



Nettverksprosjekter i kultur- og natur- næringene

**Erfaringer fra nettverks-
prosjektene.**

**Oppsummeringer av forsk-
ningsbehov, arbeidsmetodikk
og finansiering av bedriftspro-
sjekter i BTV-regionen**

Av

Anne-Guri Kåsene



Telemarkforskning-Bø

**TF-notat nr 7/2007
30. juni 2007**

© Telemarksforsking-Bø 2007
TF-notat nr. 7/2007
ISSN 0802-3662
Pris: kr 110

Telemarksforsking-Bø
Postboks 4
3833 Bø i Telemark
Tlf: 35 06 15 00
Fax: 35 06 15 01
www.telemarksforsking.no

FORORD

Dette notatet oppsummerer erfaringer Telemarksforsking-Bø har fra gjennomføringen av arbeidet med to nettverksprosjekter i BTV-regionen. Det er i tillegg utarbeidet egne rapporter fra arbeidet med de to nettverksprosjektene ”Mohairgeiter, kulturlandskap og spinneriproduksjon” (arbeidsrapport nr 14/2007) og ”Opplevelsesstølen” (TF-notat nr 9/2007), og to populærvitenskapelige artikler.

Nettverksprosjektene er gjennomført i perioden oktober 2006 til juni 2007, og er en del av programmet ”Forskningsbasert Kompetansemegling”. Prosjektene er finansiert av Norges Forskningsråd.

Notatet oppsummerer også de erfaringer kompetansemeglerne ved Telemarksforsking-Bø har fra arbeidet med bedriftsbesøk og bedriftsprosjekter knytta til FoU-behov og utfordringer i opplevelsesnæringene (kultur, natur og reiseliv) samt våre erfaringer med finansieringen av bedriftsprosjektene i BTV-regionen.

Bø, 30. juni 2007

Anne-Guri Kåsene
kompetansemegler

INNHALDSFORTEGNELSE

1	Forskningsbasert kompetansemegling i kultur- og naturnæringene i BTV-regionen ...	7
1.1	Innledning og mål	7
1.1.1	Prosjekt mål (fra kontrakten og søknaden).....	7
2	Nettverksprosjektene – erfaringer fra initiering til gjennomføring	7
2.1	Behovet for forskningsbaserte nettverksprosjekter	7
2.2	Hvordan starta de to nettverksprosjektene?.....	8
2.3	Mobilisering og forankring.....	9
2.4	Gjennomføring av problemstillingene	10
2.5	Har prosjektene vært nyttige?.....	11
2.6	Har vi tilført forskningsbasert kompetanse?.....	12
3	Erfaringer fra kompetansemegling i kultur- og naturnæringene i BTV-regionen.....	12
3.1	Virksomhetene/bedriftene i opplevelsesnæringene	13
3.2	FoU-behov og utfordringer.....	15
3.3	Arbeidsformer/metoder - kompetansemegling	18
3.3.1	Utvalg av bedrifter/virksomheter og forberedelser før besøket.....	18
3.3.2	Besøket i bedriften/virksomheten	20
3.3.3	Forprosjekt/bedriftsprosjekt.....	21
3.3.4	Nettverksprosjekter.....	23
3.3.5	Oppfølging/avslutning	23
3.3.6	Kompetansemeglerarenaer	23
3.4	Finansiering av prosjektene	24
3.5	Formidling	25

1 FORSKNINGSBASERT KOMPETANSEMEGLING I KULTUR- OG NATURNÆRINGENE I BTV-REGIONEN

1.1 Innledning og mål

Dette prosjektet er en del av prosjektet ”Nettverksprosjekter i kultur- og naturnæringene, ”Mohairgeiter og opplevelser” og ”Stølsopplevelser i Skarveheimen” (NFR-prosjektnr 180137/110).

Notatet er en oppsummering av erfaringer fra de to nettverksprosjektene. Erfaringene er i tillegg nærmere beskrevet i egne rapporter fra arbeidet med gjennomføringen av de to nettverksprosjektene. Disse er lagt ved dette notatet som egne vedlegg.

I tillegg oppsummerer vi våre erfaringer fra FoU-behov og utfordringer i kultur- og opplevelsesnæringene i BTV-regionen, og arbeidsformer/metoder i KM-prosjektene i disse næringene. Vi forsøker i dette notatet å belyse hvordan FoU spiller en viktig rolle, både for enkeltvirksomheter og for samarbeidende virksomheter/næringer innen kultur- og opplevelsesnæringene.

1.1.1 Prosjektmål (fra kontrakten og søknaden)

Hovedmål:

Det skal gjennomføres 2 nettverksprosjekter med 5-8 bedrifter/virksomheter i hvert nettverksprosjekt med tema innenfor opplevelsesbasert produktutvikling.

Mål for nettverksprosjektene:

1. Prosjektet ”Mohairgeit og opplevelser” skal foreslå nye produkter og opplevelser med utgangspunkt i mohairgeitenæringen.
2. Prosjektet ”Stølsopplevelser i Skarveheimen” skal bidra med FoU-basert entreprenørskapskompetanse og forskningsformidling i utvikling av nye produkter og opplevelser fra stølslivet.

I tillegg skal prosjektet oppsummere og formidle erfaringene fra:

- FoU-behov og utfordringer i kultur- og opplevelsesnæringene i BTV-regionen
- Arbeidsformer og metoder i KM-prosjektene innenfor disse næringene i regionen

2 NETTVERKSPROSJEKTENE – ERFARINGER FRA INITIERING TIL GJENNOMFØRING

2.1 Behovet for forskningsbaserte nettverksprosjekter

I arbeidet med kompetansemeglervirksomheten, og særlig gjennom besøk i ulike virksomheter i opplevelsesnæringene (natur, kultur og reiseliv)¹, har det tidvis vært behov for å få til samarbeidsprosjekter mellom aktører i samme næring, eller prosjekter som går på tvers

¹ Vår definisjon på opplevelsesnæringene er naturnæringene, kulturnæringene og reiseliv.

av næringer, og der flere virksomheter deltar. Våre erfaringer er at det er et stort potensial for FoU-prosjekter med utgangspunkt i lokal natur og kultur. Mer konkret går dette på å utvikle produkter/tjenester som del av opplevelseskonsept, og der man tar utgangspunkt i særpreg og identitet. Slikt særpreg finner man i særlig grad innenfor de kultur- og naturbaserte næringene, for eksempel i den lokale maten (råvarene, produktene, oppskriftene), i ulike typer handverk og handverkstradisjoner, i kulturlandskap og natur (flora og fauna), i friluftsliv, på historiske steder og hendelser, i kunst og annen kultur.

Verdigevinsten kan utløses ved at man har fokus på aktiviteter med innhold, kombinert med tilbud knytta til overnatting, matopplevelser, kulturelle aktiviteter og naturopplevelser. De fleste opplevelseskonsept går på tvers av næringer, og det er derfor viktig at disse næringene får muligheter til å samarbeide og utvikle opplevelsestilbud på tvers av næringer og sektorer. En annen viktig faktor er at virksomhetene i disse næringene er svært små, ofte er det snakk om familiedrevne enkeltmannsforetak.

