



Områdegjennomgang av det næringsrettede virkemiddelapparatet

Vedlegg 2: Brukervennlighet i virkemiddelapparatet

4. juni 2019, oppdatert 31. oktober 2019

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	3
Transaksjonskostnader	3
Vurderinger for videreutvikling	4
1 Innledning	6
1.1 Datagrunnlaget for rapporten	6
2 Kjennskap og tilfredshet	8
2.1 Hva kjennetegner brukere og ikke brukere av virkemiddelapparatet?	8
2.2 Kjennskap til aktørene i virkemiddelapparatet	8
2.3 Hvordan startet søknadsprosessen?	12
2.4 Vurdering av andre finansieringsalternativer	12
2.5 Tilfredshet med virkemiddelaktørenes kompetanse	13
2.6 Brukernes overordnede tilfredshet med støtten	14
2.7 Hvor mange virkemiddelaktører er nødvendig for å tilfredsstille behovet?	17
2.8 Årsaker til ikke-bruk	17
3 Brukernes transaksjonskostnader	20
3.1 Transaksjonskostnader og service for sist brukte aktører	20
3.2 Transaksjonskostnader for virkemiddelapparatet samlet	25
3.3 Oversikt over støtteordninger	26
4 Utviklingsbehov og konsulentenes vurderinger	29
4.1 Bedriftenes og gründernes forbedringsønsker	29
4.2 Konsulentenes vurderinger	31

Sammendrag

Denne rapporten ble utarbeidet som en delleveranse i områdegjennomgangen, og vurderingene i denne rapporten er derfor å betraktes som foreløpige. Våre endelige vurderinger og anbefalinger står i hovedrapporten «Helhetlig anbefaling om innretning og organisering av det næringsrettede virkemiddelapparatet».

Rapporten tar for seg hvordan både brukere og potensielle brukere av næringsrettede virkemidler vurderer brukervennligheten i virkemiddelapparatet. Brukervennlighet handler blant annet om forvalternes evne til å gjøre seg tilgjengelige, tilby rett virkemiddel og følge opp over tid på en måte som er hensynsfull og lite belastende for brukeren. I vår forståelse legger vi til grunn at begrepet «brukeropplevelse» omfatter både kvaliteten i brukernes møte med virkemiddelapparatet og at virkemidlene faktisk når frem til de riktige brukerne, slik at virkemidlenes effekt blir størst mulig. Vi legger således til grunn at det ikke et mål i seg selv at flest mulig skal bruke virkemiddelapparatet, men at en skal nå de riktige brukerne.

Hoveddatagrunnlaget for analysen er to grundige spørreundersøkelser blant brukere (2 782 svar) og ikke-brukere (4 041 svar) av virkemiddelapparatet. Begge spørreundersøkelsene tegner et klart bilde av at bedriftene opplever virkemiddelapparatet som helhet som uoversiktlig. Ikke-brukerne mener at det uoversiktlige tilbudet er den viktigste årsaken til at de ikke benytter seg av virkemiddelapparatet. Videre opplever mange bedrifter, selv de som allerede er brukere, at det er vanskelig å vite hvor de kan få dekket sine behov. Dette understrekes av at mange aktører i virkemiddelapparatet er ukjente for bedriftene, selv når bedriftene har fått støtte fra en eller flere andre virkemiddelaktører. Manglende kjennskap til aktører i virkemiddelapparatet, så vel som manglende oversikt over tilbudet, kan utgjøre en betydelig terskel for å benytte tilbudet.

På samme tid har brukerne et positivt inntrykk av virkemiddelaktøren de har fått støtte fra. Brukerne er stort sett fornøyde med hvordan de ble mottatt og med kompetansen virkemiddelaktøren kunne tilby. Resultatene viser også at er godt tilfredse med støtten fra virkemiddelaktørene til det aktuelle prosjektet. 76 prosent av brukerne er enige i at virkemiddelaktøren har funnet en god løsning for prosjektet, og i underkant av 2/3 framhever at støtten/tilbudet dekket deres behov.

Transaksjonskostnader

Spørreundersøkelsen til brukerne har kartlagt ressursbruken knyttet til ulike faser i prosessen med å finne frem til, søke om, og motta støtte. Svarene viser at det er en viss kostnad forbundet med alle disse trinnene. 40 prosent av brukerne fikk bistand til å utforme søknaden. Blant disse oppgir 23 prosentpoeng at de fikk gratis bistand, mens 17 prosentpoeng betalte for bistanden. Blant de som betalte for bistanden, ligger medianbeløpet på 20 000 kroner.

Når vi ber bedriftene anslå hvor mye tid og ressurser de bruker på å finne frem til rett virkemiddel, svarer halvparten av de bruker 2 dagsverk eller mer. Arbeidet med å identifisere det mest egnede virkemiddelet representerer med andre ord en betydelig kostnad for bedriftene. Den fasen bedriftene bruker mest tid på er selve søknadsfasen. Her ligger medianen på 5 dagsverk. For rapporteringsfasen ligger median tidsbruk på 3 dagsverk. Som det framgår av tabellen under, er det betydelig variasjon i hvor mange dagsverk som er brukt i de ulike fasene ut fra hvilken virkemiddelaktør bedriftene har fått støtte fra. Ikke uventet skiller søknader til EU seg ut som de mest krevende i alle fasene. Også Forskningsrådet og SkatteFUNN krever relativt mye bruk av tid i søknads- og rapporteringsfasen, mens prosjekter med støtte fra kommunen, Innovasjon Norge og Siva krever færre antall dagsverk. Dette fremstår som naturlig i og med at de ulike virkemiddelaktørene og deres virkemidler støtter prosjekter av svært ulikt omfang.

Virkemiddelaktør (antall besvarelser)	Finne frem til rett virkemiddelaktør	Skrive og revidere søknad	Rapportere underveis og etterpå
Enova (57-58)	2	4	4
EU (30-31)	5	20	15
Fylkeskommunen (34-37)	2	4	4
Innovasjon Norge (1262-1299)	2	4	3
Kommunen (64-68)	2	3	2
Norges forskningsråd (149-152)	2	7	4
Siva (64-72)	1	3	2
SkatteFUNN (347-360)	2	5	4
Totalsum (2077-2125)	2	5	3

Tabell 1: Medianen for brukernes tidsbruk (dagsverk) knyttet til leting, søknad og rapportering, fordelt på virkemiddelaktør

Tabellen over gir ikke et overblikk over samtlige virkemiddelaktører, fordi det enten foreligger få estimater, eller ingen estimater fra brukerne.

Når det gjelder bedriftenes tidsbruk på å finne fram, søke og rapportere, er det viktig å være klar over at ikke all tidsbruken representerer rene kostnader for bedriftene og gründerne. Noe av tidsbruken representerer også verdøkende aktiviteter, men det verdøkende elementet varierer sterkt mellom de tre fasene:

- Finne fram fasen omfatter primært rene transaksjonskostnader
- Søknadsfasen medfører transaksjonskostnader, men deler av tiden som brukes på søknaden kan også bidra til kompetanseheving, utvikling av innovasjonsidéer og etablering/videreutvikling av samarbeidsrelasjoner for gründerne og bedriftene. Alt dette representerer aktiviteter som på sikt kan bidra til økt verdiskaping. Som en del av søknadsprosessen kan også virkemiddelaktørene bidra med veiledning/rådgiving. Veiledningen/rådgivingen kan både bidra til videreutvikling av prosjektideen og danne et bedre fundament for videreutvikling av virksomheten.
- Rapporteringsfasen medfører primært rene transaksjonskostnader for bedriftene, men noe av rapporteringen underveis kan være verdiskapende. For eksempel kan den bidra til en justering av kursen som gjør at man kommer på rett spor og styrker verdiskapingsbidraget fra prosjektet. Det kan også være slik at den aggregerte informasjon som rapporteringen genererer kan brukes til å gjøre forbedringer i virkemidlene, markedsføringen av dem og administrative rutiner. Disse forbedringene vil komme alle søkerne/brukerne til nytte senere.

Vurderinger for videreutvikling

Felles digital inngang med oversikt over tilbudet i virkemiddelapparatet

Dersom en skal få et best mulig grunnlag for å velge ut prosjektene med høyest verdiskapingseffekt, er det avgjørende å nå ut med informasjon til alle relevante søkere. Som tilbakemeldingene fra ikke-brukerne viser, er mangelen på kunnskap om tilbudet i virkemiddelapparatet en reell barriere for mange bedrifter. Ved å øke bedriftenes kunnskap om relevante støtteordninger vil virkemiddelapparatet mobilisere flere søkere og dermed få en bredere grunnlag av prosjekter. Dette vil kunne føre til at den gjennomsnittlige verdiskapingen per prosjekt blir høyere.

Virkemiddelaktørene henviser i liten grad til hverandres støttetilbud. Et lavterskelalternativ er at de ulike virkemiddelaktørene systematisk henviser til støttetilbudet hos de andre virkemiddelaktørene på sine hjemmesider. Dette vil kunne redusere bedriftenes kostnader for å finne frem til rett virkemiddelaktør og virkemiddel noe. For å ikke gjøre det for komplekst, vil det være tilstrekkelig at man legger ut henvisinger til virkemiddelaktørene som er mest relevante for sin egen målgruppe.

Det er ikke et mål gi støtte til flest mulig bedrifter og gründerne, men en bør sørge for å få ut informasjon om tilbudet til flest mulig. På den måten vil en ikke gå glipp av virksomheter med prosjekter med stort verdiskapingspotensial. I tillegg vil en få ut informasjon om hvem som ikke er aktuelle støttemottakere, og gjennom det unngå unødvendige søknader.

Vi vurderer at det på sikt bør (videre)utvikles en felles digital inngang til virkemiddelapparatet, med basis i grunnstrukturen til altinn.no. Denne inngangen kan tenkes å brukes til både informasjon og søknadsprosess.

Vi vil understreke at dersom en felles digital inngang skal være mest mulig effektiv, må den sees i nær sammenheng med den samlede innretningen av virkemiddelapparatet. Det vil være klart enklere å lage en god løsning dersom det både blir færre virkemiddelaktører og færre virkemidler.

Ved utviklingen av en felles inngang må man være oppmerksom på kostnadssiden. En må unngå så store utviklings- og transaksjonskostnader at «vinningen går opp i spinningen». Dette bør være mulig å få til, særlig dersom man reduserer antall virkemiddelaktører og antall virkemidler. I tillegg er det viktig å ha med seg at de enkelte virkemiddelaktørene også må videreutvikle/utvikle sine systemer framover. Det er disse utviklingskostnadene som må sammenholdes med kostnadene for å videreutvikle/utvikle en felles løsning. Slik vi vurderer det, er det grunn til å tro utviklingskostnadene vil være lavere ved en felles løsning, og da spesielt kombinert med en reduksjon i antall virkemiddelaktører og virkemidler.

Både som et ledd i å redusere utviklingskostnadene og bruke en løsning som bedriftene kjenner godt til fra før, vil det rent praktisk være hensiktsmessig å bygge på altinn.no. En vil da få en grunnstruktur som man kan bygge det nye på, noe som trolig vil gi lavere utviklingskostnader gitt at den eksisterende arkitekturen er tilstrekkelig tilpasset det nye behovet.

Forenkling og reduksjon i antall virkemidler

Bedriftene og gründerne finner lett frem og får dekket behovet hos de små og spissede virkemiddelaktørene, eksempelvis Gassnova. Det er i liten grad behov for å gjøre forenklinger i antall virkemidler hos disse.

Dersom man ser hele virkemiddelporteføljen under ett, er det et behov for å redusere antall virkemidler. Som en helhet oppfatter virksomhetene virkemiddelapparatet som uoversiktlig og komplekst. Særlig er det slik at Innovasjon Norge og Norges Forskningsråd har et stort antall virkemidler. Ut fra et brukerståsted er det behov for å redusere antall virkemidler blant disse, og i større grad anvende bredere kategorier. Det vil både gjøre det mer oversiktlig for brukerne samt i større grad gi muligheter for å sammenligne verdiskapingspotensialet på tvers.

Spørreundersøkelsen til bedriftene viser at det varierer hvor avhengige de er av regional tilstedeværelse for å finne frem og utforme søknader. En del bedrifter klarer seg i stor grad selv. For disse vil brukervennligheten øke om det i større grad innføres elektroniske søknadssystemer som gjør at bedriftene kan betjene seg selv. Særlig vil dette være aktuelt for de virkemidlene som er mindre «innovasjonstunge».

Spørreundersøkelsen til brukerne viser også at den regionale tilstedeværelsen er en viktig inngangsport til virkemiddelapparatet. Særlig gjelder dette for virksomheter i det distriktpolitiske virkeområdet, men det er også viktig for bedrifter utenfor. Dersom en skal utløse en størst mulig andel av verdiskapingspotensialet, er det viktig å finne en god balanse mellom sentraliserte, elektroniske løsninger og regional tilstedeværelse. Særlig en del av de små og mellomstore bedriftene er avhengig av regional tilstedeværelse både for å få informasjon om mulighetene og hjelp for å utforme søknaden.

1 Innledning

Denne rapporten ble utarbeidet som en delleveranse i områdegjennomgangen, og vurderingene i denne rapporten er derfor å betraktes som foreløpige. Våre endelige vurderinger og anbefalinger står i hovedrapporten «Helhetlig anbefaling om innretning og organisering av det næringsrettede virkemiddelapparatet».

Denne rapporten fokuserer på hvordan både brukere og potensielle brukere av det næringsrettede virkemiddelapparatet oppfatter brukervennligheten. Brukervennlighet handler mellom annet om forvaltnernes evne til å gjøre seg tilgjengelig, tilby rett virkemiddel og følge opp over tid på en måte som er hensynsfull og lite belastende for brukeren. I vår forståelse legger vi til grunn at begrepet «brukeropplevelse» både omfatter kvaliteten i brukernes møte med virkemiddelapparatet og at virkemidlene faktisk når frem til de brukerne hvor markedssvikten er størst, slik at virkemidlenes addisjonaltet blir størst mulig.

Det videre innholdet i rapporten legger særlig vekt på to aspekter; kjennskap til og tilfredshet med virkemiddelaktørene samt transaksjonskostnader. Når det gjelder transaksjonskostnader, vil vi se på om virkemiddelapparatet som helhet og grensesnittet mot brukerne kan utformes på en måte som reduserer/minimerer brukernes ressursbruk. I hvilken grad oppfattes virkemiddelapparatet som tilgjengelig og oversiktlig?

1.1 Datagrunnlaget for rapporten

Denne rapporten bygger på et bredt datagrunnlag. Det anvendes både evalueringer og brukerundersøkelser som virkemiddelaktørene selv har gjennomført, intervjuer med gründere og bedrifter som har fått støtte fra virkemiddelapparatet og intervjuer og innspill fra næringshager, næringsklynger og næringsinteresseorganisasjoner. Den mest sentrale datakilden er i imidlertid to omfattende spørreundersøkelser, én til bedrifter som har benyttet seg av tilbudet i virkemiddelapparatet, og én til bedrifter som ikke har det.

1.1.1 Spørreundersøkelsen til brukere

Som utgangspunkt for denne undersøkelsen har vi benyttet virkemiddeldatabasen. Ved utsendelsestidspunktet for undersøkelsen dekket denne perioden 2014 til 2016 for alle virkemiddeltaktørne, mens den i tillegg hadde data fra Argentum, fylkeskommunen, Innovasjon Norge, Investinor, kommunen for 2017 samt fra Enova, Norges forskningsråd og SkatteFUNN for 2018. Om lag 36 prosent av brukerne benyttet virkemidler fra to eller flere virkemiddelaktører i undersøkelsesperioden. Disse ble bedt om å besvare undersøkelsen med utgangspunkt i den siste virkemiddelaktøren de hadde mottatt støtte fra. Dersom brukerne hadde mottatt støtte fra to eller flere virkemiddelaktører i det siste året de hadde mottatt støtte, ble de bedt om å besvare undersøkelsen med utgangspunkt i den aktøren vi har færrest observasjoner for.

