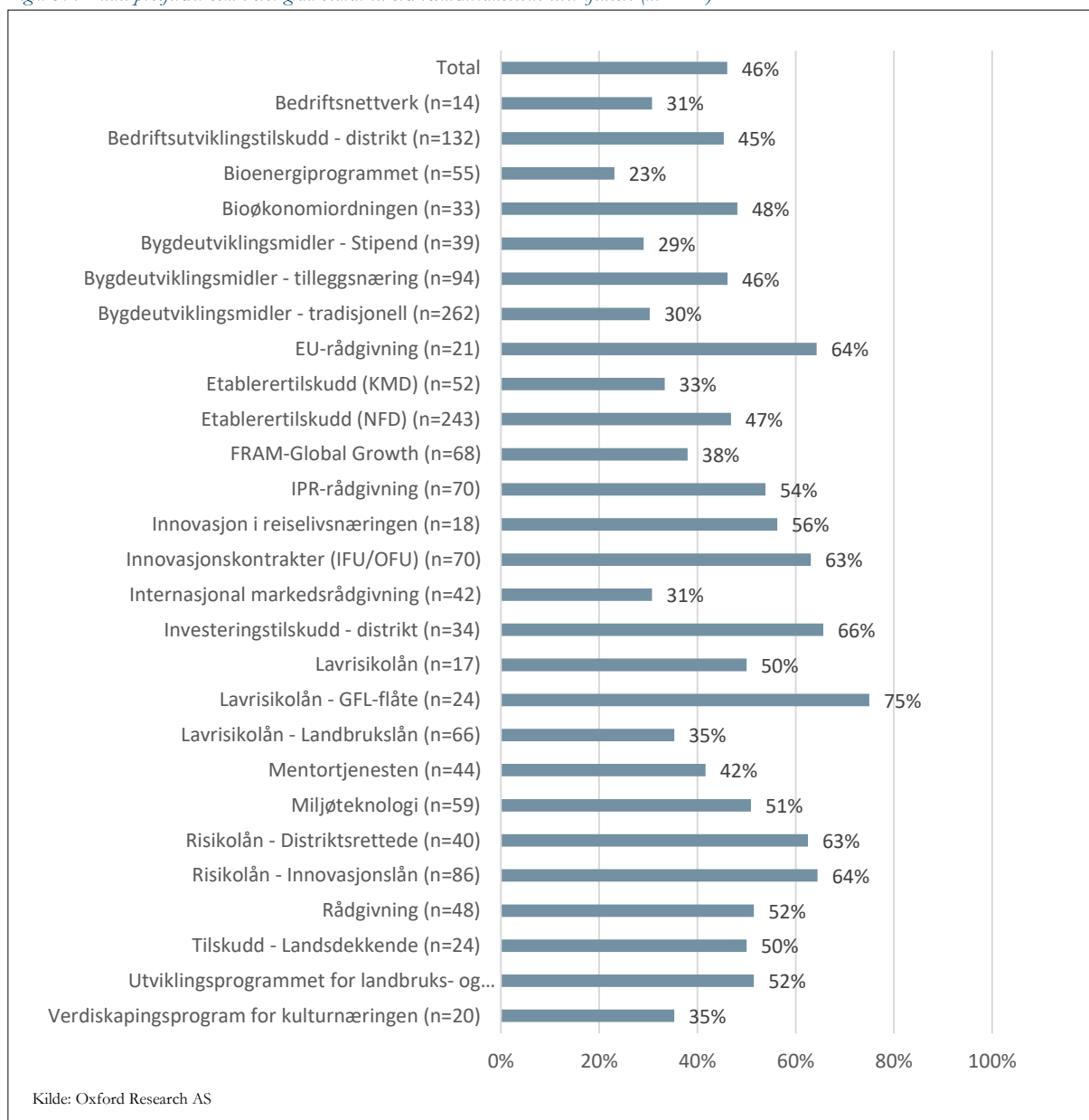
### 10.1.1 Betydningen for konkurransevne etter tjeneste

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 konkurransevne.

Andelen prosjekter som har vært viktig for konkurransevnen, varierer mellom 23 og 75 prosent (2016: 26 og 90 prosent). De tjenestene som har hatt størst betydning for konkurransevnen er Lavrisikolån – GFL-flåte (75 prosent), Investeringstilskudd – distrikt (66 prosent), EU-rådgivning og Risikolån – Innovasjonslån (begge 64 prosent). Betydningen for konkurransevnen er minst for prosjektene i Bioenergiprogrammet (23 prosent), Bygdeutviklingsmidler – Stipend (29 prosent) og Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell (30 prosent).



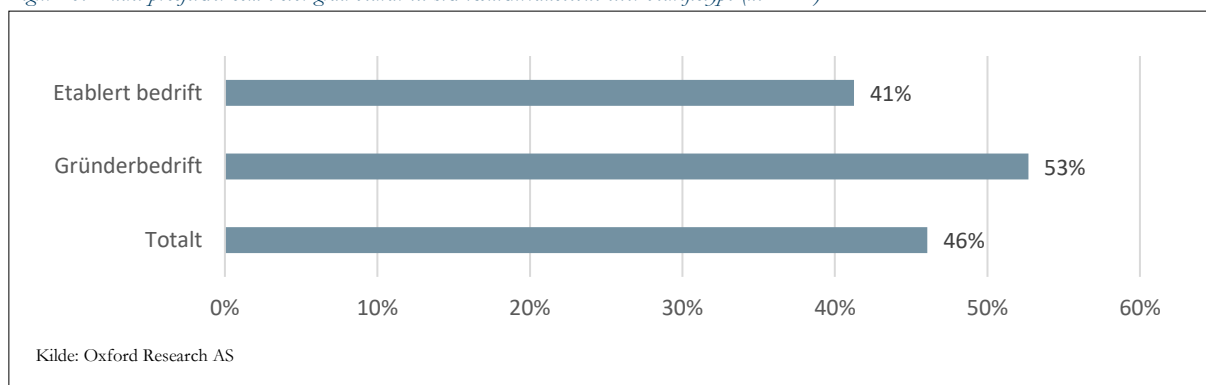
Figur 39: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt konkurransevne etter tjeneste (n: 1411)



### 10.1.2 Betydningen for konkurransevne etter bedriftstype

Figuren under viser at gründernes prosjekter (53 prosent, 48 prosent i 2016, 44 prosent i 2015, 46 prosent i 2014, 47 prosent i 2013 og 46 prosent i 2012) har større betydning for konkurransevnen enn de etablerte bedriftenes prosjekter (41 prosent, 44 prosent i 2016, 40 prosent i 2015, 35 prosent i 2014, 42 prosent i 2013, 39 prosent i 2012).

Figur 40: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt konkurransevne etter bedriftstype (n: 1411)



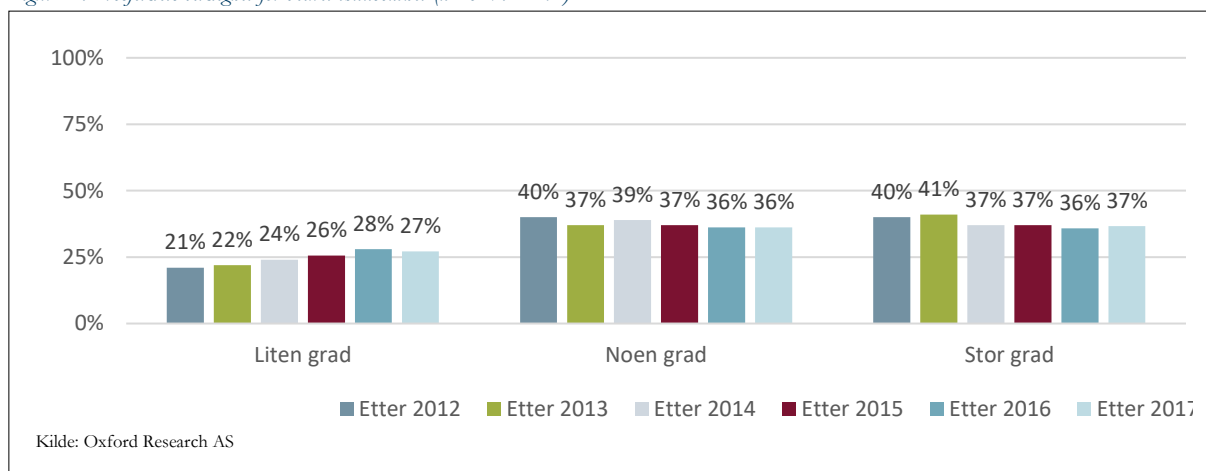
## 10.2 BEDRET LØNNSOMHET

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.

37 prosent av bedriftene påpeker at prosjektet i stor grad har vært viktig for lønnsomhetsutviklingen i deres virksomhet, mens 36 prosent sier det har vært noe viktig og 28 prosent mener det i liten grad har vært viktig. Sett under ett, er dette en marginal økning sammenlignet med 2016-årgangen.

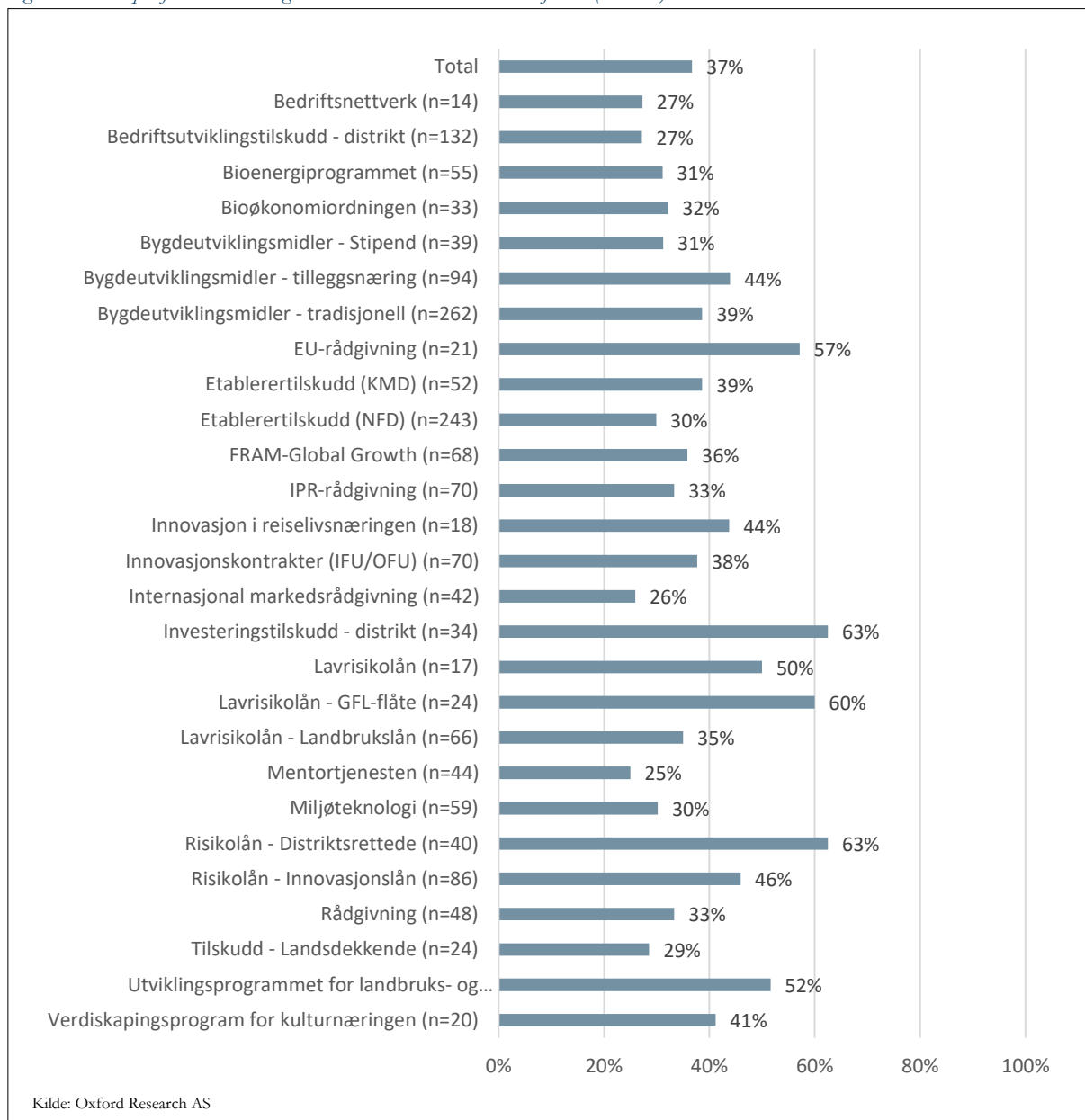
Figur 41: Prosjektets viktighet for bedret lønnsomhet (n-2017: 1429)



### 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 25 og 63 prosent, mellom 8 og 77 prosent i 2016).

Figur 42: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt lønnsomhet etter tjeneste (n: 1429)



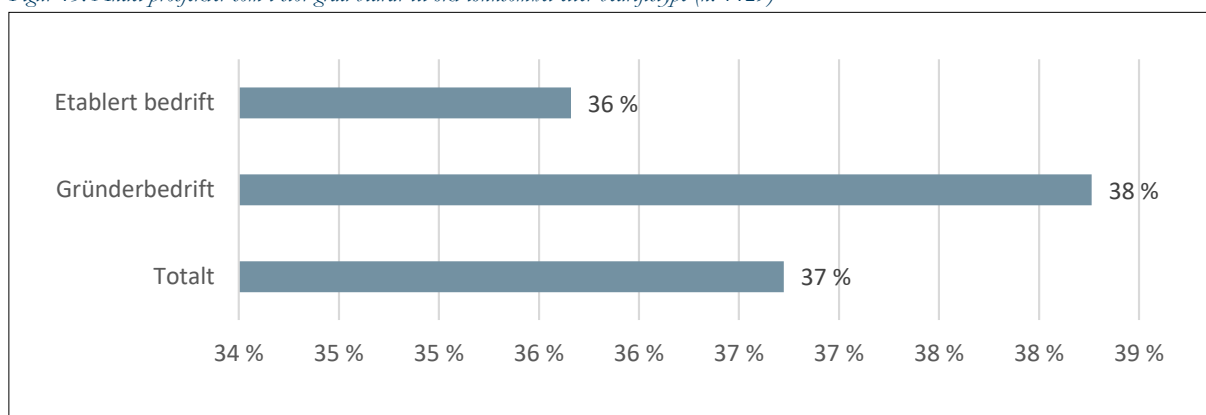
De tjenestene hvor betydningen for lønnsomhet er størst, er Risikolån – Distriktsrettede og Investeringstilskudd - distrikt (begge 63 prosent), Lavrisikolån – GFL-flåte (60 prosent) og EU-rådgivning (57 prosent). Risikolån – Distriktsrettede hadde en topplassering ved fjorårets undersøkelse (da 77 prosent). Det er viktig å merke seg at de fleste av tjenestene som har høyest betydning for lønnsomhet, også er blant de tjenestene som mottar de største beløpene.

I den andre enden av skalaen finner vi Mentortjenesten (25 prosent), Internasjonal markedsrådgivning (26 prosent), Bedriftsnettverk og Bedriftsutviklingstilskudd – distrikt (begge 27 prosent).

### 10.2.2 Betydning for lønnsomhetsutvikling etter bedriftstype

Prosjektets betydning for bedriftens lønnsomhet har gått opp med ett prosentpoeng sammenlignet med Etterundersøkelsen 2016. Oppgangen fordeler seg jevnt på etablerte og gründerbedrifter. For etablerte bedrifter er det 36 prosent som rapporterer at prosjektet har hatt stor betydning for lønnsomhetsutviklingen (35 prosent i 2016). For gründerbedriftene har prosjektets betydning for lønnsomhetsutviklingen økt fra 37 prosent i 2016 til 38 prosent i 2017.

Figur 43: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt lønnsomhet etter bedriftstype (n: 1429)

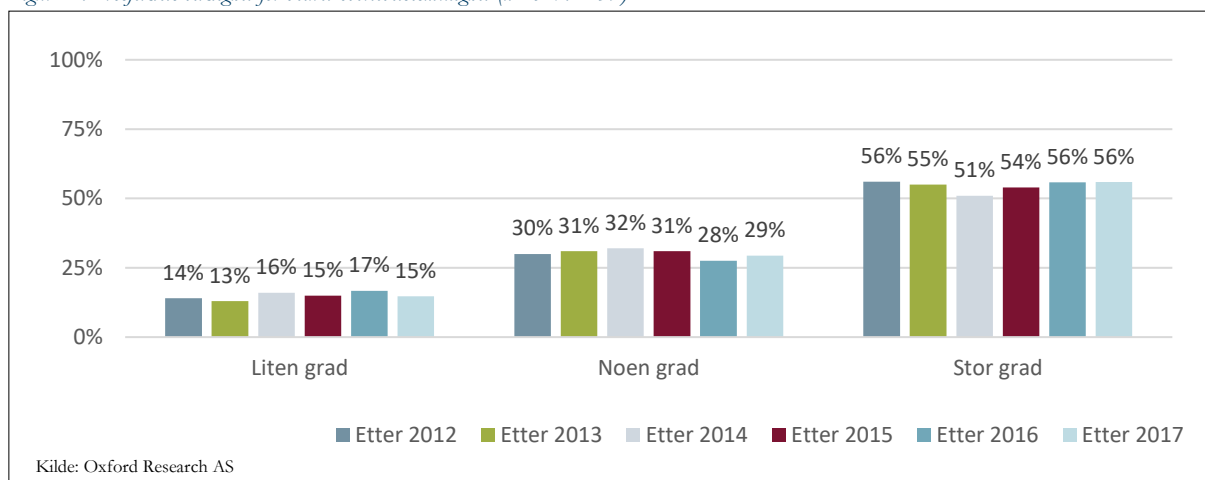


## 10.3 BEDRET OVERLEVELSESMULIGHET

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 2017 er det 56 prosent av bedriftene som sier at prosjektet har bidratt til overlevelse i stor grad. Overlevelse er fremdeles den indikatoren som flest bedrifter rapporterer stort bidrag til, og den er lik som fjorårets.

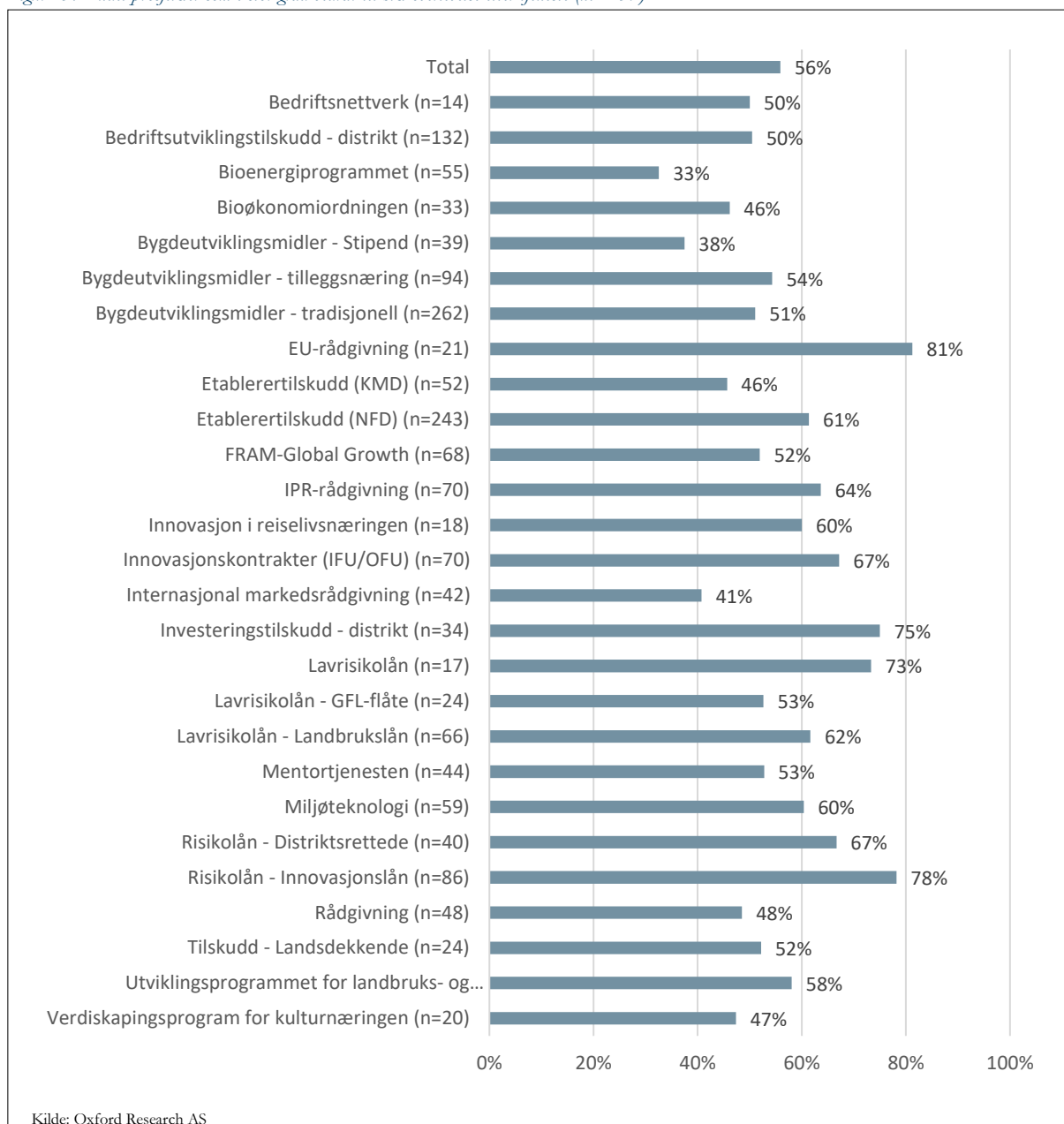
Figur 44: Prosjektets viktighet for bedret overlevelsesmulighet (n-2017: 1459)



### 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 EU-rådgivning (81 prosent) som rapporterer høyest bidrag til overlevelse. Deretter følger mottakere av Risikolån - Innovasjonslån (78 prosent), Investeringstilskudd - distrikt (75 prosent) og Lavrisikolån (73 prosent). De som har lavest bidrag til overlevelse fra prosjektet er Bioenergiprogrammet (33 prosent) og Bygdeutviklingsmidler – Stipend (38 prosent).

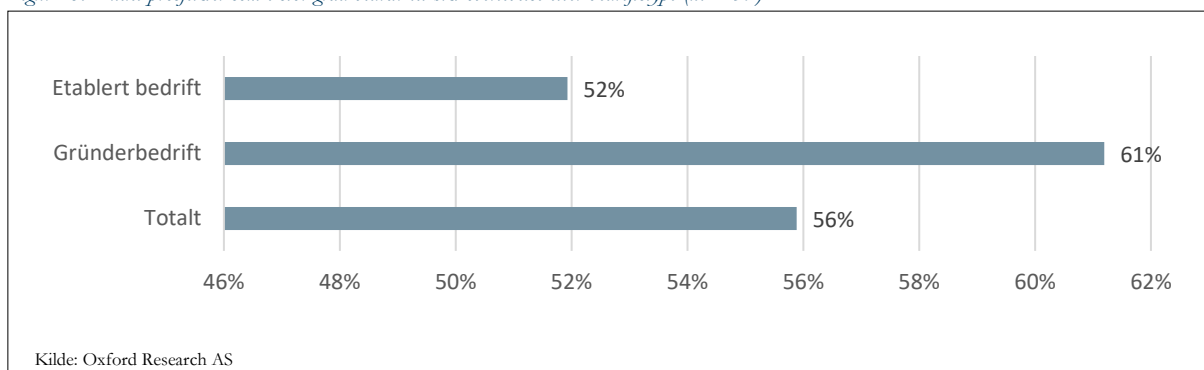
Figur 45: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt overlevelse etter tjeneste (n: 1459)



### 10.3.2 Betydning for overlevelse etter bedriftstype

I 2015 undersøkelsen fant vi en utvikling vi ikke hadde sett tidligere med hensyn til prosjektenes betydning for bedriftenes overlevelse, der de etablerte bedriftene rapporterte størst bidrag. I fjorårets undersøkelse var vi tilbake til det normale forholdet der gründerbedriften skårer høyest på denne indikatoren, og det samme ser vi for årets undersøkelse. Sammenlignet med fjorårets undersøkelse registrerer vi en økning i indikatoren på tre prosentpoeng for gründerne (fra 58 prosent i 2016 til 61 prosent i årets undersøkelse) og en nedgang på to prosentpoeng for de etablerte bedriftene (fra 54 prosent i 2016 til 52 prosent i årets undersøkelse).

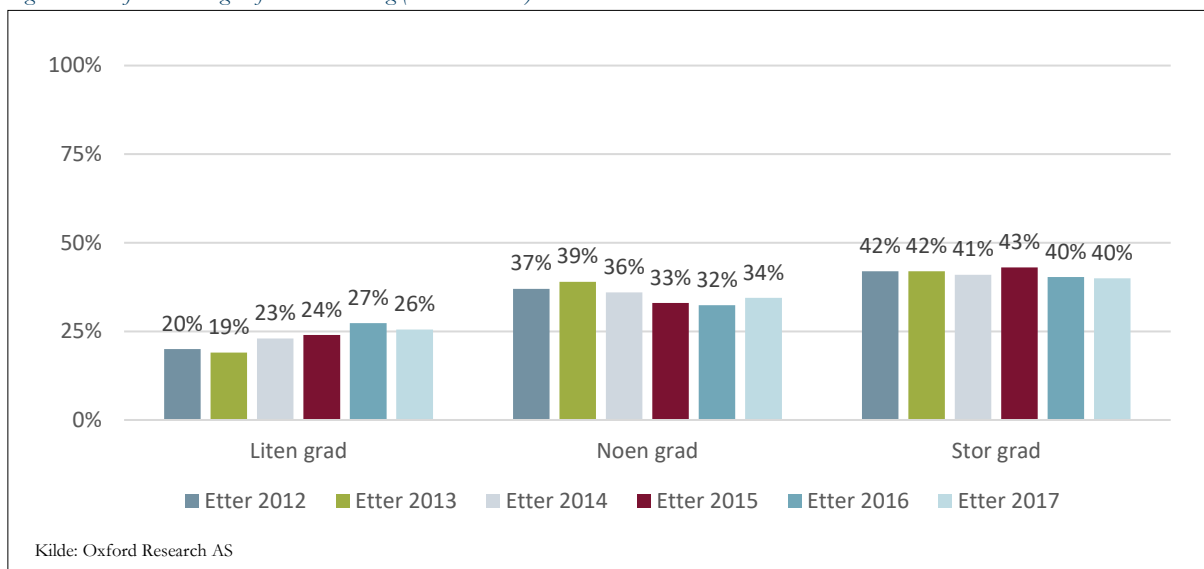
Figur 46: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt overlevelse etter bedriftstype (n: 1459)



## 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?". Prosjektene betydning for omsetning har minket med tre prosentpoeng. Totalt er det nå 40 prosent av bedriftene som rapporterer at prosjektet i stor grad har hatt betydning for økt omsetning, mens 34 prosent rapporterer at det i noen grad har hatt betydning og 26 prosent at det i liten grad har hatt betydning for omsetningen. Neste figur viser betydningen av prosjektet for omsetningen de siste seks årene.

