



Vestlandsforskning
Boks 163, 6851 Sogndal
Tlf. 57 67 61 50
Internett: www.vestforsk.no

VF-notat 6/2003

Innovasjon og entreprenørskap i Sogn og Fjordane

-virkemiddel og analyse av to etableringar

Thor André Fløtre og Eivind Brendehaug

VF notat

Notat tittel	Notat nr.
Innovasjon og entreprenørskap i Sogn og Fjordane –virkemiddel og analyse av to etableringar	6/2003
	Dato 03.11.2003
	Gradering Open
Prosjekttittel	Tal sider 51
Kartlegging av innovasjons- og entreprenørskapsprosjekt i Sogn og Fjordane	Prosjektnr 2236
Forskarar Thor André Fløtre Eivind Brendehaug	Prosjektansvarleg Karl Georg Hoyer
Oppdragsgjevar	Emneord innovasjon entreprenørskap virkemiddel etablering
SND Sogn og Fjordane	
Samandrag Notatet gjev eit oversyn over dei direkte virkemidla retta mot innovasjon og entreprenørskap i Sogn og Fjordane. Vidare er to suksessfulle etableringar som har motteke stønad frå virkemiddelapparatet analysert gjennom bruk av intervju og skriftlege kjelder. Desse gjev ei skildring av prosessane i samband med bruken av virkemidla. Informasjonen er systematisert for å få fram kunnskap om viktige ålmenne trekk for satsinga på innovasjon og entreprenørskap i fylket.	
Andre publikasjonar frå prosjektet	
ISBN nr ISSN: 0804-8835	Pris 200,-

Føreord

Som grunnlag for strategien framover har SND Sogn og Fjordane gjeve Vestlandsforskning i oppdrag å lage ei utgreiing av verkemiddela retta mot innovasjon og entreprenørskap i Sogn og Fjordane. Det er ynskjeleg å få fram eit samla oversyn over verkemiddela. Vidare å få fram kunnskap om bruken og effektane av nokre verkemiddel i samband med etablering av verksemder. Det er tale om etableringar som har lukkast i stor grad, og der dei aktuelle verkemiddela har hatt stor innverknad på etableringsprosessen. Kjeldegrunnlaget er henta frå intervju av nøkkelinformantar hjå virkemiddelaktørane, samt hjå dei to etableringane. Dette er nytta saman med skriftleg materiale for å systematisere viktige ålmenne trekk for satsinga på innovasjon og entreprenørskap i fylket.

Arbeidet er utført av Thor André Fløtre og Eivind Brendehaug ved Vestlandsforskning. I hovudsak er Brendehaug ansvarleg for kapittel 6, og Fløtre for dei andre kapitla.

Takk til dei to etablerarane for stor velvilje, samt til alle informantane for gode og nyttige tilbakemeldingar.

Sogndal 03.11.03

Karl Georg Høyér
forskinsleiar

Innhold

1	Samandrag	6
1.1.1	Case I: Maramelk AS ved Berit Bergset	6
1.1.2	Case II: Jetteturar ved Jorunn Heggdal	8
2	Innleiring og metode.....	10
2.1	Oversyn over virkemiddel retta mot entreprenørskap og innovasjon	10
2.2	Analyse av to case-verksemder	10
3	Entreprenørskap og innovasjon. Ei avklaring av omgrepa.	11
3.1	Innovasjon	11
3.2	Entreprenøren og entreprenørskap	11
4	Oversyn over virkemiddelapparatet si satsing mot innovasjon og entreprenørskap	14
4.1	Virkemiddel.....	14
4.1.1	Virkemiddelaktørane	15
4.2	Fylkesplanen 2001-2004	15
4.2.1	Temaområdet næring og læring	17
4.2.2	Virkemiddelaktørane	29
4.2.3	Andre tema i fylkesplanen.....	30
4.3	Andre virkemiddel.....	31
4.4	Oppsummering og drøfting	34
5	Case I: Maramelk AS ved Berit Bergset	37
5.1	Innleiring	37
5.2	Utviljing av case-verksemda	37
5.3	Virkemiddelapparatet	38
5.3.1	Alkymisten	38
5.3.2	Etablerarstipend.....	38
5.3.3	Stryn kommune	38
5.3.4	Næringsmiddeltilsynet	39
5.4	Nettverk	39
5.5	Kompetanse	39
5.6	Finansiering og økonomi.....	41
5.7	Produktutvikling og produksjon	41
5.8	Marknadsføring	41
5.9	Oppsummering og drøfting	42
6	Case II: Jetteturar ved Jorunn Heggdal	44
6.1	Innleiring	44
6.2	Utviljing av case-verksemd	44
6.3	Bakgrunn	45
6.4	Forretningside	45
6.5	Støtteapparat	45
6.6	Nettverk	46
6.7	Kompetanse	47
6.8	Finansiering og økonomi	47
6.9	Produktutvikling og produkt	47
6.10	Marknad og marknadsføring	48
6.11	Kritiske faktorar for gjennomføring	49
6.12	Døfting	49
7	Referansar.....	51
7.1	Litteratur	51
7.2	Personlige meddelinger	51

7.2.1	Informantar til case I: Maramelk AS.....	52
7.2.2	Informantar til case II: Jetteturar	52
7.2.3	Informantar til oversyn over virkemiddela.....	51
8	Vedlegg	53
8.1	Faksimile frå Bondebladet 23.10.03	53

1 Samandrag

Notatet gjev eit oversyn over dei direkte virkemidla retta mot innovasjon og entreprenørskap i Sogn og Fjordane. Vidare er to suksessfulle etableringar i fylket som har motteke stønad frå virkemiddelapparatet analysert gjennom bruk av intervju og skriftlege kjelder. Desse gjev ei skildring av prosessane i samband med bruken av virkemidla.

Arbeidet forstår omgrepet innovasjon som ei nyskaping med økonomiske føremoner i ein marknad. Sjølve nyskapinga kan springe ut frå ulike felt etter kva del som blir utvikla, og etter kor omgripande nyskapinga blir oppfatta. Forståinga av omgrepet entreprenørskap er ein person som gjennom sine særegne eigenskapar driv fram ei utvikling i ein marknad. Personen er entreprenøren, og effekten personen utøvar på samfunnet er forstått som entreprenørskap. Kopla mot omgrepet innovasjon ligg dette i nyskapinga som gjev effekten.

Oversynet over dei direkte virkemiddela nyttar fylkesplanen som utgangspunkt. Vidare er det innhenta informasjon om andre tiltak og satsingar som er sett i verk, og som i ulik grad er forstått som virkemiddel retta mot innovasjon og entreprenørskap. Med den valte avgrensinga til direkte vikemiddel finn vi *mellan 80 og 90* ulike tiltak og satsingar som i varierande styrke rettar seg mot temaområda innovasjon og entreprenørskap. Det er gjort ei kategorisering av tiltaka på bakgrunn av målsetnader og beskrivingar. Nokre tiltak vil kunne virke innan fleire kategoriar, samt dei kan ha andre effektar. Kategoriseringa syner at flest tiltak er kompetansefremmande, så følgjer produksjonsutviklande, nettverksbyggande og haldningsskapande. I sum utgjer dei haldningsskapande tiltaka litt under tredjeparten av dei kompetansefremmande. Dei direkte virkemiddela er vidare delt mellom å vere aktive eller passive ettersom dei i ulik grad påverkar prosessar på eit detaljert nivå, eller legg rammer for prosessar. Det er ei overvekt av aktive tiltak. I arbeidet er det ikkje sett på effektane eller storleikane av dei ulike tiltaka/satsingane.

Dei to etablerarane i case-analysane har klare likskapar med korleis omgrepet entreprenør blir brukt i litteraturen. Dei var deltakarar på høvesvis Alkymisten og Fjord innovasjon. Vidare mottok dei etablerarstipend for å starte verksemndene. Tilbakemeldingane viste at på ulike stadium i etableringane var dette både nyttig og viktig. Eine caset sakna meir aktive kunnskapsretta tiltak under sjølve etableringa. Analysen finn derimot klart at tiltaka både trefta målgruppa og medverka til auka innovasjon og entreprenørskap.

Under følgjer ei fortætta skildring av dei to case verksemndene og etableringsprosessane deira.

1.1.1 Case I: Maramelk AS ved Berit Bergset

Berit Bergset er utdanna automasjonsingeniør og tilbakeflytta til Stryn kommune. Her fekk ho først eit mindre etablerarstipend for å greie ut om planar og moglegheiter knytt til hestehald på Nordsida. Det var delvis gjennom denne prosessen ho vart introdusert for Alkymisten.

Alkymisten er eit program i regi av SND med hovudmålsetting å medverke til auka nyskaping hjå ungdom i fylket, og å hjelpe ungdom fram til etablering av lønsame verksemder. Programmet består av tre samlingar med ein idéfase, ein utviklingsfase, og ein utprøvingsfase. Deltakarane får ein individuell rettleiar underveis (henta frå det private næringslivet). Viktige moment i programmet er å utveksle kompetanse og idear, opprette profesjonelle samarbeid, og å utvikle eit entreprenørskapsmiljø. Vidare skal programmet gi rom for ein fleksibel bruk av etablerarstipend.

Alkymisten var eit godt og nyttig verkemiddel for Berit. Det var ein lærerik prosess, og forretningsplanen vart godt utarbeidd under kyndig hjelp. Tilbodet hadde brei faglig kompetanse. Dette gjorde at ho oppfatta arbeidet med forretningsplanen sin som godt. Vidare hadde Alkymisten vore nyttig til å byggje opp både nettverk, motivasjon og tiltru til prosjektet. -Eg vil anbefale at også andre etablerarar vert med på Alkymisten, skaut Berit inn.

I etterkant av Alkymisten mottok ho eit etablerarstipend og skipa verksemda Maramelk AS. Produktet hennar er mjølk frå hest, pakka og levert som fryst vare. Vidare tilbyr ho opptrenings både av hestane og føla som er leigde inn til produksjonen. Då denne undersøkinga vart gjennomført hadde ho eit produksjonsapparat med kring 10 hestar. Det var også tilsett ein praktikant. -Du skjørnar, eg har ikkje for vane å selje hestar, eg samlar på dei, la ho til med eit smil.

Dei største utfordringane for Berit kom i sjølve etableringsfasen. Ho hadde sagt opp jobben sin for å satse på verksemda, og var avhengig av den økonomiske stønaden. Det viste seg derimot at midlane ikkje følgde same tempo og storleik som forretningsplanen utarbeidd i Alkymisten tilsa. Det var difor ein ”spanande” fase å måtte investere utan heilt å vite kva stønad ho faktisk fekk. Kunnskapstrøgen gjekk også frå å vere knytt til generell bedriftsetablering, og over til konkrete forretningsmessige spørsmål i Berit si verksemd. Det kom krav som måtte stettast, og ho måtte då bruke av likviditeten sin til konsulenthjelp. Dette hadde ikkje gjeve dei resultata ho håpte. Oppsummert var ho bare middels nøgd med verkemiddelapparatet i denne fasen.

Det kan skytast inn her at litteraturen omtalar entreprenørar som personar med ei stor drivkraft for å få fram sin eigen ide, og for å være best. Dei er handlingsorienterte, problemorienterte, og målbevisste. Dei veit kvar dei vil, og tek til seg den hjelpa dei har nytte av. Entreprenørane er derimot ikkje nøgde med hindringar og gjeremål dei oppfattar som unødvendige og påtregnde. Målsetnaden til Berit var heilt klar, ho hadde satsa, og skulle målet nåast måtte ho ha økonomisk stønad. Misnøya over at enkelte ting ikkje var slik ho hadde ynskt, men likevel vart gjennomførte for å nå målsetnaden, er det beste provet på at Berit er ein entreprenør. Så vel er dette det beste provet på at SND nettopp har treft den personen dei søker.

Berit har stor tru på ideen, og ho presiserer at dei positive sidene frå verkemiddelapparatet var vel verdt å få med seg. SND sitt engasjement var nyttig i oppbygginga av forretningsideen, og tilførselen av kunnskap og nettverk var bra. Dei andre aktørane oppsummerte ho som ein sum av positive erfaringar. Rettleiarene og ein annan deltakar frå Alkymisten er med i styret hennar. Desse var til stor hjelp både fagleg og som samtalepartnarar. Elles hadde kommunen og næringsmiddeltilsynet vore til nytte i etableringa. Kommunen var aktiv i utarbeidinga av søknaden, medan næringsmiddeltilsynet medverka faglig i oppbygginga av produksjonen.

Særs interessant er det at Berit meinte NRK Sogn og Fjordane hadde hatt størst innverknad på verksemda sin suksess, alt sett under eitt. Eit innslag var blitt plukka opp av riksmedia, og endå til hamna på BBC. Reklameverdien av desse innsлага såg ho som langt høgre enn midlane selskapet var tilført. Ho understreka derimot at denne nytten var på lang sikt. -Etter denne medieomtalen treng eg ikkje lenger å forklare kva eg driv med når eg snakkar med folk, for ”alle” har hørt om det, la ho til

Oppsummert frå etableringa til Berit ser vi at verkemiddelapparatet har ei utfordring i å kome overgangen mellom den breie og den spesifikke kunnskapen i møte. Som ei mogeleg forbetrинг av dette vart det føreslege å gi etablerarar tilgong på betalte ”proffe” styreleiarar fyrste året. Desse ville såleis ha ei rolle i heile etableringsprosessen, og dei kjende då verksemda sine utfordringar på ein betre måte enn meir tilfeldige konsulentar. Eit anna viktig poeng vi ser illustrert frå Berit si etablering er nytten av å kunne oppstre i media. Eit godt ”mediatekke” kan delvis lærast, og vil vere medverkande for i kva grad publisitet vert oppnådd. Elles vart kommunen si rolle som lokal aktør og bindeledd mellom etableraren og verkemiddelapparatet drege fram. Også nytten av å inkludere aktuelle tilsyn og etatar i planane på eit tideleg stadium var viktig.

Ikkje minst minner etableringa til Berit oss om at i innovasjons- og nyskapingsprosessar går ofte ting raskt, og det kan være ei utfordring for nokon og ein kvar å både vere fleksible nok, og å henge med i svingane.

1.1.2 Case II: Jetteturar ved Jorunn Heggdal

Jorunn Heggdal er oppvaksen i Flåm. Allereie som 17 åring starte ho eigen frisørsalong, og vart vane med å ta ansvar og skape ting sjølv. På 1990-talet var ho aktiv i lokalpolitikken både som medlem av formannskap og kommunestyret i Aurland. Ho vart då involvert i drøftingane om framtida for Flåmsbana og kva turismen har å seie for bygda. Korleis reiselivet burde utviklast vidare til fordel for bygda og innbyggjarane var ei sak ho engasjerte seg i. Samstundes såg ho at kulturlandskapet grodde igjen – det skremde ho. Koplingane mellom jordbrukskapet og reiselivet er openberr for Jorunn: - Eg har meint at det var feil berre å satse på tog og båt for turistane. Eg har ynskt å utvikle turismen til noko meir ut frå moglegheitene i natur- og kulturlandskapet her. Men kor skulle eg starte, spurte ho seg sjølv.

Jorunn følte trøng for å bygge seg opp både fagleg og personleg. I 2001 tok ho til på Kvinneuniversitet. Studiet bidrog til at ho vart sikrare på seg sjølv og dei ideane ho stod for. Ho fekk også kompetanse i det å vere leiar for andre i eit framtidig guideselskap. Parallelt med studiet nyttja ho høvet til å informere og prøve ut ideane sine på folk som var innom frisørsalongen. Ho leita også etter aktuelle samarbeidspartnarar. Ho fekk positiv respons. Det fekk ho også av SND når ho presenterte ideane sine der første gongen. Dermed kom Jorunn eit godt steg vidare. - Det vart klart for meg at dersom eg skulle satse på å utvikle ei ny bedrift så ville eg gjere det skikkeleg – eg ville ha kvalitet på dei tilboda eg skulle tilby. For å klare det måtte eg vite meir, seier ho.

Våren 2002 starta Jorunn på Høgskulen i Sogn og Fjordane og tok kursa kulturlandskap-skjøtsel og kulturminneforvaltning. Studiet gav kunnskap om naturen, kulturlandskapet og den vestnorske kulturhistoria. Ho skaffa seg også kunnskap om det spesielle landskapet og floraen i Flåmsdalen, men ho måtte heile tida passe på å ikkje verte for mykje lokalpatriot. Den nye kunnskapen hadde mykje å seie for vidare utvikling av dei tilboda ho ville etablere for turistane. Ein dag ringte Statens nærings- og distriktsutviklingsfond (SND) og inviterte Jorunn med på Fjordinnovasjon. Fjordinnovasjon er eit prosjekt for nyetablerarar og andre som er i gang med å utvikle nye produkt eller tenester. Invitasjonen gjorde Jorunn godt og ho følte det var ein aksept av henne og dei ideane ho sto for.

For å prøve ut ideane sine starta Jorunn sommaren 2002 opp med guiding i mindre målestokk. Ho guida turistane rundt i Flåmsdalen, langs gamle ferdselsvegar, men også på fjellturar. Jorunn sin bakgrunn og det heilhjarta engasjementet gav turistane tillit til ho og det ho

formidla. Tilbakemeldingane har vore overveldande positive. Ho fekk ei stadfesting av at turistane ønskte denne type opplevingar.

Hausten 2002 deltok Jorunn på Fjordinnovasjon i regi av SND Sogn og Fjordane. Her fekk ho utvikle forretningsideen sin på samlingar med andre entreprenørar. Å stå fram å presentere eigne planar for andre var utfordrande, men gav sjølvtillit og var svært lærerikt. Ho fekk nyttige tilbakemeldingar. Fjordinnovasjon gav ho også trening og kunnskap i økonomistyring og budsjettering, mellom anna gjennom personleg rettleiing.

Jorunn ser grunneigarane i området som viktige samarbeidspartnarar. Dei held ved like kulturlandskapet, og med deira hjelp kan Jorunn ta turistane med innom gardstuna. For å utvikle eit nærrare samarbeid med grunneigarane arrangerte ho eit informasjonsmøte. Ho fekk god respons på planane sine. Jorunn kjem difor til å utarbeide samarbeidsavtale med kvar ein skild av grunneigarane.

Våren 2003 var Jorunn komen så langt at ho søkte SND om etablerarstipend. SND innvilga søknaden. Stipendet var viktig for å utvikle ei brosjyre. Det gav ho også hove til å reise for å besøke andre med liknande verksemder for å lære meir. Jorunn har også nokre personlege støttespelarar. Ei venninne har vore til god hjelp. Andre har vore viktige for å drøfte meir faglege spørsmål, så som tidlegare ordførar Ivar Bjarne Undredal. Bedrifter som Fretheim Hotell og Flåm utvikling har formidla oppdrag til Jorunn. Ho har såleis eit nettverk rundt seg av både personar og tunge organisasjonar som tenker i same bane. Ho står difor ikkje aleine. Jorunn er likevel klar på at det er ho som skal ha styringa. -Eg må sjølv kunne stå for det produktet eg skal selje, det må vere ektefødde idear. Det er meg sjølv det kjem mest an på, understrekar ho.