Undersøkelsen ble sendt ut 27.03.2019 til 16 356 unike brukere og det ble foretatt en purring 03.04.2019. Vi mottok 2 378 fullstendige svar og 404 delvise svar som inngår i analysene. Når vi tar hensyn til de 1 906 brukerne som av ulike årsaker ikke har mottatt e-postinvitasjonen, får vi en svarprosent på 19,3 prosent og en feilmargin på 1,5 prosent. Dette er feilmargin som er vesentlig lavere enn i de vanlige nasjonale politiske meningsmålingene.

En annen dimensjon som må vurderes når det gjelder datakvaliteten er representativitet. Vi vurderer undersøkelsen til å være rimelig representativ for utvalget den er trukket fra. Virkemiddelaktørene Innovasjon Norge og FHF (Fiskeri- og havbruksnærings finansiering) er noe overrepresenterte i svarene, det samme gjelder virksomheter innen jordbruk, skogbruk og fiske, virksomheter som hører hjemme i landets minst sentrale kommuner samt de yngste virksomhetene.

1.1.2 Spørreundersøkelsen til potensielle brukere

Som utgangspunkt for denne undersøkelsen har vi benyttet Foretaksregisteret per januar 2019. Vi har tatt utgangspunkt i alle virksomheter i Norge med en eller flere ansatte, og som har registrert en e-postadresse i registeret. Vi har sendt undersøkelsen til virksomheter med følgende selskapsformer:

- Ansvarlig selskap med solidarisk ansvar (ANS)
- Aksjeselskap (AS)
- Allmennaksjeselskap (ASA)
- Selskap med begrenset ansvar (BA)

- Ansvarlig selskap med delt ansvar (DA)
- Enkeltpersonforetak (ENK)
- Gjensidig forsikringsselskap (GFS)
- Interkommunalt selskap (IKS)
- Kommunalt foretak (KF)
- Kommandittselskap (KS)
- Norskregistrert utenlandsk foretak (NUF)
- Partrederi (PRE)
- Samvirkeforetak (SA)
- Statsforetak (SF)
- Sparebank (SPA)
- Stiftelse (STI)
- Underavdeling (UNDERAVD)

Undersøkelsen ble sendt ut 27.03.2019 til 58 544 unike ikke-brukere og det ble foretatt en purring 03.04.2019. Vi mottok 3 124 fullstendige svar og 917 ufullstendige svar som inngår i analysene. Dette gir en svarprosent på 7 prosent. Selv om denne svarprosenten i utgangspunktet er lav, gir det høye antall svar en svært lav feilmargin. Feilmarginen ligger på 1,5 prosent.

I tillegg til feilmarginen må også representativiteten vurderes for å belyse datakvaliteten. Vi vurderer undersøkelsen til å være rimelig representativ for det utvalget den er trukket fra. Virkemiddelaktørene Innovasjon Norge og FHF er noe overrepresenterte i svarene våre, det samme gjelder virksomheter innen Industri samt Jordbruk, skogbruk og fiske, virksomheter som hører hjemme i landets minst sentrale kommuner samt de yngste og minste virksomhetene, sistnevnte målt i antall ansatte.

2 Kjennskap og tilfredshet

Hva er kjennetegn ved bedriftene som bruker og ikke bruker virkemiddelapparatet, hvor god kjennskap har de til det, og hvor tilfreds er de med virkemiddelaktøren de har fått støtte fra? Dette er problemstillingen dette kapittelet vil gi svar på.

2.1 Hva kjennetegner brukere og ikke brukere av virkemiddelapparatet?

Vi har, ved hjelp av registerdata, sett nærmere på noen sentrale kjennetegn ved alle de bedriftene som har fått støtte fra virkemiddelapparatet etter 2014, og sammenlignet dem med alle bedrifter som ikke har benyttet seg av virkemiddelapparatet. I hvilken grad er det forskjeller mellom de to bedriftsgruppene når det gjelder næringsfordeling, kompetanseintensitet, fylke, lokalisering innenfor eller utenfor det distriktpolitiske virkeområdet og bedriftsalder? Resultatene av disse analysene vises i tabellen nedenfor.

Våre analyser viser at det er klare forskjeller mellom brukerne og ikke-brukerne av virkemiddelapparatet. Blant de som har fått støtte er det en overvekt av bedrifter innen jordbruk, skogbruk og fiske og industri, bergverksdrift og utvinning, mens det er en underrepresentasjon av virksomheter innen bygg- og anleggsvirksomhet og tjenesteytende næringer. Det er også slik at det er en høyere andel kompetanseintensive næringer/tjenester blant de som har fått støtte fra virkemiddelapparatet (36 prosent) enn det er blant de som ikke har fått det (27 prosent).

Dersom en tar utgangspunkt i den nye fylkesinndelingen som vil gjelde fra 1. januar 2020, viser resultatene at det blant de som har fått støtte er en overrepresentasjon av bedrifter fra Trøndelag og Troms og Finnmark. De fylkene som er mest underrepresentert blant støttemottakerne er Oslo og Viken. Fylkesfordelingen slår også ut når det gjelder andelen bedrifter innenfor og utenfor det distriktpolitiske virkeområdet som har fått støtte. Det er en klar overrepresentasjon av støttemottakere innen virkeområdet. Blant støttemottakerne befinner 47 prosent av bedriftene seg i virkeområdet, mens andelen blant de som ikke har fått støtte ligger på 27 prosent. Denne forskjellen skyldes først og fremst de politiske prioriteringene som gjelder for offentlig støtte til bedrifter innenfor det distriktpolitiske virkeområdet samt at noen næringer som har en overvekt i distriktene i større grad får støtte.

Blant de som har fått støtte er det en viss overvekt av bedrifter som er 2-3 år og 4-5 år sammenlignet med andelen som disse utgjør blant de som ikke har fått støtte. De alderskategoriene som er mest underrepresentert blant brukerne er bedriftene som er mellom 6-9 år og 10-19 år.

2.2 Kjennskap til aktørene i virkemiddelapparatet

En forutsetning for at gründerne og bedriftene skal bruke virkemiddelaktørene er at de har kjennskap til dem. Både i undersøkelsen til brukerne av virkemiddelapparatet og i undersøkelsen til de som ikke har benyttet det, har vi spurt respondentene om deres kjennskap til virkemiddelaktørene. Respondentenes vurderinger her vises i de to figurene nedenfor. I den videre fremstillingen har vi valgt å inkludere «vet ikke» i «ikke kjennskap»-kategorien.

Som forventet har brukerne generelt noe bedre kjennskap til de ulike virkemiddelaktørene enn ikke-brukerne, men hovedbildet når det gjelder hvilke aktører de to gruppene har god og dårlig kjennskap til er svært likt. Gjennomgående er det slik at kjennskapet til de internasjonale virkemiddelaktørene er svært lavt. De aller fleste bedriftene og gründerne svarer «Nei, kjenner ikke til», eller «Vet ikke/ ikke relevant» når de blir spurt om sin kjennskap til Horisont 2020 (brukere: 67 prosent, ikke-brukere: 93 prosent), det Europeiske investeringsfondet (brukere: 85 prosent, ikke-brukere: 91 prosent) og den Europeiske investeringsbanken (brukere: 86 prosent, ikke-brukere: 89 prosent).

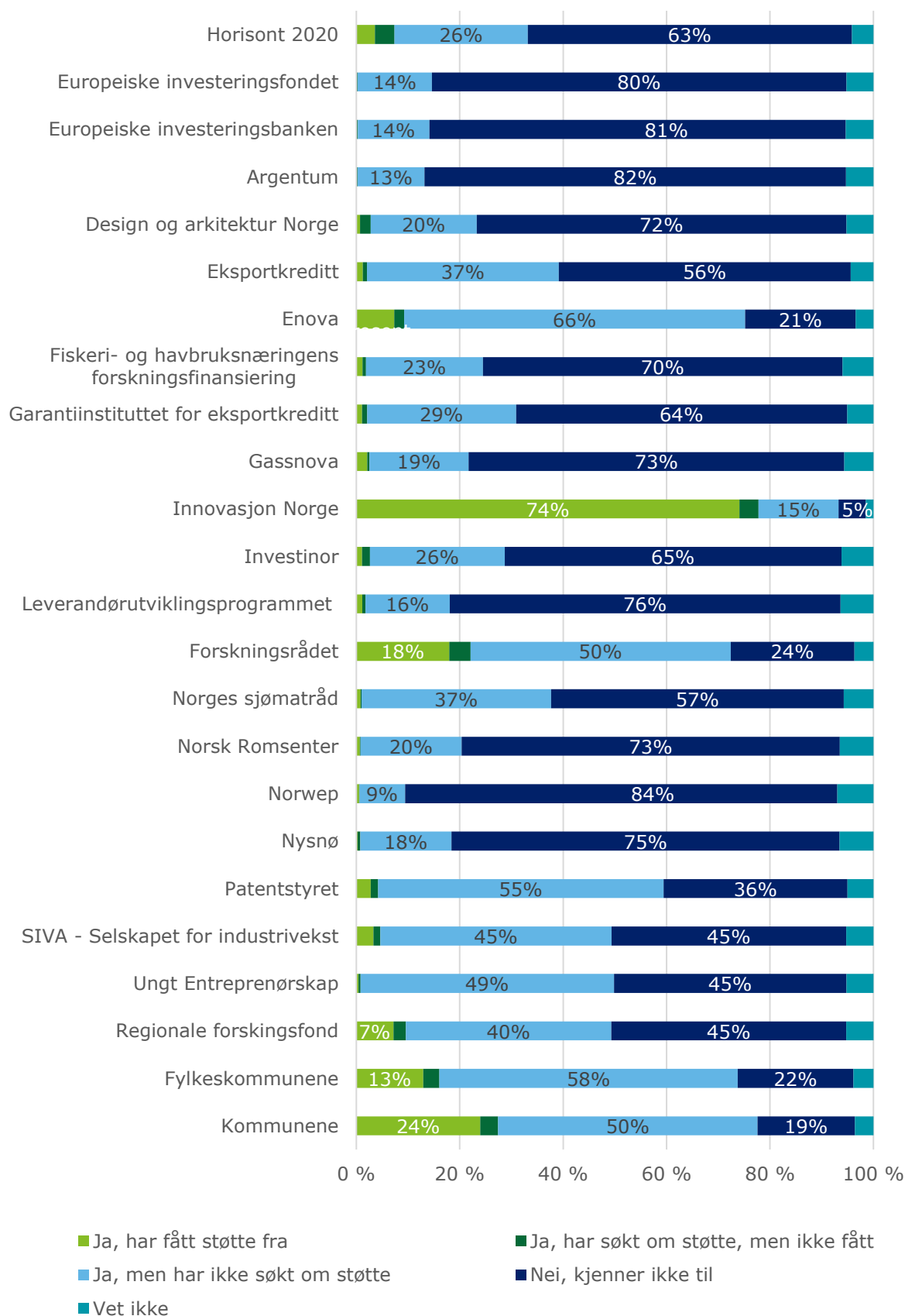
Også blant de nasjonale virkemiddelaktørene er det mange som er lite kjente blant bedriftene. Mange svarer at de ikke kjenner til Argentum (brukere: 87 prosent, ikke-brukere: 91 prosent), DOGA (brukere: 77 prosent, ikke-brukere: 84 prosent), FHF (brukere: 75 prosent, ikke-brukere: 84 prosent), Gassnova (brukere: 78 prosent, ikke-brukere: 83 prosent), Investinor (brukere: 71 prosent, ikke-brukere: 86 prosent), Leverandørutviklingsprogrammet (brukere: 82 prosent, ikke-brukere: 90 prosent), Norsk romsenter (brukere: 79 prosent, ikke-brukere: 83 prosent), NORWEP (brukere: 91 prosent, ikke-brukere: 97 prosent) og Nysnø (brukere: 82 prosent, ikke-brukere: 91 prosent). Utreder vil påpeke at den lave generelle kjennskapet i seg selv ikke er et problem. Mange av de skisserte aktørene har en klart definert målgruppe. Det er denne som skal nås, ikke bedrifter generelt. En generell utfordring med aktørmangfoldet er imidlertid at det i seg selv kan bidra til at virkemiddelapparatet oppfattes som komplekst og uoversiktlig. Dette kan føre til at noen bedrifter

og gründere med gode ideer gir opp søknadsprosessen. Et resultat av dette kan være at man går glipp av noen prosjekter med en høy verdiskapingseffekt. I hvilken grad dette er tilfelle i praksis er vanskelig å belyse rent empirisk.

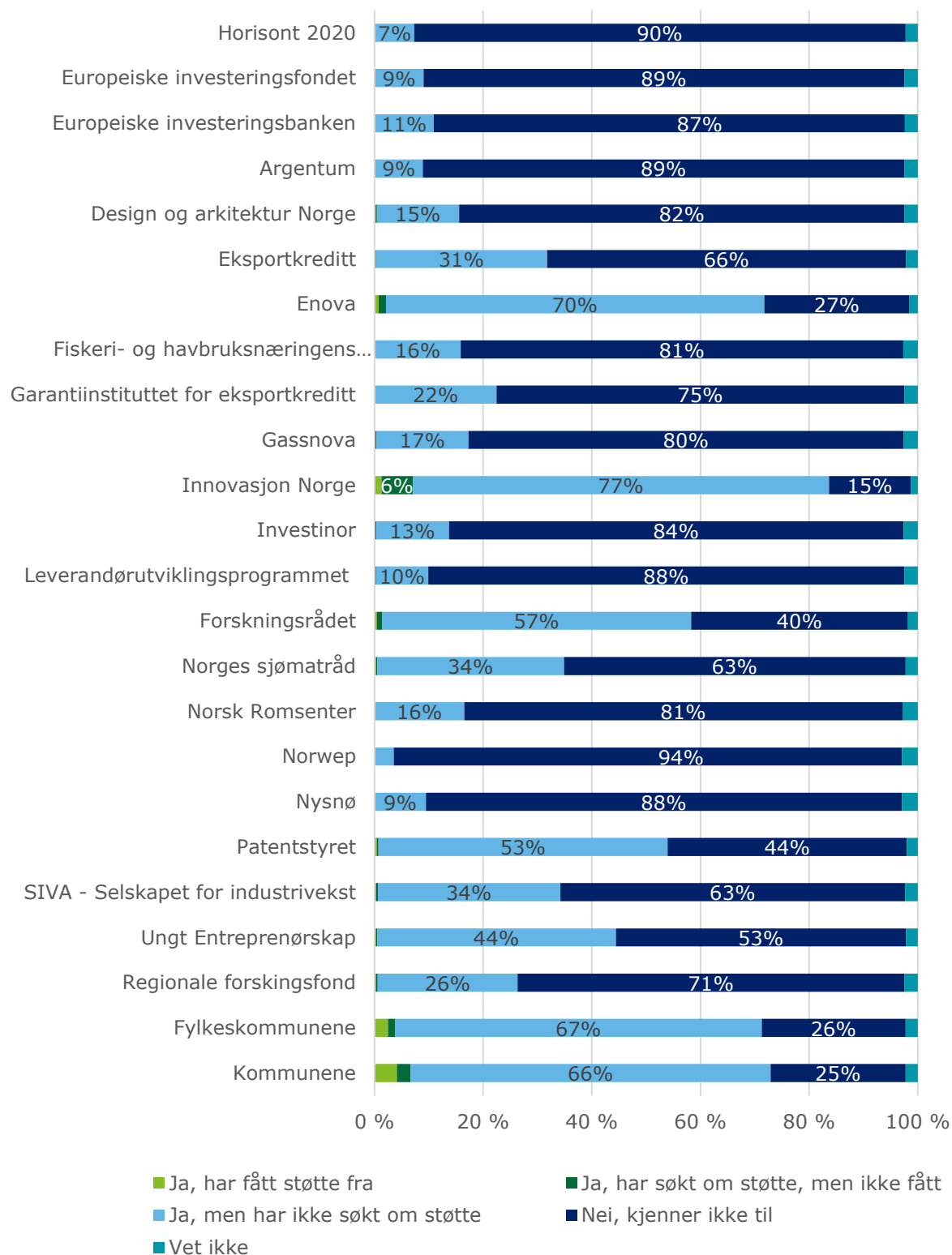
Fire nasjonale virkemiddelaktører er noe mer kjent enn aktørene nevnt over, men fortsatt er det halvparten eller flere som ikke kjenner til dem. Dette gjelder Eksportkreditt (brukere: 61 prosent, ikke-brukere: 68 prosent), GIEK (brukere: 69 prosent, ikke-brukere: 78 prosent), Norges sjømatråd (brukere: 63 prosent, ikke-brukere: 65 prosent) og Regionale forskningsfond (brukere: 51 prosent, ikke-brukere: 74 prosent). De tre førstnevnte av disse retter seg inn mot klart definerte målgrupper, mens de regionale forskningsfondene har en bredere gruppe av bedrifter som er aktuelle brukere. Resultatene fra undersøkelsen viser at de regionale forskningsfondene har lyktes rimelig bra med å få ut budskapet om sine muligheter til de bedrifter og gründere som har fått støtte fra virkemiddelapparatet.

