

# Grønn omstilling blant små og mellomstore bedrifter (SMB) i Rogaland

Status, motiver og barrierer for grønn omstilling i ulike næringer

**Forfattere:** Anne Marthe Harstad, Kjersti Vikse Meland, Adelhei Smeland, Øystein Martin Fjellidal

**Rapport** 18-2023 NORCE Helse og Samfunn



Rapporttittel	Grønn omstilling blant små og mellomstore bedrifter (SMB) i Rogaland
Prosjektnummer	106922
Institusjon	NORCE, Helse og Samfunn
Oppdragsgiver	Rogaland fylkeskommune
Gradering	Åpen
Rapportnr	18-2023 NORCE Helse og samfunn
ISBN	978-82-8408-305-6
Antall sider	64
Publiseringsdato	Oktober 2023
CC-lisens	CC BY 4.0
Bildekreditering	Getty Images
Geografisk område	Rogaland
Stikkord	SMB, grønn omstilling, grønn innovasjon, barrierer, drivere, offentlige virkemidler, Rogaland

**Sammendrag:** Resultater fra undersøkelsen av grønn omstilling blant små og mellomstore bedrifter (SMB) i Rogaland viser at industrien i størst grad, og primærnæringene og varehandel i minst grad har gjennomført grønn omstilling. Videre har langt flere mellomstore enn små bedrifter gjennomført grønn omstilling. Blant SMB-er som har gjennomført grønne innovasjoner har markedsrelaterte forhold i form av nye forretningsmuligheter og etterspørsel etter grønne løsninger vært viktige drivere, i tillegg til bedriftenes kunnskap om klimakrisen og grønne strategier, bransjens tilrettelegging og tilgang på offentlige støtteordninger. Resultatene impliserer at økt etterspørsel etter grønne løsninger i private og offentlige anbud, videreutvikling og oppfølging av strategier og verktøy for grønn omstilling i den enkelte bransje og bedre tilpasninger av offentlige støtteordninger for grønn omstilling til SMB-ers behov, vil være viktige tiltak for å stimulere grønn omstilling blant SMB-er i Rogaland.

## Sammendrag

### Bakgrunn og metode

I forbindelse med Rogaland fylkeskommunes arbeid med ny *Utviklingsplan for Rogaland – Regional planstrategi 2025-2028* og evaluering av Nærings- og innovasjonsstrategi, er NORCE Helse og samfunn engasjert for å gjennomføre en undersøkelse av grønn omstilling blant små og mellomstore bedrifter<sup>1</sup> (SMB) i Rogaland. Med bakgrunn i nærings- og innovasjonsstrategiens visjon om å bidra til “innovasjon for en bærekraftig verdiskaping”, ønsker Rogaland fylkeskommune å få et kunnskapsgrunnlag på status for grønn omstilling blant SMB-er i Rogaland.

Denne rapporten presenterer status, barrierer og drivere for grønn omstilling blant SMB-er i Rogaland, og bedriftenes vurdering av offentlige støtteordninger for grønn omstilling. Rapporten presenterer grønn omstilling innen fem hovednæringer; industri, tjenesteyting, bygg og anlegg, varehandel og jordbruk, skogbruk og fiske. I tillegg presenteres status for grønn omstilling innen de tre næringsmessige satsningsområdene i nærings- og innovasjonsstrategien i Rogaland: 1) Ren energi og maritim fremtid, 2) Mat, og 3) Reiseliv og opplevelser.

Rapporten er basert på resultater fra en spørreundersøkelse blant toppledere i SMB-bedrifter i Rogaland, hvor 283 personer besvarte undersøkelsen.

### Om bedriftene som svart på undersøkelsen

Størst andel respondenter er lokalisert på Nord Jæren, færrest i Dalane og Ryfylke. Når det gjelder den næringsmessige fordelingen utgjør tjenesteyting den største næringen og jordbruk, skogbruk og fiske den minste. Litt under to tredjedeler av respondentene er små bedrifter (1-19 ansatte), en tredjedel mellomstore bedrifter (20- 99 ansatte), mens store bedrifter (mer enn 100 ansatte) utgjør 4 %.

Flest bedrifter som har svart på undersøkelsen tilhører tjenesteytende næringer 42 % (58 %), etterfulgt av industri 23 % (7 %), bygg og anlegg 15 % (14 %), varehandel 14 % (16 %) og jordbruk, skogbruk og fiske 7 % (5 %) (populasjonsandel i parentes). Sett i forhold til populasjonen av SMB i Rogaland, er industribedriftene dermed noe overrepresentert i undersøkelsen, og tjenesteyting noe underrepresentert. **Figur 1 i Vedlegg 2** viser populasjon og bedrifter som har svart på undersøkelsen, fordelt på hovednæringer. Videre utgjør bedrifter fra de tre næringsmessige satsningsområdene i Rogaland fylkeskommunes nærings- og innovasjonsstrategi ca. 25 % av respondentene, 10 % tilhører «ren energi og maritim fremtid», 10 % tilhører «mat» og 5 % faller inn under kategorien «reiseliv og opplevelser».

---

<sup>1</sup> NHO definerer små og mellomstore bedrifter i Norge som bedrifter med under 100 ansatte. Bedrifter med mellom 1-20 ansatte defineres som små og bedrifter med mellom 21-100 ansatte defineres som mellomstor og bedrifter med over 100 ansatte som store. [Fakta om små og mellomstore bedrifter \(SMB\) \(nho.no\)](https://www.nho.no/fakta-om-sma-og-mellomstore-bedrifter-smb)

## **Hovedfunn for grønn omstilling blant SMB-er i Rogaland generelt**

Prosjektet har definert grønne innovasjoner som produkter, prosesser eller forretningsmodeller som er nye for selskapet, og som i mindre grad utgjør en belastning for miljø og omgivelsene enn eksisterende løsninger.<sup>2</sup>

*Om lag halvparten av SMB-ene har gjennomført grønne produkt og prosess innovasjoner*

Samlet svarer litt over halvparten av SMB-ene at de har lansert grønne produkt- eller prosessinnovasjon, mens fire av ti bedrifter har lansert grønne forretningsmodell innovasjoner.

*Mellomstore bedrifter gjennomfører i langt større grad grønn omstilling enn små*

Bedriftsstørrelse har betydning for grønn omstilling da mellomstore bedrifter (20-99 ansatte) i langt større grad gjennomfører grønne innovasjoner enn små bedrifter (1-19 ansatte), noe som er gjennomgående for alle de tre innovasjonskategoriene. For mellomstore bedrifter gjennomfører ca. åtte av ti bedrifter grønne prosess innovasjoner, ca. syv av ti grønne produkt innovasjoner og seks av ti grønne forretningsmodellinnovasjoner. Tilsvarende tall for små bedrifter er fem av ti for grønne produkt-, fire av ti grønne prosess- og tre av ti gjennomfører grønne forretningsmodellinnovasjoner.

*Grønn omstilling varierer på tvers av næringer: industri, bygg og anlegg og tjenesteytende næringer gjennomfører i størst grad, jordbruk, skogbruk og fiske og varehandel i minst grad grønn omstilling*

Industrinæringen har høyest andel grønne innovasjoner både når det gjelder grønne produkt-, prosess- og forretningsmodellinnovasjoner. To tredjedeler av industribedriftene oppgir å ha gjennomført produkt- og prosessinnovasjoner og om lag halvparten grønne forretningsmodellinnovasjoner. Videre oppgir rundt halvparten av bedrifter innen bygg og anlegg og tjenesteytende næring å ha gjennomført grønne produktinnovasjoner, mens om lag halvparten av bedriftene innen bygg og anlegg, jordbruk, skogbruk og fiske har gjennomført grønne prosessinnovasjoner. For kategorien grønne forretningsmodell innovasjoner har i overkant av fire av ti bedrifter innen tjenestenæringen, bygg og anlegg og varehandel gjennomført innovasjoner.

*Motiver for grønn omstilling: nye forretningsmuligheter, kunnskap om klimakrisen, grønn omstilling som verdigrunnlag-/strategi, betalingsvilje og bransjefokus*

Resultatene indikerer at en rekke eksterne og interne faktorer må være tilstede for at SMB-ene skal gjennomføre grønn omstilling. Blant SMB-ene som hadde gjennomført grønne innovasjoner oppga ca. syv av ti SMB-er at nye forretningsmuligheter, kunnskap om klimakrisen internt, grønn omstilling som del av verdigrunnlag/strategi, betalingsvilje og bransjens fokus på grønn omstilling er drivere for grønn omstilling.

*Svake motiver: krav fra banken, tilgang på relevant arbeidskraft, kurs og kompetanseheving og deltakelse i nettverk/klynger har i liten grad motivert grønn omstilling*

---

<sup>2</sup> Horbach, Rammer & Rennings, 2012

Kun en fjerdedel av SMB-ene oppgir at krav fra banken, tilgang på nyansatte med relevant utdannelse, kurs og kompetanseheving, og deltakelse i nettverk/klynger har vært drivere av grønn omstilling. Resultatene impliserer at bankene i liten grad stiller krav om grønne eller at SMB-er sjelden lånefinansierer grønn omstilling. Resultatene impliserer også at kurs og klynger/nettverk for grønn omstilling i liten grad tilbys eller brukes av SMB-ene.

*Barrierer for grønn omstilling: manglende betalingsvilje, tilgang på offentlige virkemidler og bedriftens økonomi*

Totalt sett oppfattes manglende betalingsvilje for grønne løsninger som den største barrieren for grønn omstilling av over halvparten av bedriftene. Litt under halvparten av bedriftene oppfatter manglende tilgang på offentlige virkemidler og en tredjedel bedriftens økonomi som barrierer for grønn omstilling. Manglende økonomiske ressurser i bedriften blir i størst grad oppgitt å være en barriere innen jordbruk, skogbruk og fiske, etterfulgt av industri og varehandel.

*Viktigste samarbeidspartnere for grønn omstilling: Regionale kunder og leverandører viktigste samarbeidspartnerne total sett*

Regionale kunder og leverandører er den type samarbeidspartnere som SMB-ene samarbeider mest med om grønn omstilling (50 %). Færrest SMB-er samarbeider med fylkeskommunen (15 %), universiteter/høgskoler, forskningsinstitutter eller fagskoler (10%) om grønn omstilling. For kategorien universiteter eller høgskoler benyttes regionale aktører i størst grad, mens for forskningsinstitutter brukes nasjonale aktører i størst grad.

*Organisering av arbeidet med grønn omstilling: organisering i ordinær drift mest brukt*

Arbeidet med grønn omstilling organiseres som del av ordinær drift av syv av ti SMB-er. Rundt tre av ti SMB-er oppgir *samarbeid om grønn omstilling på tvers av avdelingene* eller *tildeling av ansvaret til en ansatt eller avdeling* som organiseringsform. Kun ca en av ti bedrifter oppgir at arbeidet med grønn omstilling blir organisert i en FOU-avdeling. At bedriftene hovedsakelig organiserer arbeidet i ordinær drift kan ha sammenheng med at SMB-bedrifter ikke har økonomi til å delegere ansvaret til egne avdelinger eller personer. SMB-enes valgte organisering av grønn omstilling kan være en barriere, da litteraturen viser til at å delegere ansvaret til en person eller avdeling er mest hensiktsmessig ved at den sikrer et sterkere fokus på bærekraftsarbeidet i bedriften.

*Tiltak for grønn omstilling: Kildesortering mest brukte tiltak, restriksjoner på reiseaktivitet og kursing minst brukt*

Kildesortering av avfall er det mest gjennomførte tiltaket for grønn omstilling blant undersøkelsens respondenter, mens innføring av restriksjoner på reiseaktivitet og kursing av ansatte i bærekraft er de minst brukte tiltakene.

*Effekter av grønn omstilling: styrket omdømme, tilgang til nye kunder og nye markedsmuligheter, men også økte kostnader*

SMB-ene i Rogaland oppgir at grønn omstilling har hatt både positive og negative effekter. Ca. syv av ti bedrifter erfarer at grønn omstilling har bidratt til å styrke bedriftens omdømme, mens seks

av ti bedrifter oppgir økte kostnader. Rundt halvparten av bedriftene oppgir tilgang på nye kunder og nye markedsandeler som erfarte effekter av grønn omstilling.

*Forventede effekter av grønn omstilling: økt omsetning og nye markedsmuligheter*

Når det gjelder *forventede effekter* på lang sikt forventer om lag en tredjedel økt omsetning og nye markedsmuligheter, mens om lag en fjerdedel forventer tilgang til nye kunder og å tiltrekke seg arbeidskraft. Det er tydelig at SMB-ene forventer at grønn omstilling skal gi inntjening først på lang sikt. At nye markedsmuligheter fra grønn omstilling først forventes på lang sikt kan ha sammenheng med at mange grønne løsninger fremdeles er umodne uten etablerte markeder.

*Faktorer grønn omstilling ikke har effekt på: reduserte kostnader, økt rekrutteringsattraktivitet, økt omsetning eller tilgang på nye samarbeidspartnere*

Litt over halvparten av SMB-ene forventer at grønn omstilling *ikke* vil bidra til reduserte kostnader, mens litt under halvparten forventer *ingen effekt* på tilgang på nyansatte, økt omsetning eller tilgang til nye samarbeidspartnere. Resultatene viser at respondentene har delte oppfatninger av i hvilken grad grønn omstilling vil bidra til økt omsetning. Mens om lag tretti prosent forventer økt omsetning på lang sikt, forventer litt over førti prosent at grønn omstilling ikke vil bidra til økt omsetning. De delte meningen kan ha sammenheng med at undersøkelsen ikke skilte mellom prosess og produktinnovasjoner når en undersøkte effekter av grønn omstilling, grønne prosessinnovasjoner vil nødvendigvis ikke ha effekt på bedriftenes omsetning.

*Effekter av grønn omstilling på bedriftenes konkurransekraft: viktig for opprettholdelse av nasjonal konkurransekraft, mindre viktig for internasjonal etablering*

Når det gjelder effekter av grønn omstilling på *bedriftenes konkurransekraft*, oppgir flest SMB-er at grønn omstilling er viktig for å opprettholde nasjonale konkurransekraft, og minst viktig for muligheter for å etablere seg internasjonalt.

*Bruk av offentlige virkemidler for grønn omstilling: Liten bruk generelt sett, Innovasjon Norge, Skattefunn og ENOVA mest bruk*

Om lag to tredjedeler av bedriftene som har svart at de har gjennomført grønn omstilling, oppgir at de ikke har tatt i bruk noen offentlige virkemidler. Blant de offentlige støtteordninger brukes Innovasjon Norge, Skatte FUNN og ENOVA mest. At SMB-ene i større grad bruker offentlige utviklings- enn forskningsvirkemidler har sannsynligvis sammenheng med de i størst grad samarbeider med kunder, leverandører og konsulenter om grønn omstilling.

*Bruk av offentlige virkemidler på tvers av næringer: størst innen industri og tjenesteyting*

Bedrifter innen industri og tjenesteytende næringer bruker i størst grad offentlige virkemidler. Resultatene viser at cirka tre fjerdedeler av de offentlige virkemidlene blir brukt av industri- og tjenesteytende bedrifter. I underkant av en tiendedel av bedriftene brukte virkemidlene tilknyttet Norges Forskningsråd og kommunale tilskudd. Det er hovedsakelig SMB-er fra industrinæringene som bruker virkemidler fra Norges Forskningsråd, mens bedrifter fra jordbruk, skogbruk og fiske hovedsakelig benytter seg av kommunale tilskudd.

### *Liten bruk av Rogaland fylkeskommunes virkemidler for grønn omstilling*

Svært få bedrifter (3-4 %) har benyttet Rogaland fylkeskommunes virkemidler FORREGION (tidligere VRI Virkemidler for regional innovasjon), Regionalt forskningsfond Rogaland (RFF Rogaland) og Bedriftsintern Opplæring (BIO). Den lave bruken av FORREGION og RFF Rogaland virkemidlene kan ha sammenheng med at disse programmene, fordi de er små, prioriterer støtte til prosjekter som kan forankres i ett eller flere av de tre næringsmessige satsningsområdene i nærings- og innovasjonsstrategien og derfor ikke omfatter alle SMB-er i Rogaland. Den lave bruken kan også ha sammenheng med at virkemidlene er mindre relevant for SMB-ene fordi de tilbyr støtte til *forskning* eller fordi SMB-ene ikke kjenner til de regionale virkemidlene.

*Årsaker til at offentlige virkemidler ikke brukes: "Ikke søkt" og "manglende kunnskap"*

Blant SMB-bedriftene som ikke har brukt offentlige virkemidler oppgis *manglende kunnskap om virkemiddelapparatet* som den viktigste årsaken, etterfulgt av *manglende intern kompetanse på søknadsprosess, for komplisert søknadsprosess og manglende ressurser internt til søknadsskriving*.

### **Hovedfunn for grønn omstilling innen de tre satsningsområdene i innovasjons- og næringsstrategien: «ren energi og maritim fremtid», «mat» og «reiseliv og opplevelser»**

*Grønne forretningsmodellinnovasjoner gjennomføres i minst grad, uavhengig av satsningsområde*

Innen de tre næringsmessige satsningsområdene i nærings- og innovasjonsstrategien til Rogaland fylkeskommune, har omtrent like mange respondenter gjennomført grønne prosessinnovasjoner som grønne produktinnovasjoner, mens grønne forretningsmodellinnovasjoner blir gjennomført i noe mindre grad.

*Grønne innovasjoner varierer på tvers av satsningsområdene: «Reiseliv og opplevelser» gjennomfører i størst grad grønne produktinnovasjoner, «ren energi og maritim fremtid» og «mat» i størst grad grønne prosessinnovasjoner*

Når det gjelder hvilken type grønn innovasjon som i størst grad har blitt gjennomført innen hvert av de tre ulike satsningsområdene har *reiseliv og opplevelse* i størst grad gjennomført grønne produktinnovasjoner, mens *mat* og *ren energi og maritim fremtid* i størst grad gjennomfører grønne prosessinnovasjoner.

*Satsningsområdet «mat» har i minst grad har gjennomført grønn omstilling*

Satsningsområdet «mat» gjennomfører færrest grønne innovasjoner uavhengig av innovasjonstype når en sammelinger de tre satsningsområdene

*Motiver for grønn omstilling: nye forretningsmuligheter viktigst innen «ren energi og maritim fremtid» og «reiseliv og opplevelser», intern kunnskap om klimakrisen innen «mat»*

Av SMB-ene som har gjennomført grønn omstilling er *nye forretningsmuligheter* den viktigste motivasjonen innen *ren energi og maritim fremtid* og *reiseliv og opplevelser*, mens den interne faktoren *kunnskap om klimakrisen* er den viktigste motivasjonen innen satsningsområdet *mat*. At nye forretningsmuligheter og intern kunnskap var blant de viktigste motivene innen alle de tre

satsningsområdene impliserer at både marked for grønne løsninger og intern kunnskap om klimakrisen er viktige forutsetninger for grønn omstilling blant SMB-ene.

*Svake drivere for grønn omstilling: faktorer varierer på tvers av satsningsområdene*

Innen *ren energi og maritim fremtid* har deltakelse i nettverk og klynger og tilgang på nyansatte med relevant utdanning i svært liten grad vært drivere for grønn omstilling, mens tilgang på nyansatte med relevant utdanning og nye forretningsmuligheter i svært liten grad har vært drivere innen satsningsområdet *mat*. Tilsvarende har krav fra banken og tilgang på kurs og kompetanseheving i svært liten grad motivert grønn omstilling innen satsningsområdet *reiseliv og opplevelser*.

*Barrierer for grønn omstilling: manglende betalingsvilje innen «ren energi og maritim fremtid» og «mat», manglende tilgang offentlige virkemidler innen «reiseliv og opplevelser»*

Manglende betalingsvilje er den viktigste barrieren for grønn omstilling innen *ren energi og maritim fremtid* og *matnæringen*, mens manglende tilgang på offentlig virkemidler er viktigst innen *reiseliv og opplevelser*. Manglende betalingsvilje, manglende tilgang offentlige virkemidler og bedriftenes økonomi er det tre viktigste barrierene innen alle de tre satsningsområdene, dog med ulik rangering.

*Viktigste samarbeidspartnere for grønn innovasjon: Industriell verdikjede viktigste samarbeidspartnere uavhengig av satsningsområde*

Resultatene viser at leverandører, etterfulgt av kunder, konsulenter og næringsklynger brukes mest, og forskningsinstitutter og fagskoler minst som samarbeidspartnere for grønn omstilling. Innen *matnæringen* samarbeides det mest med leverandører og konsulenter, etterfulgt av konkurrenter og næringsklynger, mens *reiseliv og opplevelser* samarbeider i størst grad med leverandører og kunder, etterfulgt av konsulenter og næringsklynger. Innen *ren energi og maritim fremtid* brukes leverandører, etterfulgt av kunder og konsulenter mest som samarbeidspartnere. Det er også verdt å merke seg at matbedriftene samarbeider i svært liten grad med kunder sammenlignet med to andre satsningsområdene.

*Samarbeidspartnerens lokalisering: «Ren energi og maritim fremtid» samarbeider regionalt, nasjonalt og internasjonalt, «mat» og «reiseliv og opplevelser» regionalt og nasjonalt*

Innen satsningsområdet *ren energi og maritim fremtid* brukes nasjonale og internasjonale samarbeidspartnere i langt større grad enn innen de to andre satsningsområdene. *Matnæringen* bruker i størst grad regionale samarbeidspartnere, men også i noen grad nasjonale samarbeidspartnere innen leverandør-, konsulent- og konkurrentkategorien. *Reiseliv og opplevelser* bruker hovedsakelig regionale samarbeidspartnere, når det gjelder samarbeidspartnere fra academia brukes kun regionale aktører.

*Organisering av arbeidet med grønn omstilling: ordinær drift mest brukt*

Organisering innen ordinær drift er den mest vanlige organiseringsformen for de tre næringsmessige satsningsområdene sett under ett.



*Innen «Mat» gis ansvaret for grønn omstilling i langt større grad til en avdeling eller person enn de to andre satsningsområdene*

*Matnæringen utmerker seg ved at over halvparten av SMB-ene gir ansvaret for grønn omstilling til en dedikert ansatt eller avdeling, mens tilsvarende andel er to av ti bedrifter innen satsningsområdene *ren energi og maritim fremtid* og en av ti bedrifter inn *reiseliv og opplevelser* velger denne organisasjonsformen.*

*Effekter av grønn omstilling: Bedret omdømme og økte kostnader*

Realiserte effekter av grønn omstilling varierer innen de tre satsningsområdene. Innen *ren energi og maritim fremtid* ble bedret omdømme, tilgang nye kunder og økte kostnader oppgitt som viktigste effekter, mens satsningsområdet *mat* oppga økte kostnader, bedret omdømme og reduserte kostnader. Innen *reiseliv og opplevelser* ble bedret omdømme og økte kostnader oppgitt som viktigste effekter.

*Langsiktige effekter av grønn omstilling: stor variasjon, men alle satsningsområder forventer effekt på tiltrekning av arbeidskraft*

Innen *ren energi og maritim fremtid* oppgis nye markedsmuligheter, økt omsetning og tiltrekning av arbeidskraft som langsiktige effekter, mens det innen *mat* oppgis tilgang til nye kunder, tiltrekke arbeidskraft og bedret omdømme. Innen *reiseliv og opplevelser* oppgis økt omsetning og tiltrekke ny arbeidskraft som langsiktige effekter.

*Faktorer som grønn omstilling ikke forventes å ha effekt på: stor variasjon mellom satsningsområdene*

Innen *ren energi og maritim fremtid* oppgis det at grønn omstilling ikke vil ha effekt på reduksjon av kostnader, mens *mat* oppgir at grønn omstilling ikke vil ha effekt på økt omsetning, tilgang på samarbeidspartnere eller tiltrekke ny arbeidskraft. Innen *reiseliv og opplevelser* forventer man at grønn omstilling ikke vil ha effekt på tiltrekning av ny arbeidskraft.

*Effekter av grønn omstilling på bedriftenes konkurransekraft: størst effekt på nasjonal konkurransekraft innen «ren energi og maritim fremtid» og «reiseliv og opplevelser», på internasjonale konkurransekraft innen «mat»*

Innen *ren energi og maritim fremtid* forventes grønn omstilling i størst grad å ha en positiv effekt på opprettholdelse av nasjonal konkurransekraft, etterfulgt av internasjonal konkurransekraft. Innen *mat* forventes grønn omstilling å ha størst effekt på opprettholdelse av internasjonal konkurransekraft, etterfulgt av nasjonal konkurransekraft, mens innen *reiseliv og opplevelser* forventer man at grønn omstilling vil ha størst betydning på opprettholdelse av nasjonal konkurransekraft, etterfulgt av internasjonal konkurransekraft og muligheter for internasjonal etablering.

*Bruk av virkemidler for grønn omstilling: Innovasjon Norge, ENOVA og Skatte FUNN mest brukt, BIO, Inkubator og Skape er ikke brukt*

Blant SMB-er innen de tre næringsmessig satsningsområdene i nærings- og innovasjonsstrategien, er virkemidler fra Innovasjon Norge og ENOVA mest brukt, etterfulgt av Skatte FUNN. Bedriftene

har i minst grad brukt virkemidler fra Regionale forskningsfond, Horisont Europa, Næringshager og Forregion. De offentlige virkemidlene BIO, Inkubator og Skape har ikke blitt brukt. Kommunale tilskudd blir hovedsakelig brukt av matnæringene. Katapult og RFF er ikke blitt brukt av reiseliv og opplevelsesbedriftene.

*Bruk av offentlige virkemidler innen satsningsområdene: "Reiseliv og opplevelser" bruker i svært liten grad offentlige virkemidler*

Innen *reiseliv og opplevelser* brukes offentlige virkemidler for grønn omstilling i svært liten grad.

*Årsaker til at offentlige virkemidler ikke brukes: «ikke søkt» og «manglende kunnskap» viktigste årsaker*

SMB-er innen de tre næringsmessige satsningsområdene oppgir «ikke søkt» som hovedårsaken til at offentlige virkemidler ikke har blitt brukt, etterfulgt av «manglende kunnskap om virkemiddelapparatet».

## Innhold

Sammendrag .....	2
1 Innledning.....	11
2 Metode.....	12
3 Kunnskapsstatus grønn omstilling blant SMB-er .....	16
3.1 Rapportens definisjoner av grønn omstilling .....	16
3.2 Grønn omstilling blant SMB-er i Norge og Europa.....	16
4 Kjennetegn ved respondentene.....	20
4.1 Respondenter fordelt på region, næring og antall ansatte.....	20
4.2 Respondentenes eierskap, eksport og utdanningsnivå .....	22
5 Grønn omstilling blant SMB-er i Rogaland.....	24
5.1 Grønn innovasjon .....	24
5.2 Andre tiltak for grønn omstilling .....	27
5.3 Drivere og barrierer for grønn omstilling .....	28
5.3.1 Offentlige virkemidler/støtteordninger .....	31
5.4 Intern organisering og samarbeid om grønn omstilling.....	36
5.5 Effekter av grønn omstilling .....	38
6 Grønn omstilling innen Rogaland fylkeskommunes satsingsområder .....	41
6.1.1 Grønn innovasjon .....	41
6.2 Drivere og barrierer for grønn omstilling .....	42
6.2.1 Offentlige støtteordninger/virkemidler .....	46
6.2.2 Intern organisering og samarbeid .....	48
6.2.3 Effekter av grønn omstilling .....	52
7 Konklusjon.....	59

# 1 Innledning

I forbindelse med utarbeidelse av ny Regional Planstrategi (2025-2028) (utviklingsplan) har Rogaland fylkeskommune (RFK) engasjert NORCE Helse og samfunn for å gjennomføre en undersøkelse om grønn omstilling blant små og mellomstore bedrifter (SMB) i Rogaland. Resultatene fra undersøkelsen skal også brukes ved revidering av fylket sin Nærings- og innovasjonsstrategi.

Prosjektets formål er å undersøke status, barrierer og drivere for grønn omstilling blant SMB-er i Rogaland, og bedriftenes bruk og tilfredshet med offentlige støtteordninger (eksempelvis Innovasjon Norge, ENOVA m.fl.) for grønn omstilling. Rapportens resultater er basert på en surveyundersøkelse blant 280 SMB-er i Rogaland.

Tall fra Statistisk sentralbyrå (SSB) for 2023 viser at mer enn 99 % av virksomhetene i Norge er SMB med færre enn 100 ansatte (Rogaland har lik andel).<sup>3</sup> SMB står for 44 % av verdiskapingen fra norske bedrifter, og har 47 % av antall ansatte i næringslivet. Det er derfor vesentlig for arbeidet med grønn omstilling regionalt og nasjonalt å se nærmere på nettopp SMB. Kunnskapsgrunnlaget når det gjelder grønn omstilling viser ofte at SMB-er i mindre grad enn store bedrifter har påbegynt arbeidet med grønn omstilling i Norge (Aarstad et al 2020, Statistisk sentralbyrå/Forskningsrådets Indikatorrapport 2021).

Rapporten skal spesielt undersøke grønn omstilling blant SMB innen de tre næringsmessige satsningsområdene i Nærings- og innovasjonsstrategien for Rogaland. De tre næringene ble utpekt som prioriterte satsningsområder etter gjennomføring av smart spesialiseringsanalyser og en omfattende involveringsprosess i Rogaland i 2020<sup>4</sup>. Analysene identifiserer områder hvor Rogaland har gode forutsetninger for å lykkes, med utgangspunkt i hvilken næringsstruktur og kompetanse vi allerede har i regionen De tre satsningsområdene er:

1. Ren energi og maritim framtid
2. Mat
3. Reiseliv og opplevelse

Rapporten presenterer først resultatene for hele bedriftsutvalget, deretter resultater for de tre næringsmessige satsningsområdene i Rogaland.

Resultatene fra undersøkelsen danner et kunnskapsgrunnlag for å undersøke om RFK er på rett vei når det gjelder mål og visjon i Nærings- og innovasjonsstrategien, der FNs bærekraftsmål blant annet er sentral med en visjon om å bidra til innovasjon for bærekraftig verdiskaping.

---

<sup>3</sup> <https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/virksomheter-og-foretak/statistikk/virksomheter>

<sup>4</sup> Smart spesialisering er et verktøy utviklet av EU for regioner som tidligere ikke har hatt tradisjon for å drive med innovasjons- og næringsutvikling. Senter for Innovasjonsforskning (Universitetet i Stavanger og NORCE) gjennomførte i samarbeid med Rogaland fylkeskommune omfattende analyser av næringslivet i fylket basert på arbeidsmøter med totalt 180 representanter fra privat og offentlig sektor på ulike steder i fylket.

## 2 Metode

For å undersøke grønn omstilling blant SMB i Rogaland er det blitt benyttet kvantitativt forskningsdesign. Data er blitt innsamlet i form av en spørreundersøkelse som ble sendt til daglig leder i små- og mellomstore bedrifter i Rogaland. Utvalget er samlet på 3 305 bedrifter som er valgt ut fra NORCE sin bedriftspopulasjon basert på data fra Brønnøysundregisteret og regnskapsdata fra Bisnode. Bedriftene i populasjonen har hovedenhet i Rogaland. Utvalget ble laget med utgangspunkt i tilgang på kontaktinformasjon og for å sikre spredning geografisk og mht. ulike næringer.

Spørreskjemaet er utarbeidet av forskere hos NORCE og revidert og godkjent av RFK. Det ble lagt vekt på at spørreskjemaet var oversiktlig og hadde en tydelig struktur, at spørsmål og begrep var tydelig definert. Spørreundersøkelsen består hovedsakelig av lukkede spørsmål, med noen få åpne spørsmål.

Bedriftene ble spurt om de i løpet av de siste 3 årene har gjennomført grønn omstilling når det gjelder vare eller tjeneste, produksjonsmetode eller forretningsplan. I undersøkelsen ble det i tillegg inkludert både interne og eksterne faktorer som i rapporter fra myndigheter, forskning og konsulenter er funnet å være potensielle barrierer eller drivere for grønn omstilling og innovasjon. Av interne faktorer ble det inkludert blant annet ansattes utdanningsnivå, intern organisering av arbeid med grønn omstilling, bruk av offentlige virkemidler og innovasjonssamarbeidspartnere, mens eksterne faktorer som eksempelvis betalingsvilje for grønne løsninger, krav fra banken, tilgang på ansatte med relevant utdanning, kurs/kompetanseheving innen grønn omstilling ble inkludert i måling av drivere og barriere for grønn omstilling. I hvilken grad SMB-ene bruker og er tilfreds med regionale og nasjonale offentlige støtteordninger er ble også inkludert i spørreskjemaet.

For å undersøke status, drivere og barrierer for grønn omstilling innen det næringsmessige satsningsområdene i nærings- og innovasjonsstrategien til Rogaland fylkeskommunes, er aktuelle bedrifter merket med sitt tilhørende satsningsområde ut fra NACE-kodene brukt i Rogalandsanalysen.<sup>5</sup> Ifølge Rogalandsanalysen sysselsetter satsningsområdene samlet sett 59 040 ansatte. Satsningsområdet «ren energi og maritim fremtid» har 24 568 ansatte, «reiseliv» 19 710 ansatte og «mat» 14 762 ansatte. Bedriftene som har svart på undersøkelsen representerer samlet sett 1 260 ansatte. Svar fra bedriftene innen «ren energi og maritim fremtid» representerer 718 ansatte, fra «mat» 222 ansatte og fra «reiseliv og opplevelser» 320 ansatte.

Alle virksomheter er registrert med en NACE-kode, som skal reflektere en bedrifts økonomiske hovedvirksomhet. I mange tilfeller gir NACE-koden likevel ikke en presis angivelse av bedriftens viktigste aktiviteter. Det kan være flere årsaker til dette, blant annet: 1) Tildelt NACE-kode ved registrering av virksomheten kan ha vært feil, uten at dette er rettet opp. 2) Oppkjøp, fusjoner eller fisjoner kan ha medført endring i aktiviteter uten at man har endret NACE-kode. 3) Bedriften har over tid endret aktivitet uten å endre NACE-kode. Utfordringer knyttet til NACE-koder blir spesielt aktuelle om klassifiseringen brukes i analyser av eksempelvis fornybarnæringer eller de næringsmessige satsningsområder til Rogaland fylkeskommune da NACE-kodene er kategorisert etter industrier og ikke markeder. Man risikerer da at man utelater bedrifter som har hele eller

---

<sup>5</sup> <https://www.rogfk.no/f/p1/idccf4aa9-4bf6-47a3-a38d-d2ed1990d023/rogalandsanalysen.pdf>

del av aktiviteten innenfor et satsningsområde. Eksempelvis er Zaptech Charger AS (produsent av elbil-ladere) registrert med NACE «74.101 Industridesign, produktdesign og annen teknisk designvirksomhet», en NACE-kode som ikke opplagt ville blitt inkludert i definisjon av aktivitet innenfor et av de tre næringsmessige satsningsområdene. For å unngå feilkategorisering er det derfor gjort en manuell gjennomgang. Målet har vært å luke ut bedrifter som åpenbart ikke hører hjemme innen satsningsområdene, og å legge til bedrifter med aktivitet som går inn under et av satsningsområdene. Vurderingene er basert på forskergruppens kjennskap til næringslivet, samt informasjon fra NORCE sin bedriftspopulasjon. Datainnsamlingen ble gjort gjennom et nettbasert skjema som respondentene fikk tilsendt på epost. Undersøkelsen er meldt inn og godkjent av SIKT – Kunnskapssektorens tjenesteleverandør. Sikt er personvernombud for de fleste av landets forskningsinstitutter, og alle undersøkelser som skal behandle personopplysninger, må meldes inn.<sup>6</sup> Etter avtale med Næringsforeningen i Stavangerregionen og Næringsforeningen Haugalandet, ble de to næringsforeningene satt som avsender for bedrifter lokalisert henholdsvis i Stavangerregionen og på Haugalandet.

Totalt ble spørreundersøkelsen sendt ut til 3 305 bedrifter. I starten av mai ble spørreundersøkelsen sendt til 2 235 bedrifter med omsetning på over 2 MNOK og mellom 5 og 120 ansatte. I slutten av mai ble det i samråd med RFK besluttet å gjennomføre tiltak for å øke antall svar. Utvalget ble utvidet og det ble engasjert studenter for å ringe til bedriftene som hadde mottatt undersøkelsen. Oppgaven til studentene var å ringe bedrifter for å minne dem på undersøkelsen og eventuelt bistå bedriftene i gjennomføring av undersøkelsen per telefon for de som ønsket det. I starten av juni ble undersøkelsen derfor sendt ut til ytterligere 1 070 nye bedrifter med mellom 121 til 297 ansatte og mellom 1 til 4 ansatte. Studentene ringte bedrifter som mottok undersøkelsen i første pulje i perioden 1. – 23. juni. Basert på tilbakemeldinger fra bedriftene ble det gitt mulighet til å svare frem til og med 30. juni. Da hadde 280 bedrifter besvart undersøkelsen, som gir en svarprosent på 8,7 %. Bedriftene som har svart på undersøkelsen er, med unntak av varehandelsnæringen, ikke representative i forhold til populasjonen i kraft av at de gjennomsnittlig er mye større målt på omsetning. Gjennomsnittsbedriften i populasjonen har en omsetning på 26 millioner nok, mens den gjennomsnittlige respondent har en omsetning på 112 millioner. Forskjellen i gjennomsnittlig omsetning er statistisk signifikant. Når en vurderer representativitet innenfor den enkelte hovednæring, er gjennomsnittlig omsetningen hos undersøkelsens respondenter er tre ganger større innen bygg og anlegg, fem ganger større innen tjenesteyting, dobbelt så stor innen industri og primærnæringene og like stor innen varehandel.

Svarresponsen i surveyundersøkelser har vært fallende i flere år.<sup>7</sup> En svarprosent på under 10 er imidlertid lavt. Det var utenfor prosjektets budsjettmessige rammer å gjennomføre en pre-test blant undersøkelsens målgruppe. Prosjektet valgte derfor å gjennomføre en mindre pre-test blant kollegaer i NORCE, oppdragsgiver og kontaktpersoner hos de to næringsforeningene. Formålet med pretesten var å luke ut tvetydige og ledende spørsmål og undersøke tidsbruk for gjennomføring av undersøkelsen. Det ble gjort mindre endringer i spørsmålsformuleringer, svaralternativer ble kuttet, men antall spørsmål ble beholdt på bakgrunn av at test-deltakerne brukte 10-20 minutter på gjennomføring av undersøkelsen, og vi ble enig med oppdragsgiver om ikke ønsket å kutte antall spørsmål.