Utfordringane for Jorunn framover vert å inngå nærrare alliansar og samarbeid med andre aktørar og organisasjonar i reiselivet lokalt. Dessutan er det andre etablerarar i kommunen som er i gang med liknande tilbod som Jorunn. Det gir moglegheiter, t.d. i form av samarbeid. Fleire guidetilbod treng ikkje vere ein trussel. Marknadspotensialet er enormt med langt over $\frac{1}{2}$ million turistar i Flåm årleg.

For å lukkast framover er det elles viktig å halde fram den gode dialogen med grunneigarane. Av kapasitetsomsyn kan Jorunn ha trong for å tilsetje guidar. Å vere leiar og å ha tilsett ser ho som ei utfordring. Difor vil ho skolere seg vidare i den retning. Samstundes må ho passe på å ikkje gape over for mykje. Det er alltid ein fare med nyetableringar å ta på seg for mykje – og verte utbrent. I sum har Jorunn kome langt, og har ei solid basis for nyetableringa. I kommunen er ho i fremste rekke på sitt felt. Det mest avgjerande for at Jorunn har kome dit ho står i dag er i følgje ho sjølv at – eg har hatt lyst til å gjere dette, til å skapa noko – eg har alltid likt å skape ting.

2 Innleiing og metode

Dette arbeidet er delt i to. Fyrste delen gir eit oversyn over dei direkte virkemidla som rettar seg særskilt mot å auke og å stimulere til entreprenørskap og innovasjon i Sogn og Fjordane. Andre delen går nærmare inn i to suksessfulle etableringar i fylket som har motteke stønad frå ulike tiltak retta mot entreprenørskap og innovasjon.

2.1 Oversyn over virkemiddel retta mot entreprenørskap og innovasjon

Det er laga eit oversyn over direkte virkemiddel som er retta mot innovasjon og entreprenørskap i Sogn og Fjordane, samt kva aktørar som er sentrale i styringa og implementering av desse. Oversynet nyttar fylkesplanen som utgangspunkt fordi denne er både i seg sjølv ei samankopling av virkemiddel og virkemiddelaktørar, og eit systematisert kjeldegrunnlag. Vidare er det innhenta informasjon om andre tiltak som er sett i verk, og som i ulik grad er forstått som virkemiddel retta mot temaområdet innovasjon og entreprenørskap. Denne informasjonen er kopla saman og dannar eit oversyn over den samla aktiviteten.

2.2 Analyse av to case-verksemder

Arbeidet gjennomfører case-analysar av to utvalde verksemder for å få fram kunnskap om virkemiddela sin innverknad på etableringsprosessen. Dette er verksemder som har lukkast i stor grad, og kor dei aktuelle prosjekta, tiltaka og finansieringsordningane tyder på å ha hatt stor innverknad på verksemdene si utvikling. Målsetnaden er at arbeidet skal avdekke effektane virkemidlane har hatt.

To hovudkategoriar av nøkkelinformantar er nytta. Dette er utvalde tilsette i SND Sogn og Fjordane, samt andre informantar i virkemiddelapparatet (eksempelvis kommune, fylkeskommune, regional stat, konsulentar, andre finansieringskjelder) eller personar som har stått nær i etableringa. Med utgangspunkt i dialogen med informantane og deira vurderingar er case verksemdene identifiserte. Intervju med case verksemdene har avdekkja deira forståing av suksessen; korleis dei ser på seg sjølve, og avgjerande faktorar for å ha lukkast. Samt korleis verkemiddelapparatet har innverka på etableringa, og korleis andre aktørar kan knytast til suksessen. Det er og avdekkja korleis dei meiner framtida vil og bør sjå ut for deira verksemd. Intervju med nøkkelinformantane er nytta til å fullstendiggjerde denne informasjonen.

Kunnskapen er stilt opp mot analysar av skriftleg kjeldemateriale og nytta som grunnlag for å systematisere ålmenne trekk for den vidare satsinga på innovasjon og entreprenørskap.

3 Entreprenørskap og innovasjon. Ei avklaring av omgrepa.

Entreprenørskap og innovasjon er to omgrep som er nytta i teksten. Dette er to omgrep som også blir nytta i daglegtale og media, noko som gjer det nyttig å sjå nærare på korleis dei kan definera.

3.1 Innovasjon

Det er fleire definisjonar av omgrepet innovasjon, og dei er delvis oppdelte i ulike kategoriar. Nedanfor følgjer ein gjennomgang av nokre definisjonar.

Aslesen (2001) gjev ein generell definisjon: "Innovasjon er et nytt eller endret produkt, en ny eller endret produksjonsprosess eller organisasjonsform, hvor arbeidet er kommet så langt at produktet er lansert på markedet, eller produksjonsprosessen eller organisasjonsformen er tatt i bruk."

NOU 2000:7 (Ny giv for nyskaping) nyttar ei deling mellom organisatorisk innovasjon og teknisk innovasjon. Den organisatoriske innovasjonen er innovasjon i forhold til kundar, mellom anna for å kome i framkant av endringar i marknaden og samfunnet. Medan den tekniske innovasjonen er omtala som ei vare eller ein teneste som er ny eller forbetra. Dei viser og til at OECD sin bruk av omgrepet er knytt til utviklinga av ein idé som blir ført fram til marknadsintroduksjon av ei vare eller ein teneste, eller til ein ny eller forbetra metode for produksjon eller distribusjon.

Lambin (1997) deler omgrepet i teknologisk- og kommersiell innovasjon. Den teknologiske er knytt til eit produkt sine fysiske eigenskapar, medan den kommersielle er knytt til organisering, sal og kommunikasjon. Vidare ser han omgrepet risiko i samanheng med innovasjon. Det er to typar risiko ved ein innovasjon, teknologisk risiko, og marknadsrisiko. Graden av desse vil vere medverkande til verksemndene si oppfatning av innovasjonen.

Regjeringa sin heilskaplige innovasjonspolitikk uttalt i *Fra idé til verdi* (Nærings og handelsdepartementet, 2003) nyttar definisjonen: "Innovasjon kan forstås som et nytt produkt, en ny tjeneste, en ny produksjonsprosess, anvendelse eller organisasjonsform som er lansert i markedet eller tatt i bruk i produksjon for å skape økonomiske verdier. Innovasjon bygger på ny kunnskap og nye kombinasjoner av kjent kunnskap."

Omgrepet er såleis forstått som ei nyskaping med økonomiske føremoner i ein marknad. Sjølv nyskapinga kan springe ut frå ulike felt etter kva del som blir utvikla, og etter kor omgripande nyskapinga blir oppfatta.

3.2 Entreprenøren og entreprenørskap

Joseph A. Schumpeter sitt arbeid frå 1924, oversett til engelsk i 1934, *The theory of economic development –an inquiry into profits, capital, credit interest and business cycle*, har vore eit leiande verk i litteraturen omkring entreprenøren og entreprenørskap. Han skildrar den dynamiske og kreative marknaden kor entreprenøren er den som gjennomfører prosjekt. Dette

er årsaka av entreprenøren sine personlege eigenskapar, informasjonen han har tilgjengelig og omgjevnadane. Det er vidare fleire andre skildringar av entreprenøren som delvis har bygd under Schumpeter sitt arbeid, og delvis supplert dette med ny kunnskap. Eksempelvis hevdar Schumpeter at det er entreprenøren som flytter tilbodskurva, medan Kirzner (1973) tilfører denne teorien at entreprenøren også kan vere den som først oppdagar at tilbodskurva har flytta seg. Casson (1982) definerer entreprenøren til ein som er spesialist på å ta avvegde avgjersler i koordineringa av knappe resursar; forstått som ein person som opererer i ein marknad.

Ei oppsummering av entreprenøren sine kjenneteikn viser ein person med det ein vil kalle ein teft for marknaden. Vedkomande ser det som ein utfordring å vere best, og finn ein motivasjon i dette. Slik sett er det ofte ein likskap mellom idrettsfolk og entreprenørar. Det er derimot ikkje naudsynt at entreprenøren er den same som eig verksemda, kapitalen, eller oppfinninga. Han eller ho er først og fremst den som gjennomfører nye prosjekt (Aanesland et.al., 1997).

Det er viktig for entreprenøren å hente ut ein monopolgevinst, fordi dette er måleininga for graden av suksess (Aanesland, 1997). I enkelte tilfelle gjer det seg synleg i at han/ho startar ei ny verksemrd, med eit nytt produkt. Det er derimot ikkje slik at entreprenøren treng gå inn i ein ny marknad for å finne monopolgevinsten. Han/ho kan gå inn i ein eksisterande marknad med ny teknologi, eller ein ny måte å tilby sitt produkt. Dette er når entreprenøren ser at ved å redusere produksjonskostnaden, og/eller transaksjonskostnaden, vil det oppstå ein gevinst som andre ikkje klarar å hente ut.

Den største faren for ein entreprenør er at ideen blir kopiert før den har oppnådd ein monopolgevinst. Då fell motivasjonsfaktoren vekk, og prosessen kan oppfattast som mislukka. Dette gjer at entreprenøren er restriktiv i å dele ideen sin med andre, og redd for at det ikkje blir konkurrert på like vilkår. Likeins er det vanskeleg å skilje ut kven som er den eigentlege entreprenøren i samfunnet. Det kan endå tenkast at den eigentlege entreprenøren sin reservasjon for å utveksle ideen vert oppfatta som at ideen er därlegare enn andre. Resultatet kan då vere at den nest beste vinn fram, med offentleg støtte i ryggen (Aanesland, 1997).

Spilling et. al. (2000) gjev ein gjennomgang av forståinga til omgrepene. Sjølv entreprenøren er omtala som personen som set nye kombinasjonar i verk. Det blir vidare poengert at ein person sine eigenskapar i form av å vere kreativ, innovativ, proaktiv, problemorientert, handlingsorientert osv, ikkje automatisk gjer ein person til entreprenør. Spilling meiner at det må ligge ein forretningsmessig dimensjon bak desse eigenskapane.

Han listar fem felt kor entreprenøren kan vere med å skape utvikling i næringslivet gjennom nye kombinasjonar.

- Introduksjon av nytt produkt, eller ny kvalitet på eit produkt
- Introduksjon av ein ny produksjonsmåte
- Ved å gå inn i ein ny marknad
- Utnytting av ein ny type råstoff eller halvfabrikata
- Ny organisering av ei næring

Dette er forstått som at entreprenøren i denne prosessen er utøvar av entreprenørskap.

Det har i det seinare oppstått ein vidare bruk av omgrepet entreprenørskap, og eit godt eksempel er henta frå samarbeidet mellom Høgskolen i Stavanger og Utdannings og

forskningsdepartementet. Dei kallar seg ”Entreprenørskap i Noreg”, og finst på nettstaden (www.entrepreneurskap.no). Deira definisjon på entreprenørskap inneheld punkta:

- Evne til å sjå ressursar og moglegheiter for å vere nyskapande i heim, samfunn og arbeidsliv.
- Kvalifikasjoner til å bruke ressursane på ein produktiv og meiningsfull måte
- Forståing for konsekvensar av egne val og handlingar
- Vilje til å ta ansvar for felles arbeidsoppgåver og vise uthald.

Vidare omtalar dei entreprenørskap som eit omgrep teke i bruk i 1990-åra som nemning på ein allmenn menneskeleg kvalifikasjon og ein byggande strategisk ressurs for lokalsamfunnet. Det blir også sett på som eit utgangspunkt for betre handlingskompetanse når barn, unge og vaksne skal skape ein god heim, vere konstruktive, skapande og aktive i fritid og lokalmiljø.

Opphavleg var entreprenørskap ei forståing av at enkelte aktørar gjennom sine evner (entreprenørar) var i stand til å flytte ei økonomisk likevekt. Dette er basert på eit monopolistisk insitament, men resultatet er at økonomien gjennom desse prosessane blir tilført ei dynamisk kraft, som heile samfunnet dreg nytte av. ”Entreprenørskap i Noreg” sin definisjon av omgrepet dreg inn andre roller i denne forståinga. Entreprenøren kan fylle ei rolle som utviklar av lokalsamfunn, fritid og heim. Ein ser då at omgrepet ikkje lenger er avgrensa til ein ”forretningsmessig dimensjon”, men har vorte ein del av sosiale målsetnader.

Forståing av omgrepet entreprenørskap i dette arbeidet er at ein person gjennom sine særegne eigenskapar driv fram ei utvikling i ein marknad. Personen er entreprenøren, og effekten personen utøvar på samfunnet er forstått som entreprenørskap. Kopla mot omgrepet innovasjon vil dette ligge i nyskapinga som skapar effekten.

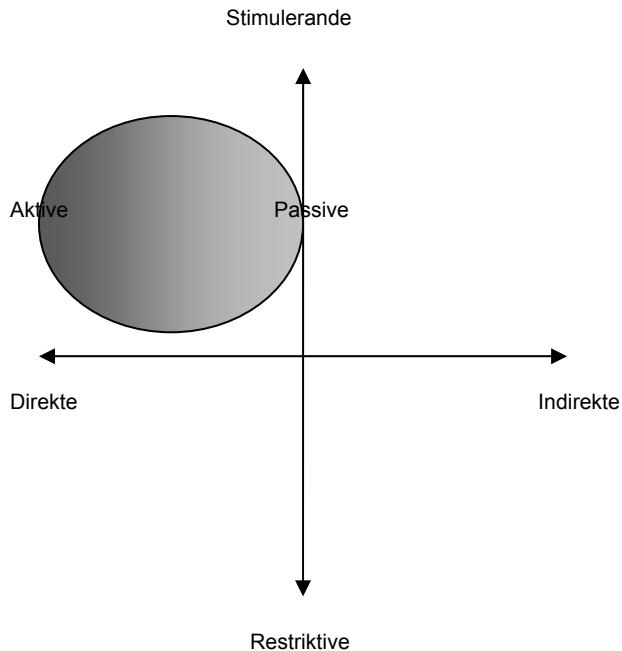
4 Oversyn over virkemiddelapparatet si satsing mot innovasjon og entreprenørskap

4.1 Virkemiddel

Eit virkemiddel er eit verktøy for å styre ei samfunnsutvikling ved at ulike tiltak påverkar handlingar. Desse kan i hovudsak være økonomiske eller administrative, direkte eller indirekte, og stimulerande eller restriktive. Økonomiske virkemiddel påverkar insitamenta gjennom å subsidiere eller skattlegge handlinga. Av administrative virkemiddel er juridiske føringar gjennom lover og forskrifter eit døme. Direkte virkemiddel treff sjølve handlinga, medan indirekte virkemiddel skapar rammer for å handle i den ynskte retninga. Stimulerande virkemiddel honorerer visse handlingar, medan restriktive virkemiddel kan være stimulerande ved å påføre ulike typar handlingar restriksjonar. Økonomiske og administrative virkemiddel kan vere i ulike kategoriar. Det er vidare ofte uklare skilje mellom kategoriane, og dei kan ofte nyttast i saman. Eit døme er når det blir innført eit påbod, og samstundes tilbydd økonomisk stønad til lettare å kome påbodet i møte.

Virkemiddel har ofte effektar på samfunnet utover sjølve målsetnaden. Ein kombinasjon av virkemiddel vil såleis kunne virke på kvarandre som motarbeidande og/eller sjølvforsterkande. Faren for slike utilsikta verknader aukar ved bruk av mange og ulike virkemiddel, samt ved bruk av lite målretta vikemiddel.

Dette arbeidet skal sjå på virkemiddelbruken som fremmar innovasjon og entreprenørskap. Det er såleis i hovudsak snakk om stimulerande tiltak. Desse kan vere både direkte og indirekte. Det er derimot ei utfordring knytt til avgrensingar opp mot indirekte vikemiddel i denne samanhengen. Dette kan vere tiltak som skaper gode rammer for nyskapning, eksempelvis gjennom auka trivsel i nærmiljøa. Dei har ikkje eit spesifisert forretningsmessig mål, men kan likevel vere viktige. Effekten på innovasjon og entreprenørskap er derimot vanskelig å definere. Det er difor gjort ei avgrensing til å bare sjå på *direkte* virkemiddel knytte til næringsutvikling. Figur 4.1 syner inndelinga mellom direkte/indirekte og stimulerande/restriktive virkemiddela. Området oversynet rettar seg mot er skravert i grått. Då indirekte virkemiddel er utelatne er det valt å nytte ei inndeling mellom aktiv og passiv innan dei direkte virkemiddel. Passive virkemiddel er nærest opp til å være indirekte. Dette for å vise i kva grad dei er sterkt retta mot å styre næringsutviklinga på eit detaljert nivå. Aktive vil såleis bli forstått som eksempelvis økonomisk stønad knytt til konkrete utviklingstiltak i ei verksemde. Medan eit døme på passive virkemiddel er å legge til rette for bedriftsetablering gjennom informasjon. Grensa mellom kva virkemiddel som er direkte, men passive, og kva virkemiddel er sett på som indirekte, og difor utelatne, er vidare noko flytande (illustrert med gradvis svakare skravering).



Figur 4.1 Skissa syner inndelinga mellom direkte og indirekte virkemiddel gjennom aksen stimulerande versus restriktive. Virkemiddela dette arbeidet rettar seg mot er direkte og stimulerande, vist i det skisserte området. Innan desse virkemiddela er det nyttia ei inndeling mellom aktive og passive.

4.1.1 Virkemiddelaktørane

Ressursane i eit virkemiddel er å påverke ein eksisterande handlefridom på eit samfunnsområde gjennom bruk av ulike tiltak. Dette kan gjerast gjennom omfordeling og institusjonelle endringar. Det er ansvarlege myndigheter som styrer desse endringane. Virkemiddelaktørane er såleis dei delane av det offentlege som set tiltaka ut i livet, eksempelvis fylkesmannen, fylkeskommunen og SND. Implementeringa av tiltaka skjer derimot ofte gjennom private aktørar. Vidare kan private aktørar nytte eigne ressursar for å styre ei utvikling, og ofte i samarbeid med andre virkemiddel. Eksempel på private aktørar er finansieringsinstitusjonar og organisasjonar/samanslutningar i næringslivet. Dette gjer det stundom vanskelig å skilje klart om, og når, private aktørar opptrer som virkemiddelaktørar. Det er difor valt å bruke ei brei forståing kor også aktuelle delar av det private inngår i oversynet.

4.2 Fylkesplanen 2001-2004

Fylkesplanen er eigna som inngang til oversynet. Den er ein overordna plan for samfunnsutviklinga, og er såleis ei samanstilling av både virkemiddel og virkemiddelaktørar retta mot tematikken innovasjon og entreprenørskap. Den er vidare i seg sjølv eit viktig systematisert kjeldegrunnlag.