Seks aktører utmerker seg ved at de er godt kjente. 93 prosent av brukerne og 84 prosent av ikke-brukerne har kjennskap til Innovasjon Norge, som dermed er den mest kjente virkemiddelaktøren. Andre aktører som også er godt kjent er Enova (brukere: 75 prosent, ikke-brukere: 72 prosent), Forskningsrådet (brukere: 72 prosent, ikke-brukere: 58 prosent), fylkeskommunene (brukere: 72 prosent, ikke-brukere: 71 prosent) og kommunene (brukere: 78 prosent, ikke-brukere: 73 prosent) og Patentstyret (brukere: 59 prosent, ikke-brukere: 54 prosent). Det er også relativt mange som har kjennskap til Ungt entreprenørskap (brukere: 50 prosent, ikke-brukere: 44 prosent), mens Siva kjennes best til av brukerne (brukere: 49 prosent, ikke-brukere: 34 prosent). En medvirkende årsak til dette er trolig at Sivas programvirksomhet er et indirekte virkemiddel. Bedriftene og gründere forholder seg først og fremst til innovasjonsselskapene – ikke til Siva direkte.

En interessant dimensjon ved bedriftene og gründere som ikke har fått støtte er hvor vidt de har søkt, men fått avslag. Dette er med på å si noe om etterspørselen etter støtte og seleksjonsprosessen til virkemiddelaktørene. Resultatene fra spørreundersøkelsen viser at det er få av ikke-brukerne som har forsøkt å få støtte. Seks prosent av dem har søkt Innovasjon Norge, men fått avslag. For de resterende virkemiddelaktørene strekker den tilsvarende andelen seg fra 0-3 prosent.



Figur 1: Kjenner du eller bedriften til de følgende aktørene? (brukere)

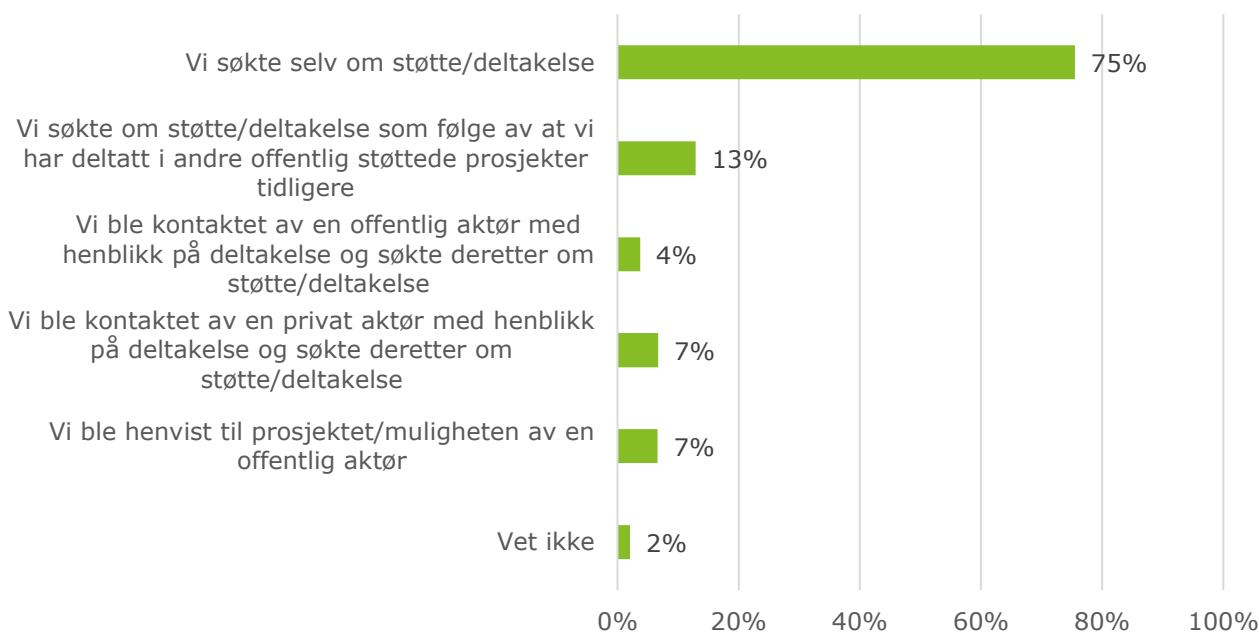


Figur 2: Kjenner du eller bedriften til de følgende aktørene? (ikke-brukere)

2.3 Hvordan startet søknadsprosessen?

Bedriftenes og gründernes inngang til virkemiddelapparatet er viktig for hvordan de oppfatter det. Resultatene fra brukerundersøkelsen viser at de aller fleste søkte selv (75 prosent). Dette er ønskelig, da det beste og minst ressurskrevende for brukerne er at de selv finner fram til riktig aktør med en gang. Andelen som fikk tips om støttemulighetene fra andre virkemiddelaktører er lav. Kun 11 prosent ble kontaktet eller henvist fra en annen offentlig aktør. I tillegg søkte 13 prosent på grunn av at de har fått offentlig støtte før.

Figuren nedenfor viser brukernes svar, fordelt på virkemiddelaktørene.



Figur 3: Hvordan startet prosessen med å få tilsagn/støtte fra virkemiddelaktøren? Kryss av for de alternativene som passer.

2.4 Vurdering av andre finansieringsalternativer

2.4.1 Vurdert andre offentlige finansieringsalternativer?

Når det gjelder virkemiddelvalg, kan bedriftene og gründerne også vurdere i hvilken grad det finnes andre offentlige og private alternativer. Brukerundersøkelsen viser at 15 prosent av søkerne har vurdert å søke støtte fra andre offentlige aktører, men konkludert med at det hadde vært dyrere (3 prosent), ikke hatt like god kvalitet (4 prosent) eller hadde vært mer krevende (9 prosent). I tillegg er det 36 prosent som har undersøkt mulighetene, men ikke funnet alternativer i det offentlige virkemiddelapparatet. Ut fra en samlet vurdering synes det dermed som om de som har vurdert andre offentlige alternativer har funnet frem til et alternativ som er i stand til å møte deres behov.

Resultatene viser at det er stor variasjon mellom de ulike virkemiddelaktørene når det gjelder i hvilken grad de har vurdert andre offentlige finansieringskilder. De bedriftene og gründerne som først og fremst har vurdert andre er de som har fått støtte fra EU, FHF, fylkeskommunen, kommunen, Norges Forskningsråd og SkatteFUNN.

Dersom en kun ser på som har vurdert andre offentlige støttealternativer, er det en sterk sammenheng mellom kjennskapen til aktørene og hvilke andre offentlige aktører som har blitt vurdert. Først og fremst har man tenkt på Innovasjon Norge (59 prosent) som et alternativ. Deretter følger kommune (21 prosent), Forskningsrådet (20 prosent), fylkeskommunen (10 prosent) og Horisont 2020 (9 prosent).

2.4.2 Vurdert private finansieringsalternativer?

I søkermassen er det noen flere som har vurdert private alternativer (19 prosent) enn offentlige (15 prosent). Grunnene til at de ikke har valgt å benytte de private aktørene er at det hadde vært dyrere (8 prosent), ikke hatt like god kvalitet (3 prosent) eller hadde vært mer krevende (9 prosent). 23 prosent har undersøkt mulighetene, men ikke funnet

private alternativer. Sammenlignet med de offentlige virkemiddelaktørene (39 prosent) er det flere som ikke har vurdert private alternativer i det hele tatt (49 prosent).

Våre analyser viser at det også er stor variasjon mellom de ulike virkemiddelmottakerne når det gjelder i hvilken grad de har vurdert private finansieringskilder. De virksomhetene som først og fremst har vurdert private alternativer er de som har fått støtte fra Eksportkreditt, GIEK, Investinor, FHF og Norges Forskningsråd. Analysene viser også at næringene med høyest kunnskapsintensitet i større grad har vurdert andre private alternativer. Det samme gjelder for de bedriftene som er fem år eller yngre, og da særlig de som er yngre enn to år.

2.5 Tilfredshet med virkemiddelaktørenes kompetanse

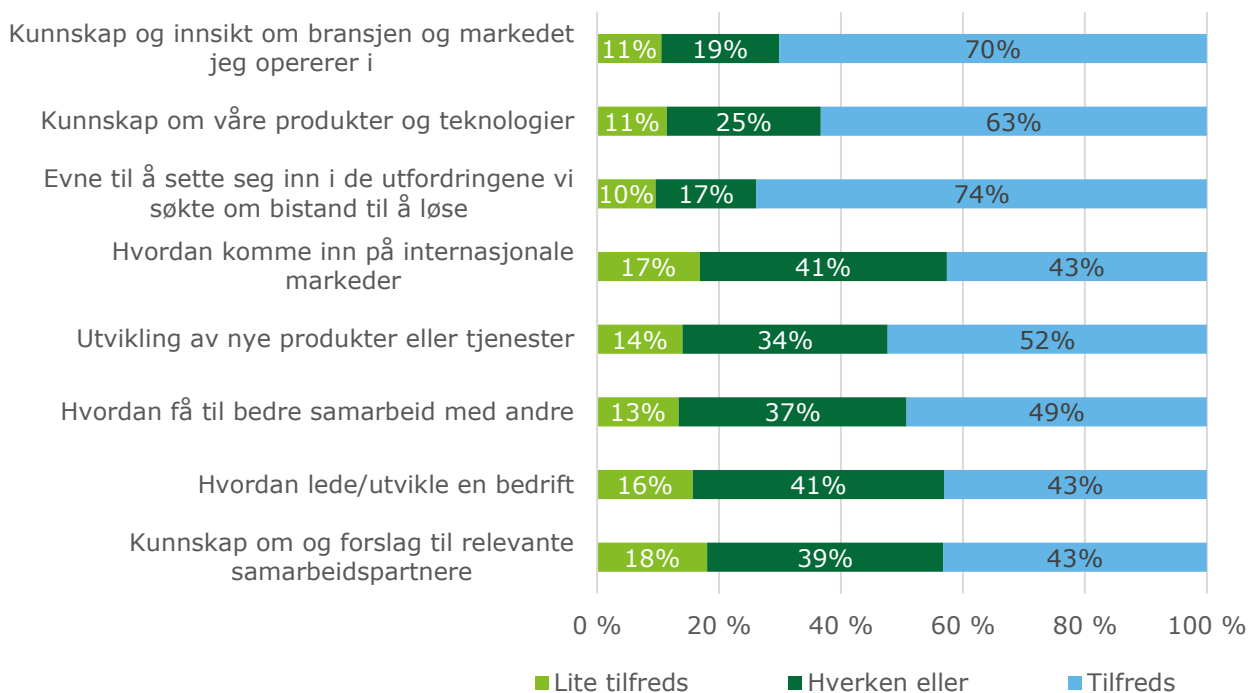
Bedriftene og gründerne som har fått støtte, har blitt spurt om hvor tilfredse de er med ulike deler av kompetansen til medarbeiderne hos virkemiddelaktøren de har fått støtte fra. Det er relativt mange som har svart «vet ikke/ikke relevant» på disse spørsmålene. I figuren under tar vi kun utgangspunkt i de virksomhetene som har en formening.

Respondentene er godt tilfredse med medarbeidernes evne til å sette seg inn i de utfordringene virksomheten søkte om bistand til å løse (74 prosent), deres kunnskap og innsikt om bransjen og markedet (70 prosent) og deres kunnskap om bedriftens/gründernes produkter og teknologier (63 prosent). Virksomhetenes tilfredshet varierer imidlertid mye ut fra hvilken virkemiddelaktør de har fått støtte fra. Gjennomgående er de mest fornøyde med spisse aktører som FHF, Norsk Romsenter og Eksportkreditt, mens de er minst tilfredse med kommunene. Mottakerne av lån og garantier er også mer fornøyde enn mottakere av andre virkemidler.

Våre analyser viser også at bedriftene innen servicenæringene er mindre fornøyde enn de resterende. Det samme gjelder for virksomhetene som befinner seg innen de mest kompetanseintensive næringene. Bedriftene som er yngre enn to år er markert mer tilfredse enn de andre.

Respondentene er gjennomgående mindre tilfredse med medarbeidernes kompetanse om konkret innovasjonsarbeid og samarbeid. Andelen som er tilfredse på de spesifikke områdene er som følger:

- Hvordan komme inn på internasjonale markeder (43 prosent)
- Utvikling av nye produkter eller tjenester (52 prosent)
- Hvordan lede/utvikle en bedrift (43 prosent)
- Hvordan få til bedre samarbeid med andre (49 prosent)
- Kunnskap om og forslag til relevante samarbeidspartnere (43 prosent)



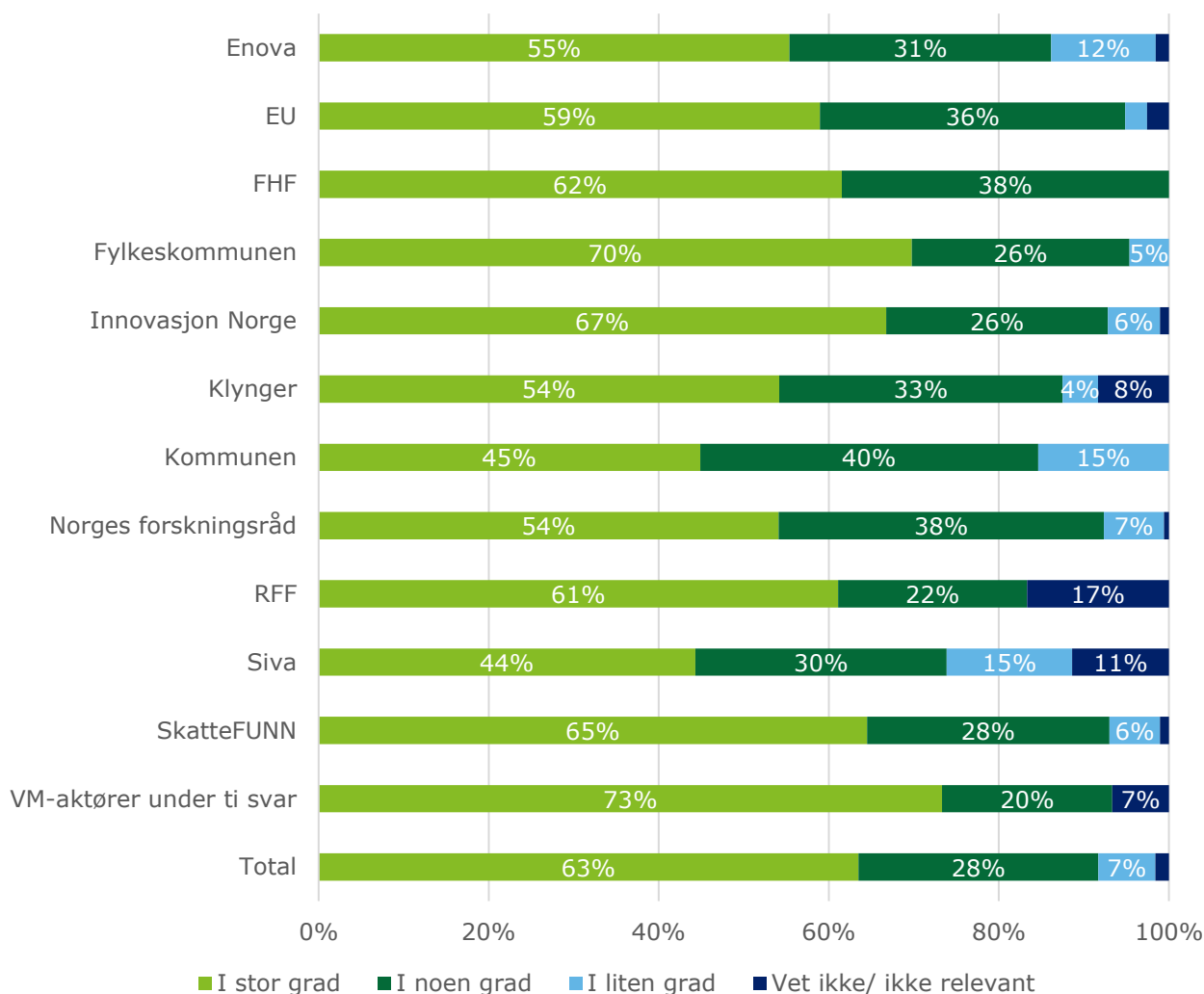
Figur 4: Hvor tilfreds er du med medarbeiderne i virkemiddelaktøren sin kompetanse på følgende områder?