---

<sup>6</sup> <https://sikt.no/>

<sup>7</sup> Johannesen et al., 2021, Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode

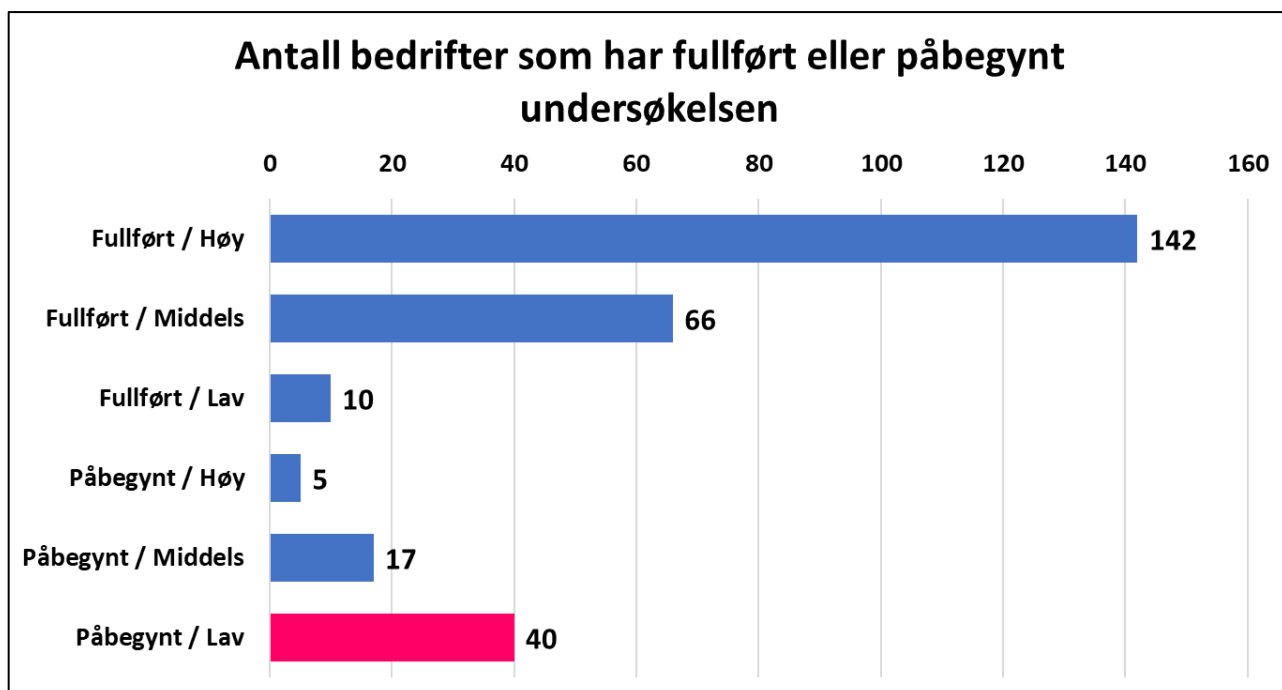
Det kan være flere årsaker til den lave svarprosenten. De fleste bedrifter mottar mange henvendelser om å svare på spørreundersøkelser i dag, og SMB-er kan ha valgt å ikke svare grunnet begrensede menneskelige og økonomiske ressurser eller fordi de ikke fant temaet interessant. Det er kjent at SMB-er kan vurdere grønn omstilling som ikke eller mindre relevant for deres virksomhet, fordi de som små bedrifter antar at de har liten innvirkning på klimakrisen og/eller fordi de har begrenset kunnskap om virksomhetens effekter på miljøet<sup>8</sup>. Resultatene viser at om lag 22 prosent av undersøkelsens respondenter ikke fullførte undersøkelsen, som kan ha sammenheng med spørreundersøkelsens relevans og/eller lengde.

Av de 280 bedriftene som har svart på undersøkelsen, har 218 fullført undersøkelsen, mens 62 bedrifter har svart på deler av undersøkelsen. En gjennomgang av dataene viser at mange i sistnevnte kategori har gitt svar som kan gi nyttig informasjon. Svarene fra kategorien Påbegynt med høy og middels svarprosent er derfor beholdt.

**Figur 1** viser hvordan bedriftene fordeler seg på to hovedkategorier – *Fullført* og *Påbegynt* samt underkategoriene Høy, Middels og Lav basert på hvor omfattende svarene er eller hvor langt de har kommet i undersøkelsen. I den videre rapporteringen har vi valgt å beholde svar fra *Påbegynt* med høy og middels svarandel, i tillegg til *Fullført* med høy, middels og lav svarandel. En respondent som har fullført undersøkelsen, men har lav svarandel vil si at respondenten har gått gjennom alle obligatoriske spørsmål, men har lagt inn lite ekstra informasjon og har typisk svart nei på en del av detaljspørsmålene, og dermed gått raskt videre.

---

<sup>8</sup> OECD (2015): Environmental Policy Kit for Greening SMEs in the EU Eastern Partnership Countries.



**Figur 1** Antall respondenter (N=280) kategorisert i Fullført og Påbegynt, inndelt i Høy, Middels og Lav svarandel

I tillegg var det syv besvarelser fra bedrifter over 130 ansatte, som faller inn under kategorien store bedrifter. Fire av disse besvarelsene var fullført, én var påbegynt med middels svarandel. Tre av de fem bedriftene er innen industrien, én innen bygg og anlegg og én innen tjenesteyting. Samtlige bedrifter oppga at de har gjennomført grønn omstilling i form av grønne produkt, grønne prosessinnovasjon og grønn forretningsmodell-innovasjon. Flestparten oppga å ha brukt offentlige virkemidler for å gjennomføre grønn omstilling, samtlige har brukt Skatte FUNN, Innovasjon Norge og Norsk Forskningsråd. Vi har valgt å ekskludere bedriftene med over 130 ansatte fra utvalget, da de ikke faller inn under SMB kategorien.



### 3 Kunnskapsstatus grønn omstilling blant SMB-er

Tall fra Statistisk sentralbyrå (SSB) for 2023 viser at mer enn 99 % av virksomhetene i Norge og Rogaland er SMB-er med færre enn 100 ansatte.<sup>9</sup> Med bakgrunn i den store andelen SMB-er nasjonalt og regionalt, er deres evne og vilje til å gjennomføre grønn omstilling ikke bare viktig for miljøet, men også for en stor andel av norsk næringslivs fremtidige konkurransekraft. I den forbindelse er det sentralt å undersøke status, drivere og barrierer for SMB-ers grønne omstilling, og i hvilken grad de benytter seg av og er tilfreds med offentlige støtteordninger for grønn omstilling.

#### 3.1 Rapportens definisjoner av grønn omstilling

I rapporten er det tatt utgangspunkt i følgende definisjon av grønn omstilling:

*Grønt skifte eller omstilling, betyr generelt forandring i mer miljøvennlig retning etter FNs bærekrafts mål.<sup>10</sup>*

Prosjektet definerer grønne innovasjoner som produkter eller prosesser som er nye for selskapet, og som i mindre grad utgjør en belastning for miljø og omgivelsene enn eksisterende løsninger.<sup>11</sup> Prosjektet har i tillegg valgt å inkludere grønne forretningsmodeller som grønn innovasjon. En forretningsmodell sier noe om hvordan en bedrift skaper, selger og leverer verdi til sine kunder, og opprettholder denne verdien over tid. En grønn forretningsmodell handler om å finne nye måter å tjene penger på som ikke går på bekostning av klima og naturgitte ressursene. Det kan for eksempel være å tilby utleie av produkter i stedet for salg, mottak for brukte varer eller å tilby digitale tjenester i stedet for manuelle.

#### 3.2 Grønn omstilling blant SMB-er i Norge og Europa

Litteraturen på grønn omstilling viser til at det er et større kunnskapsbehov og en større kompleksitet knyttet til bedrifters gjennomføring av grønne innovasjoner sammenlignet med vanlige innovasjoner. Eksempelvis trekkes nisjeinnovasjoner frem i forklaringen av grønne innovasjoner. Nisjeinnovasjoner omfatter teknologier, produkter og prosesser som bryter med etablerte praksiser i en bransje og som dersom de er vellykkede kan oppskaleres og bidra til omfattende endringer i bransjen<sup>12</sup>.

Grønn omstilling kan bidra til forretningsmessige muligheter og økt inntjening for SMB-er, men det er også en rekke hindre til stede. Nedenfor presenteres en gjennomgang av drivere og barrierer for grønn omstilling blant SMB-er som er identifisert i litteraturen.

---

<sup>9</sup> <https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/virksomheter-og-foretak/statistikk/virksomheter>

<sup>10</sup> Snl.no

<sup>11</sup> Horbach, Rammer & Rennings, 2012

### *Interne drivere og barrierer for grønn innovasjon*

En god bedriftsøkonomi og bedrifters størrelse er ofte assosiert med bedriftenes innovasjonsaktivitet. De samme faktorer anses også som viktige drivere av grønn innovasjon. Ifølge en OECD-rapport (2015)<sup>13</sup> bidrar mangel på ressurser ofte til at SMB-er er risiko-avers og mindre villig til å investere i ny teknologi som kreves for å gjennomføre grønne innovasjoner, delvis grunnet usikkerhet knyttet til hvor mange år det tar å få tilbake det investerte beløpet. Rapporten "SMB-enes rolle i det grønne skiftet" (2020)<sup>14</sup> som undersøker SMB-ers status, muligheter og utfordringer for grønn omstilling finner at bedriftenes størrelse er en viktig driver for grønn omstilling. At bedriftenes størrelse har betydning for grønn omstilling dokumenteres også i SSB/Forskningsrådets «Indikatorrapport 2021»<sup>15</sup>, som viste at det er særlig de store bedriftene som jobber med innovasjoner med positiv miljøeffekt. Bokkapittelet «På den grønne eng. Hvilke bedrifter introduserer grønne innovasjoner?» (2020)<sup>16</sup> som presenterer resultater fra en undersøkelse av hvilke egenskaper som er karakteristiske for norske bedrifter som gjennomfører grønne innovasjoner<sup>17</sup>, fant at effekten av bedriftens størrelse varierer med typen grønn innovasjon. De fant at bedriftens størrelse ikke er av betydning for grønne *produktinnovasjoner*, men at store bedrifter i større grad enn små gjennomfører grønne *prosessinnovasjoner*. Forklaringen var ikke knyttet til økonomiske forhold, men til at større bedrifter oftere har større miljøutfordringer og miljømessig fotavtrykk enn små bedrifter.

Kompetanse- og ferdighetsmangler er også funnet å være viktige barrierer for SMB-ers deltakelse innen grønn omstilling (EU-kommisjonen, 2020b)<sup>18</sup> og i rapporten "SMB-enes rolle i det grønne skiftet" (2020). Sistnevnte rapport viser til at små selskapene sjelden har en egen bærekraftsansvarlig, og de mangler kompetanse om grønn omstilling, noe som gjør det vanskelig og tidkrevende å navigere når det gjelder hvilken kunnskap de skal tilegne seg. En OECD-rapport (2018) viser også til at SMB-ers evne og vilje til grønn omstilling begrenses av flere typer ressursbegrensning og mangel på kompetanse innen omstilling.<sup>19</sup> Rapporten trekker frem at SMB-er ofte ikke kjenner til økonomisk attraktive muligheter for miljøforbedringer, og at det er en utbredt feiloppfatning at grønn omstilling innebærer teknisk komplekse løsninger, økte kostnader og andre ulemper.

Rapporten «*Environmental Policy Kit for Greening SMEs in the EU Eastern Partnership Countries* (2015)<sup>20</sup> finner at barrierer for grønn omstilling i SMB-er kan være ressursrelaterte, basert på holdninger og bedriftskultur eller ha årsak i lav bevissthet. De ressursrelaterte barrierene ble funnet å omfatte; mangel på ressurser til å utforske tilgjengelighet av støtte og virkemidler, at regler og

---

<sup>13</sup> OECD (2015): Environmental Policy Kit for Greening SMEs in the EU Eastern Partnership Countries

<sup>14</sup> SMB-enes-rolle-i-det-gronne-skiftet-endelig-versjon-mars-2021.pdf (dinbedrift.no)

<sup>15</sup> [Motgang gjør sterk? Innovasjon, «kriser» og det grønne skiftet \(ssb.no\)](https://ssb.no/tema/motgang-gjor-sterk-innovasjon-kriser-og-det-gronne-skiftet)

<sup>16</sup> Jakobsen, S. E., Fløysand, A., & Aarstad, J. (2020). På den grønne eng-Hvilke bedrifter introduserer grønne innovasjoner? I L. Longvanes, & T. Årethun, *Bærekraftig verdiskaping*. Bergen: Fagbokforlaget.

<sup>17</sup> Jakobsen, S. E., Fløysand, A., & Aarstad, J. (2020). På den grønne eng-Hvilke bedrifter introduserer grønne innovasjoner? I L. Longvanes, & T. Årethun, *Bærekraftig verdiskaping*. Bergen: Fagbokforlaget.

<sup>18</sup> EU-kommisjonen (2020b): Science for Environment Policy. Eco-innovation in SMEs. Future Brief 22. Brief produced for the European Commission DG Environment by the Science Communication Unit, UWE, Bristol

<sup>19</sup> [https://read.oecd-ilibrary.org/environment/environmental-policy-toolkit-for-sme-greening-in-eu-eastern-partnership-countries\\_9789264293199-en#page1](https://read.oecd-ilibrary.org/environment/environmental-policy-toolkit-for-sme-greening-in-eu-eastern-partnership-countries_9789264293199-en#page1)

<sup>20</sup> OECD (2015): Environmental Policy Kit for Greening SMEs in the EU Eastern Partnership Countries.

lovverk ofte oppfattes som for avanserte, betydelig tidspress i små virksomheter, mangel på investeringer i kompetanseheving rettet mot grønt skifte og bærekraft, og at ingen utpekt ansatt i bedriften får ansvaret for miljø- og bærekraftrettede spørsmål. Blant barrierer basert på bedriftskultur og holdninger var troen på at egen virksomhet har liten miljøpåvirkning.

I rapporten «SMB-ers rolle i det grønne skiftet» (2020) blir små bedrifters betydelige tidspress, som gir mindre mulighet for utvikling av strategier, funnet å være en barriere for grønn omstilling. Kvalitative undersøkelser fant at ledere i SMB-er ofte ser seg nødt til å prioritere daglig drift, som betyr at strategisk arbeid ofte nedprioriteres. I norske næringslivsorganisasjoner og interesseorganisasjoner vises det også til viktigheten av at arbeidet med grønn omstilling må skje i styrerommet<sup>21</sup>.

Basert på litteraturgjennomgangen velger prosjektet å inkludere bedriftens økonomi, størrelse, kunnskap om klimakrisen, ansattes kompetanse, kursing og kompetanseheving for ansatte, grønn omstilling, krav fra ansatte, krav fra eiere, grønn omstilling som en del av bedriftenes verdigrunnlag/strategi og organisering av arbeidet med grønn omstilling som interne drivere og barrierer for grønn omstilling.

#### *Eksterne drivere og barrierer for grønn omstilling*

I rapporten «SMB-ers rolle i det grønne skiftet» (2020) påpekes det at reguleringer er nødvendig for å få med alle bedrifter i en næring på grønn omstilling, hvis ikke vil mange bedrifter avvende grønn omstilling til de blir tvunget til å endre seg. Det vises videre til at reguleringer nødvendigvis ikke bare vil gi positive effekter for SMB-er. Reguleringer kan bidra til å gi likt spillerom, men de kan også bidra til å presse marginer hos SMB-er og dermed gi uheldige konkurransefortrinn for større bedrifter.

Samme rapport finner også at manglende informasjon og incentiver (for eksempel støtteordninger) tilpasset SMB-er og manglende faktisk etterspørsel og vilje til å betale ekstra for grønne produkter, er blant de største barrierene for grønn omstilling. Med bakgrunn i resultatene viser rapporten til etablering av offentlige innkjøpsordninger som prioriterer lokal og kortreist leveranser, etterfulgt av bedre reguleringer og tilrettelegging for møteplasser mellom små og mellomstore bedrifter for å utveksle erfaring og læring, som de beste tiltak for grønn omstilling blant SMB-er.

Nye forretningsmuligheter og klimapreferanser hos kunder blir også funnet å være viktige drivere for norske bedrifters grønne omstilling i Norges Bank rapporten «Hvordan klimarelaterte forhold påvirker bedriftene» (2023)<sup>22</sup> som omhandler både SMB-er og store bedrifter. Rapporten viser til at 60 prosent av bedriftene ser forretningsmulighet i klimarelaterte forhold, og at nesten 80 prosent rapporterer endrede *klimapreferanser hos kundene* som viktig konsekvenser av bedriftenes klimarelaterte forhold. Etterspørsel etter grønne løsninger fra kunder ble også funnet å være en viktig driver for grønn omstilling i Sparebank 1 SMN sitt Bærekrafts barometer<sup>23</sup>. Undersøkelsen som måler status og holdninger til bærekrafts mål blant bedrifter med 20 eller færre ansatte i Trøndelag og Møre og Romsdal (Sparebank 1 SMN, 2020) finner at kundene har

---

<sup>21</sup> [Fem råd til grønn omstilling i 2021 | Econa](#)

<sup>22</sup> Brekke, H., Erlandsen, S. K., & Meyer, S. S. (2023). *Hvordan påvirker klimarelaterte forhold norske bedrifter?: Resultater fra tre spørreundersøkelser i Norges Banks regionale nettverk*. Norges Bank.

<sup>23</sup> [SMN bærekraftsbarometer 2021 \(sparebank1.no\)](#)

klart størst innflytelse på bedriftenes miljø og klimaarbeid, etterfulgt av eiere, myndigheter og ansatte.

At samarbeid og nettverk er viktig for gjennomføring av grønn omstilling ble funnet i rapporten «På den grønne eng- hvilke bedrifter introduserer grønne innovasjoner?» (2020). Rapporten finner at internasjonalt samarbeid og koblinger til andre bransjer er sentrale karakteristikk blant bedrifter som gjennomfører grønne innovasjoner. Betydningen av internasjonalt samarbeid og koblinger til andre bransjer forklares med at grønn innovasjon er et nytt fenomen innen norsk næringsliv som handler om å bevege seg inn på nye områder som er lite utforsket, og at internasjonale samarbeidspartnere derfor best vil kunne gi kunnskaps- og teknologiimpulser som er av betydning i denne type prosesser.

Basert på litteraturgjennomgangen velger prosjektet å inkludere etterspørsel etter grønne løsninger fra kunder/markedet, nye forretningsmuligheter, krav fra myndigheter, økte miljøavgifter, et sterkt fokus i bransjen, krav fra banken, tilgang på kurs og kompetanseheving, deltakelse i nettverk/klynger for grønn omstilling som eksterne drivere og barrierer for grønn omstilling.

#### *Effekter av grønn omstilling*

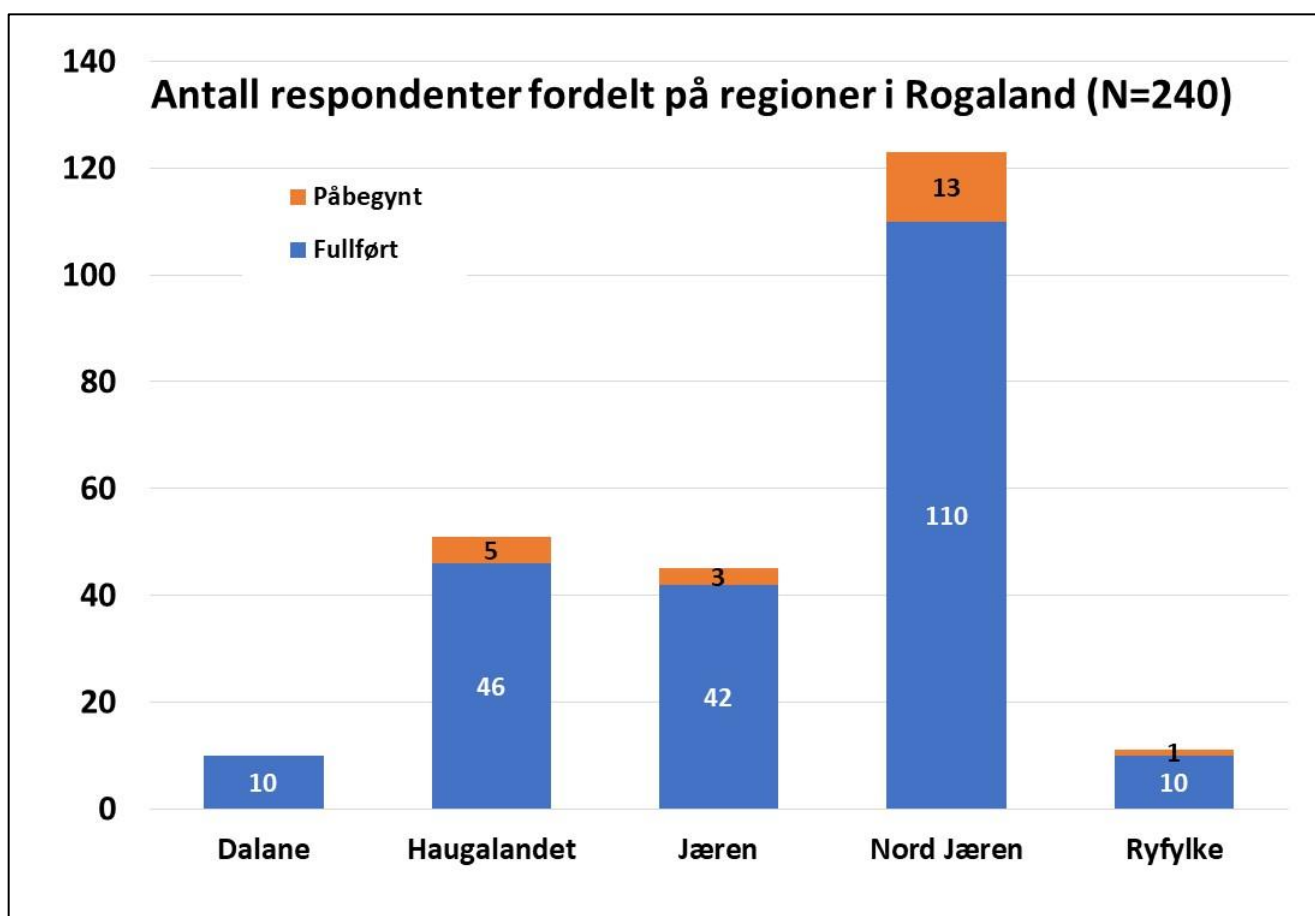
Rapporten «SMB-ers rolle i det grønne skifte» (2020) finner at de fleste norske SMB-bedrifter er nøytrale når det gjelder fremtidige effekter av grønn omstilling. Kun en tredjedel mener at grønn omstilling vil gi flere kunder, bedre produktutvikling, bedre lønnsomhet eller større markedsandeler.

Prosjektet velger å undersøke erfarte og forventede effekter av grønn omstilling, samt hvilke forhold grønn omstilling ikke forventes å ha effekt på. Effekter operasjonaliseres som økt omsetning, nye markedsmuligheter, økte kostnader, reduserte kostnader, styrket omdømme, tilgang på nye kunder, samarbeidspartnere og arbeidskraft. I tillegg har prosjektet undersøkt om grønn omstilling antas å ha effekter på bedriftenes nasjonale og internasjonale konkurransekraft, og muligheter for nasjonal og internasjonal etablering.

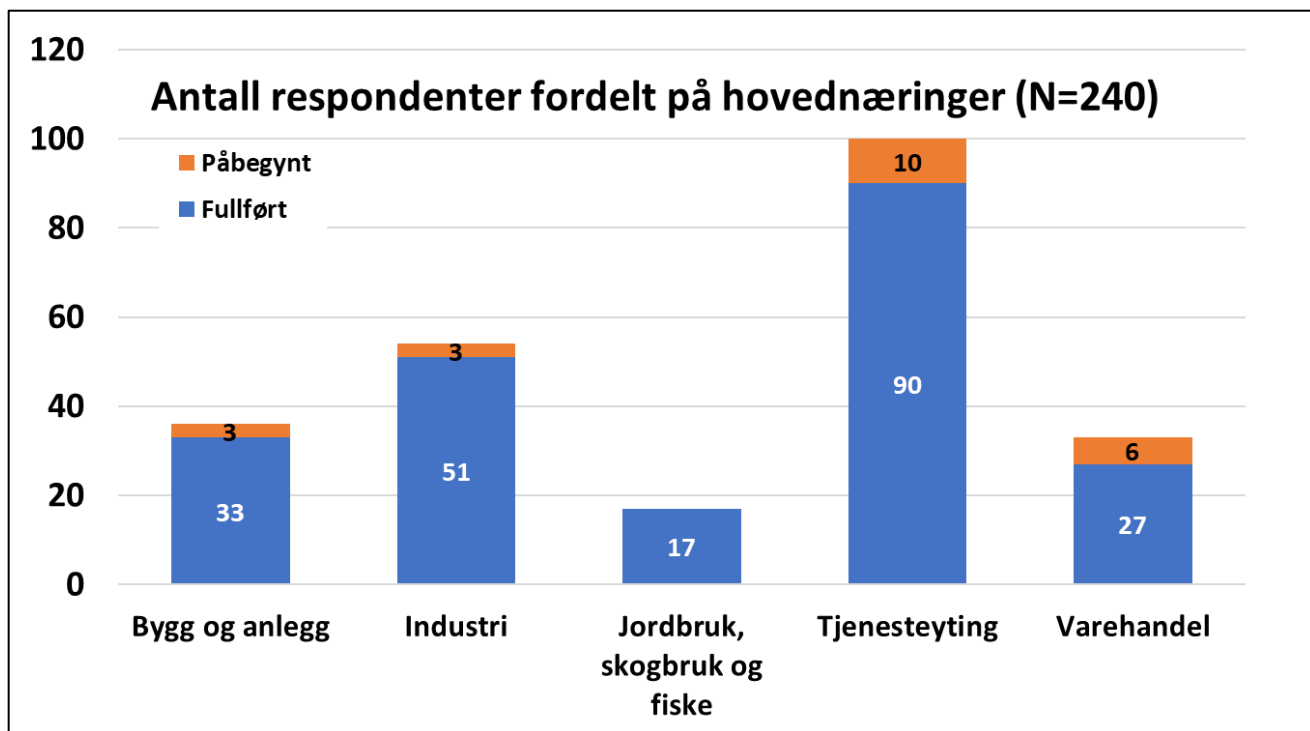
## 4 Kjennetegn ved respondentene

### 4.1 Respondenter fordelt på region, næring og antall ansatte

**Figur 2 a** viser hvordan respondentene fordeler seg på regionene i fylket. Respondentenes fordeling på regionene speiler den geografiske fordelingen i utvalget, med størst andel virksomheter lokalisert på Nord Jæren og færrest virksomheter lokalisert i Dalane og Ryfylke. Når det gjelder hovednæring, er det høyest andel svar innen tjenesteyting og lavest andel innen jordbruk, skogbruk og fiske, som vist i **figur 2 b**. **Figur 3 i Vedlegg 2** viser antall respondenter innen tjenesteyting fordelt på underkategorier av næringer.

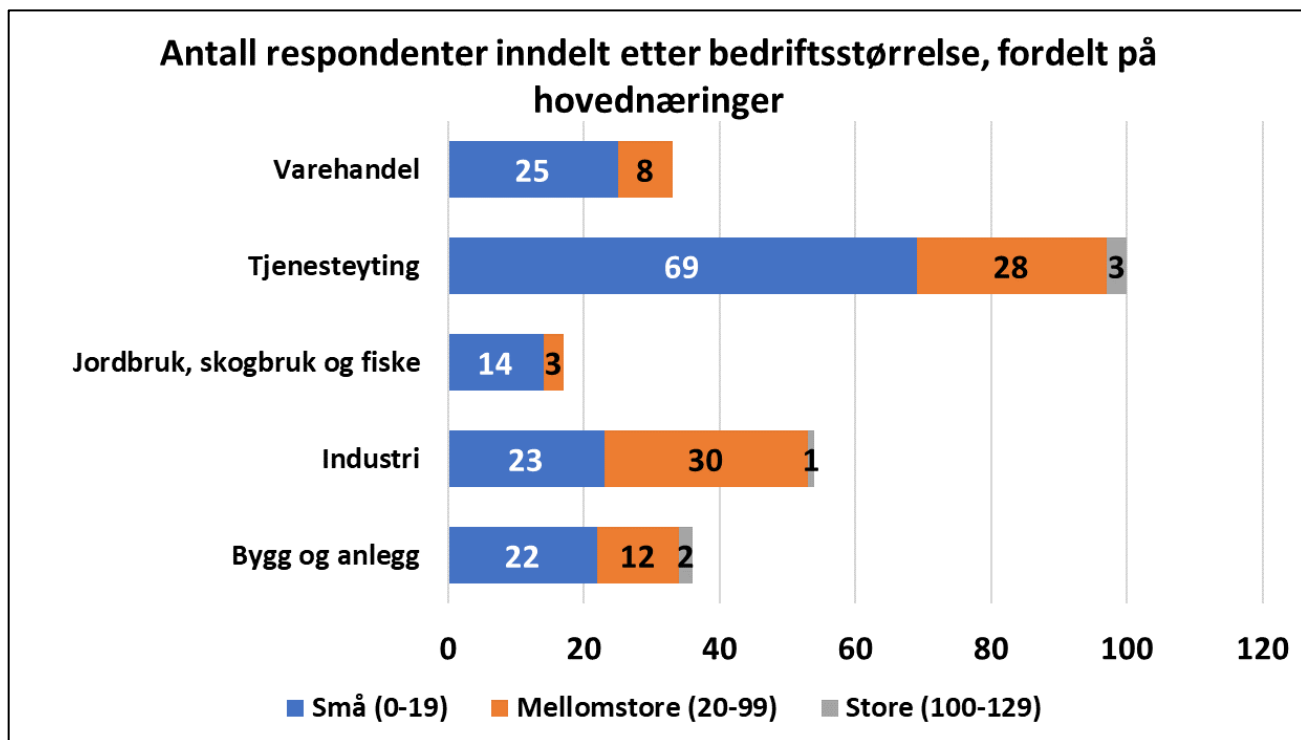


**Figur 2 a:** Antall respondenter (N=240) fordelt på regioner i fylket



Figur 2 b: Antall respondenter (N=240) fordelt på hovednæringer

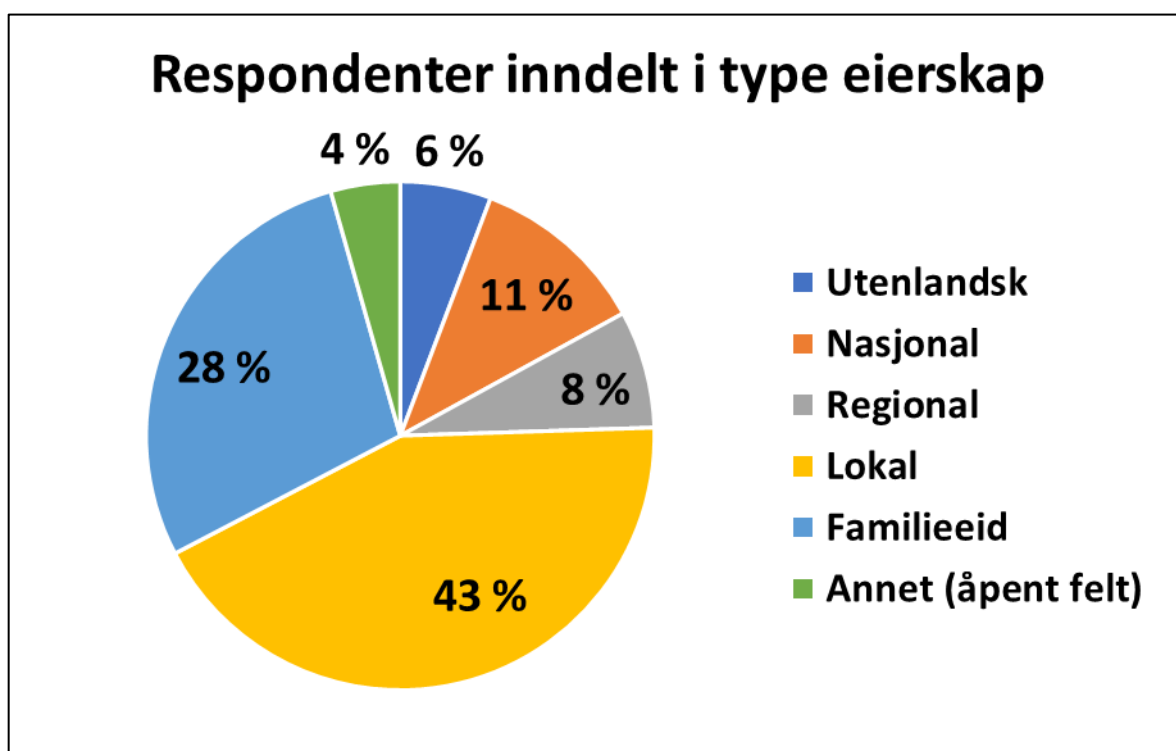
Figur 3 viser respondentene kategorisert etter bedriftsstørrelse og fordelt på hovednæringer. Samlet sett er 64 % (153 bedrifter) av respondentene små bedrifter med mellom 1 og 19 ansatte, 34 % (81 bedrifter) er mellomstore bedrifter med mellom 20 og 99 ansatte, mens 3 % (6 bedrifter) har mellom 100 og 129 ansatte og blir definert som store bedrifter.



**Figur 3: Respondenter (N=240) inndelt i antall ansatte og hovednæring.**

## 4.2 Respondentenes eierskap, eksport og utdanningsnivå

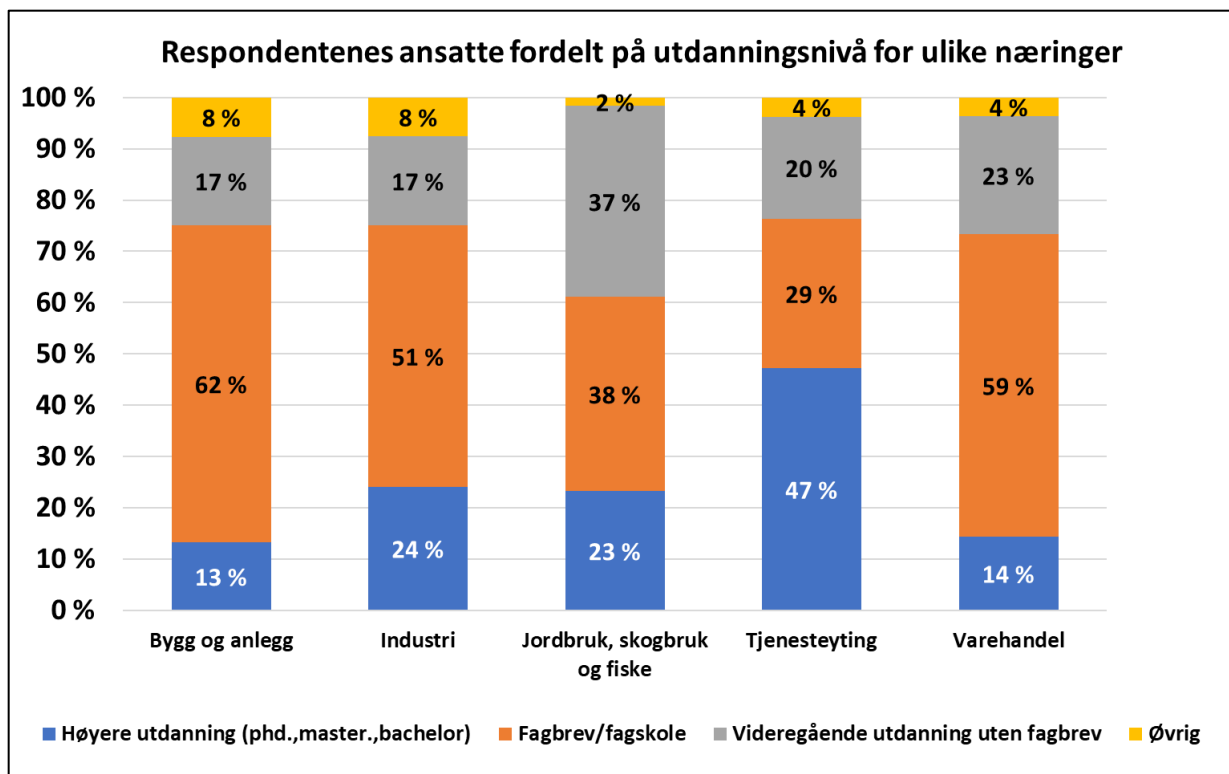
**Figur 4** viser respondentenes svar på spørsmål om type eierskap. Her var det anledning til å krysse av for flere, og de totalt 240 respondentene har avgitt 294 svar. Lokal (43 %) eller regional (8 %) står til sammen for i overkant av halvparten av svarene, mens familieeierskap utgjør 28 %. Annet-kategorien (4 %) har fått færrest svar. **Figur 2 i Vedlegg 2** viser svarene for bedriftenes eierskap inndelt i hovednæringer.