Figur 47: Prosjektets viktighet for økt omsetning (n-2017: 1431)



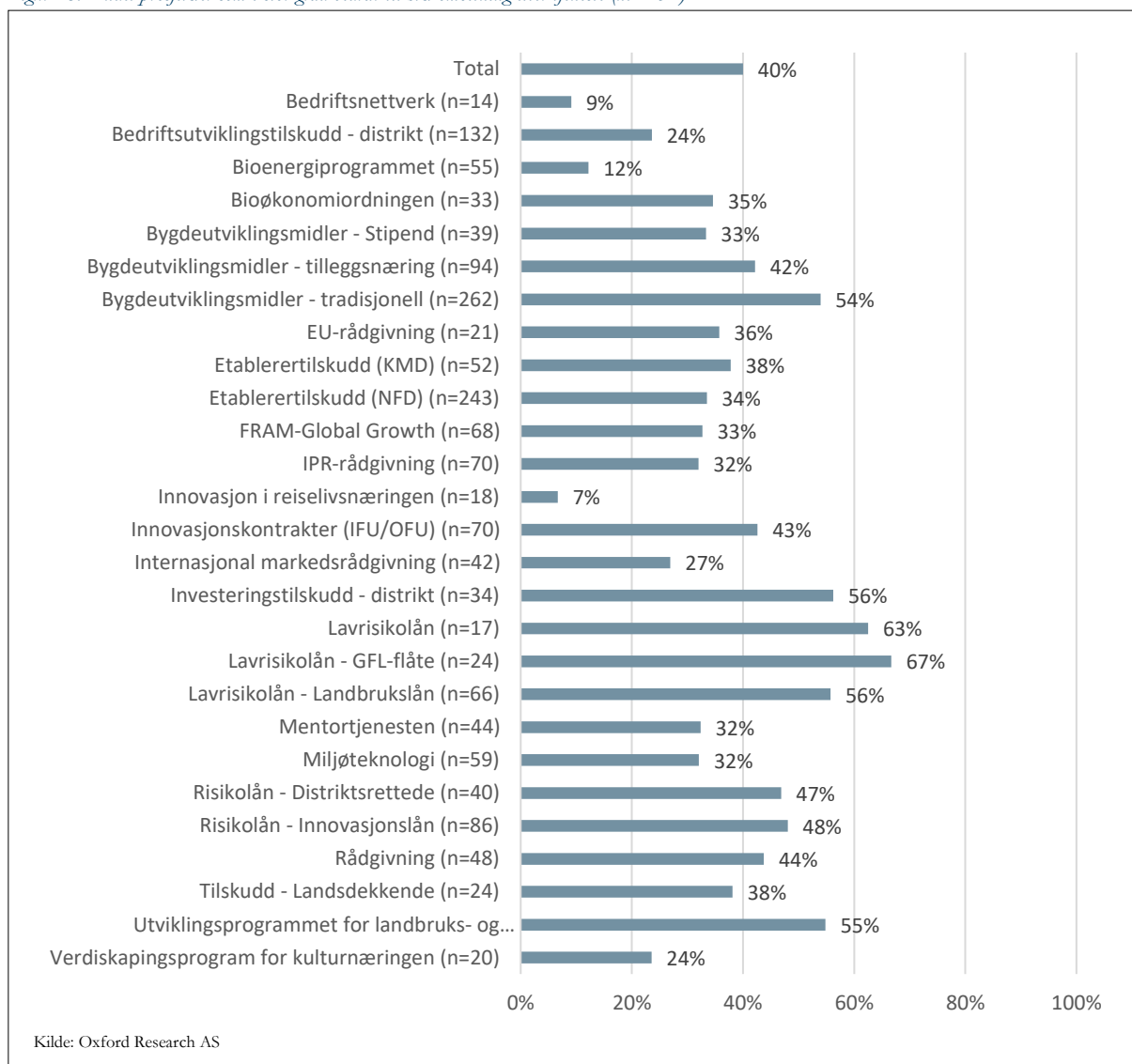
#### 10.4.1 Økt omsetning etter tjeneste

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 dem. Tjenestene som har bidratt mest til omsetningsøkning er Lavrisikolån – GFL-flåte (67 prosent), Lavrisikolån (63 prosent) og Investeringsstilskudd - distrikt (56 prosent). Funnene er i tråd med foregående undersøkelser, der tjenestene som har mottatt ulike former for risikolån og investeringsstilskudd skårer høyt på denne indikatoren. De tjenestene som har lavest bidrag til økt omsetning er Innovasjon i reiselivsnæringen (7 prosent), Bedriftsnettverk (9 prosent) og Bioenergiprogrammet (12 prosent).

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 som har bidratt mest til omsetningsøkning blant tjenestene er Lavrisikolån – GFL-flåte (67 prosent), Lavrisikolån (63 prosent) og Investeringsstilskudd - distrikt (56 prosent). Funnene er i tråd med foregående undersøkelser, der tjenestene har mottatt ulike former for risikolån og investeringsstilskudd scorer høyt på denne indikatoren. De som har lavest bidrag til omsetning er Innovasjon i reiselivsnæringen (7 prosent), Bedriftsnettverk (9 prosent) og Bioenergiprogrammet (12 prosent).



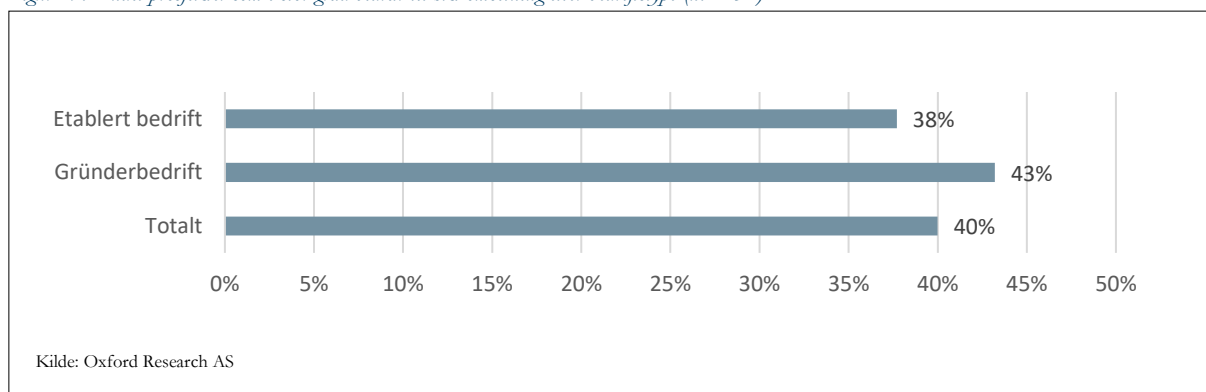
Figur 48: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning etter tjeneste (n: 1431)



### 10.4.2 Omsetning etter bedriftstype

Neste figur viser betydningen av prosjektene på økt omsetning for de ulike bedriftstypene. Også for denne indikatoren fant vi i 2015 undersøkelse at bidraget var større for de etablerte bedriftene enn for gründerne. Dette endret seg i 2016, der vi fant en redusert betydning for de etablerte bedriftene på syv prosentpoeng (fra 46 prosent i 2015 til 39 prosent i 2016), mens vi registrerte en økt betydning for gründerbedriftene på fire prosentpoeng (fra 38 prosent i 2015 til 42 prosent i 2016). I årets undersøkelse ser vi en redusert betydning på ett prosentpoeng for de etablerte bedriftene (fra 39 prosent i 2016 til 38 prosent), mens vi ser en økt betydning for gründerbedriftene på ett prosentpoeng (fra 42 prosent i 2016 til 43 prosent).

Figur 49: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning etter bedriftstype (n: 1431)

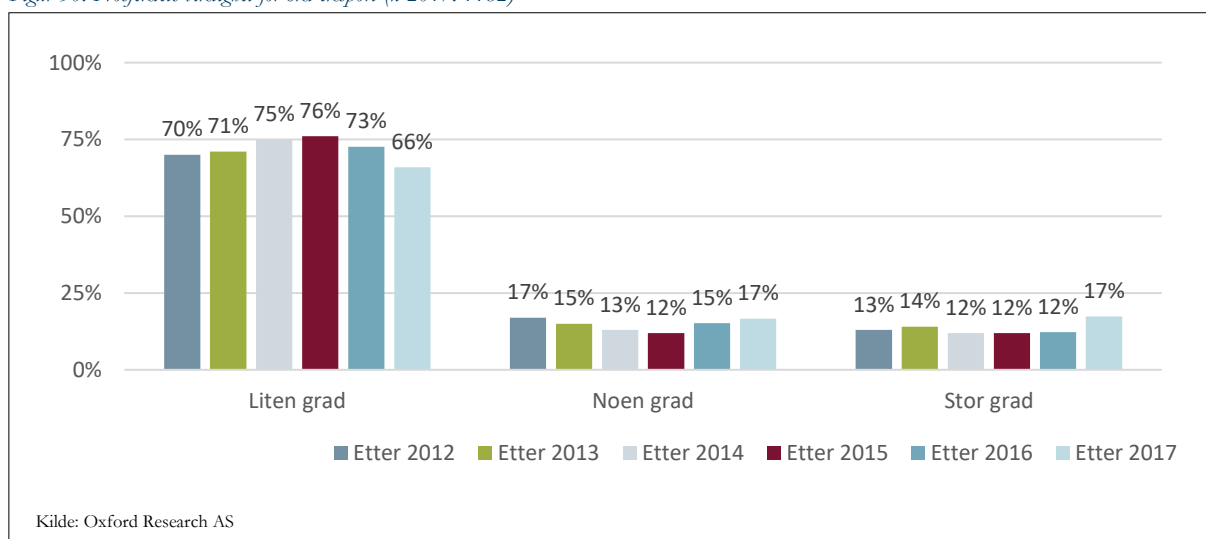


## 10.5 ØKT EKSPORT

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 17 prosent av prosjektene som har ført til økt eksport. Dette er en solid økning sammenlignet med de fem foregående årgangene. 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 50: Prosjektets viktighet for økt eksport (n-2017: 1182)

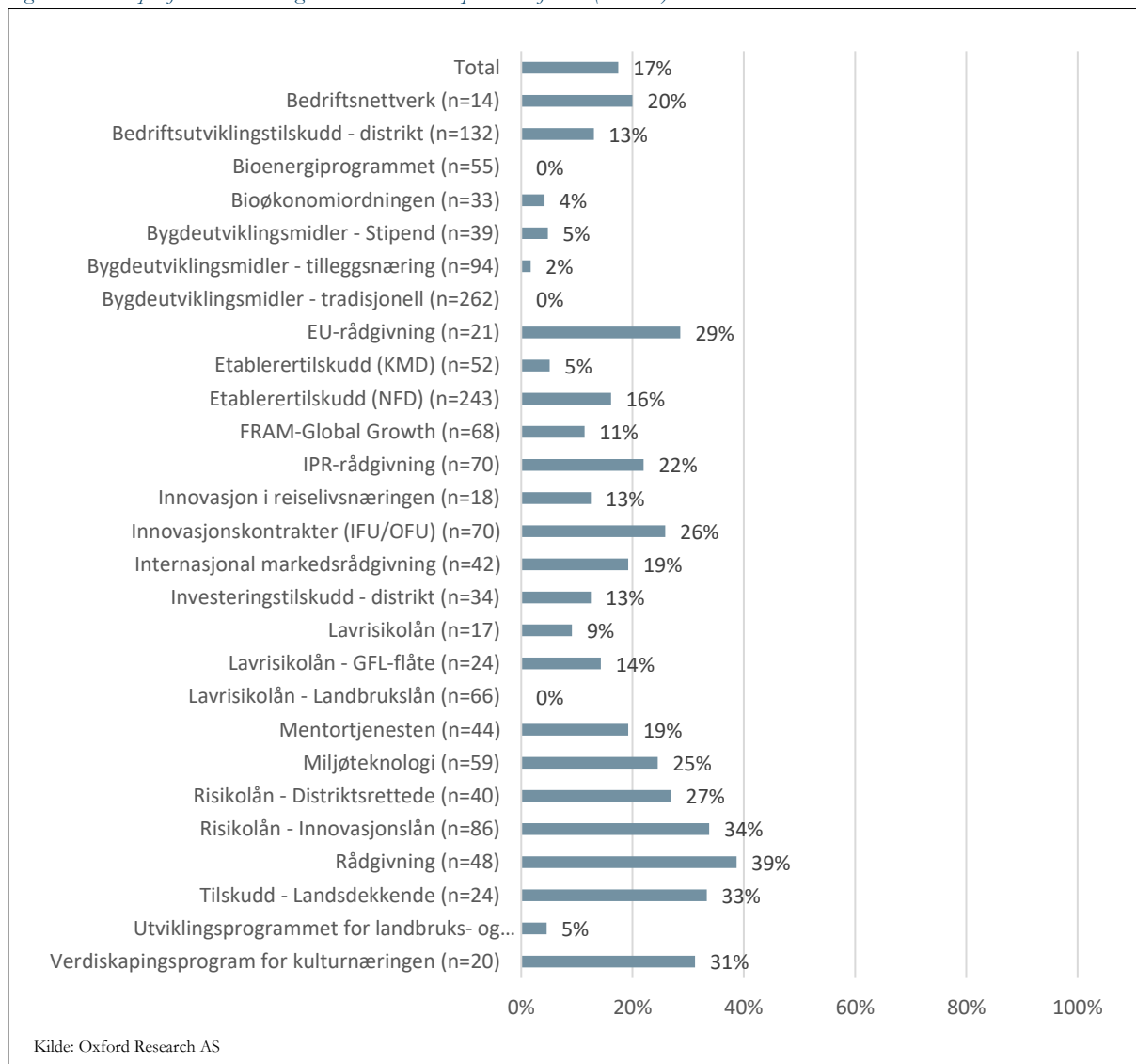


### 10.5.1 Eksport etter tjeneste

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 landbruks tjenester. De tjenestene som i størst grad har bidratt til økt eksport er Rådgivning (39 prosent), Risikolån – Innovasjonslån (34 prosent), Tilskudd – Landsdekkende (33 prosent), EU-rådgivning (29 prosent) og Risikolån – Distriktsrettede (27 prosent).

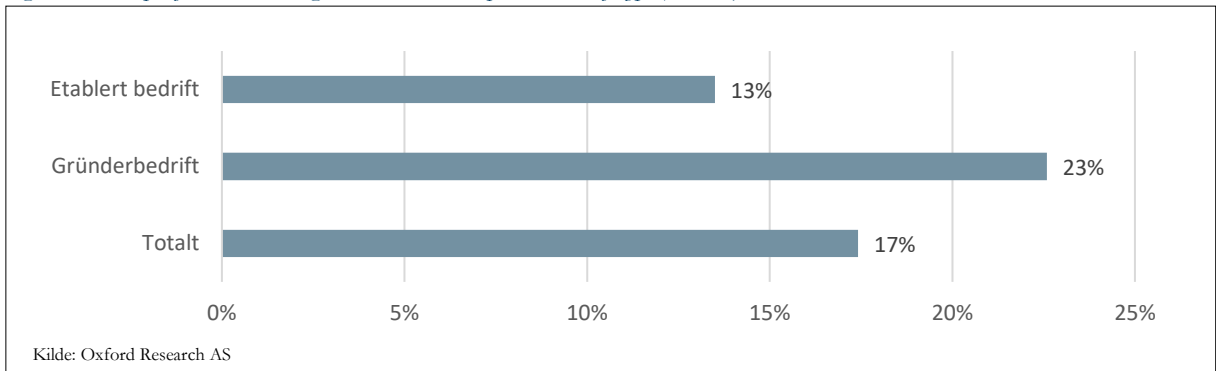
Figur 51: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport etter tjeneste (n: 1182)



### 10.5.2 Eksport etter bedriftstype

Dersom vi undersøker prosjektenes betydning etter bedriftstype, kan vi se at prosjektene har ført til betydelig mer eksport for gründerne (23 prosent, 16 prosent i 2016). For de etablerte bedriftene finner vi at en høyere andel av bedriftene rapporterer at prosjektene i stor grad bidrar til økt eksport (13 prosent, 9 prosent i 2016). For de etablerte bedriftene finner vi at en høyere andel av bedriftene rapporterer at prosjektene i stor grad bidrar til økt eksport fra i fjor til i år (13 prosent, 9 prosent i 2016).

Figur 52: Andel prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport etter bedriftstype (n: 1182)





## 11. Miljø- og samfunnseffekter

- Prosjektene bidrar – som i foregående års undersøkelser - i mindre grad til miljø- og samfunnseffekter enn til økonomiske effekter i virksomhetene.
- Samlet sett bidrar prosjektene mer til miljø- enn samfunnseffekter. Dette er en endring sammenlignet med fjorårets undersøkelse, men i tråd med 2014- og 2015-årgangene.
- Prosjektene bidrar mest til bedre utnyttelse av naturressurser og minst til økt mangfold i næringslivet.
- 36 prosent av prosjektene har ett eller flere miljøbidrag (33 prosent for 2016).

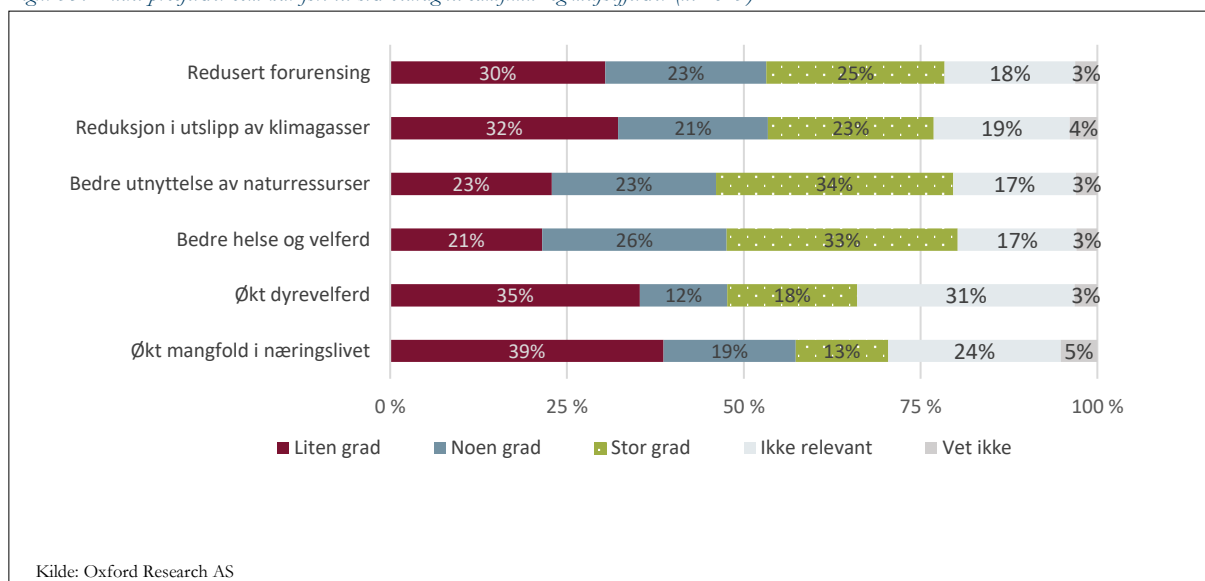
Innovasjon Norge skal bidra til å utvikle et mer allsidig og bærekraftig norsk næringsliv som kan løse store felles samfunnsutfordringer. Innovasjon Norge skal arbeide for at behovene til dagens generasjon sikres uten å sette til side kommende generasjoners mulighet til å imøtekomme sine behov. Dette er et mål for alle Innovasjon Norges aktiviteter. Prosjekter som Innovasjon Norge støtter, skal derfor vurderes ut fra potensiell positiv miljø- og samfunnseffekt:

- Prosjektet har positiv miljøeffekt dersom det bidrar til redusert forurensning, reduksjon i utslipp av klimagasser og bedre ressursutnyttelse. Dette kan være gjennom tiltak i egen bedrift eller i varer/tjenester som bedriften leverer.
- Prosjektet har positiv samfunnseffekt dersom det bidrar til å løse konkrete samfunnsutfordringer – eksempelvis knyttet til helse og velferd, dyrevelferd og mangfold i næringslivet. Dette kan være gjennom tiltak i egen bedrift eller i varer og tjenester som bedriften leverer.

De første tre spørsmålene i figuren under måler prosjektenes miljøeffekter. De største bidragene er i tilknytning til bedre utnyttelse av naturressurser. Det er her 34 prosent av prosjektene som i stor grad har ført til økt bidrag (31 prosent i 2016). Andelen prosjekter som i stor grad har bidratt til redusert forurensning og reduksjon i utslipp av klimagasser er henholdsvis 25 og 23 prosent (22 og 18 prosent i 2016). Det vil si at det er en økning på henholdsvis tre og fem prosentpoeng på disse indikatorene sammenlignet med fjorårets undersøkelse.

De tre siste spørsmålene måler samfunnseffekter. Her er det høyest andel bedrifter som svarer at prosjektene i stor grad har bidratt til «bedre helse og velferd» (33 prosent, 36 prosent i 2016). Videre sier 18 prosent at prosjektene i stor grad har bidratt til «økt dyrevelferd» (21 prosent i 2016). Det er 13 prosent som svarer at prosjektet i stor grad har påvirket økt mangfold i næringslivet (13 prosent i 2016).

Figur 53: 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 MILJØEFFEKTER

### 11.1.1 Miljøeffekter etter tjeneste

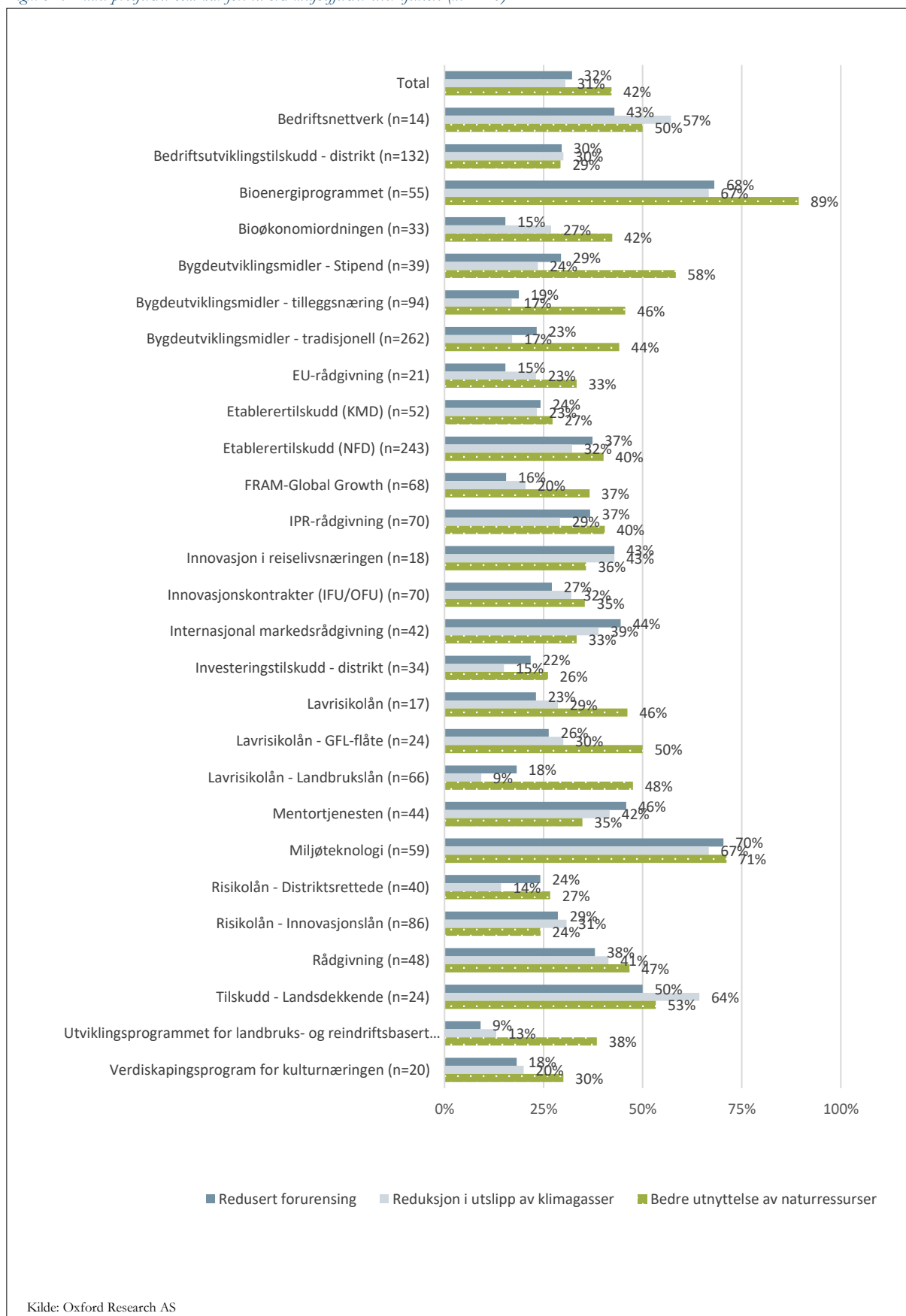
Når vi ser på miljøeffekter, er det noen tjenester som utmerker seg spesielt. Dette er Bioenergiprogrammet, Miljøteknologi og Tilskudd - Landsdekkende. Disse tjenestene har et sterkt miljømessig fokus, og alle tre skårer høyt på de tre miljøkategoriene.

For **redusert forurensning** er det Miljøteknologi (70 prosent), Bioenergiprogrammet (68 prosent), og Tilskudd – Landsdekkende (50 prosent) som har størst bidrag. Videre ser vi at Mentortjenesten (46 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 Miljøteknologi, (67 prosent), (Bioenergiprogrammet (67 prosent og Tilskudd – Landsdekkende (64 prosent)).

Den tredje og siste dimensjonen som måler den miljømessige bærekraften, er **bedre utnyttelse av biologiske ressurser**. Høyest bidrag til denne finner vi for virksomheter som har deltatt i Bioenergiprogrammet (89 prosent), Miljøteknologi, (71 prosent), Bygdeutviklingsmidler - Stipend (58 prosent) og Tilskudd – Landsdekkende (53 prosent)). Det er også flere andre tjenester som skårer relativt høyt på denne indikatoren. Dette bidrar til at det er den indikatoren, som i tidligere undersøkelser, som har de høyeste verdiene.

Figur 54: Andel prosjekter som har ført til økt miljøeffekter etter tjeneste (n: 1210)

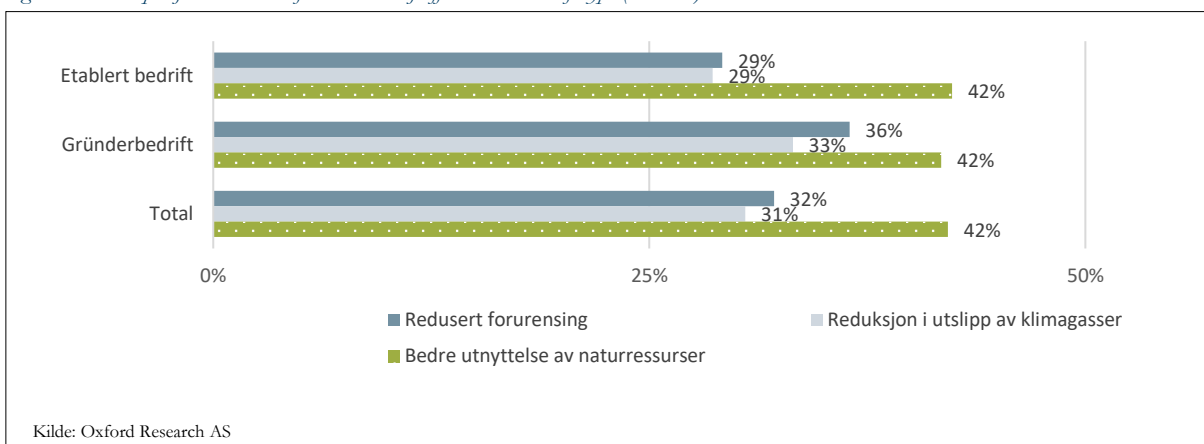




### 11.1.2 Miljøeffekter etter bedriftstype

Som figuren under viser, er det relativt liten variasjon mellom bidragene til miljøeffekter mellom gründere og etablerte bedrifter. Den største variasjonen finner vi for indikatoren **redusert forurensing**. Her er bidraget 7 prosentpoeng høyere fra gründerbedriftene sammenlignet med de etablerte bedriftene.