2.6 Brukernes overordnede tilfredshet med støtten

2.6.1 Dekning av behovet gjennom støtten?

På et overordnet nivå er bedriftene og gründerne godt tilfredse med støtten fra virkemiddelaktørene knyttet til det aktuelle prosjektet. Så mange som 76 prosent er enige i at virkemiddelaktøren har funnet en god løsning for det aktuelle prosjektet. Støtten/tilbudet dekker også gjennomgående det behovet som brukerne har. I underkant av 2/3 fremhever at støtten/tilbudet dekket deres behov i svært stor grad (23 prosent) eller stor grad (41 prosent). I tillegg påpeker 28 prosent at støtten/tilbudet dekker behovet i noen grad.

I figuren under vises graden av behovsdekning for de ulike virkemiddelaktørene. Som det illustreres i figuren, er det en del variasjon i behovsdekningen. Virkemiddelaktørene med lavest andel bedrifter som får dekket sitt behov, er de som har fått støtte fra Siva (45 prosent i stor grad), kommunen (45 prosent), Norges Forskningsråd (53 prosent) og Enova (56 prosent). Gjennom analysen finner vi ingen forskjeller i behovstilfredsstillelse mellom bedrifter innenfor og utenfor det distriktspolitiske virkeområdet samt mellom bedrifter av ulik størrelse.



Figur 5: Opplever du at støtten eller tilbudet fra virkemiddelaktøren dekket dine eller bedriftens behov?

2.6.2 Hva forteller eksisterende brukerundersøkelser og evalueringer?

I den innledende kartleggingsrapporten – fase 1 av områdegjennomgangen – gis det en oversikt over hva eksisterende brukerundersøkelser og evalueringer forteller om brukeropplevelsen for de ulike virkemiddelaktørene. Vi gjentar ikke alt dette her, men vi gir en oversikt over hva dette materialet sier om brukeropplevelsen for de aktørene vi har dårlig eller ikke dekning gjennom vår egen brukerundersøkelse. Dette er Eksportkreditt Norge, FHF, GIEK, Gassnova, Norges Sjømatråd, NORWEP, Patentstyret og Ungt Entreprenørskap.

2.6.2.1 Eksportkreditt Norge

Evalueringen av GIEK og Eksportkreditt Norge fra 2017 viser at Eksportkreditt Norge blir sett på som kompetente og effektive. Organisasjonen og det samlede tilbudet er utløsende for eksport og eksportproduksjon.

Eksportkreditt Norge gjennomfører egne kundeundersøkelser. 2018-undersøkelsen viser at man scorer jevnt over svært høyt på servicenivået hos alle brukerne – både kjøpere/kunder, eksportører og banker. Kjøperne og eksportørene er aller mest tilfreds med forståelsen for bedriftens behov og det generelle samarbeidet med Eksportkreditt Norge, mens bankene i størst grad trekker frem god kommunikasjon og raske tilbakemeldinger.

Brukerne er minst fornøyd med samarbeidet mellom Eksportkreditt Norge og GIEK, mens det generelle inntrykket fra andre interessenter er at samarbeidet fungerer godt, spesielt på det operasjonelle nivået. Blant interessentene er det delte meninger om Eksportkreditt Norge og GIEK bør slås sammen.

2.6.2.2 Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfinansiering (FHF)

Iris Samfunnsforskning har i 2018 gjennomført en utredning som blant annet fokuserer på nytteverdien av FHF's egen ressursbruk. Utredningen påpeker at spesifisering eller tildeling av prosjekter er noen ganger basert på tidligere samarbeid og personlig kontakt med FHF's fagsjefer. Det oppleves noen ganger som at store aktører setter premissene. Næringen ser ikke alltid behov for forskningsinstitutt i et FHF-prosjekt, men mener at de kan gjennomføre prosjektet selv. Det er forbedringspotensial knyttet til transparens og forutsigbarhet i tildelingsprosesser, og muligens endringer i finansieringsmodellene.

Ved gjennomføringen av prosjektene verdsettes FHF's fleksibilitet. Det er ønskelig at FHF blir mer tydelige når det gjelder styrings- og referansegruppen sin rolle i gjennomføringen av prosjekter samt at man får en lik og tydelig praksis blant fagsjefer i FHF.

Når det gjelder leveransene fra prosjektet, så verdsettes kompetanseutvikling og samarbeid/nettverksbygging hos bedriftene. Det er forbedringspotensial knyttet til å øke relevansen for å sikre implementeringen av resultatene, forbedre dialogen mellom bedrifter og FoU-institusjoner og forventningsavklaring på hva leveransene skal være.

2.6.2.3 GIEK

Evalueringen av GIEK og Eksportkreditt Norge fra 2017 viser at det har vært økt etterspørsel etter garantiene. Garantiene avlastet kapasitetsproblemer i det kommersielle markedet. GIEK blir samlet sett på som kompetente og effektive. Brukerne opplever at organisasjonen og det samlede tilbudet er utløsende for eksport og eksportproduksjon.

Kundeundersøkelsen til GIEK avdekker at kundene er gjennomgående godt tilfredse med kompetansenivået i organisasjonen, og særlig de minste bedriftene drar nytte av GIEKs kompetanse. Kundene er gjennomgående fornøyde med tilgjengeligheten. Man får betimelig tilbakemelding, GIEK er lette å få tak i og kommunikasjonen er god.

2.6.2.4 Gassnova

Evalueringen av CLIMIT Demo viser at prosjektlederne gjennomgående er fornøyde eller svært fornøyde med dialogen med og støtten fra CLIMIT-programmet for å identifisere og formulere prosjektideer og prosjektmål.

Prosjektlederne er tilfreds med støtten fra programmet i prosjektets ulike faser: start, gjennomføring og avslutning, og tilfredsheten har utviklet seg positivt over tid. Støtten til prosjektovervåking og rapportering kan bli bedre.

2.6.2.5 Norges Sjømatråd

Sjømatrådet oppfattes som relevant, men mer relevant for næringen som helhet enn for den enkelte bedrift. Det viktigste å fokusere på for å få større grad av tilfredshet blant bedriftene er å jobbe mer direkte mot, og lytte mer til, næringen og de enkelte bedriftene. Det er viktig å forbedre arbeidet med markedsføring og omdømme samt å jobbe mer i Norge.

2.6.2.6 NORWEP (Norwegian Energy Partners)

Tilfredshetsundersøkelsen blant NORWEPs partnerbedrifter i 2017 viser at de fleste partnerne opplever økt nytteverdi sammenlignet med 2015. Dette gjelder spesielt kundemøter i utlandet og markedsinformasjon.

2.6.2.7 Patentstyret

I 2019 gjennomførte Patentstyret en analyse av merkevaren «Patentstyret». Kundene har generelt god tillit til Patentstyret. De største utfordringene er at prosessene er for tidkrevende (42 prosent), kostbare (36 prosent) og til dels uoversiktlige (24 prosent).

I 2019 har det også blitt gjennomført en kundeundersøkelse knyttet til saksbehandling og forundersøkelser blant alle de som har levert en søknad/oppnådd registrering i løpet av 2018. Både innen varemerke, design og patent er respondentene jevnt over fornøyde med informasjon, søknadsprosess og saksbehandling.

2.6.2.8 Ungt Entreprenørskap

I 2018 ble det gjennomført en kartlegging av omdømme og kultur for Ungt Entreprenørskap. Ungt Entreprenørskap har et godt omdømme og det har styrket seg. Den positive utviklingen har vært sterkest på «harde» kvaliteter som ledelse, medarbeidernes kompetanse og finansiell styrke.

Evalueringen av elevbedrift fra 2017 viser at 93 prosent av lærerne vil anbefale elevbedrift til andre, mens egevalueringen av ungdomsbedrift finner at 87 prosent av elevene ville ha anbefalt ungdomsbedrift til andre.

2.7 Hvor mange virkemiddelaktører er nødvendig for å tilfredsstille behovet?

Både for å få et innblikk i behovet for koordinering mellom aktørene og hvordan brukerne ser på mulighetene for å få tilfredsstilt sine behov i virkemiddelapparatet, har vi spurt dem om hvor mange virkemiddelaktører de er avhengige av å benytte. 31 prosent av brukerne kan bruke én virkemiddelaktør for å få dekket de fleste eller alle behovene de har, mens 38 prosent kan benytte to eller tre aktører. 11 prosent av brukerne har et mer komplekst behov, og mener at de er avhengige av å bruke fire eller flere aktører for å få dekket de fleste eller alle behovene.

Det er betydelig variasjon i resultatene avhengig av hvilken virkemiddelaktør man har fått støtte av. De som har fått støtte fra Innovasjon Norge og Siva klarer seg i større grad med å bruke én virkemiddelaktør for å få dekket de fleste eller alle behovene de har, mens om lag to tredjedeler eller flere av de som har fått støtte fra Eksportkreditt, Enova, EU, Fylkeskommunen, Investinor, Norges Forskningsråd, Norsk romsenter og Regionale forskningsfond må bruke to eller flere aktører. Det klart mest utbredte her er at virksomhetene må ta i bruk to eller tre aktører. Brukerne av GIEK og Eksportkreditt mener at de trenger fire eller flere virkemiddelaktører.

Virksomhetene innen industri, bergverksdrift og utvinning, tjenesteytende næringer og kompetanseintensive næringer/tjenester er også i større grad avhengig av å bruke to eller flere aktører for å få dekket de fleste eller alle behovene de har. Det samme gjelder for bedrifter utenfor det distriktspolitiske virkeområdet.

20 prosent av brukerne påpeker at det ikke finnes én enkelt aktør som kan dekke de fleste eller alle behovene de har. Med tanke på å utvikle et enda bedre virkemiddelapparat, er det viktig å få et nærmere innblikk i hvem disse er. Våre analyser viser at bedriftene som befinner seg i denne kategorien har en overvekt av tjenesteytende næringer, kompetanseintensive næringer/tjenester og virksomheter i de mest sentrale delene av landet.

2.8 Årsaker til ikke-bruk

Vi har gjennomført en egen survey til de bedriftene og gründerne som ikke har benyttet seg av virkemiddelapparatet. Resultatene fra denne viser at årsakene til at bedrifter ikke bruker virkemiddelapparatet kan deles inn to forklaringsstyper:

- Ikke behov eller oppfyllelse av søknadskriterier
- Virkemiddelaktørenes innretning og prosedyrer

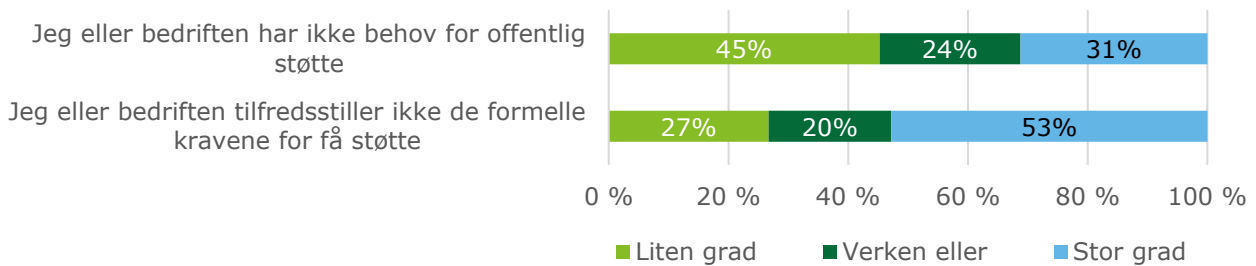
2.8.1 Ikke behov eller oppfyllelse av søknadskriterier

En grunnleggende forutsetning som må være til stede for at gründerne og bedriftene skal velge å søke om å få støtte fra virkemiddelapparatet er at de selv mener at de har behov for det. Resultatene fra ikke-brukerundersøkelsen viser at 31 prosent oppgir at de ikke har behov for offentlig støtte¹. Vi har sett litt nærmere på hva som kjennetegner disse virksomhetene. Bedrifter utenfor det distriktspolitiske virkeområdet (33 prosent), bedrifter med 250 eller flere ansatte (40 prosent) og bedrifter som er 20 år eller eldre (36 prosent) mener i større grad at de ikke har behov.

Blant de bedriftene som ikke har fått støtte, er det 45 prosent som signaliserer at de har et behov for det. Når det gjelder seleksjon av støttemottakerne, er det interessant å se nærmere på hva som kjennetegner disse. Vi finner at virksomheter som er fem år eller yngre, i større grad har behov for støtte. Det samme har bedrifter innen jordbruk, skogbruk og fiske. Det er ingen statistisk signifikante forskjeller i støttebehov ut fra distriktspolitisk virkeområde, sentralitet, fylke eller kompetanseintensitet.

Blant de bedriftene og gründerne som faktisk har en formening, er det i overkant av halvparten (53 prosent) som ikke har benyttet seg av virkemiddelapparatet fordi de ikke tilfredsstiller de formelle kravene. Det er liten variasjon i vurderingen av dette ut fra ulike geografiske og størrelsesmessige dimensjoner, men vår analyse viser at det i større grad er bedrifter innen tjenesteytende næringer (55 prosent) som har latt være å søke fordi de ikke tilfredsstiller støttekravene.

¹ Ikke medregnet bedriftene som har svart Vet ikke/ikke relevant



Figur 6: I hvilken grad er følgende årsaker medvirkende til at du/dere ikke har benyttet dere av støtte fra det offentlige næringsrettede virkemiddelapparatet?