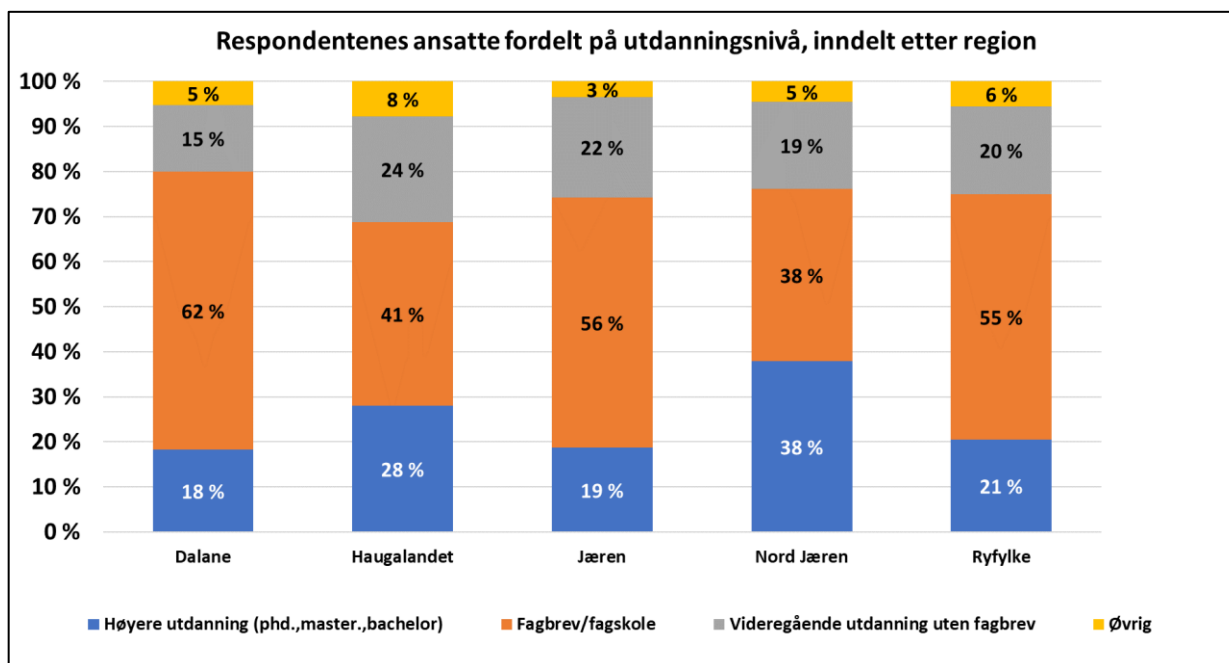
**Figur 4: Respondenter (N=245) inndelt i type eierskap.**

Når det gjelder eksport, svarer 25 % av SMB-ene at de eksporterer, mens 4 % oppgir at de planlegger å eksportere innen de neste fem årene. Innen industrien oppgir 46 % at de eksporterer og 6 % at de planlegger å eksportere innen de neste fem årene. Innen varehandel og tjenesteyting oppgir 24 % at de eksporterer, og 6 % oppgir at de planlegger å eksportere innen de neste fem årene. I jordbruk, skogbruk og fiske oppgir 12 % at de eksporterer (2 respondenter). Ingen av respondentene innen jordbruk, skogbruk og fiske planlegger eksport innen de neste fem årene.

**Figur 5** viser hvordan ansatte i bedriftene som har svart, fordeler seg på utdanningsnivå, inndelt i hovednæring. **Figur 6** viser hvordan ansatte i bedriftene som har svart, fordeler seg på utdanningsnivå, inndelt i regioner i fylket.



Figur 5: Respondentenes ansatte fordelt på utdanningsnivå, inndelt i hovednæring.



Figur 6: Respondentenes ansatte fordelt på utdanningsnivå, inndelt etter region.

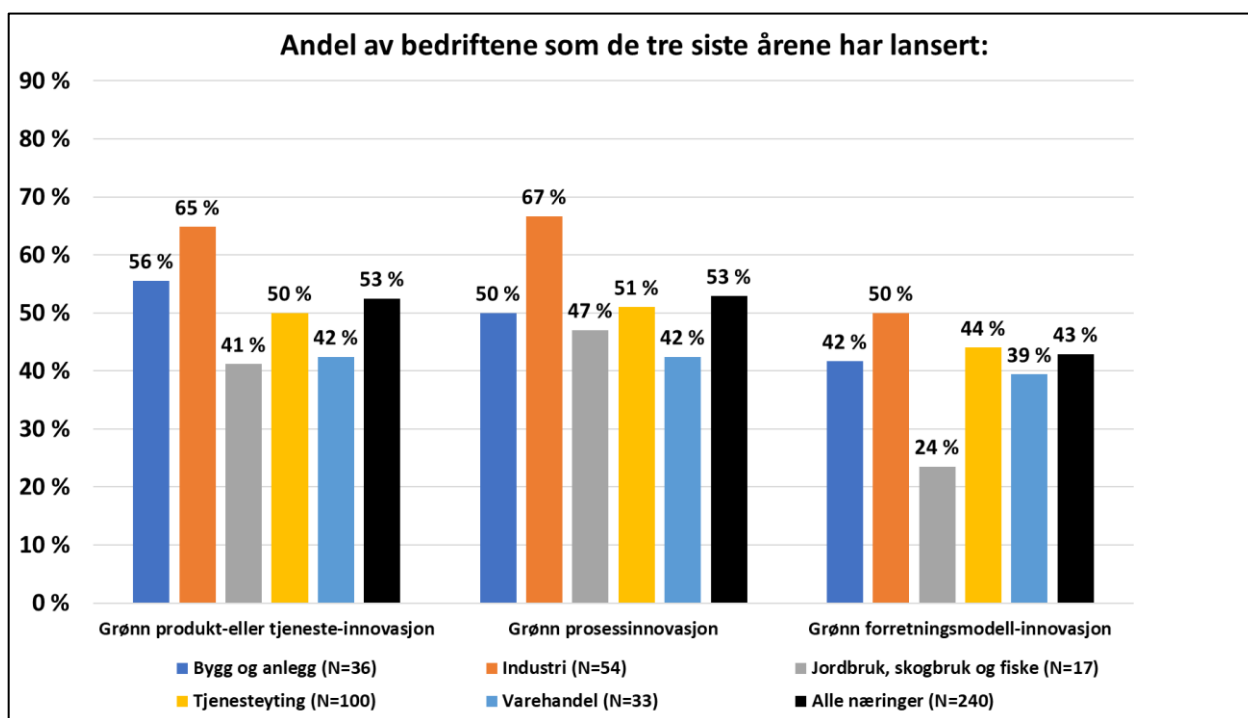


## 5 Grønn omstilling blant SMB-er i Rogaland

### 5.1 Grønn innovasjon

Respondentene ble spurt om bedriften i de siste tre år har gjennomført grønn produkt/tjeneste-, prosess- eller forretningsmodell-innovasjon. Med det mener vi utvikling av produkter, tjenester, interne (produksjons-)prosesser eller forretningsmodeller som er nye for bedriften og for brukeren, og som utgjør en mindre belastning for miljøet og omgivelsene enn allerede tilgjengelige produkter, prosesser eller forretningsmodeller.

**Figur 7** viser hvordan svarene fordeler seg på de tre typene innovasjon. Samlet sett svarer over halvparten av respondentene (53 %) at de har lansert en grønn produkt- eller tjenesteinnovasjon. Tilsvarende andel (53 %) svarer at de har lansert grønn prosessinnovasjon, mens en noe lavere andel (43 %) svarer at de har lansert grønn innovasjon når det gjelder forretningsmodell.



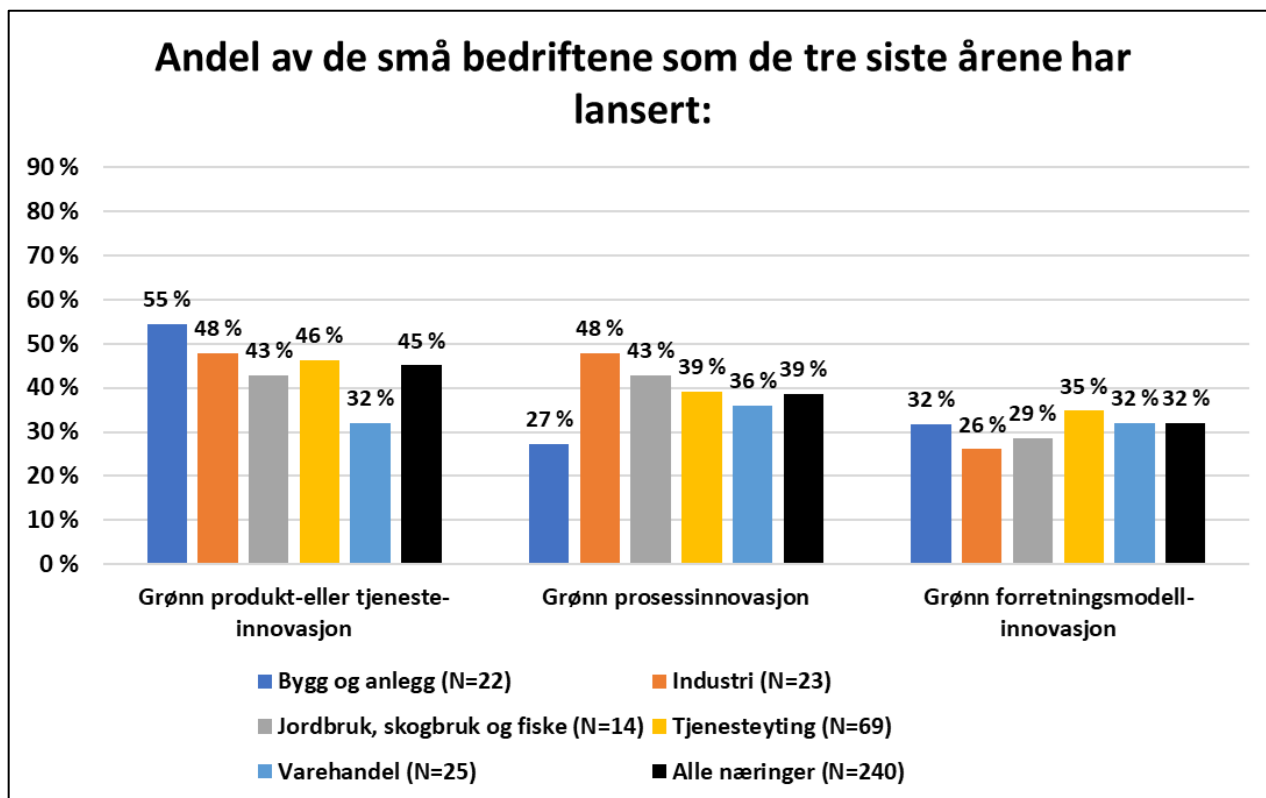
**Figur 7: Andel av bedriftene som de tre siste år har lansert ny eller forbedret grønn produkt- eller tjeneste-, prosess- eller forretningsmodell innovasjon**

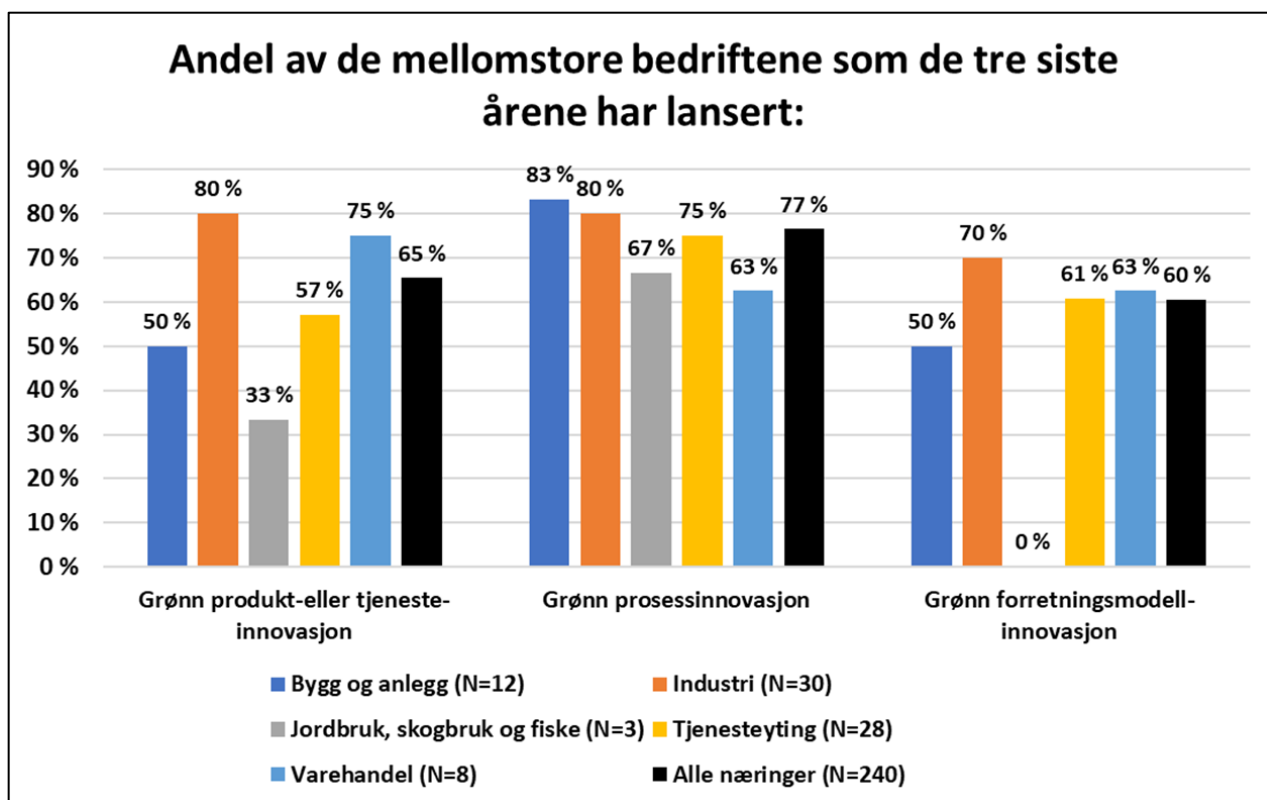
Det er industrien som har høyest andel grønn innovasjon for alle de tre innovasjonstypene. For de øvrige næringene er det forskjeller på tvers av type innovasjon. Innen *grønn vare- og tjenesteinnovasjon* er det bygg og anlegg som har nest høyest andel (56 %), etterfulgt av tjenesteyting (50 %), varehandel (42 %) og til sist jordbruk, skogbruk og fiske (41 %). Innen *grønn prosessinnovasjon* er det tjenesteyting som har nest høyest andel (51 %), etterfulgt av bygg og anlegg (50 %), jordbruk, skogbruk og fiske (47 %) og varehandel (42 %). Innen *grønn forretningsmodellinnovasjon* er det tjenesteyting som har nest høyest andel (44 %), etterfulgt av bygg og anlegg (42 %), varehandel (39 %) og til slutt jordbruk, skogbruk og fiske (24 %).

At industrinæringen er den næringen som i størst grad gjennomfører grønne innovasjoner er i samsvar med både norske og internasjonale studier. I Statistisk Sentralbyrå/Forskningsrådets

indikatorrapport fra 2021 finner man også at industribedrifter i størst grad har gjennomført grønne innovasjoner. Industrinæringene har ofte store utslipp, og internasjonal forskning viser at bedrifter som har store utslipp i større grad utvikler grønne innovasjoner enn bedrifter med lave utslipp (Pinget m.fl. 2014).

Figur 4-6 i Vedlegg 2 viser antall ja og nei for de tre innovasjonstypene, fordelt på hovednæringer.





**Figur 8: Andel blant bedrifter som de tre siste årene har lansert ny eller forbedret grønn produkt- eller tjeneste-, prosess- eller forretningsmodell innovasjon.**

Dersom vi skiller mellom små og mellomstore bedrifter (Figur 8), er det samlet sett en høyere andel grønn innovasjon blant mellomstore bedrifter, for alle de tre innovasjonstypene. Det er jevnt over høyere innovasjonsandel og større variasjon for mellomstore bedrifter enn for små bedrifter. Det er verdt å merke seg at det blant mellomstore bedrifter er svært få svar innen enkelte næringer, som varehandel (N=8) og jordbruk, skogbruk og fiske (N=3).

Blant de mellomstore bedriftene har industrien høyest andel innovasjon innen produkt- og tjenesteinnovasjon og forretningsmodellinnovasjon. Bygg og anlegg har høyest andel innen prosess-innovasjon.

Når det gjelder produkt- eller tjenesteinnovasjon, er andelen høyest hos mellomstore bedrifter innen industrien (80 %) og varehandelen (75 %), etterfulgt av tjenesteyting (57 %). Innen bygg og anlegg er det høyere innovasjonsandel blant små bedrifter (55 %) enn mellomstore (50 %).

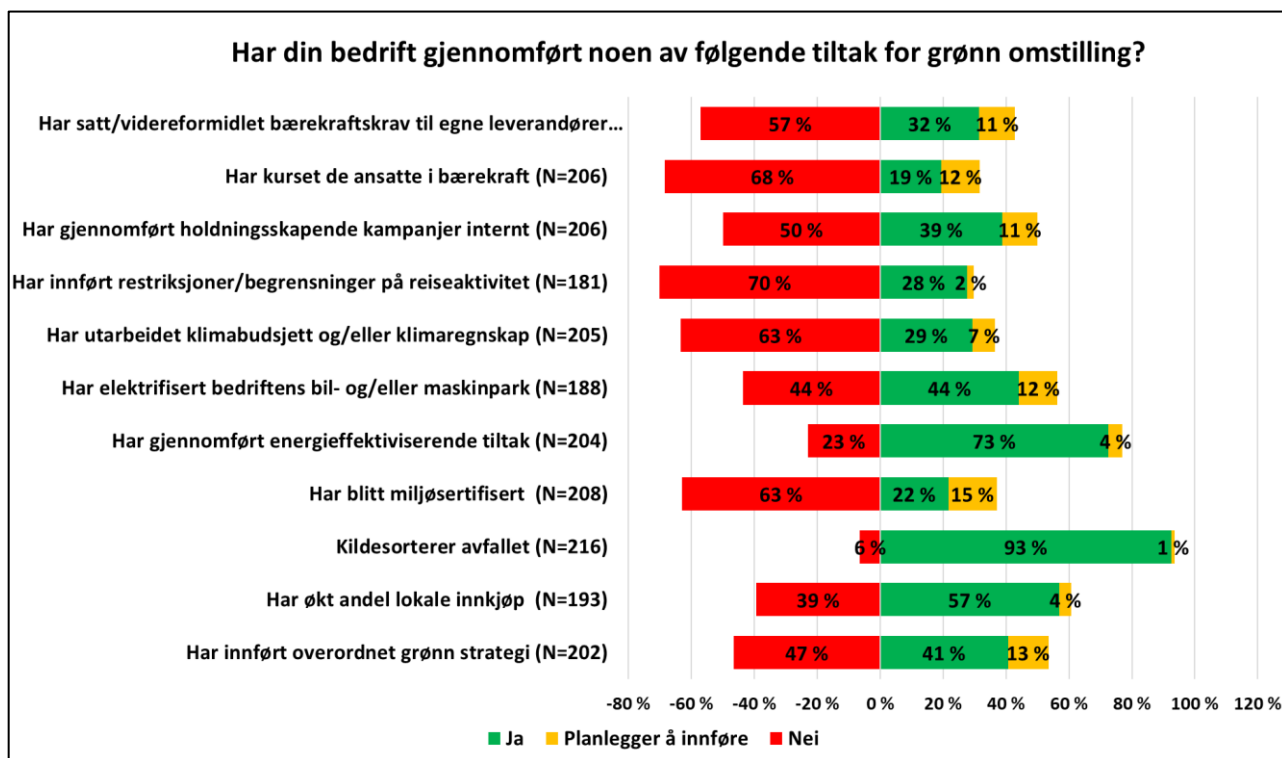
Innen prosess-innovasjon, er andelen høyest hos mellomstore bedrifter for alle næringer. Blant små bedrifter er innovasjonsandelen høyest innen industrien (48 %) etterfulgt av jordbruk, skogbruk og fiske (43 %) og tjenesteyting (39 %).

For innovasjonstypen ny eller forbedret forretningsmodell, er andelen høyest hos mellomstore bedrifter for samtlige næringer, med unntak av jordbruk, skogbruk og fiske (0 %). Mens industrien har høyest innovasjonsandel blant mellomstore bedrifter (70 %), er det den næringen med lavest innovasjonsandel blant små bedrifter (26 %).

## 5.2 Andre tiltak for grønn omstilling

I undersøkelsen har vi også spurt om bedriftene har gjennomført ulike typer grønne tiltak. Når det gjelder tiltak for å redusere klima- og miljøbelastningen, viser **figur 9** at kildesortering av avfall er det mest gjennomførte tiltaket for grønn omstilling blant undersøkelsens respondenter totalt sett. Hele 94 % av bedriftene har gjennomført eller planlegger å innføre dette tiltaket. Det er ikke overraskende, siden det ble innført nye krav til sortering for bedrifter, med virkning 1. januar 2023.<sup>24</sup> Figuren viser også at mange bedrifter har gjennomført eller planlegger å gjennomføre energieffektiviserende tiltak (77 %), lokale innkjøp (61 %) og har elektrifisert bedriftens bil- og/eller maskinpark (56 %). Færrest bedrifter har innført eller planlegger å innføre restriksjoner på reiseaktivitet (30 %) og kursing av ansatte i bærekraft (31 %).

Restriksjoner på reiseaktivitet, kurs i bærekraft, utarbeidelse av klimaregnskap og miljøsertifisering er tiltakene som flest respondenter ikke har gjennomført. Se **vedlegg 2 figur 13-17** for oversikt per næring.



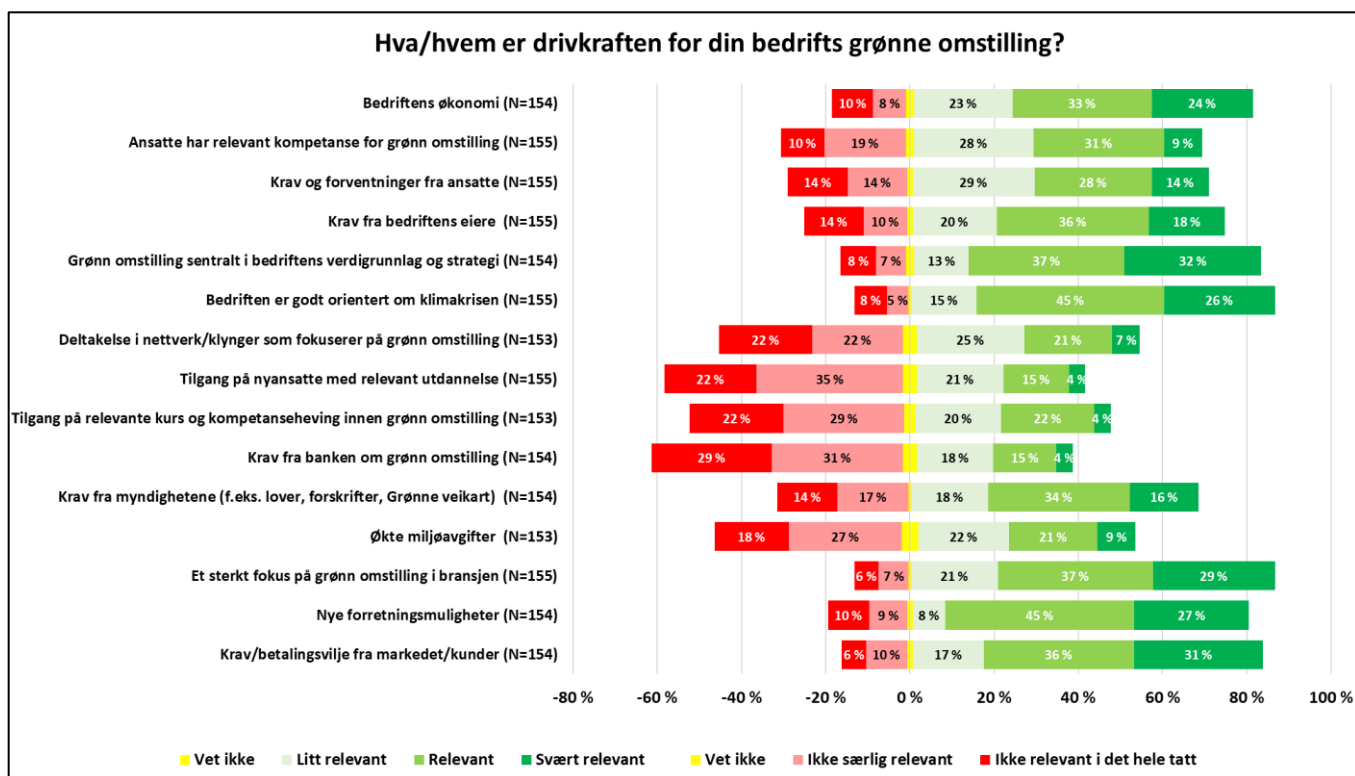
**Figur 9: Tiltak for grønn omstilling**

<sup>24</sup> <https://avfallnorge.no/bransjen/nyheter/strengere-krav-til-avfallssortering-fra-1-januar-2023>

### 5.3 Drivere og barrierer for grønn omstilling

#### Drivkrefter for grønn omstilling

I spørreundersøkelsen ble bedriftene spurt om hva som er drivkraften for deres grønne omstilling. Spørsmålene ble stilt til de bedriftene som har svart ja på at de har gjennomført én eller flere av de tre innovasjonstypene i løpet av de tre siste årene. **Figur 10** oppsummerer hvordan svarene fordeler seg på de ulike driverne.



**Figur 10: Drivkrefter for grønn omstilling**

De viktigste drivkreftene for grønn omstilling (relevant og svært relevant):

- nye forretningsmuligheter (72 %)
- bedriften er godt orientert om klimakrise (71 %)
- krav/betalingsvilje fra marked/kunder (67 %)
- grønn omstilling sentralt i bedriftens verdigrunnlag/strategi (69 %)
- et sterkt fokus på grønn omstilling i bransjen (66 %)
- bedriftens økonomi (57 %)

Det er ikke overraskende at *nye forretningsmuligheter* og *krav fra markedet og kundene* er blant de mest relevante drivkreftene for grønn omstilling. Det er drivere som vil slå positivt ut på bunnlinjen, gitt at man lykkes, og som kan forsvare investeringer og kostnader knyttet til å gjennomføre grønn omstilling. Blant de viktigste drivkreftene er også at bedriften er godt orientert om klimakrisen, og at grønn omstilling er sentralt i bedriftens verdigrunnlag/strategi. Over halvparten oppgir bedriftens økonomi som en driver for grønn omstilling. Viktigheten av bedriftens økonomi som driver kan tenkes å være påvirket av at mange av bedriftene de siste

årene har vært i en spesiell situasjon, først med pandemi og deretter sterk inflasjon og dermed sterk kostnadsvekst.

De minst viktige drivkreftene for grønn omstilling (ikke særlig relevant og ikke relevant i det hele tatt)

- Krav fra banken om grønn omstilling (19 %)
- Tilgang på nyansatte med relevant utdanning (19 %)
- Tilgang på relevante kurs og kompetanseheving innen grønn omstilling (26 %)
- Deltakelse i nettverk/klynger innen grønn omstilling (28 %)

*Krav fra banken* er blant drivkreftene som oppgis å ha minst relevans for bedriftens grønne omstilling. Banknæringen vil imidlertid være en viktig pådriver for grønn omstilling blant SMB-er. I Norge, så vel som i Europa, finansierer bankene mellom 80 og 90 % av næringslivet.<sup>25</sup> Bankene møter i økende grad krav når det gjelder bærekraftsarbeid. Blant annet trådte retningslinjene til Den europeiske bankmyndigheten (EBA) for innvilgning og overvåking av lån i kraft 1. januar 2022. Det stilles krav til at bankene i sin risikovurdering ved innvilgning og overvåking av lån til bedriftskundene hensyntar miljø-, sosiale- og forretningsetiske forhold (ESG-risiko - Environment, Social and Governance). Fremover vil det komme flere krav gjennom et EU-direktiv som gjennomfører regler for bærekraftsrapportering for foretak, Sustainability Reporting Directive (CSRD).<sup>26</sup> Strengere lovkrav internasjonalt og nasjonalt gjør at grønn omstilling blir en dyd av nødvendighet for næringslivet, gjennom at bankene stiller krav. Noen banker har i sin bærekraftsstrategi mål om fremtidig netto nullutslipp for sin finansierings- og investeringsvirksomhet. Når en lav andel av respondentene oppgir bankene som viktig driver for grønn omstilling, må det ses i sammenheng med hvor langt bankene selv er kommet med dette arbeidet. Det er grunn til å tro at bedriftene i fremtiden i større grad vil oppleve banken som driver for grønn omstilling.

*Tilgang på nyansatte med relevant utdanning* er også blant drivkreftene som oppgis å ha minst relevans for bedriftens grønne omstilling (19 %). Sett i sammenheng med at 40 % oppgir som relevant eller svært relevant drivkraft at ansatte har relevant kompetanse for grønn omstilling, kan det gjenspeile at den enkelte bedrift vurderer å i tilstrekkelig grad ha den kompetansen som trengs for å gjennomføre grønn omstilling.

Som vist i **figur 7 til 11 i Vedlegg 2**, er det likheter og forskjeller på tvers av næringene når det gjelder viktigste drivkrefter for grønn omstilling.

En fellesnevner er at bedriftens økonomi vurderes av en relativt høy andel som en relevant eller svært relevant drivkraft. Andelen er høyest innen bygg og anlegg (76 %), etterfulgt av industrien (69 %), jordbruk, skogbruk og fiske (66 %), tjenesteyting (48 %) og til sist varehandel (30 %). En annen fellesnevner er at krav fra banken vurderes av en relativt lav andel som en relevant eller svært relevant drivkraft. Andelen er lavest innen jordbruk, skogbruk og fiske (11 %), etterfulgt av industrien (17 %), bygg og anlegg (24 %), tjenesteyting (24 %) og varehandel (0 %).

---

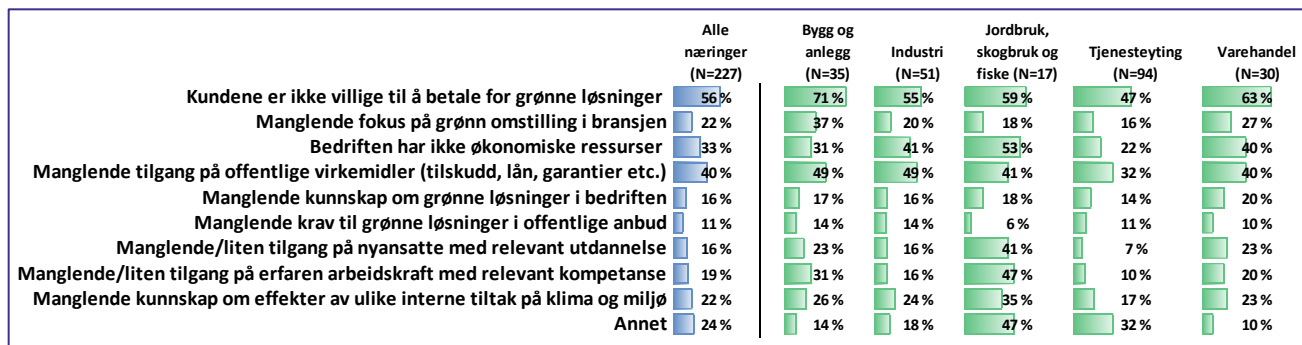
<sup>25</sup> <https://www.dnb.no/dnbnyheter/no/samfunn/bankene-er-et-viktig-verktoy-i-den-gronne-omstillingen>

<sup>26</sup> <https://www.regjeringen.no/no/sub/eos-notatbasen/notatene/2022/juni/barekraftsrapportering-for-bedrifter/id2918224/>

### Barrierer for grønn omstilling

Bedriftene som krysset av for at de ikke har gjennomført en eller flere av de tre grønne innovasjonene, ble spurt om hva eller hvem som er barriere for virksomhetens grønne omstilling.

**Figur 12** viser hvordan svarene fordeler seg samlet, og for de ulike næringene.



Figur 11: Barrierer for grønn omstilling, alle næringer.

Oppsummert viser **figur 12** at de viktigste barrierer for grønn omstilling er:

Eksterne barrierer:

- Kundene er ikke villige til å betale for grønne løsninger (56 %)
- Manglende tilgang på offentlige virkemidler (tilskudd, lån, garantier etc.) (40 %)
- Manglende fokus på grønn omstilling i bransjen (22 %)

Interne barrierer

- Bedriften har ikke økonomiske ressurser (33 %)
- Manglende kunnskap om effekter av ulike interne tiltak på klima og miljø (22 %)
- Annet (24 %)

24 % av bedriftene har svart «annet» som barriere for grønn omstilling. Bedriftene som har lagt inn tilleggsinformasjon på dette svaralternativet trekker også blant annet fram økonomi som en barriere.; både kundenes manglende betalingsvilje og dyre grønne løsninger som påvirker bedriftens lønnsomhet negativt. Andre barrierer som blir nevnt er manglende kunnskap internt i bedriften og i bransjen generelt om tiltak for grønn omstilling og manglende etterspørsel fra kunder.

Likt som for drivkrefter, er det punkter som handler om økonomi som er de viktigste barrierene. Eksempelvis var kundenes betalingsvillighet en viktig driver blant bedriftene som hadde gjennomført grønn omstilling. Figur 13 viser at blant bedriftene som ikke har gjennomført grønn omstilling, er nettopp kundenes betalingsvillighet en viktig barriere (56 %). 40 % av bedriftene svarer at manglende tilgang på offentlige virkemidler som tilskudd, lån og garantier er en barriere. Resultatene viser at det er en høy andel av bedriftene som trekker fram eksterne barrierer som årsak til at de ikke har gjennomført grønn omstilling.

Tilsvarende resultat ser vi i andre rapporter. I NyAnalyse og Footstep sin rapport «SMB-enes rolle i det grønne skiftet» som er utarbeidet for Klima- og miljødepartementet i 2021, var resultatet at barrierer for grønn omstilling oftere er knyttet til myndigheter og kunder enn til bedriften selv. Det blir samtidig påpekt som årsak at bedriftene som besvarte undersøkelsen kan nøle med å

identifisere barrierer relatert til egen bedrift, og at de kan oppfatte myndighetene eller kunder som større barrierer enn trekk ved egen bedrift.

Av bedriftsinterne barrierer for grønn omstilling, er det i vår undersøkelse rundt 33 % av bedriftene som trekker fram manglende økonomiske ressurser som en barriere. 22 % av bedriftene mener at manglende kunnskap om effekter av ulike interne tiltak på klima og miljø er en barriere, mens 16 % mener at manglende kunnskap om grønne løsninger i bedriften er en barriere.