Gjeldande fylkesplan inneheld fire tema med følgjande program:

Eit godt liv, bu og leve

- Ung i Sogn og Fjordane
- Folkehelse og helsesamarbeid
- Kultur og nærmiljø

Næring og læring

- Kompetanse og opplæring
- Energiproduksjon olje/gass og mineralressursar
- Nyskaping og omstilling
- Fiskeri og havbruk
- Reiseliv
- Landbruk og bygdeutvikling

Bærekraftig utvikling

- Kunnskap og verktøy
- Kulturminne areal og naturressursforvaltning

Infrastruktur

- Vassforsyning
- IKT og open forvaltning
- Bu og arbeidsområde

Sogn og Fjordane er eit lite fylke utan eit sterkt definert senter, og det tyder på at brei kommunikasjon og samhandling mellom virkemiddelaktørane er utbreitt. Mange av tiltaka grip difor inn i kvarandre, og må forståast meir som del av ein heilskapleg prosess enn enkeltståande tiltak. Det er vidare vanskelig å trekkje fram konkrete resultat av ein fylkesplan som kan sporast attende til tiltaka åleine, og som kan kvantifiserast på ein måte som gjev mening i ei samanstilt måling av effektar og verknader. Det er difor valt å ikkje kvantifisere innsatsen i enkeltiltak, fordi utfallet vil ikkje kunne settast opp mot innsatsen.

4.2.1 Temaområdet næring og læring

I hovudsak er dei direkte virkemiddela retta mot innovasjon og entreprenørskap samla i temaet næring og læring. Det er difor fokusert særskilt på dette temaet. Programma i temaet har ulike målsetnader, og dei har nokre prioriterte satsingsområde for å nå desse målsetnadane. Tabell 4.1 viser målsetnadane og dei prioriterte områda for kvart enkelt program.

Tabell 4.1 Programma under temaet næring og læring med målsetnader og prioriterte områder

Program	Programmål	Prioriterte område
Kompetanse og opplæring	Kompetansen i bedriftene er auka. Arbeidstakarar har betre høve til opplæring og vidareutdanning. Utvikling av entreprenørskap er ei naturleg oppgåve for skuleverket.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kompetansereforma ✓ Rekruttering ✓ Entreprenørskap i skulen
Nyskaping og omstilling	Bedriftene har tilpassa seg ein skjerpa internasjonal konkurranse. Nye kompetansekrevjande næringar har utvikla seg. Det er lettare å etablere eiga verksemد i Sogn og Fjordane. Koplinga mellom forskings-, utdanningsmiljøa og næringslivet er styrkt.	<ul style="list-style-type: none"> Næringsklynger og innovasjonssystem ✓ Kunnskapspark, næringshagar, og andre miljø for næringsutvikling. ✓ Innovasjon og nytablering ✓ Kopling utdanning, forsking og næringsliv Næringer i fokus ✓ Det marine/ maritime Sogn og Fjordane ✓ Industri i omstilling
Energiproduksjon olje/gass og mineralressursar	Energiressursane i fylket er utnytta til større lokal verdiskaping. I Florø og Sløvåg er det etablert aktivitetar knytt til olje- og gassverksemđ. Fleire verksemder er komne i gang for å utnytte mineralressursane i fylket kommersielt.	<ul style="list-style-type: none"> Energi: ✓ Legge til rette for utbygging, bruk og lokal verdiskaping knytt til energiressursane. ✓ Hjelpe fram alternativ energiproduksjon/pilotprosjekt. Olje/gass: ✓ Byggje opp under aktivitetar knytte til forsyningsbasen i Florø og servicesenteret i Sløvåg. ✓ Arbeide for ilandføring av gass til fylket. ✓ Identifisere og hjelpe fram bruksområde for gass med potensiale for verdiskaping og miljøforbetring. Mineralressursar: ✓ Styrke nettverksbygging og forsking som gjeld bruk av og prosessering av mineralressursar ✓ Utgreie bruken av naturgass ved foredling av mineralførekommstar i Sogn og Fjordane
Fiskeri og havbruk	Fylket har ein variert struktur innanfor både fiskeri og havbruk og ei mangfoldig produktutvikling. Ressursane er godt utnytta til å skape nye arbeidsplassar og lokal verdiskaping	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nye oppdrettskonsesjonar og rekrutteringskvotar ✓ Oppdrett og villaks ✓ Fiskeri ✓ Nye artar ✓ Skaldyr ✓ Forsking- og utviklingsarbeid ✓ Nyskaping og produktutvikling ✓ Rekruttering
Reiseliv	Reiselivsnæringa i Sogn og Fjordane har i perioden 2001 til 2004 hatt monaleg auke i verdiskapinga, målt i tal gjestedøgn og omsetning pr. gjest	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fremjing av samarbeid mellom reiselivsorganisasjonane ✓ Profilering og marknadsføring av reiselivstilbodet i Sogn og Fjordane ✓ Statistikk og effektmålinger ✓ Fellesoppgåver i reiselivet
Landbruk og bygdeutvikling	Nedgangen i tal bruk er bremsa. Landbruket har skaffa seg auka inntekter ved satsing på nye næringar som gardsturisme, utmarksnæring og lokalbaserte nisjeprodukt. Forbrukarane har god tilgang på økologiske landbruksvarer av god kvalitet.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bygdeutvikling ✓ Matvarer, miljø og miljøode – forbrukarretta tiltak ✓ Nye landbruksnæringar – internasjonalt samarbeid ✓ Verdiskaping i landbruket

Innanfor dei prioriterte områda er det sett i verk ulike tiltak. Desse har vidare ulike framskrift og tek former etterkvart som dei er jobba fram. Dette er også mykje avhengig av i kva grad

det oppnåast god finansiering for tiltaka. Sakspapira til fylkesutvalet sitt møte 30.09.03 er i skrivande stund den mest oppdaterte informasjonen om framdrifta i programma (sak nr 0089/03). Den følgjande teksten er i stor utstrekning basert på desse sakspapira, og grunnlaget er utarbeida av spesialrådgjevar Roar Nessel hjå Sogn og Fjordane fylkeskommune.

-Kompetanse og opplæring

Det er sett opp slikt detaljert fylkeskommunalt bidrag til budsjett for programmet:

Tiltak/prosjekt	Fkom. finans. i 1000 kr
Entreprenørskap Sogn og Fj.	500
Ungt entreprenørskap	100
Kompetanseutvikl.prosjekt	50
Til disp.	50
Tilsaman	700

I tillegg inngår desse tiltaka i programmet: Finansiering av innsatsen til NHO i programmet, Ungt entreprenørskap og REAL Norge – dei to siste med eigne midlar over Opplæringssektoren sitt budsjett.

Innan dei prioriterte områda kan ein kommentere desse ulike prosjekta og tiltaka.

Entreprenørskap Sogn og Fjordane

Dette er ei heilskapleg treårig satsing på entreprenørskap i grunn- og vidaregåande skule. Det er Statens utdanningsdirektør som har gjennomføringsansvar, men det er eit nært samarbeid med aktørane innanfor ”kompetanse og opplæring”. Fylket vert delt inn i 5 regionar:

Nordfjord, Sunnfjord, Indre Sogn, HAFS og dei vidaregåande skulane

Kvar region får tilført initieringsmidlar som er tenkt nytta til kommunale entreprenørskapsprosjekt. Kompetanse er viktig for å få størst mogeleg effekt av satsinga. Høgskule i Sogn og Fjordane samhandlar mellom anna med Ungt Entreprenørskap i Sogn og Fjordane (UESF) om utvikling av eit kursopplegg der lærarar og andre kan få studiepoeng ved gjennomføring av kurs i REAL og entreprenørskap. Ein viktig del av studieopplegget vil vere eit mellomliggende arbeid som kan vere:

- initiering av partnarskapsavtalar
- gjennomføring av elev/ungdomsbedrift
- anna entreprenørskapsarbeid

Følgjande prosjekt vart initiert 2002 og avslutta vår 2003.

- Leikanger ungdomsskule: Heilskapeleg entreprenørskapssatsing i grunnskulen
- Hyllestad skule: Internettpresentasjon av lokalt næringsliv i eit rekrutteringsperspektiv.
- Eid vgs.: Fagsamarbeid yrkesfag-allmennfag
- Stryn vgs: Fyrtårn Stryn (del 1)

Ungt Entreprenørskap Sogn og Fjordane

Foreininga får større ansvar og oppgåver knytt til gjennomføringa av entreprenørskapssatsinga som:

- Motivator/Inspirator
- Kursarrangør
- Oppfølging av kommunale entreprenørskapstiltak

Kompetanseutviklingsprosjekt

- Nettbasert grunnkurs i HAFS
- Dokumentasjon av realkompetanse

Fyrtårn Stryn

Eit større prosjekt i Stryn som tek innover seg mykje av det som vil vere avgjerande for utviklinga av lokalsamfunna i åra framover:

- Skuleutvikling – Skulen i tråd med samfunnet elles
- Entreprenørskap i alle skuleslag
- Kompetanseutvikling i lokalt næringsliv

-Nyskaping og omstilling

Programmet har til disposisjon 2,5 mill.kr. frå 551.60-midlane til utvikling. Rekneskapen pr. 1. juli viser dette på dei ulike prosjekta dekka av denne løvwinga:

Tiltak/prosjekt	
Kompetansestover 2003	100
Nettverksprosjekt REAL	170
Reg. utv.program Nordfjord	150
Prosj.medarb, Nysk./omst.	300
Felles løft for robust arbeidsliv	16
StyreAkademiet, Sogn og Fj.	75
Entreprenørskap Gloppen	75
Programgruppe	46
Avslutningssamling SFI	33
Tilsaman	965

I tillegg inngår desse prosjekta i programmet: Kunnskapspark og næringshagar, Alkymisten, SND fjord Innovasjon, FRAM Sogn og Fjordane. Desse tiltaka er finansiert med andre midlar. Omstillinga i Bremanger inngår også i programmet. 2,25 mill.kr. er finansiert i 2002. Resten, 1.25 mill.kr., vert finansiert over regionale utviklingsmidlar.

Innan dei prioriterte områda kan ein kommentere desse ulike prosjekta og tiltaka.

Kunnskapspark, næringshagar

Arbeidet med realisering av Kunnskapsparken Sogn og Fjordane har drege ut i tid. Aksjekapitalen er pt. kr. 1,2 mill. kr. fordelt på fylkeskommunen med 1000 aksjar og Sogndal kommune med 200 aksjar. Endeleg avklaring frå SIVA er pårekna i løpet av sommaren 2003. SIVA har godkjent fire næringshagar i Sogn og Fjordane. (Sandane, Nordfjordeid, Leikanger og Stryn). Næringshagane har tilsett dagleg leiar og er inne i ulike fasar m.h.t. drift og oppbygging.

Kompetansestover

Det er valt ut og etablert seks prosjekt. Dette er: Reed mini-næringshage i Gloppen, Sørsida Kunnskapsstove i Høyanger, Nordsida Næringsstove i Stryn, og Ytre Stadtlandet kompetansestove i Selje og Gaular Næringshage. Lavik nærings- og bygdeservice as i Lavik inngår i eit utprøvingsprosjekt. Totalt sysselset desse 6 prosjekta i dag i underkant av 100 personar.

Omstilling Bremanger

Den fylkeskommunale finansieringa av arbeidet blir kanalisert gjennom programmet Nyskaping og omstilling. Prosjektet går ut 2003. Det vil bli teke initiativ til erfarsingsutveksling m.m. hausten 2003. Lokal vidareføring er under drøfting.

Designprosjektet Sogn og Fjordane

Forprosjektet inviterte 29 bedrifter til å delta, av desse ønskte 15 vidare oppfølging i hovudprosjektet. Samla utgjorde dette 25 enkelprosjekt fordelt på grafisk, industri, pakning og Webdesign. Prosjektet vart gjennomført innanfor budsjettet. Hovudprosjektet blir gjennomført med individuell tilpassing til kvar enkelt bedrift basert på bedriftene sine framdriftsplana og behovsspesifikasjon. Deltakande bedrifter er: Årdal Plast, Fjordtre Gruppen, Jølster Bygg, Saga Boats, Sigurd Løkeland AS, Bremanger Gardsmat, Per Stave, Mercatus, Solvang Kafe og Pensjonat, Selje Hotell, Staro Gruppen, Sognatre, Brødrene Aa, Turtagrø Hotell og Fjordesign.

Prosjektplan er ikkje utarbeida for dei planlagde regionale designdagane. SND ventar på innspel frå dei aktuelle miljøa. Heller ikkje prosjektplan for studium i design og teknologi er utarbeida. Prosjektet vil bli nærmere planlagt i løpet av 2003 med tanke på gjennomføring frå januar 2004.

Alkymisten

Hausten 2001 vart det i Sogn og Fjordane gjennomført eit pilotprosjekt innan SND si ungdomssatsing. Dette vart følgt opp med eit nytt prosjekt i 2002. I 2001 var det 19 deltakarar og 12 forretningsidear som fullførde Alkymisten. Ved utgangen av desember 2002 var 5 av desse etablert. Det er venta at ytterlegare 2 – 3 av deltakarane vil etablere eiga verksemد. I 2002 var det 20 deltakarar og 16 forretningsidear som fullførde Alkymisten. Det er venta at 8 – 10 av desse vil ha etablert eiga verksemđ ved utgangen av 2003. Alkymisten 2003 vil starte opp i løpet av september 2003.

SND Fjord Innovasjon

Pilotprosjektet SND Fjord Innovasjon vart gjennomført i Indre Sogn og mottok 30 søknader om deltaking. 12 deltakarar vart plukka ut. Organisering og gjennomføring av prosjektet fungerte godt. Pr. idag har 7 av deltakarane søkt og motteke etablerarstipend frå SND. 9 av deltakarane har etablert bedrift/iverksett forretningsideen. Det er gjennomført oppfølgingssamling for deltakarane 28. mai 2003. Sju tilsette ved SND Sogn og Fjordane deltok i prosjektet. Prosjektet var ein god læringsarena i forhold til entreprenørskapsarbeid. På bakgrunn av erfaringane frå SND Fjord Innovasjon 2002 vil SND Fjord Innovasjon 2003 bli starta opp hausten 2003 med deltakarar frå Nordfjordregionen. Prosjektet er godkjent av høgskulen i Sogn og Fjordane og gjev 10 studiepoeng. Gjennomføring av prosjektet er basert på REAL metodikken.

Marin Vest

Forprosjektet vart avslutta i oktober 2002. Det var her gjennomført ei kartlegging av klynga og relaterte prosjekt. På bakgrunn av dette skal det utarbeidast skisse til hovudprosjekt med aktivitetar retta mot enkeltbedrifter og samling av bedrifter. Søknad om godkjenning og finansiering av hovudprosjektet vart sendt 7 mars 2003. Hovudprosjektet inneheld ein rekke aktivitetar både av felleskarakter og fylkesvise. For Sogn og Fjordane er følgjande prosjekt planlagt for 2003 (budsjett i parentes)

- Torskenettverk Sogn og Fj. (150.000,-)
- Skjelforum Sogn og Fj. (150.000,-)
- Marin Innovasjon Sogn og Fj. (1.900.000,-)

Det maritime Sogn og Fjordane

Prosjektet har gjennomført

- Kartlegging av den maritime industrien i Sogn og Fjordane
- Temadagar på Kleven Florø der bl.a. 315 elevar frå ulike skular fekk ein presentasjon og innføring i den maritime næringa.
- Maritim sektor inngår også som tema i eigen sesjon på Næringskonferansen 2002.

Aktiviteten i prosjektet har den siste tida vore låg. Det vil i løpet av hausten 2003 bli teke initiativ til å engasjere det maritime miljøet i Måløyregionen og utfordre dei m.o.t. kva fokus prosjektet bør ha.

FRAM Sogn og Fjordane

Prosjektet starta opp i januar 2003. Sjette og siste samling skal gjennomførast medio april 2004. Følgjande bedrifter deltek: Askvellir Hotell ANS, Askvoll Skilt, Egil Meland, Gordon Gjestehus, Mekanico, Noss, Olivi, Sognatre, Stattfisk, Tegneservice, Vangsgården AS, Walaker Hotell.

Industri i omstilling

Flora Industriforeining har teke initiativ til å arbeide med utvikling og nyskaping i eit prosjekt som har fått namnet "Sunnfjord mot 2020". Prosjektet er på planleggings/utgreiingsstadiet. Programmet Nyskaping og omstilling/SND vil inngå i prosjektorganiseringa

Nettverksprosjekt

Utvikling av REAL Norge.: 14 deltagarar gjennomførde prosjektet "REAL Institute 2003 som var ein opplæring i bruken av REAL metodikken. Dette skal danne grunnlag for ein breiare opplæring av instruktørar frå Sogn og Fjordane. REAL vil i 2003 bli nytta som metodikk i SND Fjord Innovasjon og Alkymisten.

SMB kompetanse:

Det er innleia eit nærrare samarbeid mellom Høgskulen og SND m.h.t. rekruttering og gjennomføring av SMB kompetanseprosjekt.

Forum for styrearbeid:

Etter initiativ frå Stryn Næringshage har programmet delfinansiert prosjektet "StyreAkademiet i Sogn og Fjordane". Prosjektet startar opp hausten 2003.

-Fiskeri og havbruk

Det er sett opp slikt detaljert fylkeskommunalt bidrag til budsjett for programmet:

Tiltak/prosjekt	Fkom. finans. i 1000 kr
Administrering av programmet	120
Arbeidsgruppe villaks/havbruk	100
Nettverksklynge fiskeri	*
Jenteleir 2003	100
SAMS	375
Ekstra aktivitet Detox	350
Havbruksplan Nordfjord	*
Aqua-Nor 2003	125
Nor-Fishing 2004	50
Fiskebåttreff Måløy	25
Tilsaman	1 245
* finansiert i 2002	

Innan dei prioriterte områda kan ein kommentere desse ulike prosjekta og tiltaka.

Nettverksklynge i fiskeri

Prosjektet blir administrert frå Måløy. Gjennom organisering av nettverksmøte og danning av klynger har kontoret utvikla seg til å bli ein samlingsplass for personar knytt til maritime næringar i kommunane Vågsøy, Selje og Bremanger.

Område ein vil arbeide med er:

- Nytt logistikksenter for handtering av fryselager
- Stille politiske krav om å få filetere om bord
- Samarbeide om fellesinnkjøp
- Samarbeide om vedlikehald
- Sikre ei betre organisering av eksporten

- Vurdere å sette ut på anbod korleis ulike fiskeslag kan setjast saman for betre marknadspenetrering.
- Vurdere om fiskarar bør satse på oppdrett av kvitfisk som eit supplement til fangstar.
- Rekrutteringsarbeid

Første halvår 2003 har i stor grad vore retta mot to viktige fokusområde; etablering av tradingmiljø for kvitfisk og rekruttering til dei maritime næringane.

SAMS (Samordning av skjelnæringa i Sogn og Fjordane)

Prosjektet starta opp sommaren 2001, og er finansiert av Kommunal- og Regionaldepartementet (KRD) (50 %) og kommunale, fylkeskommunale og statlege organisasjonar i fylket (50 %). Gjennom ei periode på 3 år skal ein gjennom ein samordna innsats frå offentlege og private aktørar, arbeida med å utvikle fylket sine skjelressursar. Prosjektet går etter planen.