Figur 55: Andel prosjekter som har ført til økt miljøeffekter etter bedriftstype (n: 1210)



## 11.2 SAMFUNNSEFFEKTER

### 11.2.1 Samfunnseffekter etter tjeneste

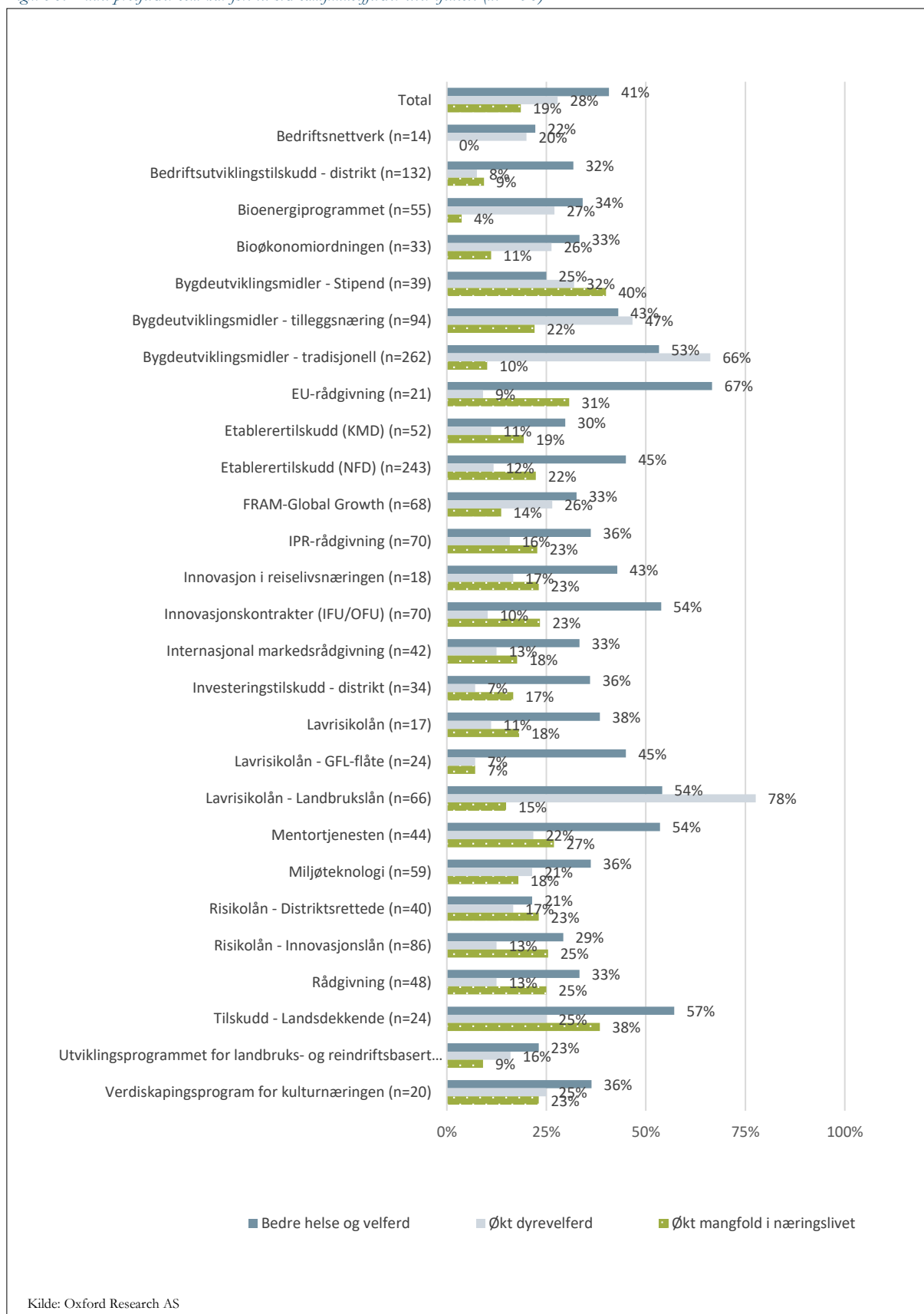
Når det gjelder prosjektenes bidrag til **samfunnsmessige effekter**, er det også for denne dimensjonen tre tjenester som peker seg ut. Lavrisikolån – Landbrukslån, Bygdeutviklingsmidler – Tradisjonell, Bygdeutviklingsmidler – Tilleggsnæring og Tilskudd – Landsdekkende skærer alle gjennomgående høyt.

Når vi ser mer detaljert på de ulike indikatorene, finner vi at tjenestene EU-rådgiving, Lavrisikolån – Landbrukslån, Mentortjenesten og Bygdeutviklingsmidler – Tradisjonell skærer høyest på **Bedre helse og velferd**, mens tjenestene Risikolån - Distriktsrettede og Bedriftsnettverk har lavest bidrag.

For **Økt dyrevelferd** skiller Lavrisikolån – Landbrukslån, Bygdeutviklingsmidler – Tradisjonell, Bygdeutviklingsmidler – Tilleggsnæring seg positivt ut, mens Lavrisikolån - GFL-flåte, Investeringstilskudd - Distrikt og EU-rådgivning skærer lavest.

Når det gjelder **økt mangfold i næringslivet**, er det færre virksomheter og tjenester som i stor grad bidrar til dette. De høyeste bidragene finner vi for Tilskudd – Landsdekkende og Bygdeutviklingsmidler – Stipend, mens tjenestene Bedriftsnettverk, Bioenergiprogrammet og Lavrisikolån - GFL-flåte oppgir de laveste bidragene.

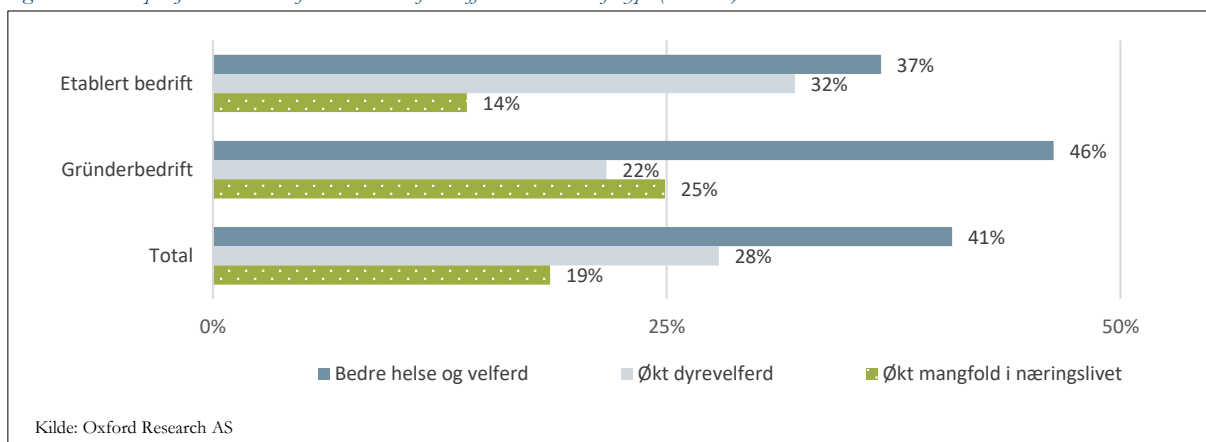
Figur 56: Andel prosjekter som har ført til økt samfunnseffekter etter tjeneste (n: 1256)



### 11.2.2 Samfunnseffekter etter bedriftstype

Som figuren under viser, er det noe mer variasjon mellom bidragene til samfunnseffekter mellom gründere og etablerte bedrifter enn for miljøeffekter. Når det gjelder **bedre helse og velferd** samt **økt mangfold i næringslivet**, ligger bidragene til gründerbedriftene henholdsvis ni og elleve prosentpoeng høyere enn for de etablerte bedriftene. For **økt dyrevelferd** skårer de etablerte bedriftene 10 prosentpoeng høyere enn gründerbedriftene. Det er grunn til å anta at virksomheter innen primærnæringene bidrar til denne forskjellen.

Figur 57: Andel prosjekter som har ført til økt samfunnseffekter etter bedriftstype (n: 1256)



## 12. Sysselsettingseffekter av prosjektene

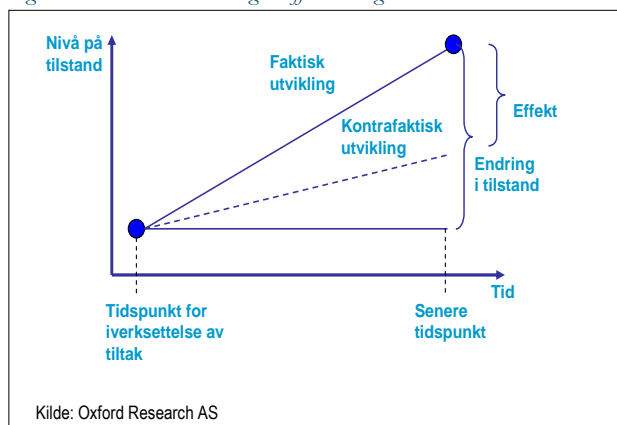
Innovasjon Norge skal bidra til å utvikle og skape robuste og lønnsomme bedrifter. Bidragene som de støttede prosjektene har til innovasjon, kompetanse- og samarbeid, er kun et virkemiddel for å oppnå dette, jfr. vår modell. Videre i dette kapitlet vil vi se på prosjektenes betydning for bedriftens sysselsettingsutvikling. 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 AS i et arbeid som er relatert til Innovasjon Norges MRS-system. Samfunnsøkonomisk Analyse AS 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 denne 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 58: 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 vesentlig 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 2017. 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 2017. 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 2017, har det vært en brutto sysselsettingsøkning på 3186 arbeidsplasser. Det har imidlertid også vært en sysselsettingsnedgang i noen bedrifter (totalt på -979). Dette innebærer at det har vært en samlet netto sysselsettingsøkning på 2207 arbeidsplasser i perioden.

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 (NFD), Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) og Risikolån – Innovasjonslån, mens den er minst blant de som har mottatt Innovasjon i reiselivsnæringen, Bygdeutviklingsmidler – tilleggsnæring, Bygdeutviklingsmidler – Stipend og Lavrisikolån. De to førstnevnte av disse har begge en netto sysselsettingsnedgang.

Dersom en ser på tallene per prosjekt, er bildet relativt likt. Netto sysselsettingsøkning per prosjekt er høyest for Innovasjonskontrakter (IFU/OFU), Risikolån – Innovasjonslån og Bioøkonomiordningen. Sammenlignet med 2016-årgangen, er netto sysselsettingsøkning per prosjekt helt lik (1,3 arbeidsplasser per prosjekt), mens det for 2015-årgangen lå på 1,4. I 2014- og 2013-årgangene fant vi henholdsvis 0,9 og 1,1 arbeidsplasser per prosjekt.

Tabell 21: Netto sysselsettingsøkning 2017, fordelt etter tjeneste.

Tjeneste	Netto sysselsettingsøkning	
	Per prosjekt Etter 2017	Sum Etter 2017
Bedriftsnettverk (n=14)	0,8	10
Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt (n=132)	0,8	107
Bioenergiprogrammet (n=55)	0,6	32
Bioøkonomiordningen (n=33)	3,8	124
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=39)	0,1	4
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=94)	0,0	-2
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=262)	0,2	43
Etablerertilskudd (KMD) (n=52)	0,7	35
Etablerertilskudd (NFD) (n=243)	1,8	436
EU-rådgivning (n=21)	1,2	24
FRAM-Global Growth (n=68)	1,2	82
Innovasjon i reiselivsnæringen (n=18)	-0,4	-6
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) (n=70)	4,7	321
Internasjonal markedsrådgivning (n=42)	1,6	60
Investeringstilskudd - distrikt (n=34)	1,5	51
IPR-rådgivning (n=70)	1,1	76
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=24)	0,6	15
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=66)	0,2	14
Lavrisikolån (n=17)	0,5	7
Mentortjenesten (n=44)	1,0	44
Miljøteknologi (n=59)	2,3	128
Risikolån - Distriktsrettede (n=40)	2,6	100
Risikolån - Innovasjonslån (n=86)	3,5	296
Rådgivning (n=48)	2,4	104
Tilskudd - Landsdekkende (n=24)	1,7	38
Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping (n=36)	0,9	31
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=20)	1,8	35
Totalt	1,3	2207

Kilde: Oxford Research

### 12.1.2 Skaping av arbeidsplasser

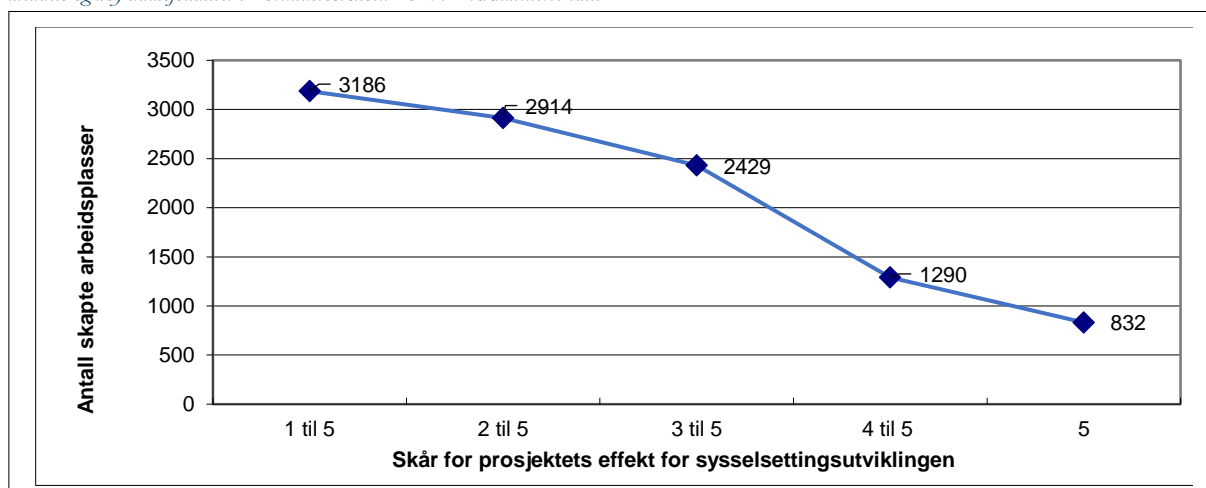
De skapte arbeidsplassene vi nettopp har sett på, kan ha kommet som et resultat av Innovasjon Norges medvirkning. Imidlertid kan det også være slik at de helt eller delvis ville kommet uavhengig av Innovasjon Norges bidrag. For å kunne anslå Innovasjon Norges betydning for antall skapte arbeidsplasser, 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 2017-årgangen. Det vil si at Innovasjon Norge må ha betydning for realiseringen av prosjektet.
- Sysselsettingsveksten i perioden 31.12.2017 til 31.12.2020 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 1290 arbeidsplasser (skår 4-5 på betydning for sysselsettingsvekst). Dette er noe lavere enn 2016-årgangens 1536 arbeidsplasser.

Figur 59: Sammenhengen mellom prosjektets betydning for sysselsettingsutviklingen og skapte arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2017. Prosjekter med middels og høy addisjonalitet i Førundersøkelsen 2017. Akkumulerte tall.



Innovasjon Norge skal bidra til næringsutvikling i hele landet. De bedriftene som er med i Etterundersøkelsen, har skapt 307 arbeidsplasser innenfor det distriktpolitiske virkeområdet og 983 utenfor. Det innebærer at 24 prosent av de skapte arbeidsplassene har kommet innenfor det distriktpolitiske virkeområdet. Det er 7 prosentpoeng lavere sammenlignet med 2016-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:

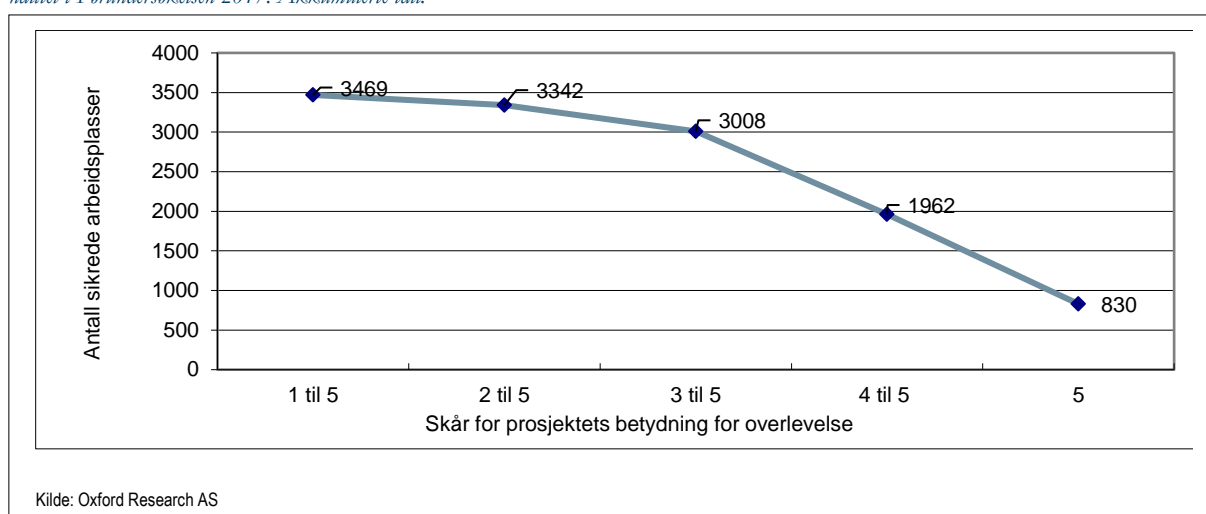
- For at prosjektet skal kunne sies å ha vært viktig for virksomhetenes overlevelse, må de ha svart 5 på dette spørsmålet.
- Prosjektet må ha høy addisjonalitet i Førundersøkelsen for 2017, det vil si at det ville blitt gjennomført på et senere tidspunkt og i en mer begrenset skala eller ikke gjennomført i det hele tatt.
- Sysselsettingen per 31.12.2017 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 830 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 373 arbeidsplasser innenfor det distriktspolitiske virkeområdet og 450 utenfor. Dette innebærer at 45 prosent av de sikrede arbeidsplassene har kommet i det distriktspolitiske virkeområdet. Dette er lavere enn for 2016-årgangen (59 prosent), men endringen skyldes primært noen få, store bedrifter.

Figur 60: Sammenhengen mellom prosjektenes betydning for overlevelse og sikrede arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2017. Prosjekter med høy addisjonalitet i Førundersøkelsen 2017. 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 2017-kullet, kan en estimere sysselsettingseffekter for hele populasjonen som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i dette året (7047 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 i Etterundersøkelsen 2017. Anslag for hele populasjonen fordelt etter tjeneste

Tjeneste	Populasjon	Betsys >=4	Gj.arb. pl.	Arb.pl. per prosj.	Tot. arb.pl.
Bedriftsnettverk (n=14)	66	0,00	0,00	0,00	0
Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt (n=132)	525	2,55	2,55	0,27	142
Bioenergiprogrammet (n=55)	141	0,80	0,80	0,07	10
Bioøkonomiordningen (n=33)	98	0,00	0,00	0,00	0
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=39)	82	0,42	0,42	0,06	5
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=94)	263	0,80	0,80	0,09	22
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=262)	878	0,91	0,91	0,14	125
Etablerertilskudd (KMD) (n=52)	168	1,88	1,88	0,33	55
Etablerertilskudd (NFD) (n=243)	699	5,53	5,53	1,25	876
EU-rådgivning (n=21)	138	4,17	4,17	1,19	164
FRAM-Global Growth (n=68)	231	7,21	7,21	0,85	196
Innovasjon i reiselivsnæringen (n=18)	42	2,50	2,50	0,28	12
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) (n=70)	165	6,91	6,91	2,27	375
Internasjonal markedsrådgivning (n=42)	484	15,80	15,80	1,88	910
Investerertilskudd - distrikt (n=34)	137	3,64	3,64	0,75	103
IPR-rådgivning (n=70)	510	3,98	3,98	0,68	348
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=24)	79	1,75	1,75	0,41	33
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=66)	169	1,18	1,18	0,59	100
Lavrisikolån (n=17)	232	0,00	0,00	0,00	0
Mentortjenesten (n=44)	191	2,20	2,20	0,50	96
Miljøteknologi (n=59)	211	6,69	6,69	1,47	311
Risikolån - Distriktsrettede (n=40)	161	5,43	5,43	0,95	153
Risikolån - Innovasjonslån (n=86)	297	6,19	6,19	1,65	491
Rådgivning (n=48)	855	4,89	4,89	0,92	784
Tilskudd - Landsdekkende (n=24)	96	24,00	24,00	4,00	384
Utviklingsprogrammet for landbruks- og rein- driftsbasert vekst og verdiskaping (n=36)	88	3,94	3,94	0,88	77
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=20)	41	0,00	0,00	0,00	0
<b>Totalt</b>	<b>7047</b>			<b>0,82</b>	<b>5772</b>

Kilde: Oxford Research  
 Populasjon= alle INs prosjekter i 2017, 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 proj. = 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 5772 (5420 i 2016) nye arbeidsplasser. Uten å ta hensyn til antall prosjekter, er det blitt skapt klart flest arbeidsplasser gjennom prosjekter som har fått Etablerertilskudd (NFD), Internasjonal markedsrådgivning, Rådgivning og Risikolån – Innovasjonslån. Også for 2016-årgangen var det slik at de to førstnevnte var blant de tjenestene som bidro mest her.

Det er 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 Tilskudd – Landsdekkende, Innovasjonskontrakter, Internasjonal markedsrådgivning og Risikolån – Innovasjonslån, mens det for Bedriftsnettverk, Bioøkonomiordningen, Lavrisikolån og Verdiskapingsprogram for kulturnæringen har blitt skapt færrest.

For hele populasjonen er det i gjennomsnitt skapt 0,82 arbeidsplasser per prosjekt (0,86 i 2016). Resultatene for 2016- og 2017-årganene er dermed svært like, men nivået ligger noe over 2015-årgangen (0,74 arbeidsplasser per prosjekt).

### Skapte arbeidsplasser etter distriktpolitisk virkeområde

Vi har også beregnet antall skapte arbeidsplasser fordelt etter distriktpolitisk virkeområde. Prosjektene i 2017-årgangen har skapt 3888 nye arbeidsplasser utenfor det distriktpolitiske virkeområdet (2705 i 2016), mens 1884 arbeidsplasser har blitt generert innenfor sonene (2715 i 2016). En tredjedel av arbeidsplassene har dermed oppstått innenfor det distriktpolitiske virkeområdet, noe som er lavere enn for 2016-kullet (halvparten innenfor det distriktpolitiske virkeområdet).

### 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.

Tabell 23: Beregning av sikrede arbeidsplasser i Etterundersøkelsen 2017. Anslag for hele populasjonen fordelt etter tjeneste.

Tjeneste	Populasjon	Betov.= 5	Gj.arb.pl.	Arb.pl. per prosj.	Tot. arb.pl.
Bedriftsnettverk (n=14)	66	0,00	0,00	0,00	0
Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt (n=132)	525	0,11	5,14	0,55	286
Bioenergiprogrammet (n=55)	141	0,20	1,27	0,25	36
Bioøkonomiordningen (n=33)	98	0,21	3,00	0,64	62
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=39)	82	0,23	1,67	0,38	32
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=94)	263	0,09	3,00	0,26	67
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=262)	878	0,13	2,32	0,30	265
Etablerertilskudd (KMD) (n=52)	168	0,15	0,38	0,06	10
Etablerertilskudd (NFD) (n=243)	699	0,22	0,94	0,21	147
EU-rådgivning (n=21)	138	0,38	2,13	0,81	112
FRAM-Global Growth (n=68)	231	0,13	5,67	0,75	173
Innovasjon i reiselivsnæringen (n=18)	42	0,33	7,67	2,56	107
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) (n=70)	165	0,21	1,93	0,41	68
Internasjonal markedsrådgivning (n=42)	484	0,10	5,25	0,50	242
Investeringstilskudd - distrikt (n=34)	137	0,15	6,40	0,94	129
IPR-rådgivning (n=70)	510	0,16	2,09	0,33	168
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=24)	79	0,06	4,00	0,24	19
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=66)	169	0,33	2,13	0,71	120
Lavrisikolån (n=17)	232	0,03	2,50	0,08	18
Mentortjenesten (n=44)	191	0,18	1,25	0,23	43
Miljøteknologi (n=59)	211	0,19	9,18	1,71	361
Risikolån - Distriktsrettede (n=40)	161	0,10	1,75	0,18	28
Risikolån - Innovasjonslån (n=86)	297	0,28	3,75	1,05	311
Rådgivning (n=48)	855	0,13	6,50	0,81	695
Tilskudd - Landsdekkende (n=24)	96	0,08	8,00	0,67	64
Utviklingsprogrammet for landbruks- og rein-driftsbasert vekst og verdiskaping (n=36)	88	0,14	7,60	1,06	93
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=20)	41	0,10	2,50	0,25	10
<b>Totalt</b>	<b>7047</b>			<b>0,52</b>	<b>3666</b>

Kilde: Oxford Research  
 Populasjon= alle INs prosjekter i 2017, 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 2017 er det sikret 3666 arbeidsplasser (3968 i 2016). Om en ser bort fra antall tilsagn, har det høyeste antallet arbeidsplasser – som i fjorårets undersøkelse - blitt sikret gjennom prosjekter som har fått tilsagn om Rådgiving. Deretter følger Miljøteknologi, Risikolån - Innovasjonslån og Bedriftsutviklingstilskudd – distrikt.

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 Innovasjon i reiselivsnæringen, Miljøteknologi, Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping og Risikolån – Innovasjonslån.

For hele populasjonen er det i gjennomsnitt sikret 0,52 arbeidsplasser per prosjekt. Dette er noe lavere enn for 2016-årgangen (0,61 arbeidsplasser per prosjekt), men svært likt som 2015-kullet (0,53 arbeidsplasser per prosjekt).

### Sikrede arbeidsplasser etter distriktpolitisk virkeområde

Fordelt etter distriktpolitisk virkeområde har 2060 arbeidsplasser blitt sikret utenfor det distriktpolitiske virkeområdet (1521 i 2016), mens 1606 arbeidsplasser har blitt sikret innenfor sonene (2447 i 2016). Samlet innebærer det at 44 prosent av de sikrede arbeidsplassene er å finne innenfor det distriktpolitiske virkeområdet. Dette er 7 prosentpoeng lavere enn hva andelen prosjekter innen det distriktpolitiske virkeområdet tilsier (51 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 9438 arbeidsplasser blant de bedriftene som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i 2016 (9388 i 2016). Dette innebærer at det er skapt og sikret 1,34 arbeidsplasser per prosjekt. Dette er lavere enn for 2016-årgangen (1,47 arbeidsplasser per prosjekt), men svakt høyere enn for 2015-kullet (1,27 arbeidsplasser per prosjekt).