Forskningsbaserte Kompetansemegling har en finansieringsordning som er retta mot bedrifter (bedriftsprojekter). Finansiering av såkalte nettverksprojekter er ikke en del av Innovasjon Norge sine virkemidler for støtte (se senere i notatet), og de to nettverksprosjektene som her er gjennomført, er finansiert gjennom egne bevilgninger gitt av Forskningsrådet.

I det videre arbeidet med finansiering av forskningsprojekter innenfor disse næringene, anbefales det derfor at finansieringsordningene bedre tilpasses målgruppene, og de behovene som er i kultur- og naturnæringene. Det bør altså legges opp til at det i tillegg til finansiering av bedriftsprojekter, også gis muligheter for finansiering av nettverksprosjekter.

2.2 Hvordan starta de to nettverksprosjektene?

Begge nettverksprosjektene starta med bedriftsbesøk. For mohairprosjektet var en virksomhet (Dyrdal gård) ”inngangen” til en næring (mohairgeitenæringa). Virksomheten skisserte en rekke FoU-behov knytta til mohairgeiter, slik som avl, beiteforhold/naturlandskapspleie, kjøttproduksjon, ull/fiberproduksjon og produktutvikling, og kompetansemegler fikk på det første besøket navn på andre viktige aktører i denne næringa. I 2006 etablerte mohairgeitebøndene i Telemark to temanettverk; ”produkt-/strikkenettverket” og ”dyrehold/naturlandskapspleie”. Mohairgeitenæringa er relativt ny (de første geitene kom til Norge i 1992), så det er også en av årsakene til at næringa har mange interessante problemstillinger og forskningsbehov. Allerede ved det første besøket, oppfattet kompetansemegler at næringa hadde flere forskningsbehov og koblingsmuligheter mot ulike forskningsmiljø for gjennomføring av eventuelle prosjekt. Med bakgrunn i dette, så ble det konkludert med at dette var en næring som vi (KM) burde jobbe videre med. Samtidig åpnet det seg også en mulighet for finansiering av nettverksprosjekter gjennom utlysingen fra Forskningsrådet. Det ble derfor gjennomført besøk hos 7 andre virk-

somheter, virksomheter som enten ”bare” driver mohairgeiteproduksjon og/eller strikking/produktvikling, eller virksomheter som i tillegg også satser på opplevelsesbaserte tjenester. Etter at flesteparten av disse besøkene var gjennomført, ble det arrangert et felles møte på Rauland høsten 2006, der det blant annet ble konkludert med at næringa skulle prioritere å jobbe videre med ull-/fiberproduksjon, og forsøke å få etablert et eget spinneri for dette i Telemark. Virksomhetene i denne næringa er svært små, stort sett bare enkeltmannsforetak, så det var viktig å bli enige om å prioritere det viktigste satsingsområdet å jobbe videre med for hele næringa. Dette var næringsaktørene enige om, og det ble bestemt at det videre arbeidet skulle ta utgangspunkt i produkt/strikkenettverket og de FoU-behov som var der. Dette nettverket har mange koblingsmuligheter, både mellom de ulike virksomhetene i mohairgeitenæringa, med utdanningssektoren (for eksempel Folkekulturstudiet på HiT/Rauland), med aktører innenfor tekstilbransjen, reiseliv og andre.

Det andre nettverksprosjektet (”Opplevelsesstølen”) starta ved at kompetansemegler har god kjennskap til og vært mye i Skarvheimområdet selv. Han kjenner en del av de som driver stølene i Skarvheimen. Utgangspunktet for dette prosjektet var altså at KM hadde den lokale kjennskapen, og gjennomførte bedriftsbesøk med utgangspunkt i dette. Stølene og stølsliv var utgangspunktet for FoU-problemstillingene. Det er mange støler i Skarvheimen og i Hemsedalområdet, og det har vært viktig å se sammenhenger og koblingsmulighetene i denne næringa og regionen. Samtidig som fokuset har vært på stølene, har det også vært viktig å bringe andre aktører inn i nettverket, slik som reiselivsaktører, aktivitetsaktører og eksisterende nettverk som Budeienettverket og Hallingkostnettverket. Mange av stølsbudeiene i Skarvheimen er med i interesseorganisasjonen Hallingkost BA. Dette er en interesseorganisasjon som produserer, markedsfører, selger og serverer mat fra Hallingdal. Det har vært viktig å bygge opp tillit blant de ulike aktørene, men også krevende. Hver av aktørene har ikke tid og ressurser til å gjennomføre prosjektet alene, så det var helt avgjørende for dem at prosjektet ble gjennomført som et nettverksprosjekt, og at noen eksterne har ledet prosjektarbeidet. Etter at besøkene var gjennomført, ble stølene invitert inn i utformingen av nettverksprosjektet.

2.3 Mobilisering og forankring

Her har de to prosjektene fungert noe forskjellig. Det har vært enklest å få mobilisert aktørene i og rundt mohairgeitenæringa. Dette skyldes trolig at det var enighet om hvilke utfordringer næringa har, og hva som var viktigst å prioritere nå. Målsettinga om å etablere et spinneri er også svært konkret, og har vært et ”samlingspunkt” for prosjektarbeidet. Produksjon av opplevelser har også vært et viktig utgangspunkt for prosjektet, og det er arbeidet med de ulike opplevelsesdimensjonene. Spinneriet skal være en del av det totale opplevelseskonseptet, ikke bare for det stedet der spinneriet fysisk skal ligge (Midt-Svardal), men også for de andre aktørene i nettverket og for andre næringer. Den helhetlige vinklinga på prosjektet har trolig også bidratt til at mobiliseringa av deltakerne har fungert bra, og at forankringa har gått relativt greitt. Et annet moment som sier noe om samarbeidsklimaet i nettverket, er at det i utgangspunktet var to godt egna steder å etablere spinneriet på,

også som del av et opplevelseskonsept; Bakken gård i Bø og Midt-Svartdal i Seljord. Nettverket måtte bruke noe tid på vurderinger før stedvalg ble tatt, og trolig hadde også forsker (TF-Bø) en viktig rolle i denne prosessen. Et annet moment som trolig har vært viktig for samarbeidsklimaet i prosjektet/nettverket, er at mohairgeitenæringa er forholdsvis ny og nettverket er nylig blitt etablert. Det er altså foreløpig ingen historiske ”vanskeligheter” mellom aktørene, som kan virke hemmende på nettverkssamarbeidet. I mohairnettverket er det aktørene selv som har vært de viktigste drivkreftene. Et siste punkt, som også har vært svært viktig for samarbeidet er selve kompetansemeglerordninga, med at kompetansemegler gjennom bedriftsbesøkene har hatt dialog med hver enkelt av aktørene. På den måten har KM fått et mye bedre innblikk i behovene og kunnet ta hensyn til alle på en bedre måte, enn den kjennskapen som hadde vært mulig å få til gjennom bare fellesmøter. Forskningsmiljøet (TF-Bø) har bidratt med den teoretiske og faglige delen av prosjektet, i en god del av kartleggings- og planleggingsarbeidet, i budsjettarbeidet og i skrivingen av rapporten/realiseringsplanen. Det er lagt vekt på å engasjere aktørene selv i arbeidet med å kartlegge skandinaviske råvareleverandører, i kunde-/markedsarbeidet og i å skaffe aksjekapital til det nye spinneriet. Dette arbeidet fortsetter nå etter at selve nettverksprosjektet er avsluttet.