Havbruksplan Nordfjord

Prosjektet inneber ei kartlegging av mellom anna biologiske og fysiske tilhøve i sjøområda i Nordfjord der ein vil vurdere potensialet for ulike typar oppdrettsverksemder i regionen. På bakgrunn av analysematerialet skal det utarbeidast ein regional plan for korleis kommunane ynskjer å disponere dei areala som er eigna til oppdrett av ulike artar som laks, aure, skaldyr og kvitfisk. Planen skal handsamast som ein kommunedelplan i den einskilde kommune. Prosjektet tek vidare siktet på å byggje opp planleggingskompetansen for sjøområda samt etablere eit geografisk informasjonssystem for planlegging. Prosjektet går etter planen.

Ekstra aktivitet i Detox:

Prosjektet er leia av Sintef fiskeri og havbruk. Prosjektet vil bli gjennomført i Lustrafjorden. Planen er å nytte seg av ferskvatn frå eit neddykka utslepp ved Jostedalen kraftverk (Statkraft) i Gaupne. Ein håpar at ein ved å løfte djupvatn opp til overflata vil endre samansettinga av algar i den produktive sona, til ein situasjon som er meir gunstig for skjeldyrking. Prosjektet er søkt finansiert av Fiskeridepartementet, Norges forskingsråd, Sogn regionråd, Luster kommune og Eksportutvalet for fisk.

Arbeidsgruppa for villaks og havbruk

Arbeidsgruppa arbeider med spørsmål knytt til villaks og havbruk i fylket. I arbeidsgruppa sit det representantar frå Fylkesmannen, Vestnorsk havbrukslag, Norske lakseelvar, Norges grunneigar- og sjølaksefiskarlag, Fylkesveterinæren for Hordaland og Sogn og Fjordane, Fylkeskommunen og Fiskeridirektoratet Region Sogn og Fjordane. Ingen avvik i prosjektet.

Aqua-Nor 2003

Sogn og Fjordane Fylkeskommune, Hordaland Fylkeskommune og Bergen kommune skal arrangere ein fellesstand under årets havbruksmesse, Aqua-Nor 2003, i Trondheim 12. – 15. august. Prosjektet er godt i gang

Nor -Fishing 2004

Arbeidet med å drøfte ein mogleg stand for Sogn og Fjordane på Nor -Fishing 2004 er i gang. Dei midlane som er avsett vil truleg ikkje bli brukt fullt ut i 2003. Ein har difor valt å bruke delar av desse midlane til andre prosjekt som er blitt prioritert i programmet:

Jenteleir 2003

Det er sett av kroner 100 000 i 2003 til dette. Leiren i år er fullteikna og går av stabelen 1.- 5. september. 12 jenter frå heile fylket er utplukka til å ha ei utfordrande og lærerik veke langs kysten.

-Energiproduksjon, olje/gass og mineralressursar

Det er sett opp slikt detaljert budsjett for programmet:

Tiltak/prosjekt	Fkom. finans. i 1000 kr
Lutelandprosjektet	100
Rutilnett	100
Talknett	50
”Tampen til Sunnfjord”	?
Oppfølging av FDP ”Klima og energi”	?
Luna Mineral AS	(3 250)*
Udisponert	150
Tilsaman	400
* Lån frå fylkesplanfondet	

Energi

Arbeidet har så langt vore konsentrert om utvikling av fylkesdelplan for klima og energi. Denne vart endeleg vedteken i Fylkestinget i juni i år. Samstundes med planarbeidet har fjordvarmeprosjektet på Eid vorte utvikla. Prosjektet har som pilotprosjekt motteke monaleg offentleg støtte.

Olje/gass

Forsyningssbasen i Florø er under press. Statoil ønskjer å få ”normalisert” konsesjonsvilkåra for Snorre (og Visund). Den offentlege innsatsen for å sikre og vidareutvikle Florø som logistikkknutepunkt er organisert gjennom ”Tampen til Sunnfjord” – prosjektet.

Fylkestinget har vedteke eit ilandføringsprosjekt med finansiering inntil 1,5 millionar kroner. Prosjektet vart fremja som lokaliseringsnøytralt. Sidan har Fjaler kommune fått tilskot på kr. 500' (100' innafor programmet) for å gjere Lutelandet attraktivt i forhold til industriell utvikling, primært med tanke på prosessering av anortositt. Vedtaket vart finansielt kopla til ilandføringsprosjektet. I det opprinnelege ilandføringsprosjektet er det lite aktivitet.

Fylkeskommunen har samarbeidd med Hordaland olje- og gassenter (no Hordaland olje og gass) for å avdekkje marknaden for bruk av naturgass i fylket. Perspektivet for studien var i hovudsak konvertering frå olje- til gassfyring (varmeproduksjon). Fôrfabrikken EWOS var

utpeika som ein av dei store brukarane i fylket. EWOS vil konvertere til naturgass hausten 2003. Gassen vil dei få levert flytande (LNG) på båt frå Kollsnes i Hordaland.

Mineralressursar

Det er tre aktuelle satsingar i gang/på trappene. Fylkeskommunen har ytt Luna Mineral AS eit lån på 3,25 millionar kroner for å verifisere den såkalla **IFE-prosessen**. Dette er ein kompleks teknologi med fleire sluttprodukt. Basisinnsatsen er anortositt frå Gudvangen/Mjølfjellområdet, som mellom anna kan raffinerast til aluminiumsråstoff. Rutilnett vart oppretta i 2001. Hovudmålsettinga er å føre Engebøprosjektet fram til industrikonsesjon. Gjennom programmet har prosjektet motteke 135'/200' i støtte frå fylkeskommunen for åra 2001/2002. På vegne av prosjektet søker Naustdal kommune om kr. 100' i støtte frå fylkeskommunen for 2003. I Rutilnett vert det mellom anna arbeidd med reinsing av rutilkonsentrat med CO₂. Her ligg det eit potensiale for verdiauking og meiraktivitet. Viktigaste arbeidet framover er deponi-/avgangsproblematikken. Dette vert mellom anna tema på ein planlagd miljøkonferanse til hausten. Talknett har som føremål å lokalisere og opne nye førekommstar av talk, samt følgje opp noverande og eventuelt utvikle nye marknader for mineralar frå Vik. Tiltaket har følgjande bakteppe:

- Dei kjende store mineralførekomstane i Vik er ikkje enkle å vinne ut grunna vernevedtak og transportavstandar.
- Norwegian Holding har dels mislukkast, dels ikkje prioritert å finne nye førekommstar. For mølla i Framfjorden har dette resultert i gradvis minkande produksjon, dei siste åra som leigemaling, og no til slutt fullstendig stans.
- Marknadspotensialet for talk/andre aktuelle mineral vert (av prosjektet) vurdert som godt.

Prosjektet er forankra i kommuneplanen for Vik. Kommunestyret peiker på dette som eit av dei viktigaste næringsutviklingsprosjekta i kommunen. Programmet har løyvt 50 000 kr. til prosjektet i 2003.

Det er ein føresetnad at arbeidet vert innretta mot følgjande element:

- Avklare og sikre rettar knytt til mineralførekomstar.
- Avklare og sikre rettar til bruk av talkmølla i Framfjord.

Det er også ein føresetnad at tilskotet ikkje utgjer meir enn 50 prosent av ressursbruken som prosjektet set inn i forhold til her omtala innsatsområde.

-Reiseliv

Det er sett opp slikt detaljert budsjett for programmet:

Tiltak/prosjekt	Fkom. finans. i 1000 kr
Fellestiltak i reiselivet	3.000
Intensjonsavtale med Fjord Norge	1.225
Tilskot til SFR	70
Koordineringa av reiselivet – portal	100
Destinasjonsutvikling AS – kjøp av tenester	250
Statistikk – fylket og Vestlandet	50
Båtturismeprosjekt i fylket	50
Suportnet II - Båtturismeprosjekt	(evt. 150 annan konto)
Regional filmkommisjon på Vestlandet	100
Fjordmeny	50
Udisponert	0
Tilsaman	4 895

Fylkeskommunal finansiering:

Programområde 40	kr 1.670.000
Kapittel 551.60	kr 3.225.000
Sum	kr 4.895.000

Anna finansiering,
til ordninga ”Fellestiltak i reiselivet”:

FMLA - BU-midlar:	kr 850.000
SND – BU:	kr 300.000
Sum	kr 1.150.000

Sum midlar for program Reiseliv: kr 6.045.000

Fellestiltak i reiselivet

Dette er ei ordning som fylket har hatt sidan 1996. Dei 9 reiselivsorganisasjonane i fylket får tilskot drift, produktutvikling, informasjon og marknadsføring. Av den totale potten for fylket, får kvar organisasjon tilskot i høve tal gjestedøgn dei 3 siste åra. Tilskotet skal ikkje overstige 1/3 av finansieringa. Av godkjent budsjett skal maksimum 40 % av midlane nyttast til faste kostnader, maksimum 10% til marknadsføring og minimum 50% til produktutvikling og turistinformasjon. I følgje regelverket skal tilskotet delast i høve gjestedøgn. Men det har ikkje vore råd å få gjestedøgn på ”destinasjonsnivå”, eller for kvar organisasjon av Statistisk Sentralbyrå (SSB). Grunnen er at nokre område er for små i høve SSB sitt regelverk. For 2003 gjorde ein derfor den endringa at ein ”slo saman” nokre organisasjonar, og fekk god statistikk

for 4 regionar i fylket, og kalkulerte ”rett” tilskot for kvar region. Deretter fordele ein midlane innan i kvar region til dei ulike organisasjonane etter beste evne. Dei 4 regionane er:

1. **Sognefjorden.** Vik, Balestrand, Leikanger, Sogndal, Luster, Årdal, Lærdal, Aurland.
2. **Kysten.** Bremanger, Flora, Askvoll, Fjaler, Gulen, Hyllestad, Solund, Høyanger.
3. **Sunnfjord.** Jølster, Førde, Gauldalen, Naustdal.
4. **Nordfjord.** Stryn, Nordfjordeid, Gloppen, Selje, Vågsøy, Hornindal.

Tilskotet til kvar region og organisasjon for 2003 var som følgjer:

Sognefjorden:	510.507 gjestedøgn =>	kr 1.742.000 i tilskot
Kysten:	127.502 gjestedøgn =>	kr 575.000 i tilskot
Sunnfjord:	157.873 gjestedøgn =>	kr 539.000 i tilskot
Nordfjord:	379.423 gjestedøgn =>	kr 1.294.000 i tilskot

Kysten, og spesielt Stiftinga Jensbua, vil etter denne ”korrekte” metoden få lite midlar jamfört med tidlegare. Fylkeskommunen har motteke klager frå Kysten, og har lova å vurdera reglementet for seinare år.

Intensjonsavtale med Fjord Norge.

Det er laga forslag til ny intensjonsavtale med Fjord Norge, i samråd med dei andre Fjord Norge fylka. Denne vil bli lagt fram til politisk godkjenning hausten 2003. Tilrådinga er kr 1.225 mill pr. år i 3 år.

Tilskot til SFR (Sogn og Fjordane Reiselivsråd)

Tilskotet vart redusert frå kr 170.000 til kr 70.000, i ”samråd” med SFR. Ein av grunnane til aksepten var at Destinasjonsutvikling AS kunne overta nokre av oppgåvene til SFR, og særleg i høve reiselivsorganisasjonane.

Koordinering av reiselivet – portal for alle

Program Reiseliv opplever at også dei andre programma i stor grad er opptekne av tiltak retta mot turistar og reiselivsnæringa. Program Reiseliv har akseptert at dette skjer, og vil ikkje prøva å styra alle tiltak av slik karakter. Men, programmet ynskjer å få ein oversikt over alle desse tiltaka, og har tankar om ei web-løysing som alle kan nytta, for å få ein slik oversikt. Portalen vil fungera som guide i samband med ferie og fritid.

Statistikk for reiselivet

Dei 4 fylka på Vestlandet, som er med i Fjord Norge, vil gå saman om ei internett-løysing for statistikk, utvikla og drifta av Lystad, tidlegare SSB. Ein vil då kunna jamföra utviklinga for dei ulike regionane i fylket, og med regionar i andre fylke. Ein vil også kunna jamföra dei ulike fylke. Lystad har tidlegare utvikla slik teneste for andre fylke, og har på sikt mål om å få alle fylke med i eit felles system.

-Landbruk og bygdeutvikling

Det er sett opp slikt detaljert budsjett for programmet:

Tiltak/prosjekt	Fkom. finans. i 1000 kr
BU-programmet	300
Evt. nytt prosjekt	150
BAMA-prosjektet	(600)*
Nytt matforum	50
Mjølk/kjøtt-samarbeid	100
Kashmirgeit – forprosjekt	30
Evt. nytt prosjekt.	65
Naturbruksprosjektet	150
Interreg IIIC-prosjekt	100
Fjellsamarbeidsprosjekt	(165)*
Evt. nytt prosjekt	130
Fellestiltak program	25
Tilsaman	1 100
* Særskild løyving frå KRD	

I tillegg inngår desse prosjekta i programmet: Småfeprosjektet, Pilotprosjekt økologisk frukt/bær, Driftsplanlegging - Næringsutvikling i utmark Desse tiltaka er finansiert med andre midlar. Totalt ser finansieringsopplegget for programmet slik ut:

Finansieringskjelde	Budsjett	Løyvd/disponert	Rest
Sogn og Fjordane fylkeskommune	1 100 000	550 000	550 000
BU-midlar ved fylkesmannen	1 442 000	947 000	495 000
Fylkesmannen (FMLA/ FMVA)	215 000	155 000	60 000
Sentral stat (div. dept./ direktorat) 1)	1 415 000	615 000	800 000
Andre (SND/ div. dept./ kommunar/ private) 1)	1 293 000	485 000	808 000
Sum	5 465 000	2 752 000	2 713 000

1) Løyvingane går direkte til kvart prosjekt – programleiaren har dermed ikkje full oversikt over desse midlane

Innan dei prioriterte områda kan ein kommentere desse ulike prosjekta og tiltaka.

Bygdeutviklingsprogrammet

Eikefjord Grendalag, Flora, og Sørsida Utviklingslag, Luster, er tatt opp som nye bygder i Bygdeutviklingsprogrammet 2003. Bygdene som har vore med i Bygdeutviklingsprogrammet siste år er: Oppstryn Bygdeutviklingslag i Stryn kommune, Jostedal Bygdelag i Luster, Feios Bygdelag i Vik og Sørstranda Utviklings-lag i Gloppen, Bryggja Utviklingslag, Vågsøy kommune og Holmedal Vel, Askvoll kommune.

Ved opptak av dei 2 nye går Oppstryn Bygdeutviklingslag og Jostedal Bygdelag ut av programmet.

Nye prosjekt

Programgruppa har vedteke der å ta to nye prosjekt inn i programmet: *Kashmirgeit (forprosjekt)* og *Mjølk, storfekjøt og samarbeid om husdyrhald*, begge prosjekt i regi av Sogn og Fjordane landbrukselskap.

Oppfølging av fylksdelplan for landbruk

Programmet er tillagt eit vist ansvar for oppfølging av fylkesdelplanen for landbruk og vurderer forløpende ulike tiltak og initiativ. Programbudsjettet har rom for inntak av minst 3 nye prosjekt i 2003.

Programleiaren har inntrykk av at dei fleste prosjekta har framdrift i samsvar med budsjett og årsplanar. BAMA-prosjektet slit med noko overforbruk i høve budsjettet i 2002, men framdrifta er god. Prosjektet *Interreg IIIC/ Euromountains.net* har ennå ikkje fått på plass finansiering frå EU, og vil neppe starte opp før i januar 2004. Pilotprosjektet økologisk frukt og bær og Kashmirgeitprosjektet vert drive i samarbeid med Hordaland. Småfoprosjektet vert avslutta i august 2003.

4.2.2 Virkemiddelaktørane

Det er mange aktørar med i gjennomføringa av temaet næring og læring i fylkesplanen. Tabell 4.2 gjev eit oversyn over deltakarane i dei ulike programgruppene. Dette er basert på deltakarane i programgruppa. Fyrste linja syner leiarposten i programgruppa. Vidare er andre viktige deltagande aktørar i finansiering eller implementering lista i kursiv. Desse er henta frå teksten ovanfor, men inneheld truleg også andre aktørar.

Tabell 4.2 Virkemiddelaktørane i gjennomføringa av dei ulike programma i temaet næring og læring. Fyrste linja syner leiarposten. Aktørar som ikkje er del av programgruppa er lista i kursiv.

Kompetanse og opplæring	Nyskapning og omstilling	Fiskeri og Havbruk	Energiproduksjon -olje/gass og mineralressursar	Reiseliv	Landbruk og bygdeutvikling
NHO	SND	Fiskeridirektoratet	Fylkeskommunen	Fylkeskommunen	Fylkesmannen
Fylkesmannen	Fylkesmannen	Fylkesmannen	NHO	Fylkesmannen	SND
Statens utdanningskontor	Fylkeskommunen	SND	Næringslivet ¹	SND	Fylkeskommunen
SND	NHO	Fylkeskommunen		Høgskulen i Sogn og Fjordane	NHO
Høgskulen i Sogn og Fjordane	Næringslivet ²	NHO		Reiselivsorganisasjonane ³	Kommunenes sentralforbund
Fylkeskommunen	SIVA	Fiskarorganisasjonane ⁴			Bondeorganisasjonane ⁵
LO	Høgskulen i Sogn og Fjordane	Kommunal og regionaldep.			
Vestlandsforskning	REAL Norge	Sintef fiskeri og havbruk			
<i>Ungt entreprenørskap</i>					
<i>REAL Noreg</i>					

Det kjem fram av tabellen at fordelinga er rimelig likt fordelt mellom den offentlege og den private sektoren. NHO si deltaking er stor frå den private sektoren, medan dei andre organisasjonane i hovudsak er representert i dei aktuelle programma for næringa. Det er vidare representantar frå både offentleg og privat sektor i alle programgruppene. Programleiarposten er med unntak av NHO i programmet *kompetanse og opplæring* frå den offentlege sektoren.

4.2.3 Andre tema i fylkesplanen

Dei tre andre tema i fylkesplanen rettar seg bare delvis mot omgrepa innovasjon og entreprenørskap i ei forståing av virkemiddel som direkte gjev næringsmessige resultat.

Eit godt liv –bu og leve har indirekte effektar, men er her forstått til å ikkje inkludere direkte virkemiddel.

Bærekraftig utvikling –Regional agenda 21 under programmet *Kulturminne, areal og naturressursforvaltning* er mellom anna utviklingsprosessar innan kulturturisme og miljøbasert næringsutvikling eit prioritert område, og fell såleis inn under avgrensingane til dette arbeidet. Dette er også dekt under programma *reiseliv* og *landbruk og bygdeutvikling* i temaet *næring og læring* og er difor ikkje gått nærmare inn på. Generelt vil temaet *Bærekraftig utvikling –Regional agenda 21* i denne samanhengen vere meir å sjå på som eit virkemiddel i utvikling av rammene forretningsdrift skal utøvast under.

¹ Verksemder eller samanstilingar av verksemder. Eksempelvis kraftbransjen, industrialskipnader, mineralutvinning etc.

² Verksemder eller samanstilingar av verksemder. Eksempelvis kraftbransjen, industrialskipnader, mineralutvinning etc.