Tabell 24: Beregning av skapte og sikrede arbeidsplasser for hele populasjonen i 2017 fordelt etter tjeneste.

Tjeneste	Populasjon (prosjekt)	Per prosjekt	Totalt
Bedriftsnettverk (n=14)	66	0,00	0
Bedriftsutviklingstilskudd - distrikt (n=132)	525	0,82	428
Bioenergiprogrammet (n=55)	141	0,33	46
Bioøkonomiordningen (n=33)	98	0,64	62
Bygdeutviklingsmidler - Stipend (n=39)	82	0,45	37
Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (n=94)	263	0,34	89
Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (n=262)	878	0,44	390
Etablerertilskudd (KMD) (n=52)	168	0,38	65
Etablerertilskudd (NFD) (n=243)	699	1,46	1023
EU-rådgivning (n=21)	138	2,00	276
FRAM-Global Growth (n=68)	231	1,60	369
Innovasjon i reiselivsnæringen (n=18)	42	2,83	119
Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) (n=70)	165	2,69	443
Internasjonal markedsrådgivning (n=42)	484	2,38	1152
Investeringstilskudd - distrikt (n=34)	137	1,69	232
IPR-rådgivning (n=70)	510	1,01	516
Lavrisikolån - GFL-flåte (n=24)	79	0,65	52
Lavrisikolån - Landbrukslån (n=66)	169	1,30	220
Lavrisikolån (n=17)	232	0,08	18
Mentortjenesten (n=44)	191	0,73	139
Miljøteknologi (n=59)	211	3,19	672
Risikolån - Distriktsrettede (n=40)	161	1,13	181
Risikolån - Innovasjonslån (n=86)	297	2,70	802
Rådgivning (n=48)	855	1,73	1479
Tilskudd - Landsdekkende (n=24)	96	4,67	448
Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping (n=36)	88	1,93	170
Verdiskapingsprogram for kulturnæringen (n=20)	41	0,25	10
<b>Totalt</b>	<b>7047</b>	<b>1,34</b>	<b>9438</b>

Kilde: Oxford Research

### Skapte og sikrede arbeidsplasser etter distriktspolitisk virkeområde

Fordelt etter distriktspolitisk virkeområde ligger antall skapte og sikrede arbeidsplasser på 5947 utenfor det distriktspolitiske virkeområdet (4071 i 2016) og på 3491 arbeidsplasser innenfor sonene (5317 i 2016). Dette innebærer at 37 prosent av de skapte og sikrede arbeidsplassene er kommet innenfor det distriktspolitiske virkeområdet (57 prosent i 2016). Det er dermed skapt og sikret 14 prosentpoeng færre arbeidsplasser innenfor det distriktspolitiske virkeområdet enn antall prosjekter tilsier (51 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 2017. 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 2017-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
2017*		9438		250
2016*		9388		239
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

Kilde: 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.

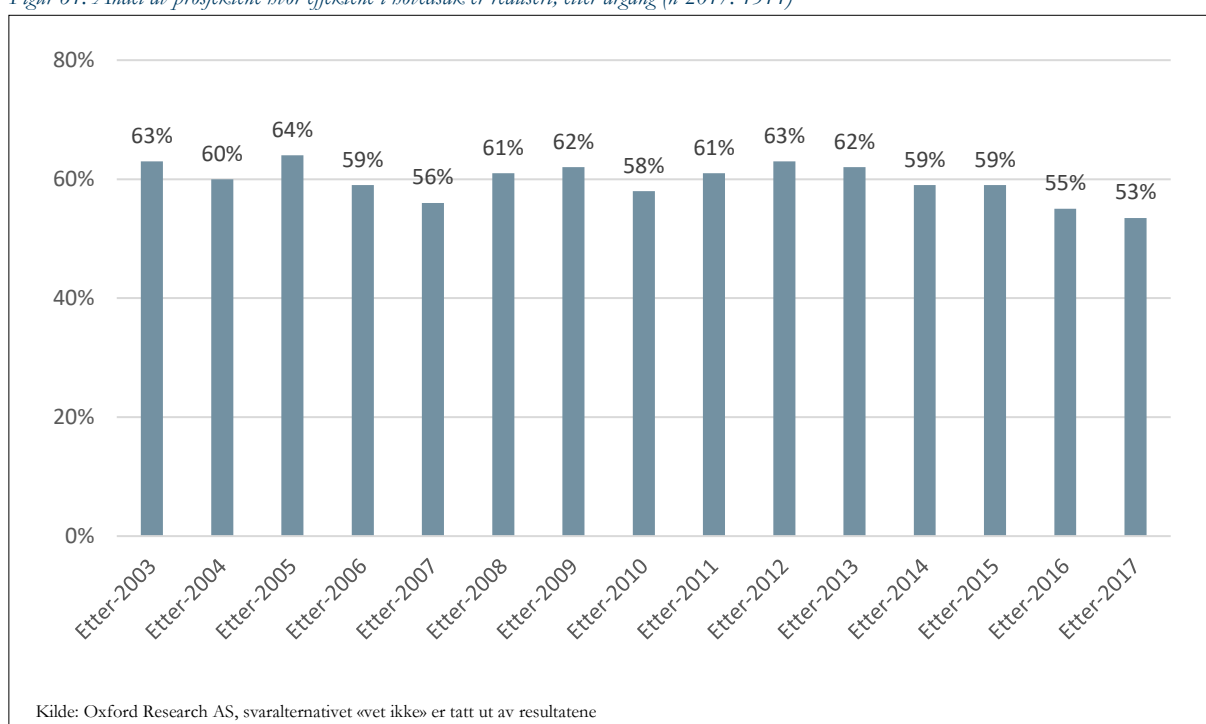
For de tjenestene som inngår i 2017-årgangen, er Innovasjon Norges samlede kostnader på ca. 2 358 millioner kr, noe som gir totale kostnader per arbeidsplass på 250 000 kr. Dette er svakt høyere enn fjorårets estimat på 239 000 kr, men det nest laveste estimatet siden Etterundersøkelsen 2010.

## 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, årets undersøkelse ser imidlertid en nedgang i andelen som har svart at effektene av prosjektet er realisert. Andelen er i denne undersøkelsen på 53 prosent, som er den laveste andelen som er målt siden Etterundersøkelsen 2003.

Figur 61: Andel av prosjektene hvor effektene i hovedsak er realisert, etter årgang (n-2017: 1514)



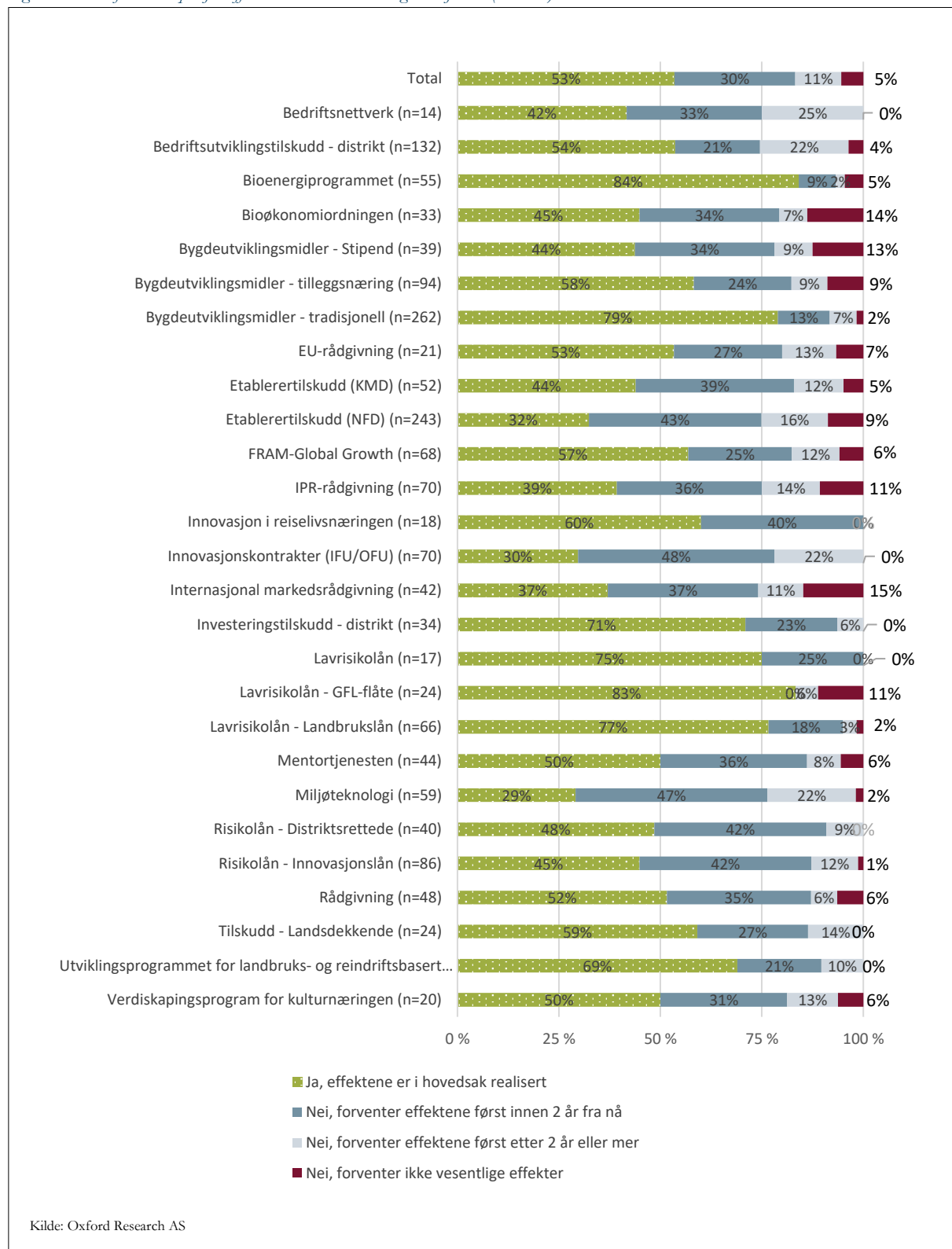
På et overordnet nivå innebærer det at det fortsatt er et urealisert potensial i litt under halvparten av prosjektene. Av disse er det 39 prosent som forventer at effektene blir realisert på et senere tidspunkt, og 5 prosent som ikke forventer effekter av prosjektet. For å kunne si noe nærmere om hva 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.

### 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 (84 prosent), Lavrisikolån – GFL-flåte (83 prosent), Bygdeutviklingsmidler – tradisjonell (79 prosent), Lavrisikolån – Landbrukslån (77 prosent) og Lavrisikolån (75 prosent). De virksomhetene som i minst

grad mener at prosjekteffektene allerede er realisert har mottatt Miljøteknologi (29 prosent) eller Innovasjonskontrakter IFU/OFU (30 prosent).

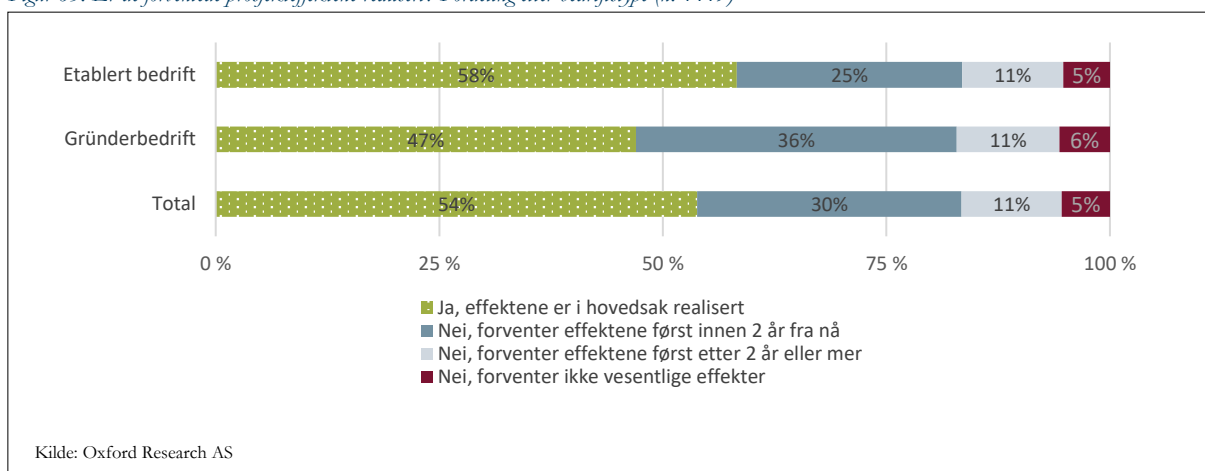
Figur 62: Er de forventede prosjekteffektene realisert? Fordeling etter tjeneste (n: 1449)



### 13.2 EFFEKTRREALISERING ETTER BEDRIFTSTYPE

Vi har også undersøkt om det er forskjeller i effektrealisering når vi sammenligner prosjektene til etablerte bedrifter og gründerbedrifter. Effektene av prosjektene er i størst grad realisert i de etablerte bedriftene (58 prosent, 63 prosent i 2016), mens de i minst grad er det for gründernes prosjekter (47 prosent, 44 prosent i 2016). For etablerte bedrifter har andelen minket med 5 prosent fra fjorårets undersøkelse, mens den har økt med 3 prosent for gründerbedrifter. Det er en høyere andel av gründerne som ikke forventer vesentlige effekter av prosjektet (6 prosent) sammenlignet med de etablerte bedriftene (5 prosent).

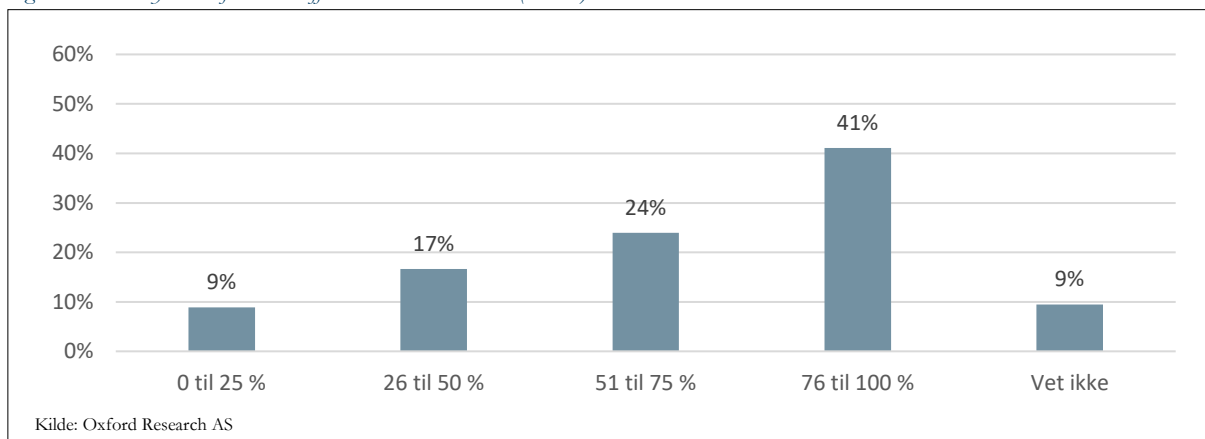
Figur 63: Er de forventede prosjekteffektene realisert? Fordeling etter bedriftstype (n: 1449)



### 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 41 prosent som fremdeles har 76-100 prosent av prosjektet igjen. 24 prosent har 51-75 prosent av urealiserte effekter, 17 prosent har 26-50 prosent urealiserte effekter og 9 prosent har 0-25 prosent urealiserte effekter. Det er marginale forskjeller mellom dette resultatet og fjorårets resultat.

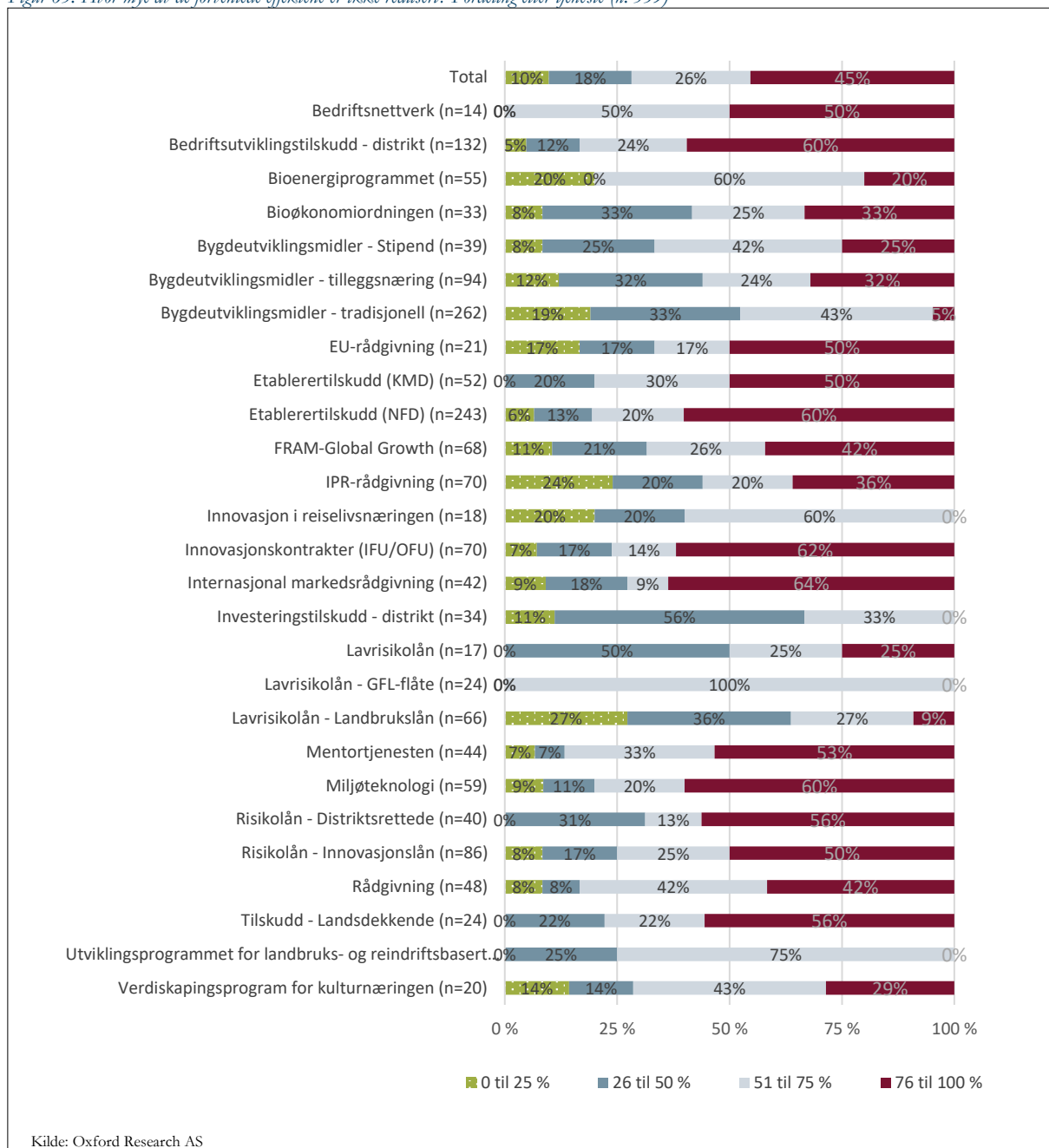
Figur 64: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? (n: 539)





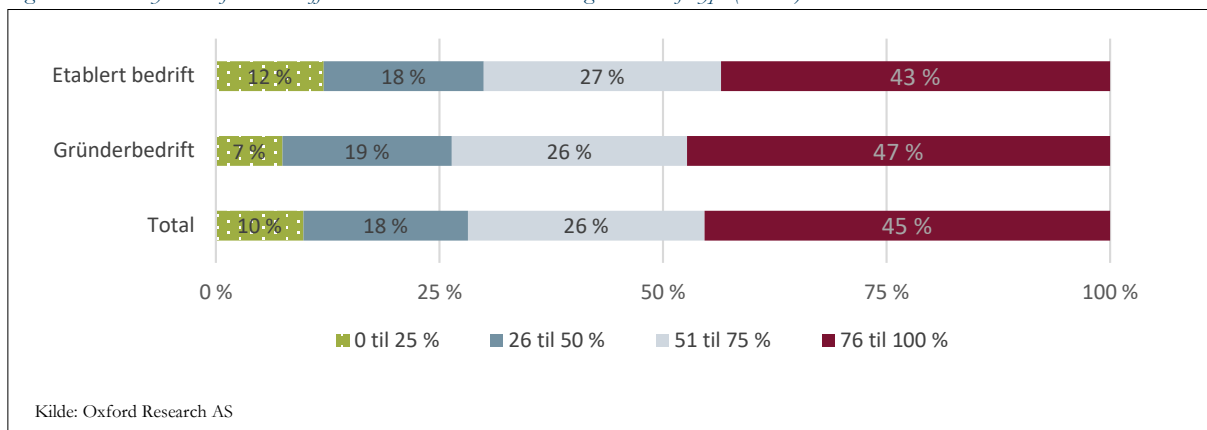
Blant de som ikke har fått realisert effektene av sine prosjekter, så vi av tjenestefordelingen at de fleste tilhører ordninger med lang prosjektperiode og mer komplekse utfordringer. For eksempel er det slik at bedriftene som har mottatt Internasjonal markedsrådgivning, Miljøteknologi og Etablerertilskudd (NFD) og Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) i liten grad har fått realisert sine forventninger, og det er få virksomheter som ikke forventer vesentlige effekter.

Figur 65: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? Fordeling etter tjeneste (n: 539)



Figuren under viser at det er en noe høyere andel gründerbedrifter som fortsatt har mye å hente ut av sine prosjekter. Forskjellen til de etablerte bedriftene er imidlertid ikke stor.

Figur 66: Hvor mye av de forventede effektene er ikke realisert? Fordeling etter bedriftstype (n: 539)





## 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 2017, 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 48 prosent av virksomhetene. Disse virksomhetene skårer klart lavest på alle de tre indikatorene. Disse kan betegnes som Driftsorienterte.
- **Utviklingsorienterte.** Gruppe 2 utgjør 36 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 16 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	1,65	4,46	5,54
Antall bidrag til kompetanse	0,95	5,10	8,04
Antall bidrag til atferdsendring	0,56	3,63	6,03
Antall bidrag til innovasjon	0,65	3,32	9,87
Etterundersøkelsen 2017	48 %	36 %	16 %
Etterundersøkelsen 2016	51 %	33 %	16 %
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

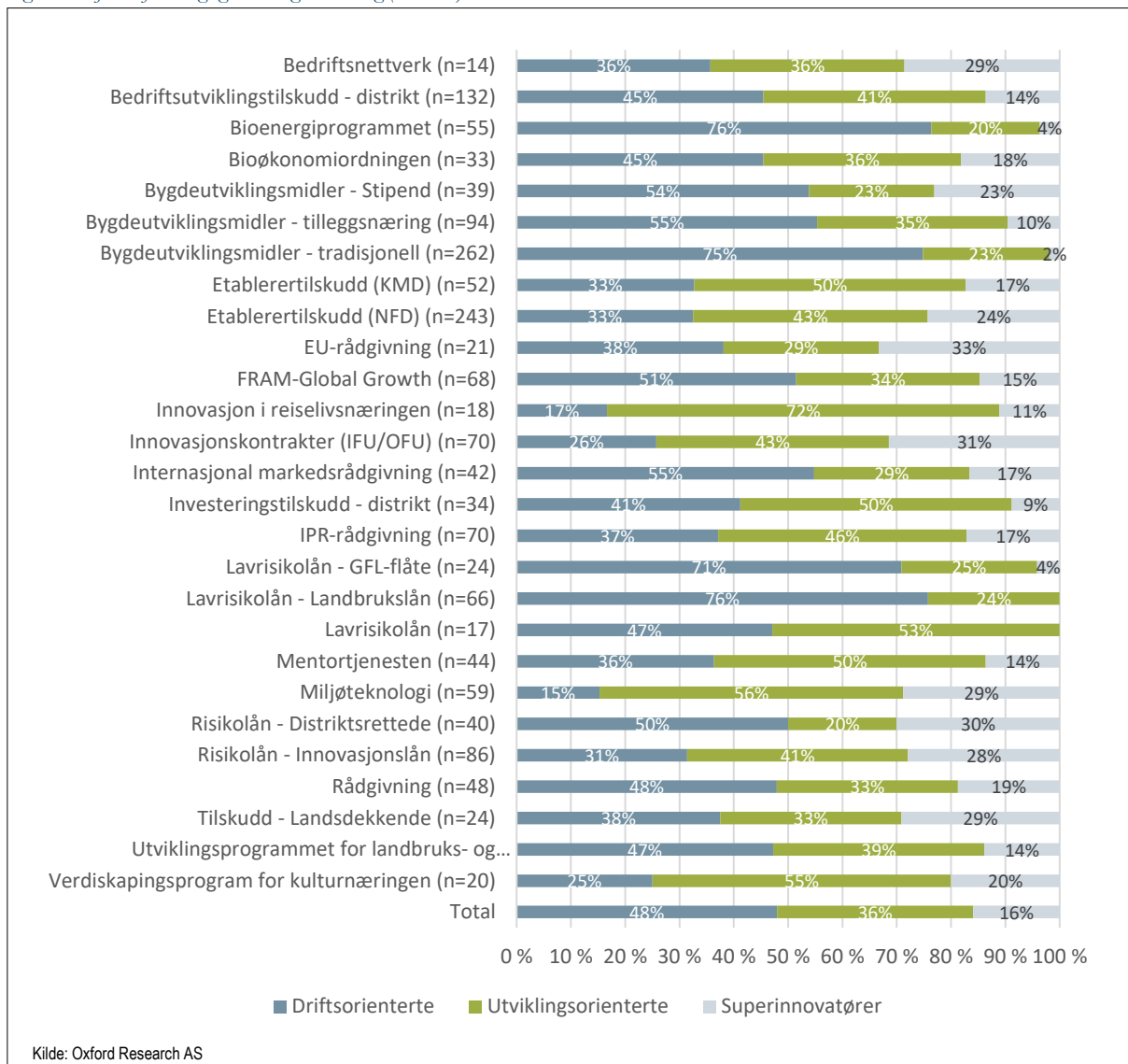
For at den gjennomførte klyngeanalysen i større grad skal kunne brukes til politikkutforming og seleksjon av prosjekter, er det nødvendig å gjøre mer detaljerte analyser relatert til hva som kjennetegner de tre gruppene ut fra noen sentrale kjennetegn ved prosjektene og bedriftene. I det videre vil vi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

- Tjenestefordeling
- Bedriftstype
- Distriktpolitisk virkeområde
- Innvilget beløp
- Innsatsaddisjonalitet
- Kundeoppgitte økonomiske resultater
- Nyhetsverdi
- 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 67: Tjenestefordeling og utviklingsorientering (n: 1711)



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 (76 prosent), Lavrisikolån - Landbrukslån (76 prosent), Bygdeutviklingsmidler - Tradisjonell (75 prosent) og Lavrisikolån - GFL-flåte (71 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, mens det er overraskende at det er en høy andel virksomheter som har mottatt Internasjonal markedsrådgivning (55 prosent) i denne gruppen.

Blant Utviklingsorienterte er den høyeste andelen blant Miljøteknologi (56 prosent), Verdiskapingsprogram for kultur næringsen (55 prosent) samt Investeringstilskudd - distrikt, Mentortjenesten og Etablerertilskudd (KMD) (alle 50 prosent).