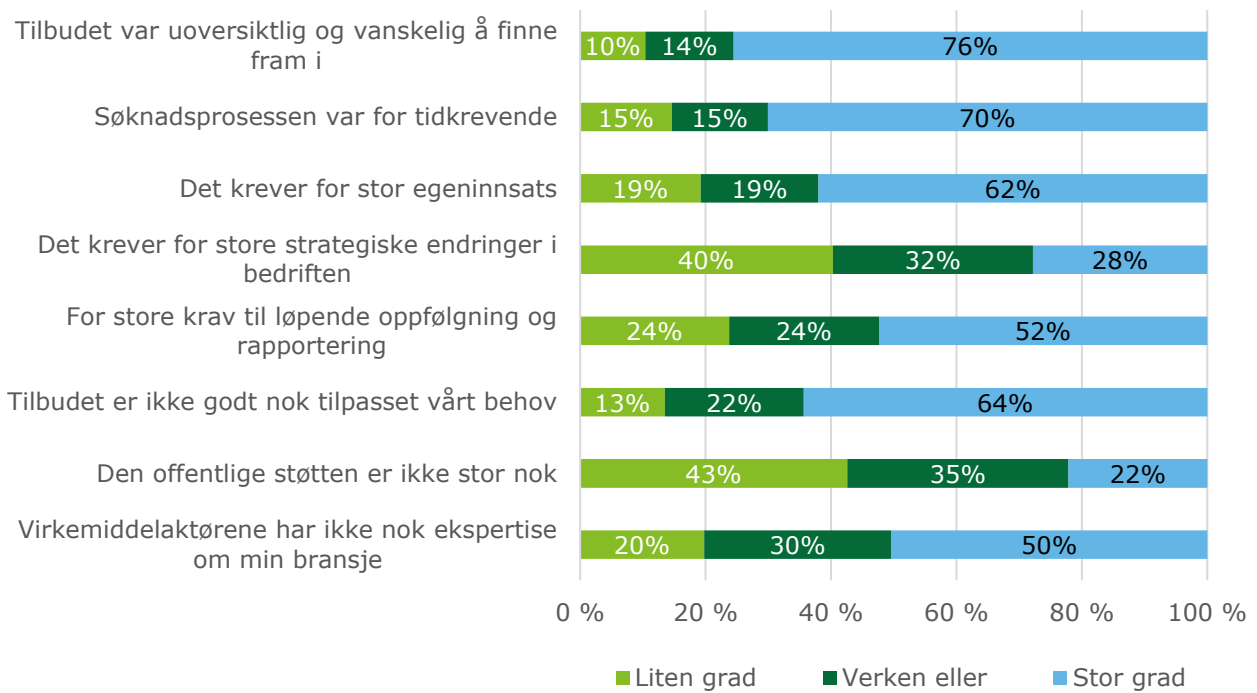
2.8.2 Virkemiddelaktørens innretning og prosedyrer

I ikke-brukerundersøkelsen har vi også spurt respondentene om det var ulike forhold ved innretningen og prosedyrene som har ført til at de ikke har søkt om å få støtte. I figuren under har vi tatt bort de som har svart «vet ikke/ikke relevant» på de ulike spørsmålene.

De to viktigste årsakene til at bedriftene og gründerne har valgt å ikke benytte seg av støtte fra virkemiddelapparatet er at tilbudet er uoversiktlig og vanskelig å finne frem i (76 prosent) og at søknadsprosessen er for tidkrevende (70 prosent). Det er også en høy andel som påpeker at det krever for stor egeninnsats å få støtte (62 prosent) og at tilbudet ikke er godt nok tilpasset behovet (64 prosent).

Det er relativt mange respondenter som trekker frem for store krav til løpende oppfølging og rapportering (52 prosent) og ikke nok ekspertise om bransjen (50 prosent) som grunner til at de ikke har søkt om støtte, mens få begrunner at de ikke har søkt med at det krever for store strategiske endringer i bedriften (28 prosent) og at den offentlige støtten er ikke stor nok (22 prosent).

Som en del av analysen har vi sett nærmere på hvordan svargivingen varierer ut fra forskjellige bakgrunnsvariabler. Det er svært interessant å merke seg at de bedriftene som har behov for støtte i signifikant større grad synes det er uoversiktlig og vanskelig å finne fram i virkemiddelapparatet (75 prosent) sammenlignet med de som oppgir at de ikke har behov for offentlig støtte (65 prosent). Da vi finner at det ikke er noen statistisk signifikante forskjeller i vurderingene ut fra hverken ut fra sentralitet, bedriftsalder, kompetanseintensitet og fylkesfordeling, er det slik utreder vurderer det opp til virkemiddelaktørene å markedsføre tilbudet på en bedre måte over for denne gruppen. Dersom en gjør det, vil man få et bredere sett av prosjekter å velge mellom. Det er grunn for å tro at dette vil gjøre det mulig å øke det gjennomsnittlige verdiskapingsbidraget per prosjekt.



Figur 7: I hvilken grad er følgende årsaker medvirkende til at du/dere ikke har benyttet dere av støtte fra det offentlige næringsrettede virkemiddelapparatet?

3 Brukernes transaksjonskostnader

Transaksjonskostnader betraktes vanligvis som kostnader ved å benytte seg av markeder, men i vårt tilfelle kan det betraktes som bedriftenes kostnader ved å benytte seg av virkemiddelapparatet. Generelt opereres det med tre kategorier av transaksjonskostnader²:

- Søke- og informasjonskostnader er ressurser brukt på å finne hvilke produkter eller tjenester som er tilgjengelige og finne hvilke som har best pris og egenskaper.
- Forhandlingskostnader er ressurser som går med til å komme fram til en avtale om pris, kontrakter, levering og kjøpsvilkår. Forskningsfeltet spillteori analyserer hvordan slike forhandlingssituasjoner fungerer.
- Evalueringskostnader/tvangskostnader oppstår etter varen eller tjenesten er levert, hvor vi må undersøke om vi faktisk har fått det vi trodde vi kjøpte.

I det videre vil vi se på om virkemiddelapparatet som helhet (antall aktører og virkemidler) og grensesnittet mot brukerne kan utformes på en måte som reduserer/minimerer brukernes transaksjonskostnader? I hvilken grad oppfattes virkemiddelapparatet som tilgjengelig og oversiktlig?

3.1 Transaksjonskostnader og service for sist brukte aktører

3.1.1 Rekruttering til virkemiddelapparatet

Bedriftene ble spurt om hvordan prosessen frem mot støtten fra virkemiddelapparatet startet. Her kunne bedriftene krysse av på flere alternative, men få bedrifter gjorde det. 76 prosent av bedriftene svarte at de selv tok initiativet til det. Dette er særlig bedrifter som har søkt om støtte fra GIEK, Eksportkreditt, Innovasjon Norge, Investinor og fra kommunen. Her finner vi bedrifter fra kompetanseintensive næringer, for eksempel informasjon og kommunikasjon, og faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting. Særlig bedrifter fra Oslo og Oppland oppgir å ha tatt initiativ selv. Også bedrifter som er fem år eller yngre har i større grad tatt kontakt selv.

Andre bedrifter (13 prosent) oppgir at de søkte om støtte som følge av at de tidligere har deltatt i andre offentlig støttede prosjekter. Blant disse finner vi en del bedrifter som har fått støtte fra EU, fylkeskommunen, Norges forskningsråd og Norsk romsenter, og bedrifter innenfor industri, bergverksdrift og utvinning. Vi finner også at bedrifter med en alder mellom seks og 20 år er overrepresentert i denne gruppen.

4 prosent av bedriftene oppgir at de ble kontaktet av en offentlig aktør med henblikk på deltakelse, mens 7 prosent av bedriftene svarer at de ble kontaktet av en privat aktør. Videre svarer 7 prosent av brukerne at de ble henvist til prosjektet/muligheten av en offentlig aktør.

NHO har gjort en egen analyse av virkemiddelapparatet. Tilbakemeldingen fra bedrifter er at virkemiddelapparatet i for liten grad støtter opp om konkurransekraft og kommersialisering, og at det er en svak kobling mellom forskningsrettede og innovasjonsrettede virkemidler. Virkemiddelapparatet tar heller ikke høyde for den krevende overgangen fra produkt til marked. NHO foreslår derfor en sterkere sammenheng mellom forsknings- og kommersialiseringsvirkemidlene.

En annen sentral tilbakemelding er at bedriftene synes det er for mange aktører, enkeltvirkemidler og ordninger. Søknadsprosessene er ressurskrevende, og mange bedrifter opplever at prosessen og kriteriene kan være uklare. NHO ser et behov for forenkling av virkemiddelapparatet.

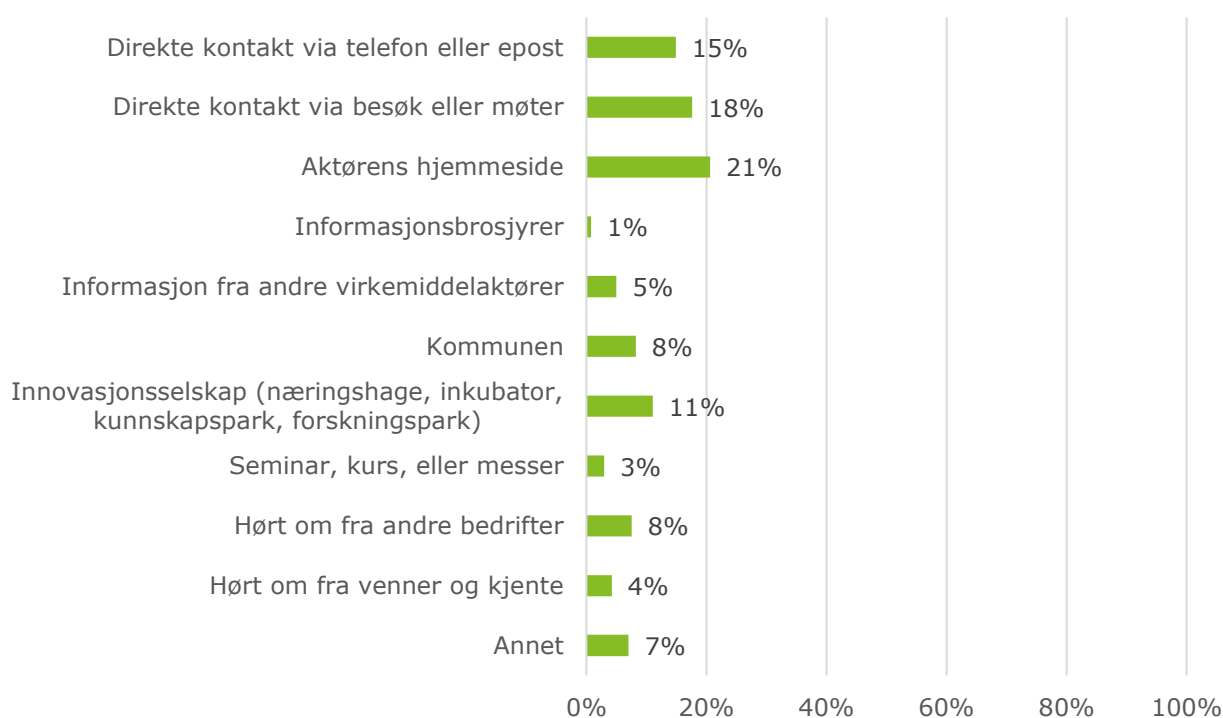
Videre er virkemiddelapparatet omtalt som for lite fleksibelt med mange smalt innrettede enkeltvirkemidler. Bedriftene stiller spørsmål om søknads- og vurderingskriteriene er relevante for de næringsrettede virkemidlene, og de kritiserer at det ofte legges for stor vekt på forskning i søknadsvurderinger. Bedriftene erfarer i tillegg at hvilke krav som stilles til rapportering av mottak av midler varierer, og de ønsker mer forutsigbare og forholdsmessige rapporteringskrav.

² https://en.wikipedia.org/wiki/Transaction_cost

3.1.2 Hvordan har søkerne fått informasjon om tilbudet?

En annen dimensjonen som er interessant ved starten av søknadsprosessen er hvordan bedriftene og gründerne fikk informasjon om hva virkemiddelaktørene tilbyr. Det er tre informasjonskilder knyttet til virkemiddelaktørene selv som er de mest utbredte – aktørens hjemmeside (21 prosent), direkte kontakt via møter eller besøk (18 prosent) og direkte kontakt via telefon eller epost (15 prosent). I tillegg spiller det regionale nivået en rolle som informasjonsspreder. 8 prosent av søkerne fikk informasjon fra kommunen og 11 prosent fra ulike innovasjonsselskaper (næringshage, inkubator, kunnskapspark, forskningspark). Dersom en ser disse resultatene samlet, viser det at en regional tilstedeværelse er viktig for å formidle informasjon om aktørens tilbud for 37 prosent av søkerne.

Det er få (5 prosent) av bedriftene og gründerne som har fått informasjon om tilbudet fra andre virkemiddelaktører. En medvirkende årsak til dette er at de aller fleste søkte selv om tilsagn/støtte (76 prosent). Trolig er det likevel et forbedringspotensial når det gjelder å informere om tilbudet til andre virkemiddelaktører. Det vil i større grad være mulig å gi søkerne det virkemiddelet som er best egnet for å løse deres konkrete behov.



Figur 8: Hvordan fikk du eller bedriften informasjon om hva virkemiddelaktøren tilbyr?

Vi har også sett nærmere på hvordan bruken av informasjonskilder varierer ut fra ulike bakgrunnsvariabler. Resultatene viser at det er stor variasjon mellom virkemiddelaktørene når det gjelder hvilke informasjonskilder bedriftene anser som viktige. Direkte kontakt via besøk eller møter er særlig viktig for de som har fått støtte fra Eksportkreditt, Investinor og FHF. Aktørens hjemmeside spiller en særlig viktig rolle for de som har fått støtte fra Enova, Norges Forskningsråd og SkatteFUNN, mens kommunene som en informasjonskanal er mindre viktig mottakerne av støtte fra Innovasjon Norge.

Ser en resultatene ut fra hovednæring, er direkte kontakt via besøk eller møter og aktørens hjemmeside særlig viktig for industri, bergverksdrift og utvinning samt tjenesteytende næringer, mens kommunen er særlig viktig for jordbruk, skogbruk og fiske. Direkte kontakt via besøk eller møter er viktigere for gründerbedrifter enn det er for virksomheter eldre enn tre år.

De store aktørene har utstrakt bruk av de fleste kanalene. Vi finner samtidig noen forskjeller på tvers av virkemiddelkategoriene:

- Bedriftene som har fått bedriftsrådgivning har fått informasjon via direkte kontakt og hjemmesiden, men også via venner og kjente.

- Innenfor egenkapital er det spesielt mange som har tatt direkte kontakt via møter eller besøk. Disse bedriftene har også i større grad enn andre bedrifter fått informasjon om denne virkemiddelaktøren fra andre virkemiddelaktører.
- Bedriftene som har fått garantier svarer i stor grad Annet. Flere har også tatt direkte kontakt med virkemiddelaktøren, enten via telefon/epost, eller via besøk/møter.
- Bildet er liknende for bedrifter som har fått lån. Det er imidlertid også en del bedrifter som har fått informasjon om virkemiddelaktøren via kommunen.
- Mottakerne av støtte innenfor kategorien profilering oppgir at de i all hovedsak tok kontakt via telefon/epost, og at de hadde hørt om virkemiddelaktøren fra andre bedrifter.
- For mottakerne av rettighetsbaserte tilskudd er nettsider og informasjon om virkemiddelet fra andre bedrifter den viktigste kilden til kunnskap om virkemiddelet.
- Innenfor kategorien samhandling er Innovasjonsselskapene (næringshage, inkubator, kunnskapspark, forskningspark) den klart viktigste kilden til kunnskap om virkemiddelapparatet.
- Bedriftene som har mottatt søknadsbaserte tilskudd skiller seg i liten grad ut fra totalbildet. Disse bedriftene har hatt direkte kontakt med virkemiddelaktørene, og benyttet nettsidene.

3.1.3 Vurdering av søknadsprosessen

I undersøkelsen rettet mot brukerne svarer 73 prosent at de opplevde tilbudet fra den konkrete virkemiddelaktøren som oversiktlig og lett å finne frem i³. Flere bedrifter (12 prosent) opplevde imidlertid ikke det. Vi finner til dels stor variasjon avhengig av hvem bedriftene sist har fått tilskudd fra. Bedriftene som svarte med utgangspunkt i Eksportkreditt, GIEK, Investinor, Norsk romsenter og Innovasjon Norge var over gjennomsnittet fornøyde, mens bedriftene med støtte fra EU, Siva og Forskningsrådet i mindre grad opplevde at tilbudet var oversiktlig.

Når vi spør brukerne om de fikk nyttig informasjon om tilbudet, svarer de aller fleste (78 prosent) at de fikk det. Bildet er imidlertid veldig forskjellig når vi spør brukerne om de også fikk nyttig informasjon om tilbudet til andre virkemiddelaktører. Her oppgir 30 prosent at de fikk nyttig informasjon, mens 26 prosent oppgir det motsatte. En like stor gruppe (25 prosent) svarer «Hverken eller». Vi tolker det som at de kan ha fått informasjon, men at de ikke opplevde den som nyttig.

De fleste brukerne (79 prosent) svarer at de opplevde at deres henvendelser til virkemiddelaktøren ble møtt med interesse, og at de fikk raskt svar på henvendelsen sin (78 prosent). Bedriftene som har fått midler fra EU og brukerne av GIEK opplever imidlertid i klart mindre grad at de har blitt møtt med interesse.