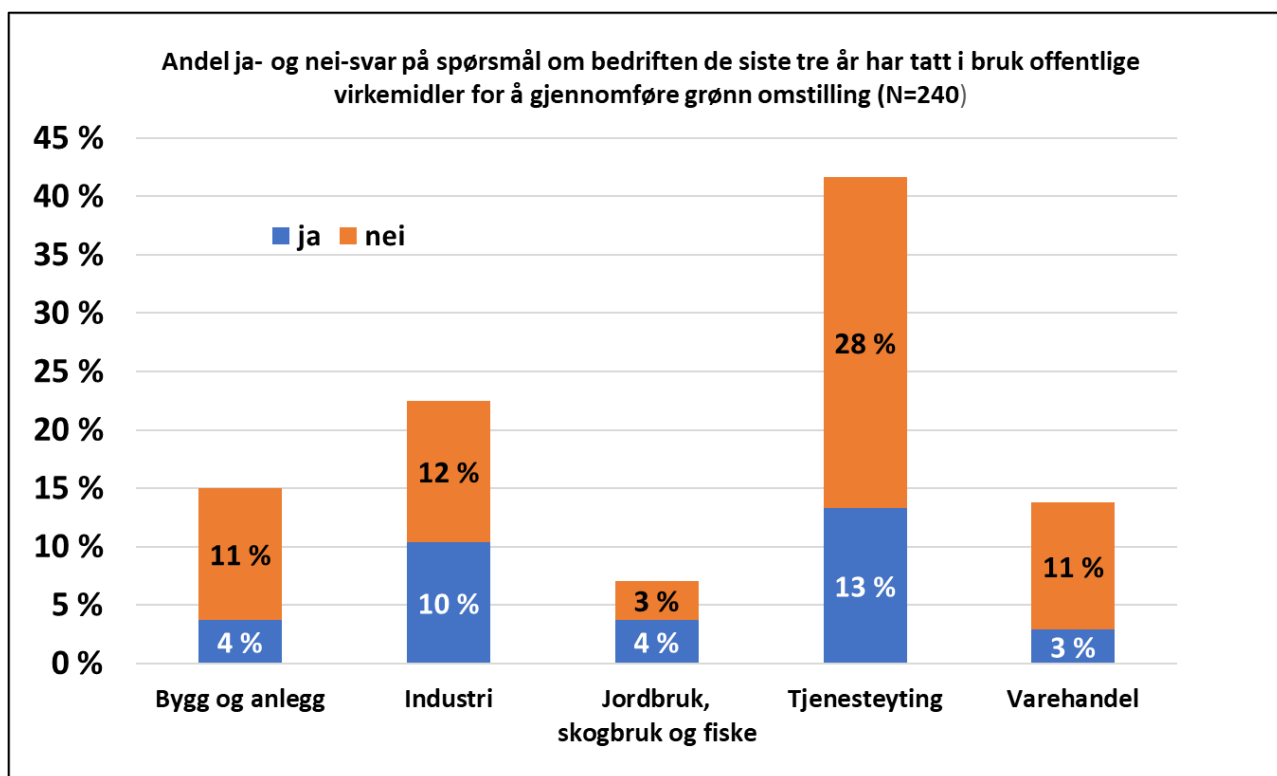
### 5.3.1 Offentlige virkemidler/støtteordninger

Å lykkes med grønn omstilling krever samarbeid mellom myndigheter og næringsliv, både nasjonalt og internasjonalt. Myndighetene kan tilrettelegge for grønn omstilling gjennom hensiktsmessige virkemidler og rammebetingelser som understøtter og skal gi incentiver til omstilling i hele økonomien. Respondentene som svarte ja på at de har gjennomført en eller flere av de tre typene grønn innovasjon de siste tre årene, ble spurt om de har brukt offentlige virkemidler for grønn omstilling. Med offentlige virkemidler mener vi bevilgninger til innovasjonsarbeid, med formål om å fremme vekst i næringslivet og bidra til å løse samfunnsutfordringer, i dette tilfellet bidra til en grønnere omstilling i samfunnet. De som svarte ja, ble bedt om å vurdere bruken, nytten og barrierer for bruk av ulike offentlige virkemidlene

#### Omfang av virkemiddelbruk

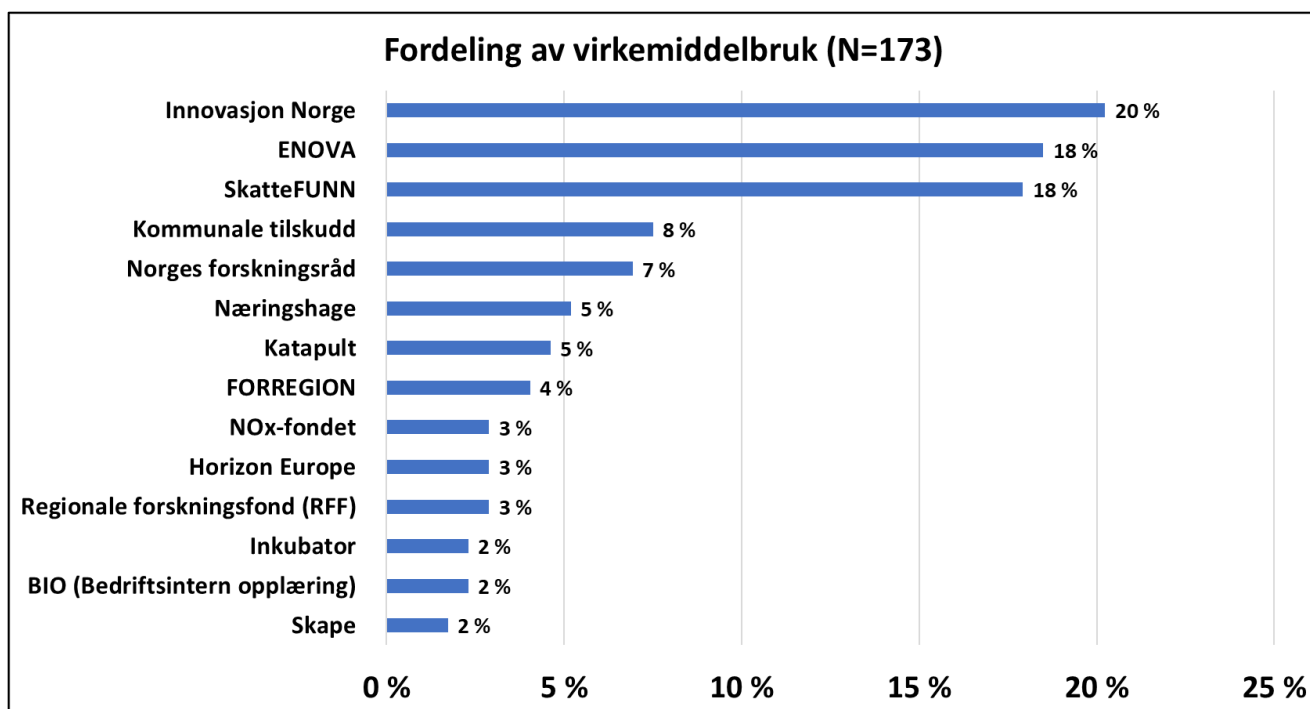
Respondentene hadde mulighet til å krysse av på flere virkemidler, totalt ble det gitt 173 kryss. Av totalt 240 respondenter, var det 66 % som ikke har tatt i bruk noen av virkemidlene de siste tre år. **Figur 13** viser hvordan andelen ja og nei fordeler seg på hovednæring. Det er høyest andel som har tatt i bruk offentlige virkemidler innen tjenesteyting (13 %) og industri (10 %), etterfulgt av bygg og anlegg og jordbruk, skogbruk og fiske (4 %) og til sist varehandel (3 %). Andelen bedrifter som ikke har brukt offentlige virkemidler for grønn omstilling er størst innen tjenesteyting (28 %), etterfulgt av industri (12 %), varehandel og bygg og anlegg (11 %) og til sist jordbruk, skogbruk og fiske (3 %). I tolkningen av resultatene må det hensyntas at det er få bedrifter innen jordbruk, skogbruk og fiske som har svart på undersøkelsen.





**Figur 12: Andel ja og nei på bruk av virkemidler fordelt på næringer (N=240)**

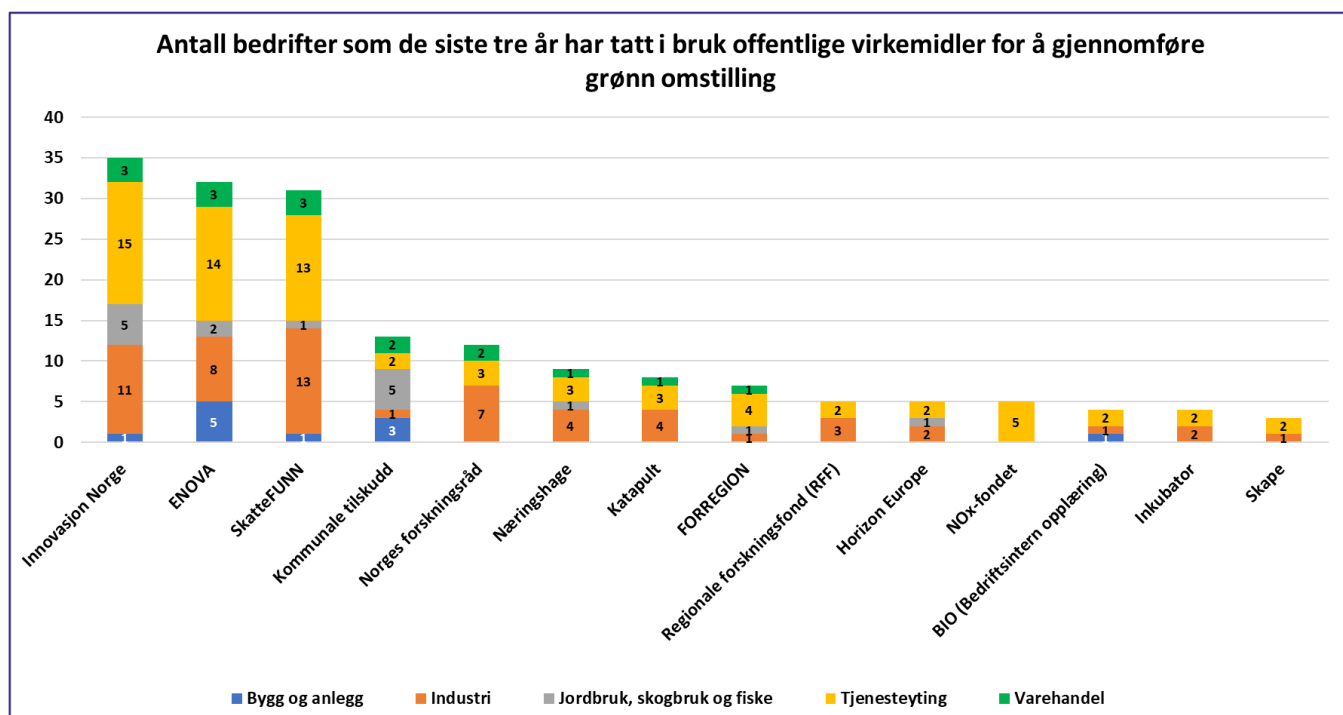
**Figur 14** viser at virkemidlene fra Innovasjon Norge (20%), Skatte FUNN (18%) og ENOVA (18%) er de mest populære virkemidlene, etterfulgt av virkemidler kommunale tilskudd (8%) og Norges forskningsråd (7%). Blant Rogaland fylkeskommunes virkemidler som inkluderer Forregion, Regionale Forskningsfond Rogaland (RFF Rogaland) og Bedriftsintern opplæring (BIO) oppgir 4 % av bedriftene å ha brukt Forregion, 3 % RFF Rogaland og 2% BIO virkemidlene. Den relativt lave bruken av FORREGION (tidligere VRI) og RFF Rogaland sine virkemidler kan ha sammenheng med at disse programmene støtte til prosjekter som kan forankres i ett eller flere av de tre næringsmessige satsningsområdene i Nærings- og innovasjonsstrategien for Rogaland som er ren energi og maritim fremtid, mat, reiseliv og opplevelser.



**Figur 14: Fordeling virkemiddelbruk**

**Figur 14** viser at virkemidlene fra Innovasjon Norge (20%), Skatte FUNN (18%) og ENOVA (18%) er de mest populære virkemidlene, etterfulgt av virkemidler kommunale tilskudd (8%) og Norges forskningsråd (7%). Blant Rogaland fylkeskommunes virkemidler som inkluderer Forregion, Regionale Forskningsfond Rogaland (RFF Rogaland) og Bedriftsintern opplæring (BIO) oppgir 4 % av bedriftene å ha brukt Forregion, 3 % RFF Rogaland og 2% BIO virkemidlene. Den relativt lave bruken av FORREGION (tidligere VRI) og RFF Rogaland sine virkemidler kan ha sammenheng med at disse programmene støtte til prosjekter som kan forankres i ett eller flere av de tre næringsmessige satsningsområdene i Nærings- og innovasjonsstrategien for Rogaland som er ren energi og maritim fremtid, mat, reiseliv og opplevelser.

**Figur 15** viser hvordan svarene fordelte seg på de ulike virkemidlene, inndelt i næringer.



**Figur 15: Antall bedrifter som de siste tre årene har tatt i bruk offentlige virkemidler for å gjennomføre grønn omstilling.**

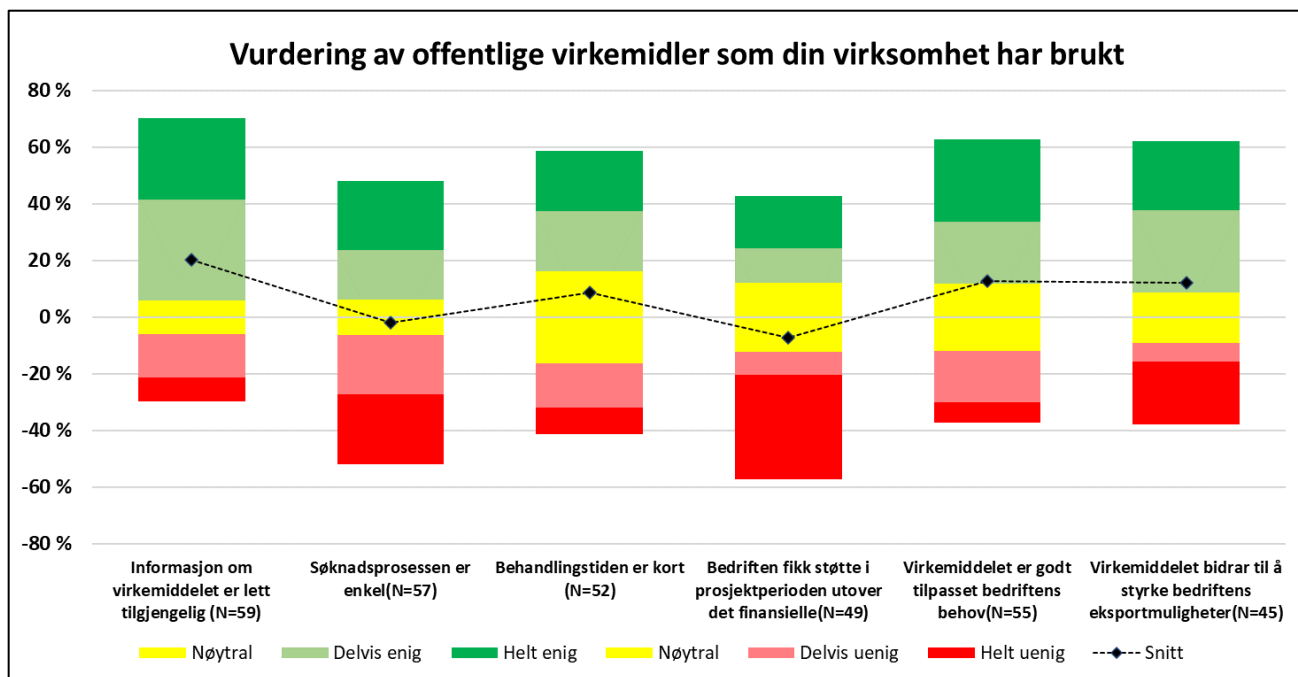
### Vurdering av virkemidler

**Figur 16** viser at industribedrifter og tjenesteytende bedrifter dominerer bruken av virkemidlene fra Skattefunn, Innovasjon Norge, ENOVA og Norges Forskningsråd.

Industribedriftene dominerer bruken av virkemiddelene til Norges Forskningsråd og bedrifter knyttet til jordbruk, skogbruk og fiske i størst grad benytter seg av kommunale tilskudd. Når en ser på fordeling av næringer som bruker Rogaland fylkeskommunes virkemidler, viser figur 14 kun bedrifter fra Industri og tjenesteyting har brukt RFF Rogaland sine virkemidler, mens bedrifter fra tjenesteyting, varehandel, industri og jordbruk, skogbruk og fiske har brukt Forregion virkemidlene og bedrifter fra tjenesteyting, industri og bygg og anlegg har brukt BIO virkemidlene. Bygg og anleggsbedriftene har hverken brukt virkemidler fra Forregion eller RFF Rogaland, og varehandelsbedrifter hverken har brukt RFF Rogaland eller BIO virkemidlene. Bedrifter fra jordbruk, skogbruk og fiske og fra varehandel har ikke brukt BIO virkemidlene som er støtteordninger knyttet til opplæring av ansatte.

### Vurdering av virkemidler

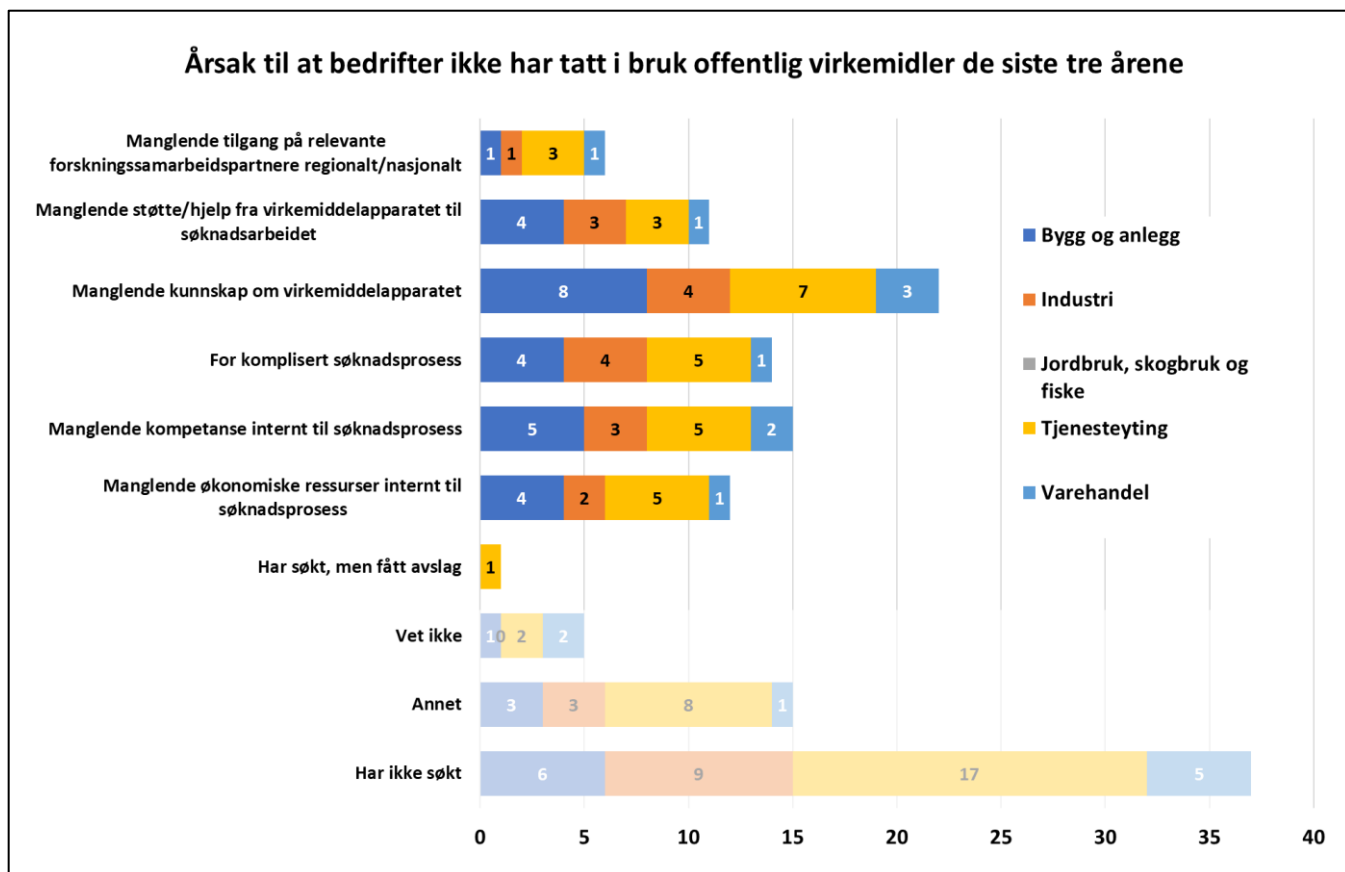
Respondentene som svarte at de har brukt ett eller flere virkemidler de siste tre årene, ble bedt om å vurdere virkemiddelapparatet generelt sett. Vurderingene er vist i figur 17. Rammen til prosjektet begrenset spørsmålet til en generell vurdering fremfor vurdering av hvert enkelt virkemiddel.



Figur 16: Vurdering av offentlige virkemidler

Figur 16 viser at bedriftene som har brukt virkemidlene er mest enig i at informasjonen om virkemiddelet er lett tilgjengelig, bidrar til å styrke bedriftens eksportmuligheter og er tilpasset bedriftens behov, mens de er mest uenig i at de også får støtte utover det finansielle fra virkemiddelet og at søknadsprosessen er enkel.

Figur 17 viser årsaker til at bedrifter ikke har tatt i bruk offentlige virkemidler de siste tre årene, fordelt på næringer. Den nederste søylen i figuren viser at hovedårsaken til at bedrifter ikke har tatt i bruk virkemidlene er at bedriftene ikke har søkt (N=37). Når en ser på fordeling av næring, er det flest industri og varehandelsbedrifter som ikke har søkt. Av andre årsaker, er det flest svar som gjelder manglende kunnskap om virkemiddelapparatet, etterfulgt av manglende kompetanse internt til søknadsprosessen. Relativt mange av respondentene mener også at søknadsprosessen er for komplisert, samt at man får manglende støtte/hjelp fra virkemiddelapparatet utover finansiell støtte. Av de bedriftene som oppgir manglende kunnskap om virkemiddelapparatet som viktigste årsak tilhører flest bygg og anlegg og tjenesteytende næringer.

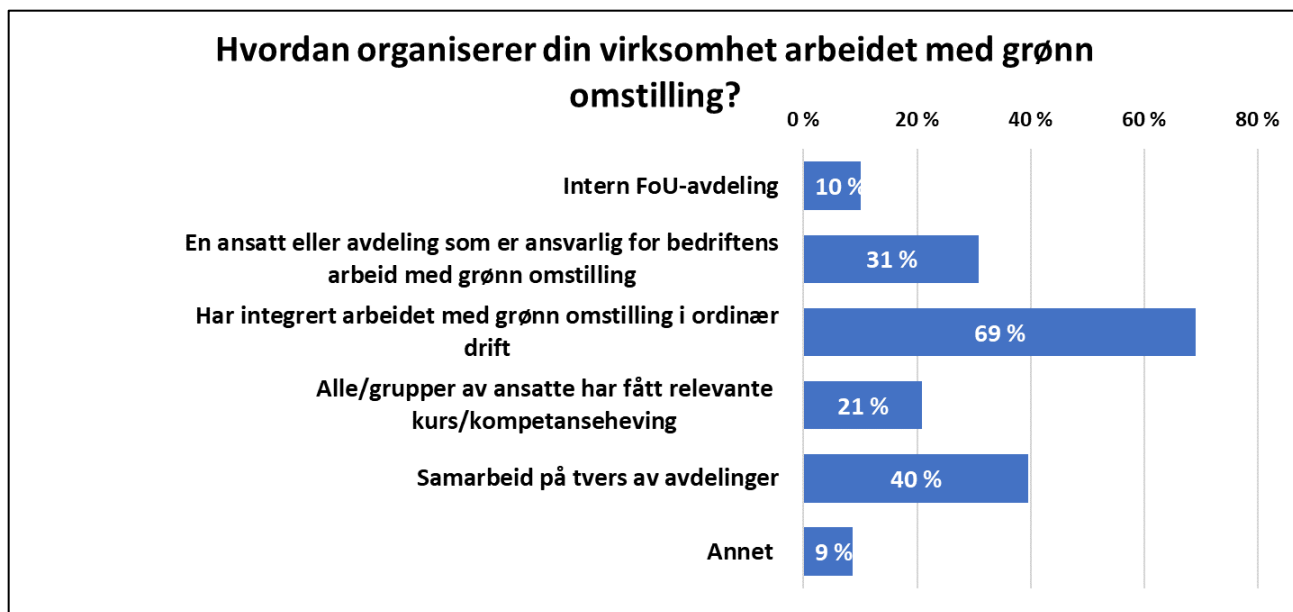


Figur 17: Årsak til at bedrifter ikke har tatt i bruk offentlig virkemidler de siste tre årene, antall svar, fordelt på næringer

## 5.4 Intern organisering og samarbeid om grønn omstilling

### Intern organisering

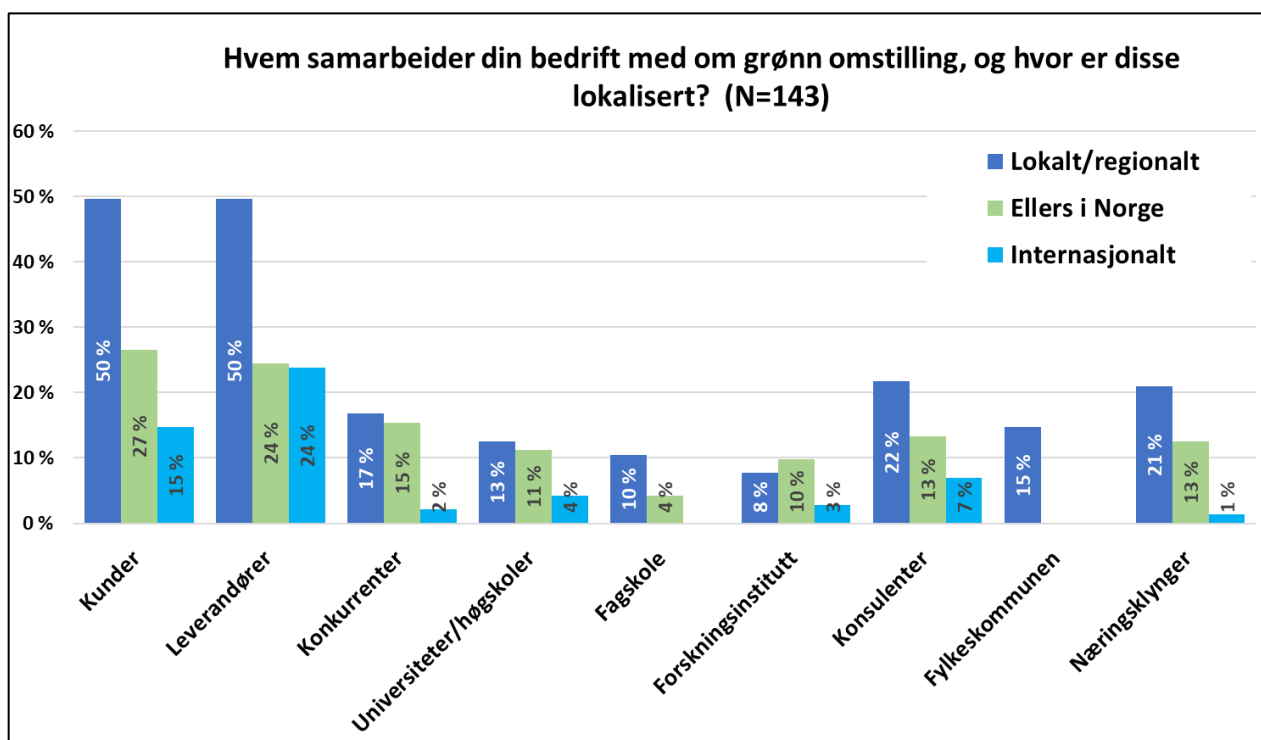
Bedriftene ble spurt om hvordan de organiserer arbeidet med grønn omstilling internt. **Figur 18** viser at organisering av arbeidet med grønn omstilling i ordinær drift er det vanligste formen for organisering blant SMB-ene (69 %). 40 % oppgir at det samarbeides om grønn omstilling på tvers av avdelinger, mens 31 % oppgir at en ansatt eller avdeling har fått ansvaret for arbeidet med grønn omstilling. 10 % av bedriftene oppgir at arbeidet med grønn omstilling organiseres i FOU-avdelingen, mens 9 % oppgir at de har funnet andre måter å organisere arbeidet med grønn omstilling.



Figur 18: Organisering av arbeidet med grønn omstilling

Samarbeid om grønn omstilling

Bedriftene ble spurt om de samarbeider med andre om grønn omstilling, og i så fall med hvilke samarbeidspartnere. Figur 19 viser hvordan svarene fordeler seg på ulike typer aktører, inndelt i lokalisering.



Figur 19: Samarbeidspartnere grønn omstilling og lokalisering av samarbeidspartnere

Kunder og leverandører er den type samarbeidspartnere som bedriftene bruker mest i arbeidet med grønn omstilling. Blant både kunder og leverandører er det de regionale aktørene som

bedriftene samarbeider mest med (50 %). Konsulenter er den tredje mest benyttede samarbeidspartneren for grønn omstilling (42%). Når det gjelder bruk av forskningsinstitutter som samarbeidspartner, bruker respondentene i noe større grad nasjonale enn regionale institutter, mens for Universiteter og høyskoler brukes regionale og nasjonale i omtrent like stor grad. fylkeskommune, fagskole og forskningsinstitutter er den type samarbeidspartnere som brukes minst i forbindelse med grønn omstilling.

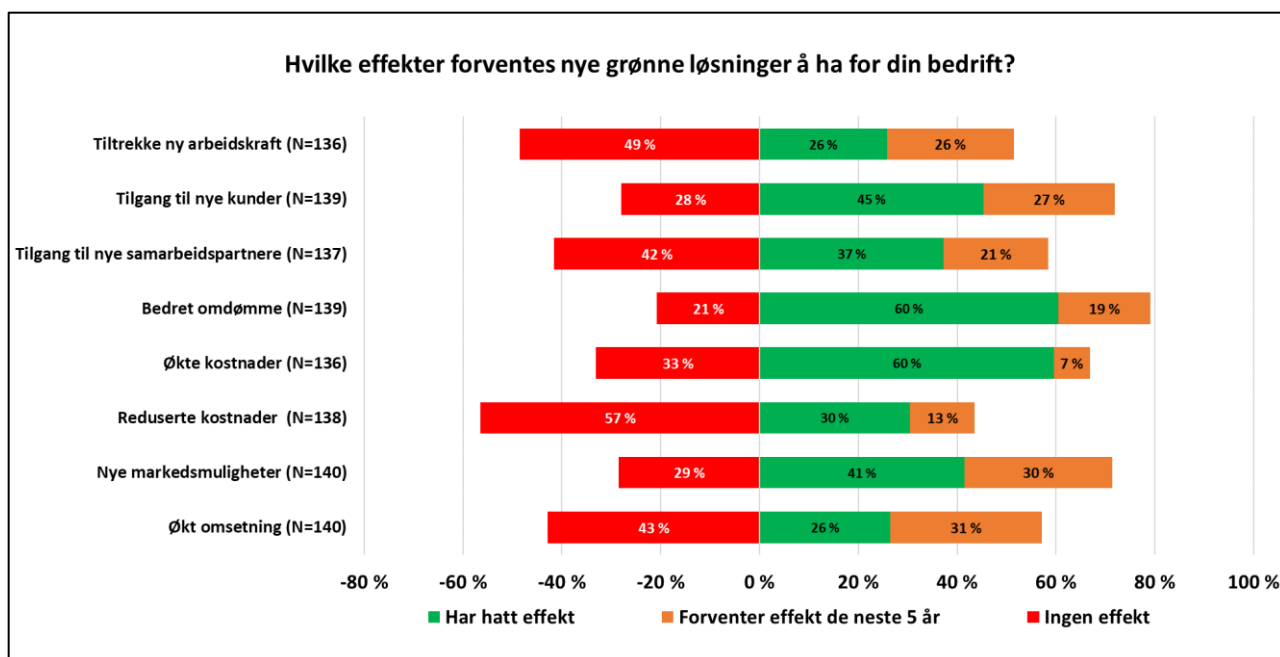
Figur 20 viser samarbeidspartnere og lokalisering av disse fordelt på næringer.

		Kunder	Leverandører	Konkurrenter	Universitet/høyskoler	Fagskole	Forskningsinstitutt	Konsulenter	Fylkeskommunen	Næringsklynger
<b>Bygg og anlegg</b>	Lokalt/regionalt	68 %	82 %	18 %		18 %	5 %	18 %	14 %	18 %
	Ellers i Norge	5 %	9 %			5 %	5 %	9 %		5 %
	Internasjonalt		5 %							
<b>Industri</b>	Lokalt/regionalt	42 %	39 %	13 %	13 %	11 %	8 %	16 %	21 %	26 %
	Ellers i Norge	37 %	32 %	18 %	18 %	3 %	18 %	13 %		11 %
	Internasjonalt	16 %	26 %		8 %		5 %	11 %		3 %
<b>Jordbruk, skogbruk og fiske</b>	Lokalt/regionalt	11 %	56 %	33 %			11 %	33 %	11 %	22 %
	Ellers i Norge	22 %	44 %	44 %	22 %	11 %	11 %	33 %		22 %
	Internasjonalt		11 %					11 %		
<b>Tjenesteyting</b>	Lokalt/regionalt	53 %	48 %	17 %	18 %	7 %	8 %	23 %	12 %	17 %
	Ellers i Norge	28 %	27 %	17 %	10 %	5 %	7 %	13 %		17 %
	Internasjonalt	25 %	27 %	5 %	5 %		3 %	8 %		2 %
<b>Varehandel</b>	Lokalt/regionalt	50 %	29 %	14 %	14 %	21 %	7 %	29 %	14 %	29 %
	Ellers i Norge	29 %	7 %	7 %	7 %		7 %	7 %		7 %
	Internasjonalt		43 %							

Figur 20: Samarbeidspartnere grønn omstilling og lokalisering av samarbeidspartnere, fordelt på næringer

### 5.5 Effekter av grønn omstilling

Respondentene ble spurt om hvilke effekter de forventer for sin bedrift fra nye grønne løsninger. Bedriftene kunne velge flere svaralternativer.

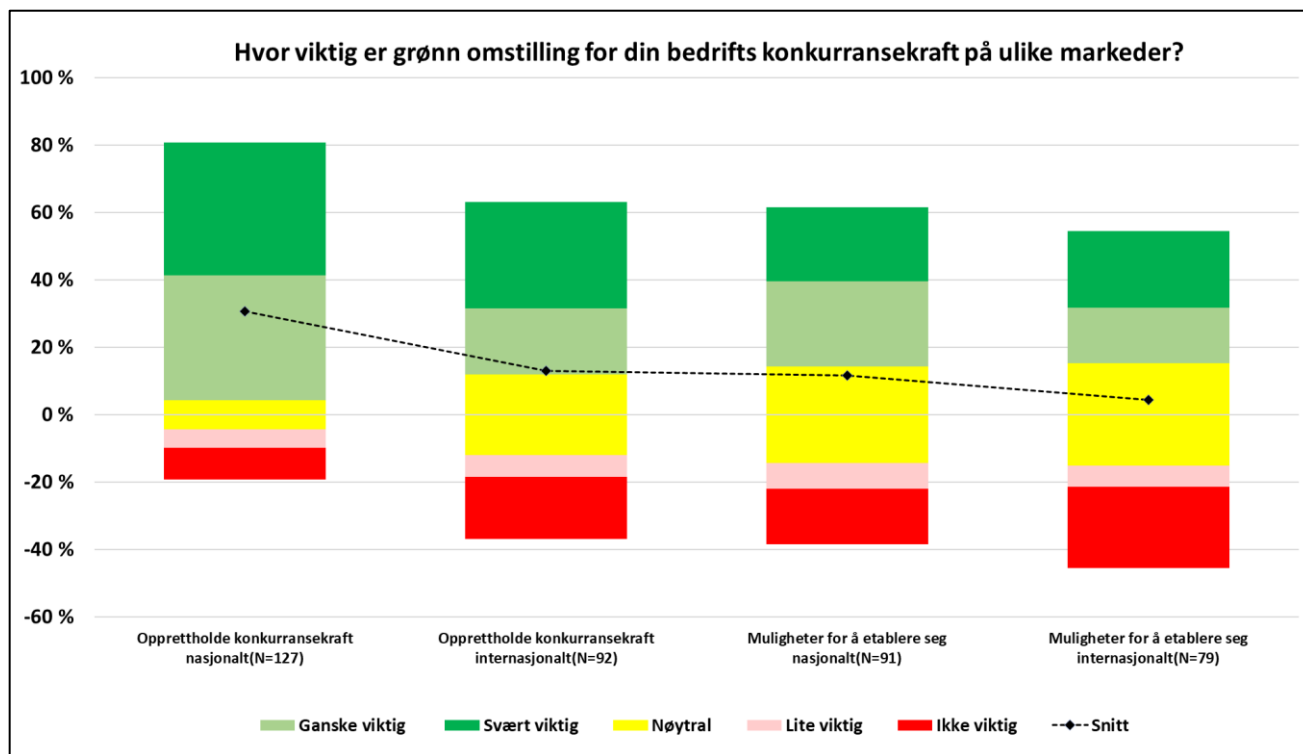


**Figur 21: Effekter av grønn omstilling**

**Figur 21** viser at bedret omdømme (62%), økte kostnader (59%), tilgang til nye kunder (45%) og nye markedsmuligheter (42%) er effekter flest bedrifter oppgir at de har hatt av å introdusere nye grønne løsninger. Videre viser figuren at økt omsetning (31%), nye markedsmuligheter (30%), tilgang til nye kunder (27%) og å tiltrekke seg ny arbeidskraft (26%) er de effektene flest bedrifter forventer oppå lang sikt (neste 5 år). Flest bedrifter oppgir at de forventer ingen effekt på reduserte kostnader (56%), tiltrekning av nyansatte (49%), økt omsetning (43%) eller tilgang til nye samarbeidspartnere (42%) ved lansering av nye grønne løsninger. Respondentene ble også spurt om grønn omstilling var viktig for å opprettholde konkurransekraft nasjonalt og internasjonalt.

**Figur 22** viser at grønn omstilling er viktigst for å opprettholde bedriftens nasjonale konkurransekraft, og minst viktig for muligheter for å etablere seg internasjonalt. Om lag 80% mener at grønn omstilling er ganske eller svært viktig for å opprettholde konkurransekraft nasjonalt. I overkant av 50% mener det er ganske eller svært viktig for å opprettholde konkurransekraft internasjonalt. Når det gjelder å etablere seg nasjonalt og internasjonalt, er det henholdsvis under 50% og under 40% som mener grønn omstilling er ganske eller svært viktig. Det er færrest som mener at grønn omstilling er viktig for å etablere seg internasjonalt – det var også få (færre enn 5% av respondentene) i undersøkelsen som meldte at de har planer om å starte eksport innen de neste 5 år.

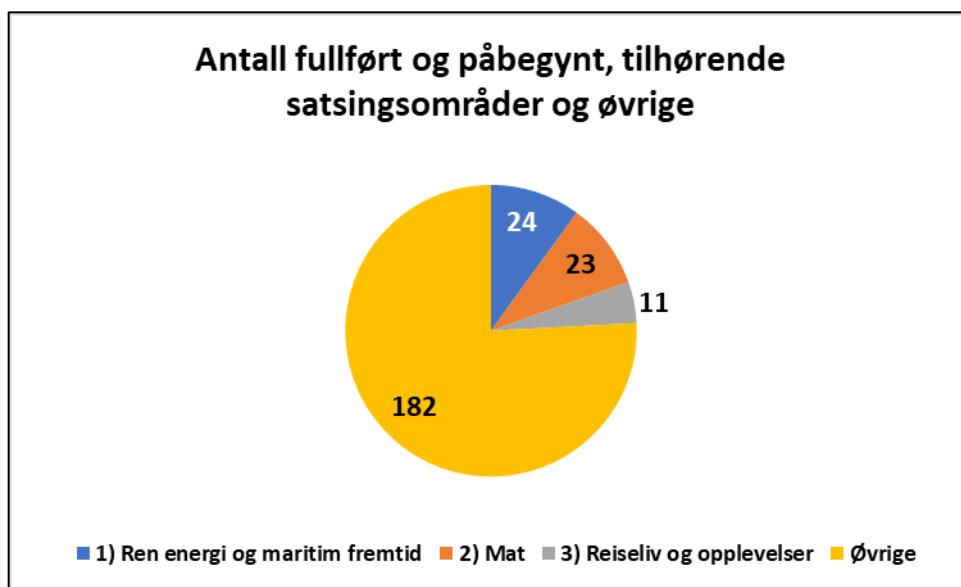




**Figur 22: Viktighet av grønn omstilling for bedriftenes konkurransekraft**

## 6 Grønn omstilling innen Rogaland fylkeskommunes satsingsområder

Ved bruk av NACE-koder og kunnskap om bedriftene i utvalget, er respondenter som tilhører Rogaland fylkeskommunes satsingsområder blitt merket, slik at resultatene fra spørreundersøkelsen kan presenteres også for hvert enkelt satsingsområde. **Figur 23** viser hvordan respondentene som har fullført eller påbegynt undersøkelsen, fordeler seg på satsingsområdene og øvrige. Av totalt 240 respondenter, har 218 fullført og 22 påbegynt. Innenfor satsingsområdene er det kun én respondent innen påbegynt.