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, som i foregående årganger, EU-rådgivning (33 prosent), Innovasjonskontrakter (IFU/OFU) (31 prosent), Risikolån - Distriktsrettede (30 prosent). 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: 1711)

Bedriftstype	Gruppe 1: Driftsorienterte	Gruppe 2: Utviklingsorienterte	Gruppe 3: Superinnovatører
Gründer	37 %	42 %	21 %
Etablert bedrift	56 %	32 %	12 %
Total	48 %	36 %	16 %

Kilde: Oxford Research AS

Som vi ser av tabellen, er det - som i foregående års undersøkelser - 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 gruppene 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 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 distriktpolitiske virkeområdet.

Som tidligere år har vist, er Superinnovatører i større grad lokalisert utenfor det distriktpolitiske 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 distriktpolitiske virkeområdet med 20 prosent, mens andelen er 11 prosent innenfor. Samtidig er det slik at det er en større andel virksomheter i gruppen Driftsorienterte innenfor (53 prosent) enn utenfor virkeområdet (43 prosent).

Tabell 28: Fordeling ut fra distriktpolitisk virkeområde etter utviklingsorientering (n: 1704)

Distriktpolitisk virkeområde	Gruppe 1: Driftsorienterte	Gruppe 2: Utviklingsorienterte	Gruppe 3: Superinnovatører
Utenfor	43 %	37 %	20 %
Innenfor	53 %	35 %	11 %
Totalt	48 %	36 %	16 %

Kilde: Oxford Research AS

#### 14.2.4 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 verdiskapningseffekter 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 – som i fjorårets undersøkelse - 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 29: Gjennomsnitt og median av innvilget beløp fra Innovasjon Norge etter utviklingsorientering (n: 1445)

	Gruppe 1: Driftsorienterte	Gruppe 2: Utviklingsorienterte	Gruppe 3: Superinnovatører
Gjennomsnittlig innvilget beløp	1 151 443	1 381 887	1 137 545
Median av innvilget beløp	365 000	450 000	500 000
Kilde: Oxford Research AS			

#### 14.2.5 Utviklingsorientering og innsatsaddisjonalitet

I tabellen under vises det hvordan innsatsaddisjonaliteten fra Førundersøkelsen 2017 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. Som i de fleste foregående årgangene (med unntak av 2015 og 2012) har Superinnovatører de høyeste andelen høy addisjonalitet, men denne gang har de Utviklingsorienterte like høy andel høy addisjonalitet. Også i denne årgangen er det Driftsorienterte som i større grad enn de andre gjennomførte prosjektet uavhengig av støtten fra Innovasjon Norge, som betyr at denne gruppen har den høyeste andelen lav addisjonalitet.

Tabell 30: Innsatsaddisjonalitet etter utviklingsorientering (n: 1645)

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
Gruppe 1: Driftsorienterte	12 %	25 %	63 %
Gruppe 2: Utviklingsorienterte	5 %	23 %	72 %
Gruppe 3: Superinnovatører	5 %	24 %	72 %
Total	8 %	24 %	68 %
Kilde: Oxford Research AS			

#### 14.2.6 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 i langt mindre grad bidrar til økonomiske resultater for de Driftsorienterte. Dette er et gjennomgående funn i alle Etterundersøkelsene.

Tabell 31: Prosjektets bidrag til økonomiske resultater etter utviklingsorientering (n: 1182 - 1459, andel som svarer i stor grad)

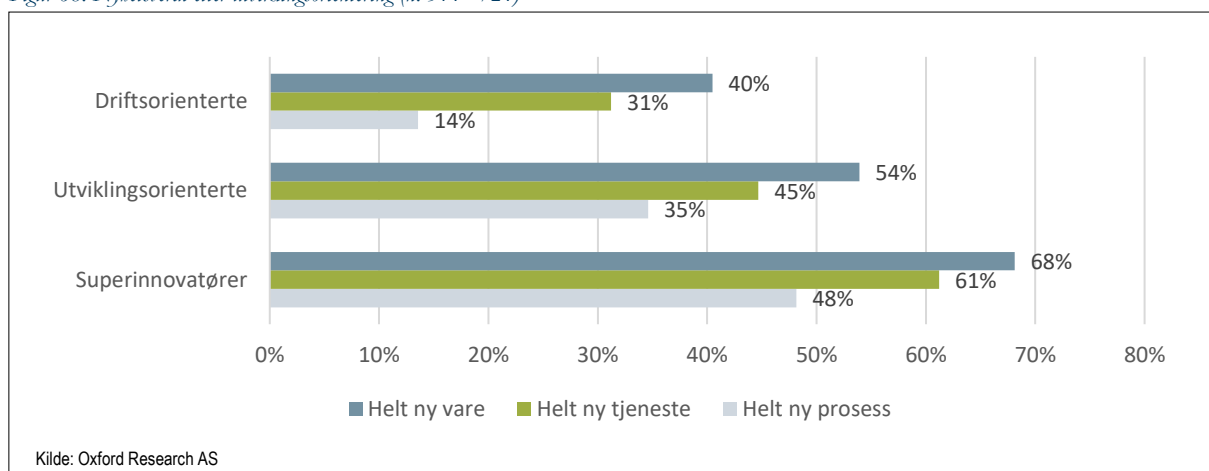
Prosjektbidrag	Gruppe 1: Driftsorienterte	Gruppe 2: Utviklingsorienterte	Gruppe 3: Superinnovatører
Økt omsetning	28 %	40 %	65 %
Økt eksport	3 %	19 %	43 %
Bedret konkurranseevne	20 %	52 %	84 %
Bedret lønnsomhet	21 %	37 %	69 %
Bedret overlevelsesmulighet	34 %	62 %	90 %
Sysselsetting	5 %	21 %	52 %

Kilde: Oxford Research AS

### 14.2.7 Utviklingsorientering og nyhetsverdi/innovasjonshøyde

I årets undersøkelse har vi inkludert en ny analyse av nyhetsverdien eller innovasjonshøyden til prosjektene som er gjennomført av virksomhetene og vi ser spesielt på andelen radikale innovasjoner. Som vi ser av figuren under, utvikler Superinnovatørene klart flere helt nye varer, tjenester og prosesser sammenlignet med de Utviklingsorienterte og de Driftsorienterte.

Figur 68: Nyhetsverdi etter utviklingsorientering (n: 514 - 724)

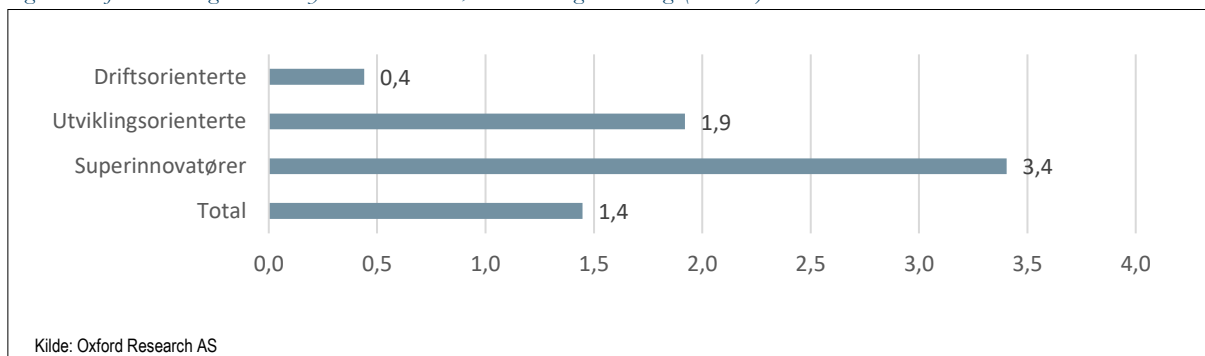


### 14.2.8 Utviklingsorientering og bruk av IPR

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 61 prosent blant Utviklingsorienterte. Dette må betraktes som en høy andel, men blekner likevel når vi sammenligner med Superinnovatører. Her er andelen hele 90 prosent, og viser at denne gruppen tar beskyttelse av sine innovasjoner på alvor. Figuren under viser at Superinnovatører 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 samt registrerer varemerker, underbygger dette at denne gruppen er den som i størst grad skaper

nye varer og tjenester. Dette henger nøye sammen med forskjellene i nyhetsverdi som ble påvist i forrige avsnitt.

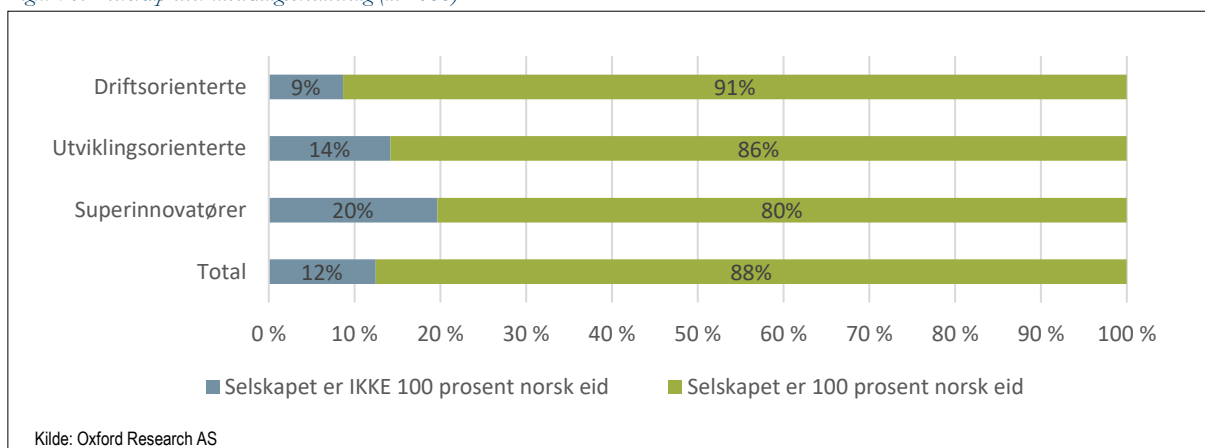
Figur 69: Gjennomsnittlig antall beskyttelsesmekanismer, etter utviklingsorientering. (n: 1711)



#### 14.2.9 Utviklingsorientering og eierskap

Som i fjorårets undersøkelse, har vi tatt med 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 høyere andel ikke 100 prosent norskeide virksomhetene blant Superinnovatørene (20 prosent) sammenlignet med de andre kategoriene. Dette tyder på at ikke rent norskeide virksomheter får mer ut av sine prosjekter enn rent norskeide virksomheter.

Figur 70: Eierskap etter utviklingsorientering (n: 1688)

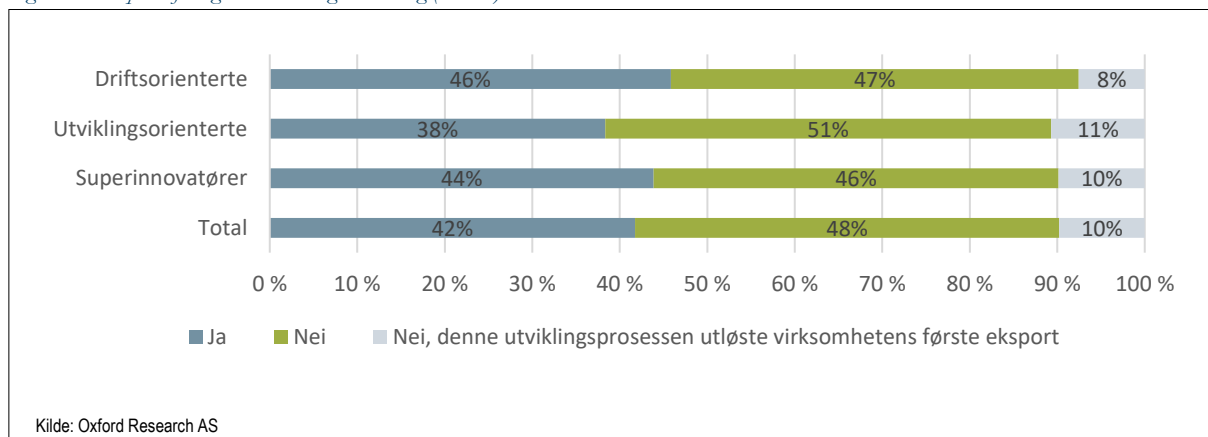


#### 14.2.10 Utviklingsorientering og eksport

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. Først undersøker vi hvorvidt virksomheten hadde eksportert før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge i 2017. Som det framgår av neste figur, er

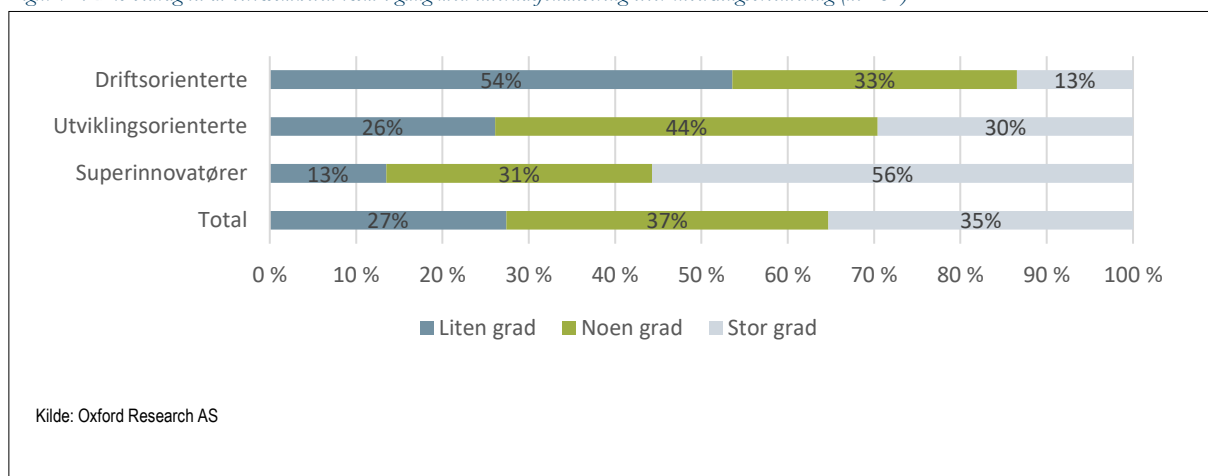
det ikke vesentlige forskjeller i virksomhetenes tidligere eksporterfaring. Dette er en endring sammenlignet med tidligere års undersøkelser.

Figur 71: Eksporterfaring etter utviklingsorientering (n: 509)



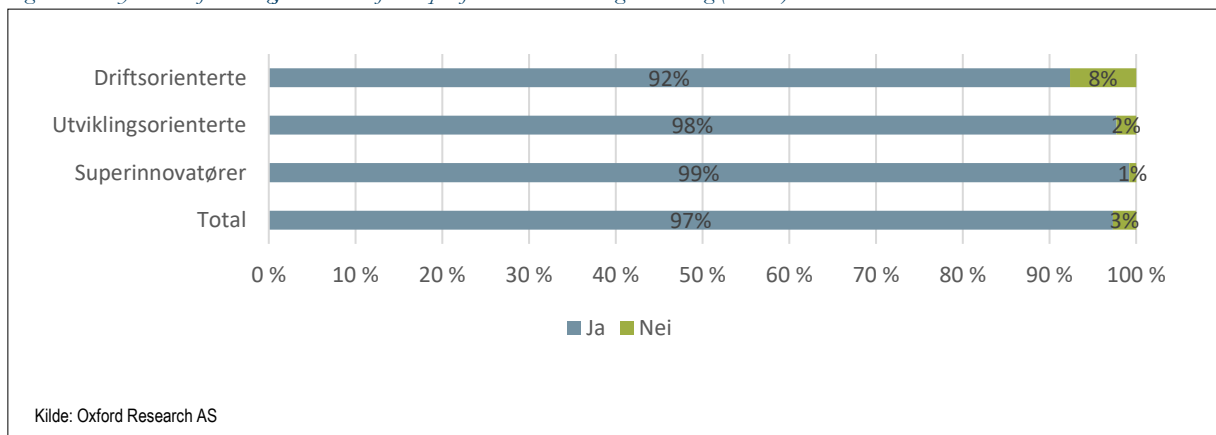
I neste figur viser vi at Superinnovatørene – som i de to foregående års undersøkelser - har den klart største andelen som sier at Innovasjon Norge i stor grad bidro til at de kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess.

Figur 72: INs bidrag til at virksomheten kom i gang med internasjonalisering etter utviklingsorientering (n: 481)



Avslutningsvis ser vi at det også er noe 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 høyere andel som svarer at de ikke vil benytte Innovasjon Norges tjenester igjen.

Figur 73: Benytte INs tjenester igjen i internasjonale prosjekter etter utviklingsorientering (n: 447)





## 15. Eksport

- Andelen virksomheter som har støtt på eksportbarrierer har gått ned fra 61 prosent for 2016-kullet til 57 prosent for 2017-årgangen
- Andel virksomheter som har fått hjelp fra Innovasjon Norge til å overkomme eksportbarrierene har økt fra henholdsvis 31 og 35 prosent for 2015- og 2016-kullet til 38 prosent for 2017-årgangen
- Det er relativt lik i andel virksomheter som eksporterer for alle eksportmarkeder sammenlignet med 2016-kullet
- Det er tilnærmet lik andel virksomheter som sier at tjenesten fra Innovasjon Norge i stor grad bidro til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess

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 fire 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 2017 er det 509 bedrifter (495 bedrifter i 2016, 498 bedrifter i 2015, 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 509 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 (47 prosent, 47 prosent i 2016, 45 i 2015) og etablerte bedrifter (53 prosent, 53 prosent i 2016, 55

prosent i 2015). Når det gjelder deres næringsmessige tilhørighet, ser vi at de hovedsakelig tilhører tre næringer; Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting (26 prosent, 22 prosent i 2016, 24 prosent i 2015), Industri (21 prosent, 20 prosent i 2016, 19 prosent i 2015) samt Informasjon og kommunikasjon (IKT, 18 prosent, 20 prosent i 2016, 17 prosent i 2015). Om lag to av tre bedrifter som inngår i eksportanalysen tilhører disse næringene. Andre næringer er langt mindre representert i dette bedriftsutvalget. Vi ser videre at bedriftene samlet sett er mindre jevnt fordelt med hensyn til hvorvidt de har adresse innenfor det distriktpolitiske virkeområdet sammenlignet med de to foregående Etterundersøkelsene (41 prosent, 44 prosent i 2016, 45 prosent i 2015) eller utenfor (59 prosent, 56 prosent, 55 prosent i 2015). Vi finner de største andelen bedrifter i Vestland (15 prosent, 10 prosent i 2016), Trøndelag (14 prosent, 12 prosent i 2016), Oslo (11 prosent, 13 prosent i 2016), Rogaland (11 prosent, 12 prosent i 2016), og lavest andel i Agder (5 prosent, 7 prosent i 2016), Vestfold og Telemark (5 prosent, 5 prosent i 2016), Nordland (5 prosent, 6 prosent i 2016) og Møre og Romsdal (6 prosent, 7 prosent i 2016).

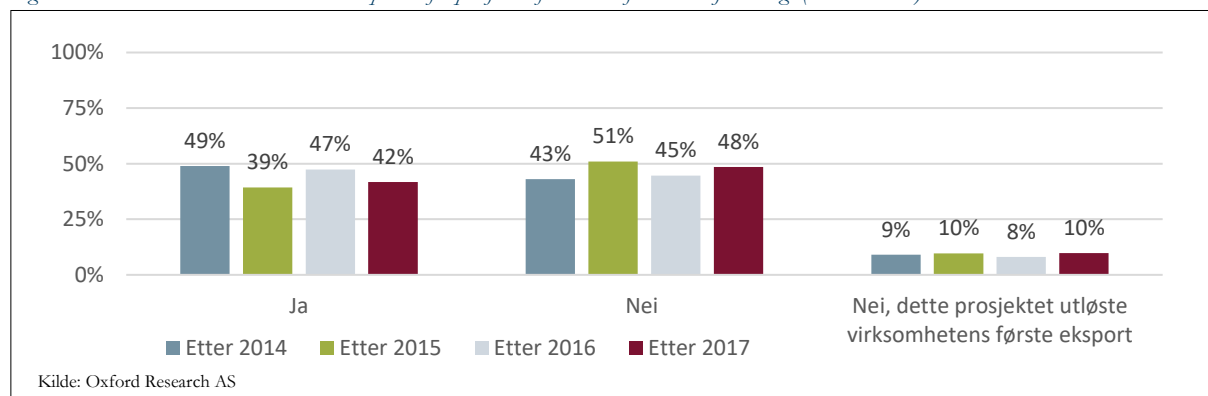
Når vi ser mer i dybden på bedriftene i de tre mest representerte næringene i denne analysen, fremkommer det noen interessante forskjeller. Vi ser for det første – som i fjorårets undersøkelse - at langt høyere andeler IKT-bedrifter og tjenesteytere er lokalisert utenfor det distriktpolitiske virkeområdet enn tilfellet er med industribedrifter, der fordelingen er 50-50. For det andre er det langt høyere andeler gründerbedrifter enn etablerte bedrifter blant IKT-bedriftene, mens tjenesteyterne er jevnere fordelt. Industribedriftene er i langt større grad etablerte bedrifter. Videre ser vi at spesielt IKT-bedriftene, men også tjenesteyterne, i større grad enn industribedriftene har beskyttet sin IPR og de har også høyere andeler som rapporterer radikale vare- og tjenesteinnovasjoner. Dette samsvarer med funnene i fjorårets undersøkelse.

I fjorårets undersøkelse fant vi ingen forskjeller i eierskapet til bedriftene i disse tre næringene. Det gjør vi i årets undersøkelse. Som i Etterundersøkelsen 2015 er det en langt høyere andel IKT-bedrifter (30 prosent, 36 prosent i 2015) som ikke er helt norske sammenlignet med industribedrifter (13 prosent, 14 prosent i 2015) og tjenesteytere (24 prosent, 28 prosent i 2015).

## 15.2 TIDLIGERE EKSPORTERFARING

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

Figur 74: Andelen virksomheter som har eksportert før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge (n-2017: 509)



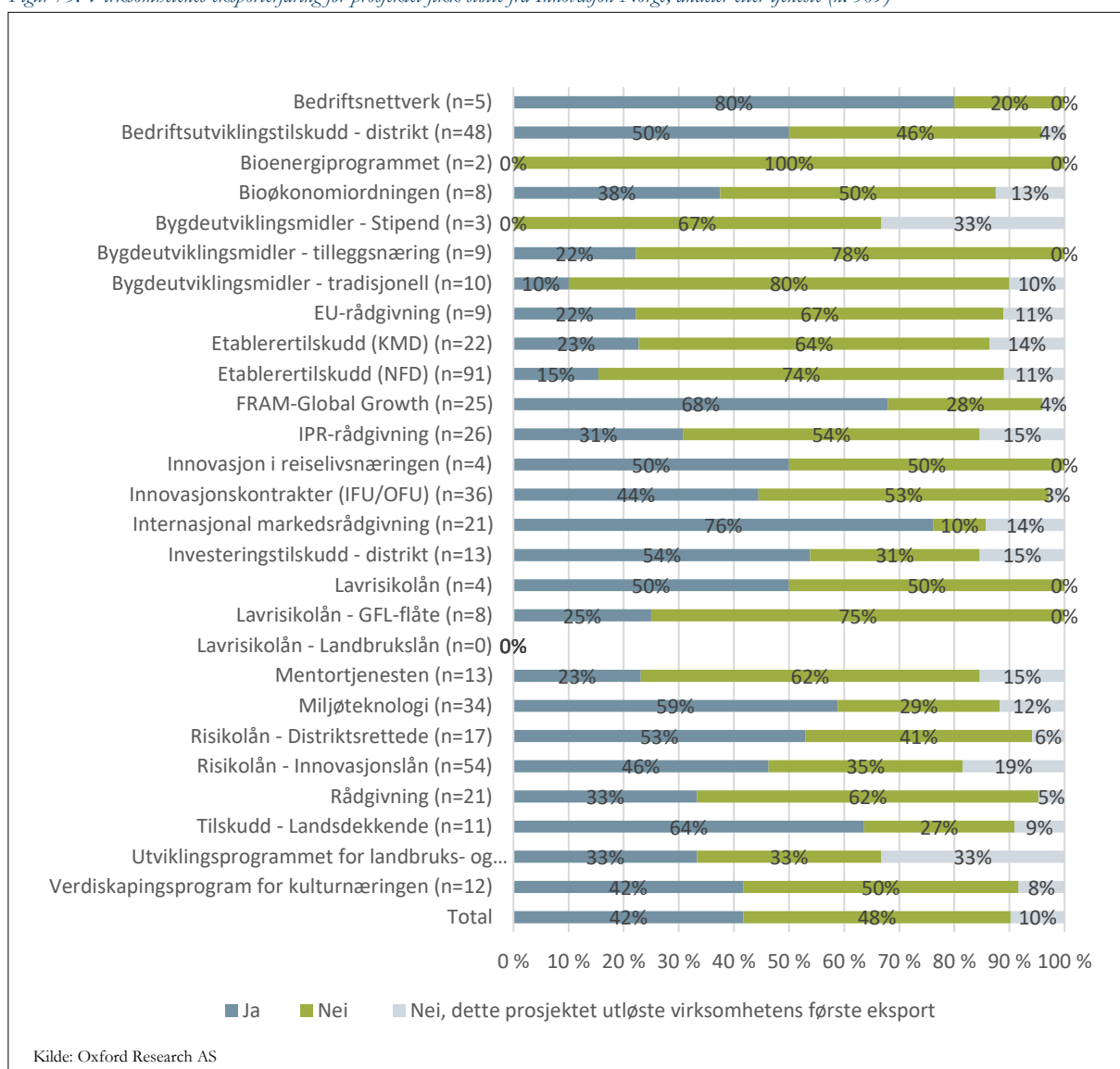
Litt i overkant av 4 av 10 virksomheter som har besvart dette spørsmålet, har eksporterfaring fra før, det vil si før de fikk støtte til prosjektet de er spurt om i denne Etterundersøkelsen. Dette er

en noe lavere andel sammenlignet med fjorårets undersøkelse, men noe høyere enn i Etterundersøkelsen 2015.

Tilsvarende finner vi en andel på 48 prosent av virksomhetene som ikke har tidligere eksporterfaring, og som ikke tilskriver Innovasjon Norge-støtten deres første eksport (45 prosent i 2016). Dermed gjenstår det en andel på ti prosent av virksomhetene som oppgir at det støttede prosjektet utløste deres første eksport, som er samme andel som i 2015.

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 ett tilfelle ingen (Lavrisikolån - Landbrukslån). Vi velger å kun kommentere tjenester som har ti eller flere svar. Antall svar er oppgitt i parentes bak hver tjeneste.