I støslivsprosjektet måtte det jobbes en del mer med å forankre prosjektet, særlig på tvers av stølene. I og med at stølsprosjektet har som utgangspunkt å få til samarbeid om tilbud på tvers, har det vært behov for å finne en lokal koordinator, som dette arbeidet kunne forankres i. Og siden det ikke bare dreier seg om samarbeid og markedsføring, men om aktiviteter, så var dette en større utfordring en først antatt. Lenge ble det forsøkt forankret i Hallingdal reiseliv som turoperatør, men kapasiteten her gjorde dette vanskelig. Til slutt kom forankringen gjennom Den norske turistforeningen, men her var allerede eksisterende prosesser i gang, slik at arbeidet med dette nye nettverkstilbudet måtte vente til etter sommersesongen 2007. Det at prosjektvarigheten bare var et halvt år, har derfor bidratt til at tiden til å bygge tillit og få det forankret hos aktørene, har vært alt for kort for dette prosjektet. Noen av aktørene er såpass opptatt av sine virksomheter, at det har vært vanskelig å få til noe tilbud utover det de allerede arbeider med. Derfor har tilnærmingen i dette prosjektet utviklet seg til å bli mer koordinering av allerede eksisterende tilbud, og mindre utvikling av nye knyttet til stølene. Prosjektet har derfor fått en noe større avstand til stølene, enn det som var ønskelig, og har måttet jobbe mer for å finne rette koordinator som kunne ta på seg oppgaven å koordinere tilbud mellom stølene.

2.4 Gjennomføring av problemstillingene

I de to gjennomførte nettverksprosjektene er det landbruksnæringa som er en ressurs for andre næringer, blant annet reiseliv og utdanningssektoren.

I stølsprosjektet har problemstillingene vært knyttet til tre områder; 1) opplevelsesstølen i nettverk, 2) stølsmeieri/opplevelsessenter og 3) stølen som produsent av kollektive goder.

Først har det vært jobba med opplevelsesprodukt på tvers av opplevelsesstølene. Deretter ble det trukket inn andre støler, om muligheten for å utvikle et stølsmeieri/-opplevelsessenter for lokal foredling og merkevarer. Det er inngått et samarbeid med et annet stølsprosjekt i Buskerud og Telemark; "Stølskost og fjellmat med potensial", med forankring hos Hallingkostnettverket, Innovasjon Norge og FM i Buskerud og Telemark. Sammen er det planlagt en studietur til Sveits og Østerrike, for å studere opplevelsestilbud knytta til stølsmeierier og opplevelsesstøler. Det tredje området har vært mer faglig, med studier av hvilke verdier som skapes av hvilke ressurser knytta til stølen. Det har vært viktig å belyse sammenhengen mellom stølen som produsent av både private goder i opplevelsesmarkedet og fellesgoder for fellesskapet. I den forbindelse har det vært viktig å få tak på hvordan politikere og forvaltere, regionalt og sentralt, oppfatter fellesverdiene som knyttes til stølen; blant annet uttrykt ved stølstilskuddet.

I mohairprosjektet har formålet vært å foreslå nye produkt og opplevelser med utgangspunkt i mohairgeitenæringen, og med særlig vektlegging på spinneriproduksjon av mohairfiber. Det er primært arbeidet med et opplevelseskonsept for Midt-Svardal, og dette arbeidet er gjennomført av eier av Midt-Svardal i samarbeid med TF-Bø. Opplevelseskonseptet på Midt-Svardal består av en særegen gård med mohairgeiter som produserer vakkert og spesielt kulturlandskap, mohairprodukter av garn og stoff, turer i området og omvisning på gården, formidling av historier og tradisjon fra produksjonen, gården som pedagogisk ressurs, og i tillegg altså det kommende spinneriet. I dette arbeidet har også de andre nettverksaktørene deltatt noe, men i mindre grad, enn det de har gjort i den delen av prosjektet som har med selve spinneriet å gjøre. Det er dette som har vært "limet" i nettverkssamarbeidet, fordi de alle sammen har en interesse i å få til et spinneri for næringa, og ved at de ser på spinneriet som del av sine opplevelseskonsept. (Dette gjelder for de av aktørene som selv driver med turisme eller som arbeider i undervisningssektoren.) Her har de andre nettverksaktørene deltatt mer med innspill, og ved at de konkret har arbeidet med for eksempel kartlegging av råvareleverandører (mohairfiber) i det skandinaviske markedet, i arbeidet med markedspotensialet, og ved at det nå arbeides med å skaffe aksjekapital til spinnerietableringa. TF-Bø har i denne delen av arbeidet fokusert på det som er viktig i denne fasen for å få spinneriet realisert, og har utarbeidet en realiseringsplan for det videre arbeidet for å få spinneriet etablert. (Se rapporten for mer detaljer.)

2.5 Har prosjektene vært nyttige?

Begge nettverksprosjektene har vart i ca ½ år, så det er vanskelig på det nåværende tidspunkt å si noe om resultatene fra prosjektene. For stølsprosjektet vil det bli arbeidet videre med de tre områdene (se ovenfor) for å få dem realisert. Deltakerne i stølsnettverket har hatt et varierende syn på nytten av prosjektet, og det er også noen som har vært skeptiske. En del mener at det ikke nytter med prosjekter på tvers, og at det blir for dyrt for den enkelte virksomhet, og at det derfor blir lite netto igjen i en næring som allerede i utgangspunktet er svært presset. Det videre prosjektarbeidet vil derfor bli konsentrert om de som selv ser en interesse i å få til noe mer ut av stølene sine.

Mohairgeitenæringa har avsetningsproblemer med mohairfiberen sin, og en del mohairgeitebønder sender fiberen sin til utlandet (blant annet Danmark). Utgangspunktet for dette prosjektet var derfor annerledes og trolig ”enklere” enn i stølsprosjektet. Avsetningsproblemene har vært en viktig drivkraft for gjennomføringen av prosjektet, og er også en svært viktig faktor for at spinneriet trolig vil bli etablert. Med utgangspunkt i blant annet dette, så vurderer aktørene i mohairnettverket at prosjektet har vært nyttig.

Vi tror at begge prosjektene har nyhetsverdi. Stølsprosjektet i form av at prosjektet skal bidra til å synliggjøre de verdiene som en støl produserer, både private verdier og ikke minst kollektive verdier. Tanken bak prosjektet er å få fram eksempler på hvordan stølslivet kan ”blomstre”. For mohairprosjektet ligger nyhetsverdien i at dette vil bli det første spinneriet for mohairfiber i Norge. I tillegg skal spinneriet bidra til flere opplevelsesheter for en liten gård i Telemark (Midt-Svartdal). Spinneriet skal også bli en viktig del av det totale opplevelseskonseptet for andre gårder med mohairgeiter, og som driver med strikke-/veveproduksjon. Det vil også bli et tilbud for turistnæringa. I tillegg skal spinneri-produksjonen og gården Midt-Svartal være en pedagogisk ressurs for spesielt interesserte og for undervisningssektoren, helt fra barnehagenivå og til høgskole-/universitetsnivå.