Når vi ber brukerne om å vurdere søknadsprosessen, svarer de fleste (75 prosent) at de opplevde søknadsprosessen som oversiktlig. Særlig brukerne av Norsk romsenter og RFFene opplevde prosessen som oversiktlig. Blant bedriftene med støtte fra EU finner vi over gjennomsnittet mange som opplevde prosessen som uoversiktlig. Til tross for at de fleste bedriftene opplevde søknadsprosessen som oversiktlig, mener mange bedrifter at søknadsprosessen er krevende. 40 prosent av respondentene er helt eller delvis enige i påstanden om at prosessen er for tidkrevende (særlig bedriftene som har fått støtte fra EU og Investinor), mens 33 prosent av respondentene er helt eller delvis uenige i denne påstanden. Det er særlig kommunene og fylkeskommunene som oppleves som lite tidkrevende aktører.

Bedriftene ble bedt om å ta stilling til påstanden om at virkemiddelaktøren «fant en god løsning» for bedriftens prosjekt. Her svarer 76 prosent av bedriftene at de er enige i påstanden, og 7 prosent svarer at de er uenige.

3.1.4 Bistand til søknaden?

De fleste bedriftene (60 prosent) oppgir at de ikke fikk bistand fra eksterne til å utforme søknaden.

23 prosent oppgir at de fikk gratis bistand, mens 17 prosent betalte for bistanden. Gruppen som betalte for bistanden, ble bedt om å oppgi hvor mye betalte for bistanden. Vi ba bedriftene om å oppgi bistanden målt i kroner.

Cirka 20 bedrifter (hovedsakelig mottakere av SkatteFUNN-støtte) betalte bistanden i en andel av støttebeløpet fra virkemiddelapparatet. Andelen varierer mellom 7 prosent og 30 prosent av støttebeløpet. Bedriftene som betaler fastbeløp, oppgir mellom 1 kr og 2 millioner kr. Når vi korrigerer for de mest ekstreme verdiene⁴, finner vi at

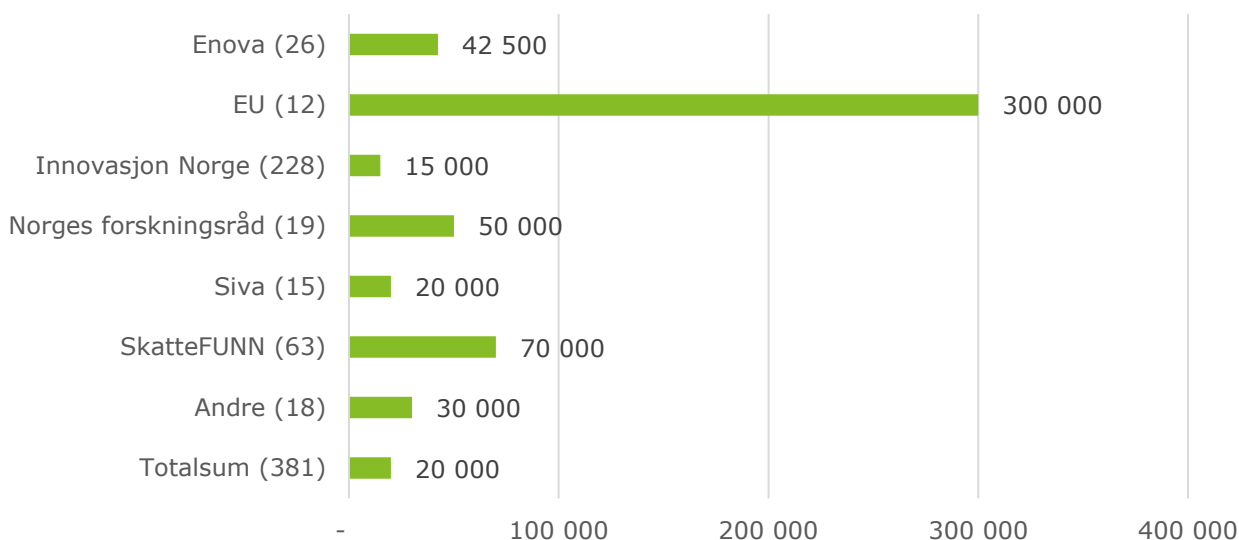
³ På samme tid opplever bedriftene det samlede tilbudet i mye mindre grad som oversiktlig. Mer om dette i kapittel 4.2.

⁴ Vi har fjernet de 3 prosent mest ekstreme beløpene. Det gjestår 382 estimater som er tatt med i beregningen, og estimatene ligger mellom 0 kr og 800 000 kr.

gjennomsnittlig beløp til ekstern bistand er 59 740 kroner. Beløpet trekkes imidlertid opp av noen få store oppgitte beløp, i all hovedsak til EU-prosjekter. Medianen for alle bedriftene er 20 000 kr. Halvparten av bedriftene har altså betalt 20 000 kr eller mindre, og halvparten har betalt 20 000 kr eller mer. Når vi ser på hvordan beløpene fordeler seg, finner vi at en fjerdedel av bedriftene har betalt 10 000 kr eller mindre, og en fjerdedel har betalt 50 000 kr eller mer.

Figuren nedenfor viser bedriftenes kostnader knyttet til ekstern bistand med søknaden, fordelt på den siste virkemiddelaktøren bedriftene brukte. For flere virkemiddelaktører foreligger det ytterst få estimater, og vi har samlet alle aktørene med færre enn ti estimater i kategorien Andre.

Medianen for konsulentbistand knyttet til EU- og SkatteFUNN-søknader er høyest, med henholdsvis 300 000 og 70 000 kroner. Medianen er også noe høyere for søknader til Enova og Norges forskningsråd, mens medianen er klart lavest for søknader til Innovasjon Norge.



Figur 9: Bedriftenes estimerte kostnader knyttet til ekstern bistand med søknaden, median

3.1.5 Oppfølging og rapportering

Når vi spør bedriftene om oppfølgingen underveis fra virkemiddelaktøren, svarer 64 prosent at de fikk god oppfølging, mens 13 prosent opplevde at de ikke fikk god oppfølging, eller eventuelt dårlig oppfølging. Andelen fornøyde bedrifter er størst blant brukerne av Norsk romsenter, Investinor, FHF og Eksportkreditt. Blant brukerne av kommunen, fylkeskommunen, GIEK og Siva finner vi over gjennomsnittet mange som ikke er fornøyde.

70 prosent av bedriftene vurderer rapporteringsomfanget underveis som passe. Igjen finner vi over gjennomsnittet mange fornøyde bedrifter blant brukerne av Eksportkreditt, FHF, Investinor og Norsk romsenter, så vel som Forskningsrådet og regionale forskningsfond. Motsatt er det med GIEK-, Investinor- og EU-brukerne. Her er inntil 36 prosent misfornøyde med rapporteringsomfanget underveis, noe som ligger over gjennomsnittet.

Brukerne vurderer oppfølgingen fra virkemiddelaktøren etter støtteperioden svært ulikt. 43 prosent er fornøyde, 24 prosent svarer hverken eller, og 21 prosent mener at oppfølgingen ikke var god. Andelen fornøyde brukere er størst blant brukerne av Eksportkreditt, FHF, Investinor og Norsk romsenter. Særlig blant bedriftene som har fått støtte fra kommunen er det stor andel misfornøyde bedrifter.

Omfanget på rapporteringen i ettertid oppleves som passe av 65 prosent av bedriftene, mens 15 prosent svarer hverken eller, og 10 prosent mener at omfanget ikke var passe. Igjen er Eksportkreditt, FHF, fylkeskommunen, Investinor og Norsk romsenter i toppen, med flest fornøyde brukere. Også SkatteFUNN har en høy andel fornøyde brukere. Blant GIEK-, EU- og Enova-brukerne finner vi derimot en høyere andel (inntil 33 prosent) bedrifter som ikke opplevde rapporteringsomfanget som passe.

3.1.6 Tidsbruk til søknad og rapportering

Vi har bedt bedriftene om å oppgi hvor mange dagsverk de brukte i forbindelse med å finne frem til rett virkemiddel, skrive og revidere søknaden, og rapportering til virkemiddelaktøren underveis og etterpå. Bedriftene skulle oppgi ressursbruken i antall dagsverk. Etter å ha fjernet det vi antar er skrivefeil eller feilopplysninger⁵, står vi igjen med over 2 100 estimater. Det er søknadsskrivingen som skiller seg ut som den mest ressurskrevende delen i denne prosessen, etterfulgt av rapportering.

Bedriftene oppgir at de i gjennomsnittet bruker 4 dagsverk på å finne frem til rett virkemiddelaktør, 9,2 dagsverk på søknaden, og 6,4 dagsverk på rapportering. Det er imidlertid enkelte høye estimater som påvirker gjennomsnittet betraktelig. Det er derfor mest hensiktsmessig å angi intervaller.

Tabellen nedenfor viser tidsbruken fordelt på aktiviteter, og intervallene. 25 prosent av bedriftene oppgir at de bruker 1 dagsverk eller mindre på å finne frem til rett virkemiddelaktør, og 25 prosent av bedriftene bruker 5 dagsverk eller mer. Medianen ligger på 2 dagsverk. Det betyr at det er like mange bedrifter som bruker 2 dagsverk eller mindre, som det er bedrifter som bruker 2 eller flere dagsverk.

I forbindelse med søknadsskrivingen bruker 25 prosent av bedriftene 2 dagsverk eller mindre, og 25 prosent bruker 10 dagsverk eller mer. Medianen er 5 dagsverk. Når det gjelder rapporteringen, tar det 2 dagsverk eller mindre for en fjerdedel av bedriftene (første kvartil), eller 6 dagsverk eller mer for den siste fjerdedelen av bedriftene (siste kvartil). Medianen er 3 dagsverk.

Tidsbruk (dagsverk)	Laveste kvartil	Median	Høyeste kvartil
Finne frem til rett virkemiddel	1	2	5
Søknad	2	5	10
Rapportering	2	3	6

Tabell 2: Medianen for brukernes tidsbruk (dagsverk) knyttet til søknad og rapportering

Når det gjelder bedriftenes og gründernes tidsbruk på å finne frem, søke og rapportere, er det viktig å være klar over at ikke all tidsbruken representerer rene kostnader. Noe av tidsbruken innebærer også verdiøkende aktiviteter, men det verdiøkende elementet varierer sterkt mellom de tre fasene skissert i tabellen over:

- Finne frem fasen omfatter primært rene transaksjonskostnader og fører ikke til noen verdiøkende aktiviteter for søkerne.
- Søknadsfasen medfører transaksjonskostnader, men deler av tiden som brukes på søknaden kan også bidra til kompetanseheving, utvikling av innovasjonsideer og etablering/videreutvikling av samarbeidsrelasjoner for gründerne og bedriftene. Alt dette representerer aktiviteter som på sikt kan bidra til økt verdiskaping. Som en del av søknadsprosessen kan også virkemiddelaktørene bidra med veiledning/rådgiving. Veiledningen/rådgivingen kan både bidra til videreutvikling av prosjektideen og danne et bedre fundament for videreutvikling av virksomheten. Slik sett innebærer veiledningen/rådgivingen en verdiøkende aktivitet, men vi har ikke empiriske data som belyser hvor vidt den har et positivt nytte/kostnadsforhold.
- Rapporteringsfasen er primært rene transaksjonskostnader, men noe av rapporteringen underveis kan være verdiskapende. For eksempel kan den bidra til en justering av kursen som gjør at man kommer på rett spor og styrker verdiskapingsbidraget fra prosjektet. Det kan også være slik at den aggregerte informasjon som rapporteringen genererer, kan brukes til å gjøre forbedringer i virkemidlene, markedsføringen av dem og administrative rutiner. Disse forbedringene vil komme alle søkerne/brukerne til nytte senere.

Tabellen nedenfor viser bedriftenes estimater på dagsverk brukt, fordelt på hvor de har fått støtte. Ikke uventet skiller søknader til EU seg ut som de mest krevende i alle fasene. I kategorien Andre finner vi også noen høye estimater, men her er det et relativt lavt antall. Også Forskningsrådet, FHF og SkatteFUNN er mer tidkrevende, mens prosjekter med

⁵ Vi har fjernet de 1,5 prosent høyeste og 1,5 prosent laveste opplysningene. For eksempel hadde enkelte bedrifter oppgitt 999,9 eller 2015 dagsverk.

støtte fra kommunen, Innovasjon Norge, Siva og RFF er mindre krevende. Dette fremstår som naturlig i og med at de ulike virkemiddelaktørene og deres virkemidler støtter prosjekter av svært ulikt omfang.

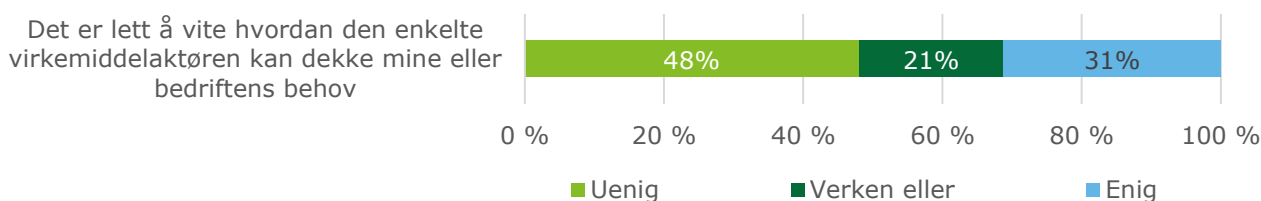
Virkemiddelaktør (antall besvarelser)	Finne frem til rett virkemiddelaktør	Skrive og revidere søknad	Rapportere underveis og etterpå
Enova (57-58)	2	4	4
EU (30-31)	5	20	15
FHF (11-12)	1	5	7
Fylkeskommunen (34-37)	2	4	4
Innovasjon Norge (1262-1299)	2	4	3
Klynger (20-21)	2	6	4
Kommunen (64-68)	2	3	2
Norges forskningsråd (149-152)	2	7	4
Regionale forskningsfond (12-15)	1	4	3
Siva (64-72)	1	3	2
SkatteFUNN (347-360)	2	5	4
Andre (10-12)	2	9	7
Totalsum (2077-2125)	2	5	3

Tabell 3: Medianen for brukernes tidsbruk (dagsverk) knyttet til søknad og rapportering, fordelt på virkemiddelaktør

I kategorien Andre finner vi virkemiddelaktørene som GIEK, Eksportkreditt, Investinor og Norsk romsenter. Her foreligger det færre enn 10 svar fra brukerne, og virkemiddelaktørene er derfor samlet i en restkategori. For enkelte virkemiddelaktører – herunder NORWEP og Argentum - foreligger det ingen estimater fra brukerne.

3.2 Transaksjonskostnader for virkemiddelapparatet samlet

Brukerne ble bedt om å ta stilling til påstanden om at det er lett å vite hvordan virkemiddelaktøren de brukte sist kan dekke bedriftens behov. 45 prosent av brukerne er uenige i denne påstanden, mens 31 prosent er enige. Brukerne av EU, klynger og gruppen Andre virkemiddelaktører er i størst grad enige, mens andelen bedrifter som er enige i denne påstanden er lavest for bedrifter som har fått støtte fra kommunen, Enova og Siva.