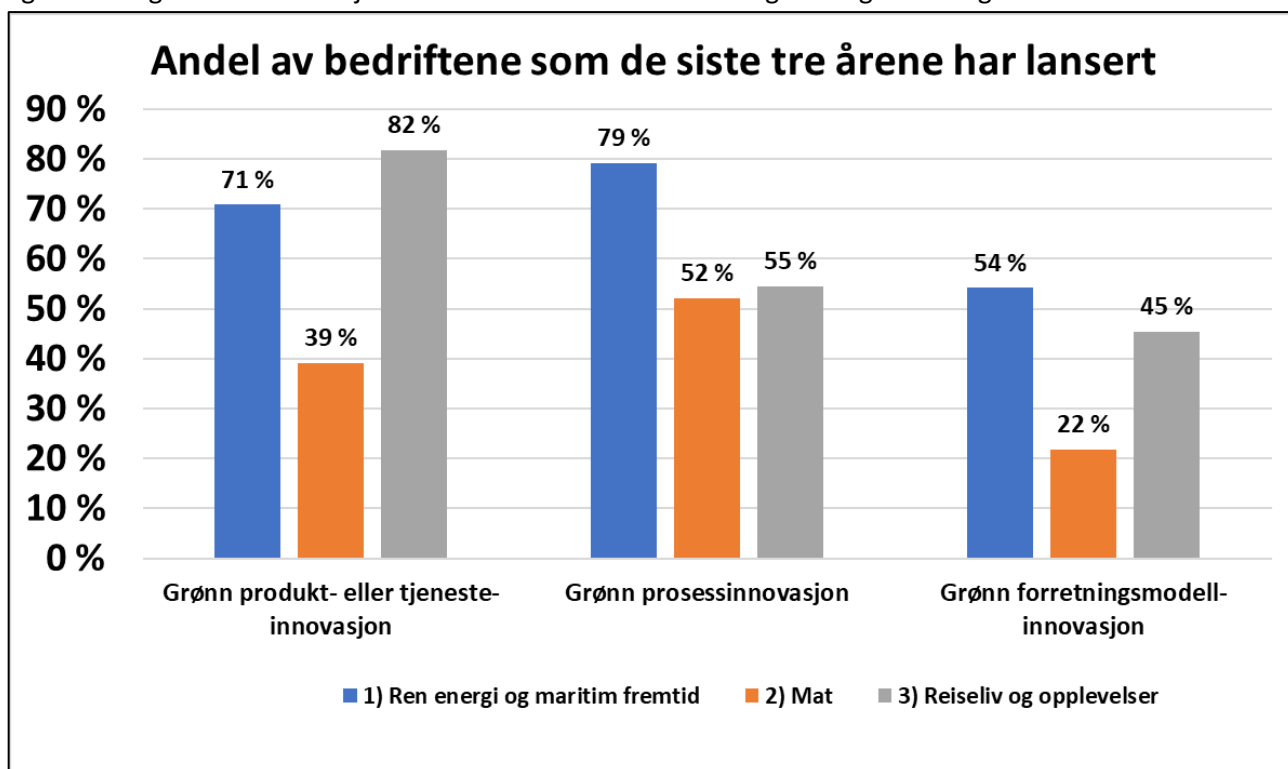


**Figur 23:** Antall respondenter som har fullført eller påbegynt undersøkelsen, inndelt i Rogaland fylkeskommunes satsingsområder og øvrige.

### 6.1.1 Grønn innovasjon

Som vist i **figur 24**, er Ren energi og maritim fremtid det satsningsområdet som har flest grønne innovasjoner innen prosess og forretningsmodellkategoriene, mens Reiseliv og opplevelser har flest grønne produktinnovasjoner. Innen satsningsområdet Mat er det langt færre grønne produkt

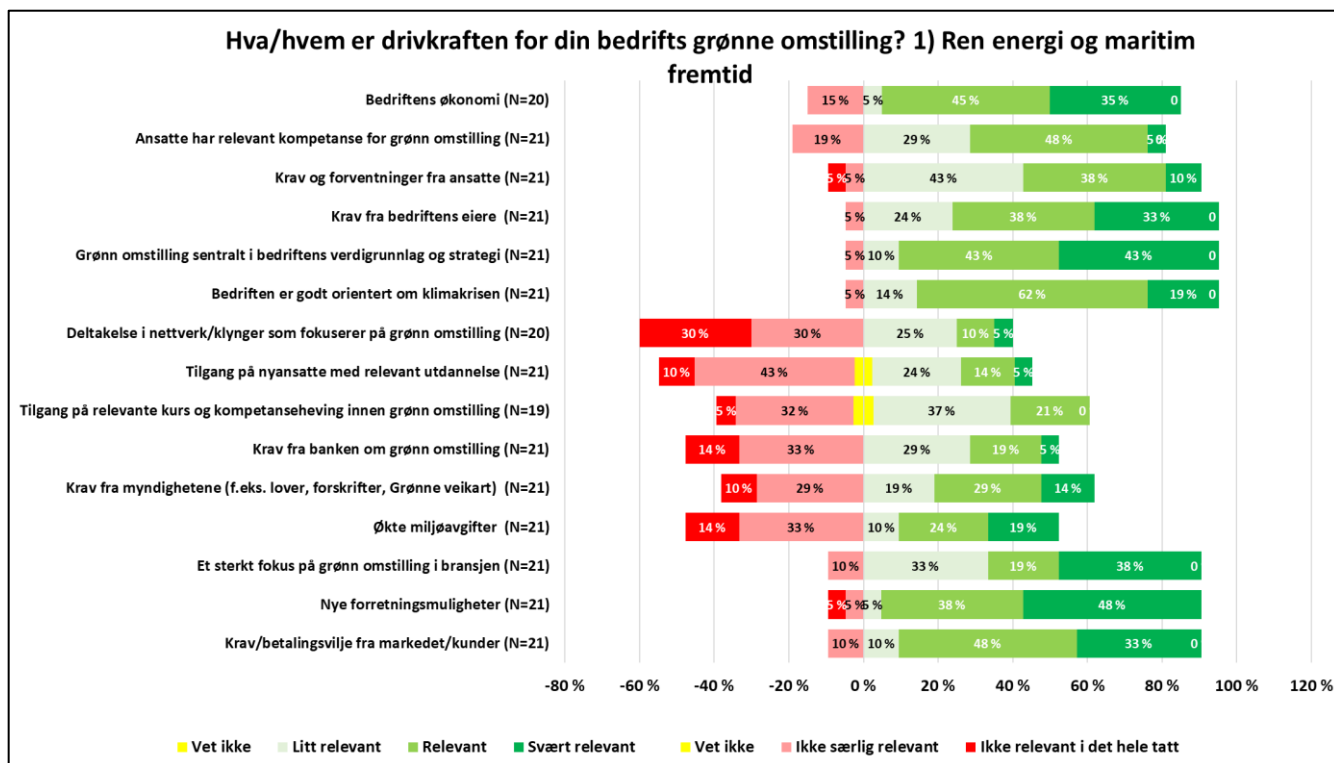
og forretningsmodell innovasjoner enn innen de to andre næringsmessige satsningsområdene.



**Figur 24:** Antall respondenter innen de tre satsningsområdene i nærings- og innovasjonsstrategien som de tre siste år har lansert ny eller forbedret grønn produkt- eller tjeneste-, prosess- eller forretningsmodell innovasjoner

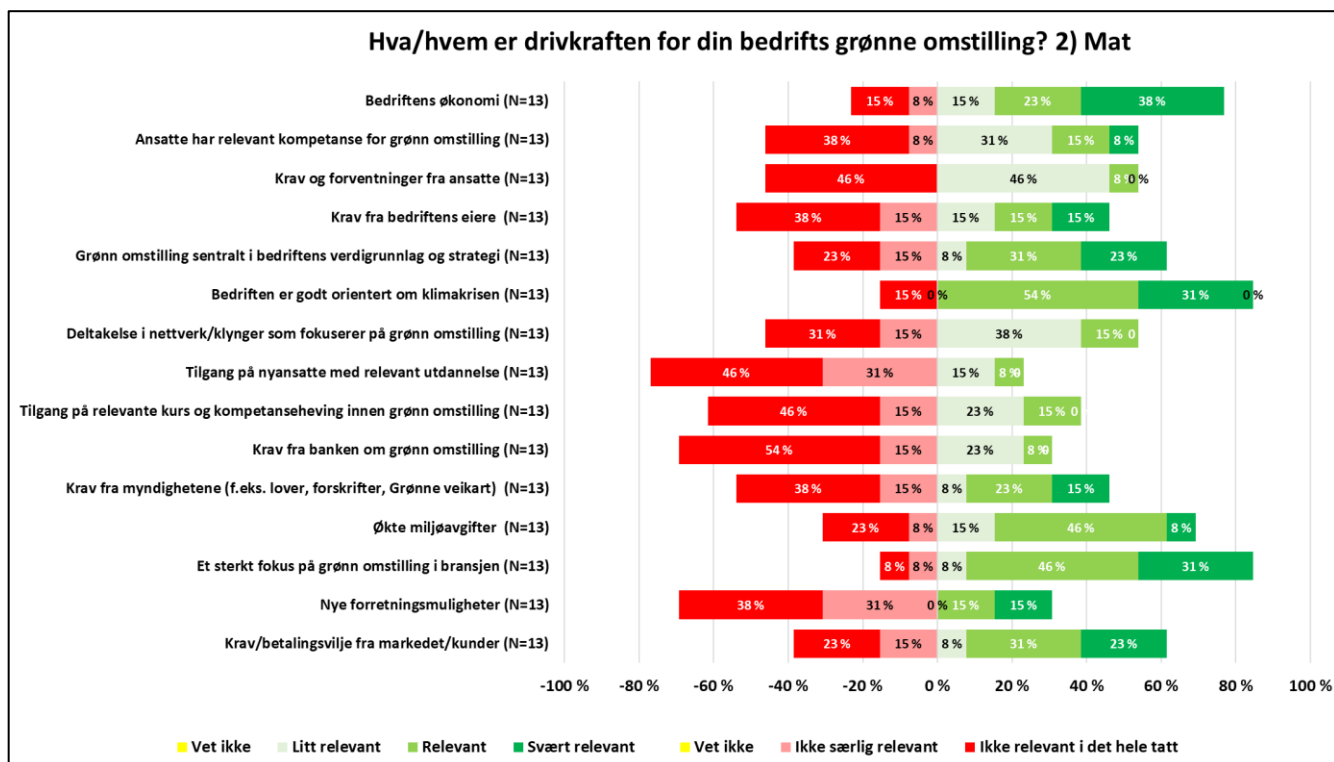
## 6.2 Drivere og barrierer for grønn omstilling

**Figur 25** viser at innen satsningsområdet Ren energi og maritim fremtid oppgir flest bedrifter nye forretningsmuligheter (85%), grønn omstilling som del av bedriftens verdigrunnlag/strategi (85%), bedriften godt orientert om klimakrisen (80 %) og krav/betalingsvilje fra kunder/marked (80%) som de viktigste drivkreftene for grønn omstilling (relevant + svært relevant)



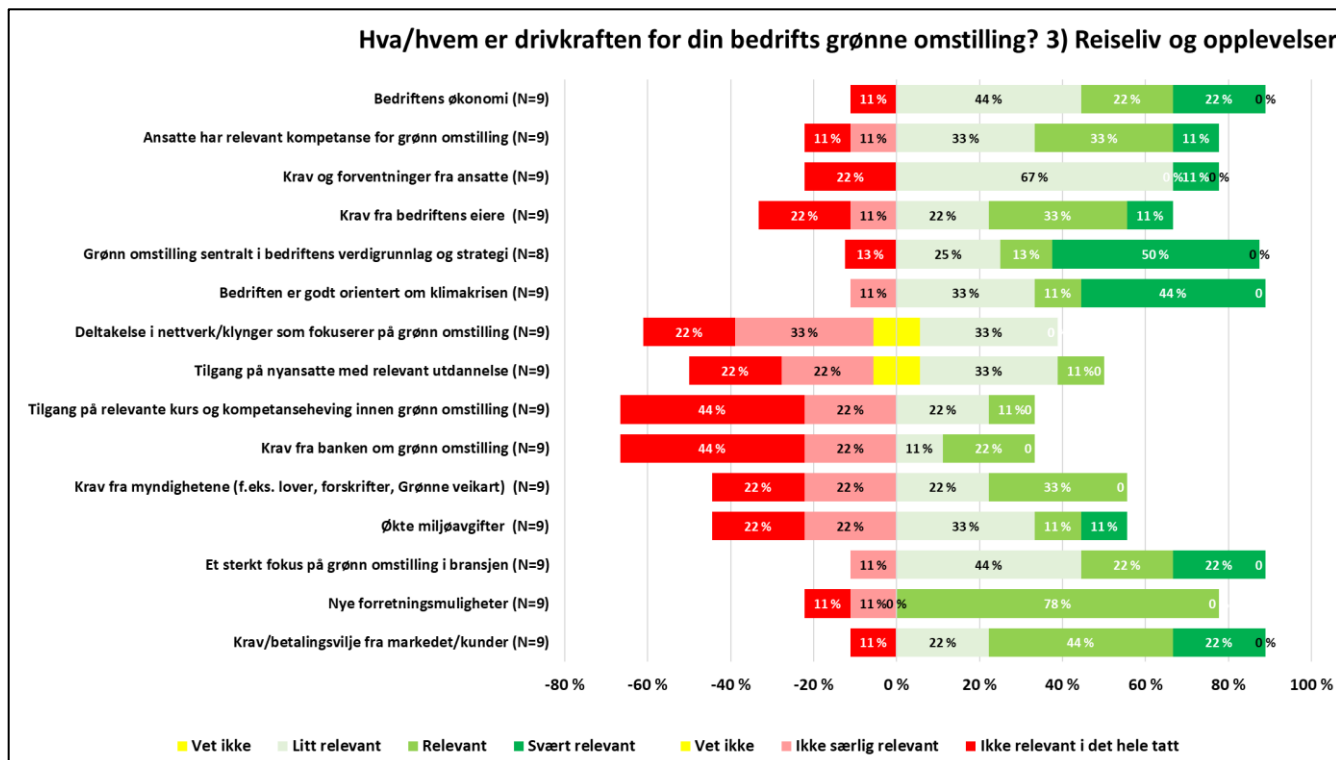
Figur 25: Drivere for grønn omstilling for satsningsområde 1) Ren energi og maritim fremtid

I Figur 26 ser en at innen satsningsområdet Mat oppgis bedriften er godt orientert om klimakrisen (91%) som den desidert viktigste drivkraften for grønn omstilling, etterfulgt av et sterkt fokus på grønn omstilling i bransjen (75%), bedriftens økonomi (67%).



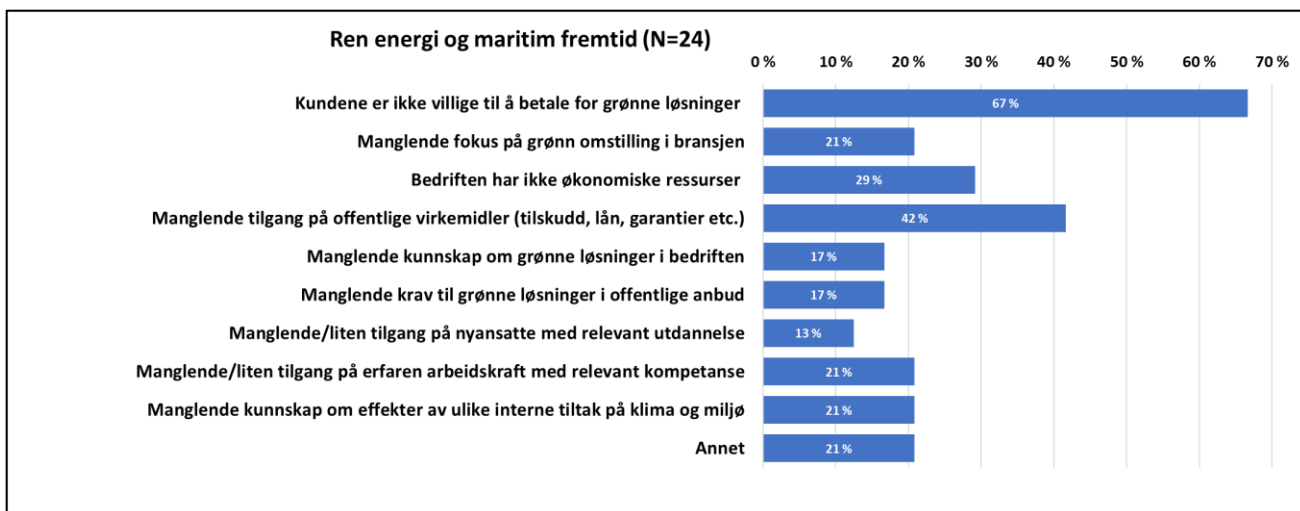
Figur 26: Drivere for grønn omstilling for satsningsområde 2) Mat

For SMB-er innen Reiseliv og opplevelser viser **figur 27** at nye forretningsmuligheter (78%), krav/betalingsvilje fra markedet/kunder (66%) og grønn omstilling sentralt i bedriftens verdigrunnlag/strategi (63 %) er de viktigste drivkreftene grønn omstilling.

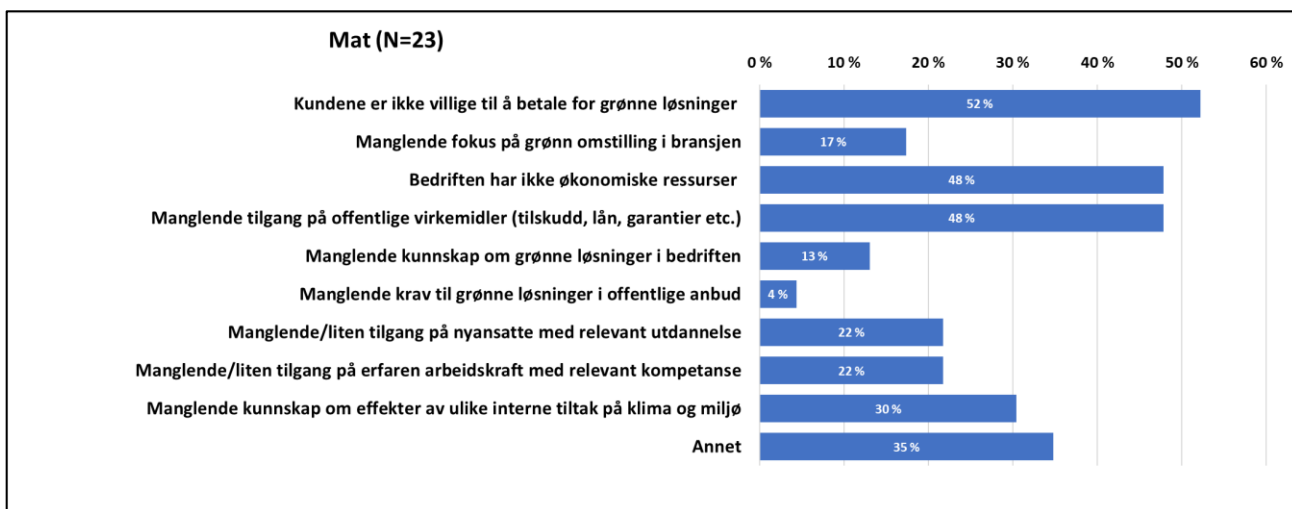


**Figur 27: Drivere for grønn omstilling for satsningsområde 3) Reiseliv og opplevelser**

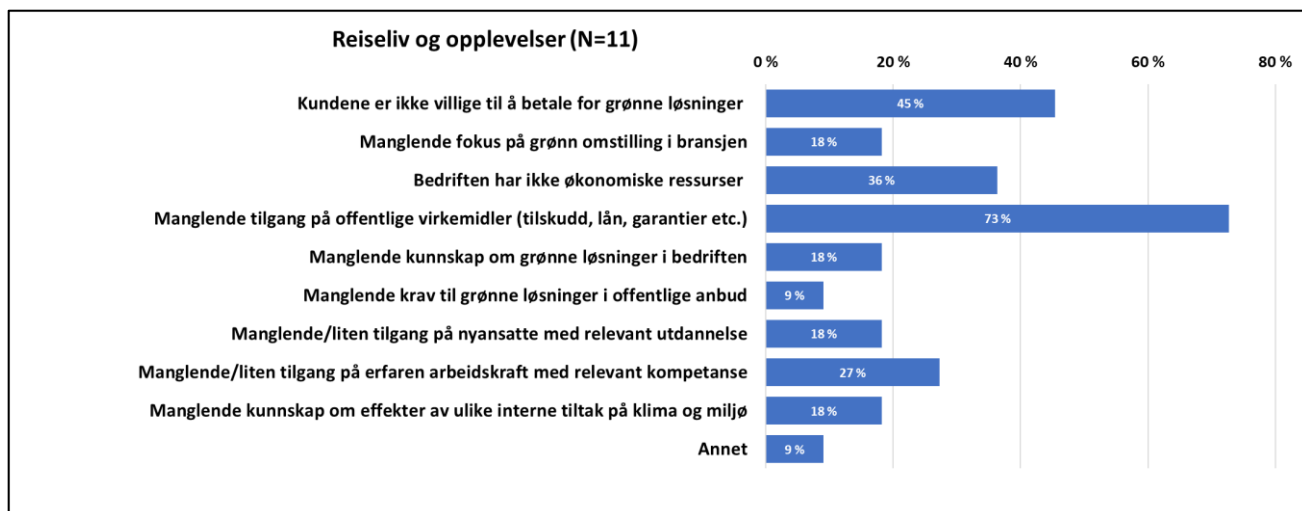
Når det gjelder barrierer for grønn omstilling, er det manglende betalingsvilje for grønne løsninger (30%), manglende tilgang på offentlige virkemidler (28%) og at bedriften har ikke økonomiske ressurser (22%) oppgis som de viktigste barrierene for grønn innovasjon innen de tre næringsmessig satsningsområdene samlet. **Figur 28-30** viser hvordan svarene fordeler seg for hvert satsningsområde. Innen ren energi og maritim fremtid oppgis kunden manglende vilje til å betale for grønne løsninger, etterfulgt av manglende tilgang på offentlig virkemidler og bedriftens manglende økonomiske ressurser som de største barrierene. Innen satsningsområdet mat oppgis også kundenes manglende vilje til å betale for grønne løsninger, etterfulgt av bedriftens manglende økonomiske ressurser, manglende tilgang på offentlige virkemidler og manglende kunnskap om effekter av ulike interne tiltak på klima og miljø som barrierer, mens manglende tilgang på offentlige virkemidler oppgis som den største barrieren innen Reiseliv og opplevelser etterfulgt av kundenes manglende betalingsvilje og bedriftens manglende økonomiske ressurser.



Figur 28: Barrierer for grønn omstilling for Ren energi og maritim fremtid



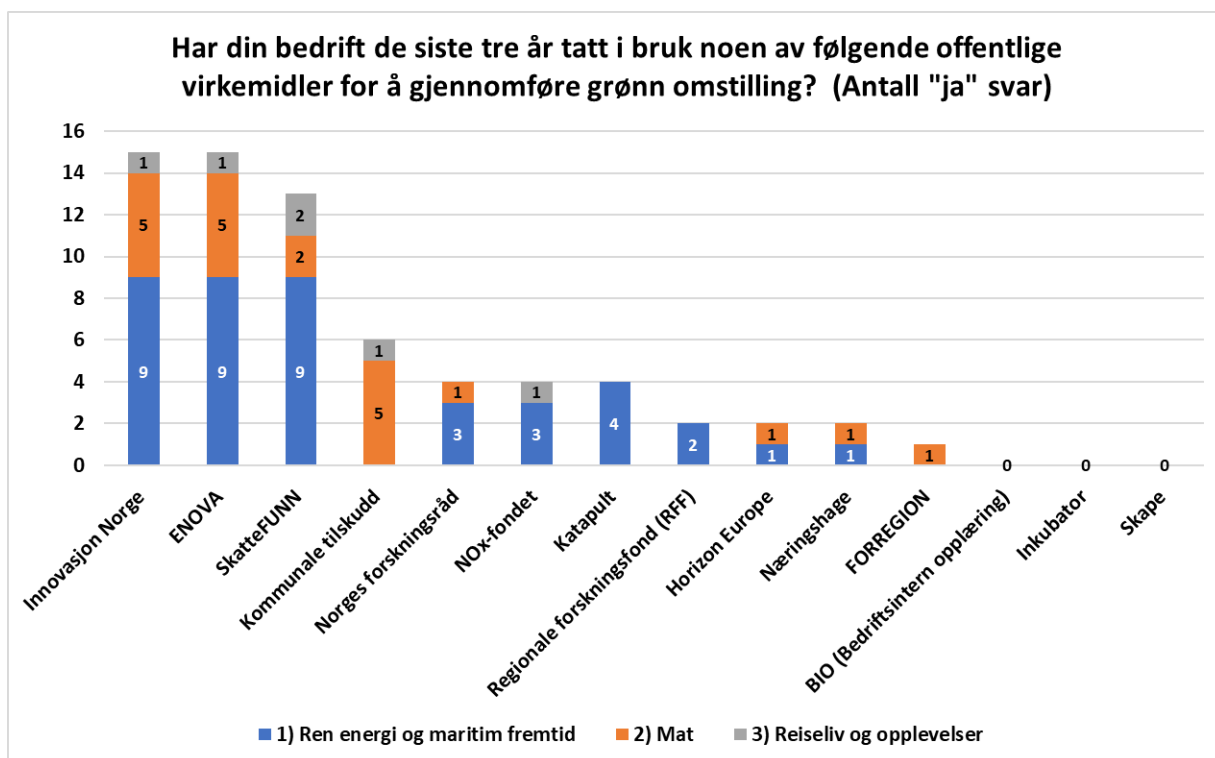
Figur 29: Barrierer for grønn omstilling for Mat



**Figur 30: Barrierer for grønn omstilling for Reiseliv og opplevelser**

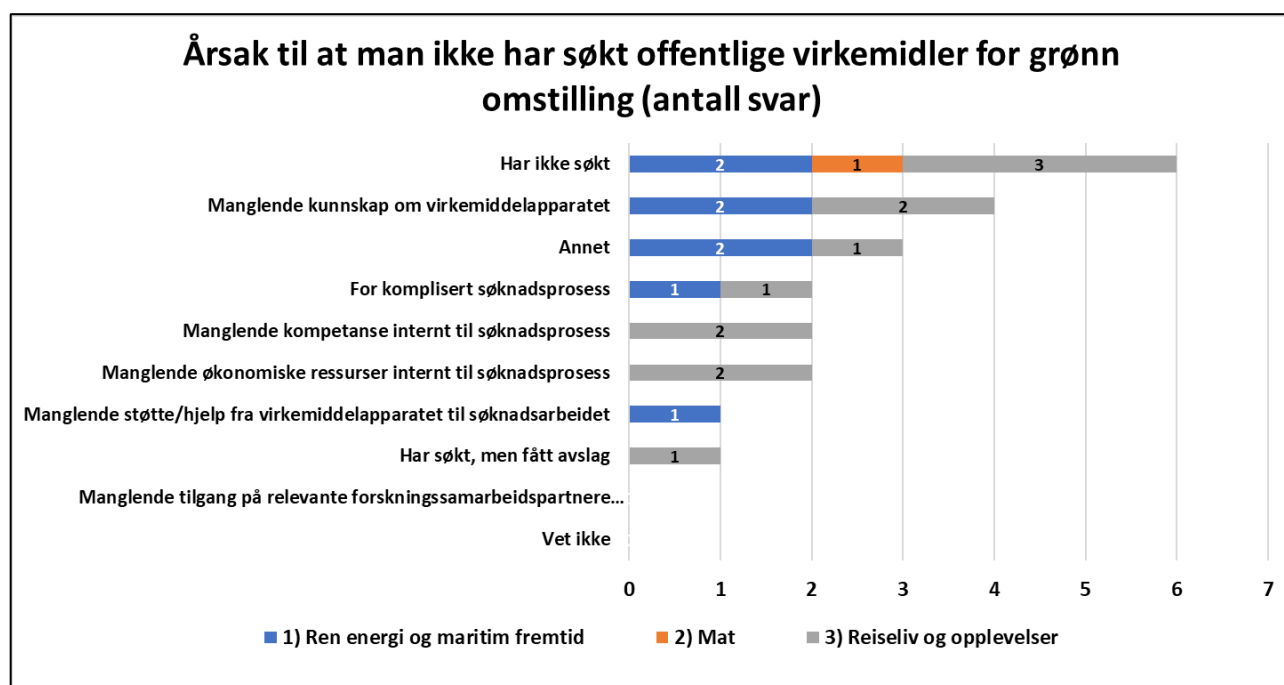
### 6.2.1 Offentlige støtteordninger/virkemidler

**Figur 31** viser at Innovasjon Norge og ENOVA virkemidlene er de mest brukte virkemidlene blant SMB-er innen de tre næringsmessige satsningsområdene, etterfulgt av Skattefunn. Bedriftene har i minst grad brukt virkemidler fra Regionale forskningsfond, Horisont Europa, næringshager og Forregion, mens virkemidlene BIO, Inkubator og Skape ikke har blitt brukt. Tilskuddet kommunale tilskudd har blitt mest brukt av matnæringen, mens Katapult og Regionale Forskningsfond virkemidlene kun har blitt brukt av SMB-er innen Ren energi og maritim fremtid og matnæringene. SMB-er innen reiseliv og opplevelser bruker i svært liten grad offentlige virkemidler i arbeidet med grønn omstilling.



**Figur 31: Bruk av offentlige virkemidler de tre siste år blant bedrifter innen satsningsområdene**

Som vist i **figur 32**, oppgir flest bedrifter innen de tre næringsmessige satsningsområdene «ikke søkt» som årsaken til at de ikke har brukt offentlige virkemidler, etterfulgt av manglende kunnskap om virkemiddelapparatet.



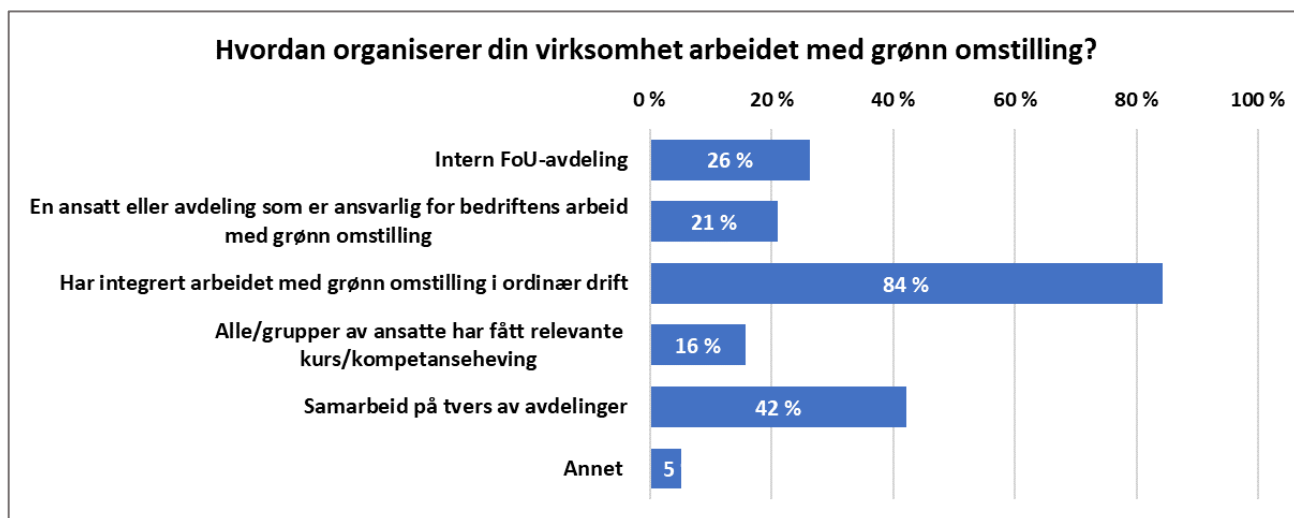
**Figur 32: Årsaken til at offentlige virkemidler ikke har blitt brukt, antall svar**



## 6.2.2 Intern organisering og samarbeid

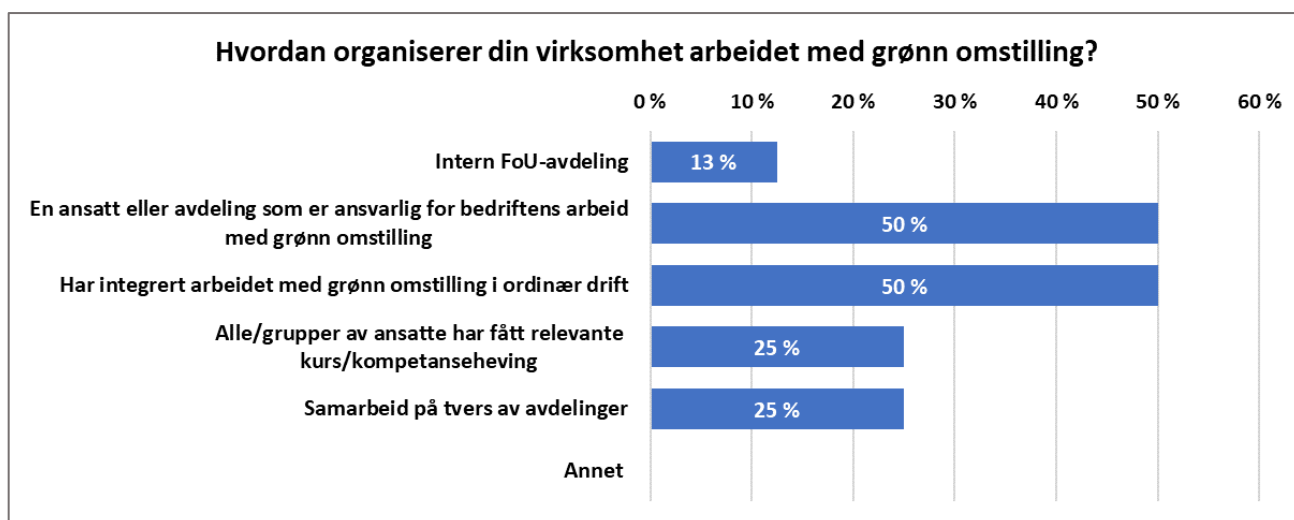
### Intern organisering

**Figur 33** viser at SMB-ene innen Ren energi og maritim fremtid i størst grad innlemmer arbeidet med grønn omstilling i ordinær drift (84%) og gjennom samarbeid på tvers i avdelinger (42%), mens færrest gir alle ansatte kurs og kompetanseheving innen grønn omstilling.



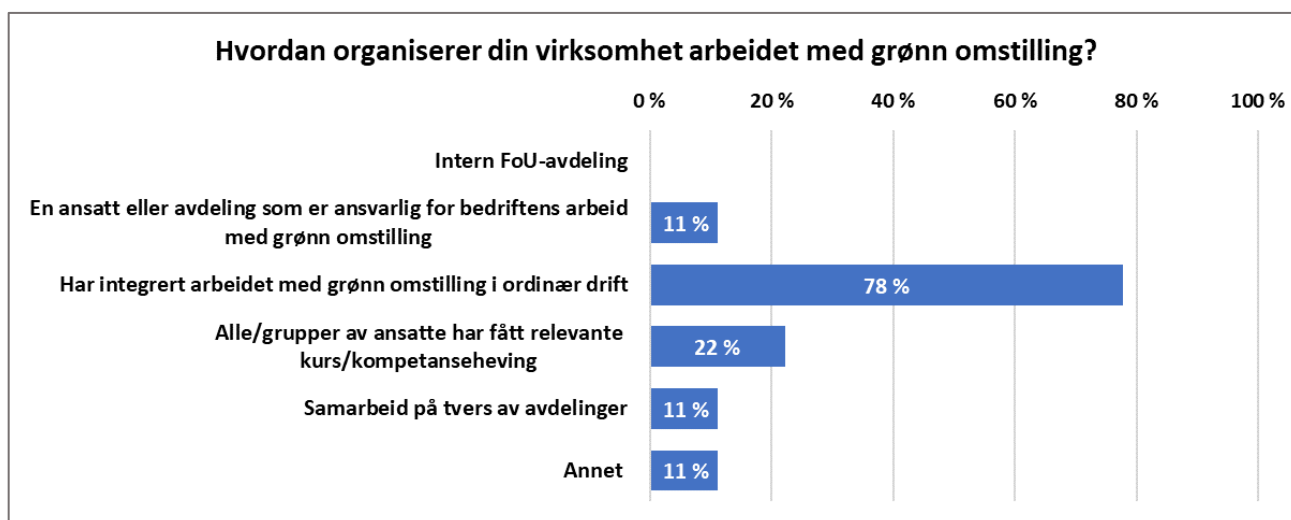
**Figur 33: Intern organisering av arbeid med grønn omstilling blant bedrifter innenfor satsningsområdet Ren energi og maritim fremtid.**

Av **figur 34** ser man at SMB-ene innen Mat-næringene i størst grad organiserer arbeidet med grønn omstilling ved å gi en ansatt eller avdeling ansvar for arbeidet eller ved å integrere arbeidet med grønn omstilling i ordinær drift (50%), mens organisering av arbeidet i en intern FOU avdeling blir brukt i minst grad (13 %).