2.6 Har vi tilført forskningsbasert kompetanse?

Prosjektene har vært en kombinasjon av forskning og utvikling. Vi mener at vi har tilført prosjektdeltakerne forskningsbasert kompetanse, både om opplevelsesøkonomi, merkevarebygging, mohairgeiterasen, kulturlandskap, spinneriproduksjon, fellesgoder og entreprenørskap. Når det gjelder utviklingskunnskap, så har vi bidratt med kunnskap om hva som formelt skal til for å etablere ny virksomhet (aksjeselskap) og økonomi/budsjettering av et slikt selskap. Tilbakemeldingen fra deltakerne er at de også har fått økt sin kompetanse på disse områdene i løpet av prosjektperioden.

3 ERFARINGER FRA KOMPETANSEMEGLING I KULTUR- OG NATURNÆRINGENE I BTV-REGIONEN

Våre vurderinger av KM så langt, er at mye har fungert svært bra, men at det også er noen forbedringspotensial som bør gjøres for at satsingen kan bli enda bedre.

Kompetansemeglingsprogrammet har fram til nå vært et samarbeid mellom de tre fylkene Buskerud, Telemark og Vestfold, og de tre FoU-instituttene; Telemarksforskning-Bø, Tel-Tek og TI. TF-Bø har retta sine kompetansemegleraktiviteter mot SMB i opplevelsesnæringene (kultur-/naturnæringene og reiseliv). De to andre instituttene har jobba mot industrinæringene og teknologibedrifter. Instituttens deltakelse i prosjektgruppa og styringsgruppa i KM/BTV, har ført til erfaringsutveksling og økt møtevirksomhet mellom instituttene.

Den viktigste kontakten har imidlertid vært samspillet som kompetansemeglerne har hatt med bedrifter/virksomheter. Tabellen nedenfor oppsummerer antall bedriftsbesøk og prosjekter i *opplevelsesnæringene* fra oktober 2004 til og med juni 2007 i BTV-regionen:

Aktiviteter – kompetansemegling TF-Bø	Antall gjennomførte i BTV-regionen
Besøk i bedrifter og virksomheter i opplevelsesnæringene (kultur, natur og reiseliv)	180
Forprosjekter	34
Bedriftsprosjekter/Nettverksprosjekter	22 (20 bedriftsprosjekter/2 nettverksprosjekter)

Våre erfaringer er at KM-programmet har ført til *reelt samarbeid om FoU-aktiviteter* mellom forskere i FoU-institutter og SMB/virksomheter i regionen. Vi vil framheve at *kompetansemeglerfunksjonen* og *finansieringen av denne* har vært hovedårsaken til at det har vært mulig å få til dette.

Vi har også erfart at KM har vært viktig for *småbedriftene*, og særlig for de virksomheter og næringer (bl a kultur og natur), som tidligere har hatt liten/ingen erfaringer med å samarbeide med FoU-miljø. Kompetansemeglerprogrammet har gitt nye næringer og småbedrifter muligheter for forskningshjelp, næringer som tidligere ikke har vært målgrupper for forskningsmiljø. I opplevelsesnæringene er det flest småbedrifter, men det er virksomheter som hver for seg er viktige, både for utvikling av egen virksomhet, opplevelsesnæringene som helhet og lokalsamfunn.

3.1 Virksomhetene/bedriftene i opplevelsesnæringene

Tabellene nedenfor oppsummerer noen fakta om de virksomhetene vi har besøkt.

Størrelse på bedriftene/virksomhetene (målt i antall ansatte):

	1-2 ansatte	3-5 ansatte	6-10 ansatte	11-20 ansatte	21-50 ansatte	> 50 ansatte
Antall ansatte	117 (65%)	34 (19%)	10 (6%)	10 (6%)	7 (4%)	2 (1%)

Selskapsform:

45 % av virksomhetene er enkeltmannsforetak, 35 % er aksjeselskaper, 7 % er ANS. Resten, 13 %, er stiftelser, foreninger og samvirke.

Antall virksomheter og næringer:

Næringer	Antall bedrifter/ virksomheter
Naturbasert	53
Kulturbasert	32
Natur- og kulturbaserte opplevelsesnæringer (inkl reiseliv/turist)	95
Totalt	180

Naturbaserte næringer er næringer som i hovedsak tar utgangspunkt i naturen, og der naturen er den viktigste ressurs. Eksempler på dette er virksomheter med jordbruk, skogbruk og fiske. Kulturbaserte næringer tar utgangspunkt i kulturen som fremste opplevelsesressurs og –verdi. Eksempler på slike er virksomheter med kulturminner, eller kunstneriske virksomheter, eller virksomheter som har kulturtilbud som musikk, dans, teater, osv. Kultur- og naturbaserte opplevelsesnæringer er ”resten”, og det er da også her vi har flest besøkte virksomheter. Det er overnattings- og serveringssteder, opplevelsesgårder, matforedlingsprodusenter, natur- og kulturbaserte aktivitetsselskaper og annen turistvirksomhet.

Reiselivsorientering

	Antall bedrifter/ virksomheter
Direkte reiselivsorientert	67
Indirekte reiselivsorientert	63
Ikke reiselivsorientert	50
Totalt	180

Sektorer/bransjer

	Antall bedrifter/virksomheter
Jordbruk/skogbruk/fiske	19
Produksjon og foredling	27
Handelsvirksomhet og tjenesteyting (inkl familiepark)	39
Hoteller/overnatting/servering	42
Tilrettelegger/Reisebyrå	18
Nettverk (budeienettverk og Hallingkost)	3
Offentlig (halvoffentlig, inkl museer)	16
Kunstnerisk, inkl kreative næringer	12
Annet	4
Totalt	180

3.2 FoU-behov og utfordringer

Tabellen nedenfor oppsummerer hva bedriftene/virksomhetene i de enkelte bransjene etterspør av FoU og andre behov.

Sektorer/bransjer	Antall	FoU-behov - opplevelser	Andre behov*
Jordbruk /skogbruk/ fiske	19	Mohairgeiter: dyreavl, fiberkvalitet og spinneri, gårdsopplevelser Historiefortelling/fortellerkunst Gastronomi/matopplevelser Produktutvikling – av garn, stoff og toving Adopsjonsordning – Telemarksfe Kulturlandskap som opplevelsesprodukt Elektronisk måling av fruktkvalitet Fôring og kjøttkvalitet (tamhjort og gris). Økologisk fôring, fôring på epler Kartlegging av kulturminner Restaurering av gamle bygninger, arkitektur Forvaltning av fiskevann Natur som opplevelsesressurs Eventyrskogen Kartlegging av fellesgoder	Mobilt slakteri Markedsføring og salg Kulturlandskapspleie - utleie av beitedyr Fiskeoppdrett Teglstein, teglsteinshistorie og campinghyttefasade Elveaktiviteter Driftsstøtte Bedriftsøkonomi
Produksjon og foredling	27	Eplebrennevin Vin av bær og frukt Holdbarhet/kvalitet – fiskeprodukter (inkl fiskeopplevelser) Upasteuriserte melkeprodukt Osteproduksjon m/urter Spekeprodukt (gris, lam, hjort) Kurvprodukt (kjøtt) Kildevann og helseeffekter Myse og kosmetikkprodukt Myse og likørprodukt Kjøttsnacks (viltkjøtt) Skindprodukt Stølsis Merkevarebygging Skimaking	Markedsføring og distribusjon Emballasje Design Forbedring av produksjonsprosess Logistikk Økonomisk veiledning