Figur 75: Virksomhetenes eksporterfaring for prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge, andeler etter tjeneste (n: 509)

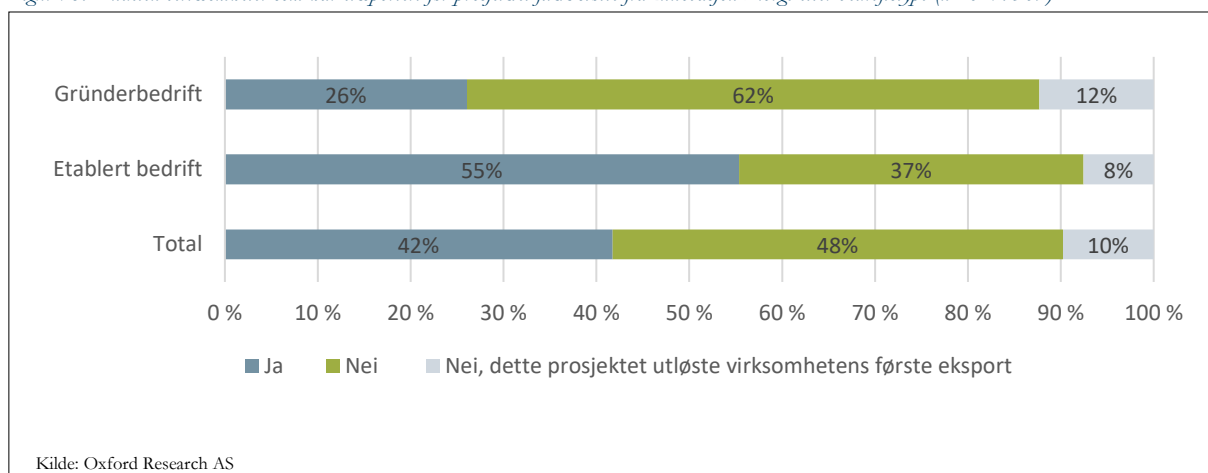




Når vi ser på andelen virksomheter som oppgir at det Innovasjon Norge-støttede prosjektet har utløst virksomhetens første eksport, finner vi de høyeste andelenene blant de som har mottatt Risikolån - Innovasjonslån (19 prosent) samt IPR-rådgivning, Investeringstilskudd - distrikt og Mentortjenesten (alle 15 prosent). Ingen av disse tjenestene var blant tjenestene med høyest andel på denne indikatoren i fjorårets undersøkelse.

Tidligere eksporterfaring finner vi i høyest grad blant mottakere av Internasjonal markedsrådgivning (76 prosent), FRAM-Global Growth (68 prosent) og Tilskudd - Landsdekkende (64 prosent). I fjorårets undersøkelse var det de to førstnevnte tjenestene som skåret høyest på denne indikatoren. De laveste andelenene av virksomhetene med tidligere eksporterfaring er - som i fjorårets undersøkelse - Bygdeutviklingsmidler - tilleggsnæring (22 prosent), Etablerertilskudd (NFD) (15 prosent) og Bygdeutviklingsmidler - tradisjonell (10 prosent). Disse resultatene harmonerer godt med resultatene vi finner når vi ser nærmere på eksporterfaring målt opp mot bedriftstype i figuren under.

Figur 76: Andelen virksomheter som har eksportert for prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge etter bedriftstype (n=2017: 509)



Som forventet har de etablerte bedriftene i større grad tidligere eksporterfaring (55 prosent, 71 prosent i 2016, 53 prosent i 2015, 66 prosent i 2014) sammenlignet med gründerbedriftene (26 prosent, 20 prosent i 2016 og 2015, 28 prosent i 2014). Figuren viser videre at en noe høyere andel gründerbedrifter (12 prosent, 14 prosent i 2016, 15 prosent i 2015, 12 prosent i 2014) oppgir at prosjektet de fikk støtte til fra Innovasjon Norge utløste virksomhetens første eksport sammenlignet med de etablerte bedriftene (8 prosent, 3 prosent i 2016, 6 prosent i 2015 og 2014). Dette betyr at det er en mye mindre forskjell mellom andelen gründerbedrifter og etablerte bedrifter som oppgir at prosjektet de fikk støtte til fra Innovasjon Norge utløste virksomhetens første eksport sammenlignet med de tre foregående årgangene.

Til tross for at det er relativt få virksomheter (509) som har besvart spørsmålene som ligger til grunn for denne analysen, finner vi noen interessante signifikante forskjeller med hensyn til tidligere eksporterfaring og støtten fra Innovasjon Norges utløsende effekt. Nøyaktig som i de foregående undersøkelsene finner vi at virksomheter:

- Som kan karakteriseres som Superinnovatører i større grad enn virksomheter som kan karakteriseres som Driftsorienterte eller Utviklingsorienterte
- Som ikke er helt norskeide i større grad enn helt norskeide virksomheter
- Som har brukt en eller flere mekanismer for å beskytte sin IPR i større grad enn virksomheter som ikke har beskyttet sin IPR

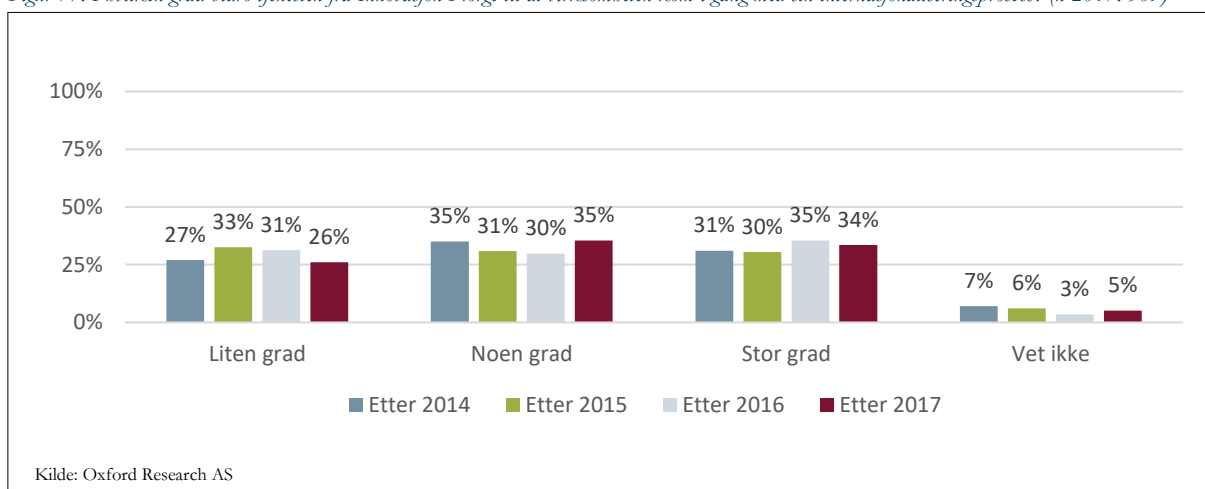
- Hjemmehørende utenfor det distriktspolitiske virkeområdet i større grad enn innenfor virkeområdet
- Som tilhører næringene Informasjon og kommunikasjon eller Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting i større grad enn industrivirksomheter oppgir at prosjektet de fikk støtte til fra Innovasjon Norge utløste virksomhetens første eksport.

### 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?»

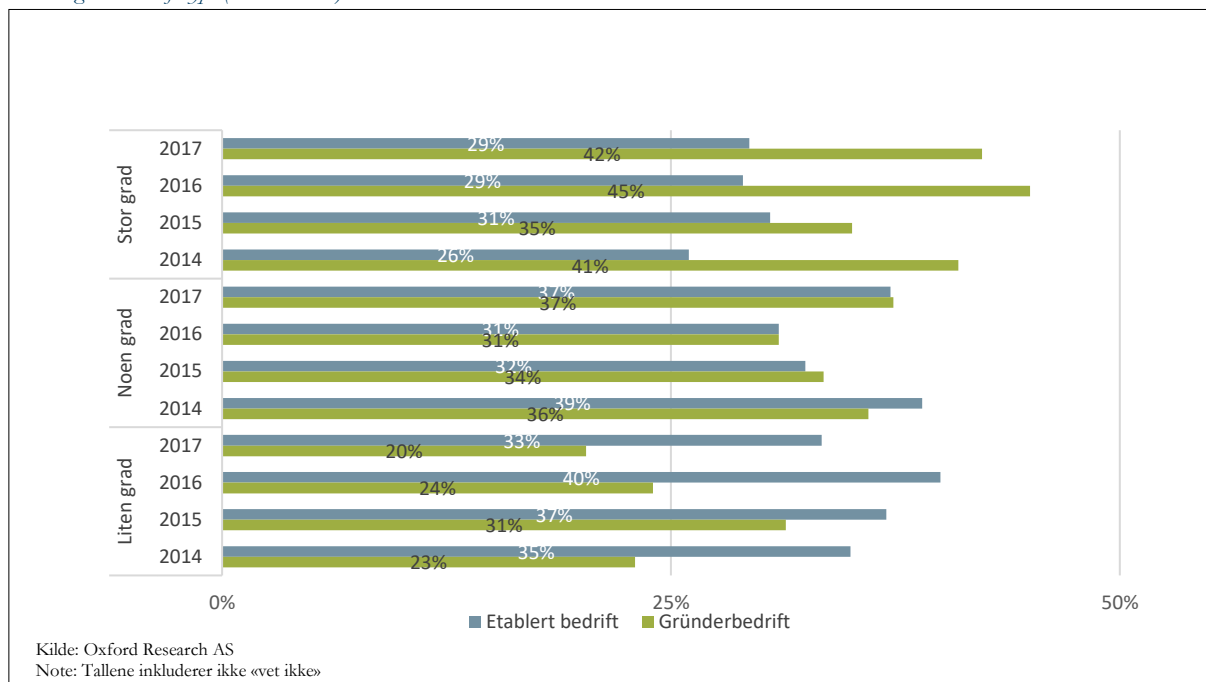
Figur 77: I hvilken grad bidro tjenesten fra Innovasjon Norge til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess? (n=2017: 509)



Vi ser at de 509 respondentene som svarte på dette spørsmålet fordeler seg relativt jevnt på de tre svaralternativene og at andelen som ikke vet er nokså lav. Den største endringen sammenlignet med fjorårets undersøkelse finner vi for svarkategoriene Liten grad, som har gått ned med fem prosentpoeng og Noen grad, som har økt med fem 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 er lite hensiktsmessig, da flere av tjenestene har meget få svar.

Figur 78: I hvilken grad bidro tjenesten fra Innovasjon Norge til at virksomheten kom i gang med sin internasjonaliseringsprosess?  
Fordeling etter bedriftstype (n 2017: 470)



Som figuren over viser, er det, ikke uventet, en langt høyere andel gründervirksomheter (42 prosent, 45 prosent i 2016, 35 prosent i 2015 og 41 prosent i 2014) som svarer at tjenesten i stor grad har bidratt til at virksomheten har kommet i gang med sin internasjonaliseringsprosess. For de etablerte virksomhetene gjelder dette 29 prosent (29 prosent i 2016, 31 prosent i 2015, 26 prosent i 2014). Men er det geografiske, næringsmessige, eierskapsmessige eller andre forskjeller mellom virksomhetene med tanke på Innovasjon Norges bidrag til at de kommer i gang med sine internasjonaliseringssprosesser?

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

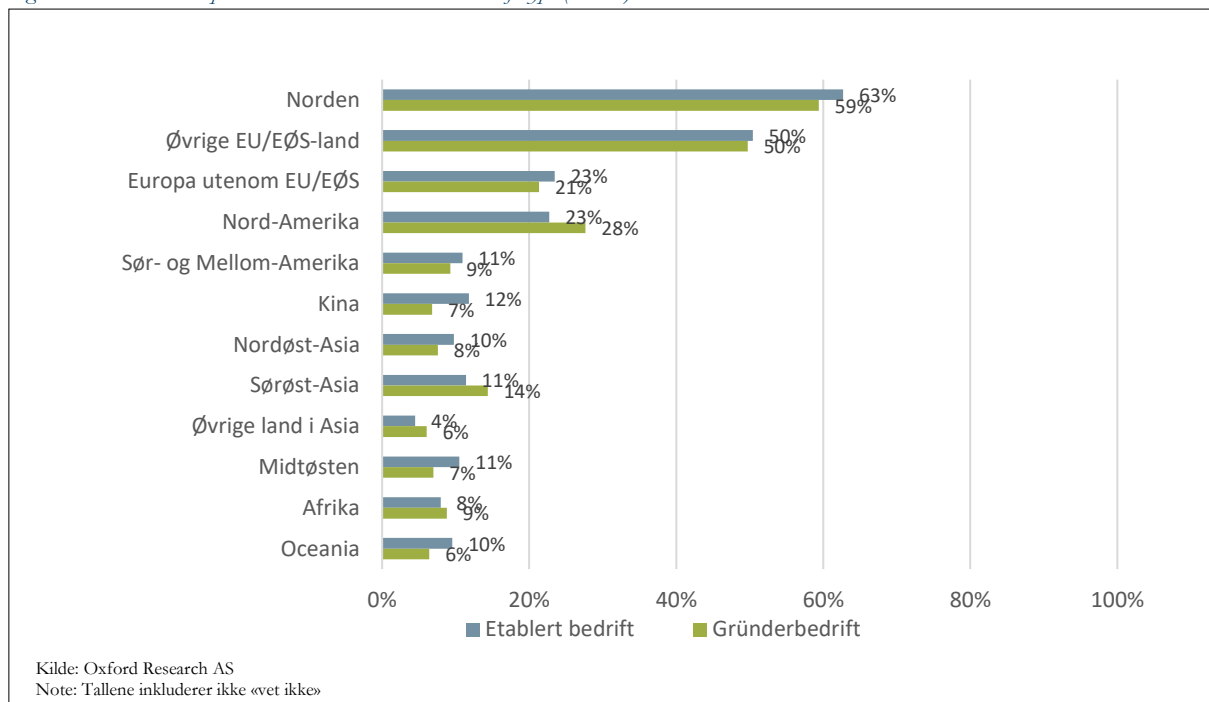
- Hjemmehørende utenfor det distriktspolitiske virkeområdet i større grad enn innenfor virkeområdet
- Som kan karakteriseres som Superinnovatører i større grad enn virksomheter som kan karakteriseres som Driftsorienterte eller Utviklingsorienterte
- Som tilhører kompetanseintensive næringer/tjenester 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 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 79: Andel som eksporterer til ulike markeder etter bedriftstype (n: 509)



Figuren over viser at det er de geografisk nære markedene virksomhetene i første rekke har eksport til, altså våre nordiske naboland og øvrige EU/EØS-land. Nord-Amerika ser ut til å være et viktigere eksportmarked enn Europa utenom EU/EØS og de andre oversjøiske markedene.

Størst forskjell mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter finner vi for Nord-Amerika og Kina. 28 prosent av gründerne eksporterer til Nord-Amerika, mot 23 prosent av de etablerte bedriftene. For Kina er forholdet omvendt. 12 prosent av de etablerte bedriftene eksporterer hit, mot syv prosent av gründerbedriftene. Dette innebærer at forskjellene mellom de etablerte bedriftene og gründerbedriftene er langt mindre enn i fjorårets undersøkelse med tanke på eksport til de store markedene og det er kun for Kina at forskjellen er statistisk signifikant.

Vi finner også enkelte geografiske forskjeller når vi analyserer eksport til enkeltmarkeder. Virksomheter som hører hjemme utenfor det distriktpolitiske virkeområdet har høyere andeler som eksporterer til Europa utenom EU/EØS samt Sør- og Mellom-Amerika, mens virksomheter som er lokalisert innenfor det distriktpolitiske virkeområdet har høyere andeler som eksporterer til Norden. Sammenlignet med fjorårets undersøkelse er med andre ord de geografiske forskjellene mindre.

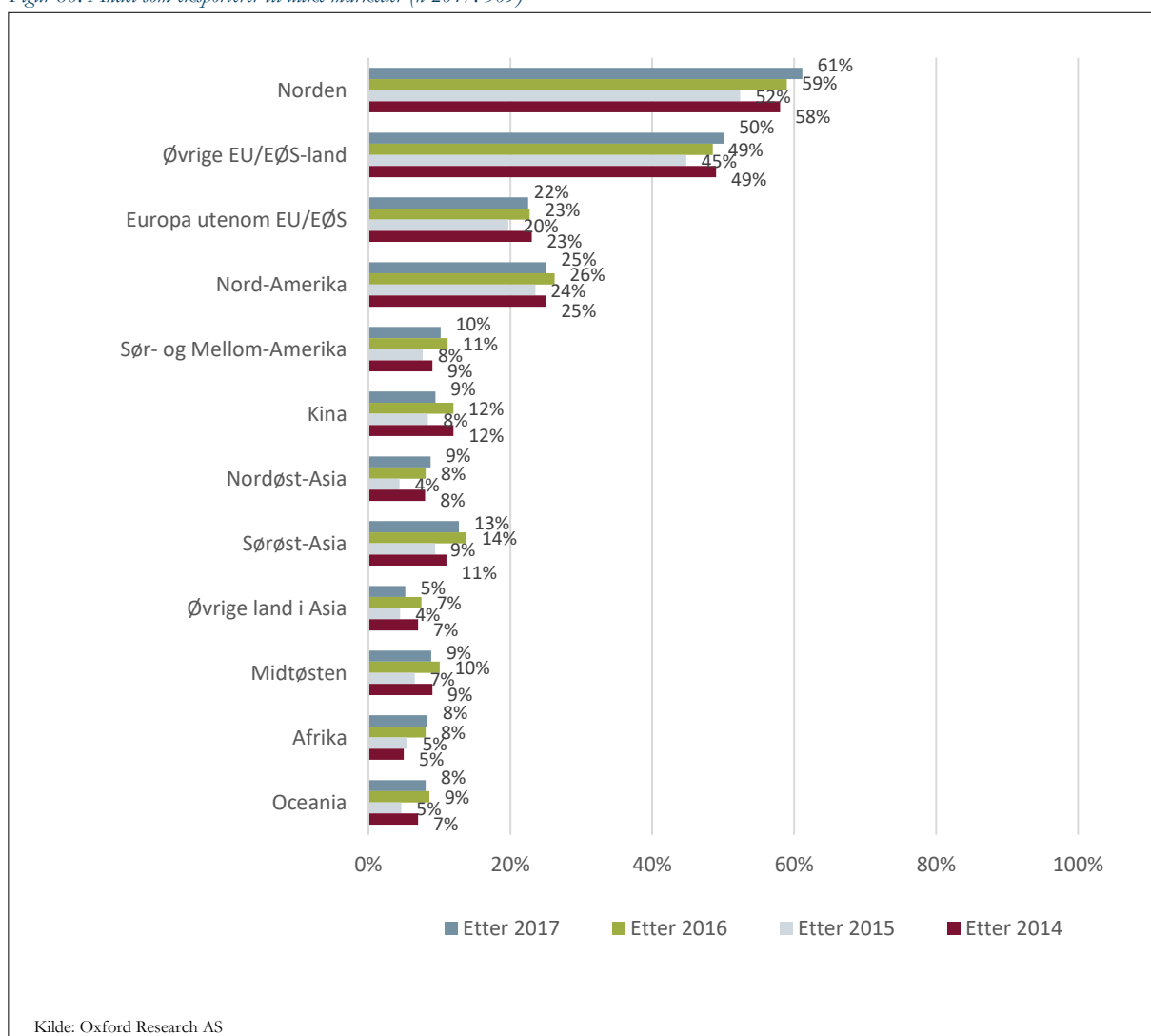
Derimot finner vi flere forskjeller når vi analyserer eksport til enkeltmarkeder ut fra virksomhetenes næringstilhørighet. Vi ser at industribedriftene har mer eksport til Norden, øvrige EU/EØS-land, Nordøst-Asia og Oceania sammenlignet med IKT-bedriftene og tjenesteyterne, mens IKT-bedriftene har de høyeste andelene som eksporterer til Nord-Amerika.

Vi finner også tilsvarende forskjeller i eksportmarkeder med hensyn til virksomhetenes eierskap. Her gjelder at virksomheter som ikke er 100 prosent norskeid har høyere eksport til Europa utenom EU/EØS, Nord-Amerika, samt Oceania, mens rent norskeide virksomheter har høyeste andeler som eksporterer til våre nordiske naboland.

Som i fjorårets undersøkelse, finner vi kun små forskjeller når vi sammenligner virksomheter som har beskyttet sin IPR med virksomheter som ikke har gjort det. Unntaket er Nord-Amerika samt Sør- og Mellom-Amerika, der førstnevnte gruppe har de høyeste andelen.

Som vi ser av figuren under, er endringene fra fjorårets undersøkelse relativt små, med en økning i andelen som eksporterer til de nære markedene og en liten nedgang eller ingen endring i andelen som eksporterer til oversjøiske markeder.

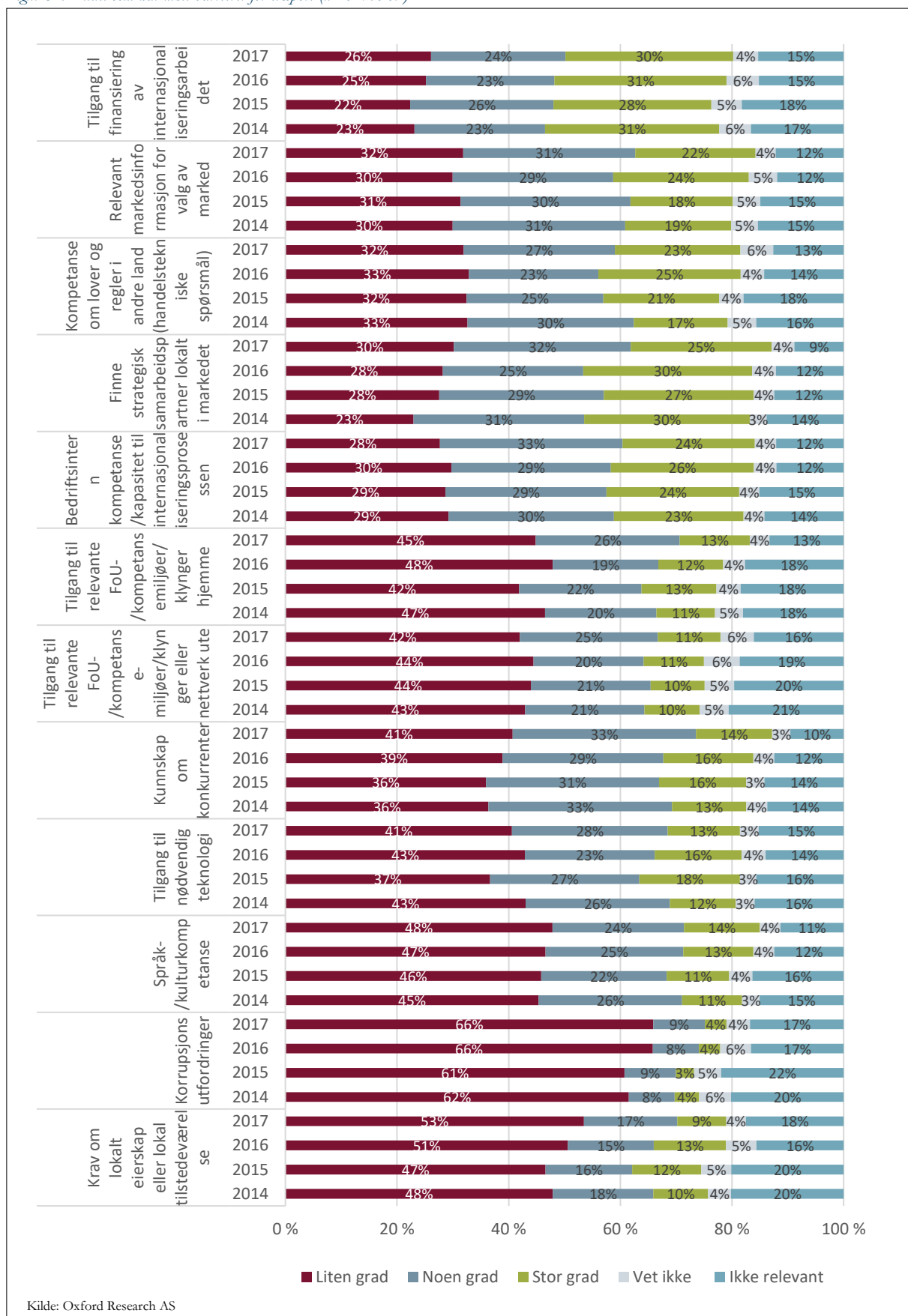
Figur 80: Andel som eksporterer til ulike markeder (n-2017: 509)



## 15.5 EKSPORTBARRIERER

Vi har også spurt virksomhetene om hvorvidt de har støtt på en rekke ulike barrierer/risikofaktorer i sitt eksportarbeid. Resultatene er vist i figuren under.

Figur 81: Andel som har møtt barrierer for eksport (n 2017: 509)



Kilde: Oxford Research AS

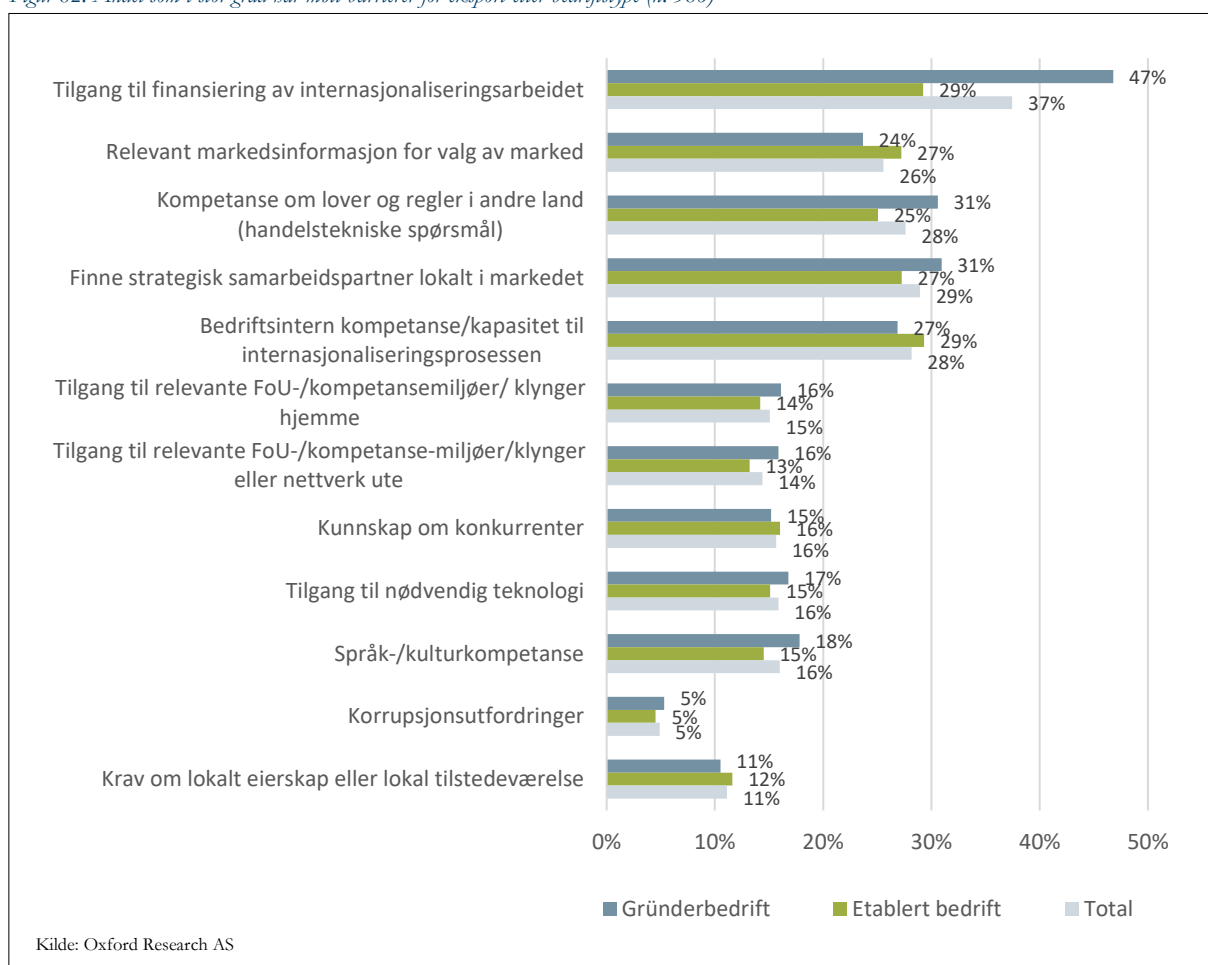
Som figuren over viser, er det over tid en synkende andel virksomheter som opplever at barrierene ikke er relevante, andelene av summen av «Vet ikke» og «Ikke relevant»-svar varierer mellom 13 og 22 prosent (mellom 16 og 25 prosent i 2016, mellom 16 og 27 prosent i 2015 og mellom 17 og 26 prosent i 2014). Sagt på en annen måte, uttrykt gjennom en indikator for samlet bidrag, ser vi at 57 prosent av virksomhetene (61 prosent i 2016, 58 prosent i 2015, 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 (2,2 i 2016, 2,0 i 2015 og 1,9 i 2014).