³ Reiselivsbedriftenes landsforbund, Sogn og Fjordane reiselivsråd, Norsk bygdeturisme, diverse destinasjonsselskap.

⁴ Fiskarlaget og Vestnorsk havbrukslag.

⁵ Bondelaget, Bonde og småbrukarlaget, diverse samanslutningar i landbruket og mellom landbruket og forvaltinga, som eksempelvis Landbruksselskapet i Sogn og Fjordane.

Temaet *Infrastruktur* har nokre målsetnader kor innovasjons- og entreprenørskapsutvikling er gjeldande. Fyrst og fremt er dette under programmet *informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT)* som rettar fokuset på god teknisk infrastruktur. Programmet prioritærar driftsamarbeid, kompetanse og opplæring, og utbygging av breibandsnett. Slik tilrettelegging kan vere viktige for auka kommunikasjon i næringslivet, og for utvikling av både nye produkt og samarbeidsformer.

Dei to andre programma i dette temaet - *open forvaltning* og *bu og arbeidsområde* – er sett på som indirekte virkemiddel. Det er nyttig for næringsutvikling at informasjon frå offentleg sektor er godt organisert heilt frå kommunalt til internasjonalt nivå, og at verksemndene får lett tilgang på denne. Likeeins er det nyttig for næringslivet at programmet rettar fokuset mot gode kommunikasjonslinjer innan eksempelvis kollektivtrafikk.

4.3 Andre virkemiddel

Mange av aktørane som er med i gjennomføringa av fylkesplanen har ulike andre tiltak retta mot innovasjon og entreprenørskap. Vidare har også andre aktørar tiltak og initiativ som rettar seg mot dette feltet, og som i ulik grad må oppfattast som virkemiddel. Under følgjer ei tekstlig framstilt oversikt som oppsummerar desse. Tiltaka vil i varierande grad vere retta mot temaområdet innovasjon og entreprenørskap. Vidare kan oversikta innehalde noko dobbeltføring, også opp mot fylkesplanen. Dette er årsaka av at informantane ikkje alltid var klare på i kva grad satsingane var eineståande tiltak, eller om dei var del av andre tiltak. Dette kom heller ikkje alltid klart fram i andre informasjonskjelder som vart nytta, eksempelvis på nettstadar.

Fylkesmannen:

Sekretariat for *Norsk Gardsmat* i Sogn og Fjordane med nettverksprosjekt for å utvikle organisasjonen. Sekretariat for Sogn og Fjordane landbrukselskap som driv prosjektet *framtdsretta landbruk* som fokuserar på framtdsutsikter for landbruket i Sogn og Fjordane, og prosjektet *på skattejakt i bygde-Noreg* som er opplæringsprogram i bygdeutvikling.

Fiskeridirektoratet:

Har dialogar med næringa kor dei *spreiar kunnskap*, men ikkje direkte tiltak.

SND:

Eit *breitt spekter av virkemiddel*. Eksempelvis etablerarstipend, låneordingar, Skatte FUNN m.m.

SIVA:

Er deltakarar på eigarsida i utviklingsselskapa i *næringshagar*, samt dei sit med styrerepresentantar i desse. Dei løyver midlar til fem års planar kor dei gir utviklingshonorar for drift og utviklingsprosjekt av næringshagane. Slike prosjekt skal skape samarbeid mellom verksemndene og utviklingsselskapet, eksempelvis gjennom felles marknadsføring. Er også deltakarar i utviklinga av *Kunnskapsparken*.

Er med på *eigarsida* i eksempelvis Kråna eideommar kor Sandane Næringshage er lokalisert. Dei har då avkastningskrav som ein eideomsaktør, men legg omsyn til distriktsutvikling til grunn. Eksempelvis ved at dei kan gå inn i prosjekt med låg andrehandsverdi.

Aetat:

Jobbskapingsprosjekt for arbeidsledige kor intensiteten er basert på utsikter i arbeidsmarknaden. Dette blir og køyrt som del av AMO-programmet.

Høgskulen i Sogn og Fjordane:

Driv programmet *næringsretta høgskulesatsing*. Dette er delt i ein *institusjonsstrategi* med fokus på prosjektoppgåver og praksisplassar i næringslivet. Det er ein *SMBK-strategi* kor verksemde definerar prosjekta. Samt ein *regional innovasjonsstrategi* som skal skape kontakt og samhandling med andre virkemiddelaktørar (f.eks SND). Dei er også ein kompetanseleverandør for bruk av metodikken *REAL*.

Kommunane:

Har ulike inngangar til temaet innovasjon og entreprenørskap. Enkelte har eigne *næringsetatar* og landbrukskontor som utøvar ei rolle. Nokre kommunar har *næringsfond*. Elles er initiativ ulikt organisert innan kommunale og interkommunale *utviklingsfellesskap*. Eksempel er Flåm utvikling, Årdal utvikling, Innovasjon i Nordfjord (Nordfjordrådet). Dei er òg eigarar og medeigarar i både fysisk *tilretteleggingar* og organisasjonar/verksemder. Eksempel på dette er næringshagar og Fundamus.

Bondeorganisasjonane⁶:

Driv programmet *utmarksbasert reiseliv*, og eige program på *mjølkeproduksjon* i fylkesdelplanen. *Bygdefolkets studieforbund* (BFS) driv ulike kurs. Samt det blir tilskipa ulike *kurs, konferansar og samlingar* (som optimistkonferanse, "næringsutvikling i landbruket på vestlandet", open gard etc). Jobbar tett med *S og Fj. Landbrukselskap*.

Fiskarorganisasjonane⁷:

Driv mellom anna *IKT opplæring* for fiskarar

Reiselivsorganisasjonane⁸:

Diverse *FoU tiltak, konferansar og nettverksbygging*.

Næringslivet⁹:

Dei store verksemde i fylket driv eigne *FoU aktivitetar* (f. eks. Hydro). Elles er det brei medverknad i *innovasjonsprosessar*, som eksempelvis Florø industriforeining sitt satsingsprogram Sunnfjord 2020.

Etablerarsenter og konsulentverksemder¹⁰:

Driv brei *opplæring*, og tilbyr *konsulenttenester*. Er ofte engasjerte av andre virkemiddelaktørar som SND og Aetat.

⁶ Bondelaget, Bonde og småbrukarlaget, diverse samanslutningar i landbruket og mellom landbruket og forvaltinga, som eksempelvis Landbrukselskapet i Sogn og Fjordane.

⁷ Fiskarlaget og Vestnorsk havbrukslag.

⁸ Reiselivsbedriftenes landsforbund, Sogn og Fjordane reiselivsråd, Norsk bygdeturisme, diverse destinasjonsselskap.

⁹ Verksemder eller samanstilingar av verksemder. Eksempelvis kraftbransjen, industrisamskipnader, mineralutvinning etc.

¹⁰ Både kommunale, interkommunale og heilt eller delprivate verksemder. Eksempel er Etablerarkompaniet, Etablerarsenteret, Mentor AS, PwC, KIME, Segel AS, Eduviva AS.

Finansieringsinstitusjonar:

Fjordinvest er eit investeringsselskap som består av ei samanslutning mellom bankar og næringsliv i fylket. Organisasjonen disponerer 46 mil. kroner og har klare avkastningskrav, som også inkluderar eit moment av risiko. Dei har målsetnader retta mot *lokalt næringsliv*. Organisasjonen brukar ikkje midlane sine mot nyetableringar, men kan sjåast som ei drivkraft for innovasjon i eksisterande industri. Det er mange mindre sparebankar i fylket som har kundegrunnlaget sitt i nærområdet. Desse har såleis andre insitament til å ta risiko i lokale prosjekt enn store nasjonale bankar, og er ei *drivkraft* i så måte. Elles deltek bankane i ulike samanslutningar og *samfinansieringar*. Sparebanken Sogn og Fjordane er involvert i prosjektet *ungt entreprenørskap* som finansieringsskilde, og som leverandør av kunnskap. Dei har også aktiv marknadsføring for å *hente ungdom heim* til S og Fj. , samt dei gir ut *fylkesbarometeret* i samarbeid med SND

4.4 Oppsummering og drøfting

Det kjem fram av teksten at tiltaka retta mot innovasjon og entreprenørskap spenner over eit stort spekter, og det er ikkje i alle tilfelle eit klart skilje i kva grad det er snakk om eit direkte virkemiddel, eller eit virkemiddel i det heile. Tiltaka nyttar og ulike inngangar for å virke på samfunnsutviklinga. Ei inndeling av tiltaka kan difor vere å nytte fire kategoriar:

- *Produktutviklande*
 - Tiltak som har målsetnad om å utvikle nye produkt eller produksjonsmåtar.
- *Kompetansefremjande*
 - Tiltak som har målsetnad om å auke kompetansen gjennom opplæring og FoU aktivitet.
- *Nettverksbyggande*
 - Tiltak som har målsetnad om å fremje auka kommunikasjon mellom verksemder, både på tvers og langs verdikjedan.
- *Haldningsskapande*
 - Tiltak som har målsetnad om å skape haldningar til innovasjon og entreprenørskap.

I grove trekk kan denne inndelinga også nyttast til å definere virkemiddela som aktive og passive. Produktutviklande tiltak vil såleis vere dei mest aktive, og haldningsskapande dei mest passive. Dette er derimot ikkje ei einsarta inndeling då nokre av tiltaka kan vere aktive eller passive utover denne kategoriseringa.

Tabell 4.3 er eit stikkordsbasert oversyn over tiltak og satsingar i fylket. Informasjonen er henta frå saksdokumenta som teksten framfor er utdrag frå, samt frå fylkesplanen, andre skriftlige kjelder og intervju. Det er i mange tilfelle eit flytande skilje mellom i kva grad det er tale om eit konkret tiltak eller ei generell satsing. Ordet *tiltak* er valt nytta i denne teksten, men i enkelte tilfelle kan det altså vere meir generelle satsingar. Inndelinga i kategoriane er basert på ei vurdering ut frå eksisterande beskrivingar og målsettingar. Nokre av tiltaka har eigenskapar som klart passar til fleire kategoriar, og er såleis lista opp fleire stadar. Nokre tiltak kan ha eigenskapar som ikkje framkjem i beskrivingane. Vidare vil dei kunne virke på andre områder utan at dette er uttalte målsetnader. Eksempelvis ved at auka kunnskap også kan føre til endring i haldningar. Såleis er tabellen eit oversyn kor dei ulike tiltaka er prøvd plassert i kategoriane, men kor detaljar vil kunne vere gjenstand for diskusjon.

Sist i tabellen er tiltaka/satsingane frå kapittel 4.3 *Andre virkemiddel* sett inn. Her er aktøren oppført i parentes.

Tabell 4.3 Eit stikkordsbasert oversyn over tiltak og satsingar fordelt i kategoriar. Fyrste delen er tiltak frå dei ulike programma i temaet næring og læring i fylkesplanen. Siste delen er henta frå andre virkemiddel som fell utanfor fylkesplanen. Nokre av tiltaka har overlappande verknader, og er såleis lista opp i fleire kategoriar.

Program	Produktutviklande	Kompetansefremjande	Nettverksbyggande	Haldningsskapande
Kompetanse og opplæring	-Ungdomsbedrifter	-Entreprenørskap i skulen -Ungt entreprenørskap -Kompetansereforma/kompetanseutvikling -Fyrtårn Stryn -REAL-metodikk	-Samarbeid skule/hæringsliv -Partnarskapsavtalar	-Entreprenørskap i skulen -Ungt entreprenørskap -Fyrtårn Stryn
Nyskaping og omstilling	-Elektronisk handel i SMB -Designprosjekt -Marin vest -SMB kompetanse	-KIFT – kunnskapsintensive forretningsmessige tenester -Omstilling Bremanger -Industri i omstilling -Det maritime S og Fj. -Alkymisten -Fjord Innovasjon -FRAM -Nettverksprosjekt (REAL) -SMB kompetanse -Forum for styrearbeid	-Næringshagar/kunnskapspark og miljøbygging -Alkymisten -Fjord Innovasjon -Marin vest -Det maritime S og Fj. -SMB kompetanse -Kompetansestover	-Omstilling Bremanger -Industri i omstilling
Fiskeri og havbruk	-Nye artar -SAMS -Detox -Havbruksplan	-SAMS -Havbruksplan -Detox -Kartlegging av moglegheiter	-Nettverksklynge -Arbeidsgruppe for laks og havbruk -AquaNor -NorFishing	-Rekruttering -Jenteleir
Energiproduksjon olje/gass og mineralressursar	-Naturgass -Alternativ energi -Tampen i Florø -Rutilnett -Talknett	-Kartlegging av ressursar -IFE prosess -Rutilnett -Talknett	-Styrking av nettverk	-Lokal verdiskaping
Reiseliv	-Auka marknadsføring -Fellestiltak i reiselivet	-Statistikk og effektmåling	-Fjord Norge og S og Fj. Reiselivsråd -Fellestiltak i reiselivet -Koordinering av reiselivet (portal)	
Landbruk og bygdeutvikling	-Nye landbruksnæringar -Kashmirgeit (pilotpr.) -Mjølkeprosjekt -Småfeprosjekt -Naturbruksprosjekt -Nisjar -Utmarksatsing	-Kompetanse utvikling -Bygdeutviklings programmet -Driftsplanlegging -Kashmirgeit (pilotpr.) -Mjølkeprosjekt -BAMA-prosjekt -Naturbruksprosjekt	-Samarbeidstiltak -Bygdeforum -Fjellsamarbeid	-Bygdeutviklings programmet
Andre virkemiddel	-Norsk Gardsmat (FM) -Etablerarstipend/låneordningar m.m. (SND) -Næringsretta høgskulesatsing (HISF) -Næringerstatar/fond (kommunane) -Utmarksbasert reiseliv (Bondeorg.) -FoU aktivitet (Næringslivet) -Fjordinvest (finansieringsins.)	-Framtidsretta landbruk (FM) -Skattejakta i bygde-Noreg (FM) -Kunnskapspreiing (Fiskeridir.) -Kunnskapsparken (SIVA) -Jobbskapingsprosjekt (Aetat) -Næringsretta høgskulesatsing (HISF) -Bygdefolkets studieforbund (Bondeorg.) -Opplæring (Fiskarorg) -FoU tiltak (Reiselivsorg.) -FoU aktivitet (Næringslivet) -Etableringsoppplæring/konsulenttenester (Etablerarsenter og konsulentverksemder)	-Norsk Gardsmat (FM) -Utviklingshonorar til næringshagar (SIVA) -Kunnskapsparken (SIVA) -Næringsretta høgskulesatsing (HISF) -Utviklingsfellesskap (kommunane) -Div samlingar (bondeorg.) -Nettverk (Reiselivsorg) -Samanslutningar (Næringslivet)	-Jobbskapingsprosjekt (Aetat) -Tilrettelegging (kommunane) -Tilbakeflytting (finansieringsinst.)
Sum	30	42	28	12
	Aktive	←-----→	Passive	

Summen er talet tiltak og satsingar i dei ulike kategoriane. Det er flest *kompetansefremjande* tiltak, så følgjer *produksjonsutviklende* og *nettverksbyggande*. Færrest tiltak er oppfatta som *haldningsskapande*. I sum utgjer dei haldningsskapande tiltaka litt under ein tredjepart av dei kompetansefremmande. Nyttå som eit oversiktsbilete syner tabellen at det er ei overvekt av aktive tiltak. Arbeidet har ikkje sett på effektane eller storleikane av dei ulike tiltaka, fordi det er svært krevjande å kople desse. Derimot er det opplagt at nokre av tiltaka i tabellen er langt større og meir effektfulle enn andre. Som vist er dei haldningsskapande tiltaka få. Derimot treff satsinga mot skular mange unge, og kan på sikt få stor effekt. Likeins kan eksempelvis etablerarstipend, som er eit direkte tiltak, vere særskilt effektfullt.

Temaet næring og læring har to tverrgåande program –*Kompetanse og opplæring* og *nyskaping og omstilling* – medan næringane; fiskeri og havbruk, energiproduksjon - olje/gass/mineral, reiseliv og landbruk/bygdeutvikling har dei fire andre programma. Tabellen syner ein svak ulikskap i fordelinga av tiltaka/satsingane. Dei tverrgåande programma har i hovudsak noko fleire tiltak i kvart program. Vidare er tiltaka relativt litt meir passive enn i næringsprogramma. Dei næringsretta programma representerar viktige næringar i fylket, men strukturen medfører at industrien fell litt mellom to stolar.

Dei ulike virkemiddela kan ha effektar som verkar på kvarandre. Reiseliv og landbruk kan nyttast som eit døme. Det er ei tydeleg kopling mellom felles interesser til desse to næringane. Virkemiddela som rettar seg mot dette området sorterer under eit sett med aktørar, to ulike tema, fleire program, og endå fleire tiltak. For å oppnå ein effektiv bruk av ressursane krev dette mangfaldet at målsettingane er klart definerte, og at tiltaka er godt koordinerte.

Det samla talet tiltak og satsingar i tabellen er *mellan 80 og 90*. Då er dobbeltføringane i kategoriseringa fjerna, men dobbeltlistingar kan førekome. Det er ein fare med denne storleiken at anten mange små tiltak forsvinn i mengda, eller verkar opp på kvarandre utan at resultatet aukar tilsvarande. Vidare at tiltaka i for liten grad blir målretta mot dei områda fylket har særskilde føremoner for næringslivet i framtida.

5 Case I: Maramelk AS ved Berit Bergset

5.1 Innleiing

Berit Bergset mottok først eit mindre etablerarstipend for å nærmare utgreie planar og moglegheiter knytt til hestehald på Nordsida¹¹ i Stryn kommune. Gjennom denne prosessen vart ho introdusert for Alkymisten som ho deltok på i 2002. Ideen vart der vidareutvikla, og i etterkant mottok ho eit etablerarstipend for å skipe verksemda Maramelk AS.

Maramelk AS produserar mjølk frå hest, pakka og levert som fryst vare. Den har høg pris, og blir selt som eit kuriøst produkt til bruk i kaffi, kakao o.l, samt som eit helseprodukt basert på mjølka sin særegne eigenskapar. Vidare tilbyr ho avl, samt opptrening av hestane og føla som er leigde inn til produksjonen. Då denne undersøkinga vart gjennomført hadde ho eit produksjonsapparat med omkring 10 hestar, samt at ho hadde tilsett ein praktikant.

5.2 Utveljing av case-verksemda

Alkymisten er eit satsingsområde for SND i Sogn og Fjordane, og det var ynskjeleg å sjå nærmare på ei verksemde som hadde etablert seg i etterkant av deltakinga. Programmet har som hovudmålsetnad å medverke til auka nyskaping hjå ungdom i fylket, og å hjelpe ungdom fram til etablering av lønsame verksemder. Det består av tre samlingar med ein idéfase, ein utviklingsfase, og ein utprøvingsfase. Deltakarane får ein individuell rettleiar undervegs (henta frå det private næringslivet). Viktige moment i programmet er å utveksle kompetanse og idear, opprette profesjonelle samarbeid, og å utvikle eit entreprenørskapsmiljø. Vidare skal programmet gi rom for ein fleksibel bruk av etablerarstipend.