Sektorer/bransjer	Antall	FoU-behov - opplevelser	Andre behov*
Handelsvirksomhet og tjenesteyting (inkl familiepark)er)	39	Produktutvikling – lokalprodusert ost og kjøtt innpakka i brøddeig Historieformidling/fortellertradisjon Design av gode opplevelser	Markedsføring Bygging av ”Telemarkstun” Hestesenter og avl
Hoteller/ overnatting/ servering	42	Utvikling av særegne opplevelser Lokale råvarer – matkonsept Geologi og opplevelser Historiefortelling/fortellerformer Opplevelsesgård (Piplinggården) Mat og historiefortelling	Golfbane, sykkelkonsept, Markedsføring og salg Aktiviteter-vikingtid Bedriftsstrategi Matkurs Logistikk
Tilrettelegger/ Reisebyrå	18	Etablererkunnskap Betalingsmodeller for fellesgoder Design av gode historier Merkevare Kompetanseoverføring og formidling	Sykelruter og opplevelser Guida turer Markedsføring/salg Akebakke
Nettverk (f eks budeienettverk og Hallingkost)	3	Stølsopplevelser, stølsmeier og fellesgoder, historiefortelling, ”Det gode vertskap”	Markedsføring Entreprenørskapskurs
Offentlig (halvoffentlig, inkl. museer)	16	”Eplegrisen” - opplevelseskonsept Mobiliseringskompetanse Forvaltningsmodeller for støl Betaling for fellesgoder Dokumentasjon av kulturminner	Historiefortellerkurs Samarbeid kulturanlegg og hotell om konferanser Drift av anlegg
Kunstnerisk, inkl kreative næringer	12	Leireprodukter og historiefortelling Filosoffestival Design av opplevelser Formidling av kultur- og naturverdier Kulturelt entreprenørskap Fargesammensetning - glassblåsing	Støtte til drift Markedsføring Generell økonomikunnskap
Annet	4		
Totalt	180		

(*Andre behov” er behov vi har notert oss fra samtalen med virksomhetene, eller som vi husker fra besøkene. TF-Bø har ikke registrert alle slike behov/ønsker, så denne lista er ikke fullstendig.)

Ca ¼-del av våre besøk har vært gårdsbesøk og besøk i små næringsmiddelbedrifter, som foredler mat/drikke, eller små virksomheter som driver med annen produksjon (handverk, ullproduksjon, skinnproduksjon, ..) Det er i virksomhetene i disse næringene som vi har registrert flest FoU-behov. FoU-behovene ligger i hele verdikjeden fra natur- og kulturlandskapsressurser og til ferdig produkt, inkludert opplevelsesprodukt. Det er også i disse næringene vi har klart å fange opp flest behov med særpreg, og som

tar utgangspunkt i det unike ved gården, stedet eller produktet. Mange av de gårdene vi har besøkt, er gårder som er eller vil satse i opplevelsesøkonomien. De er derfor også opptatt av å øke sin formidlingskompetanse (som gode fortellere) og/eller sin kompetanse på å bli "Det gode vertskap".

55 % av de besøkte virksomhetene er i kategoriene handel og tjenesteyting (inkl overnattings-/serveringssteder, aktivitetsselskap og ulike turist-/reisebyråvirksomheter). Også her har vi registrert mange FoU-behov. Mange av behovene er også mer retta mot rene utviklingsoppdrag, og gjerne "opplevelsespakker", som inkluderer typiske turistaktiviteter, som sykkelturner, båtturer, fotturer, klatring/ekstremaktiviteter, osv. I disse næringene er det et stort behov for mer ressurser til markedsføring, salg og distribusjon. Det gjelder for så vidt for alle næringene.

De resterende 20 % av besøkene har vært i kunstneriske/kreative næringer, nettverksorganisasjoner og halvoffentlige virksomheter (som driver ulike typer kulturaktiviteter, museer, festivaler, osv.). Også her registrerer vi FoU-behov, særlig behov i "grensesnittområdene" til de andre næringene, og som for eksempel går på fellesgoder som andre næringer produserer. Vi har hatt færrest besøk i disse næringene, så det er derfor litt for dårlig grunnlag for oss til å kunne si noe mer om typiske FoU-behov. Dette er noe vi ønsker å jobbe videre med i en eventuell videreføring av VRI/KM.

Virksomhetene i natur- og opplevelsesnæringene er små. De fleste har under 5 ansatte, og mange er familiedrevne. De kjennetegnes ved lite kapital, "mange jern i ilden", liten/ingen erfaring med FoU, og liten tid til utviklingsprosesser. I og med at de er så små (og mange familiedrevne), så er de også svært sårbare hvis det oppstår vanskelige situasjoner i drifta eller i familien. Våre erfaringer er derfor at prosjektgjennomføringene lett kan bli forlenget i tid, både på grunn av situasjoner som oppstår, og kapasitet til å delta i FoU-prosessen i gjennomføringen av prosjektet. Dette er noe som forskerne må ta hensyn til. I de 22 bedriftsprosjektene initiert av kompetansemeglerne ved TF-Bø, har vi en del eksempler på slike forhold. Et annet viktig behov i disse næringene, er behovet for nettverksprosjekter, noe som er mer omtalt andre steder i dette notatet.

Kompetansemeglerordningen, med oppsøkende virksomhet, har vært svært viktig for å kunne identifisere FoU-behov i disse næringene. De fleste av bedriftsprosjektene som er gjennomført i BTV-regionen, ville ikke blitt noe av uten KM-programmet. Våre erfaringer er at disse næringene har mange problemstillinger av forskningsmessig art. Det er imidlertid en gråson mellom forskning og utvikling, som vi (ingen?) har en presis definisjon på, og det er kanskje heller ikke så viktig.

Det er også åpenbart at KM-satsingen har vært særlig viktig for småbedriftene. I tillegg til at de har fått oppmerksomhet fra FoU-miljø (noe flere har uttalt at er positivt),

så har vi også forsøkt å formidle relevant kunnskap i besøkene, noe vi har inntrykk at de har nytte av. Det er imidlertid litt vanskelig for oss kompetansemeglere å si noe eksakt om hvilke nytte dette har hatt. Vi har også vært opptatt av at den såkalte terskelen mellom FoU-miljø og virksomhet skal bli mindre, og håper at vi har klart å bidra til dette i de virksomhetene som vi har besøkt.

3.3 Arbeidsformer/metoder - kompetansemegling

Modellen nedenfor illustrerer arbeidsmetodikken i kompetansemeglerprosessen for TF-Bø.