Blant de virksomhetene som har opplevd slike barrierer, er følgende de tre viktigste i alle Etterundersøkelsene siden 2014:<sup>8</sup>

- 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 gått ned med ett til fem prosentpoeng. I figuren under vises fordelingen av disse barrierene på bedriftstype.

Figur 82: Andel som i stor grad har møtt barrierer for eksport etter bedriftstype (n: 386)



<sup>8</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).

På overordnet nivå, finner vi at en høyere andel av gründerbedriftene (63 prosent) i stor grad har støtt på en eller flere eksportbarrierer sammenlignet med de etablerte bedriftene (53 prosent). Analysen viser også at virksomheter i sentrale strøk, som ikke er rent norske, som satser på radikale innovasjoner og som beskytter sin IPR i størst grad har støtt på en eller flere eksportbarrierer.

Når vi analyserer enkeltbarrierene i mer detalj, er forskjellene langt mindre. Den eneste forskjellen vi finner mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter er at gründerne strever mer med tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet. Også når det gjelder virksomhetenes eierskap, er forskjellene små. Den eneste forskjellen er at helt norske virksomheter sliter mer med å få tilgang til nødvendig teknologi. Næring skiller heller ikke mye i årets undersøkelse. Når det gjelder virksomhetene i de tre mest representerte næringene i denne analysen, finner vi at IKT-bedrifter i større grad enn industrivirksomheter og tjenesteyterne har utfordringer med tanke på bedriftsintern kompetanse/kapasitet til internasjonaliseringsprosessen samt språk-/kulturkompetanse.

Derimot finner vi noen flere geografiske forskjeller, der vi ser at virksomheter i sentrale strøk i større grad enn virksomheter med adresse innenfor det distriktpolitiske virkeområdet har støtt på barrierer knyttet til tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet, å få tilgang til nødvendig teknologi samt språk-/kulturkompetanse.

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 også relativt store forskjeller med hensyn til hvorvidt virksomhetene har beskyttet sin IPR eller ikke. De som har beskyttet sin IPR har i større grad enn de som ikke har gjort det støtt på utfordringer med tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet, kompetanse om lover og regler i andre land (handlestekniske spørsmål), bedriftsintern kompetanse/kapasitet til internasjonaliseringsprosessen, tilgang til relevante FoU-/kompetanse-miljøer/klynger eller nettverk ute samt tilgang til nødvendig teknologi.

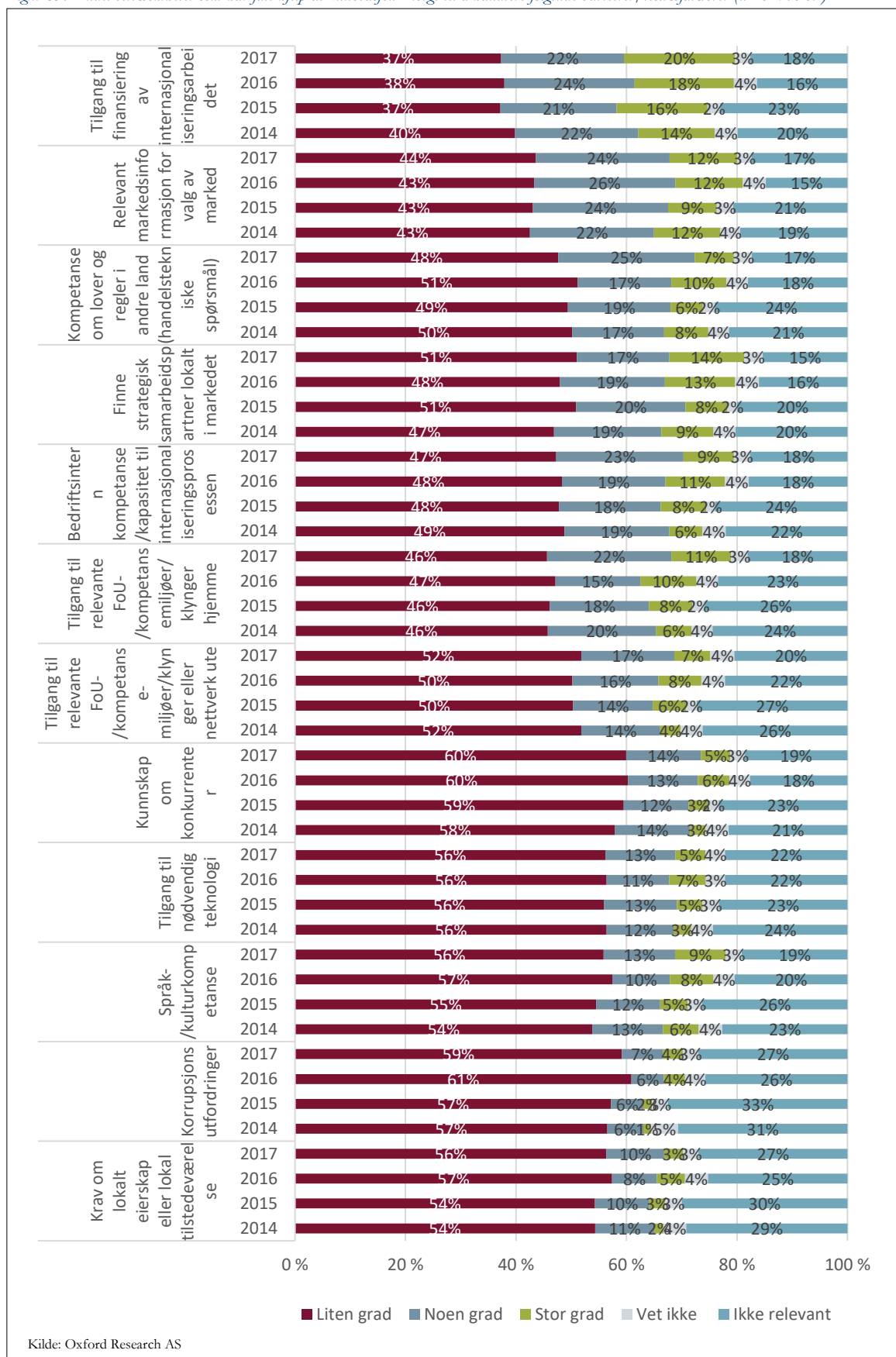
Når vi sammenligner med foregående års undersøkelser, finner vi ingen store endringer. Det er de samme barrierene som går igjen som de mest fremtredende, og det er også disse barrierene vi finner størst og flest statistisk signifikante forskjeller mellom de bakgrunnsvariablene som inngår i analysen. Det foreligger nå fire årganger med observasjoner og dermed fremstår resultatene som robuste og de gir indikasjoner til Innovasjon Norge om hvilke områder kundene trenger hjelp på. Flere indikatorer peker på at eksportbarrierer fortsatt er en utfordring for norske virksomheter. 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 83: Andel virksomheter som har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere følgende barrierer/risikofaktorer (n 2017: 509)

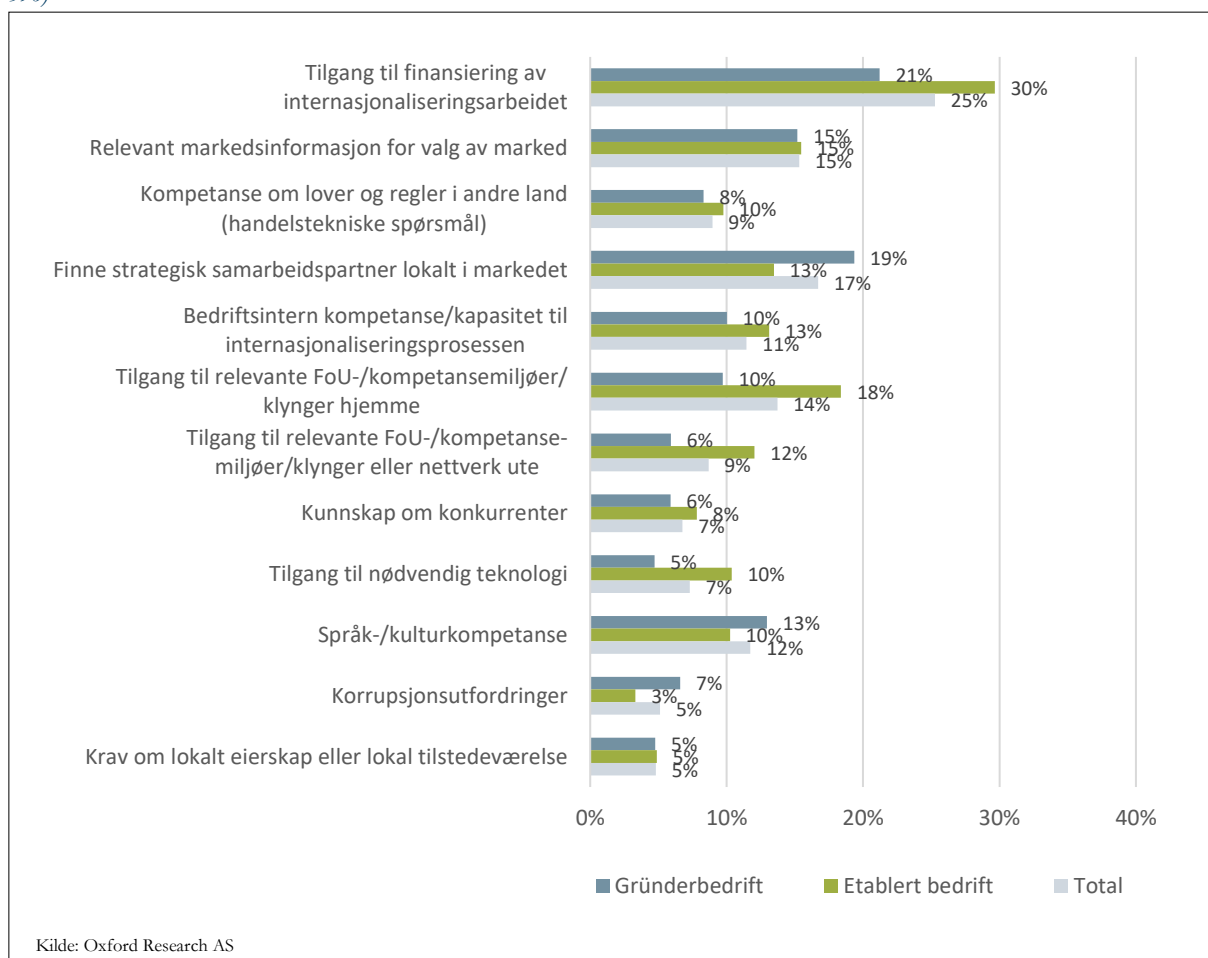


Det første figuren over viser, er at vi over tid ser en synkende andel virksomheter, mellom 19 og 30 prosent (mellom 19 og 29 prosent i 2016, mellom 22 og 35 prosent i 2015 og mellom 23 og 36 prosent i 2014), som benytter svaralternativene «Vet ikke» eller «Ikke relevant. Uttrykt gjennom en indikator for samlet bidrag, ser vi at 38 prosent av virksomhetene oppgir at de har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere eksportbarrierer i stor grad (35 prosent i 2016, 31 prosent i 2015, 33 prosent i 2014), og at de i snitt har fått hjelp til å overkomme 1,1 av i alt 12 mulige barrierer (1,1 i 2016, 0,78 i 2015, 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
- Finne strategisk samarbeidspartner lokalt i markedet

I figuren under vises fordelingen av barrierehandteringen på bedriftstype.

Figur 84: Andel virksomheter som i stor grad har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere følgende barrierer/risikofaktorer etter bedriftstype (n: 396)



På overordnet nivå, finner vi at en høyere andel av gründerbedriftene (42 prosent) i stor grad fått hjelp fra Innovasjon Norge til å håndtere en eller flere eksportbarrierer sammenlignet med de etablerte bedriftene (35 prosent). Analysen viser videre at vi – i motsetning til hvorvidt virksomhetene

har støtt på eksportbarrierer (foregående avsnitt) - ikke finner forskjeller på overordnet nivå ut fra hvor virksomhetene er lokalisert, hvilken næring de tilhører, hvem som eier dem eller hvor innovative de er. Dette bildet endrer seg derimot når vi ser nærmere på de enkelte barrierene de har fått hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere.

Som vi ser av figuren over, er det – i motsetning til fjorårets undersøkelse - relativt store forskjeller i resultatene mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter. Gründerbedriftene har i større grad enn de etablerte bedriftene fått hjelp fra Innovasjon Norge med tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet, å avhjelpe bedriftsintern kompetanse/kapasitet til internasjonaliseringsprosessen, få tilgang til relevante FoU-/kompetansemiljøer/ klynger hjemme, få tilgang til relevante FoU-/kompetanse-miljøer/klynger eller nettverk ute samt med å få tilgang til nødvendig teknologi. På den andre siden har de etablerte bedriftene fått tilført mer kompetanse om lover og regler i andre land (handelstekniske spørsmål).

Enda flere forskjeller finner vi med hensyn til virksomhetenes geografiske plassering. Virksomheter lokalisert innenfor det distriktspolitiske virkeområdet har i større grad enn virksomheter i sentrale strøk fått hjelp med alle eksportbarrierene unntatt tilgang til finansiering av internasjonaliseringsarbeidet og kompetanse om lover og regler i andre land (handelstekniske spørsmål). Når vi analyserer på bakgrunn av virksomhetenes eierskap, finner vi signifikante forskjeller for nøyaktig de samme barrierene. Her ser vi gjennomgående at rent norskeide virksomheter i større grad enn ikke rent norskeide virksomheter har fått hjelp av Innovasjon Norge.

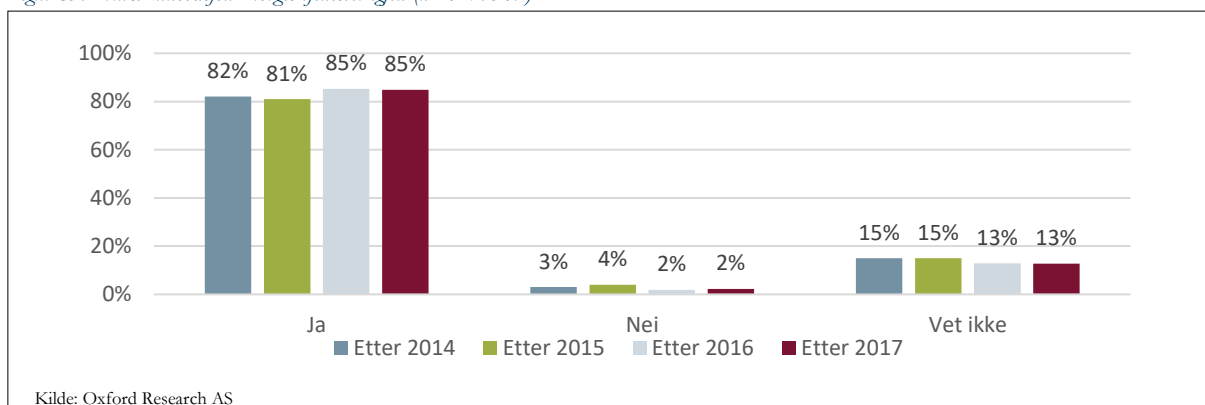
Størst forskjeller finner vi med hensyn til virksomhetenes utviklingsorientering. Her ser vi at Superinnovatørene i større grad enn De Driftsorienterte og De Utviklingsorienterte har fått hjelp av Innovasjon Norge med samtlige barrierer med unntak av kunnskap om konkurrenter.

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. Flere indikatorer peker på at stadig flere virksomheter får hjelp av Innovasjon Norge til å håndtere eksportbarrierer. 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 de tilhører.

## 15.7 BENYTTET INNOVASJON NORGES TJENESTER IGJEN

Avslutningsvis i dette kapitlet 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 85: Bruke Innovasjon Norges tjenester igjen (n-2017: 509)



Som vi ser av figuren over, er det kun to prosent av virksomhetene som svarer at de ikke vil benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden. 13 prosent er usikre, mens 85 prosent sier at de ønsker å benytte seg av Innovasjon Norges tjenester igjen. Resultatene er dermed identiske med fjorårets undersøkelse. Som i fjorårets undersøkelse, finner vi ingen signifikante forskjeller mellom gründerbedrifter og etablerte bedrifter når det gjelder deres tilbøyelighet til å benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden. Den eneste bakgrunnsvariabelen vi finner forskjeller for, er at virksomheter som har beskyttet sin IPR er mer tilbøyelige til å benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden enn de som ikke har det. I tillegg oppgir 99 prosent av Superinnovatørene at de vil benytte Innovasjon Norges tjenester i internasjonale prosjekter i fremtiden, mens kun 92 prosent av de Driftsorienterte oppgir det samme.



## 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	7047	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	1711
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	6384,4	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	1,23

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	49 %	5 %	46 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	10 %	19 %	71 %
2016	12 %	19 %	69 %
2015	15 %	20 %	65 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	10
Eksportandel	12,7

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	72 %
Tjeneste	63 %
Prosess	63 %
Marked	62 %
Organisasjon	31 %
Andel som ikke gir innovasjon	6 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	49 %	40 %	27 %
Nasjonalt nivå	11 %	13 %	8 %
Regionalt nivå	7 %	9 %	5 %
Bedriftsnivå	21 %	23 %	38 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,28
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	80 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,58
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	75 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,54
	Andel av prosjektene med atferdsendring	66 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,08
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	66 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	21 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	46 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	37 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	56 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	40 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	17 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	26 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	37 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	36 %
Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	53 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	19 %

## 16.2 BEDRIFTSNETTVERK

Bedriftsnettverk er et tjenestetilbud som skal stimulere små og mellomstore bedrifter i hele landet til å etablere kommersielle, strategiske samarbeid om konkrete forretningsmessige prosjekter med andre bedrifter. Bedriftsnettverkstjenesten tilbyr finansiering (tilskudd) til planlegging, utvikling og etablering av bedriftsnettverk. Tjenesten kan finansiere kostnader knyttet til tilrettelegging og ledelse, samlinger, nødvendige analyser og felles kompetansebygging. Tjenesten bidrar med kompetanse knyttet til valg av konsulent, rådgiving og verktøy for nettverksutvikling. Målet med bedriftsnettverkene er å oppnå sterke og forpliktende samarbeidsrelasjoner for konkrete innovasjonsprosjekter.

Antall kunder i populasjonen	22	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	19
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	21, 11	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,46

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	38,5%	7,7%	53,8 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	-	-	100 %
2016	8 %	17 %	75 %
2015			

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	13
Eksportandel	2,2

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	73 %
Tjeneste	92 %
Prosess	50 %
Marked	92 %
Organisasjon	58 %
Andel som ikke gir innovasjon	7 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	33 %	9 %	40 %
Nasjonalt nivå	33 %	18 %	
Regionalt nivå	17 %	9 %	
Bedriftsnivå	17 %	36 %	60 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,71
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	100 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,36
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	79%
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,93
	Andel av prosjektene med atferdsendring	93%
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,86
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	64%
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	14%
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	31%
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	27%
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	50%
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	9%
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	20%
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	50%
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	14%
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	29%

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	42%
Rådgiving	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	0 %

## 16.3 BEDRIFTSUTVIKLINGSTILSKUDD - DISTRIKT

Bedriftsutviklingstilskudd – distrikt kan benyttes i nærmere definerte distriktsutviklingsområder. Målet med tilskuddet er å stimulere bedrifter innenfor det distriktpolitiske virkeområdet til å gjennomføre prosjekter som ikke ville blitt realisert i samme grad uten offentlige tilskudd. Utviklingsprosessene skal styrke kompetanse, eksterne samarbeidsrelasjoner, organisering, produkt- og prosessutvikling eller markedsutvikling. Tilskuddene benyttes til prosjekter med verdiskapingspotensial og skal også bidra til å internasjonalisere næringslivet. Støtte kan gis både til nyetableringer og til etablerte bedrifter.

Antall kunder i populasjonen	243	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	156
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	214, 69	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,40

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	8,3 %	0,8	90,9%

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2016	5 %	18 %	77 %
2016	9 %	18 %	73 %
2015	13 %	24 %	63 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	17
Eksportandel	14,4

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	68 %
Tjeneste	73 %
Prosess	65 %
Marked	71 %
Organisasjon	32 %
Andel som ikke gir innovasjon	20 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	48 %	26 %	20 %
Nasjonalt nivå	16 %	15 %	17 %
Regionalt nivå	5 %	16 %	15 %
Bedriftsnivå	17 %	26 %	31 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,53
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	84%
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,32
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	77 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,56
	Andel av prosjektene med atferdsendring	69 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,35
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	70 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	9 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	45 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	27 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	50 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	24 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	13 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	37 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	23 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	27 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	42 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	26 %



## 16.4 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	73	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	49
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	4,3	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,40

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	47 %	9 %	44 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	9 %	9 %	83 %
2016	10 %	13 %	77 %
2015	16 %	10 %	74 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	3
Eksportandel	14,7

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	40 %
Tjeneste	37 %
Prosess	57 %
Marked	62 %
Organisasjon	7 %
Andel som ikke gir innovasjon	35 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå			
Nasjonalt nivå			
Regionalt nivå	10 %	9 %	12 %
Bedriftsnivå	70 %	82 %	59 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,04
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	69 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	1,49
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	47 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,16
	Andel av prosjektene med atferdsendring	42 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	0,84
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	31 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	5 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	23 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	31 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	33 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	12 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	24 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	35 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	76 %

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

## 16.5 BIOØKONOMIORDNINGEN

Bioøkonomiordningen ble opprettet i 2017 som en paraply over flere virkemidler knyttet blant annet til det tidligere Bioraffineringsprogrammet og Trebasert Innovasjonsprogram. Midlene skal legge grunnlag for økt verdiskaping i biobaserte næringer gjennom en markedsorientert og bærekraftig utnyttning av bioressursene. Bioøkonomiordningen har for første gang egne poster i statsbudsjettet i 2017 fra tre oppdragsdepartement: NFD, KMD og LMD. I oppdragsbrev fra LMD er føringen at midlene skal nyttes til utviklingsprosjekter i bioøkonomi innen landbruk (jord og skog). Fra KMD skal midlene nyttes til prosjekter i distriktskommuner. Fra NFD kan man støtte utviklingsprosjektet innen bioøkonomi uavhengig av sektor.

Antall kunder i populasjonen	28	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	22
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	73,4	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,58

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	49 %	9 %	42 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	14%	29%	57%
2016	0 %	24 %	76 %
2015			

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	24
Eksportandel	14,7

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	62 %
Tjeneste	48 %
Prosess	64 %
Marked	62 %
Organisasjon	31 %
Andel som ikke gir innovasjon	24 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	27 %	18 %	29 %
Nasjonalt nivå	33 %	27 %	29 %
Regionalt nivå	13 %	27 %	21 %
Bedriftsnivå	13 %		14 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,70
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	85 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,52
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	85 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,33
	Andel av prosjektene med atferdsendring	85 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,06
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	64 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	17 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	48 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	32 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	46 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	35 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	4 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	38 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	30 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	36 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	45 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	8 %

## 16.6 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	72	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	20
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	73,94	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,14

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	23,1%	12 %	64 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017		31%	69%
2016	15 %	2 %	83 %
2015	13 %	31 %	56 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	1
Eksportandel	0,1

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	91%
Tjeneste	65 %
Prosess	55 %
Marked	76 %
Organisasjon	38 %
Andel som ikke gir innovasjon	18 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	7 %	11 %	7 %
Nasjonalt nivå	15 %	16 %	29 %
Regionalt nivå	15 %	26 %	21 %
Bedriftsnivå	44 %	32 %	21 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,90
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	87 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,38
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	79 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,59
	Andel av prosjektene med atferdsendring	64 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,38
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	67 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	21 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	29 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	31 %
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	5 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	28 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	36 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	36 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	44 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	16 %

## 16.7 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	216	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	94
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	64	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,24

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	42 %	6 %	52 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	8 %	22 %	71 %
2016	11 %	24 %	64 %
2015	10 %	20 %	70 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	2
Eksportandel	0,2

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	78 %
Tjeneste	74 %
Prosess	61 %
Marked	67 %
Organisasjon	31 %
Andel som ikke gir innovasjon	16 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	10 %	9 %	9 %
Nasjonalt nivå	10 %	4 %	6 %
Regionalt nivå	24 %	15 %	9 %
Bedriftsnivå	40 %	59 %	61 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,24
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	83 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,02
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	78 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,97
	Andel av prosjektene med atferdsendring	61 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	2,56
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	66 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	12 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	46 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	44 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	54 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	42 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	2 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	13 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	47 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	35 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	58 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	20 %

## 16.8 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	443	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	262
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	495,27	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,53

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	39 %	5 %	56 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	13 %	20 %	66 %
2016	15 %	19 %	66 %
2015	17 %	19 %	65 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	2
Eksportandel	0,0

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	56 %
Tjeneste	40 %
Prosess	76 %
Marked	15 %
Organisasjon	12 %
Andel som ikke gir innovasjon	19 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	2 %		1 %
Nasjonalt nivå	9 %	7 %	4 %
Regionalt nivå	2 %	2 %	2 %
Bedriftsnivå	60 %	66 %	68 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,47
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	72 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	1,88
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	67 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,29
	Andel av prosjektene med atferdsendring	50 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	1,42
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	59 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	15 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	46 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	39 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	51 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	54 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	0 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	10 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	62 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	43 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	79 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	3 %

## 16.9 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	75	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	52
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	55,35	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,31

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	14 %	2 %	85 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	6 %	19 %	74 %
2016	19 %	17 %	64 %
2015	16 %	17 %	67 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	1
Eksportandel	6,2

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	74 %
Tjeneste	72 %
Prosess	40 %
Marked	81 %
Organisasjon	39 %
Andel som ikke gir innovasjon	14 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	38 %	29 %	31 %
Nasjonalt nivå	19 %	26 %	8 %
Regionalt nivå	19 %	26 %	
Bedriftsnivå	16 %	16 %	38 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,69
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	92 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,81
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	85 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,02
	Andel av prosjektene med atferdsendring	75 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,65
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	75 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	21 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	33 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	39 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	46 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	38 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	5 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	27 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	31 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	23 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	44 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	27 %

## 16.10 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	386	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	243
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	199,31	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,27

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	85 %	4 %	12 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	8 %	18 %	74 %
2016	10 %	19 %	71 %
2015	14 %	19 %	67 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	5
Eksportandel	10,7

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	74 %
Tjeneste	71 %
Prosess	48 %
Marked	69 %
Organisasjon	31 %
Andel som ikke gir innovasjon	14 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	69 %	59 %	40 %
Nasjonalt nivå	14 %	17 %	8 %
Regionalt nivå	3 %	5 %	
Bedriftsnivå	6 %	7 %	25 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,02
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	83 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,56
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	87 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,41
	Andel av prosjektene med atferdsendring	78 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,90
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	78 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	20 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	47 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	30 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	61 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	34 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	16 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	28 %
Samfunns effekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunns effekter	40 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	35 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	32 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	28 %

## 16.11 EU-RÅDGIVNING

Mobilisering og dybderådgivning til Horisont 2020 er tjenester rettet mot små og mellomstore bedrifter. Målet er å hjelpe bedriftene med å identifisere muligheter i H2020, veilede i søknadsprosessen, lykkes med EU finansiering til sine prosjekter og i realiseringen av prosjektene. Tjenestene kan være Horizon 2020 Advisory eller Horizon 2020 Key account management.