Utvalskriteria for Alkymisten blei frå SND oppsummert med at ideen måtte representere ein risiko. Det var slik sett ikkje tilfredsstillande med berre ein god forretningsidé dersom verksemda hadde for lav terskel til å etablere seg. Grunnlaget dei ofte nyttar var at prosjektet måtte vere av ein karakter som fall under kriteria til andre stønadsformer, og der dei såleis kunne rekne med vidare samarbeid i etableringa, då gjerne gjennom eit etablerarstipend. Det var vidare krav om at prosjektet måtte representere noko nytt. I praksis vart omgrepene ”nytt” sett på som tilfredstillande om produktet var nytt i fylket/nærømrådet. Søkjrarar som ville starte verksemder basert på eksisterande kunnskap/teknologi, men som ikkje var å finne i fylket/nærømrådet var difor i målgruppa til Alkymisten. Faktorar knytt til sjølve produktet vart oppsummert med nyskaping, innovasjon og risiko.

Utveljinga var vidare basert på nokre kriterium knytt til personen som skulle delta. Fyrst og fremst var det eit alderskrav, då programmet er tiltenkt ungdommar mellom 18 og 29 år. Vidare var høg utdanning sett på som positivt, utan at dette trong vere innan same feltet som produktet dei skulle utvikle. Siste kriteriet som talde i positiv retning for utveljinga var tilbakeflytting eller innflytting til fylket. Det vart oppsummert med at desse ungdommane var

¹¹ Nordsida er ein mindre tettstad nord for Nordfjorden i Stryn kommune. Dagligtaleni lokalmiljøet omtalar derimot gjerne også tettstadane/bygdelaga i kring som Nordsida. Då i den vidare tydinga ”ut på nordsida”, og altså ikkje knytt direkte til den spesifikke staden.

framtidssretta for samfunnet. SND måtte også ha tru på etableraren sine personlege eigenskapar og kvalifikasjonar. Korleis denne utveljinga gikk føre seg vart ikkje spesifisert vidare enn at personen måtte gjenspeile dei kvalitetane som SND meinte ein etablerar trorg.

I Sogn og Fjordane vart Alkymisten oppstarta i 2001. Frå denne runda var to etableringar interessante som case verksemder til denne kartlegginga. SND meinte derimot at dei hadde vore flinkare i utveljingsprosessen til den andre gruppa (2002). Ein eventuell fordel med å velje ei verksemd frå den fyrste gruppa var at desse hadde drive ein lengre periode, og derav var det lettare å vurdere kor vidt dei såg ut til å lukkast eller ikkje. Ein del av verksemndene frå 2002-gruppa var derimot også komne godt i gong. Desse var plukka frå eit breiare sokargrunnlag, og som ein følgje av ein grundigare prosess. Gruppa frå 2002 var difor i heilskap også meir representative for dei deltagarane som var meint å vere med på Alkymisten.

Frå runda i 2002 vart fire verksemder dregne fram som gode case til kartlegginga. Utifrå kriteria for både produktet og personen, utmerka Berit Bergset frå Stryn seg som ein "typisk" deltagar. Etter konferering med SND vart det difor bestemt å sjå nærmare på Berit Bergset, og verksemda "Maramelk AS" som case.

5.3 Virkemiddelapparatet

5.3.1 Alkymisten

SND meinte dette var ei spennande satsing på noko nytt, og dei hadde sett det som viktig å vere med på prosjektet gjennom å gje Berit plass i Alkymisten. Produktet var kuriøst med ein høg pris, og dei meinte det var eit uttalt behov for eit slikt produkt frå fleire hald. Det var viktig at Berit hadde flytta attende til Stryn, og at ho hadde med seg ei utdanning som automasjonsingeniør. SND meinte Alkymisten i etterkant hadde vore nyttig for etableringa.

5.3.2 Etablerarstipend

Etablerarstipendet vart frå SND sett på som ei avgjerande finansieringskjelde til etableringa. Ein av tinga som hadde gjort prosjektet særskilt interessant å støtte var at det også vart tilbydd ein totalpakke til hesteeigarar. Hesteeigarane kunne velje kor mykje dei skulle legge i opptreninga av følet; om dei skulle temje det, ta det på utstilling osv. Slik sett stod verksemda ikkje berre for stell av merra, men ytte og ulike tenestar. Dette var ein heilt annan marknad enn den mjølka retta seg mot, og til saman noko heilt nytt.

Sjølv forretningsplanen meinte sakshandsamaren hjå SND hadde vore god, men at det hadde vore knytt noko uvisse til distribusjonen. Generelt sett meinte han at forretningsplanar frå Alkymist-deltakarar som søkte etablerarstipend var "eit heilt hakk" betre enn andre, og det synte at dei hadde jobba grundig med ideane sine.

5.3.3 Stryn kommune

Stryn kommune hadde kontakt med Berit også ei tid før ho starta på Alkymisten, og var difor med på den fyrste inngangen til prosjektet. Dei hadde såleis vore medverkande til å opprette ein dialog innover til virkemiddelapparatet. Vidare hadde dei vore medverkande i

utarbeidings av søknaden om etablerarstipend. Generelt meinte sakshandsamaren at kommunen med sin lokale kunnskap var eit viktig mellomledd for å skape slik kontaktar.

Eit anna moment sakshandsamaren trakk fram var lokalmiljøet på Nordsida. Dette var særmerkt gjennom at bygdelaget hadde ein stor grad av tilbakeflyttarar, samt at miljøet og personane skapte grunnverdiar knytt til dognadsånd og verdiskaping. Han meinte det hjelpte mykje i ein etablerarsituasjon å vere i eit slikt miljø.

5.3.4 *Næringsmiddeltilsynet*

I etableringa av Maramelk AS hadde næringsmiddeltilsynet vore involverte på eit tidleg stadium med rådgjeving til produksjonen og rettleiing av bygningstekniske løysingar. Produksjonen av mjølk frå hest var eit uvanleg tilfelle. På nokre av områda var det ingen retningsliner for slik produksjon, og på andre måtte dei nytte eksisterande regelverk med tillemping. Det gjaldt eksempelvis krav til mjølkerom.

Generelt vart det sett på som svært viktig at dialogen mot næringsmiddeltilsynet vart tidleg oppretta. Dei såg ofte at prosjekt hadde gått gjennom ein lang etablerarfase, og med monaleg støtte frå det offentlege, utan at næringsmiddelkrava var avdekka. Overraskingane vart då gjerne ubehaglege for alle partar, og det tok lang tid i sluttfasen til etableringa. Særskilt viktig var dette når bygningstekniske løysingar skulle utarbeidast, eller om nye produkt eller produksjonsmåtar skulle takast i bruk. Dette fordi det var kostbart å endre på det som allereie var bygd, og fordi næringsmiddeltilsynet måtte få tid til å innhente informasjon omkring ein ny produksjon.

5.4 *Nettverk*

To av medlemmane i styret til Maramelk AS er henta frå deltakinga på Alkymisten. Dette gjeld styreleiaren, som var faglig rettleiar under programmet. Ho kjente såleis heile etablerarprosessen og visste kvar utfordringane låg. Den andre var deltakar i Alkymisten saman med Berit. Ho har dei same interessene, og har god kjennskap til hestemiljøet. I tillegg til å vere samtalepartnar fungerar ho difor også som ein kontaktperson til formidling av hestar.

Både Berit og dei andre aktuelle informantane meinte at Alkymisten er ein viktig arena for bygging av nettverk mellom etablerarar. Der møtte dei etablerarar i same situasjonen som kunne vere samtalepartnarar, og dyktige fagpersonar i virkemiddelapparatet og næringslivet.

Ho hadde vidare oppretta kontakt med andre produsentar av hestemjølk, samt potensielle kjøparar. Under Alkymisten fekk ho også stønad til ein studietur for å sjå korleis dei produserte slik mjølk i utlandet.

5.5 *Kompetanse*

Berit og dei andre aktuelle informantane meinte at Alkymisten var ein lærerik prosess. I hovudsak gjekk dette på tilgongen til brei kompetanse om lover og reglar, støtteordningar, marknaden, korleis dei skulle prioritere arbeidet, målgrupper, kva som var riktig storleik på prosjektet osv. Dessutan var det muleg å stille alle slags spørsmål utan at ein vart oppfatta som ”dum” eller uvitande. Dei møtte også andre etablerarar dei kunne diskutere ideen med.

Det var verdifullt at forretningsplanen vart grundig utarbeidd under desse rammene. For Berit gjorde dette at ho oppfatta forretningsplanen sin som god.

Ei meir generell ulempe styreleiaren trekte fram var at programmet i Alkymisten hadde ein forholdsvis stram framdriftsplan. Dette gjorde det vanskelig å skape ei individuell tilrettelegging om nokre trøng meir tid til å jobbe med enkelte problemstillingar.

Eit moment i etableringa til Berit som bydde på nokre problem var ein avtale knytt til distribusjonen. Eit selskap skulle kjøpe opp mjølka, og kontraktforhandlingane mellom dei hadde ikkje gjeve resultata som Berit ynskte. Ho hadde tidleg meint at dette ikkje var rette vegen å gå, men ho tolka oppfordringane slik at ho burde inngå distribusjonsavtale. All den tid ho var avhengig av den økonomiske stønaden følgde ho også opp dette. Her hadde ho hatt behov for meir hjelp frå SND. For å finne ei løysing vart ho råda til å hente inn ein konsulent. Det var dyrt, og ho hadde ikkje økonomi til å fullføre dette kompetansekjøpet. Resultatet var at kontrakten blei utilfredstillande. Styreleiaren sakna ein større grad av oppfølging internt i SND i denne saka. Ho etterlyste informasjon om korleis dei tenkte, og kva grep som kunne gjerast i deira system då forhandlingane stod fast. I etterkant gjekk Berit ut av denne avtalen og distribuerar no mjølka sjølv.

I etablerarstipendet var det øyremerka 15 timer konsulenthjelp frå Mentor til å ferdigstille prosjektet. Dette var for så vidt bra, men Berit såg nytten som avgrensa. Ho hadde heller ikkje visst om dette då ho kjøpte konsulenthjelp. I alle tilfelle var to dagar lite tid for ein konsulent til å setje seg inn i problemstillingar, og det ville krevje tett oppfølging frå ho sjølv. Dette tok av tida hennar, og ho meinte verksemda var betre tent med å disponere slike midlar sjølv. Det var difor viktigare å kanalisere mest mogeleg av midlane direkte ut til etablerarane, for dersom likviditeten var god så var ikkje tilgongen på kunnskap eit problemet. Ho hadde derimot hatt ein pressa likviditet, og hadde ikkje hatt råd å kjøpe den hjelpa ho faktisk trøng, når ho trøng den. På eit overordna plan meinte ho at SND i stor grad styrte midlar til ulike føremål som etableraren måtte følgje opp. I hennar tilfelle var dette ineffektivt, og kunne vore gjort betre.

Styreleiaren meinte det ville vore meir tilfredstillande om verksemda fekk tilgang til dyktige betalte styreleiarar det fyrste året. Problemet for ein konsulent var å skaffe seg oversyn. Ein styreleiari var derimot med i heile etableringsprosessen, og kjente verksemda sine utfordringar på ein betre måte. Dessutan var det styreleiaren si oppgåve å ta stilling til enkelte problem som dukka opp undervegs. Slik sett var styreleiaren i ein viktig posisjon, og gjennom den føreslegne ordninga ville dette fungere betre enn konsulenthjelp. Enkeltmannsføretak utan ei definert styreleiarrolle ville ha nytte av at ein fast person kunne rådspørjast undervegs. Dessutan var det ikkje dumt at også desse verksemdene jobba etter ei arbeidsform meir lik eit aksjeselskap. Slik fekk dei betre oversikt, og betre trening i å strukturere arbeidsforma.

Næringsmiddeltilsynet hadde ei rolle som kunnskapsleverandør i produksjonsprosessen. Dei var medhjelparar i utarbeidninga av både mjølkeromet og rutinane for pakking og nedkjøling. Produktet er vidare underlagt retningslinjene til næringsmiddelprodusentar, som mellom anna krev prøvetaking av mjølka. Det er vidare krav om internkontroll med oppfølging gjennom rapportering og stikkprøver. Samt krav til dyrehelsa med helsekort på kvar hest, og gode rutinar opp mot praktiserande veterinærar.

5.6 Finansiering og økonomi

Mjølka er sett på som eit spanande produkt i marknaden, og har ein høg pris. Grunna sitt særeigne innhald av næringsstoff, og at den er svakt antiseptisk, ser Berit på helseproduktmarknaden som eit viktig segment. Etterkvart som ho klarar å etablere eit godt kundegrunnlag vil difor potensialet vere stort. Såleis meinte Berit at økonomien i verksemda ville bli solid.

I etableringa var utbetalingane frå SND fleire månader forsinka. I framdriftsplanen var det utarbeida eit budsjett ho skulle følgje. Berit sa opp jobben sin for å satse på produksjonen, og då utbetalingane ikkje fylgte denne planen oppstod det nokre problem. For å halde planen måtte ho byrje å investere, og tilbakemeldingane var at ho skulle få stønad når som helst. Innan så skjedde var det kome store kostnader, og ho investerte utan å vite kor mykje stønad ho faktisk ville få. Vidare var det likviditet ho trong meir enn noko, men ho var forsiktig med å presse for hardt då ho var redd det kunne oppfattast som negativt. I klare ord meinte ho at i perioden dette stod på var ho nære å gå konkurs. På den andre sida var det ein stor fordel at ho ikkje trong sette garantiar i verksemda sine eigendelar når ho fekk etablerarstipend. Denne tryggleiken vart sett på som viktig.

5.7 Produktutvikling og produksjon

Berit mottok som tidlegare nemnt først eit mindre etablerarstipend for å nærare utgreie planar og moglegheiter knytt til hestehald. Sjølvé ideen til produktet, som for så vidt ikkje er ukjent andre stadar i verda, hadde ho fått frå eit oppdrettarkurs, og den hadde så utvikla seg over tid. Motivasjonen hennar låg i moglegheitene til å kunne drive med hestar samstundes som ho fekk ei inntening frå mjølkeproduksjonen.

Det var nokre utfordringar i oppstartsfasen, men etterkvart som dei bygningstekniske løysingane vart ordna, rutinane med nedfrysinga av mjølka kom i orden, og hestane vart vande, hadde denne delen gått greitt. Ho arbeider no med planar om å også kunne tilby produktet sitt som tørrmjølk.

5.8 Marknadsføring

Det er tungt å trengje inn på marknaden med eit så nytt og uvanlig produkt som hestemjølk, og Berit hadde difor særskilt fokus på marknadstenking. Styreleiaren meinte denne delen fort vart undervurdert frå dei som stod på utsida av verksemda, og generelt sett etterlyste ho meir marknadstenking i Alkymisten.

Fleire drog fram at Berit hadde fått stort gjennomslag i media. Sjølv meinte ho at eit innslag i NRK Sogn og Fjordane hadde hatt størst positiv innverknad på verksemda sin suksess, alt sett under eitt. Etter innslaget hadde fleire riksdekkjande media nytta dette, og endå til BBC hadde laga innslag om ho. Dette var særstakt positivt, og ho trong ikkje lenger å forklare kva ho dreiv med, for ”alle” hadde hørt om det. Reklameverdien av innsлага vart sett på som langt høgare enn midlane selskapet hadde fått tilført. Ho understreka derimot at denne nytten var på lang sikt.

Journalisten som laga saka i NRK Sogn og Fjordane meddelte at innslaget kom i stand som følge av eit tips. Ved oppmøte vart det føreslege at dei skulle lage ein morosam vri, og dette viste seg å vere ein av årsakene til at innslaget vart nytta av riksmedia. Den andre årsaka ho drog fram som heilt avgjerande var Berit sin person. Kva dimensjonar eit slikt innslag tok, og då særskilt med tanke på kanalar utanfor Song og Fjordane, var dels knytt til flaks. Det måtte klaffe for opptaket, og det måtte vere plass til innslaget. Altså kunne kombinasjonen av eit godt innslag og eit roleg nyhendebilete vere avgjerande. Intervjuobjektet si evne til å formidle stoffet var derimot ikkje basert på flaks. Denne delen var særsviktig, og altså den faktoren som det til ei viss grad var mogeleg å styre. Ho meinte difor at ein etablerar som ville prøve å ”selje saka si” gjennom media, med fordel kunne tilegne seg kunnskap om korleis ulike mediekanalar tenkte og jobba. Det var langt frå alle som handterte dette like godt som i Berit sitt tilfelle, men det kunne til ein viss grad lærast.

Vedlegg 8.1 er ei faksimile frå Bondebladet 23.10.03 som syner noko av Berit si marknadsføring gjennom media.

5.9 Oppsummering og drøfting

Berit er overtydd om at verksemda vil gå bra. Ho har stor tru på ideen, og ho presiserer at dei positive sidene frå verkemiddelapparatet er vel verdt å få med seg. Samla oppsummerte ho at SND sitt engasjement var bra i oppbygginga av forretningsideen, og tilgongen på kunnskap og nettverk var nyttig. Dette var hovudsakelig tilført gjennom Alkymisten. Finansieringa og hjelpe i etterkant var derimot lite samsvarande med forventningane. Dei andre aktørane oppsummerte ho som ein sum av positive erfaringar. Av desse trekte ho fram dei to i styret som særsviktige samarbeidspartnarar. Vidare meinte ho at medieomtalen gjennom NRK Sogn og Fjordane hadde hatt størst innverknad på verksemda sin suksess, alle sett under eitt.

For SND er kritikken kanskje nettopp den beste indikatoren på at dei har treft riktig person. Dersom vi går attende og ser på teorien omkring entreprenørskap så er det drivkrafta for å få fram sin eigen idé, å vere best, handlingsorientert og problemorientert, som kjenneteiknar entreprenøren. Dei veit kva dei vil, og dei tek til seg den hjelpe dei har nytte av på vegen. Derimot er alle hindringar og gjeremål dei oppfattar som unødvendige og påtrengde ein byrde. Krava som fylgte med ytingane var oppfatta som negative. Den faglege stønaden og oppfølginga i dei vanskelege spørsmåla var sett på som mangelfull. Likevel pleia ho sitt forhold til virkemiddelaktørane med omhug, fordi det resulterte i pengane som skulle til for å realisere ideen.

Dei andre informantane har ei meir balansert framstilling av korleis virkemiddelapparatet virka på etableringa. Det kan forklarast med at dei ikkje har den same innlevinga og motivasjonen som etableraren har. Dette er for så vidt som forventa, og bygger difor godt under etableraren sine synspunkt.

Ei mogeleg årsak til at Alkymisten fekk ros, medan den vidare oppfølginga vart kritisert, kan vere at kunnskapsbehovet er breiare og meir generelt tidleg i etableringa. Etter kvart som verksemda tek form vil målet vere klarare, og problema som skal løysast får meir konkret karakter. Ein går då vekk frå generell opplæring innan bedriftsetableringa og over til forretningsmessige spørsmål knytt direkte til verksemda. Noko av denne kunnskapen har i case-verksemda kome på plass gjennom andre aktørar, til dømes næringsmiddeltilsynet.