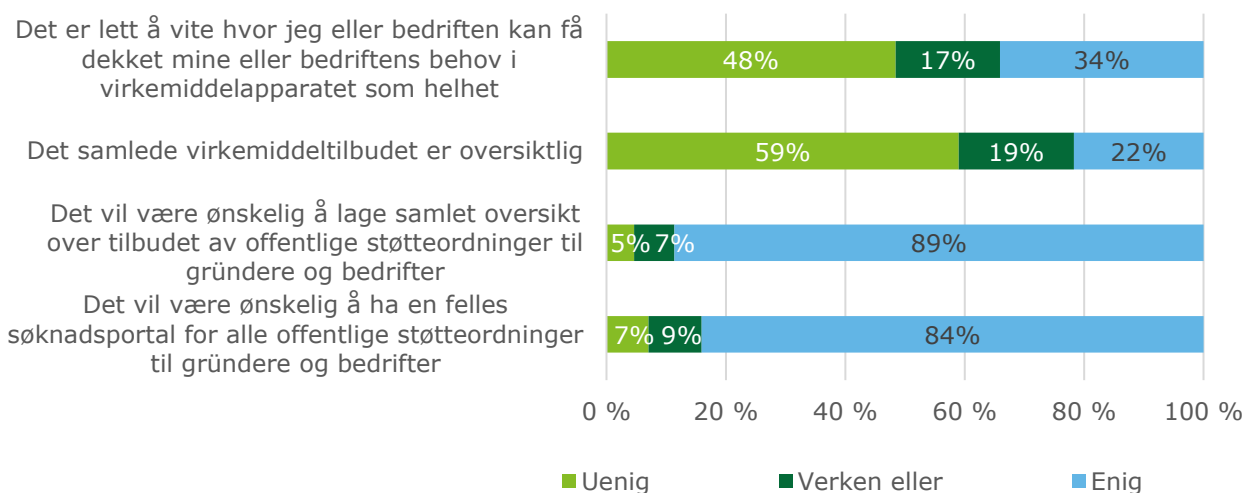
Figur 10: Brukernes vurdering av virkemiddelaktøren

Både brukerne og ikke-brukerne ble bedt om å ta stilling til en rekke påstander om terskelen inn i virkemiddelapparatet. 48 prosent av brukerne og 67 prosent av ikke-brukerne er uenige i påstanden om at det er lett å vite hvor de kan få dekket bedriftens behov i virkemiddelapparatet som helhet. Kun 33 prosent av brukerne og 12 prosent av ikke-brukerne opplever at det er lett.

Vi får et liknende bilde når vi spør bedriftene om de opplever virkemiddeltilbudet som oversiktlig. Her mener 56 prosent av brukerne og 80 prosent av ikke-brukerne at tilbudet ikke er oversiktlig, mens 20 prosent av brukerne og 14 prosent av ikke-brukerne opplever tilbudet som oversiktlig.

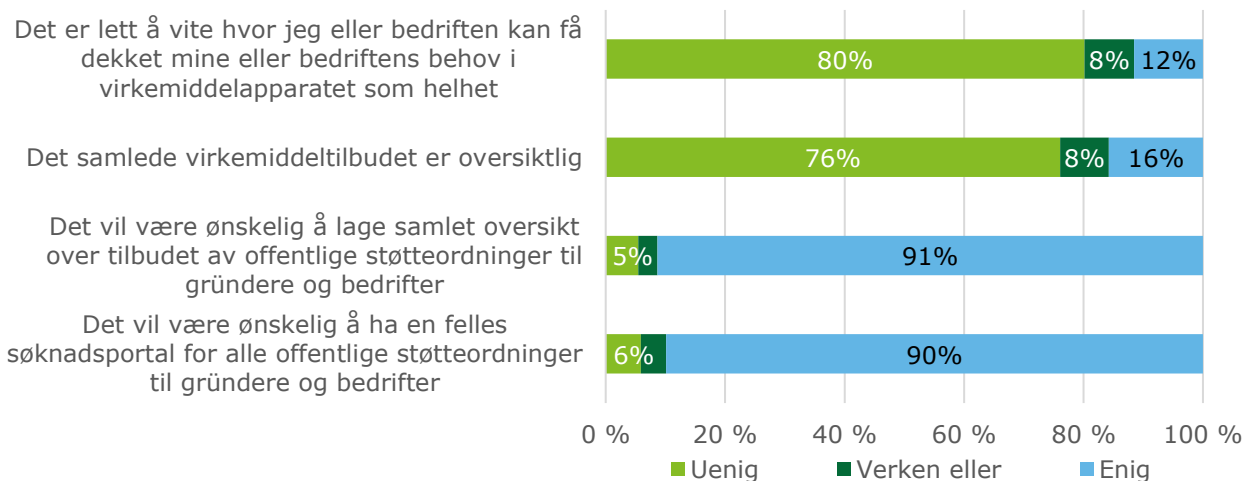
84 prosent av brukerne og 83 prosent av ikke-brukerne ønsker seg en samlet oversikt over tilbudet av offentlige støtteordninger til gründere og bedrifter. Videre svarer 79 prosent av brukerne og 81 prosent av ikke-brukerne at det vil være ønskelig å ha en felles søknadsportal for alle offentlige støtteordninger til gründere og bedrifter.

Svargivingen viser at de fleste bedriftene har en mening om virkemiddelapparatet, selv når de ikke har brukt det. Andelen som svarer «Vet ikke/ikke relevant» er lav blant brukerne, og blant ikke-brukerne ligger andelen mellom 16 prosent og 9 prosent. Dette er holdt utenfor beregningene i figurene nedenfor.



Figur 11: Brukernes vurdering av det samlede virkemiddelapparatet

Bedriftene som ikke har benyttet seg av virkemiddelapparatet, mener i mindre grad at de kan få dekket sine behov. Ikke-brukerne er imidlertid samstemte med brukerne om at det er ønskelig med en samlet oversikt over tilbudet, og en felles søknadsportal.



Figur 12: Ikke-brukernes vurdering av det samlede virkemiddelapparatet

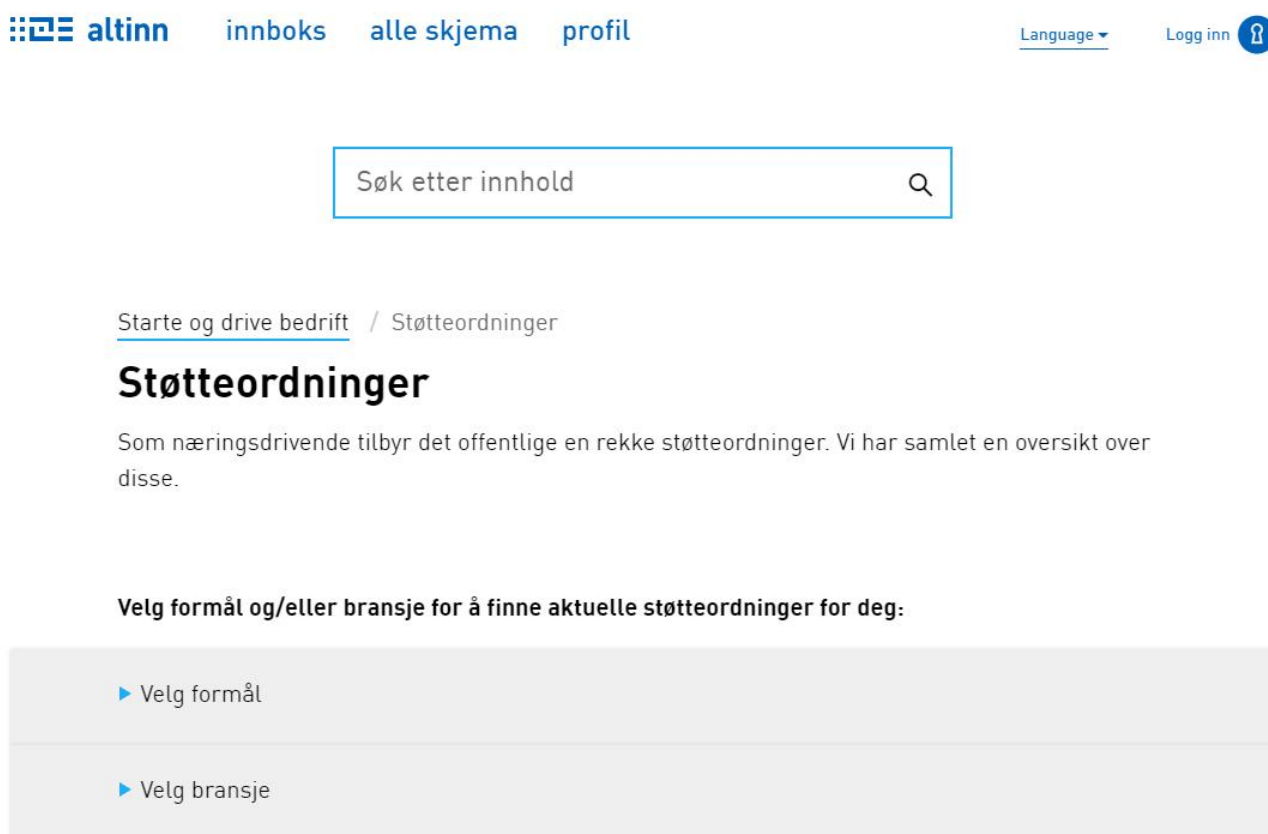
3.3 Oversikt over støtteordninger

Som vist i kapittel 2.2 er det lav kjennskap til flere virkemiddelaktører og ordningene de forvalter, både blant brukerne og ikke-brukerne. Det finnes i dag flere nettsider som informerer om hele eller deler av støtteapparatet. For eksempel har både Visma og DNB nettsider som informerer om støtteordninger for nystartede bedrifter, og finansiering fra det offentlige. Business Norge har også en informasjonsside om midler til å utvikle forretningsideen. Informasjonstilbudet på disse nettsidene gir imidlertid ikke et fullstendig overblikk over virkemiddelapparatet. Nettsidene har imidlertid til felles at de er laget av aktører utenfor virkemiddelapparatet.

På nettsiden altinn.no er det laget en oversikt over støtteordninger i virkemiddelapparatet. Nettsiden forvaltes av Brønnøysundregistrene. Formålet med portalen er å gi informasjon om alle offentlige støtteordninger til næringslivet, ifølge Brønnøysundregistrene. Portalen skal gi informasjon om hva som tilbys av assistanse, tjenester og ordninger, uten at brukeren behøver å kjenne de ulike institusjonene eller deres fokusområde. Brukeren skal også kunne ledes til annen offentlig informasjon for næringslivet. Målgruppen til tjenesten er næringslivet, virkemiddelapparatet og kunnskapsmiljøer.

3.3.1 Altinn-portalens innhold

Figuren nedenfor er et skjermbilde fra portalen, og viser hvordan den er bygd opp.



Figur 13: Skjermdump fra Altinn-portalen

Altinn-portalen gir en oversikt over støtteordninger, sortert etter formål og bransje. Før støtteordningen vises, skal brukeren først angi formålet det søkes støtte til, for eksempel FoU, markedsføring, eksport, mv., og deretter bransje, eksempelvis transport og lagring, fiske, mv. Resultatet som vises er konkrete støtteordninger, for eksempel prosjektmidler, FoU-programmer i og utenfor Forskningsrådet, kompetansetjenester i Innovasjon Norge, med videre. Ved å trykke på en støtteordning, sendes brukeren til en kort tekst som omtaler støtteordningen, og en eller flere lenker til den aktuelle virkemiddelaktøren og den konkrete støtteordningen.

I stikkprøvene vi har gjennomført, er resultatet ofte omfattende lister over støtteordninger. Listene fremstår som lite fokuserte, når eksempelvis mentortjenesten for gründere, Forskningsrådets MAROFF-program, Kulturrådets støtterordninger innenfor ulike kunstfelt, så vel som lån til tilleggsnæringer innenfor landbruksnæringslivet vises sammen. Portalen synes ikke å ta hensyn til årlige tematiske prioriteringer, som for eksempel gjelder for utlysninger i Forskningsrådets programmer. Det er en hjelpefunksjon på nettsiden, men hjelpefunksjonen er knyttet til hele Altinn-portalen, og ikke til støtteordninger.

Videre stikkprøver viser imidlertid at Argentum, NORWEP og Nysnø ikke er ført opp i portalen.

Altinn-portalen følger en klar logikk ved at den tar utgangspunkt i bedriftens behov og bransje, og gir forslag basert på det. Slik portalen er utformet i dag, er resultatene imidlertid for lite fokusert og mange treff vil oppleves som irrelevante for bedriften. For bedrifter som ikke kjenner til virkemiddelapparatet i noe særlig grad, vil resultatene trolig være overveldende, og det vil være ressurskrevende å finne rett virkemiddel på den omfattende listen med treff. Det er et potensial for videre fokusering av portalen for å gi mer relevante treff.

3.3.2 Altinn-portalens synlighet

Altinn-portalen skal være en samlet oversikt over offentlige støtteordninger. I våre stikkprøver ved å søke på nøkkelord som «støtte bedrift» eller «bedriftsstøtte», kommer portalen blant de første treffene på Google, sammen med DNB og Visma sine nettsider (dette er imidlertid sterkt avhengig av den enkelte PC-en, lokasjonen og søkehistorikken). Søk på nøkkelord som «bedrift FoU» gir imidlertid ikke Altinn-treff, men henviser til konkrete virkemidler (SkatteFUNN, IFU/OFU, mv.) og konsulentfirmaer som tilbyr bistand med søknaden.

Vi har sendt en henvendelse til Brønnøysundregistrene for å få innsikt i besøksstatistikk. Registrene presiserer at statistikken er heftet med visse mangler som følge av datagrunnlaget: Altinn samler ikke data for brukere som er *innlogget i Altinn*, da slik data ville kunne inneholde identifiserbare opplysninger. Følgelig gjelder besøksstatistikken kun ikke-innloggede besøk på siden. Statistikken gjelder for perioden 1. januar 2019 til 30. april 2019.

Figuren nedenfor viser at portalen i perioden har fått 33 545 besøk, og mange (ca. 32 000) har klikket seg videre og besøkt en eller flere av de underliggende sidene for støtteordningene som er listet opp. Brukerne brukte i snitt 2,5 minutter på portalen, og de som klikket seg videre til konkrete støtteordninger brukte som regel 5,5 minutter på siden.

Videre har det også kommet ca. 150 telefonhenvendelser til Brønnøysundregistrene, som omhandler bedriftsstøtte.

Antall besøk på alle støtteordningssider	31 197
Antall sidevisninger på https://www.altinn.no/starte-og-drive/stotteordninger/	33 545 (inkl. søkeresultat)
Antall sidevisninger på konkrete støtteordninger	42 016 (inkl. underliggende sider)
Gjennomsnittlig tid på alle støtteordningssider	05:27 minutter
Gjennomsnittlig tid på filtreringssiden https://www.altinn.no/starte-og-drive/stotteordninger/	02:27 minutter
Statistikken for telefontjenesten Bedriftsveiledning	149 unike henvendelser

Tabell 4: Besøksstatistikk for Altinn-portalen for støtteordninger for perioden 01.01.2019 – 30.04.2019

Vår vurdering er at Altinn-portalen til en viss grad er tilgjengelig via enkle søk på nettet, og kan gi virkemiddelapparatet en viss synlighet. Samtidig gir våre stikkprøver flere konkurrerende treff eller mer relevante treff enn Altinn-portalen. For bedrifter som vet hva de ønsker støtte til, er ikke dette problematisk. For ikke-brukerne, som mangler en oversikt over virkemiddelapparatet, kan det imidlertid være en fordel om Altinn-portalen er mer synlig.

4 Utviklingsbehov og konsulentenes vurderinger

I det følgende fremstilles forslag til forbedringer. Vi skiller her mellom forslagene vi har fanget opp i spørreundersøkelsene, og våre egne vurderinger.

4.1 Bedriftenes og gründernes forbedringsønsker

Gjennom spørreundersøkelsen til både brukerne og ikke-brukerne har respondentene kommet med en rekke forslag til hvordan virkemiddelapparatet kan forbedres. I det videre følger en oppsummering av hovedtrekkene i forslagene samt vår vurdering av dem.

4.1.1 Brukernes forbedringsønsker

Forslagene nedenfor er meldt inn gjennom spørreundersøkelsen til virkemiddelapparatets brukere.

4.1.1.1 Felles portaler for informasjon og søknader

Mange synes virkemiddelapparatet er fragmentert, oppstykket og lite oversiktlig. Med bakgrunn i dette ønsker flere en felles informasjonsportal, hvor både informasjon om de forskjellige mulighetene og hvilke aktører man kan søke støtte fra er tilgjengelig. Vi gjør oppmerksom på at en slik portal⁶ eksisterer, men at bedriftene ikke er særlig godt kjent med den. Portalen er også presentert i kapittel 3.3 i denne rapporten.