3.3.1 Utvalg av bedrifter/virksomheter og forberedelser før besøket

TF-Bø etablerte fra starten av en egen bedriftsdatabase (i Aksess). Dette gjorde vi for å ha en liste over *potensielle besøksbedrifter*. Aksessbasen inneholder i tillegg til navn- og adresseopplysninger, kontaktperson, kommune, fylke og ringedato. Den er et nyttig verktøy i utvelgelsesfasen, fordi den har gode sorteringsmuligheter. Sorteringsmulighetene er nyttige for å planlegge besøk i samme kommune/sted, slik at vi kan gjennomføre flere bedriftsbesøk på samme sted og reiserute. Store reiseavstander i BTV-regionen gjør at denne fungerer på en kostnadseffektiv måte. Den er også viktig i den daglige "overvåkingen" av potensielle besøksbedrifter. Vi finner mange av våre bedrifter omtalt i aviser og på nettet. I tillegg får vi nye bedriftsnavn når vi er ute på bedriftsbesøk, eller besøker næringskontor, turistkontor, osv. TF-Bø har også benyttet egne nettverk i utvelgelse av virksomheter. Vi registrerer virksomheter vi finner "der og da", slik at de ikke blir glemt. Vi legger også inn litt informasjon om hvorfor virksomheten kan besøkes. På den måten har vi utviklet et godt

grunnlagsregister for kompetansemeglervirksomhet med bedrifter og virksomheter i BTV-regionen.

Det ble fra starten av også etablert et system (excelark på www.prosjektplassen.no) for registrering av *besøkte bedrifter*, som et felles verktøy for kompetansemeglerne i BTV. Dette fungerte etter våre vurderinger for dårlig. Det var lite brukervennlig, også for bare enkel bedriftsregistrering. Vi sluttet derfor med dette etter at MOBI ble etablert. Som kjent har det vært en del problemer også med MOBI, og det er brukt lang tid på å få den til å fungere. Dette har ført til mye ekstraarbeid også for oss kompetansemeglere. Vår egen bedriftsdatabase har fungert godt som *kilde for utvalg* av besøksbedrifter, men den er ikke utviklet slik MOBI-basen er, med muligheter for registrering av mange bedriftsopplysninger, forprosjekt, bedriftsprosjekt, osv. Vårt eget aksessregisteret inneholder nå ca 550 bedrifts-/virksomhetsnavn, og er tenkt brukt også dersom det blir en videreføring i VRI/KM. Sett fra et kompetansemeglerperspektiv, hadde det kanskje vært bedre med en felles database, der man også hadde muligheter for registrering av potensielle bedrifter/virksomheter.

Før vi velger ut en virksomhet for besøk, så undersøker vi litt mer om den (studerer hjemmesiden, annen omtale i avisene, osv.) For å kjenne litt til de organisatoriske og økonomiske forhold, så bruker vi i vurderingsfasen (før besøket) også Market Select, Enhetsregisteret i Brønnøysundregistrene (<http://w2.brreg.no/enhet/sok/>) og ikke minst "Spesialuttrekk" for våre næringer (særlig innenfor landbruk)². I utvelgelsesfasen har vi i liten grad benytta det offentlige virkemiddelapparat, slik som IN, lokalt landbrukskontor eller lignende. Hovedårsaken til dette, er at vi syns vi får for lite informasjon ut av slike henvendelser.

Våre erfaringer er også at "timingene" for besøket er svært viktig, og vi har derfor planlagt og gjennomført våre besøk utenom høgsesongene for natur- og reiselivsbedriftene. For bedrifter/virksomheter i disse næringene er også "timingene" for gjennomføring av eventuelle bedriftsprosjekter viktig, noe vi selvsagt har måttet ta hensyn til.

Vårt inntrykk er også at bedrifter/virksomheter i kultur- og naturnæringene er svært positive til besøk. I reiselivsnæringen er noen bedrifter litt mer reserverte, og vi har inntrykk av at noen av dem er litt "prosjekttrøtte", særlig gjelder dette bedrifter i større turistkommuner. I løpet av de snart tre årene vi har arbeidet med kompetansemegling, er det kun en bedrift som har svart at KM-besøk ikke passer. Når vi ringer opp, har vi en kort presentasjon av kompetansemeglerordningen, og målet er å få til en besøksavtale med virksomheten. Vi passer også på å understreke at vi ikke er ute etter å selge noe, men at KM-prosjektet er et tilbud om forskerhjelp med utgangspunkt i bedriftenes behov. Det har også hendt at vi bare har "stukket innom" bedriften, men det er vanskeligere, og vi får lett inntrykk av at det ikke alltid passer. Vi ringer opp virksomhetene ca 1-2 uker før besøket. Erfaringene våre er at det er lurt å ikke avtale besøk for lenge i forveien, fordi bedriftslederne

² "Spesialuttrekk" fikk vi tilsendt fra Forskningsrådet i 2005.

i ”våre” næringer ofte ikke har et møteregistreringssystem, eller de planlegger ikke sin tid så langt fram i tid. Det er også noen som ikke skriver opp møtetidspunktet, og dermed glemmer det. Dette varierer og er også litt avhengig av type næring. I landbruket er det mer fleksibelt enn i bedrifter med kontortid. I en del tilfeller har vi også praktisert å sende en e-post som bekreftelse på vår møteavtale, og/eller ringe opp dagen i forveien før besøket for å ”sjekke” at besøkstidspunktet passer og minne om at vi kommer.

3.3.2 Besøket i bedriften/virksomheten

Telemarksforsking-Bø utarbeidet i starten av programmet en besøksveiledning, som vi brukte på de første besøkene. I og med at ”oppsøkende virksomhet” var en ny måte å arbeide på for oss, så følte vi at den ga oss en viss trygghet den første tiden. Besøksveiledningen fungerte også som en ”huskeliste” for temaer på møtene, særlig var det aktuelt å bruke den dersom bedriften ønsket å gå videre med forprosjekt/bedriftsprosjekt. På den måten fikk vi så mange opplysninger som mulig på det første møtet som grunnlag for søknadsskriving. Gjennomgang av ulike temaer, har også gjort at det i en del tilfeller har vært lettere å identifisere eventuelle FoU-behov.

Det viktigste er likevel å få til en god dialog med leder, slik at vi får gått gjennom ulike problemstillinger knytta til innovasjon, strategi og forskningsutfordringer. Det er også en fordel å ha en viss kunnskap om de næringene virksomhetene representerer, slik at vi lettere fanger opp hva de driver med, og hvilke behov de eventuelt har. Forskningsbehovene oppstår og blir synliggjort gjennom gode dialoger. Bevisst språkbruk er også viktig. Våre erfaringer er at arenaen for toveis dialog mellom kompetansemegler og bedriftsledelse klargjør forskningsbehovene på en bedre og raskere måte, enn andre typer arenaer, der gjerne flere møtes. Da blir avstanden større, og på slike arenaer og møter er gjerne bedriftens representanter ikke spesielt opptatt av å synliggjøre sine egne FoU-behov og utfordringer. Så hovedbudskapet i dette er at bedriftene og FoU-miljøene må få til en god og nær dialog for at forskningsbehovene kan fanges opp, og at dette primært skjer i virksomhetens egne ”trygge rammer”, og ved at kompetansemeglerne gjennomfører fysiske besøk i virksomhetene.