For å hjelpe på dette er det føreslege å innføre ei ordning kor etablerarane får tilgang på dyktige (betalte) styreleiarar fyrste året. Dei får då éin person med den naudsynte forretningsmessige ballasten å støtte seg til som betre kan ivareta behovet for konkret kompetanse knytt til utfordingar i den enkelte verksemda. Dette kan og gjere etableraren betre på marknadstenking utan at for mykje fokus vart teke vekk frå sjølve produksjonen.

Eit anna moment case-verksemda avdekkar er nytten av å lære etablerarar korleis dei skal handtere media. Gjennom tilførsel av slik kunnskap blir dei betre til å formidle produktet sitt som ei historie, og kan få nyttig publisitet. Dette kan og virke inn på heile marknadsførings-/marknadstilpassingsprosessen. Når ein jobbar intenst og lenge med eit prosjekt kan det vere problematisk i neste omgang å skulle fortelje om det i korte trekk, og på ein slik måte at folk forstår bodskapen. Slik lerdøm kan difor gjere marknadsføringa lettare.

Vidare er det sett lys på kommunane si rolle tideleg i etableringsfasane. Virkemiddelapparatet kan oppfattast som stort og uoversiktig, samt at enkelte kan føle at deira idé ikkje passar inn i dei ulike tiltaka og programma. Her kan difor kommunane vere støttespelarar for den fyrste fasen i utviklinga, og for å opprette kontaktar i dei rette kanalane i virkemiddelapparatet.

Sist er nytten av tideleg å involvere andre former for etatar som skal gi ei godkjennung blitt poengert. I case-verksemda sitt tilfelle gjaldt det næringsmiddeltilsynet, men innspelet kan naturligvis overførast til etatar som arbeidstilsynet og andre sakkunnige.

I rapporten *SND og bedriftsutvikling –rolle, virkemidler og effekter* gjorde Hauknes et. al. (2000) ei evaluering av SND sine bedriftsretta tiltak. Noko av kritikken dei fann hjå sine verksemder var at dei etterlyste auka fokus på kunnskap om generell bedriftsetablering, lang sakshandsamingstid, lite intern kommunikasjon i SND, og at organisasjonen var lite proaktiv i identifisering og løysing av verksemdene sine utfordingar. Det skal framhevast at dei konkluderte med at SND samla sett gjorde ein bra jobb, og eit av dei positive funna var at verksemdene ikkje trøng garantere finansieringa i sine eigendelar.

- ✓ Erfaringane frå caset Maramelk AS syner at den generelle kunnskapen har fungert særskilt godt. Alkymisten er såleis eit tiltak som gav god rettleiing til etableringa.
- ✓ Sakshandsaminga tok noko tid, men det er ikkje grunnlag for å meine at dette er vanlig praksis. Det viser derimot at i etableringar er det viktig at virkemiddelapparatet følgjer opp prosessar som går raskt.
- ✓ Det var særskilt styreleiaren i Maramelk AS som etterlyste intern kommunikasjon i SND, og det kan tyde på at denne var mangefull. I alle tilfelle vart den oppfatta slik, og ein eventuell kommunikasjon vart ikkje formidla ut til etableraren.
- ✓ Den proaktive rolla er vanskelig for ein institusjon som SND å oppfylle til fulle. Det er mange saker og mange spørsmål å ta stilling til. Det er likevel eit viktig område for etablerarane, og det er føreslege å gi stønad til ein dyktig styreiar i oppstarten for å fylle denne rolla betre.
- ✓ Vidare var det også viktig i etableringa av Maramelk AS at den økonomiske stønaden ikkje kravde at verksemda måtte garantere i sine eigendelar.

6 Case II: Jetteturar ved Jorunn Heggdal

6.1 Innleiing

Fjordinnovasjon er eit entreprenørskapsprogram for gründerar/entreprenørar og småbedrifter. Programmet, som er etablert og blir gjennomført av SND Sogn og Fjordane, er eit resultat av organisasjonen sine fornya strategiar. Nyorienteringa går ut på eit engasjement:

- frå rein finansiering til støtte i tidleg fase av etableringa/nyskapinga
- for å dreie rolla ”mot ein offensiv utviklingsrolle”
- for å auke tal vellykka etableringar
- for å bidra til at fleire kommersialiseringar lukkast

Hovudmålet med programmet er å auke entreprenørane si evne til å realisere eigen forretningside og bidra til innovasjon og nyskaping i etablerte småbedrifter. Fjordinnovasjon skal også bidra til å nå målet i fylkesplanprogrammet nyskaping og omstilling.

Målgruppa for kurset (programmet) er gründerar/entreprenørar som har ein forretningside og som ønskjer å utvikle denne fram til kommersialisering. Målgruppa kan ha sitt utspring i etablerte bedrifter, offentleg sektor eller som sjølvstendige personar. Krava til deltakarane er at dei må ha ein forretningside med utviklingspotensiale. Dei må også ha vilje og tid til å delta i heile kurset, og inngå ein forpliktande deltakaravtale. Dessutan er personlege eigenskapar viktig, m.a. må ein kunne jobbe i team.

Programmet starta opp i år 2002 og hadde plass til 12 deltakarar. Delmåla for programmet er at:

- det vert etablert minimum 5 nye bedrifter/ forretningsområde eitt år etter avslutta prosjekt
- det vert etablert ytterlegare 3 nye bedrifter/ forretningsområde to år etter avslutta prosjekt
- det vert danna nettverk mellom deltakarar og andre aktørar
- ein utviklar og tar i bruk ny kunnskap om entreprenørskap

Kurset består av tre samlingar kvar på to dagar for deltakarane. På desse samlingane arbeider ein både i team og individuelt med ein rettleiar. Gjennom teamarbeidet utvekslar ein erfaringar og idear, og lærar av kvarandre. I den individuelle delen får ein hove til å utvikle ein handlingsplan for sitt eige prosjekt.

6.2 Utveljing av case-verksemd

Etter møte med fleire tilsette ved SND Sogn og Fjordane mottok vi forslag til fire aktuelle kandidatar (case) på prosjektet Fjordinnovasjon. Desse vart valt ut frå kriteria: stor sjanse for å lukkast, og personar som sannsynlegvis ville vere positive til å delta i denne type undersøking. Totalt skulle undersøkinga omfatte 2-3 case. Oppgåva vart dermed å velje ut ein av desse fire frå Fjordinnovasjon.

For å få eit breiare grunnlag for val av case gjennomførte vi eit intervju med prosjektleiar for Fjordinnovasjon, Jan Flølo. Han hadde ikkje tatt del i SND sitt utval av aktuelle kandidatar. Vi bad Flølo nemne deltakarar som han meinte hadde gode sjansar for å lukkast. Han kom

opp med namn på tre deltarar. To av desse var også med på SND si liste. Dermed sto valet mellom desse to. Begge hadde prosjekt/bedriftsetablering innan reiseliv. Vi valte Jorunn Heggdal i Flåm. Valet vart gjort ut frå at Flåm/Nærøyfjorden er den mest besøkte destinasjonen i fylket og at lokalsamfunnet har sett fokus på mobilisering og nettverksbygging for eit berekraftig reiseliv med Aurland Natur- og Kulturav og Fjordarv i spissen. Dessutan har Vestlandsforskning hatt (og har) anna prosjektaktivitet i området.

6.3 Bakgrunn

Jorunn Heggdal er oppvaksen i Flåm og starta allereie som 17 åring eiga frisørsalong. Ho er såleis vand med å ta ansvar for å utvikle og skape ting sjølve. På 1990-talet var ho aktiv i lokalpolitikken både som medlem av heradsstyret og formannskapet i Aurland kommune. I perioden som lokalpolitikar vart ho involvert i drøftingane om framtida for Flåmsbana. Dermed vart ho også engasjert i kva turismen har å seie for bygda. Ho utvikla tankar om korleis reiselivet burde utviklast vidare på bygda og innbyggjarane sine premiss. Samstundes såg ho at kulturlandskapet gror igjen – det skremmer ho. Koplingane mellom jordbruket og reiselivet er openberr for Jorunn:

"Eg har meint at det var feil å berre satse på tog og båt for turistane. Eg har ønskja å utvikle turismen til noko meir ut frå moglegheitane i natur- og kulturlandskapet her. Men kor skulle eg starte?"

Folk rundt Heggdal som vi har intervjuat, omtaler ho som ein person som tenkjer kvalitet i det ho gjer og satsar heilhjerta. Ho har eit ektefødd engasjement for det ho vil utvikle: natur – og kulturformidling med basis i Flåmsdalen. Ho brenn for verdiane bak produktet, og har ei genuin interesse for dei produkt ho skal utvikle. Ho er også tøff – ein person som kan kjempe. Ho er like fullt ein reflektert person, og responsen frå kundane tyder på at ho er tillitsvekkande. Responsen har vore overveldane positive.

6.4 Forretningside

Heggdal vil bygge eit opplevelingstilbod basert på kulturlandskap, lokalhistorie og naturinformasjon i form av geologi og botanikk. Målgruppa er turistar og andre tilreisande t.d. grupper av tilsette ved bedrifter og organisasjonar. Gjennom kontakt med fleire av dei etablerte reiselivsverksemndene i Flåm vil tilboden verte marknadsført og kundar rekruttert. Framføring og formidling er ein vesentleg del av tilboden. Opplevelinga skal også kunne innehalde det å føle, lukte og smake på, t.d. i form av smaksprøvar av lokale matprodukt. Bruk av gamle ferdelsvegar inngår i produktet. Kundane skal få sjå og høre om kor godt samspelet mellom menneske og natur er utvikla. Gjennom samarbeid med grunneigarar, god innsikt i kulturhistorie, kulturlandskap og naturkunnskap vil ho utvikle eit tilbod av høg kvalitet knytt til den unike Flåmsdalen. Tilboden er sikta inn mot den betalingsviljuge delen av marknaden.

6.5 Støtteapparat

Jorunn Heggdal opplevde det som sers positivt at SND tok kontakt og inviterte ho med på prosjektet Fjordinnovasjon 2002:

"Invitasjonen frå SND til deltaking på Fjordinnovasjon gjorde meg veldig godt – det var ei anerkjening av meg og mine idear".

Andre informantar gjev også inntrykk av at deltakinga i Fjordinnovasjon har vore særslig positivt for Heggdal. Særleg fellessamlingane i Fjordinnovasjon har gjeve Heggdal mykje i

det vidare arbeid med å utvikle forretningsideen. På samlingane presenterte ho ideen sin i eit forum i lag med andre. Ho fekk nyttige tilbakemeldingar, og fekk gjennom programmet også trening og kunnskap i økonomistyring med oppsett av budsjett.

Gjennom deltaking i Fjordinnovasjon fekk Heggdal også tilgang på personleg rettleiing av ein konsulent. Vedkommande har vore til hjelp med å strukturere prosjektet, og kan bidra gjennom sin kompetanse m.o.t. økonomistyring. Derimot signaliserer Heggdal ei viss divergens m.o.t. andre forhold som t.d. samarbeidet med grunneigarane.

Våren 2003 fekk Heggdal etablerarstipend på kr. 150.000 frå SND. Ho ville gjerne ha motteke noko støtte beløp enn dette, men stipendet har likevel vore viktig. Midlane er brukt til ei presentasjonsbrosyre. Vidare har stipendet gitt høve til å besøke og lære av andre som har etablert likande tilbod. Elles har ikkje Jorunn motteke noko form for støtte frå det offentlege verken kommune, fylke eller stat.

Heggdal seier sjølv at ho nok hadde utvikla sine idear utan støtta frå SND, men både etablerarstipendet og deltakinga i Fjordinnovasjon har gitt viktige bidrag til utvikling av prosjektet hennar. Med støtta har ho stått friare økonomisk enn ho hadde stått utan denne hjelpa.

6.6 Nettverk

Heggdal har lagt vekt på å utvikle eit nettverk rundt seg. Ho har også vore opptatt av å gjere guidetilbodet kjent gjennom foredrag og anna informasjon. Jorunn ser det som viktig at folk rundt ho har god kunnskap om kva det dreier seg om. Ho har pleia kontakten med etablerte reiselivsverksemder som Flåm Utvikling og Fretheim hotell. Heggdal vil bidra til at desse aktørane kan marknadsføre Flåm som ein destinasjon med varierte produktilbod knytt til opplevelingar i natur og lokal kultur. Ho har på si side nytte av dei etablerte aktørane ved at dei formidlar kundar til dei turane ho tilbyr. Slik har aktørane i nettverket gjensidig nytte av kvarandre.

Heggdal har også einskildpersonar som viktige støttespelarar. Så som tidlegare ordførar Ivar Bjarne Underdal og noverande ordførar Olav Ellingsen som ho har drøfta sine idear og planar med. Ein nær venninne har også vore viktig på det personlege plan. Heggdal står difor ikkje aleine, men inngår i eit reiselivsnnettverk lokalt. Gjennom stiftinga Fjordarv, som kan verte ein aktuell samarbeidspartner framover, har ho høve til å utvikle dette nettverket ytterlegare.

Det er tatt initiativ til etablering av Fjordarv for å lage nettverk mellom nettverka, mellom nettverk av småprodusentar (ofte bønder) og nettverka av dei større aktørane i reiselivet. Reiskapen til Fjordarv er: kunnskap, informasjon, aktivitetssentral (pakkebord for å setje saman opplevelingar) og berekraftig næringsutvikling. Fokus er på formidling og tolking med høg kvalitet. Ein del av filosofien til Fjordarv er at i møte med turistane skal ein gjennom formidling av natur og kultur sjølv vekse. Eit av føremåla med Fjordarv er å etablere felles kvalitetsmerke mellom dei ulike reiselivsaktørane.

Aurland Natur- og Kulturarv (ANKA) er også ein del av nettverket for utvikling av nytenking omkring grøn verdiskaping. ANKA har to krav for deltaking: 1) kvalitetskrav, 2) lokalisering i Aurland. Stiftinga, som i dag har ca. 35 medlemmer, har allereie skapt ein del resultat. Ein av våre informantar ser det som viktig at Heggdal byggjer nettverk til andre som driv med det same for å bidra til erfaringsutveksling og samarbeid. Det er også viktig med nettverk for

å påverke retninga til det øvrige reiselivet i Flåm. Dei etablerte aktørane bør på si side igjen sette fokus mot prosessar utanfor seg sjølve, mot dei endå større aktørane.

Nettverket rundt Fjordarv og ANKA har fokus på å byggje eit fellesskap omkring:

- verditenkning
- korleis hjelpe kvarandre fram
- utveksle kunnskap i staden for å hegne om kunnskap og idear
- konkurranse i den grad det er positivt

6.7 Kompetanse

Heggdal har tidleg vore bevisst på å tilegne seg kunnskap og kompetanse på fleire felt for å stå godt rusta i bedriftsetableringa. Behovet for kompetanse har også kome som følgje av at Heggdal ønskte å utvikle eit tilbod med høg kvalitet:

"Det vart klart for meg at dersom eg skulle satse på å utvikle ei ny bedrift så vil eg gjere det skikkeleg – det skal vere kvalitet på dei tilboda eg skal tilby. For å klare det måtte eg vite meir."

Gjennom studiar ved Kvinneuniversitet skaffa ho seg leiarkompetanse. Studiet var også viktig for den personlege utviklinga. Ho vart sikrare på seg sjølv og dei ideane ho stod for. Prosjektet Fjordinnovasjon bidrog også til kunnskap om bedriftsetablering, og styrka ho ytterlegare i trua på eigne idear. Ho har og erfaring som sjølvstendig næringsdrivande.

Heggdal sökte også kompetanse innan dei kjerneaktivitetane ho skulle utvikle: natur- og kulturformidling. Difor tok ho til på studium for kulturlandskapsskjøtsel og kulturminneforvaltning ved Høgskulen i Sogn og Fjordane våren 2002. Høgskulestudiet var av stor betydning for utvikling av ideane og forretningsideen. Der fekk ho kunnskap om naturen, kulturlandskapet og den vestnorske kulturhistoria. Ho sökte etter kunnskap om kva som var det spesielle med landskap og flora i Flåmsdalen, og fant ut at den stor artsrikdom på Vidme med ei flora med 139 artar var unik.

6.8 Finansiering og økonomi

I søknad om etablerarstipend har Heggdal utforma både eit driftsbudsjett og eit investeringsbudsjett med finansieringsplan. Driftsbudsjettet er utforma med to alternativ der det eine (aktivitet i 5 månader) kjem ut med eit resultat på ca. 60.000,-, mens det andre (aktivitet i 6 månader) har eit resultat på ca. 85.000.

Investeringsbudsjettet har ein samla sum på kr. 315.000. Planen for finansiering syner at dette skal dekkjast inn gjennom etablerarstipend (235.000) og eigne midlar/lån (80.000). Heggdal fekk eit etablerarstipend på kr. 150.000. Elles har ikkje Jorunn motteke noko form for støtte frå det offentlege.

6.9 Produktutvikling og produkt

Heggdal har vakse opp i Flåm og har i alle år brukt naturen i området i ferie og fritid. Ho er difor godt kjend både i terrenget og blant fastbuande, og ho har eit ektefødd engasjement for lokalsamfunnet, kulturlandskapet og lokalhistoria. Ho ser det som ei utfordring å få turistane til å stoppe opp og oppleve ting, og ikkje berre reise gjennom Flåm. Ho vil difor utvikle

tilrettelagde turar og opplevingar. Saman med den kompetansen ho har erverva seg gjennom studiar på høgskulen i Sogn og Fjordane utgjer dette basisen for produktutviklinga.

Heggdal er oppteken av at ho sjølv må kunne stå for det produktet hos skal selje, det må vere ektefødde idear, meiner ho. Produkta er turar i kulturlandskapet langs gamle ferdselsvegar der ho også tar turen innom gardar. Fjellturar av ulik lengde inngår også. Turane skjer til fots, noko som kan skape utfordingar. Det har vist seg at sjølv godt trent folk kan vere heilt urøynde i ulendt terreng og ha problem med å halde balansen.

Sommaren 2002 starta Jorunn opp med eiga guiding og fekk såleis prøvd ut ideane i praksis, utan å kutte ut frisørsalongen. Oppdraga fekk ho gjennom sitt kontaktnett på Fretheim hotell kor ho har frisørsalongen. Samarbeidet med hotellet, Flåm Utvikling og Fjordarv prosjektet ser Heggdal som viktig for å utvikle ulike typar produkt til turistane. Saman kan tilbodet hos desse aktørane utgjere ein heilskap under paraplyen Flåm.

Heggdal ønskjer, saman med grunneigarane i området, å utvikle opplevingar i kulturlandskapet og på gardane. Deira innsats i form av vedlikehald av kulturlandskap, ferdselsvegar og opne gardstun/gardsbesøk utgjer grunnlaget for utvikling av eit guidetilbod. På nyåret 2003 skreiv ho difor til alle grunneigarane i Flåm og inviterte til informasjonsmøte. Trass møtekollisjon kom det 11 bønder på møtet. På møtet fekk ho god respons på presentasjon av planane sine, og fekk oppretta dialog med kvar einskild. I tida framover har ho ønskje om å skrive avtale med kvar einskild.