**Figur 34: Intern organisering av arbeid med grønn omstilling blant bedrifter innenfor satsningsområdet Mat**

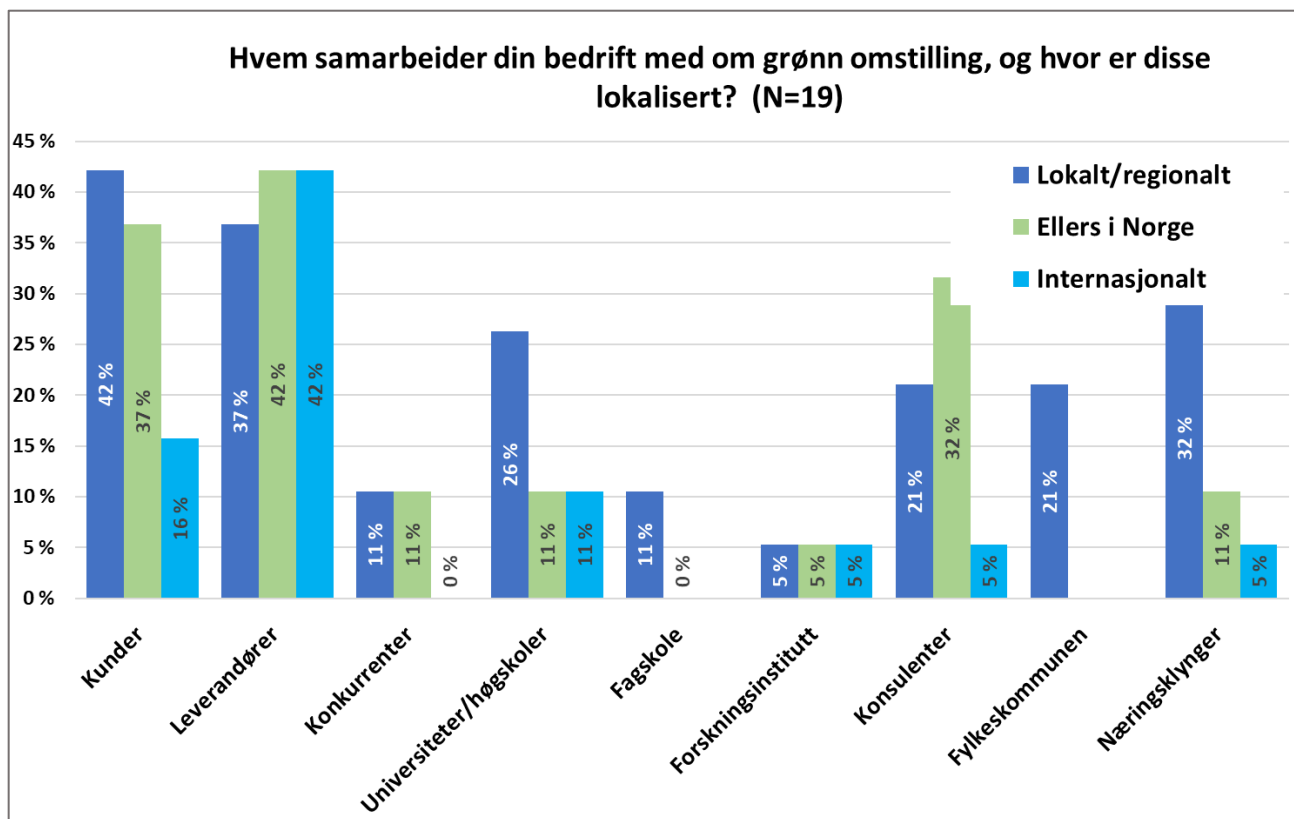
**Figur 35** viser at SMB-bedriftene innen Reiseliv og opplevelser organiserer arbeidet med grønn omstilling i størst grad som en integrert del av ordinær drift (78%), mens en mindre andel av SMB-ene har gitt alle eller grupper av ansatte relevante kurs/kompetanseheving innen grønn omstilling



**Figur 35: Intern organisering av arbeid med grønn omstilling blant bedrifter innenfor satsningsområdet Reiseliv og opplevelser**

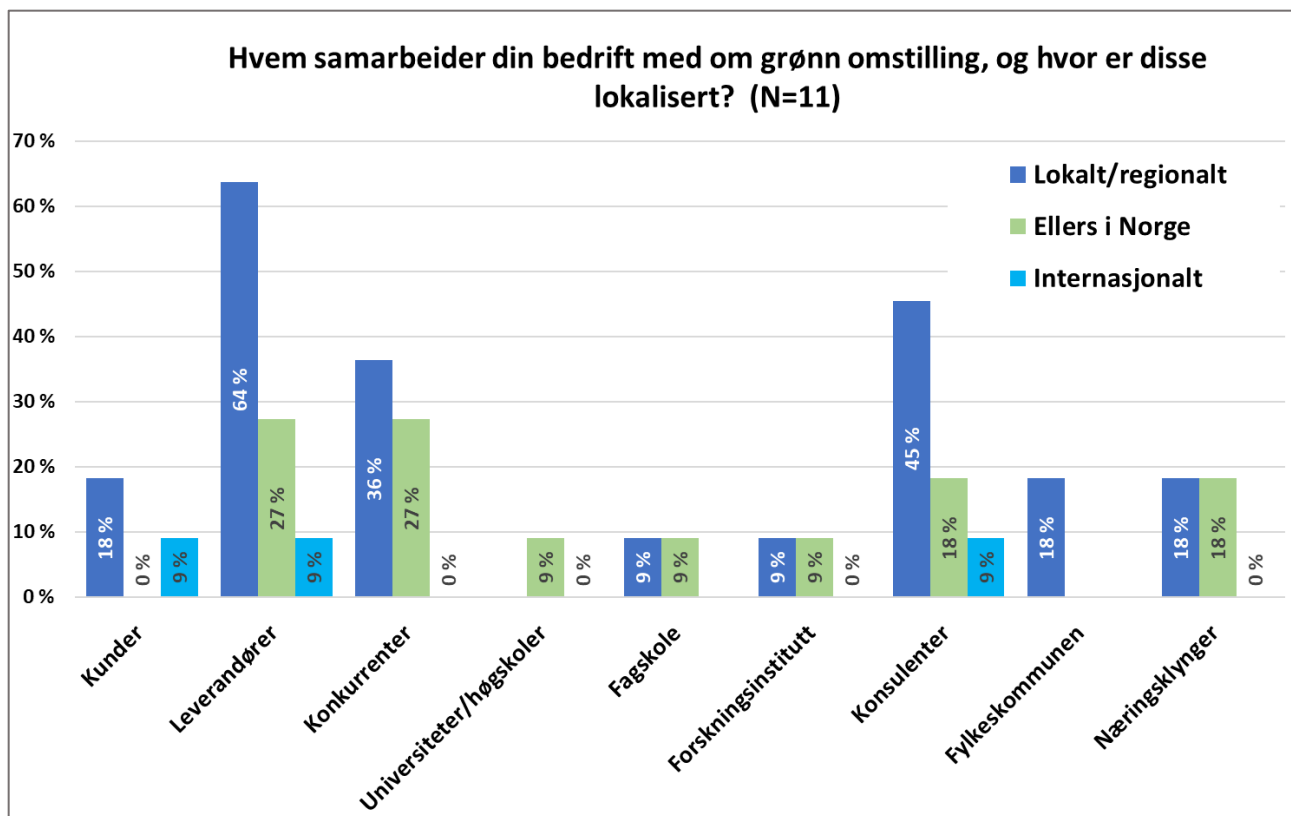
#### *Samarbeid om grønn omstilling*

SMB-bedrifter innen Ren energi og maritim fremtid oppgir leverandører, kunder, konsulenter og næringsklynger som de mest brukte samarbeidspartnerne i arbeidet med grønn omstilling, etterfulgt av universiteter og høyskoler og fylkeskommunen (**figur 36**). For samarbeidspartnerne leverandører og konsulenter samarbeider bedriftene i større grad med nasjonale enn regionale og internasjonale aktører, men blant kundesamarbeidspartnere blir regionale i større grad brukt enn nasjonale og internasjonale aktører. Bedriftene samarbeider i minst grad forskningsinstitutter og fagskole.



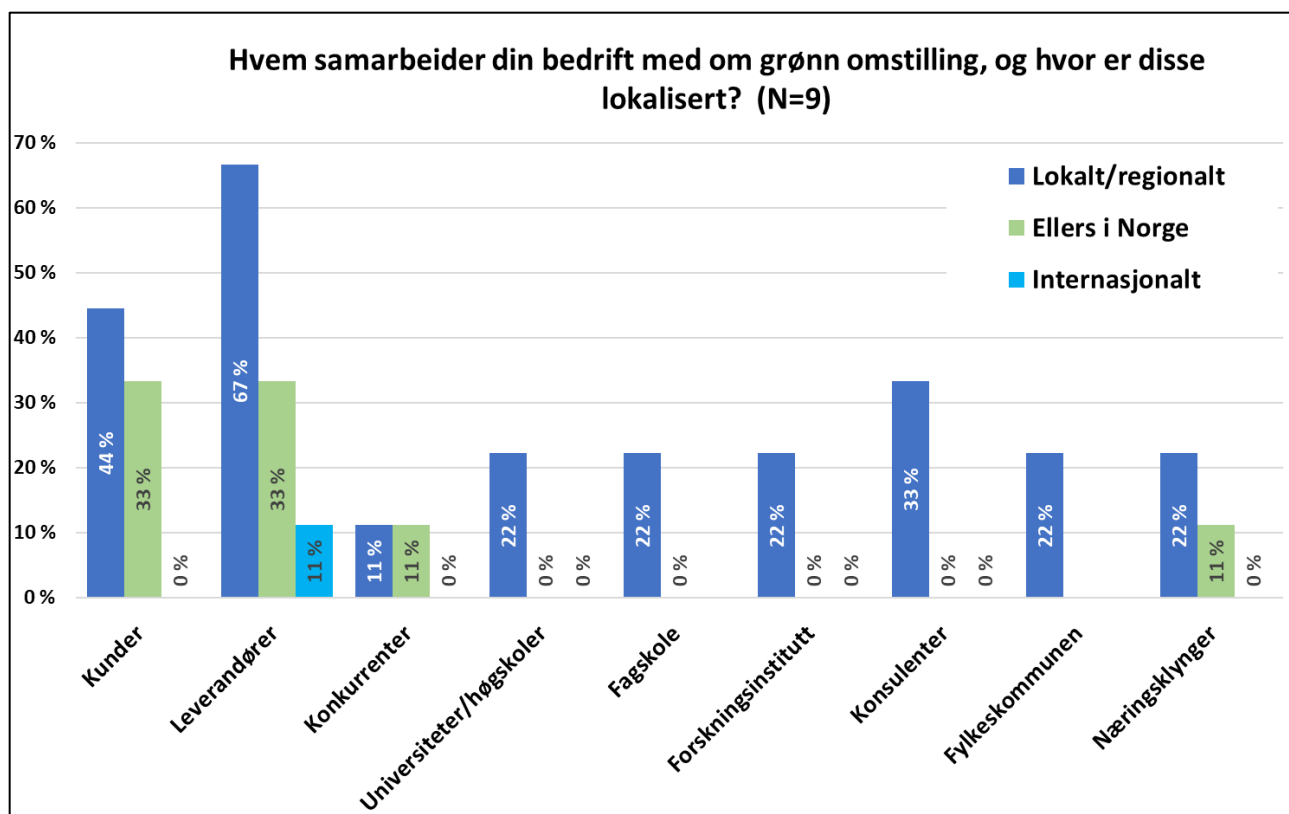
**Figur 36: Samarbeid om grønn omstilling blant bedrifter innen Ren energi og maritim fremtid**

Av **figur 37** ser man at SMB-bedriftene innen matnæringene samarbeider i størst grad med leverandører og konsulenter om grønn omstilling, etterfulgt av konkurrenter, hvorav regionale samarbeidspartnere blir i bruk i størst grad.



**Figur 37: Samarbeid om grønn omstilling blant bedrifter innen Mat**

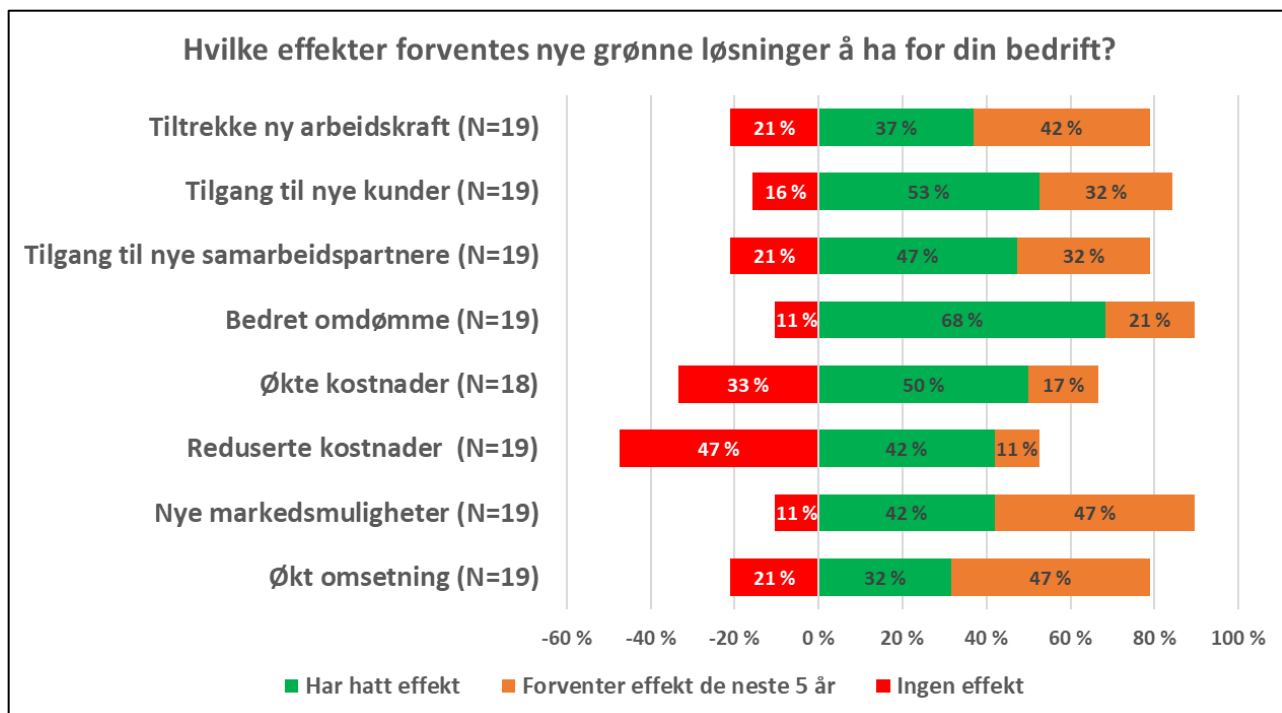
**Figur 38** viser at SMB-bedrifter innen Reiseliv og opplevelser samarbeider i størst grad med leverandører og kunder, etterfulgt av konsulenter og næringsklynger. Blant disse aktørene blir regionale samarbeidspartnere i størst grad brukt etterfulgt av nasjonale når det gjelder samarbeid med leverandører og kunder, mens kun regionale aktører blir brukt når det gjelder konsulenter.



**Figur 38: Samarbeid om grønn omstilling blant bedrifter innen Reiseliv og opplevelser**

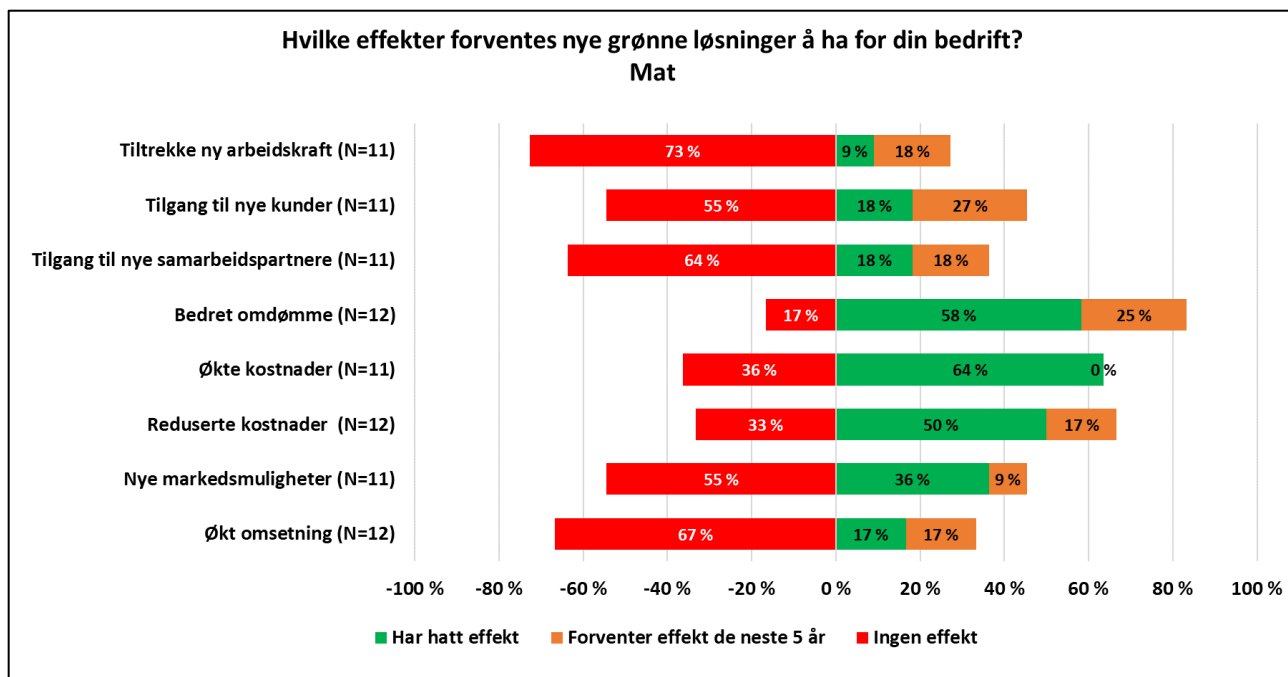
### 6.2.3 Effekter av grønn omstilling

**Figur 39** viser at bedret omdømme (68%), tilgang til nye kunder (53%) og økte kostnader (50%) er det hyppigst oppgitt reelle effektene av grønn omstilling blant SMB-er innen satsningsområdet Ren energi og maritim fremtid. SMB-ene oppfatter at de vil få langsiktige effekter av grønn omstilling i form av økt omsetning (47%), nye markedsmuligheter (47%) og økt attraktivitet ny arbeidskraft (43%). Det er interessant å merke seg at SMB-ene innen energi og maritim fremtid ikke forventer at grønn omstilling vil ha effekt på bedriftens kostnader, hverken i form av reduserte eller økte kostnader.



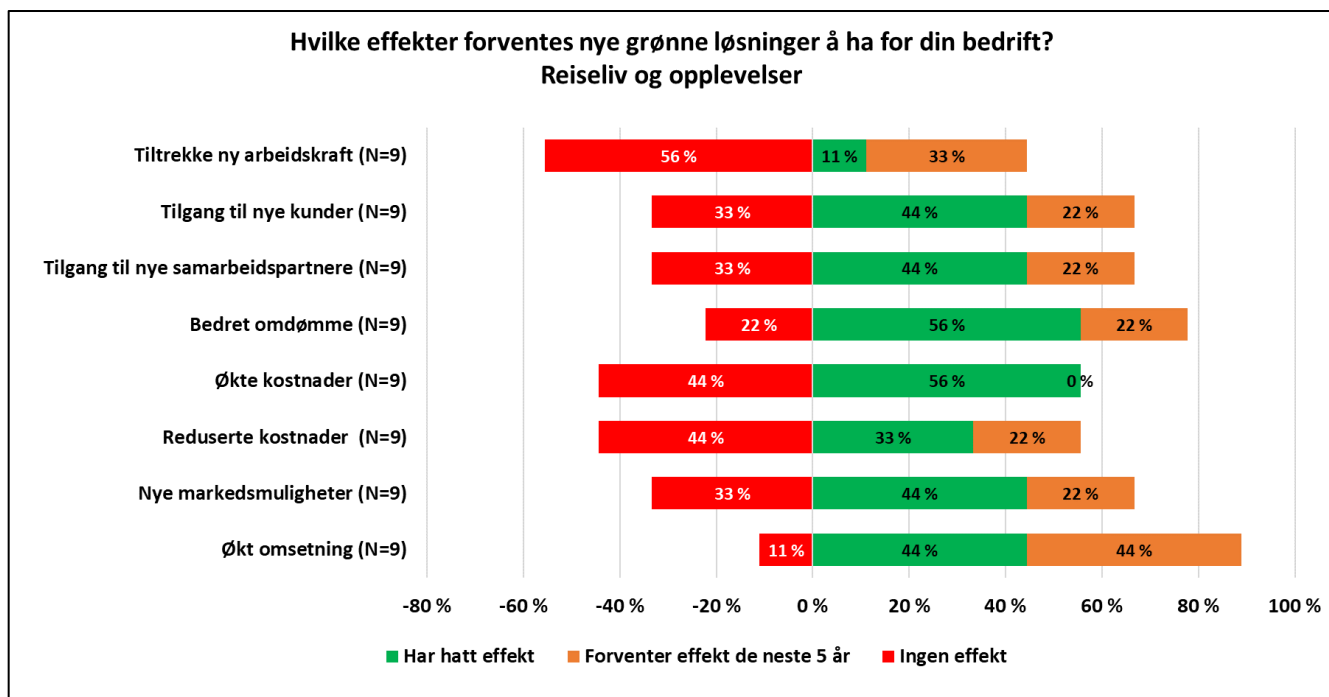
**Figur 39: Effekter av grønn omstilling for bedrifter i satsningsområdet Ren energi og maritim fremtid**

Innen satsningsområdet mat viser **figur 40** at SMB-ene erfarer at grønn omstilling har bidratt til økte kostnader (70%), bedret omdømme (64%) og reduserte kostnader (55%). Det er interessant å merke seg at respondentene har ulike erfaring med kostnadseffekter, dvs. at grønn omstilling både har bidratt til reduksjon og økning av bedriftenes kostnader. Av langsiktige effekter forventer mat bedriftene at grønn omstilling vil bidra til tilgang til nye kunder (30%) og bedret omdømme (27%). Tiltrekning av ny arbeidskraft er også den faktoren som nest flest SMB-er innen matnæringene er enige om at ikke er en forventer effekt av grønn omstilling, Flest bedrifter forventer ikke effekt av grønn omstilling i form av økt omsetning, etterfulgt av tiltrekning av ny arbeidskraft, tilgang til nye samarbeidspartnere og nye markedsmuligheter



**Figur 40: Effekter av grønn omstilling for bedrifter i satsningsområdet Mat**

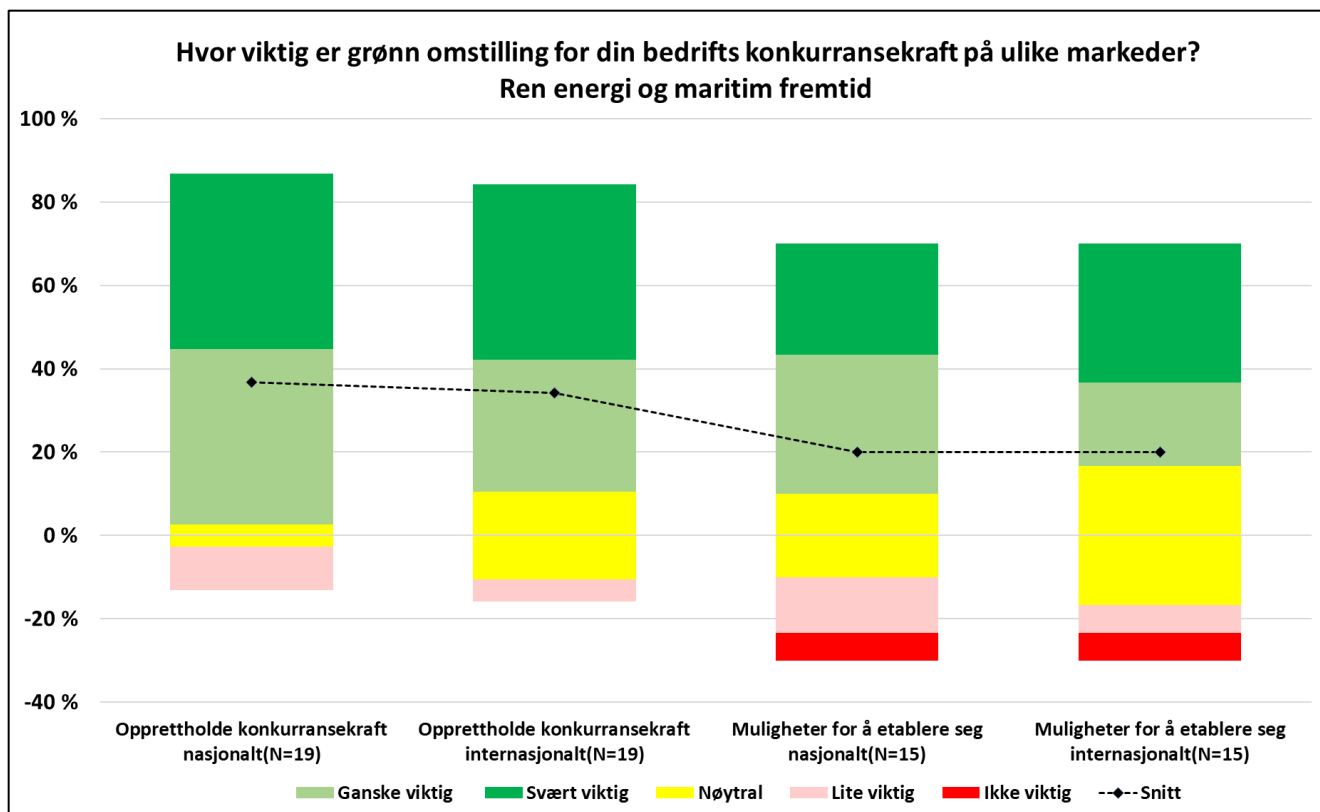
**Figur 41** viser at innen innsatsområdet Reiseliv og opplevelser erfarer flest bedrifter at grønn omstilling har gitt effekt i form av økte kostnader (56%) og bedret omdømme (56%), etterfulgt av tilgang til nye kunder, samarbeidspartnere, nye markedsmuligheter og økt omsetning (alle på 44 %). Av langsiktige effekter oppgir flest økt omsetning og tiltrekning av ny arbeidskraft, mens tiltrekning av ny arbeidskraft også er den faktoren flest respondenter oppgir at de ikke forventer effekt på av grønn omstilling.



**Figur 41: Effekter av grønn omstilling for bedrifter i satsningsområdet Reiseliv og opplevelser**

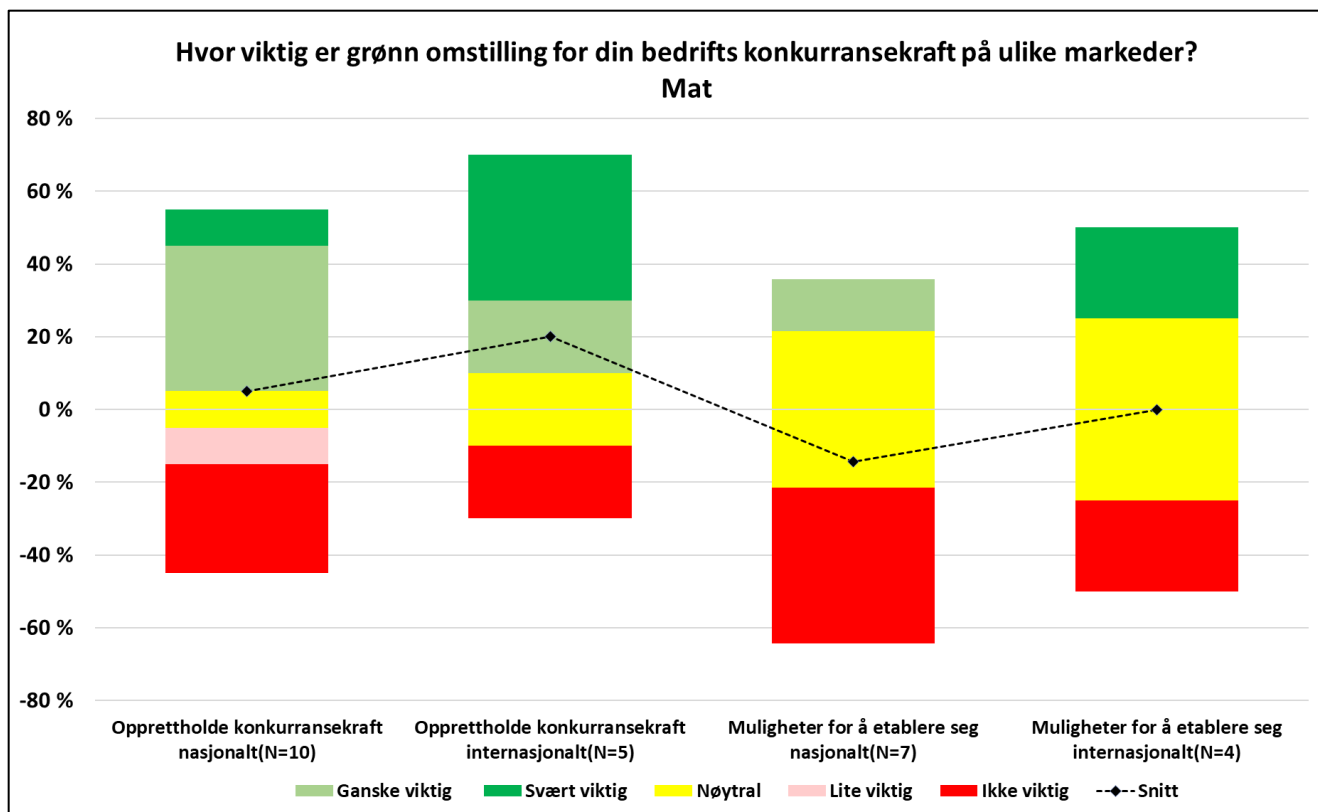
Når det gjelder hvilken betydning grønn omstilling har på ren energi og maritim fremtid bedriftenes konkurransekraft, viser **figur 42** at flest oppgir at det vil ha effekt på opprettholdelse av nasjonal konkurransekraft og færrest forventer effekter på muligheter for internasjonal etablering.





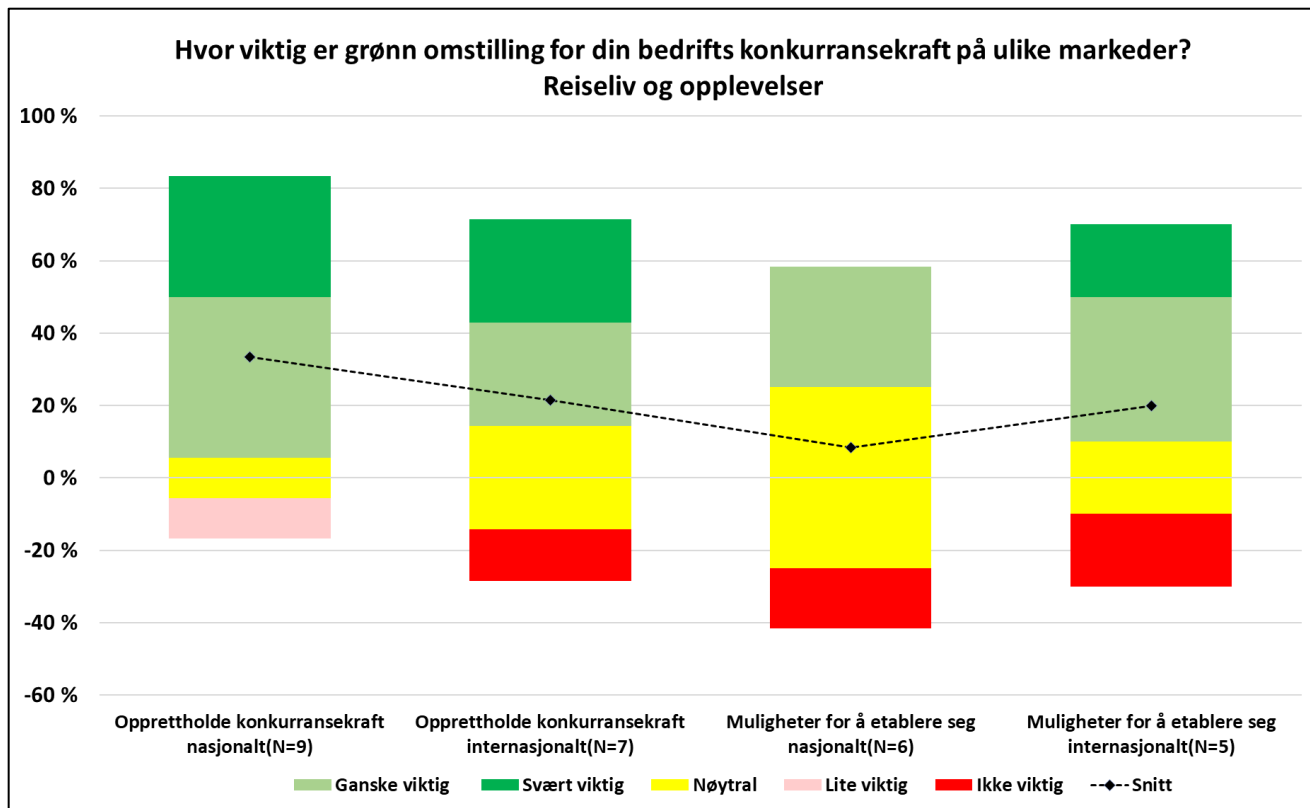
**Figur 42: Betydning av grønn omstilling for bedriftenes konkurransekraft for bedrifter i satsningsområdet Ren energi og maritim fremtid.**

Når det gjelder hvilken betydning grønn omstilling har innenfor mat bedriftenes konkurransekraft, viser **figur 43** at flest oppgir at det vil ha effekt på opprettholdelse av internasjonal konkurransekraft og færrest forventer effekter på muligheter for etablering nasjonalt.



**Figur 43: Betydning av grønn omstilling for bedriftenes konkurransekraft for bedrifter i satsningsområdet Mat**

Når det gjelder hvilken betydning grønn omstilling har på reiseliv og opplevelses bedriftenes konkurransekraft, viser **figur 44** at flest oppgir at det vil ha effekt på opprettholdelse av nasjonal konkurransekraft og færrest forventer effekter på muligheter for å etablere seg nasjonalt.



**Figur 44: Betydning av grønn omstilling for bedriftenes konkurransekraft for bedrifter i satsningsområdet Reiseliv og opplevelser**

## 7 Konklusjon

### Status for grønn omstilling - store variasjoner på tvers av næringer og bedrift størrelse

Resultater fra prosjektet viser at litt over halvparten av SMB-ene i Rogaland oppgir at de har gjennomført grønne prosess og produkt innovasjoner, mens ca. fire av ti bedrifter oppgir å ha gjennomført grønne forretningsmodell innovasjoner.

De næringsmessige forskjellene er store. Innen *industrinæringene* gjennomfører om lag syv av ti bedrifter *grønne produkt- og prosess-innovasjoner*. Til sammenligning gjennomfører kun fire av ti bedrifter innen *primær og varehandel grønne produktinnovasjoner*, mens fire av ti varehandels- og fem av ti primærnæringsbedrifter gjennomfører *grønne prosessinnovasjoner*. Primærnæringene ligger også desidert lavest for gjennomføring av grønne forretningsmodell innovasjoner ved at ca. en fjerdedel har gjennomført grønne forretningsmodellinnovasjoner.

Resultatene indikerer at bedriftenes størrelse er av betydning for grønn omstilling. Resultatene blant mellomstore bedrifter viser at syv av ti gjennomfører grønne produkt innovasjoner og åtte av ti grønne prosess- og forretningsmodellinnovasjoner. Tilsvarende andeler for *små bedrifter* er at fem av ti gjennomfører grønne produktinnovasjoner, fire av ti grønne prosess- og tre av ti grønne forretningsmodellinnovasjoner.

Blant de tre næringsmessige satsningsområdene i nærings- og innovasjonsstrategien til Rogaland fylkeskommune er andelen grønne innovasjoner lavest innen satsningsområdet mat, uavhengig av innovasjonskategori.

#### *Innovasjonskategorier og målgrupper med behov for særskilt mobilisering til grønn omstilling*

- Utvikle regionale FOU-virkemidler for å øke andelen *grønne forretningsmodell-innovasjoner* blant SMB-er generelt, og primærnæringene spesifikt
- Mobilisere SMB-er innen *primær- og varehandelsnæringene* til grønn omstilling
- Mobilisere *små bedrifter* (1-19 ansatte) til grønn omstilling
- Mobiliseringsprosjekt på grønn omstilling for satsningsområdet *Mat*

### Hvordan legge bedre til rette for grønn omstilling blant SMB-er i Rogaland?

Undersøkelsen viser at både eksterne og interne forhold er blant de viktigste driverne og barrierene for den grønne omstillingen blant SMB-er i Rogaland.

#### *Drivere for grønn omstilling*

«Nye forretningsmuligheter» og «betalingsvilje fra kunder» oppgis som viktige drivere for grønn omstilling av om lag syv av ti SMB-er. At markeder for grønne løsninger etableres, og etterspørsel etter grønne løsningene stimuleres er viktige forutsetninger for SMB-bedriftenes gjennomføring av grønn omstilling. SMB-er er ofte underleverandører til store bedrifter, at det i større grad stilles krav om grønne løsninger i anbudsutlysninger vil være en viktig drivkraft for grønn omstilling blant SMB-ene.

Videre viser resultatene at bedriftsinterne forhold også er viktige drivere for grønn omstilling. «God kunnskap om klimakrisen internt» og «grønn omstilling som del av bedriftens verdigrunnlag/strategi» oppgis som viktige drivere av om lag syv av ti SMB-er, mens «bedriftenes økonomiske situasjon» oppgis som viktig driver av om lag seks av ti SMB-er. Resultatene indikerer at god kunnskap om egen virksomhets effekt på klimautslipp, energiforbruk etc., i tillegg til intern forankring av grønn omstilling i form av strategiske beslutninger og verdier er viktige forutsetninger for gjennomføring av grønn omstilling. At en god bedriftsøkonomi er en viktig forutsetning for grønn omstilling blant SMB-er er i samsvar med resultater fra andre norske undersøkelser. Det må også tas hensyn til at betydningen av bedriftens økonomi som driver av grønn omstilling kan ha blitt forsterket av at mange av bedriftene de siste årene har vært i en spesiell økonomisk situasjon, først med pandemi og deretter med sterk inflasjon og sterk kostnadsvekst.