Det er også ønske om en felles søknadsportal på tvers av statlige, fylkesvise og kommunale institusjoner og ordninger, mens andre ønsker en oversikt over potensielle samarbeidspartnere i den bransjen de driver i.

4.1.1.2 Enklere søknadsprosess

Det vanligste ønsket blant brukerne er at apparatet skal bli enklere å bruke, og at søkeprosessen blir raskere og mindre byråkratisk. Mange bedrifter hevder de bruker unødvendig mye tid på rapportering, og de mener rapporteringskravene må være tilpasset summen på mottatt støtte. Dette ser vi også i kapittel 3.1.6. Enkelte mener også at språket som brukes er for akademisk. Respondentene ønsker et løst regelverk med større innslag av individuelle vurderinger og skjønn, mer fleksible kategorier av virkemidler, og større forståelse for at bedriftenes behov kan forandre seg i løpet av et prosjekt.

Koordinering eller sammenslåing av aktører trekkes også frem, mens andre hevder skattelette til gründere hadde fungert bedre enn dagens virkemiddelinnretning.

4.1.1.3 Oppfølging fra virkemiddelaktørene

Flere brukere ønsker mer aktiv oppfølging og veiledning både under oppstart, under prosjektet, og etter at prosjektet er ferdig. Brukerne ønsker veiledning og dialog hvor virkemiddelapparatet i større grad kommer med råd og hjelp. Mange etterlyser også at virkemiddelapparatet tar mer kontakt med markeder som allerede eksisterer, og informerer om mulighetene der. Både mentorordning og egen kontaktperson på tvers av finansieringskilder har blitt foreslått som løsninger for bedre oppfølging av bedrifter som har kommet i gang. De ønsker også ansatte i virkemiddelapparatet som i større grad forstår hvordan det er å opprette en egen bedrift.

4.1.1.4 Mer kunnskap

I tillegg til tettere oppfølging er det også mange som ønsker at ansatte i virkemiddelapparatet har mer kunnskap om markedet brukerne opererer i. Flere brukere synes at virkemiddelapparatet mangler kunnskap om ordningene på kommunalt nivå, og kunnskap om hvordan norske bedrifter kan nå ut i nye markeder. Enkelte mener også at det offentlige mangler kunnskap om næringslivet, og at det derfor bør knytte seg til private aktører.

4.1.1.5 Mer koordinering og kommunikasjon

Noen av respondentene ønsker mer kommunikasjon mellom sektorene, og påpeker et forbedringspotensial for både intern og ekstern informasjonsflyt til og fra virkemiddelapparatet. For eksempel nevnes det dårlig kommunikasjon

⁶ Portalen er tilgjengelig her: <https://www.altinn.no/starte-og-drive/stotteordninger/>

mellom hovedkontoret og regionale eller internasjonale utsendinger. Noen brukere ønsker koordinering på tvers av ordningene, mens andre ønsker mer informasjon om virkemiddelapparatets egne tjenester, tilbud og løsninger.

4.1.1.6 Mer risiko

Et lite antall av brukerne har også hevdet at virkemiddelapparatet må bli flinkere til å ta sjanser og at apparatet søker suksesshistorier fremfor å gi støtte til mer risikable prosjekter.

4.1.2 Ikke-brukernes forbedringsønske

Forbedringspunktene nedenfor er meldt inn av bedriftene som ikke benytter seg av virkemiddelapparatet.

4.1.2.1 Økt synlighet og tilgjengelighet

Mange av respondentene reagerer på manglende informasjon om virkemiddelapparatet, og hevder at de aldri har hørt om, eller fått noe informasjon om virkemidlene. Det er derfor mange som foreslår at informasjonen om virkemiddelapparatet må synliggjøres bedre, og at virkemiddelapparatet må bli bedre på å markedsføre seg selv. Konklusjonen er at hvis de ønsker at flere skal søke, må de være mer aktive i å gi ut informasjon om seg selv, blant annet gjennom å ta direkte kontakt, sende ut informasjon til nyetablerte bedrifter og å være oppsøkende. Videre ønsker respondentene at virkemiddelapparatet gir informasjon om hvor man kan søke hjelp, hvilke ordninger som eksisterer, og hva som skal til for å få hjelp. Videre må lokale og regionale næringsrådgivere også få informasjon om hva slags tilbud som finnes.

4.1.2.2 Veiledning i en komplisert søkeprosess – felles oversikts- og søkeportal

Mange ikke-brukere oppgir at de synes søkeprosessen er så komplisert og ressurskrevende at det ikke er verdt å søke. De mener derfor at en forenkling av søknadsprosessen og rapporteringen er nødvendig. De ønsker enklere søknadsskjemaer, klare retningslinjer, og muligens kursing eller rådgivning om søknadsprosessen. Konkrete forslag inkluderer å opprette et kontaktsenter hvor bedrifter kan henvende seg, eller en felles søkeportal og oversikt over hvilke midler man kan søke om (og eventuelt hvor). En felles portal er den foretrukne løsningen blant ikke-brukerne, og det er videre foreslått at denne portalen kan ha en chat-funksjon for spørsmål og svar.

4.1.2.3 Mer kunnskap/erfaring hos de ansatte

Ikke-brukere oppgir at de ønsker at virkemiddelapparatet har ansatte med kunnskap om hvordan det er å jobbe i næringslivet, og som vet hvor skoen trykker. Det er videre ønsket om flere ansatte med praktisk kompetanse og spisset kunnskap. Flere ikke-brukere kritiserer det de mener er et lavt kunnskapsnivå i virkemiddelapparatet, spesielt innenfor IT og kreative næringer. Videre ønsker ikke-brukerne at det er mindre fokus på regler, og heller fokus på fleksible løsninger.

4.1.2.4 Mindre byråkrati og mer fleksibilitet

Mange ikke-brukere synes virkemiddelapparatet er for stort, fragmentert og uoversiktlig, og de ønsker derfor at tilbudene samles, og at antall programmer og tjenester reduseres. Alternativt ønsker de mer koordinert informasjon og økt samhandling mellom virkemiddelaktørene.

Andre foreslåtte løsninger er å legge ned hele virkemiddelapparatet, og heller satse på skattefradrag til nye bedrifter. Mange bedrifter valgte å ikke søke om støtte fordi de ikke følte at deres bedrift passet inn i noen av de tilgjengelige programmene. Disse bedriftene ønsker derfor mer fleksibilitet for bedrifter som starter opp «utenfor boksen» og de synes ikke at mulighetsområdene stemmer overens med satsningsområdene til virkemiddelapparatet.

4.1.3 Utrederes vurdering av forbedringsønskene

Både brukere og ikke-brukere påpeker at virkemiddelapparatet er fragmentert, oppstykket og lite oversiktlig. Med bakgrunn i dette ønsker de en felles informasjonsportal og en felles søknadsportal. Utrederer er enig i at dette kan være hensiktsmessig, og går nærmere inn på det i delkapittelet under.

Det er behov for å diskutere og nyansere enkelte av forbedringsønskene som fremkommer fra respondentene. Dette gjelder særlig dimensjonene synlighet, fleksibilitet og kompetanse. Vi vil understreke at synlighet ikke er et mål i seg selv. Synlighet er imidlertid viktig dersom det i større grad bidrar til å mobilisere flere bedrifter til å utvikle prosjektideer med et høyt verdiskapingspotensial og søke om støtte til disse. Vi forventer at økt synlighet medfører at flere bedrifter som i dag ikke er brukere av virkemiddelapparatet, blir oppmerksomme på mulighetene for støtte og vil søke på ulike ordninger. For virkemiddelapparatet vil det bety flere prosjektideer som skal vurderes, og potensielt også flere

prosjekter som kan gi økt verdiskaping. På samme tid må dette ses opp mot kostnadene virkemiddelapparatet vil pådra seg i forbindelse med 1) økt markedsføringsaktivitet, og 2) økt saksbehandling som en følge av flere søknader. Slik utreder vurderer disse kostandene, vil de være relativt begrensede. Det vil være mulig å markedsføre tilbudet på en bedre måte gjennom relativt enkle grep samt være tydelig på hva man støtter og ikke støtter. Samlet sett er det dermed rimelig grunn til å anta gevinstene ved større grad av synlighet vil være høyere enn kostnadene.

Både brukerne og ikke-brukerne ønsker seg større grad av fleksibilitet. Blant annet ønsker de et løsere regelverk med større innslag av individuelle vurderinger og skjønn samt bredere og mer fleksible kategorier av virkemidler. Slik utreder ser det, er det ikke ønskelig med større grad av individuelle vurderinger og skjønn

Utreder stiller seg positiv til bredere og mer fleksible kategorier av virkemidler. Forutsetningen for dette er at man tydeliggjør hvilke kriterier som må være til stede for å få støtte. Dersom man gjør det, kan man i større grad vurdere ulike prosjektmuligheter opp mot hverandre. Det vil kunne øke det gjennomsnittlige verdiskapingsbidraget per prosjekt.

Kartleggingen av kompetansen i virkemiddelapparatet viste at samtlige aktører besitter betydelig kompetanse innenfor sine ansvarsområder. Dette gjelder både fagkompetanse, nærhetskompentanse og sektorkompetanse. Vi vurderer derfor at mesteparten av den kompetansen både brukere og ikke-brukere etterlyser allerede finnes i virkemiddelapparatet, men at den er spredd ut på en rekke ulike aktører.

Samtidig påpekte kompetansekartleggingen at mange ansatte i virkemiddelapparatet har lang ansiennitet i sine stillinger. Dette skaper etter vår oppfatning en risiko for at virkemiddelapparatet kan bli for mye tilbudsstyrt ved at brukerne får tilbud om bistand basert på den kompetansen aktørene til enhver tid har, i stedet for den kompetansen de faktisk trenger i sin utvikling. Vi vurderer derfor at det er behov for kontinuerlig oppdatering av kompetansen til de ansatte i virkemiddelapparatet, ikke minst for å imøtekomme brukernes fremtidige behov. I tillegg til nyansettelser, er en mulighet for å oppdatere de ansattes kompetanse at de kommer seg mer ut til både brukere og ikke-brukere, både for å få vist frem sin kompetanse, slik at bedriftene blir bedre kjent med hvilken kompetanse som finnes, og for å få impulser fra bedriftene. På dette området er det svært ulik praksis blant virkemiddelaktørene, og våre erfaringer er at noen er veldig proaktive allerede.

4.2 Konsulentenes vurderinger

4.2.1 Felles digital inngang med oversikt over tilbudet i virkemiddelapparatet

Dersom en skal få et best mulig grunnlag for å velge ut prosjektene med høyest verdiskapingseffekt, er det avgjørende å nå ut med informasjon til alle relevante søkere. Som tilbakemeldingene fra ikke-brukerne viser, er mangelen på kunnskap om tilbudet i virkemiddelapparatet en reell barriere for mange bedrifter. Ved å øke bedriftenes kunnskap om relevante støtteordninger vil virkemiddelapparatet mobilisere flere søkere og dermed få en bredere grunnlag av prosjekter. Dette vil kunne føre til at den gjennomsnittlige verdiskapingen per prosjekt blir høyere.

Virkemiddelaktørene henviser i liten grad til hverandres støttetilbud. Et lavterskelalternativ er at de ulike virkemiddelaktørene systematisk henviser til støttetilbudet hos de andre virkemiddelaktørene på sine hjemmesider. Dette vil kunne redusere bedriftenes kostnader for å finne frem til rett virkemiddelaktør og virkemiddel noe. For å ikke gjøre det for komplekst, vil det være tilstrekkelig at man legger ut henvisinger til virkemiddelaktørene som er mest relevante for sin egen målgruppe.

Det er ikke et mål gi støtte til flest mulig bedrifter og gründere, men en bør sørge for å få ut informasjon om tilbudet til flest mulig. På den måten vil en ikke gå glipp av virksomheter med prosjekter med stort verdiskapingspotensial. I tillegg vil en få ut informasjon om hvem som ikke er aktuelle støttmottakere, og gjennom det unngå unødvendige søknader.

Vi vurderer at det på sikt bør (videre)utvikles en felles digital inngang til virkemiddelapparatet, med basis i grunnstrukturen til altinn.no. Denne inngangen kan tenkes å brukes til både informasjon og søknadsprosess.

Vi vil understreke at dersom en felles digital inngang skal være mest mulig effektiv, må den sees i nær sammenheng med den samlede innretningen av virkemiddelapparatet. Det vil være klart enklere å lage en god løsning dersom det både blir færre virkemiddelaktører og færre virkemidler.

Ved utviklingen av en felles inngang må man være oppmerksom på kostnadssiden. En må unngå så store utviklings- og transaksjonskostnader at «vinningen går opp i spinningen». Dette bør være mulig å få til, særlig dersom man reduserer

antall virkemiddelaktører og antall virkemidler. I tillegg er det viktig å ha med seg at de enkelte virkemiddelaktørene også må videreutvikle/utvikle sine systemer framover. Det er disse utviklingskostnadene som må sammenholdes med kostnadene for å videreutvikle/utvikle en felles løsning. Slik vi vurderer det, er det grunn til å tro utviklingskostnadene vil være lavere ved en felles løsning, og da spesielt kombinert med en reduksjon i antall virkemiddelaktører og virkemidler.

Både som et ledd i å redusere utviklingskostnadene og bruke en løsning som bedriftene kjenner godt til fra før, vil det rent praktisk være hensiktsmessig å bygge på altinn.no. En vil da få en grunnstruktur som man kan bygge det nye på, noe som trolig vil gi lavere utviklingskostnader gitt at den eksisterende arkitekturen er tilstrekkelig tilpasset det nye behovet.

4.2.2 Forenkling og reduksjon i antall virkemidler

Bedriftene og gründerne finner lett frem og får dekket behovet hos de små og spissede virkemiddelaktørene, eksempelvis Gassnova. Det er i liten grad behov for å gjøre forenklinger i antall virkemidler hos disse.

Dersom man ser hele virkemiddelporteføljen under ett, er det et behov for å redusere antall virkemidler. Som en helhet oppfatter virksomhetene virkemiddelapparatet som uoversiktlig og komplekst. Særlig er det slik at Innovasjon Norge og Norges Forskningsråd har et stort antall virkemidler. Ut fra et brukerståsted er det behov for å redusere antall virkemidler blant disse, og i større grad anvende bredere kategorier. Det vil både gjøre det mer oversiktlig for brukerne samt i større grad gi muligheter for å sammenligne verdiskapingspotensialet på tvers.

Spørreundersøkelsen til bedriftene viser at det varierer hvor avhengige de er av regional tilstedeværelse for å finne frem og utforme søknader. En del bedrifter klarer seg i stor grad selv. For disse vil brukervennligheten øke om det i større grad innføres elektroniske søknadssystemer som gjør at bedriftene kan betjene seg selv. Særlig vil dette være aktuelt for de virkemidlene som er mindre «innovasjonstunge».

Spørreundersøkelsen til brukerne viser også at den regionale tilstedeværelsen er en viktig inngangsport til virkemiddelapparatet. Særlig gjelder dette for virksomheter i det distriktpolitiske virkeområdet, men det er også viktig for bedrifter utenfor. Dersom en skal utløse en størst mulig andel av verdiskapingspotensialet, er det viktig å finne en god balanse mellom sentraliserte, elektroniske løsninger og regional tilstedeværelse. Særlig en del av de små og mellomstore bedriftene er avhengig av regional tilstedeværelse både for å få informasjon om mulighetene og hjelp for å utforme søknaden.

Deloitte.

Deloitte AS and Deloitte Advokatfirma AS are the Norwegian affiliates of Deloitte NWE LLP, a member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as "Deloitte Global") does not provide services to clients. Please see www.deloitte.no for a more detailed description of DTTL and its member firms.

Deloitte Norway conducts business through two legally separate and independent limited liability companies; Deloitte AS, providing audit, consulting, financial advisory and risk management services, and Deloitte Advokatfirma AS, providing tax and legal services.

Deloitte is a leading global provider of audit and assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax and related services. Our network of member firms in more than 150 countries and territories serves four out of five Fortune Global 500® companies. Learn how Deloitte's approximately 286,000 people make an impact that matters at www.deloitte.no.

© 2019 Deloitte AS