Vi har i ”våre” næringer registrert svært lite skepsis mot forskningsmiljø. Tvert imot virker det som om de synes det er ok at vi tar kontakt med dem, og at en del ser nytten av å få til et samarbeid. Dette gjelder også i de tilfeller der det ikke er blitt bedriftsprosjekter. Mange av virksomhetene sier at de nå vet litt mer om de muligheter som forskningsmiljø kan gi dem. Likevel er det grunn til å nevne at det at KM i tillegg har en finansieringsordning for bedriftsprosjekter nok er en svært viktig faktor for å få til et konkret samarbeid mellom virksomhet og FoU-miljø.

Bedriftsbesøkene avsluttes med en konklusjon. Dersom det er et potensial for forprosjekt/bedriftsprosjekt, så signaliserer kompetansemegler dette før han/hun går. Før vi forlater bedriften, legger vi også igjen et info ark, som forteller litt om kompetansemeglerord-

ningen og navnene på de to meglere fra TF-Bø. Infoarket fungerer som et stort visittkort, og vårt inntrykk er at det er viktig, og at terskelen for å ringe tilbake blir lavere.

Vi prøver også å være bevisste på å overføre det vi kan av kompetanse når vi er ute på besøk. Dette kan være om utviklinga i næringa, muligheter som næringa/bedriften har som ressurs for andre næringer, eller om mer konkrete ting som virksomheten er opptatt av ”der og da”, og som kan ha variasjonsbredde. Det kan også dreie seg om andre fagmiljø, som bedriften kan ha nytte av å komme i kontakt med. TF-Bø har i de senere år hatt et strategisk instituttprogram ”Trademark Telemark”, og i tillegg gjennomført mange prosjekter for opplevelsesnæringene. Dette har vært viktig for vår egen kompetanseheving, og har bidratt til at vi også har hatt større muligheter til å overføre noe av den kunnskapen når vi er ute i virksomhetene.

3.3.3 Forprosjekt/bedriftsprosjekt

Alle bedriftsbesøk registreres i MOBI-basen etter besøket.

I de tilfeller som det er aktuelt å gå videre med et eventuelt bedriftsprosjekt, så startes først arbeidet med det vi i kompetansemeidlerprogrammet kaller et forprosjekt. Med bakgrunn i bedriftens problemstillinger, så startes forprosjektfasen med å gjøre litt mer undersøkelser relatert til problemstillingene, og med å kartlegge og kontakte aktuelle FoU-institusjoner/forskere som kan gjennomføre bedriftsprosjektet. Dersom det er flere FoU-miljø som kan være aktuelle i gjennomføringsfasen, så gjør vi en vurdering av disse FoU-miljø opp mot problemstillingene, før forsker/FoU-miljø blir valgt.

Tabellen nedenfor viser igangsatte/gjennomførte prosjekter, og fordelingen på regionale, nasjonale og internasjonale FoU-miljø.

Antall forprosjekter	Antall bedriftsprosjekter/nettverksprosjekter	Antall prosjekter gjennomført av TF-Bø	Antall koblinger og prosjektgjennomføringer i nasjonale FoU-miljø	Antall koblinger til internasjonale FoU-miljø
34	22	11	11	0

Definisjonen på når man starter et forprosjekt er litt uklar, men vi har registrert det som forprosjekt når vi har brukt noen timer på virksomheten og problemstillingene. Avviket mellom antall forprosjekter og bedriftsprosjekter skyldes at vi har måttet gjøre prioriteringer av virksomheter/bedriftsprosjekter, og/eller at det etter nærmere undersøkelser (med for eksempel IN), er blitt vurdert slik at spesielle forhold gjør at søknaden ikke vil bli innvilget. Andre forhold kan være at tidspunkt for et FoU-prosjekt likevel ikke passer, pga sykdom, familieforhold, økonomiske forhold, osv.

TF-Bø har hatt en målsetting om at minst 50% av prosjektene skal gjennomføres av andre FoU-miljø enn vårt eget institutt. I en del av prosjektene som TF-Bø selv har gjennomført, har vi meglet inn egen kompetanse, dvs. at vi selv går over i rollen som forsker/fagperson når prosjektet startes opp. Vår vurdering i slike tilfeller er at vi selv har kompetanse og god

lokal kjennskap til å gjennomføre prosjektet, men vi er klar over at vi beveger oss i en "habilitetsgråsoner", som med fordel kunne vært litt klarere.

Hovedårsaken til at internasjonale FoU-miljø ikke er koblet inn, er at dette er mer kostnadskreven, og at vi i nesten alle tilfeller har funnet nasjonale FoU-miljø til å gjennomføre bedriftsprosjektene. Kun i ett tilfelle har vi ikke funnet FoU-miljø i Norge til å gjennomføre problemstillingene. Når det gjelder å finne det "beste" forskningsmiljø/forsker, så går det mye på erfaring, og det har tatt tid for oss kompetansemeglere å bygge opp slike nettverk. Vi bruker også de andre kompetansemeglerne som innfallsport til deres forskningsmiljø, noe som har vært svært nyttig i jakten på forskningsmiljø og forsker. Våre erfaringer er også at det er enklere å finne forskere til å gjennomføre prosjekt med utgangspunkt i problemstillinger i for eksempel landbrukssektoren, enn det er å finne gode forskningsmiljø med utgangspunkt i opplevelsesrelaterte problemstillinger. I en del slike tilfeller har vi benyttet eget forskningsinstitutt, og gjerne samarbeidet med andre FoU-miljø. Det at kompetansemegler selv har hatt muligheter for å gjennomføre bedriftsprosjektet, har også styrket vår egen kompetanse, og trolig bidratt til at vi har blitt bedre utøvere av kompetansemeglerrollen. Vi mener at dette er en viktig diskusjon også i forbindelse med habilitetsproblematikken.

Kompetansemegler ber utførende FoU-miljø sende et prosjektilbud, med hovedaktiviteter, ressursbruk og tidsplan. Dette er ikke noen kontrakt, bare en kort e-post om hva forsker mener kan gjøres innenfor gitt økonomisk ramme.

Etter at avtalen med utførende FoU-miljø er klar, starter søknadsskriving, innhenting av økonomitall fra regnskapskontor/Market Select og mer informasjon fra bedriften, osv. I en del tilfeller har søknaden gått til bedriften for gjennomlesing, før den sendes til regionkontorene i IN. Det er også skrevet søknader til SkatteFunn for mange av våre bedrifter. (Se mer om dette under Finansiering). Vi pleier også å ringe bedriften og gi beskjed om når søknaden er sendt, og prøver å anslå hvor lang behandlingstid det kan bli (selv om dette er vanskelig).