Antall kunder i populasjonen	34	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	21
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	-	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	-

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	58 %	5 %	38 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	19%	6%	75%
2016	-	-	-
2015	-	-	-

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	6
Eksportandel	8,5

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	71 %
Tjeneste	63 %
Prosess	69 %
Marked	73 %
Organisasjon	44 %
Andel som ikke gir innovasjon	29 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	100 %	100 %	70 %
Nasjonalt nivå			
Regionalt nivå			10 %
Bedriftsnivå			20 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,95
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	86 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,71
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	81 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,67
	Andel av prosjektene med atferdsendring	76 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	5,05
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	62 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	33 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	64 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	57 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	81 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	36 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	29 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	25 %
Samfunns effekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunns effekter	57 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	19 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	53 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	40 %



## 16.12 FRAM-GLOBAL GROWTH

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	93	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	68
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	-	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	-

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	46 %	4 %	50 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	8 %	17 %	75 %
2016	7 %	9 %	84 %
2015	19 %	15 %	66 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	13
Eksportandel	18,6

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	73 %
Tjeneste	56 %
Prosess	57 %
Marked	60 %
Organisasjon	31 %
Andel som ikke gir innovasjon	27 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	33 %	25 %	8 %
Nasjonalt nivå	21 %	17 %	4 %
Regionalt nivå	12 %	13 %	16 %
Bedriftsnivå	15 %	42 %	52 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,93
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	75 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,18
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	69 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,47
	Andel av prosjektene med atferdsendring	65 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,01
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	60 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	19 %
Konkurransevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	38 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	36 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	52 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	33 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	11 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	20 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	25 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	26 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	57 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	24 %

## 16.13 INNOVASJON I REISELIVSNÆRINGEN

Innovasjon er viktig for å styrke konkurransekraften, bedre lønnsomheten og skape vekst i reiselivet. Det må utvikles helhetlige produkter med høy kvalitet som gir våre besøkende gjennomgående gode opplevelser. Utviklingen av produkttilbudet må skje ut fra oppdatert markedskunnskap, trender, tilpasning til prioriterte målgrupper og ønske om helårs sysselsetting. Tjenesten innovasjon i reiselivsnæringen skal bidra til dette gjennom rådgiving, finansiering, kompetanse og nettverk. Tjenesten skal bidra mest til målet om flere vekstkraftige bedrifter, men også til målet om flere innovative næringsmiljø.

Antall kunder i populasjonen	21	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	18
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	11,64	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,30

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	44 %	6 %	50 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	11 %	0 %	89 %
2016			
2015			

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	7
Eksportandel	0,0

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	45 %
Tjeneste	100 %
Prosess	22 %
Marked	100 %
Organisasjon	50 %
Andel som ikke gir innovasjon	11 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå		7 %	
Nasjonalt nivå	25 %	7 %	50 %
Regionalt nivå		27 %	
Bedriftsnivå	50 %	20 %	

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,89
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	94 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,72
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	94 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,94
	Andel av prosjektene med atferdsendring	89 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,61
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	72 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	7 %
Konkurransevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	56 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	44 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	60 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	7 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	13 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	65 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	44 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	33 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	60 %
Rådgiving	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	0 %

## 16.14 INNOVASJONSKONTRAKTER (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	90	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	70
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	297,2	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	1,73

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	83 %	6 %	11 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	3 %	21 %	75 %
2016	15 %	20 %	65 %
2015	13 %	23 %	64 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	12
Eksportandel	18,5

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	78 %
Tjeneste	73 %
Prosess	48 %
Marked	72 %
Organisasjon	39 %
Andel som ikke gir innovasjon	7 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	78 %	56 %	42 %
Nasjonalt nivå	14 %	20 %	15 %
Regionalt nivå			
Bedriftsnivå	6 %	20 %	27 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,89
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	96 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	5,36
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	90 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	4,09
	Andel av prosjektene med atferdsendring	84 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	4,69
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	83 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	38 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	63 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	38 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	67 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	43 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	26 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	65 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	43 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	30 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	30 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	5 %

## 16.15 INTERNASJONAL MARKEDSRÅDGIVNING

Tjenesten er Innovasjon Norges største individuelle rådgivningstjeneste levert av kontorene i utlandet. Formålet med tjenesten er å bidra til at gründere og etablerte bedrifter styrker sin evne til å utnytte internasjonale markedsmuligheter, realiserer sitt vekstpotensial og raskere oppnår kommersielle resultater. For å øke mulighetene for vekst er det en suksessfaktor at norske bedrifter tenker internasjonalt fra dag en. Internasjonalisering er også en viktig driver for innovasjon. Et næringsliv som tidlig orienterer seg internasjonalt, har bedre forutsetning for å utvikle løsninger med verden som marked. Internasjonal markedsrådgivning består av ulike leveranser som tilpasses bedriftens behov, i alle faser av en internasjonaliseringsprosess.

Antall kunder i populasjonen	75	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	42
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	-	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	-

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	79 %	-	22 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	4 %	19 %	78 %
2016	14 %	14 %	71 %
2014	-	-	-

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	35
Eksportandel	46,5

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	68 %
Tjeneste	64 %
Prosess	67 %
Marked	77 %
Organisasjon	42 %
Andel som ikke gir innovasjon	38 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	67 %	43 %	43 %
Nasjonalt nivå	7 %	21 %	7 %
Regionalt nivå			
Bedriftsnivå	13 %	7 %	14 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,38
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	62 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,57
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	60 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,12
	Andel av prosjektene med atferdsendring	60 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	2,33
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	52 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	19 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	31 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	26 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	41 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	27 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	19 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	21 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	19 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	21 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	37 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	60 %

## 16.16 INVESTERINGSTILSKUDD – DISTRIKT

Investeringstilskudd – distrikt kan benyttes i nærmere definerte distriktsutviklingsområder. 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. Tilskuddet skal stimulere bedrifter innenfor det distriktpolitiske virkeområdet til å gjennomføre prosjekter som ikke ville blitt realisert i samme grad uten offentlige tilskudd.

Antall kunder i populasjonen	41	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	34
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	150,49	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,67

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

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	10 %	20 %	70 %
2016	3 %	33 %	63 %
2015	-	-	-

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	12
Eksportandel	5,4

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	80 %
Tjeneste	81 %
Prosess	68 %
Marked	80 %
Organisasjon	30 %
Andel som ikke gir innovasjon	3 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	22 %	6 %	6 %
Nasjonalt nivå	13 %	11 %	18 %
Regionalt nivå	9 %	22 %	24 %
Bedriftsnivå	43 %	56 %	35 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,38
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	94 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,50
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	88 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,79
	Andel av prosjektene med atferdsendring	71 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,21
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	88 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	31 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	66 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	63 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	75 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	56 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	13 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	13 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	35 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	29 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	71 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	21 %

## 16.17 IPR-RÅDGIVNING

IPR-rådgivning er et tilbud til gründere og små og mellomstore bedrifter som utvikler innovative produkter og tjenester, og som har lite eller ingen erfaring med IPR-systemet fra før. Tilbudet er et supplement til tjenester som tilbys av kommersielle aktører. Immaterielle rettigheter (IPR) består av et juridisk system og strategier som kan både beskyttelse og konkurransefortrinn. Med strategisk bruk av IPR kan bedrifter sikre seg rettigheter til det de utvikler, og bruke rettighetene til å øke lønnsomheten.

Antall kunder i populasjonen	112	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	70
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	-	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	-

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	73 %	3 %	24 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	11 %	24 %	65 %
2016	11 %	24 %	65 %
2015	-	-	-

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	6
Eksportandel	11,1

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	86 %
Tjeneste	58 %
Prosess	55 %
Marked	65 %
Organisasjon	31 %
Andel som ikke gir innovasjon	23 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	67 %	52 %	50 %
Nasjonalt nivå	12 %	23 %	11 %
Regionalt nivå			
Bedriftsnivå	6 %	10 %	18 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,81
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	81 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,09
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	74 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,76
	Andel av prosjektene med atferdsendring	73 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,44
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	71 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	28 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	54 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	33 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	64 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	32 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	22 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	32 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	36 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	37 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	39 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	37 %

## 16.18 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	24	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	17
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	755,27	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	9,35

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	18 %	6 %	77 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	29 %	14 %	57 %
2016	30 %	40 %	30 %
2015	50 %	19 %	31 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	11
Eksportandel	5,2

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	73 %
Tjeneste	53 %
Prosess	81 %
Marked	69 %
Organisasjon	20 %
Andel som ikke gir innovasjon	6 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	Tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå			
Nasjonalt nivå	38 %	40 %	9 %
Regionalt nivå			9 %
Bedriftsnivå	50 %	60 %	36 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,65
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	74 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,59
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	88 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,24
	Andel av prosjektene med atferdsendring	71 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	2,59
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	82 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	6 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	50 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	50 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	73 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	63 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	9 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	13 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	29 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	41 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	75 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	0 %

## 16.19 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 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	28	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	24
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	1263,95	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	8,90

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	8 %	13 %	79 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	47%	11%	42%
2016	19 %	19 %	63 %
2015	29 %	7 %	64 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	4
Eksportandel	2,1

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	61 %
Tjeneste	53 %
Prosess	81 %
Marked	13 %
Organisasjon	33 %
Andel som ikke gir innovasjon	38 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå			14 %
Nasjonalt nivå	17 %		14 %
Regionalt nivå			
Bedriftsnivå	50 %	100 %	57 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2016
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,00
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	67 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	2,13
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	63 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,50
	Andel av prosjektene med atferdsendring	50 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	1,17
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	33 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	35 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	75 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	75 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	53 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	67 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	14 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	6 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	42 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	50 %

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



## 16.20 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	99	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	66
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	602,91	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	1,39

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	21 %	10 %	68 %

Addisjonalt	Lav	Middels	Høy
2017	9 %	20 %	71 %
2016	16 %	10 %	74 %
2015	29 %	19 %	52 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	3
Eksportandel	0,0

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	54 %
Tjeneste	28 %
Prosess	81 %
Marked	19 %
Organisasjon	9 %
Andel som ikke gir innovasjon	18 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå			
Nasjonalt nivå			
Regionalt nivå	8 %		15 %
Bedriftsnivå	62 %	46 %	45 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,36
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	74 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	2,14
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	73 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	1,11
	Andel av prosjektene med atferdsendring	47 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	1,06
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	56 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	17 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	35 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	35 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	62 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	56 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	0 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	13 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	74 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	47 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	77 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	9 %

## 16.21 MENTORTJENESTEN

Mentortjeneste for gründere er en rådgivningstjeneste rettet mot gründerbedrifter i tidlig fase. Tjenesten består av to elementer; et tilskudd som gis gründer slik at gründer kan betale mentor et honorar for mentoreringen, og en koblingstjeneste hvor eksterne samarbeidsparter finner en passende mentor iht bestilling fra Innovasjon Norge. Tjenesten skal bidra til å lukke kompetansegap hos gründere og kan bidra både i forhold til spesifikk bransjekunnskap eller innenfor generelle kompetanseområder som f.eks. internasjonalisering. Mentor kommer inn i en fase hvor strategiske valg skal tas og aktiviteter må prioriteres nøye. Det presiseres overfor mottaker av tjenesten at mentor ikke skal bistå i den daglige drift, men være en bidragsyter og pådriver i forretningsutvikling og kommersialisering. Tjenesten leveres enten som Mentor I (inntil 30 timer mentoring) eller Mentor II (inntil 100 timer mentoring). Det foretas en behovsavklaring i hver enkelt sak, og mentortilbudet forsøkes å skreddersys i forhold til behovet som avdekkes. Alle distriktskontor har en mentoransvarlig, men saksbehandling og oppfølging av mentorsaker foretas av alle kundansvarlige ved kontorene.

Antall kunder i populasjonen	59	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	44
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	-	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,09

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	36 %	2 %	61 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	11%	17%	72%
2016			
2015			

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	2
Eksportandel	7,5

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	73 %
Tjeneste	73 %
Prosess	53 %
Marked	75 %
Organisasjon	59 %
Andel som ikke gir innovasjon	16 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	57 %	50 %	36 %
Nasjonalt nivå	5 %	10 %	21 %
Regionalt nivå	5 %	10 %	
Bedriftsnivå	19 %	20 %	29 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,66
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	86 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,82
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	80 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,09
	Andel av prosjektene med atferdsendring	80 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,77
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	75 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	16 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	42 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	42 %
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	19 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	27 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	41 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	30 %
Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	50 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	25 %

## 16.22 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	85	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	59
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	537,22	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	2,24

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	73 %	9 %	19 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	9 %	16 %	75 %
2016	12 %	20 %	68 %
2015	11 %	15 %	74 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	39
Eksportandel	26,4

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	85 %
Tjeneste	80 %
Prosess	73 %
Marked	82 %
Organisasjon	34 %
Andel som ikke gir innovasjon	5 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	75 %	60 %	59 %
Nasjonalt nivå	11 %	18 %	10 %
Regionalt nivå	5 %	5 %	3 %
Bedriftsnivå	7 %	8 %	13 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	4,80
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	95 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	5,07
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	92 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	4,14
	Andel av prosjektene med atferdsendring	92 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	5,20
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	88 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	24 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	51 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	42 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	60 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	32 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	25 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	36 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	41 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	81 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	29 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	18 %

## 16.23 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	56	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	40
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	546,13	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	2,75

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

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	16%	6%	78%
2016	12 %	12 %	76 %
2015	12 %	19 %	69 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	16
Eksportandel	15,5

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	79 %
Tjeneste	68 %
Prosess	64 %
Marked	73 %
Organisasjon	43 %
Andel som ikke gir innovasjon	30 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	33 %	28 %	
Nasjonalt nivå	14 %	17 %	13 %
Regionalt nivå	14 %	22 %	20 %
Bedriftsnivå	14 %	22 %	40 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,48
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	80 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,88
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	68 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,70
	Andel av prosjektene med atferdsendring	55 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,85
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	58 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	27 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	63 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	63 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	67 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	47 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	27 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	23 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	25 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	30 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	48 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	0 %

## 16.24 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	118	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	86
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	898,62	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	2,29

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	94 %	2 %	4 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	5%	22%	72%
2016	14 %	16 %	70 %
2015	5 %	21 %	74 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	13
Eksportandel	33,8

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	82 %
Tjeneste	78 %
Prosess	58 %
Marked	82 %
Organisasjon	35 %
Andel som ikke gir innovasjon	9 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	59 %	61 %	34 %
Nasjonalt nivå	9 %	11 %	16 %
Regionalt nivå	2 %	2 %	3 %
Bedriftsnivå	18 %	14 %	32 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,80
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	90 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	5,17
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	86 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,35
	Andel av prosjektene med atferdsendring	73 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	4,33
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	86 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	32 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	64 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	46 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	78 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	48 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	34 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	33 %
Samfunns effekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunns effekter	33 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	27 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	45 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	21 %

## 16.25 RÅDGIVNING

Som følge av overgangen til ny tjenestemodell i Innovasjon Norge i 2017 (og at datagrunnlaget for Førundersøkelsen 2017 er basert på denne), fremkom det en rekke rådgivningssaker som ikke var mulig å entydig henføre til en spesifikk tjenestene. Denne tjenesten blir dermed en generisk samlepost for rådgivningssaker det på utsendelsestidspunktet for undersøkelsen ikke var mulig å tilskrive en spesifikk rådgivningstjeneste. På grunn av bedret datakvalitet i 2018, vil denne tjenesten ikke inngå i Førundersøkelsen for 2018-årgangen eller senere årganger.

Antall kunder i populasjonen	84	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	48
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	-	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	-

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

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	6 %	32 %	61 %
2016	-	-	-
2015	-	-	-

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	17
Eksportandel	41,2

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	79 %
Tjeneste	68 %
Prosess	71 %
Marked	81 %
Organisasjon	38 %
Andel som ikke gir innovasjon	35 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	54 %	57 %	37 %
Nasjonalt nivå	4 %		
Regionalt nivå	12 %	10 %	
Bedriftsnivå	23 %	10 %	47 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	2,79
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	69 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,79
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	65 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,48
	Andel av prosjektene med atferdsendring	63 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,38
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	56 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	24 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	52 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	33 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	48 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	44 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	39 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	30 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	25 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	33 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	52 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	45 %

## 16.26 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 til-skuddet skal være utløsende for at støtte skal kunne gis.

Antall kunder i populasjonen	36	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	24
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	54,30	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,67

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	72 %	-	28 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	9 %	13 %	78 %
2016	9 %	18 %	73 %
2015	13 %	38 %	50 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	18
Eksportandel	33,1

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	91 %
Tjeneste	75 %
Prosess	55 %
Marked	79 %
Organisasjon	45 %
Andel som ikke gir innovasjon	4 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	53 %	47 %	45 %
Nasjonalt nivå	6 %	7 %	
Regionalt nivå	6 %	7 %	
Bedriftsnivå	18 %	40 %	27 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,96
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	92 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	4,67
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	88 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,50
	Andel av prosjektene med atferdsendring	79 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	4,21
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	75 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	30 %
Konkurranssevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	50 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	29 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	52 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	38 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	33 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	43 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	46 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	42 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	59 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	29 %

## 16.27 UTVIKLINGSPROGRAMMET FOR LANDBRUKS- OG REINDRIFTSBASERT VEKST OG VERDISKAPING

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	40	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	36
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	60,84	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,76

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	39 %	-	61 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	15%	12%	74%
2016	7 %	10 %	83 %
2015	15 %	15 %	70 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	38
Eksportandel	0,5

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	79 %
Tjeneste	65 %
Prosess	65 %
Marked	77 %
Organisasjon	40 %
Andel som ikke gir innovasjon	17 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	14 %		7 %
Nasjonalt nivå			
Regionalt nivå	27 %	29 %	
Bedriftsnivå	45 %	41 %	79 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,36
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	86 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	3,64
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	83 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	2,31
	Andel av prosjektene med atferdsendring	64 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,47
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	69 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	23 %
Konkurransevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	52 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	52 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	58 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	55 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	5 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	38 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	25 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	31 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	69 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	11 %



## 16.28 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	23	Antall kunder i utvalget (intervjuet)	20
Totalt innvilget i populasjonen (mill)	13,56	Gjennomsnittlig innvilget per kunde som har svart på undersøkelsen (mill)	0,31

DPV	Område 1	Område 2	Område 3
Andel	30 %	0 %	70 %

Addisjonalitet	Lav	Middels	Høy
2017	17%	17%	67%
2016	20 %	10 %	70 %
2015	18 %	18 %	64 %

Gjennomsnitt per kunde	
Antall årsverk	7
Eksportandel	24,6

Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til innovasjon innen:	
Vare	59 %
Tjeneste	72 %
Prosess	71 %
Marked	82 %
Organisasjon	53 %
Andel som ikke gir innovasjon	10 %

Innovasjonshøyde for nye varer, tjenester og prosesser			
	vare	tjeneste	prosess
Internasjonalt nivå	10 %	40 %	25 %
Nasjonalt nivå	10 %		0 %
Regionalt nivå		20 %	25 %
Bedriftsnivå	30 %	20 %	0 %

Rangering av tjenesten etter utvalgte indikatorer (gjennomsnitt)		2017
Samarbeid	Antall aktører prosjektet har ført til økt samarbeid med (av 9)	3,45
	Andel av prosjektene med samarbeidsbidrag	90 %
Kompetanse	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt kompetanse (av 12)	5,45
	Andel av prosjektene med kompetansebidrag	85 %
Innovasjons-atferd	Antall områder prosjektet i stor grad har gitt økt atferdsendring (av 8)	3,20
	Andel av prosjektene med atferdsendring	80 %
Innovasjon	Antall områder der prosjektet i stor grad har bidratt til innovasjon (av 17)	3,50
	Andelen prosjekter med bidrag til innovasjon	85 %
Antall ansatte	Andelen prosjekter som i stor grad gir økning i antall ansatte	0 %
Konkurransevne	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer konkurransevnen	35 %
Lønnsomhet	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer lønnsomheten	41 %
Overlevelse	Andelen prosjekter som i stor grad bedrer overlevelsesmuligheten	47 %
Omsetning	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt omsetning	24 %
Eksport	Andelen prosjekter som i stor grad bidrar til økt eksport	31 %
Kompetansespredning	Andelen prosjekter som i stor grad gir kompetansespredning	42 %
Samfunnseffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir samfunnseffekter	20 %
Miljøeffekt	Andelen prosjekter som i stor grad gir miljøeffekter	15 %

Effektrealisering	Andel prosjekter hvor effektene i hovedsak er realisert	50 %
Rådgivning	Andel som har ønsket, men ikke mottatt, rådgivning fra IN etter tilsagnet	11 %





## Del 3: Spørreskjema

### i154 - Spørreskjema til deg som mottok støtte eller en tjeneste i 2017

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 2017/2018, og dette er oppfølging av denne.

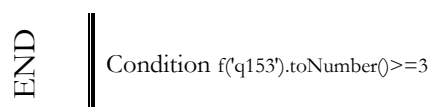
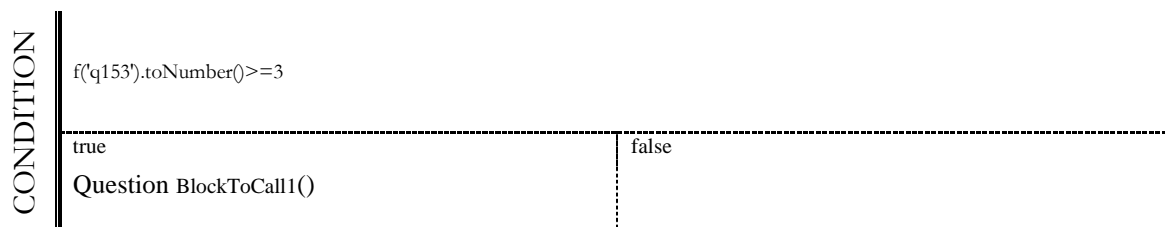
Når du skal bevege deg frem og tilbake i skjemaet, ber vi deg benytte knappene ">" nederst til høyre på hver side. Dersom du svarer ved hjelp av mobiltelefonen, ber vi deg benytte "Previous question" og "Next question" nederst på hver side, eller piltastene øverst på sidene. Dine svar vil da bli lagret. 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  
Bjørn Brastad  
Prosjektleder  
Oxford Research AS

### q153 - Tilbud om finansiering fra Innovasjon Norge

Du/bedriften fikk i 2017 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)

 CONDI-  
TION

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"/>
Opplæringsystemer, 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**

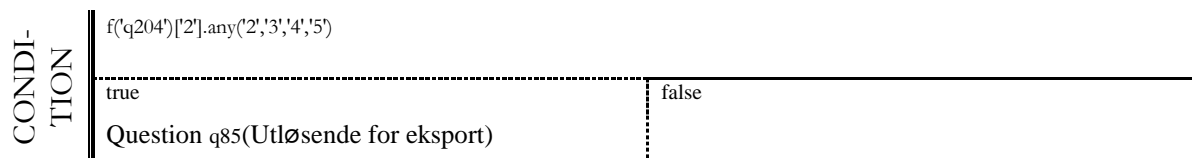
I hvilken grad har prosjektet ført til følgende for virksomheten?

	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)



**q85 - Utløsende for eksport**

Hadde du/virksomheten eksportert før prosjektet fikk støtte fra Innovasjon Norge i 2016?

(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)

CONDI- TION	f('q164')==2'	
	true	false
	Question q166(Årsak)	

**q166 - Årsak**

Hva er årsaken til dette?

END	Condition f('q164')==2'
-----	-------------------------

**q167 - Mangler i tjenestetilbud**

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

END	Condition f('q204')['2'].any('2','3','4','5')
-----	---

**q2114 - Miljøeffekter**

Bidrar prosjektet til miljøeffekter (både i og utenfor egen virksomhet) i form av:

	Ingen grad (1)	Liten grad (2)	Noen grad (3)	Stor grad (4)	Svært stor grad (5)	Vet ikke (99)	Ikke relevant (88)
redusert 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 naturressurser? (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**q2115 - Samfunnseffekter**

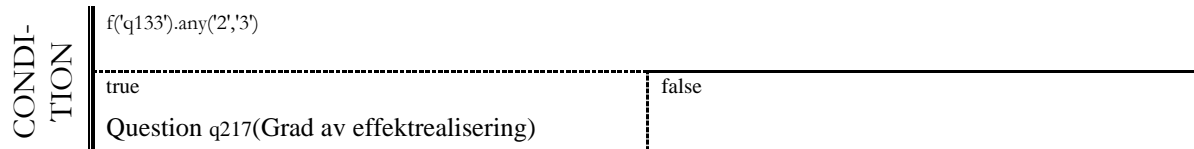
Bidrar prosjektet til samfunnseffekter (både i og utenfor egen virksomhet) i form av:

	Ingen grad (1)	Liten grad (2)	Noen grad (3)	Stor grad (4)	Svært stor grad (5)	Vet ikke (99)	Ikke relevant (88)
bedre helse og velferd? (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
økt dyrevelferd? (2)	<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, mfl)? (3)	<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?

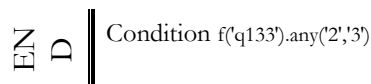
- Ja, effektene er i hovedsak realisert (1)
- Nei, forventer effektene først innen 2 år fra nå (2)
- Nei, forventer effektene først etter 2 år eller mer (3)
- Nei, forventer ikke vesentlige effekter (4)
- Vet ikke (99)



**q217 - Grad av effektrealisering**

Hvor mye av den forventede effekten er enda ikke realisert?

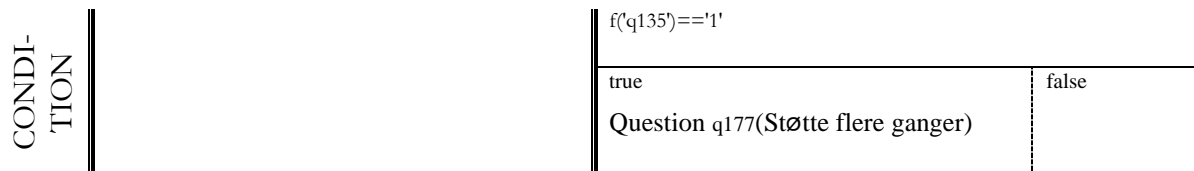
- 0 til 25 % (1)
- 26 til 50 % (2)
- 51 til 75 % (3)
- 76 til 100 % (4)
- Vet ikke (99)



**q135 - Støtte flere ganger?**

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

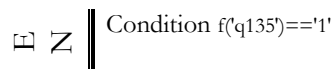
- Nei (0)
- Ja (1)
- Vet ikke (99)



**q177 - Støtte flere ganger**

Hvor mange ganger har prosjektet mottatt støtte fra Innovasjon Norge?

*Vennligst oppgi dette i tall.*



**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)

CONDITION	f('q136')==1'	
	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'
------	-------------------------

CONDITION	f('q136')==0'	
	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 2020	q128 - Vet ikke/Ikke relevant
Angi virksomhetens omsetning i 2020 i kroner (1)	_____	<input type="radio"/>

**g2021 - Eksport**

Skriv inn tallet uten komma/punktum eller prosenttegn

	q2019 - Eksport 2020	q2020 - Vet ikke/Ikke relevant
Angi virksomhetens eksport i 2020 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 31.12.2020 (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  
Finland  
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