At ca. syv av ti også bedrifter oppgir “sterkt fokus på grønn omstilling i bransjen” som viktig driver for grønn omstilling tyder på at industrielle veikart, industrielle standarder og konkrete tips og råd om hvordan SMB-ene skal tilnærme seg arbeidet med grønn omstilling, er viktig motivasjon for SMB-bedrifter med begrensede ressurser og tid. Resultatet samsvarer med andre studier som viser til viktigheten av å etablere rammevilkår som støtter det grønne skiftet. Eksempelvis var innføringen av miljøsertifiseringssystemet BREEAM i 2012 ifølge Grønn Bygg allianse viktig for å redusere faren for grønnvasking, og for å kunne tilby dokumentasjon til kunder og banker.<sup>27</sup>

Noe overraskende var «krav fra banken», «tilgang på nyansatte», «tilgang på relevante kurs/kompetanseheving» og «tilgang på nettverk og klynger» de minst viktige driverne for grønn omstilling. Vi har ikke undersøkt årsaken til at disse faktorene, som litteraturen fremhever som viktige drivere for grønn omstilling blant SMB-er, ikke har stimulert grønn omstilling blant SMB-er i Rogaland. Som oppfølging av undersøkelsen anbefales det å undersøke nærmere om årsaken er at bankene i liten grad stiller krav til SMB-er om grønne løsninger, eller om bedriftene sjelden lånefinansierer utviklingen av grønne innovasjoner. Likeledes kan det være nyttig å få undersøke nærmere hvorvidt SMB-ene i Rogaland ikke kjenner til eller ikke har behov for kurstilbud og deltakelse i nettverk/klynger på grønn omstilling.

### *Barrierer*

Resultatene viser at noen av de samme faktorene som oppgis å være drivere for grønn omstilling av SMB-er som har gjennomført grønn omstilling, også er barrierer for SMB-er som ikke har gjennomført grønn omstilling. «Manglende betalingsvilje hos kundene», «manglende tilgang på offentlige virkemidler» og «bedriftens økonomi» oppgis å være de viktigste barrierene for grønn omstilling. Resultatene impliserer at det er viktig å skape etterspørsel og markeder for grønne løsninger for at SMB-er skal investere i grønn innovasjon. Kunders preferanse eller endret preferanse er ofte trukket fram i litteraturen som en viktig trigger for grønn innovasjon.

Det er SMB-er innen bygg og anlegg og varehandel som i størst grad oppfatter manglende betalingsvilje for grønne løsninger som den største barrieren. Tiltak for å øke betalingsviljen for grønne løsninger innen disse næringen kan være miljøsertifisering, at det stilles krav om grønne løsninger i offentlige anbud, og at det etableres sterke merkevarer for grønne løsninger.

Internasjonal forskning viser at grønne produkter generelt sett har vist seg å være dyrere enn ikke-grønne, men så lenge opplevd fordel ved produktet er verdt kostnaden, skal ikke pris stå i veien for intensjonen om å handle grønt for en miljøbevisst forbruker <sup>28</sup>. Forbrukeren kan være villig til å betale mer for miljøsertifiserte produkter enn ikke-sertifiserte dersom opplevd nytte ved produktet oppfattes som høyere enn priskostnaden, noe som indikerer at utvikling av grønne merkevarer vil være viktig for å øke etterspørselen etter grønne varer.

Å øke betalingsviljen for grønne løsninger kan være ekstra krevende sett i lys av dagens økonomiske situasjon med økte kostnader for næringsliv så vel privatpersoner. Den sterke prisveksten konsumenter har opplevd påvirker privatøkonomien, og innen varehandelen har man sett vridning mot rimeligere alternativer.<sup>29</sup> Resultatene impliserer at manglende betalingsvilje for grønne løsninger kan bidra til at SMB-er velger å ikke gjennomføre grønne innovasjoner grunnet manglende økonomiske incentiver. Forhold knyttet til bedriftsøkonomien er sentralt for SMB-enes arbeid med grønn omstilling, økt pris på strøm og andre innsatsvarer de siste årene kan ha bidratt til at SMB-er har dempet sine investeringer.

Videre oppgis også «manglende tilgang på offentlige virkemidler» som en viktig barriere for grønn omstilling blant SMB-er. At fem av ti SMB-er oppgir «manglende tilgang på virkemiddel - lån, tilskudd og garantier» som viktigste barriere for grønn omstilling kan tyde på at dagens offentlige støtteordninger ikke er godt nok tilpasset SMB-bedrifteres behov. Resultatene understøttes av at to tredjedeler av SMB-ene oppgir at de ikke har brukt offentlige virkemidler for grønn omstilling. Blant SMB-bedriftene som ikke har brukt offentlige virkemidler oppgis «ikke søkt» og «manglende kunnskap om virkemiddelapparatet» som de viktigste årsakene, etterfulgt av «manglende intern kompetanse på søknadsprosess», «for kompliserte søknadsprosesser» og «manglende ressurser internt til søknadsskriving».

#### *Tiltak for å styrke drivere og redusere barrierer for grønn omstilling:*

- Mobilisere store offentlige og private virksomheter til å i større grad å stille krav om bærekraft og grønne leveranser i store anbudsutlysninger
- Mobilisere industrielle nettverk og klynger i Rogaland til å tilrettelegge for kunnskapsdeling om grønn omstilling blant SMB-er
- Tilpasse offentlige virkemidler (lån, tilskudd og garantier) for grønn omstilling bedre til små og mellomstore bedrifteres behov
- Gjøre Rogaland fylkeskommunes BIO-virkemiddel som tilbyr støtte til kurs og kompetanseheving for grønn omstilling mer kjent blant SMB-er

#### **Hvordan motivere til grønn omstilling innen de tre næringsmessige satsningsområdene i Rogaland?**

Resultater fra surveyen viser at satsningsområdet *ren energi og maritim fremtid* er det satsningsområdet som har gjennomført flest grønne prosess og forretningsmodellinnovasjoner,

---

<sup>28</sup> Achemann-Witzel & Zielke, 2017

<sup>29</sup> [https://www.norges-bank.no/contentassets/67a23db9d418479584ed6621308d0998/regionalnettverk\\_4-22.pdf?v=12/06/2022092617](https://www.norges-bank.no/contentassets/67a23db9d418479584ed6621308d0998/regionalnettverk_4-22.pdf?v=12/06/2022092617)

mens satsningsområdet *reiseliv og opplevelser* har flest grønne produktinnovasjoner. Innen satsningsområdet *mat* gjennomføres det langt færre grønne produkt og forretningsmodell innovasjoner enn innen de to andre næringsmessige satsningsområdene.

*Drivkrefter* for grønn omstilling varierer innen de tre næringsmessige satsningsområdene i Rogaland. Mens den eksterne driveren *nye forretningsmuligheter* er oppgitt som den viktigste drivkraften for SMB-er som har gjennomført grønn omstilling innen satsningsområdene *ren energi og maritim fremtid og reiseliv og opplevelser*, er interne faktoren *godt orientert om klimakrisen i bedriften* den viktigste drivkraften for grønn omstilling innen satsningsområdet *mat*. Resultatene må ses i lys av at mat-næringen i større grad har gjennomført grønne prosess- enn produktinnovasjoner. At SMB-er innen satsningsområdet *reiseliv og opplevelser* ikke oppgir *god kunnskap internt om klimakrisen* som drivkraft for grønn omstilling, en faktor som hoveddrivkraft i de andre næringsmessige satsningsområdene og i litteraturen om SMB-er generelt, kan ha sammenheng med at det er vanskeligere for reiselivsbedrifter å orientere seg om bedriftens effekter på klimakrisen, da indirekte effekter er større enn direkte effektene innen denne næringen.

Hvilke faktorer som oppfattes som *barrierer* for grønn omstilling varierer også noe mellom de tre satsningsområdene. Mens bedrifter innen *ren energi og maritim fremtid og mat* oppgir *manglende betalingsvilje for grønne løsninger*, oppgis *manglende tilgang på offentlige virkemidler* som den største barrieren for grønn omstilling innen *reiseliv og opplevelser*. Sett i lys av SMB-er innen *reiseliv og opplevelser* også oppgir at de i svært liten grad bruker offentlige virkemidler for grønn omstilling, synes det å være et spesifikt behov for å mobilisere SMB-er innen dette satsningsområdet til økt bruk av offentlige støtteordninger for grønn omstilling.

*Tiltak for økt grønn omstilling innen de tre næringsmessige satsningsområdene*

- Lage webinarer og kurstilbud for satsningsområdet *mat* med fokus på mulighetsrommet innen grønne produkt og forretningsmodell innovasjoner
- Mobilisere SMB-er innen satsningsområdet *reiseliv og opplevelser* til økt bruk av offentlige virkemidler for grønn omstilling ved å skreddersy informasjonsmateriell og utvikle FOU-søknadsskrivings kurs tilpasset bedriftenes behov

### **Hvordan kan Rogaland fylkeskommune i større grad mobilisere til grønn omstilling gjennom egne offentlige støtteordninger?**

Resultatene for de tre næringsmessige satsningsområdene må ses i lys av at svarprosenten blant SMB-er innen de tre satsningsområdene er svært lave. Det betyr at resultatene er ikke representative for de tre næringsmessige satsningsområdene, men sier noe om bedriftene som har svart.

Respondentene som hadde gjennomført grønn innovasjon de siste tre årene, ble spurt om de har brukt offentlige virkemidler for grønn omstilling. Blant Rogaland fylkeskommunes virkemidler som inkluderer Forregion (tidligere VRI Virkemidler for regional innovasjon), Regionale Forskningsfond Rogaland (RFF Rogaland) og Bedriftsintern opplæring (BIO) oppgir 4 % av bedriftene å ha brukt Forregion, 3 % RFF Rogaland og 2 % BIO virkemidlene. Forregion har blitt brukt av SMB-er innen tjenesteyting, varehandel, primærnæringene og industri, hvorav flest brukere tilhører tjenesteyting. RFF virkemiddelet har blitt brukt av SMB-er fra industri og tjenesteyting, mens BIO

virkemiddelet har blitt brukt av SMB-er fra bygg og anlegg, industri og tjenesteyting. SMB-er fra varehandel- og primærnæringene har verken brukt RFF Rogaland eller BIO virkemidlene, mens SMB-er fra bygg og anlegg kun har brukt BIO-virkemidlene. Resultatene bør bruke med forsiktighet, og bør sammenlignes med analyser av næringsstilørighet for SMB-er som har mottatt støtte fra Rogaland fylkeskommunes ulike virkemidler.

Den lave bruken av FORREGION og RFF Rogaland virkemidlene kan ha sammenheng med at disse programmene prioriterer støtte til prosjekter som kan forankres i ett eller flere av de satsningsområdene i nærings- og innovasjonsstrategien og derfor ikke omfatter alle SMB-er i Rogaland. Når det gjelder de tre næringsmessige satsningsområdene viser resultatene at Forregion kun har blitt brukt av SMB-er innen satsningsområdet *mat*, RFF Rogaland av SMB-er innen satsningsområdet *ren energi og maritim fremtid*, og at BIO (Bedriftsintern opplæring) ikke har blitt brukt innen noen av de tre satsningsområdene. Prosjektets resultater bør sammenlignes med resultater av analyser av hvilke næringsmessige satsningsområder SMB-er som har mottatt støtte fra de regionale programmene tilhører.

Det anbefales å undersøke nærmere i hvilken grad SMB-er i Rogaland som «tilhører» de tre næringsmessige satsningsområdene kjenner til BIO-virkemiddel, med bakgrunn i undersøkelsens resultater om at «kurs og kompetanseheving» ikke er drivkraft for grønn omstilling og at BIO virkemiddelet ikke er brukt av respondentene innen de tre næringsmessige satsningsområdene.

#### *Tiltak rettet mot RFF sine virkemidler*

- Utvikle tilpasset informasjon om de regionale virkemidlene Forregion, RFF og BIO og tilby webinarer på søknadsskriving tilpasset små (1-19 ansatte) bedrifter
- Mobilisere til økt bruk av Regionalt Forskningsfond Rogaland virkemiddelet i form av økt markedsføring og informasjon til primær- og varehandelsnæringene
- Mobilisere til økt bruk av Rogaland fylkeskommunes virkemidler gjennom økt markedsføring og informasjon innen satsningsområdene «mat» og «reiseliv og opplevelser»

#### **Videre undersøkelser**

Rapportens resultater er basert på en spørreundersøkelse hvor ledere i 283 SMB-er i Rogaland har svart. Det har vært utenfor prosjektets budsjettmessige rammer å sikre undersøkelsens representativitet. På bakgrunn av den lave svarprosenten kan ikke resultatene, med unntak av for varehandelsnæringen, generaliseres til de fem hovednæringene. Vi anbefaler derfor at prosjektets resultater undersøkes nærmere i påfølgende oppfølgingsstudier:

- Gjennomføre *kvalitative undersøkelser* av grønn omstilling blant SMB-er innen næringene *varehandel og primærnæringene*, som undersøkelsens resultater indikerer at i minst grad har gjennomført grønn omstilling, for å øke kunnskap om kontekstuelle forhold, holdninger og motiver for grønn omstilling
- Gjennomføre *kvalitative undersøkelser* av grønn omstilling innen *bygg og anlegg* og *tjenesteytende næringer* i Rogaland for å øke kunnskapen om kontekstuelle forhold, motiver og holdninger til grønn omstilling
- Gjennomføre *kvalitative undersøkelser* innen de næringsmessige satsningsområdene *mat* og *reiseliv og opplevelser* som prosjektets resultater impliserer at i minst grad har



gjennomført grønn omstilling og har lav svarandel sammenlignet med populasjonsstørrelse.

- Gjennomføre *survey undersøkelser* innen utvalgte enkelt næringer eller enkelt satsningsområder som i minst grad har gjennomført grønn omstilling, for å teste hypoteser angående drivere og barrierer for grønn omstilling avdekket i de kvalitative undersøkelser
- Gjennomføre *survey* på grønn omstilling blant SMB-er i Rogaland om ett til to år for å måle status, drivere, barrierer og effekter av ulike tiltak
- Gjennomføre *survey* på grønn omstilling blant alle fylkene i Sør-Norge for å sammenligne status, barrierer og drivere for grønn omstilling blant SMB-er på tvers av regioner

## Vedlegg 1 Spørreskjema

### Kartlegging av grønn omstilling i små- og mellomstore bedrifter i Rogaland

Takk for at du deltar i undersøkelsen. Det vil ta om lag 10 minutter å gjennomføre. Undersøkelsen skal kartlegge grønn omstilling blant små og mellomstore bedrifter (SMB) i Rogaland.

Generell informasjon:

### Er bedriften din en del av et større konsern?

- (1)  Ja, som datterselskap
- (2)  Ja, som morselskap
- (3)  Nei

### Hvor mange ansatte har din bedrift i Rogaland?

\_\_\_\_\_

### Eierskap i din bedrift: Hvilken type eier har du? (flere kryss mulig)

- (1)  Utenlandsk
- (2)  Nasjonal
- (3)  Regional
- (4)  Lokal
- (5)  Familieeid
- (6)  Annet (åpent felt) \_\_\_\_\_

### Eksporterer din bedrift, eller planlegger dere å eksportere i fremtiden?

- (2)  Nei
- (1)  Ja
- (3)  Planlegger å eksportere innen de neste fem årene

**Oppgi hvordan din bedrifts ansatte fordeler seg på utdanningsnivå  
(cirka prosentvis fordeling som summerer seg til 100)**

Høyere utdanning (phd.,master.,bachelor)	_____
Fagbrev/fagskole	_____
Videregående utdanning uten fagbrev	_____
Øvrig	_____

(1)  Vet ikke

De neste spørsmålene gjelder grønn omstilling. Med grønn omstilling mener vi utvikling av produkter, tjenester, interne (produksjons-)prosesser eller forretningsmodeller som er nye for selskapet og for brukeren, og som utgjør en **mindre belastning for miljøet og omgivelsene** enn allerede tilgjengelige produkter eller prosesser.

**Har din bedrift de siste tre årene lansert en ny eller forbedret vare eller tjeneste som er mer klima- og miljøvennlig?**

- (1)  Ja  
(2)  Nei  
(3)  Vet ikke  
(4)  Ikke relevant

**Har din bedrift de siste tre årene tatt i bruk en ny eller forbedret teknologi eller metoder for produksjon og distribusjon, som er mer klima- og**

## miljøvennlig?

- (1)  Ja  
 (2)  Nei  
 (3)  Vet ikke  
 (4)  Ikke relevant

### Har din bedrift de siste tre årene laget en ny eller forbedret forretningsmodell, som er mer klima- og miljøvennlig?

Med forretningsmodell mener vi en modell sier noe om hvordan en bedrift skaper, selger og leverer verdi til sine kunder, og opprettholder denne verdien over tid.

- (1)  Ja  
 (2)  Nei  
 (3)  Vet ikke  
 (4)  Ikke relevant

### Har din bedrift de siste tre år tatt i bruk noen av følgende offentlige virkemidler for å gjennomføre grønn omstilling?

Med offentlige virkemidler mener vi bevilgninger til innovasjonsarbeid, med formål å fremme vekst i næringslivet og bidra til å løse samfunnsutfordringer, i dette tilfellet bidra til en grønn omstilling i samfunnet.

	Ja	Nei	Vet ikke	Ikke relevant
SkatteFUNN	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Innovasjon Norge	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Norges forskningsråd	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>

FORREGION (Tidl. VRI - Virkemidler for regional forskning og innovasjon)	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Regionale forskningsfond (RFF)	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Horizon Europe	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
BIO (Bedriftsintern opplæring)	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
ENOVA	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
NOx-fondet	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Kommunale tilskudd	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Inkubator	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Næringshage	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Katapult	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Skape	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>

## Vennligst spesifiser om din bedrift har tatt i bruk andre offentlige virkemidler:

---



---



---



---



---



---

## Vurdering av offentlige virkemidler som din virksomhet har brukt. Hvor enig er du i følgende:

	Helt enig	Delvis enig	Nøytral	Delvis uenig	Helt uenig	Vet ikke	Ikke relevant
Informasjon om virkemiddelet er lett tilgjengelig	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>
Søknadsprosessen er enkel	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>
Behandlingstiden er kort	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>
Bedriften fikk støtte i prosjektperioden utover det finansielle	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>
Virkemiddelet er godt tilpasset bedriftens behov	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>
Virkemiddelet bidrar til å styrke	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>

bedriftens  
eksportmuligheter

### Har du kommentarer når det gjelder vurdering av offentlige virkemidler?

---

---

---

---

---

---

### Hva er årsaken til at din bedrift ikke har brukt offentlige virkemidler til gjennomføring av grønn omstilling?

- (10)  Har ikke søkt
- (9)  Har søkt, men fått avslag
- (2)  Manglende økonomiske ressurser internt til søknadsprosess
- (3)  Manglende kompetanse internt til søknadsprosess
- (4)  For komplisert søknadsprosess
- (5)  Manglende kunnskap om virkemiddelapparatet
- (6)  Manglende støtte/hjelp fra virkemiddelapparatet til søknadsarbeidet
- (8)  Manglende tilgang på relevante forskningssamarbeidspartnere regionalt/nasjonalt
- (11)  Vet ikke
- (12)  Annet \_\_\_\_\_

### Vennligst spesifiser om det er andre grunner til at din bedrift ikke har brukt offentlige virkemidler?

---

---

---

---

---

---

## Hva/hvem er drivkraften for din bedrifts grønne omstilling? (flere kryss mulig)

	Svært relevant	Relevant	Litt relevant	Ikke særlig relevant	Ikke relevant i det hele tatt	Vet ikke
Krav/betalingsvilje fra markedet/kunder	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Nye forretningsmuligheter	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Et sterkt fokus på grønn omstilling i bransjen	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Økte miljøavgifter	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Krav fra myndighetene (f.eks. lover, forskrifter, Grønne veikart)	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Krav fra banken om grønn omstilling	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Tilgang på relevante kurs og kompetanseheving innen grønn omstilling	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>



Tilgang på nyansatte med relevant utdanning	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Deltakelse i nettverk/klynger som fokuserer på grønn omstilling	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Bedriften er godt orientert om klimakrisen	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Grønn omstilling sentralt i bedriftens verdigrunnlag og strategi	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Krav fra bedriftens eiere	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Krav og forventninger fra ansatte	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Ansatte har relevant kompetanse for grønn omstilling	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>
Bedriftens økonomi	(1) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>

**Vennligst spesifiser om det er andre drivkrefter bak din virksomhets grønne omstilling:**

---



---



---



---



---



---

### Hva/hvem er barrierer for din virksomhets grønne omstilling?

- (0)  Kundene er ikke villige til å betale for grønne løsninger
- (1)  Manglende fokus på grønn omstilling i bransjen
- (2)  Bedriften har ikke økonomiske ressurser
- (4)  Manglende tilgang på offentlige virkemidler (tilskudd, lån, garantier etc.)
- (5)  Manglende kunnskap om grønne løsninger i bedriften
- (6)  Manglende krav til grønne løsninger i offentlige anbud
- (7)  Manglende/liten tilgang på nyansatte med relevant utdanning
- (8)  Manglende/liten tilgang på erfaren arbeidskraft med relevant kompetanse
- (9)  Manglende kunnskap om effekter av ulike interne tiltak på klima og miljø
- (10)  Annet \_\_\_\_\_

### Har din bedrift gjennomført noen av følgende tiltak for grønn omstilling?

	Ja	Nei	Planlegger å innføre	Vet ikke	Ikke relevant
Har innført overordnet grønn strategi	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>
Har økt andel lokale innkjøp	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>
Kildesorterer avfallet	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>
Har blitt miljøsertifisert	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>

Har gjennomført energieffektiviserende tiltak	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>
Har elektrifisert bedriftens bil- og/eller maskinpark	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>
Har utarbeidet klimabudsjett og/eller klimaregnskap	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>
Har innført restriksjoner/begrensning er på reiseaktivitet	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>
Har gjennomført holdningsskapende kampanjer internt	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>
Har kurset de ansatte i bærekraft	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>
Har satt/videreformidlet bærekraftskrav til egne leverandører	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>

### Andre tiltak som er gjennomført?

\_\_\_\_\_

## Hvordan organiserer din virksomhet arbeidet med grønn omstilling?

### (flere kryss mulig)

- (1)  Intern FoU-avdeling
- (2)  En ansatt eller avdeling som er ansvarlig for bedriftens arbeid med grønn omstilling
- (3)  Har integrert arbeidet med grønn omstilling i ordinær drift
- (4)  Alle/grupper av ansatte har fått relevante kurs/kompetanseheving
- (6)  Samarbeid på tvers av avdelinger
- (5)  Annet \_\_\_\_\_

## Hvem samarbeider din bedrift med om grønn omstilling, og hvor er disse lokalisert?

	Lokalt/regionalt	Ellers i Norge	Internasjonal	Samarbeid er ikke	Vet ikke	Ikke relevant
Kunder	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Leverandører	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Konkurrenter	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Universiteter/høgskoler	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Fagskole	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Forskningsinstitutt	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Konsulenter	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>

Fylkeskommunen (1)  (2)  (3)  (4)  (5)  (6)

Næringsklynger (1)  (2)  (3)  (4)  (5)  (6)

### Hvilke effekter forventes nye grønne løsninger å ha for din bedrift?

	Har hatt effekt	Ingen effekt	Forventer effekt de neste 5 år
Økt omsetning	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Nye markedsmuligheter	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Reduserte kostnader	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Økte kostnader	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Bedret omdømme	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Tilgang til nye samarbeidspartnere	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Tilgang til nye kunder	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>
Tiltrekke ny arbeidskraft	(1) <input type="radio"/>	(2) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>

## Andre effekter enn de som er spesifisert ovenfor?

---



---



---



---



---

## Hvor viktig er grønn omstilling for din bedrifts konkurransekraft på ulike markeder?

	Svært viktig	Ganske viktig	Nøytral	Lite viktig	Ikke viktig	Vet ikke	Ikke relevant
Opprettholde konkurransekraft nasjonalt	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(8) <input type="radio"/>
Opprettholde konkurransekraft internasjonalt	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(8) <input type="radio"/>
Muligheter for å etablere seg nasjonalt	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(8) <input type="radio"/>
Muligheter for å etablere seg internasjonalt	(2) <input type="radio"/>	(3) <input type="radio"/>	(4) <input type="radio"/>	(5) <input type="radio"/>	(6) <input type="radio"/>	(7) <input type="radio"/>	(8) <input type="radio"/>

## Avslutningsvis ønsker vi å vite om det er andre faktorer din bedrift oppfatter er viktige drivere eller barrierer for grønn omstilling og/eller bruk av offentlige virkemidler?

---



---



---

---

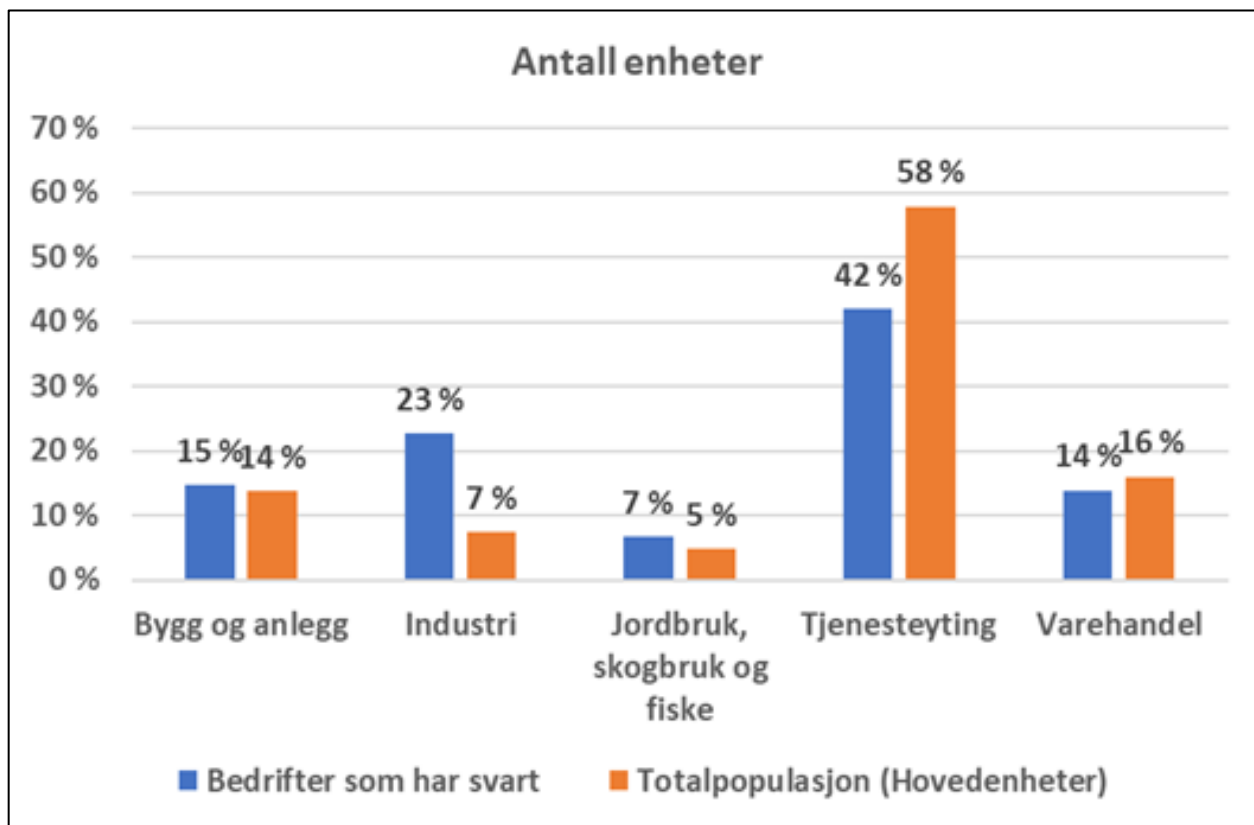
---

---

Takk for at du deltok!

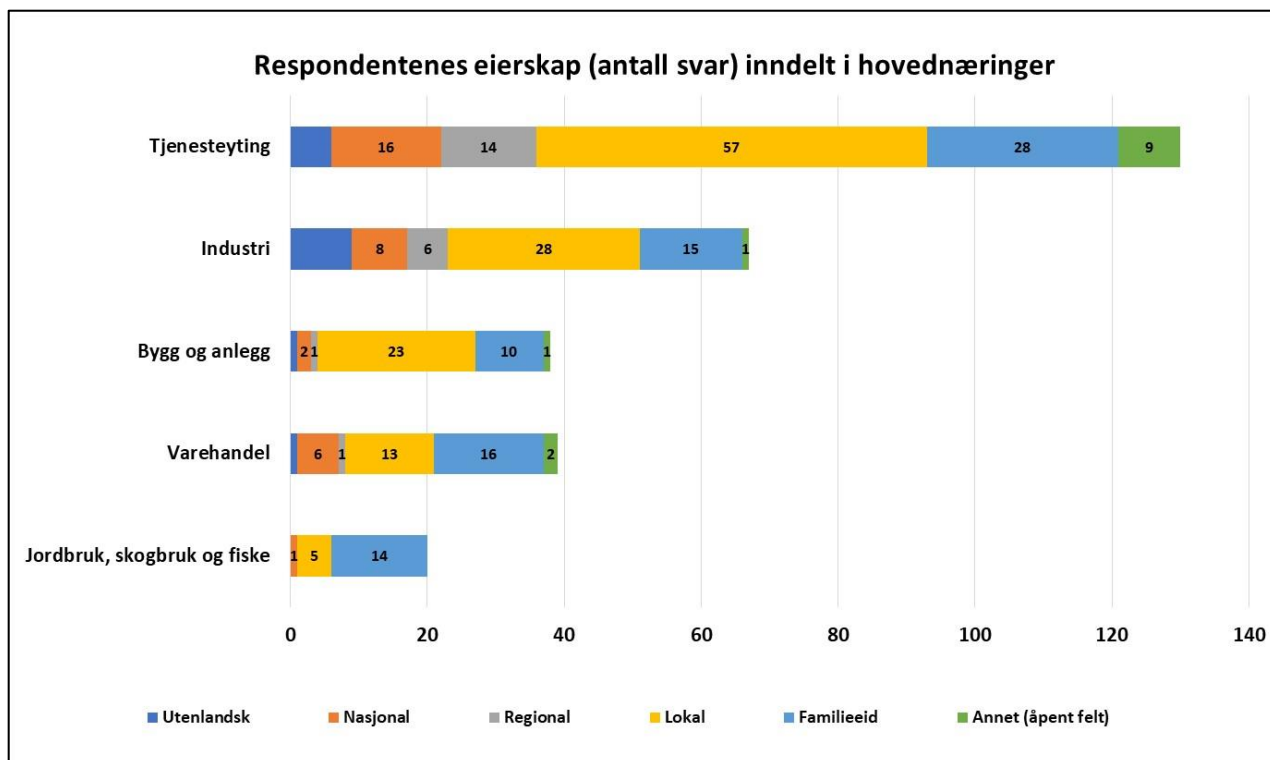
## Vedlegg 2 Tabeller og figurer som ikke er inkludert i rapporten

### Kjennetegn respondenter

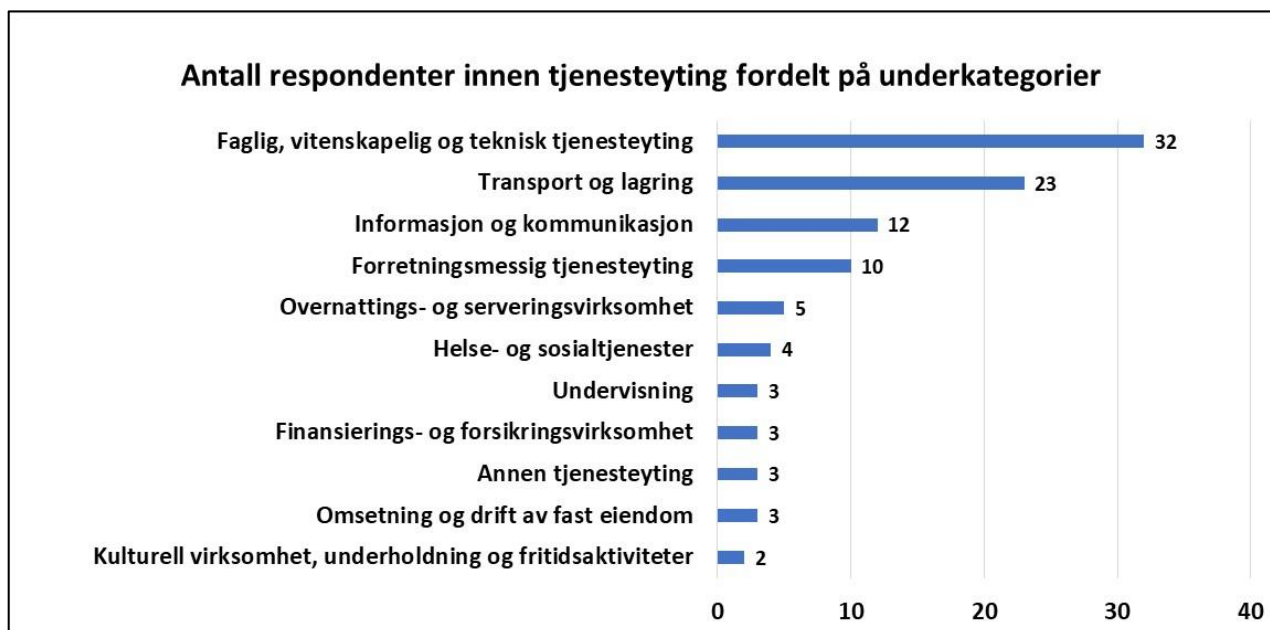


Figur 13: Populasjon og utvalg SMB i Rogaland (hovedenheter med hovedkontor i Rogaland med opptil 129 sysselsatte).



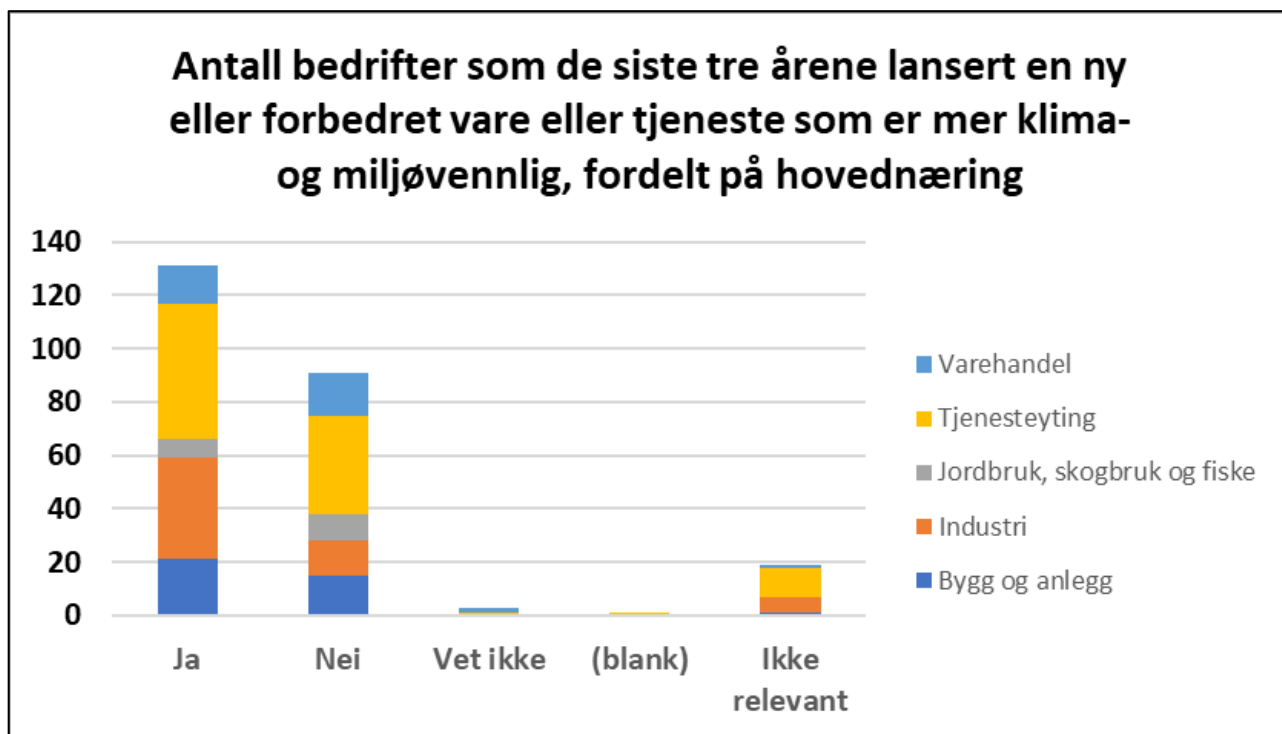


Figur 2: Respondenter (N=294) inndelt i type eierskap (mulig å krysse av på flere alternativer) og hovednæring.