Denne etableringa passer inn i det øvrige engasjement SND har i Aurland og Flåm der eit av måla er å få turistane til å stoppe opp ei tid ved å utvikle ulike tilbod lokalt. Slike tilbod vil styrke den lokale verdiskapinga.

6.10 Marknad og marknadsføring

Den aktuelle marknaden er stor. Talet besökande i Flåm er trekvar million per år. Heggdal ønskjer at produkta hennar skal vere tilgjengeleg for alle. Ho vil skape eit tilbod til dei som ønskjer ei spesiell oppleving utanom dei store trafikkårane i kommunen. Turistane som kjem med cruiseskip er ei fokusert målgruppe. Ho ser det difor som viktig å få innpass hos turoperatørane i denne bransjen.

Heggdal sitt nettverk med t.d. Fretheim hotell og Flåm utvikling har ei viktig rolle i marknadsføringa. Desse bedriftene informerer om Heggdal sine produkt til sine gjester og formidlar kundar til ho. Heggdal legg også vekt på å halde nettverket sitt informert og oppdatert om det ho driv med.

Heggdal vil selje sine tenestar slik:

- Gjennom brosjyrar til Fretheim hotell og Flåm Utvikling
- Gjennom Internett under paraplyen www.visitflam.no
- Brosjyrar utlagt på campingplassar, pensjonat og andre stader der turistane er innom
- Gjennom kontakt med reiseselskapa på cruiseskipa for å drive sal om bord

6.11 Kritiske faktorar for gjennomføring

I ei vurdering av dei kritiske faktorane for vidare utvikling og etablering, fokuserer Heggdal på seg sjølv. Ho må syte for at produkta har høg nok kvalitet. Kvalitetssikring av ein uavhengig aktør kan gje anerkjenning, men til sjuande og sist er det kundane som avgjer om produktet er godt nok. Det er det kundane som skal gjere meiner ho. Elles viser ho til kritiske faktorar som:

- velvilje og samarbeid med grunneigarane
- inntening, ho må oppnå ca. kr. 3000 per dag i sum
- korleis ho skal byggje opp verksemda med tilsette

Ho vil møte desse utfordringane m.a. ved å kurse seg i personaladministrasjon. Ho ønskjer seg kompetanse m.o.t. til å lære opp medarbeidarar, og for å kunne velje ut dei rette folka. Vidare skal ho utvikle eit standardisert opplegg for eit tal turar slik at produktet vert det same uavhengig av kven som gjennomfører guidinga.

I ei oppsummering av kva som har vore mest avgjerande for at Jorunn har kome dit ho har i dag etter ei lang prosess er med hennar eigne ord at ”*eg har hatt lyst til å gjere dette, til å skapa noko – eg har alltid likt å skape ting*”.

6.12 Drøfting

Ei evaluering av innovasjon i Sogn og Fjordane utført av Step-gruppen finn m.a. at kontakten og nettverket mellom bedrifter og FOU-institusjoner generelt er svakt utvikla i fylket. I rapporten frå undersøkinga er Indre Sogn omtalt som ein region kor det ikkje er bygd opp relevante organisasjonar som kan stimulere til nyskaping (Aslesen, 2001). Ein slik omtale er ikkje dekkjande for Heggdal sitt prosjekt. Ho har t.d. nytta Høgskulen i Sogn og Fjordane som ei viktig kjelde for eige kompetanseutvikling. Dessutan har ho tilgang til lokale nettverk som har som føremål å stimulere til nyskaping innan grøn verdiskaping, og programmet Fjordinnovasjon har gitt viktige bidrag til etableringa. Vi ser altså at Heggdal gjer bruk av FOU-miljøa sjølv om nettverket og strukturane mellom næringslivet og FOU-miljøet generelt er svakt utvikla. På den andre sia viser dette at det har skjedd forbetringer etter at Step-gruppen laga sin rapport. Både Fjordinnovasjon og Fjordarv har kome til og bidreg til nyskaping og betre kontakt mellom næringsliv og FOU-miljø. Til dømes er det opna for at deltakinga i Fjordinnovasjon gir 10 studiepoeng.

I kapittel 3 har vi omtalt at ein fare for ein entreprenør er at ideen vert kopiert før den har oppnådd ein monopolgevinst. Då fell motivasjonsfaktoren vekk, og prosessen kan oppfattast som mislykka. Dette gjer at entreprenøren er restriktiv i å dele ideen sin med andre. Det kan sjå ut for at Heggdal i så måte har noko til felles med den klassiske entreprenør som er omtalt i litteraturen. Det nettverket ho har etablert dannar verdikjeda for hennar produkt. Ho har god kontakt med grunneigarar, dei som tilrettelegg infrastrukturen for guidinga. Dessutan pleiar ho kontakten med etablerte reiselivsbedrifter som Fretheim hotell og Flåm Utvikling som bidreg til å skaffe ho kundar. Vi ser altså at ho skaffar seg det nettverket ho sjølv har bruk for. Ho vel ut dei som er viktig for ho. Derimot har vi ikkje inntrykk av at ho aktivt byggjer lokale nettverk mot personar som driv med det same som ho sjølv. Andre informantar påpeikar dette også og ser på det som uheldig. Men i forhold til teorien om entreprenørskap kan det vere rasjonelt, sett frå etableraren sin ståstad, å vere litt restriktiv med kven ein delar sine idear med.

Vestlandsforsking har tidlegare kartlagt det næringsmessige potensiale for kvalitetsturisme (Aall m.fl., 2003). I undersøkinga vart ei rekkje daglege leiarar ved ulike reiselivsverksemder intervjua om m.a. kva som skal til for å auke turismen og utnytte næringspotensialet rundt verneområda spesielt (Flåmsdalen ligg i Nærøyfjorden landskapsvernområde). Bedriftene sette då i første rekkje fokus på utvikling av eit differensiert tilbod innan den temabaserte turismen som var tilpassa ulike grupper av turistar, så som ulike natur- og kulturbaserte aktivitetar og opplevingar. Det inneber tilrettelegging som fjellføring og omvising med profesjonelle guidar både i natur og kultur, informasjonssentra, høve til å delta på lokale kulturarrangement, lære om historia, og få kunnskap om korleis folk lever og livbergar seg både no og før i tida. Slike turistprodukt må ha den rette innpakkinga, vere tilgjengelege i fysisk nærliek til overnattingstadene, og dei må marknadsførast godt både lokalt og mot omverda. Dei bedriftene som har avtalar og eit godt utbygd tilbod for slike aktivitetar tykkjест kunne ha eit konkurransefortrinn føre andre i same område.

Undersøkinga viste også at hotella, andre overnatningsverksemder og transportselskapa er avhengige av ein underskog av aktivitetar og aktørar som kan utvikle og tilby differensierte og kvalitativt gode tilbod i dei nære omgjevnadene. I forhold til overnatningsverksemduene har denne type turismeprodukt marginal økonomisk verdi målt i tal for omsetnad. Likevel er dei temabaserte produkta av vesentleg større verdi for turistnæringa enn kva omsetningstala syner på grunn av deira grunnleggjande verdi for å skape attraktive destinasjonar. Undersøkinga konkluderer med at på dette er det eit potensiale for næringsutvikling fordi tilboden er langt mindre enn interessa i marknaden.

Dette viser at Heggdal har satsa på etablering av produkt for ein marknad i vekst. Likevel er det andre faktorar som etter vår vurdering står fram som dei viktigaste for at Heggdal sannsynlegvis vil lukkast. Vi tenkjer på kombinasjonen av personlege eigenskapar, røynsler og kompetanse og dei støttespelarar, verkemiddel og utdanningstilbod ho sjølv aktivt har valt ut eller har fått tilbod om å delta i. Heggdal seier sjølv at ho nok hadde utvikla sine idear utan støtte frå SND, men både etablerarstipendet og deltakinga i Fjordinnovasjon har gitt viktige bidrag til utvikling av prosjektet hennar. Etablerarstipendet har gitt rom for forsterka profilering av tilboden mot kundar, og bidrage til kompetanseutvikling. Invitasjonen frå SND til deltaking i Fjordinnovasjon var i seg sjølv ei viktig anerkjenning, og deltakinga gav Heggdal nyttige innspel til vidare utvikling av forretningsideen. Høgskulen i Sogn og Fjordane sitt studietilbod innan kulturlandskapsskjøtsel og kulturminneforvaltning har også vore viktig og nyttig for utvikling av verksemda. Desse kursa har gitt ho verdifull kompetanse til kjernen av den natur- og kulturformidling hennar produkt består av.

7 Referansar

7.1 Litteratur

- Aall, C., E. Brendehaug, T. A. Fløtre, T. Aarethun, K. G. Høyen, 2003. *Næringsmessige potensialefor kvalitetsturisme -en utredning for Miljøverndepartementet belyst med analyser fra Sogn og Fjordane*. Vestlandsforskning rapport 4/2003. Sogndal.
- Aanesland, N. Mjelde, H., 1997. *Fra politikk til entreprenørskap –entreprenørenes rolle for distriktsutbygging og effektiv ressursbruk*. Landbruksforlaget. Oslo
- Aslesen, H. W., 2001. *Innovasjon i Sogn og Fjordane*. STEP-rapport R-02, 2001. STEP-gruppen. Oslo
- Casson, M., 1982. *The entrepreneur: an economic theory*. Aldershot. Gregg Revivals. London
- Hauknes , J., Broch, M., Smith, K., 2000. *SND og bedriftsutvikling –rolle, virkemidler og effekter*. STEP rapport R-04, 2000. STEP-gruppen. Oslo
- Kirzner, I., 1973. *Competition & Entrepreneurship*. The university of Chicago press. Chicago
- Lambin, J., 1997. *Strategic marketing management*. McGraw-Hill. England
- Noregs offentlige utredningar, 2000. *Ny giv for nyskaping, vurdering av tiltak for økt FoU aktivitet i næringslivet*. NOU 2000:7. Nærings og handelsdepartementet. Oslo
- Schumpeter, J. A., 1934. *The theory of economic development –an inquiry into profits, capital, credit interest and business cycle*. Harvard university press. Cambridge
- Spilling O. R., 2000. *Entreprenørskap som strategi for regional utvikling*. Handelshøgskolen BI.

Nettstadar til virkemiddelaktørane

7.2 Personlige meddelingar

7.2.1 Informantar til oversyn over virkemiddela

- Egil Nestande, Fylkesmannen i Sogn og Fjordane
Roar Werner Vangsnæs, Fylkesmannen i Sogn og Fjordane
Rasmus Stokke, Fylkesmannen i Sogn og Fjordane
Henning Urke, Fiskeridir.
Rune Fromreide, SND
Steinar Fredheim, SND
Jan Gurvin, SND
Eirik Lysø, SIVA
Drevland, Aetat

Andres Fitje, Høgskulen i Sogn og Fjordane
Roar Nesset, Sogn og Fjordane Fylkeskommune
Holgeir Aasen, NHO
Karin Halle, NHO
John Bjarne Hjelmeland, LO Sogn og Fjordane
Jan Ryste, Kommunenens Sentralforbund i Sogn og Fjordane
Merete Støfring, Sogn og Fjordane Bondelag
Nils Myklebust, Sogn og Fjordane Fiskarlag
Arne Myklebust, Fjordinvest
Rolf Årdal, Sparebanken Sogn og Fjordane

7.2.2 Informantar til case I: Maramelk AS

Berit Bergset, etablerar
Astrid Paulsen, Styreleiar i Maramelk AS
Anne Karin Løken, Styremedlem i Maramelk AS
Inger Merete Øygard, SND
Reidun Åsen, SND
Sjur Sekse, SND
Tor Holsen, SND
Rune Fromreide, SND
Steinar Fredheim, SND
Jan Gurvin, SND
Per Amund Hjelle, Stryn Kommune
Marion Solheim, NRK Sogn og Fjordane
Elisabeth Strøm, Statens Næringsmiddeltilsyn

7.2.3 Informantar til case II: Jetteturar

Jorun Heggdal, etablerar
Ivar Bjarne underdal, Aurland kommune og Fjordarv
Sjur Sekse, SND
Rune Fromreide, SND
Steinar Fredheim, SND
Jan Gurvin, SND
Erling Håland, Flåm camping
Ruth Sylvi Løland, Flåm utviling
Anna Stave, Fretheim hotell
Jan Flølo, PwC

8 Vedlegg

8.1 Faksimile frå Bondebladet 23.10.03

Hoppa i det – sel hoppemjølk

Hesten – eit trekkdyr, eit framkomstmiddel, ein ven og ein mulegheit til fysisk aktivitet og rekreasjon. Hesten kan vere ei god «mjølkekø» for folk som vågar å prøve på noko nytt. Men Berit Bergset har teke dette utrykket meir bokstavleg enn dei fleste.

- Ver så god, ein *boppekakao*.

Vi er på Stryn Verthus, og kundane svirrar rundt disk'en. Dei kikar på menyen. Cappuccino, kakao og brus står rama opp, men i dag er den for første gong også utvida med *boppe latte* og *boppekakao*.

Utanfor kafeen står Berit Bergset saman med to av hestane sine. Det er dei som står bak den uvante mjølka i kaffibarren.

- Hoppemjølk innehelder meir sukker enn vi er vant til fra kua, men mindre feitt. Difor passar den særlig godt til drikkene som hoppe latte. Ulempa er at ein ikkje får skum, fortel Berit.

Ho har funne ei nisje i landbruks- og sel frosen hestemjølk.

Oppstarten

For fire år sidan flyttet elektroingeniøren Berit frå hovudstaden og heim til Stryn. Ho byrja i eit automasjonsfirma, men hadde mest lyst til å jobbe med hestar.

Soskenbarnet skulle starte med grisar, men ho fekk overta han til at dei i staden kunne starte ein ridestall saman.

Ideen til å starte å mjølka hestar, fekk ho på eit oppdrettskurs. Den eine instruktøren hadde hatt mærra si på ein mjøkstell.

- Det var fantastisk. Då kunne eg kombinere avl med inntekter frå å mjølka dei, fortel ho.

Som tenkt, så gjort. 10. mai i år skipa ho og broren Ivar Maramel AS.

Heime på garden

Ho tek opp ein pose med to desiliter mjølk frå frisyrsaren, fyller vatn i ein tom sibok, og legg mjøkposesen i. Etter eit par minutt kan ho klippe av hjørnet, helle den optina mjølka i et glas, og overrekke det til ein nysgerrig reporter. Væska er nærmast som kvit saft med ein frisk mjøkkesmak. Den er sot og har nærmast eit drag av melon over seg, medan konsistensen er som vann.

Prisen set ein definitiv stoppar for dette som torstediikk. Berit vil ha 150 kroner literen for mjølka ho sel. Det er rundt 40 gonger meir enn ein kubondes får.

Men så er det også vesentleg meir arbeid per liter seld vare.

Små jur, mykje jobb

Berit brukar vanleg mjølkemaske på hestane, der ho koplar frå to av spenekoppene.

- Vi kan få fire liter om dagen,



Det er barna som er mest ivriga når Berit Bergset lanserer hoppemjølka si. Henriette (3 ½) var svært fornøgd med å møte på bestiar utanfor Stryn Verthus.



Skal det vere litt mjølk? Til 150-200 kroner literen?

Mjølka blir frosne i pakkar på 10 desiliter, men Berit har ikkje bestemt seg for innpakkinga enno, etter at ho har forlate Equi libre. Ho vurderer også om ho skal kjope tørkeutsyr etter-kvart, og selje mjølka som putver.

om vi mjølkar tre gongar. Men vi har ikkje mjølka meir enn to gongar, for det blir så mykje arbeid. Eg skil hestane fra føla klokka åtte, og mjølkar dei klokka 12 og 15. Hestane har veldig små jur, i dei fleste er det ikkje plass til meir enn ein til halvannan liter mjølk. Ventar vi lengre mellomtids mellomtids, kjen det ikkje meir mjølk. Den hesten berre sære og vondre jur, fortel ho.

Det er ikkje berre dei små mengdene som gjer at mjølkinga vert anstreng for hestar enn kyr. Hestane er selektive på

kven dei gjev mjølka si til. Mjølkemaske er ikkje blant dei foretrekte. Difor må føla suge fram mjølka for kvar einaste mjølking. Når ein fol har fått mjølka til å renne, skil Berit dei to, og set på ei mjølkemaske i staden. For hestane er svært vare. Berit fortel at ein journalist ein gong tok bilete medan ho mjølka ein hest. Den hesten nekta å leve se mykje som ein drope til ho dei neste to vekene.

Berit og Keiko på BBC
Sjølv om Berit så vidt har komme i gong, har ho fått mykje merke-

- Berit har sjølv hestar som mjølkar no
- Dei gir til saman 20 liter mjølk om dagen
- I helgane har hestane «fris» frå mjølking, og går saman med føla.
- Føla var født i mai og juni
- Berit begynte å mjølke hestane 1. juli
- Ho reknar med at ho vil fortsetje å mjølka dei fram til jul.

FAKTA



- Far seier at det var ein tabbe at han ikkje kjøpte best då eg var liten, slik at eg vart lei av det då eg var 16, som alle andre. No har eg samtemann. Bror min har lagt ned forbod mot at eg kjøper bestiar utanjur, fortel Berit Bergset, før ho legg til at ho faktisk kjøpte to bestiar i går.

Hjelper mot alt

Men nokre har falla for hoppemjølka sine helsebringande eigenskapar. Berit fortel at hennar fyrste kunde var ei jente med atopisk eksem.

- Det skal også hjelpe mot psoriasis. Og kronisk diaré. Men det tener vi ikkje pengar på, for det kjoper to liter, og så er dei friske att, reklamerer ho leende. For ho fortel at hoppemjølka byggjer opp immunforsvaret, og mellomtids innholdet stoff som er bra for deg i «vekk i morgoen» og biola.

- Det er vanskeleg å virke seriøs når ein seier at noko hjelper mot alt, innrommer ho.

- Men fol er sarte skapningar. Du kan prove å føstre opp eit fol utan hoppemjølk, utfordrar ho.

Kafeen

Tilbake til kafeen i Stryn sentrum, der folk for fem kroner ekstra kan få ordet «hopp» framfor namnet på drikkien sin. Hoppemjølk-salet går litt tregt på lanseringsdagene.

- Så langt er det flest barn som har bestilt det. Folk er skeptiske, og med så mykje kø som det er i dag, har vi ikkje tid til å forklare dei kva det er noko. Under rolegare forhold trur eg flere ville velje det, seier dagleg leiar Sissel Gunn Nesdal.

Vil leve av mjølka

Hoppemjølk er meir vanleg i Tyskland, og er også på veg i land som Belgia, fortel Berit.

I Noreg er det, så vidt Bondebladet kjenner til, tre gardar som lagar hoppemjølk.

Berit har fått hjelpe av SND gjennom Alkymisten, et prosjekt som skal lære ungdom å etablere bedrifter, gjennom kurs og vegleiring.

- Målet er at to personar skal kunne leve av produksjonen vår. Men forebels er vi langt frå det, fortel Berit.

Linda Sunde
Bondebladet