Ved oppstart av Kompetansemeglerprogrammet i BTV-regionen, ble det forsøkt å inngå en avtale med Innovasjon Norge om en behandlingstid på KM-bedriftsprosjektene på maksimalt 14 dager. Dette har vi dessverre ikke fått til, og behandlingstiden er vanligvis flere uker. Særlig på slutten av året, har behandlingstiden vært lang, og gått over flere måneder. Det har også hatt negative konsekvenser at SkatteFunn innførte en frist 1.9. for behandling av søknader samme år. Virkemiddelapparatet fungerer ikke godt nok for KM-bedriftsprosjektene. Kompetansemeglerne i vår region får heller ikke kopi av søknadssvar som IN/SkatteFunn sender til bedriftene. Vi har tatt dette opp med IN, men får til svar at de ikke har rutiner for dette. Slik sett er SkatteFunn bedre, fordi vi der kan følge med på status for e-søknaden underveis i behandlingsperioden.

3.3.4 Nettverksprosjekter

Behovet for nettverksprosjekter er omtalt tidligere i dette notatet, og bør altså etter vår mening inn som en del av finansieringsordningene i satsingen.

3.3.5 Oppfølging/avslutning

I BTV-regionen har vi ikke hatt noen rutiner for oppfølging av bedriftsprosjektene, annet enn at TF-Bø underveis har ringt opp bedriften og forsker for å høre hvordan det går. Våre erfaringer er at bedriftene trenger oppfølging, særlig relatert til søknadene, noe de ikke får av det offentlige virkemiddelapparatet. Særlig gjelder dette for rutiner/rapporteringer fra SkatteFunn, som oppfattes som komplisert for en del. En del av våre virksomheter har ikke fast oppfølging på sin e-post, noe som har gjort at viktige rapporteringer ikke er blitt sendt, og at SkatteFunn-bevilgningen er trukket tilbake. Særlig hendte dette i starten, før også kompetansemegler var klart over hva virksomheten selv må følge med på.

Kompetansemegler følger heller ikke opp etter at bedriftsprosjektene er avslutta. Dette krever ressurser, og slik ordningen er i dag, er det ikke avsatt midler til dette. Kompetansemegler sin hovedrolle er altså å initiere prosjekter i nye bedrifter, og i mindre grad å følge bedriften opp videre. Dette er en svakhet ved programmet.

Etter at bedriftsprosjektet er avslutta, sender forsker en rapport/notat til bedriften med kopi til kompetansemegler. Kompetansemegler gjør avslutningsprosedyrer i MOBI, og sender ut spørreskjema til bedrift og forsker. Forskningsrådet sender eventuelle svar på disse spørreskjemaene tilbake til oss, noe som har vært viktig for vår egen evaluering av det vi gjør.

3.3.6 Kompetansemeglerarenaer

Kompetansemeglerne og prosjektleder i BTV-regionen har hatt regelmessige møter, der vi har statusoppfølging og utveksling av erfaringer. I tillegg deltar kompetansemeglerne på de nasjonale KM-møtene.

Våre erfaringer så langt er at vi har hatt forholdsvis lite nytte av de regionale prosjektmøtene. Møtene har fungert best når vi har hatt spesielle tema og har leid inn ekstern kompetanse. En av årsakene til dette er trolig at de tre regionale forskningsinstituttene som er med i KM-prosjektet i BTV-regionen jobber med veldig ulike problemstillinger og temaer. Teknologibedrifter og industribedrifters utfordringer er også annerledes enn for virksomhetene i reiseliv, kultursektoren og landbruket. Når det gjelder statusoppfølging, så registrerer vi ressursbruk, antall bedriftsbesøk og prosjekter på fellesområdet på www.prosjektplassen.no. I tillegg kommer registreringer i MOBI. Dette er etter vår mening god nok oppfølging.

Vi har hatt større nytte av de nasjonale kompetansemeglersamlingene, der det er tatt opp ulike temaer, bedriftspresentasjoner, informasjon og erfaringsutveksling fra andre kompe-

tansemeglere fra kultur-, natur- og reiselivsnæringene. I tillegg hadde vi i starten stor nytte av tidligere TEFT-attachèer, og deres erfaringer med arbeidsmetodikken i TEFT.

Vi mener at det er svært viktig å videreføre dette nasjonale nettverket for faglig kompetanseheving, erfaringsutveksling, og ikke minst for å utvikle kunnskapen om andre forskningsinstitusjoners kompetanse for kobling mellom bedrift og FoU-miljø.

3.4 Finansiering av prosjektene

BTV-regionen har praktisert en øvre ramme på bedriftsprosjektene på 200 000 kr. 60 000 kr i tilskudd fra Innovasjon Norge, 100 000 kr i egeninnsats fra bedriften og 40 000 kr fra SkatteFunn.

Det er søkt SkatteFunn-finansiering til 12 av våre 22 prosjekter. Vi har brukt SkatteFunn også for å "teste ut" forskningsinnholdet i søknadene. Vi tror det har vært viktig for å synliggjøre at det også innenfor "våre" næringer er problemstillinger av forskningsmessig art. Men det er unødvendig ressursbruk å måtte søke på to finansieringsordninger for så små prosjekter (til sammen kr 100 000). I BTV-regionen har det heller ikke vært "øremerket" midler til finansiering av KM-bedriftsprosjektene, slik vi er kjent med at det praktiseres i andre fylker, og slik ordningen også var i TEFT. Dette har vært en svakhet, selv om vi har fått finansiert nesten alle prosjektene vi har søkt på. IN-regionkontorene i BTV praktiserer også den ordningen at de bruker ulike virkemidler avhengig av problemstillinger og hvilke bedrifter/ næringer søknadene kommer fra. I praksis betyr det at bedriftsprojektsøknadene sendes ut til uttale til for eksempel landbrukskontorene i kommunene. Dette forlenger søknadsbehandlingen og virker unødvendig byråkratiserende. Samfinansieringen (IN og SkatteFunn) virker også unødvendig byråkratiserende på virksomhetene, som må følge opp og rapportere aktiviteter til forskjellige finansiører, og til finansiører med ulike rapporteringsrutiner og skjemaer. Mange bedrifter oppfatter også SkatteFunn som en komplisert ordning for småprosjekter. Etter våre vurderinger brukes det for mye ressurser på dette. Vårt forslag er at Forskningsrådet inngår en avtale med Innovasjon Norge om en mindre ressurskrevende administrering av ordningen, og at KM-programmet følges opp med en økonomisk ramme til gjennomføring av bedriftsprosjektene. Denne rammen bør også kunne brukes slik at størrelsen på prosjektene kan varieres noe, og i tillegg at SkatteFunn ikke bør benyttes på så små prosjekter.

Et annet forbedringspotensial er at virkemidlene også bør kunne benyttes til nettverksprosjekter, og ikke bare til prosjekter i enkeltbedrifter, slik som ordningen har vært praktisert fram til nå. Særlig er dette viktig for kultur- og naturnæringene, der det praktisk talt er bare små bedrifter (under 5 ansatte). Bedriftsbesøk i klynger, småsamfunn eller næringer, viser felles forskningsbehov for grupper av bedrifter og virksomheter.

3.5 Formidling

Det er skrevet to korte populærvitenskaplige artikler fra arbeidet med de to nettverksprosjektene (se vedlegg):

- ”Stølsopplevelser – bondens nye gull!?” (Publisering også i Tidsskrift for norsk seterkultur og/eller Nationen.)
- ”Kan ei mohairgeitenæring skapa opplevingar?” (Publisering i Norsk Kulturarv og/eller Nationen)