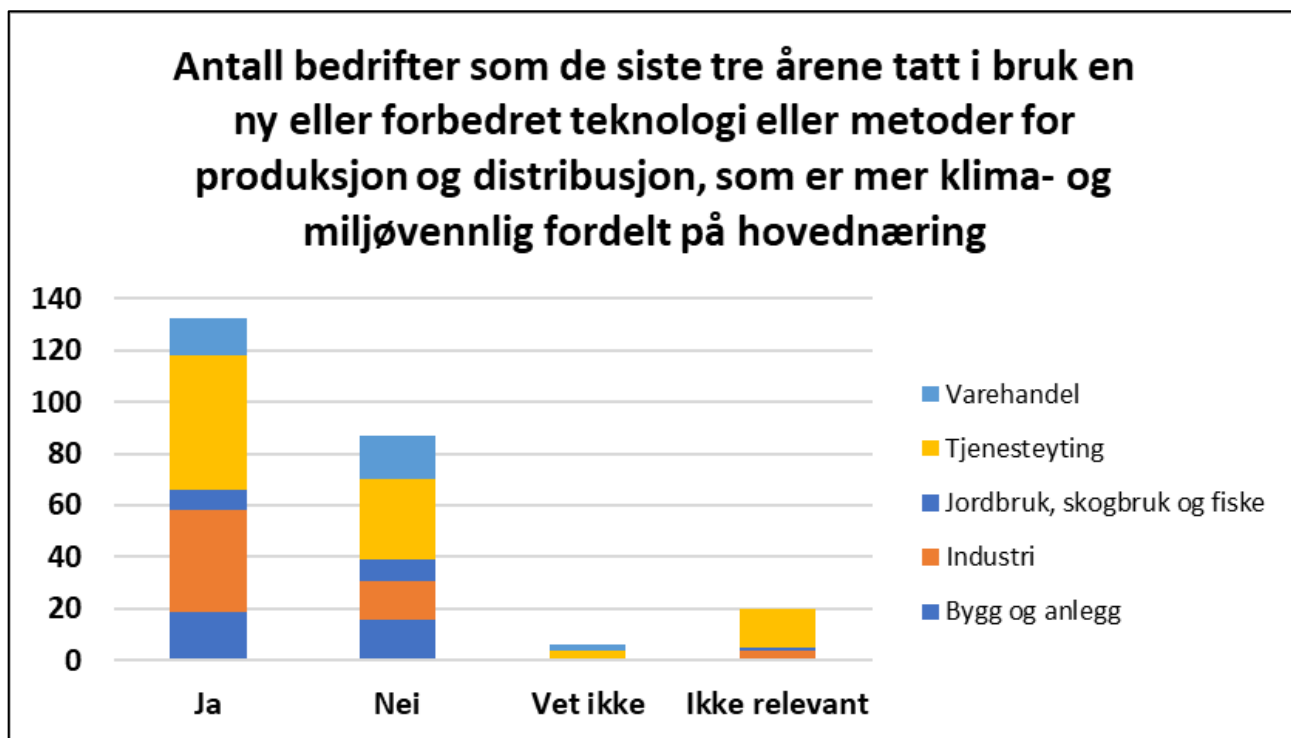


Figur 3: Antall respondenter innen tjenesteyting fordelt på underkategorier (N=100)

## Grønn innovasjon

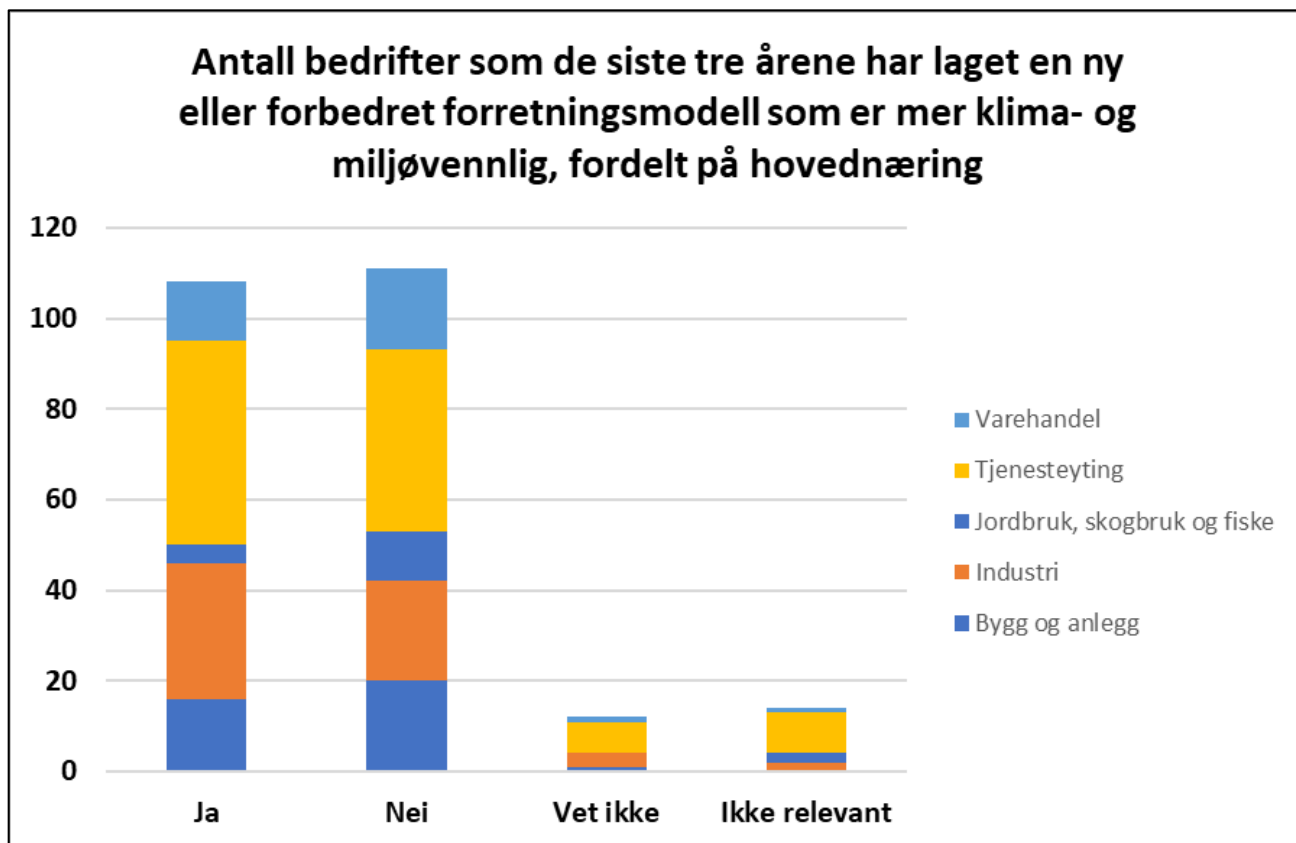


**Figur 4: Antall bedrifter som de siste tre årene har lansert en ny eller forbedret vare eller tjeneste som er mer klima- og miljøvennlig, fordelt på hovednæring.**



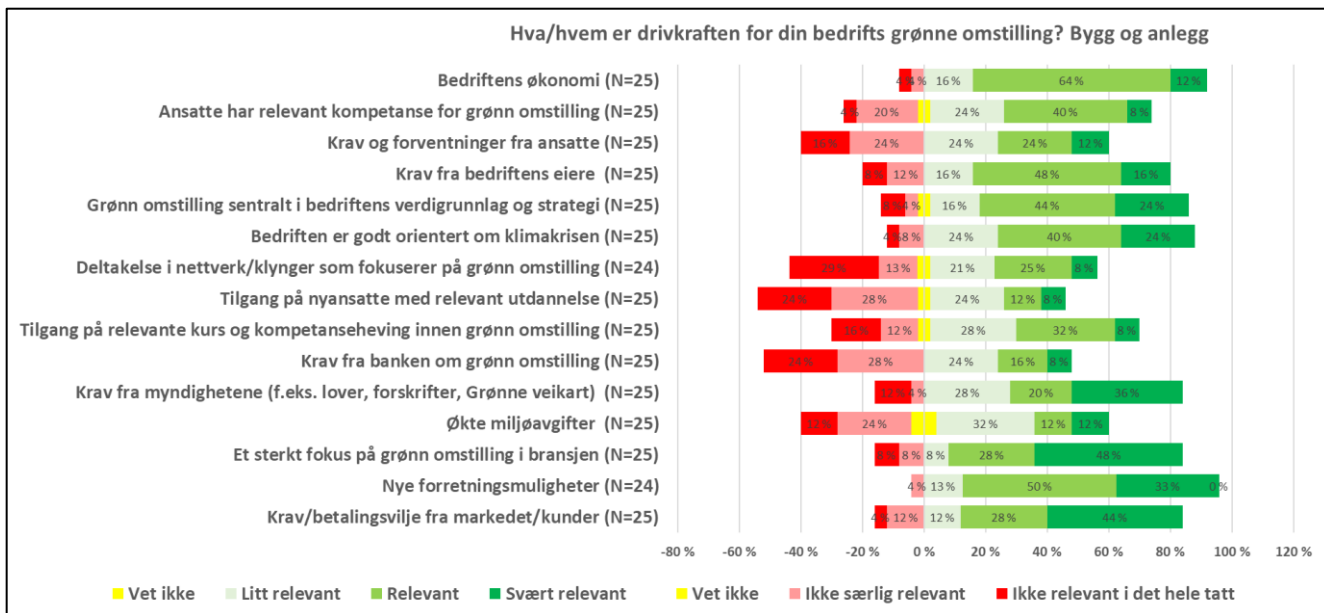
**Figur 5: Antall bedrifter som de siste tre årene har tatt i bruk en ny eller forbedret teknologi eller**

*metoder for produksjon og distribusjon, som er mer klima- og miljøvennlig, fordelt på hovednæring.*

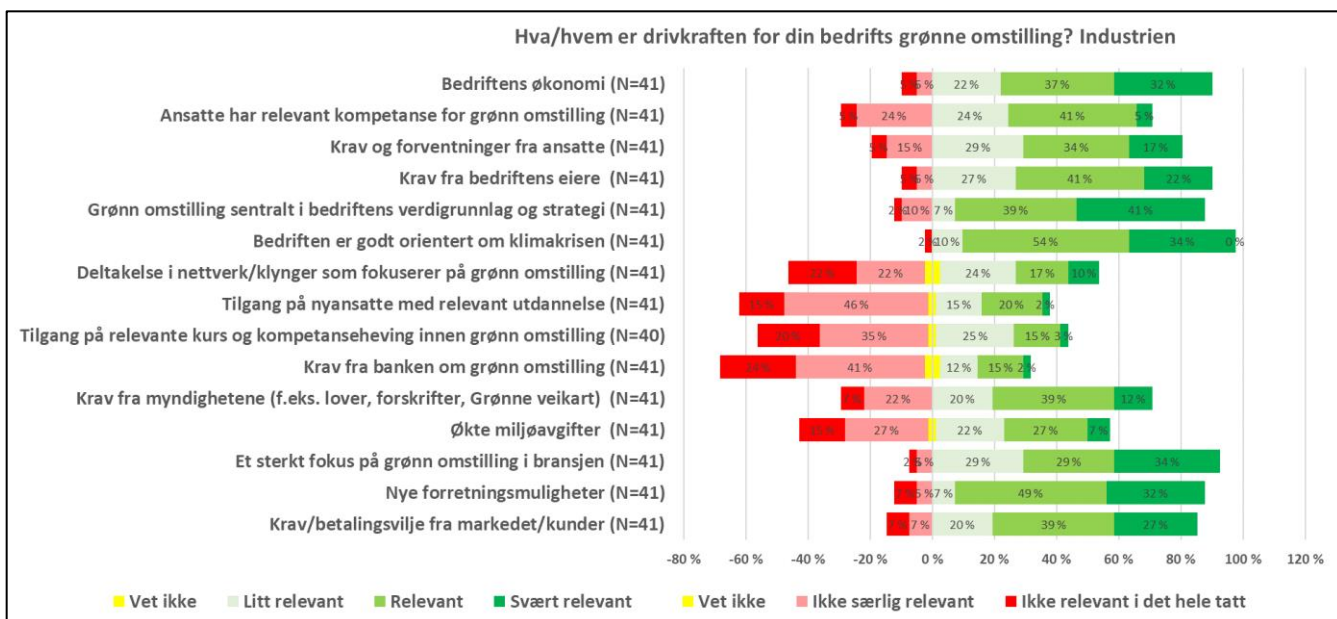


*Figur 6: Antall bedrifter som de siste tre årene har laget en ny eller forbedret forretningsmodell som er mer klima og miljøvennlig, fordelt på hovednæring.*

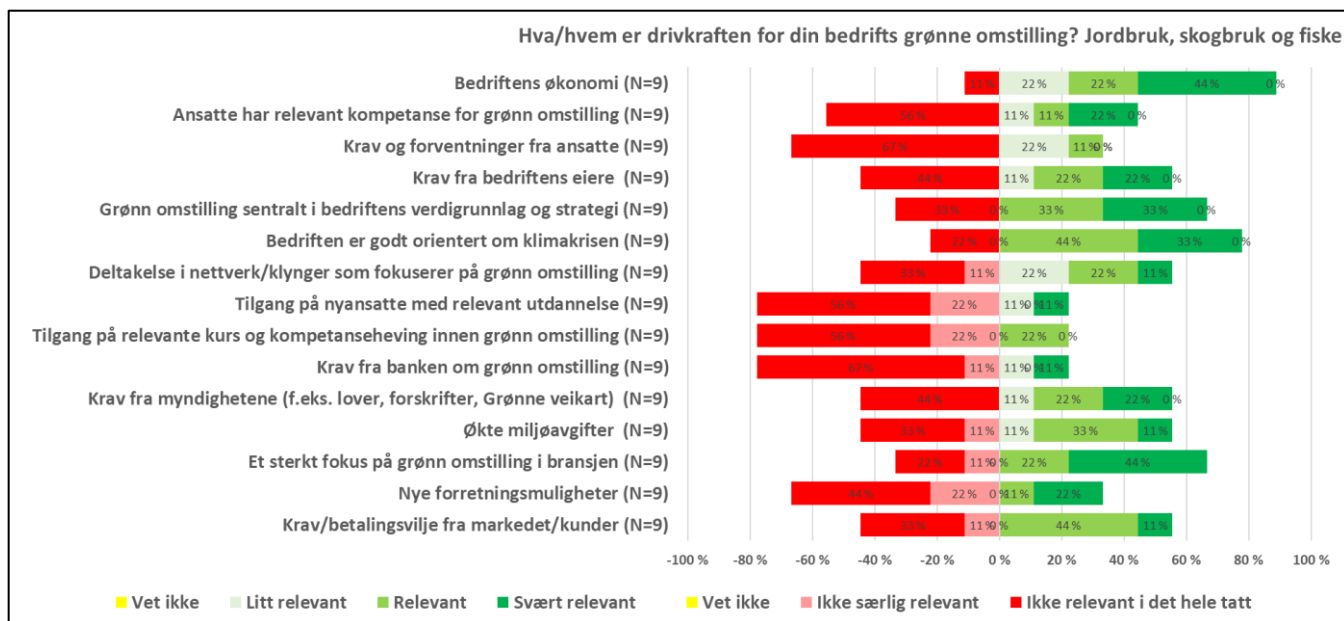
## Drivkrefter for grønn omstilling



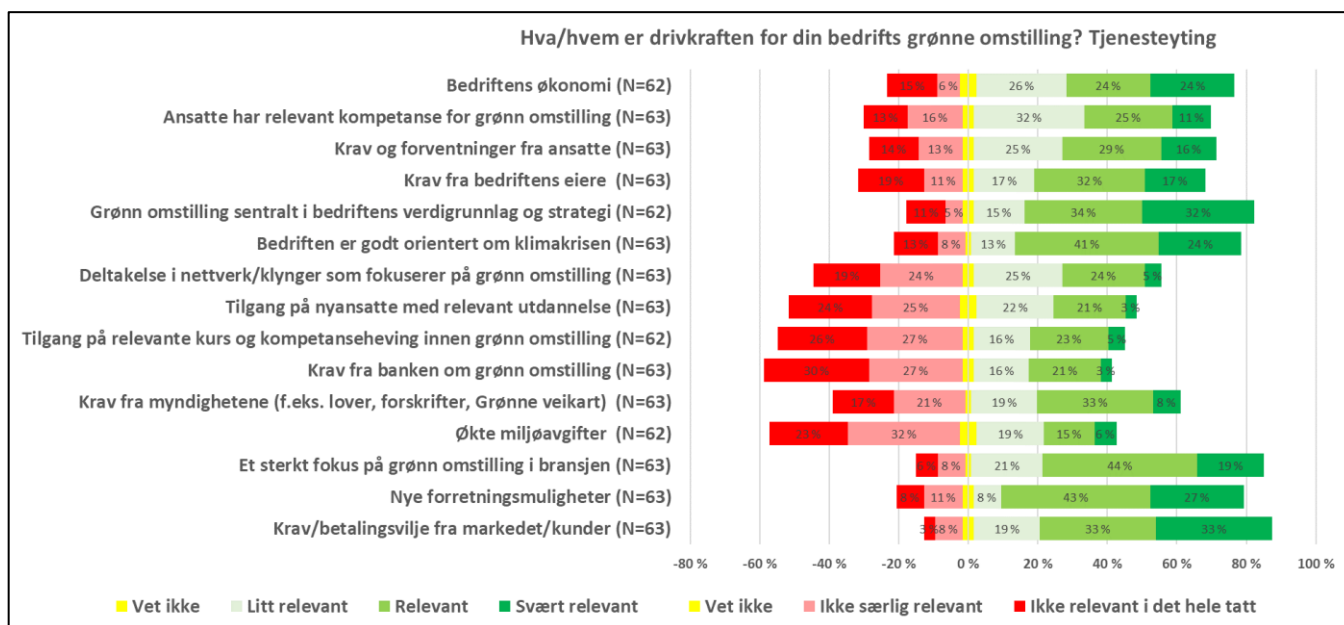
Figur 7: Drivkrefter for grønn omstilling, bygg og anlegg



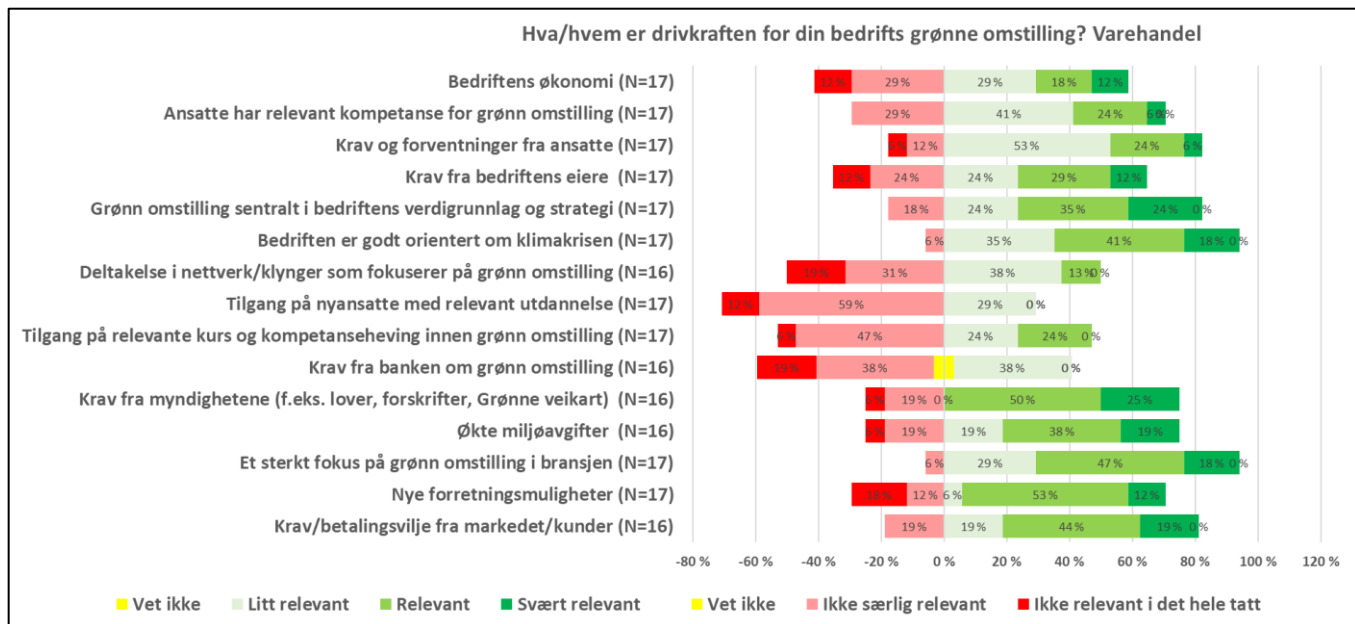
Figur 8: Drivkrefter for grønn omstilling, industrien



Figur 9: Drivkrefter for grønn omstilling, jordbruk, skogbruk og fiske

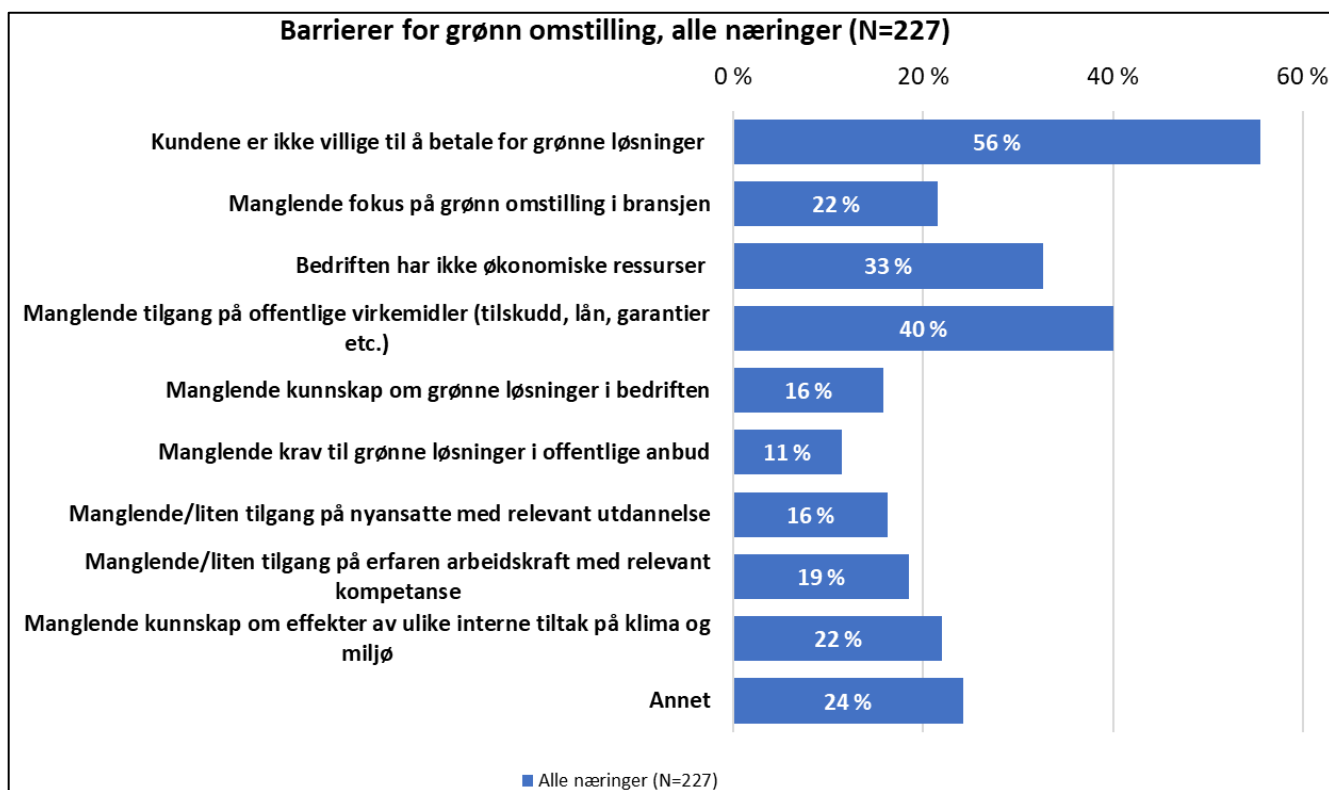


Figur 10: Drivkrefter for grønn omstilling, tjenesteyting



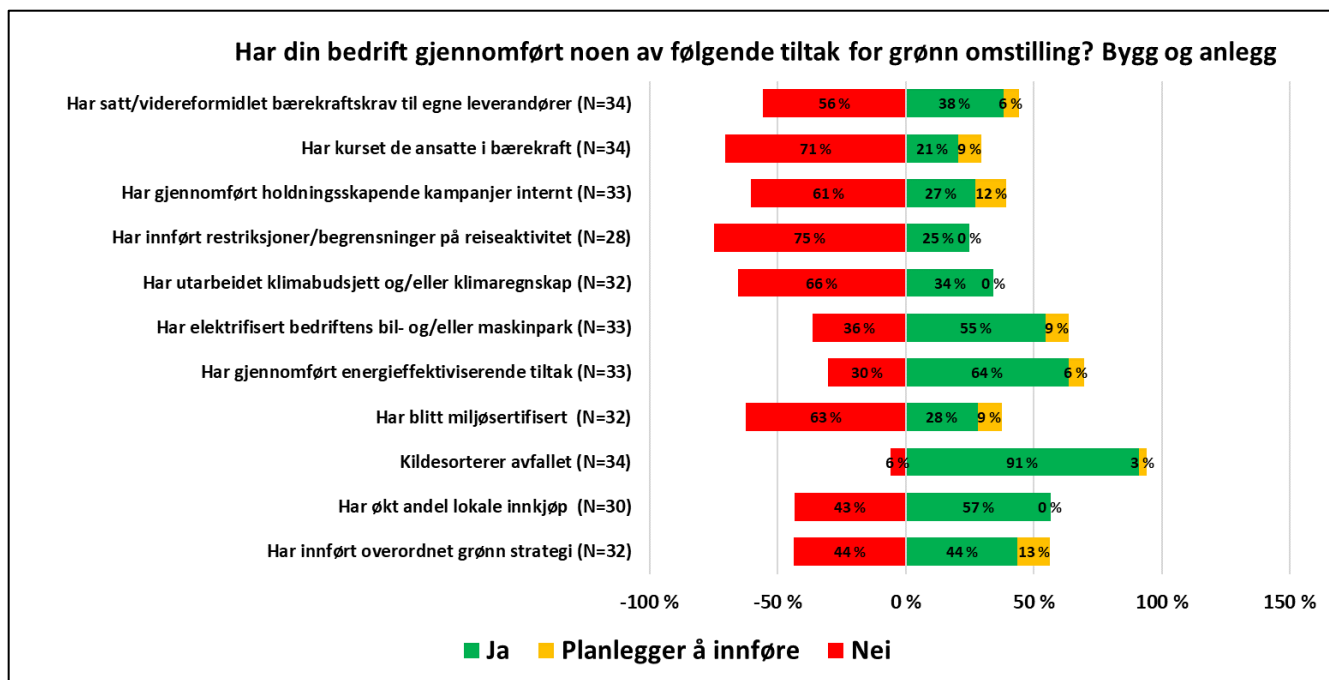
Figur 11: Drivkrefter for grønn omstilling, varehandel

## Barrierer for grønn omstilling

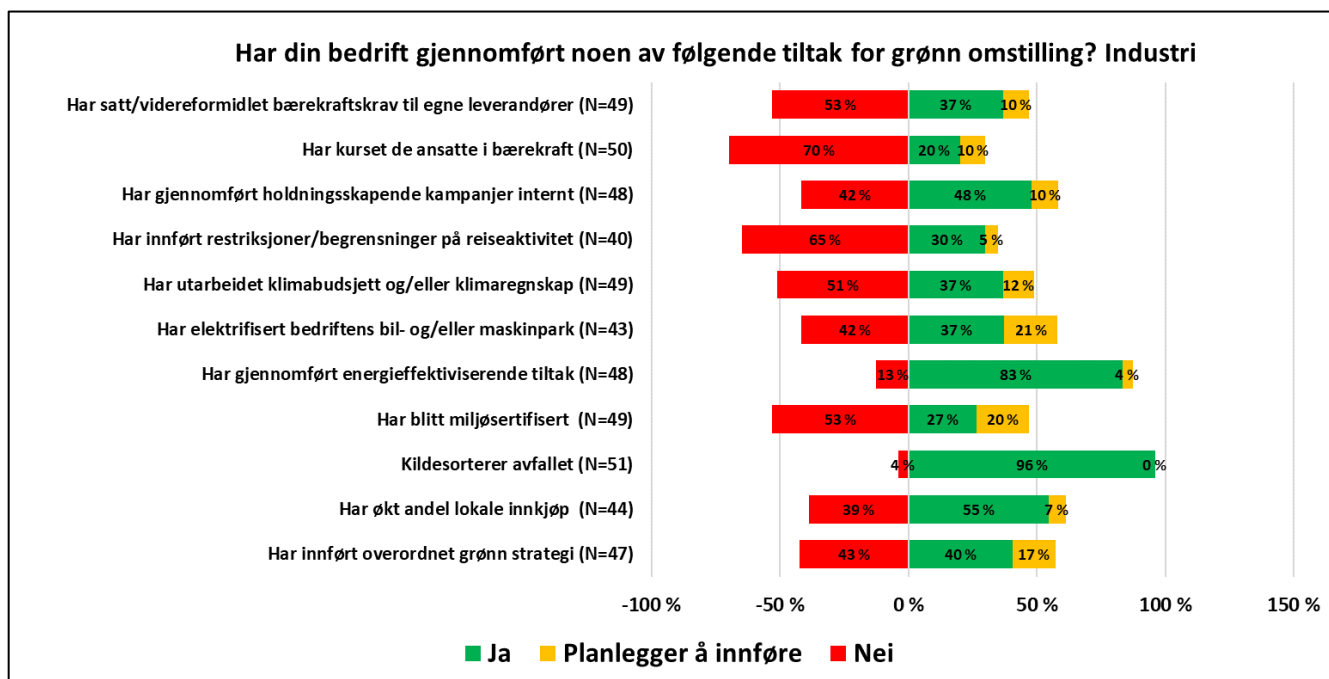


Figur 12: Barrierer for grønn omstilling, alle næringer

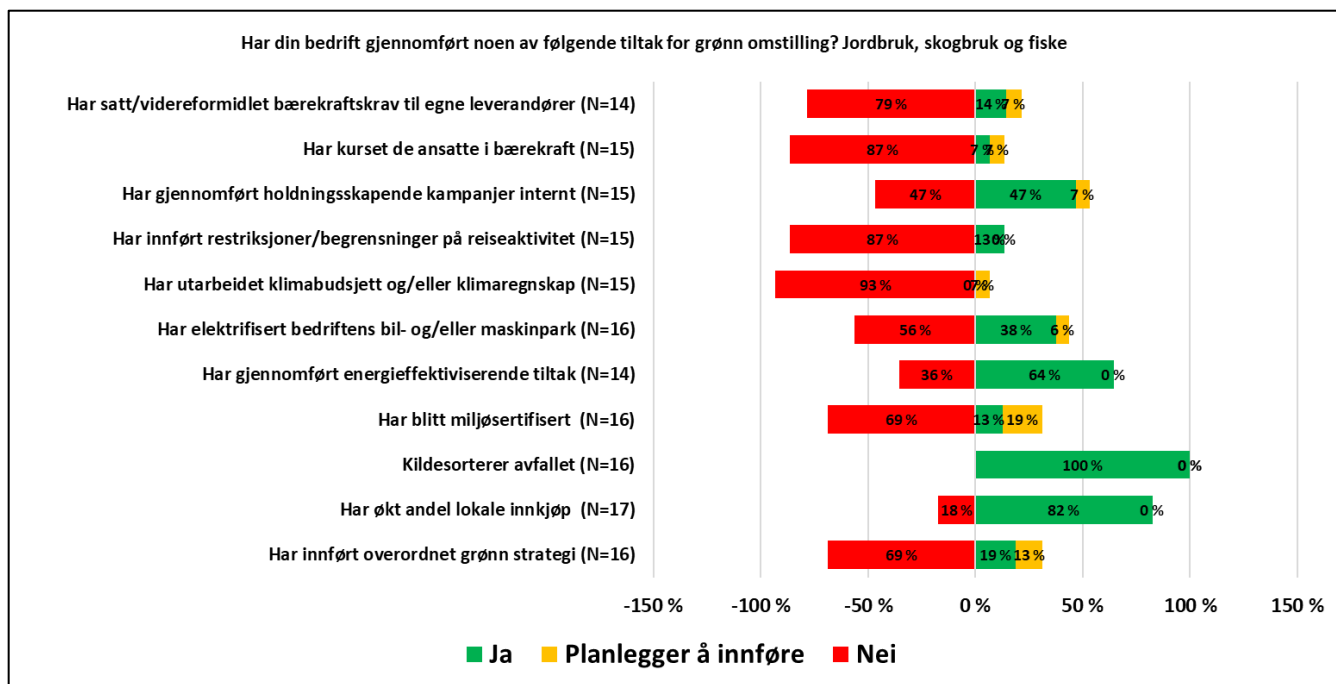
## Tiltak for grønn omstilling



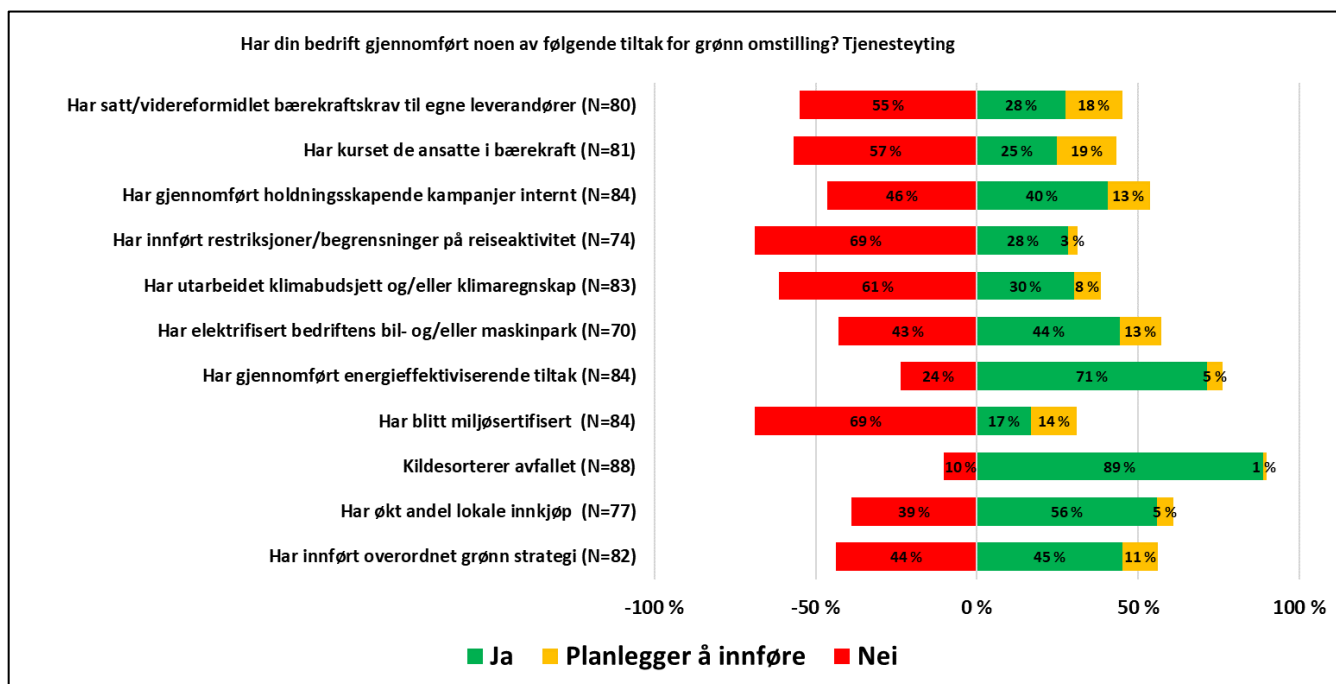
Figur 13: Tiltak for grønn omstilling, bygg og anlegg.



Figur 14: Tiltak for grønn omstilling, industri.

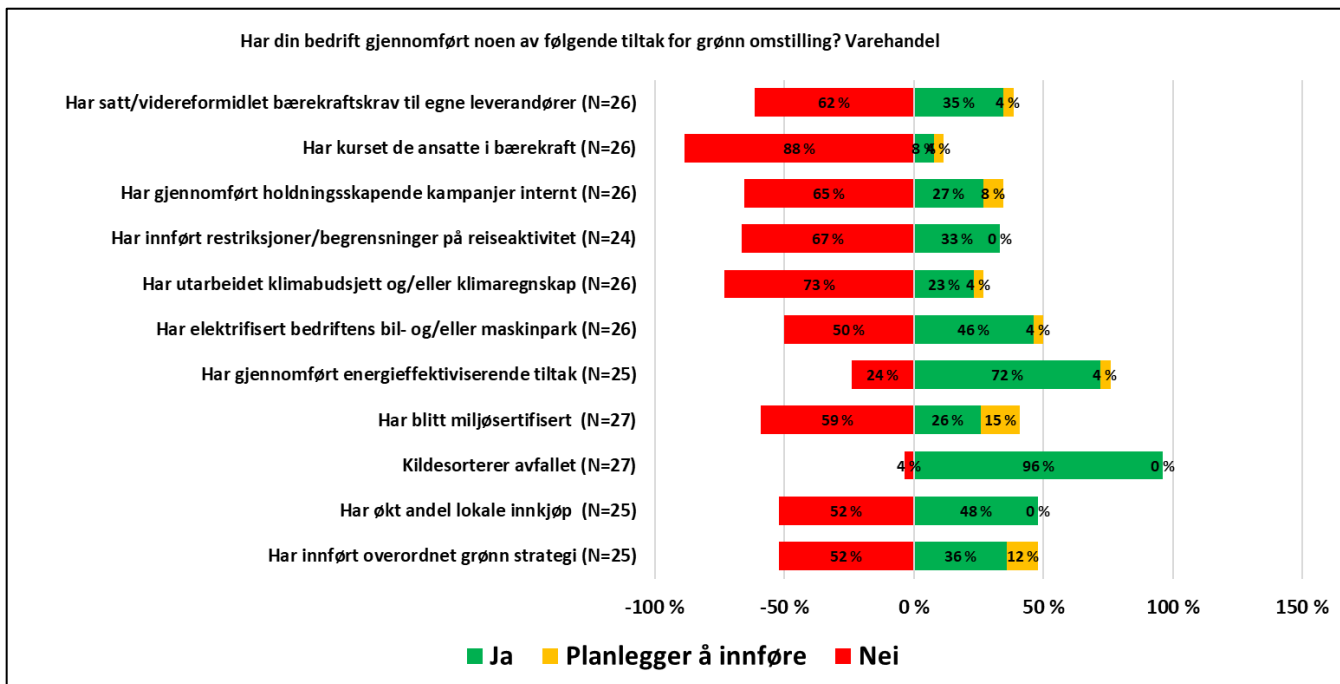


Figur 15: Tiltak for grønn omstilling, Jordbruk, skogbruk og fiske



Figur 16: Tiltak for grønn omstilling, Tjenesteyting





**Figur 17: Tiltak for grønn omstilling, Varehandel**